

سرمایه‌گذاری

نایب رئیس سندیکای صنایع آسانسور و پله‌برقی ایران و خدمات وابسته

با آثار و کفاری از:

سید احسان خاندوزی

مهدی طائیانی

ابوالفضل ایروثرابی

عباس هاشمی

محمد حسین متقی زاده

ابوالفضل آقاداتی

محمد رضا فرحی

ناصر مرادی

علی بلوکی

حمید جلوخانی

عبدالغنی امینی

محسن واعظ تهرانی

علی صدرالهی

صلاح شرافت

پوریامیر عشقی

کاهش ۹۰ درصدی

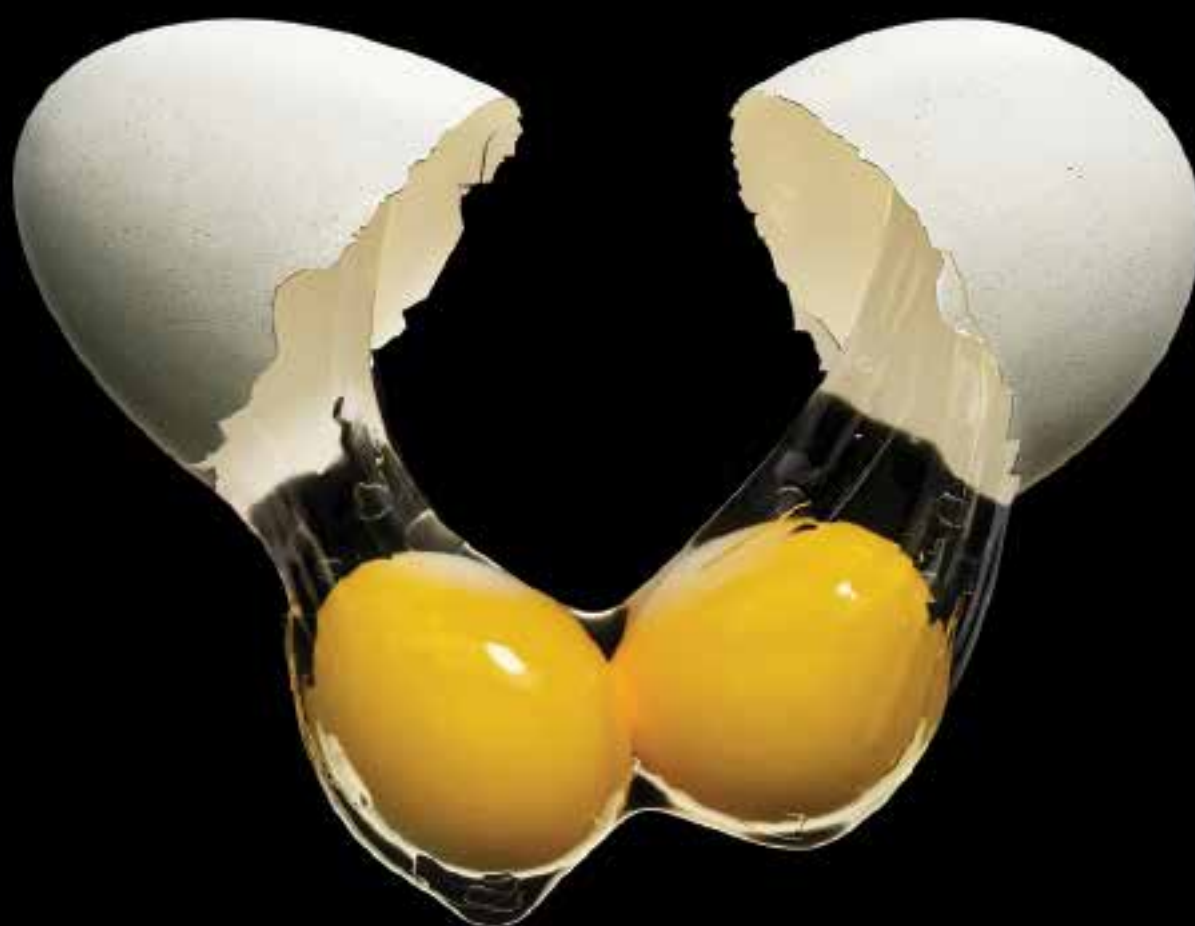
حوادث در صنعت آسانسور

Vice President of Iran Elevator and Escalator Industry Syndicate and Related Services

90% reduction in accidents in the elevator industry

نائب رئیس نقابة صناعة المصاعد والسلامة المتحركة والخدمات المتعلقة بها

۹۰٪ تخفيض في الحوادث في صناعة المصاعد



فرا تر از انتظار

تا ۴/۵ درصد پرداخت سود بیشتر

به سپرده‌های سرمایه‌گذاری سال گذشته در سال ۱۴۰۱



بانک ملت
bank mellat

تجربه‌ای متمایز



بیمه کوثر

ارائه دهنده انواع بیمه‌های
زندگی < مهندسی < خاص
اشخاص < مسئولیت < اموال

www.kins.ir

۸۹۳۸۲ (۰۲۱)



زندگی بهادار

بیمه‌ای برای خود و سرمایه‌تان



باشما، برای جبران

۱۶۷۱ ☎

بیمه
day insurance



بیمه مهندسی و انرژی سرماد

سامانه پاسخگویی ۲۴ ساعته ☎ ۱۵۱۶

sarmadins.ir

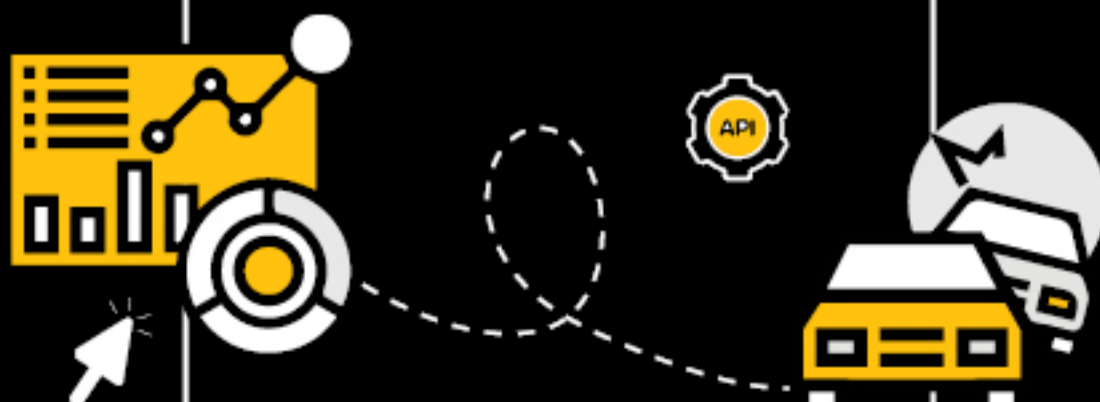


API

مدیریت ریسک بیمه بازار

اولین محصول تجاری سازی
شده فناورانه، ۶ سال بعد از
آغاز اینشورتک در ایران
رو نمایی شد.

پیشبینی خسارت انواع خودرو
پیش از خرید بیمه نامه با
استفاده از الگوریتم های
یادگیری ماشین و هوش مصنوعی!



جهت اطلاع بیشتر با ما در ارتباط باشید.

۰۲۱۹۱۳۱۱۱۰۰

داخلی ۲۴۲

۰۹۱۲۸۱۲۲۱۹۱

همراه



بیمه البرز

بیمه های زندگی بیمه البرز
نوید بخش آینده ای امن و مطمئن



www.alborzinsurance.ir



ROYAL
home





چوب و صنعت
تاج



Moble_touch1396

کدپستی: ۳۳۱۹۸۷۸۱۶۳
همراه: ۰۹۱۲-۱۰۵۵۹۰۸

آدرس: چهار دانگه خیابان زارع پلاک ۴۶
تلفن: ۰۲۱-۵۵۲۵۱۳۰۱

Arjang gallery

دکوراتور و لډبرالوړ
مختص مرکز چاپخانه

 arjanggallery

 09125107946

بازدید شوروم با هماهنگی قبلی



تاسیس: ۱۳۶۵



با ما آسان صعود کنید!

KARAMADASANSOR
کارآمد آسانسور

آدرس:

مرکز تجارت آسانسور ایران
طبقه همکف، پلاک ۱۵

 ASAAN-APP.COM

 [KARAMADTABLO](https://www.instagram.com/KARAMADTABLO)

 0912-3937268

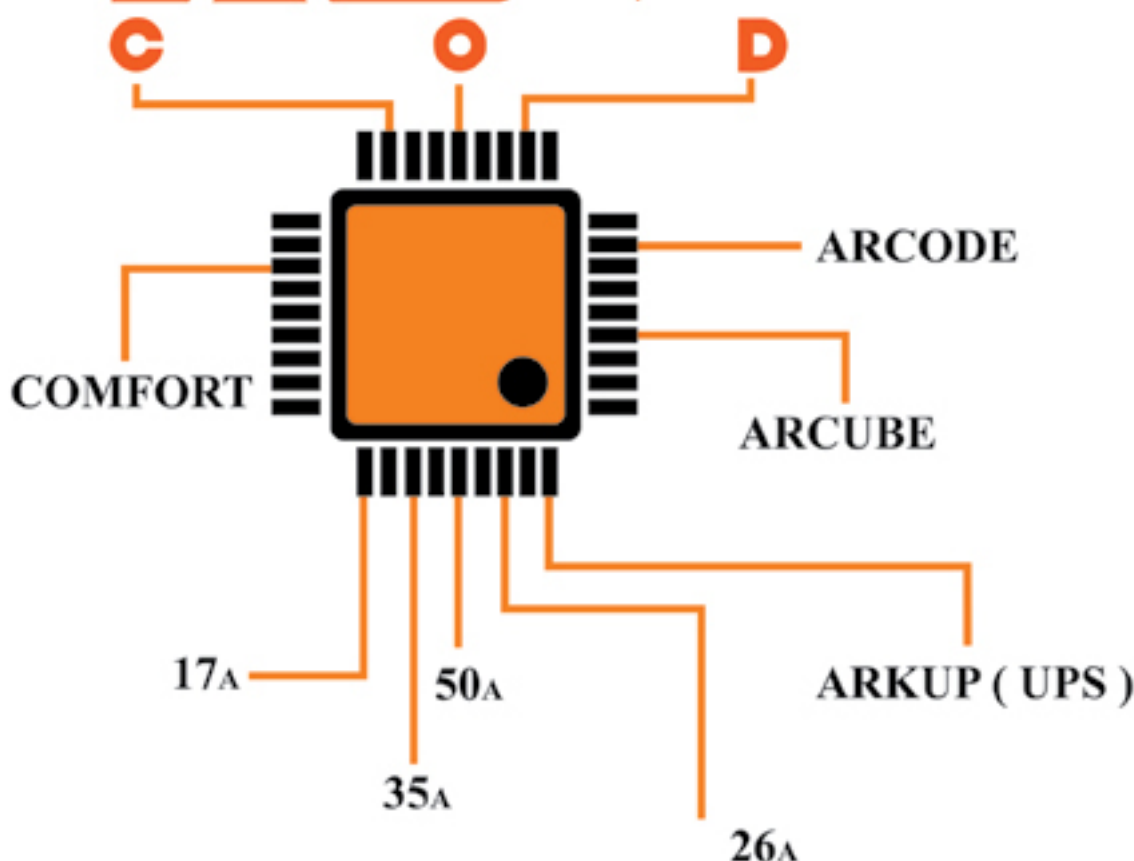
 021-65833226

گروه مهندسی آساكد



فروش تابلو فرمان آسانسور

نماینده فروش محصولات آرکل ترکیه



Asacod Engineering Group

asacod.co

www.asacod.ir

+98 21 44340048

+98 9366501698

info@asacod.com

آدرس دفتر: تهران، بزرگراه فتح، پلاک ۱۳۹

ساختمان مرکز تجارت آسانسور ایران، طبقه ۵، واحد ۴۰۶

آدرس کارگاه: تهران، آزادگان غرب به شرق، بعد از اتوبان ساوه

خیابان عرفان، خیابان حشمت، بعد از خیابان پدر، پلاک B-111



شرکت هیدروپک

- تولید کننده انواع آسانسور و بالابر کامل
- تولید کننده انواع چک و پاور هیدرولیک ،
- کارسلینگ و کابینر



Scan Me



www.hydropack.ir

۰۲۱۶۵۴۶۴۸۰



کیفیت
اولویت کار ماست



بومی سازی ، توسعه و تولید نبض تپنده گهرزمین

طرح های توسعه ای شرکت سنگ آهن گهرزمین

- احداث کارخانه ذوب با ظرفیت تولید ۳ میلیون تن
- پروژه احداث گندله سازی به میزان ۲/۵ میلیون تن
- احداث ۳ کارخانه آهن اسفنجی با ظرفیت هریک ۱/۷ میلیون تن
- احداث کارخانه نورد با ظرفیت ۳ میلیون تن
- احداث نیروگاه ۵۰۰ مگاوات پردیسیر
- پروژه اکتشاف و توسعه معادن: شامل پهنه های اکتشافی مس و طلای جانجا در استان سیستان و بلوچستان، جبال یارز در استان کرمان و
- نهبندان در استان خراسان جنوبی
- پروژه IPCC حمل پیوسته مواد معدنی در سیرجان
- پروژه انتقال خط ریلی در سیرجان
- پروژه بازیابی آب از سدهای باطله در سیرجان
- مشارکت در احداث پایانه و اسکله مکانیزه تخلیه و بارگیری مواد معدنی در اسکله شهید رجایی بندرعباس
- مشارکت در ساخت و بهره برداری کارخانه لاستیک ماشین آلات فوق سنگین معدنی
- مشارکت در طرح انتقال آب خلیج فارس و دریای عمان به صنایع استان های کرمان، سیستان و بلوچستان و خراسان
- سرمایه گذاری در منطقه گردشگری گل گهر
- مشارکت در احداث کارخانجات فولاد چابهار به میزان ۱۰ میلیون تن





Pishronik

Liyan

Paytakht

.....
طراحی ، فروش ، اجرا ، نصب و خدمات
پس از فروش انواع آسانسورهای
هیدرولیک و کششی
.....



Tel : 02166396732 , 02166781768

WhatsApp: 09122135816 , 09212185816

WebSite: www.pishro-nik.ir

e-mail: liyanpishro@gmail.com



آدرس دفتر:

بزرگراه فتح، خ فتح سیزدهم، مجتمع پایتخت، واحد **B37**

آدرس کارگاه:

تهران، آزادگان غرب به شرق، بعد از اتوبان ساوه، خیابان عرفان،

خیابان حشمت، بعد از خیابان پدر، پلاک **B-111**



دبیر کل خانه اقتصاد ایران

در توافقات برجام منافع اقتصادی باید در اولویت باشد

۶۸

۳۰

مدیر کل بازاریابی و فروش سازمانی شرکت ارتباطات
مبین‌نت

ارائه خدمات شبکه‌ای
مبتنی بر نیاز سازمان‌ها
در سراسر کشور



۲۶

مدیر عامل شرکت بیمه کوثر

رضایت مشتریان
ضامن افزایش
سودآوری است



دنیای صنعت
۶۴ تا ۵۴



دنیای انرژی
۵۲ تا ۴۸



پرونده ویژه
۴۶ تا ۳۴



اقتصاد بازار
۳۲ تا ۲۴

زیان انباشته شرکت‌های خودرو ساز معضل بزرگی است که سال‌هاست گریبان اقتصاد کشور را گرفته است. بر اساس آخرین صورت‌های مالی انتشار یافته در سامانه کدال و گزارش نهادهایی از جمله مرکز پژوهش‌های مجلس، زیان انباشته شرکت‌های خودرو ساز ایرانی شامل ایران خودرو، سایپا و پارس خودرو بالغ بر ۱۰۰ هزار میلیارد تومان است، در حالی که واردات خودرو به ایران ممنوع بوده و از سویی، دسترسی آن‌ها به منابع انرژی و نیروی انسانی ارزان قیمت نیز چشمگیر است. تنها در سال ۱۴۰۰ سه شرکت مهم خودروسازی کشور در بخش عملیات تولید حدود ۹۴۵۰ میلیارد تومان زیاندهی داشته‌اند که از این میان شرکت سایپا با حدود ۶ هزار و ۶۵۵ میلیارد تومان زیان انباشته، بدترین عملکرد را داشته و پس از آن ایران خودرو با حدود ۲ هزار و ۴۷۸ میلیارد تومان و پارس خودرو با ۳۱۵ میلیارد تومان در رده‌های بعدی قرار دارند. همچنین در بخش فروش، بدترین وضعیت متعلق به ایران خودرو با حدود ۵ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان و گروه خودروسازی سایپا نیز حدود ۳ هزار و ۱۶۰ میلیارد تومان ضرر بوده است. اگرچه سرعت تولید زیان در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال گذشته کاهش یافته، با این حال خودروسازان همچنان در حال زیان دهی هستند.

در واقع مهم‌ترین عامل در ایجاد زیان انباشته از سوی خودروسازان ایرانی را باید قیمت گذاری دستوری دانست. با وجود تورم بالا در هزینه مواد اولیه و دیگر عوامل تولید، نمی‌توان انتظار داشت که فروش خودرو با قیمت گذاری دستوری منجر به سودآوری شود و قیمت این کالا نیز باید متناسب با عرضه و تقاضا تنظیم گردد. لذا به رغم تلاش‌ها برای کاهش تصدی گری دولت از جمله فرمان هشت ماده‌ای رئیس‌جمهور برای واگذاری سهام دولت، تلاش چندانی برای اجرای این برنامه انجام نشده است. از طرفی، عرضه خودرو در بورس کالا که می‌توانست گامی برای اصلاح قیمت گذاری این محصول باشد نیز راه به جایی نبرده است.

اگرچه برخی با مقایسه ارزش سهام خودروسازان بر جسته جهان از جمله بنز و فولکس واگن و زیان انباشته حدود ۴/۸ میلیارد دلاری خودروسازان ایرانی که بالغ بر ۱۰ درصد ارزش سهام این شرکت‌ها می‌شود، این امر را مطرح کرده‌اند که با زیان خودروسازان ایرانی می‌توان سهام ۱۰ درصد از این شرکت‌ها را خریداری کرد، اما به نظر می‌رسد که این مقایسه صرفاً ارزش تبلیغاتی دارد. با توجه به این موارد می‌توان گفت، حل معضل زیان انباشته خودروسازان از حذف قیمت گذاری دستوری می‌گذرد، با این حال مساله اصلی صنعت خودرو ایران تنها زیان انباشته نیست و نمی‌توان انتظار داشت که بدون ایجاد تحولی در کیفیت خودروهای داخلی و با تداوم انحصار، این صنعت از بحران موجود رهایی یابد. مادامی که انحصار وجود داشته باشد، تحولی در افزایش کیفیت نیز صورت نمی‌گیرد. چنانچه پژو و ۴۰۵ با وجود اینکه زیان ده‌ترین خودرو در میان تولیدات خودروسازان بوده، همچنان از بالاترین تیراژها برخوردار است. صنعت خودرو تنها می‌تواند با اصلاحات بنیادی و ساختاری در زمینه تولید، عرضه و کیفیت و همچنین از طریق ارتباط پویا و رقابت سازنده با صاحبان فناوری‌های برتر در سطح جهان، از بحران کنونی خارج شود؛ راه‌حلی که تحقق آن در گروی اقدامات حاکمیتی و ملی در سطح اقتصاد کلان و اقتصاد سیاسی کشور است. ■

زیان انباشته

بحران صنعت خودروی ایران



مرتضی فغانی
عضو اتاق بازرگانی تهران

اقتصاد ایران

در شیب سقوط یا صعود؟!



فرهاد امیرخانی
سر دبیر

اقتصاد قلب تپنده هر جامعه مدنی است. در جامعه‌ای که اقتصاد آن در زیر ساخت، پویا و بالنده باشد، فرهنگ آن نیز ارتقاء یافته و زیستن در چنین جامعه‌ای ارزش می‌یابد. در مقابل، در جامعه‌ای که اقتصاد آن از اولویت خارج شده و از بالندگی افتاده باشد، دیر یا زود مردم آن جامعه، سقوط فرهنگ و نزول ارزش‌ها را در مقابل دیدگان خود تجربه خواهند کرد. اکنون در کشورمان نیز نابسامانی و تلاطم شدید اقتصادی و به تبع آن، خیزش مشکلات فرهنگی پدیدار شده است. از یک سو تحریم‌های ایالات متحده آمریکا، کرونا و رقابت‌های سیاسی و جنگ‌های زیان‌بار منطقه‌ای و جهانی و از سوی دیگر، سوءمدیریت‌های داخلی، خودتحریمی و انحصار، اقتصاد کشورمان را به ورطه ناکجا آباد کشانده‌اند.

مطابق آمارهای منتشره، در خردادماه سال ۱۴۰۱، نرخ تغییرات ماهانه شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور افزایش قابل توجهی یافته و به عدد ۱۲/۲ رسیده که این میزان تقریباً ۳ برابر رقم مشابه ماه قبل می‌باشد. به همین ترتیب، بر اساس رشد شاخص کل قیمت نسبت به خردادماه سال قبل، تورم نقطه به نقطه در خردادماه سال جاری، حدود ۵۲/۵ درصد و طی ۱۲ ماه منتهی به خردادماه نیز ۳۹/۴ درصد اعلام شده که پیش‌بینی می‌شود تاثیر آن بر اقلام خوراکی و آشامیدنی ۵ گروه کالایی شامل گروه نان و غلات، گروه روغن‌ها و چربی‌ها، گروه شیر، پنیر و تخم مرغ، گروه گوشت قرمز و ماکیان و گروه میوه‌ها و سبزیجات، افزایش قیمت با حداقل تورم حدود ۱۹ درصد باشد. البته در حوزه تجارت کالایی با توجه به آمارها، اوضاع به گونه دیگر پیش می‌رود. در ابتدای فصل سال جاری در اکثر مولفه‌های تجاری به استثنای افت مقادیر واردات، صادرات و تجارت در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، افزایش ۱۱/۲ درصدی کالای صادراتی (بدون احتساب فصل ۲۷) داشته و افزایش ۱/۵ برابری صادرات کالاهای فصل ۲۷ نیز گزارش شده است. ۲۰ تعرفه هشت رقی از جمله پروپان مایع شده، گاز طبیعی مایع شده، اوره، متانول و قیر نفت، شمش از آهن و فولاد و... با ارزش ۸/۴ میلیارد دلار صادرات و مشارکت مثبت ۸۰ واحد درصدی در رشد صادرات، با افزایش مواجه بوده و در مقابل ۲۰ ردیف تعرفه هشت رقی از جمله پروپیل فولادی گرم نورد نشده، نخ‌های جراحی، ورق‌های شیشه‌ای، دستمال کاغذی، مواد دباغی غیر عالی و... با ارزش ۳ میلیارد دلار صادرات و مشارکت منفی ۶۳ واحد درصدی در رشد صادرات، با کاهش مواجه بوده‌اند. هر چند در این نوشتار، بازار بورس اوراق بهادار تهران و بازدهی شاخص‌ها، بازار نفت خام و گاز، بهای سکه و طلا و نرخ ارزها مورد ارزیابی قرار نگرفته‌اند؛ اما در همین مجال اندک، می‌توان به این تحلیل دست یافت که اقتصاد کشورمان در تامین اقلام خوراکی و غذایی و حوزه نقدینگی و پایه پولی که جزو ضروریات زندگی شهروندان است، با روند کاهشی و در مقابل، در صادرات برخی از اقلام انحصاری با روند افزایشی روبه‌رو بوده است؛ بنابراین در آینده پیش رو، چنانچه این روند تغییر پیدا نکند و متغیرهای جدید و سودمند به اقتصاد ایران راه پیدا نکنند؛ اقتصاد کشورمان به ویژه در تامین اقلام ضروری و نیازهای اولیه افراد، با شیب سقوط مواجه خواهد شد که این رویداد ناگوار، قطعاً به نفع هیچ‌یک از مردم ایران زمین نخواهد بود. ■

صنعت آسانسور تحت تاثیر حوزه ساخت‌وساز، در دهه‌ها و سال‌های اخیر از فراز و نشیب‌های قابل توجه عبور کرده و مسائل و مشکلات زیادی را پشت سر گذارده است. این معضلات، گریبان این صنعت و دیگر صنایع را گرفته که ناشی از عوامل و تاثیرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و صنعتی می‌باشد. در بسیاری از موارد شاهد تاثیر مستقیم تحریم‌ها بر بخش بازرگانی صنعت بوده و هستیم، اما خوشبختانه تولیدکنندگان فعال در صنعت آسانسور در دو دهه اخیر با تکیه بر دانش فنی و توانمندی‌های خود، قطعات زیادی از ملزومات صنعت حمل‌ونقل عمودی را تولید کرده و به لحاظ کیفی نیز مراتب قابل ملاحظه‌ای را به دست آورده‌اند.

رشد کمی و کیفی تولیدات در اوایل دهه نود شمسی با اجرای طرح‌های مسکن مهر هم تقارن پیدا کرده بود، اما توان پاسخگویی به نیاز ۷۵ هزار دستگاه (در سال ۱۳۹۲) را نداشت. تقویت و توسعه موضوع افزایش تولید و ارتقاء کیفیت در شرایط عادی، متاثر از ایجاد زمینه مناسب تولید یا همان سرمایه‌گذاری، تامین نیروی کارآمد و دانش فنی است. در این میان از مهمترین دلایل کاهش توان و میزان تولید می‌توان به کاهش ارزش پول ملی و نقدینگی موجود در دست تولیدکنندگان، افزایش قیمت مواد اولیه مورد نیاز، افزایش قیمت ارزهای مبادلاتی، تدوین قوانین و آئین‌نامه‌های ناکارآمد که به مثابه عوامل بازدارنده و نه پیش برنده بوده‌اند و همچنین خروج برخی بنگاه‌ها و یا ورشکستگی بعضی از واحدهای تولیدکننده تجهیزات و قطعات آسانسور و پله برقی که در تحلیل نهایی متاثر از دلایل پیش گفته در این موقعیت قرار گرفته‌اند و تعدادی از آن‌ها اکنون در صحنه صنعت عملاً وجود خارجی ندارند، اشاره کرد. اکنون ما در صحنه صنعت به لحاظ وضعیت موجود با گرانی افسار گسیخته، کمبود ساختگی و ادغام اغلب شرکت‌ها مواجه هستیم. در چنین شرایطی است که با وجود تلاش متولیان و مدیران تشکلهای صنعت و تحت نظارت بخش دولتی، اهداف تعیین شده رنگ می‌بازند و از گردونه خارج می‌شوند. بخش تولیدکننده صنعت آسانسور کشور که در روزگاری نه‌چندان دور به افزایش تولید و ارتقاء کیفیت و صادرات تولیدات خود می‌اندیشید، اکنون با وجود پتانسیل‌های موجود در تلاش برای بقای خود با معضلات پیش رو دست‌وپنجه نرم می‌کند تا تنها بین ۱۵ تا ۲۰ هزار آسانسور در سال به فروش برساند. با تمام این اوصاف، رفع شرایط موجود و همه معضلات پیش رو در گروی گشایش‌هایی است که در جایی غیر از صنعت و به موضوعی دیگر گره خورده است. ■

صنعت آسانسور در ایستگاه مشکلات



سهراب دنیایی
مدیر اجرایی مجله دنیای آسانسور

اقتصاد بازار



در این بخش می خوانیم:

- فروش آنلاین بیمه بر بستر فناوری های نوین
- رضایت مشتریان ضامن افزایش سودآوری است
- زیان اقتصاد مولد از عدم تصویب قانون مالیات بر سوداگری

رئیس هیات مدیره اپراتور دانش بنیان آی تی ساز مطرح کرد ارائه خدمات بانکی، بیمه‌ای و بورسی در بستر هوش مصنوعی

مهديه شهسواری

گسترش فناوری‌های عرصه دیجیتال، ارائه خدمات متنوع در بستر فضای مجازی را به موضوعی اجتناب‌ناپذیر تبدیل کرده، به طوری که هم‌اکنون بسیاری از فعالیت‌ها در این بستر صورت گرفته و هزینه خدمات حضوری را پایین آورده است. در این میان؛ نظام بانکی، بازار سرمایه و بیمه از جمله بخش‌هایی هستند که با تکیه بر سیستم‌های هوش مصنوعی و فناوری‌های حوزه ارتباطات و اطلاعات، کیفیت خدمات خود را افزایش داده‌اند. در همین زمینه با مهندس محمدحسین متقی‌زاده، رئیس هیات مدیره اپراتور دانش بنیان آی تی ساز گفت‌وگویی داشتیم که در ادامه به مشروح آن می‌پردازیم.

در خصوص سیستم همراه هوشمند و نحوه ارائه این خدمات بیشتر توضیح دهید.

در همراه هوشمند، شهروندان با توجه به موقعیت خود، نزدیک‌ترین دفتر را برای دریافت آنلاین خدمات انتخاب می‌کنند. خوشبختانه اپراتور دانش بنیان آی تی ساز در سال ۱۴۰۰ وارد سیستم‌های نئوبانک شد و با ابلاغیه‌هایی که از سوی بانک مرکزی انجام شد، خدمات احراز هویت، افتتاح حساب، دریافت تسهیلات و... چندین بانک را انجام داد. این اپراتور، سفته و برات الکترونیکی را نیز با همکاری وزارت اقتصاد برای برخی از بانک‌ها عملیاتی کرد و در سال ۱۴۰۰ برای اولین بار، لایسنس‌های مختلف از محصولات دانش بنیان را ایجاد کرده است، به طوری که سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف از طریق تهیه این لایسنس‌ها می‌توانند خدمات مختلفی را با کمک هوش مصنوعی در حوزه‌های تخصصی خود ارائه دهند و بازار خود را گسترش دهند. شایان ذکر است، اپراتور آی تی ساز؛ لایسنس نئوبانک، لایسنس سی آرام، لایسنس امضاء دیجیتال، لایسنس احراز هویت بیومتریک، لایسنس باشگاه مشتریان، لایسنس شبکه ملی دفاتر و لایسنس آی تی هاب را در اختیار داشته که توسط شرکت‌های مورد وثوق معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ارزش‌گذاری شده و به تایید کارشناس رسمی دادگستری رسیده تا در دسترس سازمان‌ها قرار گیرد.

آیا به اهداف تعیین شده خود دست پیدا کرده‌اید؟

از جمله اهداف تحقق یافته اپراتور دانش بنیان آی تی ساز، ایجاد لایسنس آی تی هاب به عنوان اولین open api و open ai در کشور است که سرویس‌های مختلف استعلامی و هوش مصنوعی را در اختیار شرکت‌ها و ارگان‌ها قرار می‌دهد. علاوه بر این، حدود ۴۵ سرویس هوش مصنوعی در این اپراتور توسط متخصصان و نخبگان کشورمان به طور کامل بومی توسعه یافته که از جمله آن‌ها می‌توان به سرویس‌های پایه کاربردی تحلیل داده و سرویس‌های تحلیل بینایی، سرویس‌های پایه کاربردی گفتار، تحلیل احساس و عواطف، تشخیص سن و... اشاره کرد. لازم به ذکر است، هدف اساسی از شکل‌گیری اپراتور دانش بنیان آی تی ساز، تسهیل فرآیند ارائه خدمات بوده و در همین راستا شعار "خلق فردای هوشمندانه" را انتخاب



اپراتور آی تی ساز از چه سالی و با چه هدفی راه‌اندازی شد؟

این اپراتور به منظور ارائه خدمات آنلاین در سال ۱۳۹۷ به ثبت رسید. پیش از این اعضای این اپراتور فعالیت‌های استارت‌آپی همچون فروش اشتراکی سیم کارت در دفاتر پیشخوان دولت داشته و ایده‌های خود را در این بستر اجرا می‌کردند تا اینکه در سال ۱۳۹۷ با توجه به ابلاغیه سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی مبنی بر لزوم راه‌اندازی سامانه جامع ارائه خدمات، پنجره واحد ارائه خدمات در دفاتر پیشخوان شهری و روستایی و سامانه نظارت بر خدمات و رتبه‌بندی دفاتر را ایجاد کرده و سپس به راه‌اندازی پرداختند. در اوایل سال ۱۳۹۹ اپراتور دانش بنیان آی تی ساز به دلیل شیوع کرونا و ضرورت ایجاد بستری برای تسهیل خدمات‌رسانی به مردم در فضای آنلاین، سیستم هوش مصنوعی را وارد بخش خدمات کرد و به احراز هویت سجام از این طریق پرداخت، به طوری که همه فرآیندها احراز هویت به صورت آنلاین انجام می‌شد. این اپراتور همچنین در اواسط ۱۳۹۹ سیستمی را برای قوه قضائیه راه‌اندازی کرد که امکان دسترسی آنلاین به تمام خدمات قوه قضائیه و از جمله سوء پیشینه را فراهم می‌کرد. علاوه بر این، در همین سال زمینه دسترسی خدمات کل دفاتر پیشخوان دولت که با آی تی ساز کار می‌کردند، در همراه هوشمند فراهم شد.

کرده است. با توجه به این امر، هموطنان هم از طریق دفاتر پیشخوان شهری و ICT روستا و یا دفاتر کار یابی به صورت حضوری و هم به صورت آنلاین و گوشی های خود می توانند خدمات را بدون دردسر دریافت کنند.

این اپراتور چه خدماتی به بانک ها، بورس و بیمه ارائه می دهد؟
خدمات اپراتور دانش بنیان آی تی ساز در سه بخش بورس، بانک و بیمه ارائه می شود، از این رو این اپراتور پس از آنلاین کردن سرویس احراز هویت سجام در بازار سرمایه، احراز هویت در چندین کارگزاری را نیز آنلاین کرد و برای آن ها محصولات مختلفی مثل باشگاه مشتریان و... ایجاد نمود. همچنین کارگزاری های بورسی از طریق شبکه دفاتر و همراه هوشمند این اپراتور سرویس های خود را از جمله احراز هویت برای ورود در بازار سرمایه رابه شهروندان ارائه دادند. مشابه همین سیستم برای بانک ها نیز به اجرا در آمده و می توانند از سرویس های ثنوبانک، احراز هویت، امضاء دیجیتال، سفته و برات الکترونیک، شبکه دفاتر، توسعه خدمات آنلاین در اپلیکیشن های بانکی و... اپراتور آی تی ساز استفاده نمایند که نمونه ای از این سرویس ها در بانک گردشگری و مسکن نیز انجام شده است. با استفاده از این سیستم، بانک ها به راحتی می توانند خدماتی مانند افتتاح حساب، پرداخت تسهیلات و... را با هزینه کمتری به مشتریان خود ارائه دهند و با استفاده از شبکه دفاتر در سراسر کشور مان شعبه داشته باشند که بیش از ۶ هزار شعبه جهت ارائه خدمات آن ها اضافه می شود. در بخش بیمه ها نیز علاوه بر سرویس های ارائه خدمات بیمه از طریق دفاتر و همراه هوشمند ارائه سرویس های امضاء دیجیتال، قرار است سیستم هایی در بستر هوش مصنوعی به منظور احراز هویت افراد پیاده سازی شود.

خدمات ارائه شده تا چه اندازه رضایت مشتریان را جلب کرده است؟

در سال ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ حدود ۲۲ میلیون نفر از طریق اپراتور دانش بنیان آی تی ساز احراز هویت شده و ۱۳۰ سرویس مختلف نیز در دفاتر تحت نظر اجرا شده که خوشبختانه با توجه به کارآمدی، همگی رضایت مشتریان را نشان می دهند.

این سیستم چه کمکی به کاهش هزینه سازمان ها می کند؟
قطعا هزینه ایجاد یک سازمان یا برای مثال یک شعبه بانکی بسیار بالا خواهد بود. اما زمانی که سیستم به صورت آنلاین باشد، نیازی به رفت و آمد و پرداخت برخی از هزینه های جانبی نیست، به همین دلیل ایجاد چنین سیستم هایی به کاهش هزینه ها و بهره وری هزینه سربار شبکه بانکی کمک شایانی خواهد کرد. شایان ذکر است، کرونای تقویت ذهنیت استفاده از خدمات نوین سرعت بخشید، هر چند که مردم و مشتریان نیز با وجود چنین بستری تمایلی به استفاده از سیستم های قدیمی ندارند.

داده های اپراتور دانش بنیان آی تی ساز و اپراتور های مشابه تا چه اندازه در معرض دستبرد هکرها قرار دارد؟

همان طور که در موارد فیزیکی شاهد دزدی و دست درازی به منابع و تجهیزات سازمان ها و شرکت های مختلف هستیم، در بُعد مجازی نیز با هکرها روبه رو خواهیم بود. با توجه به این موضوع، اپراتور دانش بنیان آی تی ساز با تکیه بر نخه های دانشگاهی و استفاده از سیستم های مدرن، تا حد امکان خطر هکرها را کاهش داده است. به عبارتی دیگر، سخت افزاری را داخل سیستم وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات قرار داده ایم که پوشش امنیتی قابل اتکا دارد.

با چه مشکلات و چالش هایی در این حوزه مواجه هستید؟

از جمله چالش هایی که در این حوزه وجود دارد، مهاجرت نیروی انسانی و تعرفه گذاری دولت است. متأسفانه در شرایط کنونی، هم مهاجرت افراد این حوزه بسیار افزایش یافته و هم دولت وارد بازی تعرفه گذاری خدمات نوین شده است، به طوری که با وجود تغییر قیمت ها شاهد عملکرد کند دولت و تاخیر چند ماهه در تغییر تعرفه ها هستیم.

در راستای تحقق شعار سال چه حمایتی باید از شرکت های دانش بنیان صورت گیرد؟

با گذشت زمان و انقلاب صنعتی، تغییرات شدیدی در فضای علمی و اقتصادی کشورها ایجاد شده که تأثیر پذیری از آن اجتناب ناپذیر است، بر همین اساس با وجود حرکت زندگی و امکانات مردم به سوی دانش بنیان شدن، صنایع برای رشد و ادامه توسعه به استفاده از تکنولوژی های روز و علوم جدید نیاز مندند، در غیر این صورت بهره وری آن ها پایین آمده و به تدریج حذف می شوند. با توجه به شعار مقام معظم رهبری، حمایت از دانش بنیان ها باید در دستور کار واقعی قرار گیرد. از جمله اقدامات مثبتی که در این زمینه انجام شده، حمایت جناب آقای دکتر ستاری در تصویب قانون حمایت از جهش دانش بنیان بود که موانع استفاده از محصولات دانش بنیان توسط بانک ها، ارگان ها و سرمایه گذاری را رفع کرده که بی شک این قانون و دستورالعمل های اجرایی آن، اثرات مثبت قابل توجهی خواهد داشت.

نگاه مسئولان حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات به این موضوع چگونه است؟

هنوز نگاه حمایتی منسجمی در این حوزه از سوی مدیران و مسئولان شکل نگرفته، به همین دلیل در بخش های مختلف ثبت احوال، وزارت صمت، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و... تصمیمات جزیره ای اتخاذ شده و همین امر چالش های زیادی را ایجاد می کند. با توجه به این موضوع یکی از اصلی ترین مشکلات موجود، جزیره ای عمل کردن مسئولان است.

چهاردهمین نمایشگاه بین المللی بورس، بانک و بیمه چه باز خور دی داشت؟

این نمایشگاه باز خورد نسبتاً خوبی داشت، اما تعداد کمی از شرکت ها و بانک ها در آن حضور پیدا کرده بودند و تنها دو معاونت های وزارت اقتصاد حضور داشته و دیگر مدیران و مسئولان اصلی این حوزه حضور نداشتند، در حالی که از آنان انتظار می رفت تا برای دیدن دستاوردها، عملکرد و نوآوری های شرکت ها در چهاردهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه حضور پیدا کنند.

چه چشم اندازی برای این حوزه متصور هستید؟

این سرویس تحول مثبتی را در بخش خدمات رسانی به مشتریان ایجاد کرده که نمونه آن، انتقال خدمات دهی بانک ها، وزارت کار و... به سیستم های آنلاین است که نوید از روزهای خوب آینده دارد. اپراتور دانش بنیان آی تی ساز در نظر دارد تا به مرکز نوآوری بین المللی تبدیل شده و محصولات خود را به دیگر کشور ها نیز صادر کند.

و سخن آخر...

برای داشتن زندگی بهتر باید دید روشن تری نسبت به استفاده از فناوری های نوین داشته باشیم، بر همین اساس باید به نخه های دانشگاهی و حوزه دانش بنیان اعتماد کرد و سیستم ها و امکانات جدیدی را برای استفاده بیشتر از توانمندی های آن ها ایجاد کرد. همچنین داشتن نگاه مثبت به این موضوع به منظور تسهیل فرآیندهای کار گیری تکنولوژی های نوین جهت خلق آینده و زندگی راحت تر اهمیت دارد. ■

حدود ۲۲ میلیون
نفر از طریق
اپراتور دانش بنیان
آی تی ساز احراز
هویت شده و ۱۳۰
سرویس مختلف
نیز در دفاتر تحت
نظر اجرا شده که
خوشبختانه با توجه
به کارآمدی، همگی
رضایت مشتریان را
نشان می دهند

مدیرعامل شرکت بیمه کوثر

رضایت مشتریان ضامن افزایش سودآوری است

عرفان فغانی

در سال‌های اخیر و با تشدید تحریم‌های اقتصادی، صنایع مختلف چه در زمینه سرمایه‌گذاری و چه در بخش تولید و خدمات، با تهدیدهای متعددی مواجه شده‌اند که این ریسک‌ها طبیعتاً تنها با پشتیبانی و پوشش‌های بیمه‌ای قابل کنترل است، بر همین اساس خدمات بیمه‌ای در چند سال گذشته، بیش از پیش اهمیت یافته و بیمه‌گران فعال و شناخته‌شده تلاش کرده‌اند تا برنامه‌های خود را در زمینه ارائه خدمات و افزایش سودآوری توسعه دهند. ابوالفضل آقاداتی، مدیرعامل شرکت بیمه کوثر با تأکید بر ضرورت حفظ دستاوردهای فعلی این شرکت معتقد است: «بیمه‌گری و سرمایه‌گذاری دو بال اصلی شرکت‌های بیمه را تشکیل می‌دهند و سودآوری در سایه رضایت مشتریان محقق می‌شود.» ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

تومان بر آورد شد. با توجه به زمینه‌های مختلفی که در عرصه بیمه‌گری و سرمایه‌گذاری در آن فعال هستیم، خوشبختانه سودآوری خوبی داشته‌ایم. علاوه بر این، برای جلب رضایت مشتریان نیز اقدامات زیادی انجام داده‌ایم که شاید یکی از بارزترین نمونه‌های آن، در هنگام وقوع بلایای طبیعی مانند سیل و زلزله باشد. شرکت بیمه کوثر به علت داشتن جامعه بزرگ بیمه‌شدگان با پراکندگی در سراسر کشور، بلافاصله پس از وقوع بلایای طبیعی مختلف در مناطق حادثه‌دیده حضور می‌یابد تا به خوبی پاسخگوی بیمه‌گذاران باشد و روال پرداخت خسارت را به سرعت پیش ببرد؛ کمالینکه در زلزله کرمانشاه و زلزله‌های اخیر هرمزگان، حضور فعال همکاران بنده در نواحی آسیب‌دیده برای ارائه خدمات بیمه‌ای بسیار موثر و محسوس بود. ناگفته نماند، ما هم در کشورهای منطقه مانند افغانستان، ازبکستان و عراق فعالیت داریم و هم در حال توسعه برخی خدمات در کشورهای دورتر هستیم که رشته‌های مختلف بیمه‌های مسافرتی، باربری و مسئولیت را در بر می‌گیرد.

اهداف بیمه کوثر از ابتدای فعالیت چه بوده و آیا به آن دست پیدا کرده‌است؟

اهداف اصلی و کلان ما مطابق با چشم‌انداز، جلب رضایت مشتریان و ارتقاء سطح سودآوری است. همکاران ما نیز مطابق با این اهداف در تلاش هستند تا خدمات ارزشمندی را به مشتریان ارائه دهند. طبیعتاً وقتی می‌خواهیم رضایت مشتریان را جلب کنیم و در عین حال سودآور باشیم، تحقق این اهداف کلان با تعریف اهداف خرد و برنامه‌ریزی‌های لازم قابل دستیابی است. به عنوان مثال، اگر شرکت بخواهد فقط در زمینه بیمه درمان و خودرو فعال باشد، سودآوری مطلوب حاصل نخواهد شد؛ بنابراین انواع پتانسیل‌های موجود در استان‌های مختلف و بیمه‌نامه‌های ناظر به آن‌ها را باید به دقت بررسی، استان‌ها را بر اساس میزان ریسک، طبقه‌بندی و برای هر کدام، پرتفوی مشخصی را تعریف کنیم. مثلاً اگر پرتفوی یک استان پرریسک با میزان بالایی بیمه درمان نیز همراه باشد، ما را به اهداف اصلی مان نمی‌رساند؛ بنابراین ما قصد نداریم به هر قیمتی، بازار را در اختیار



در باره سوابق شخصی و پیشینه بیمه کوثر توضیحاتی ارائه فرمایید.

بنده در مقطع لیسانس و فوق لیسانس رشته مهندسی صنایع و دکتری مدیریت بازرگانی تحصیل کرده‌ام و حدود دوازده سال در بخش‌های مختلف تولیدی و خدماتی فعالیت داشته و از سال ۱۳۹۲ تاکنون افتخار حضور در شرکت بیمه کوثر را دارم. این شرکت در سال ۱۳۸۹ پروانه فعالیت خود را دریافت کرد و به عنوان بیست و دومین شرکت بیمه‌گر، وارد صنعت بیمه شد که اکنون بیش از یک دهه از فعالیت آن می‌گذرد. بیمه کوثر در سال گذشته بالغ بر ۵ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان درآمد بیمه‌گری داشت که این رقم باعث شد تا از لحاظ میزان فروش، رتبه پنجم را در میان شرکت‌های خصوصی به خود اختصاص دهد. همچنین دو سال است که در بخش سودآوری، صاحب رتبه‌های برتر شده و در عملکرد سال گذشته نیز رتبه سوم سودآوری را کسب کردیم. شایان ذکر است، اخیراً مجمع عمومی بیمه کوثر را هم برگزار کرده و سود محقق شده شرکت بالغ بر ۶۰۰ میلیارد

بگیریم. شرکت بیمه کوثر تاکنون از لحاظ سودآوری در رتبه بالایی قرار گرفته و عملکرد قابل قبولی هم در این زمینه داشته است. اعتقادمان بر این است، سهامداران ما باید هم در زمینه تکریم و هم در بخش سودآوری، نتایج خوبی که به دست آمده را لمس کنند.

سال ۱۴۰۱ با محوریت فعالیت‌های دانش بنیان نامگذاری شده است.

آیا بیمه کوثر در این زمینه برنامه‌ای داشته یا خواهد داشت؟
بیمه کوثر با نگاه نوآورانه، در این سال‌ها چندین پوشش و بیمه‌نامه جدید ارائه داده است. همچنین سعی ما بر این بوده که در زمینه تحول دیجیتال فعال باشیم و با اقتضات و فناوری‌های روز پیش برویم. با این رویکرد، برای شرکت‌های دانش بنیان، پوشش‌هایی را نظیر بیمه کیفیت محصول در نظر گرفتیم که به خودی خود می‌تواند به ایجاد تعاملات مفید با شرکت‌های دانش بنیان، بیانجامد تا ریسک‌های مختلف آن‌ها را پوشش دهیم. همچنین در حال طراحی پوشش‌های جدیدی هستیم و در این زمینه، جلسه‌ای هم با مدیران صندوق نوآوری داشته‌ایم که امیدوارم با تلاش همکاران، به تدوین برنامه‌های خوبی در این زمینه منجر شود.

این شرکت در زمینه سرمایه‌گذاری چه فعالیت‌هایی دارد؟
تمام شرکت‌های بیمه، دو بال "بیمه‌گری" و "سرمایه‌گذاری" دارند. به صورت معمول در بخش بیمه‌گری سود چندانی به دست نمی‌آید و مهم، فعالیت سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه‌گر است. همان‌طور که می‌دانید، آیین‌نامه سال ۱۳۹۷ در صنعت بیمه، آیین‌نامه سرمایه‌گذاری است که در آن، دقیقاً سقف و کف سرمایه‌گذاری و نیز میزان سپرده بانکی مجاز برای بیمه‌گران تعریف شده است. همچنین کم و کیف سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه روی شرکت‌های سهامی و بورس، طبق آن آیین‌نامه مشخص است. شرکت‌های سرمایه‌گذاری غدیر و نفت و گاز پارسیان، در گروه سرمایه‌گذاری ما قرار دارند و بخش اعظم سرمایه‌گذاری‌های ما با محوریت این شرکت‌ها صورت می‌گیرد. در قالب خرید سهام نیز در بازار بورس فعالیت داریم و سیدما دائماً در حال توسعه است.

چه عواملی بر عملکرد شرکت‌های بیمه تاثیر گذار است و با توجه به شرایط کنونی کشور، مهمترین مشکلات پیش روی شرکت‌ها کدام هستند؟

اکثر سازمان‌ها، ریسک‌های خود را به شرکت‌های بیمه انتقال می‌دهند. قبل از تحریم‌ها، خیلی از این ریسک‌ها به شرکت‌هایی بیرون از کشور منتقل می‌شد، ولی در حال حاضر همه ریسک‌ها در کشور نگهداری می‌شوند؛ بنابراین شرکت‌های بیمه تمام تلاش خود را برای پوشش مناسب و کامل این ریسک‌ها به کار می‌بندند و خوشبختانه در این بخش موفق عمل کرده‌اند. درباره عوامل تاثیر گذار، باید به این نکته اشاره داشته باشم که مساله تحول دیجیتال در کشورمان، بر اکثر صنایع تاثیر گذار بوده است. به عنوان مثال، ما ده‌ها هزار شبکه نمایندگی فروش بیمه داریم که به صورت فیزیکی مشغول ارائه خدمات هستند و مولفه‌هایی از این دست تغییرات فناورانه، تاثیرات خودشان را به صورت محسوس بر صنعت گذاشته‌اند. عوامل دیگری نیز روی فعالیت شرکت‌های بیمه تاثیر دارد. مثلاً دو سال قبل، رونق بازار سرمایه و بورس، روی فروش انواع بیمه‌نامه‌های زندگی مانند عمر و سرمایه‌گذاری تاثیر داشت. همچنین

افزایش اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی‌های صورت گرفته باعث شد که اطلاعات مردم از بیمه بیشتر شود و این موضوع کمک می‌کند که بتوانیم عملکرد بهتری داشته باشیم.

آیا اهداف شرکت بیمه کوثر در سال ۱۴۰۰ کاملاً محقق شدند؟ برنامه شما برای سال‌های آینده چیست؟

شکر خدا، با توجه به هدف گذاری‌های انجام شده در زمینه سودآوری، برنامه‌های ابلاغی به سرانجام رسید و با عملکرد خوب همکارانم در ارکان مختلف شرکت، به میزان فروش مشخص در برنامه دست یافتیم. ما می‌خواهیم در دو بخش رضایت مشتریان و سودآوری، جزو شرکت‌های برتر بیمه باشیم. با توجه به چشم‌اندازی که در ابتدای گفت‌وگو عرض کردم، اهداف در نظر گرفته شده برای شرکت بیمه کوثر تا سال ۱۴۰۱ محقق شده‌اند و اکنون باید به حفظ و نگهداری دست‌آوردهای فعلی بپردازیم و هر روز بکوشیم تا جایگاه و رتبه خودمان را افزایش دهیم. خدمت، یک محصول ناملموس است و افراد می‌توانند قضاوت‌های مختلفی از یک خدمت مشابه داشته باشند. هدف ما این است که شاخص رضایت رابه‌سوی خوشنودی بیشتر سوق دهیم. صنعت بیمه، یک صنعت خدمت‌محور است و در این مسیر، بزرگ‌ترین دارایی شرکت‌های بیمه، منابع انسانی است. کوثر، یعنی خیر کثیر و خوشبختانه ما از نیروی انسانی خیلی خوبی برخوردار هستیم و از آنان خواسته‌ایم که در قول و فعل به گونه‌ای با مردم تعامل کنند که خیر بیمه کوثر را بچشند. با همین نگاه تلاش می‌کنیم تا این سرمایه را هر روز ارتقاء دهیم، زیرا سرمایه انسانی می‌تواند موجب افزایش رضایت مشتریان شود و همین عامل، ضامن افزایش سودآوری نیز می‌باشد. ■

اکثر سازمان‌ها
ریسک‌های خود را
به شرکت‌های بیمه
انتقال می‌دهند. قبل
از تحریم‌ها، خیلی
از این ریسک‌ها به
شرکت‌هایی بیرون از
کشور منتقل می‌شد
ولی در حال حاضر همه
ریسک‌ها در کشور
نگهداری می‌شوند



از سوی مدیرعامل بیمه بازار مطرح شد

فروش آنلاین بیمه بر بستر فناوری‌های نوین

سارا نظری

توسعه دیجیتال مارکتینگ در سال‌های اخیر و امکان خرید آنلاین از بازارهای مختلف، تحولات چشمگیری را در جریان اقتصاد و دادوستد در جوامع مختلف ایجاد کرده است. گستره وسیع امکانات و خدماتی که در قالب فضای مجازی می‌توان به مشتریان ارائه داد، روزه‌روز در حال افزایش است و این رویه، ساختارهای سنتی کسب‌وکار را با تحولات تازه‌ای روبه‌رو کرده است. یکی از این حوزه‌ها، فروش محصولات بیمه‌ای است. سید محمد رضا فرحی، مدیرعامل «بیمه بازار» معتقد است: «فروش بخشی از انواع بیمه به صورت آنلاین، اتفاق ناگزیری بود که در هر شرایطی رخ می‌داد؛ هرچند هنوز توسعه این بخش همچنان به فرهنگ‌سازی نیاز دارد.» مشروح گفت‌وگو با این مدیر جوان را در ادامه می‌خوانید.

حدود ۱۵ سال است که شاهد شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها در حوزه صنعت بیمه در دنیا هستیم. در ایران نیز با تأخیری ۱۰ ساله، این روند از ۵ سال پیش آغاز شد و استارت‌آپ‌هایی در این زمینه شکل گرفتند. در این میان، بخشی از استارت‌آپ‌ها به فروش آنلاین بیمه اختصاص دارند و بیمه بازار نیز در این حوزه فعالیت دارد. فروش یک‌سری بیمه‌ها مثل بیمه‌های خودرویی، بیمه حوادث، مسافرت و... که نیازی به مشاوره خاص و تصمیم‌گیری‌های پیچیده‌ای ندارند و امکان فروش آنلاین آن‌ها وجود دارد، امکان فروش آنلاین را دارند. پیش از این، مردم ناچار بودند بیمه مورد نظر خود را از نمایندگی‌های بیمه خریداری کنند و ممکن بود که یک نمایندگی، قیمت مناسبی به افراد ندهد، ولی بیمه بازار، پس از مقایسه تمام خدمات و محصولات بیمه‌ای، به شما این امکان را می‌دهد که بهترین گزینه را از نظر خودتان انتخاب و خریداری کنید.

چرا شرکت‌های بیمه از طریق وبسایت‌های خود اقدام به فروش محصولات بیمه‌ای نمی‌کنند؟

همه شرکت‌های بیمه تمایل دارند که فروش آنلاین داشته باشند، اما نمی‌توانند، زیرا دست‌یافتن به زیرساخت‌های عقد قرارداد با شرکت‌های بیمه، صدور بیمه‌نامه و پشتیبانی مشتریان سخت است، بر همین اساس، سرویسی را ارائه کرده‌ایم که سوپر اپلیکیشن فقط کاربر را ثبت می‌کند و تمام خدمات بیمه‌ای در خود بیمه بازار انجام می‌شود. در حال حاضر نیز دیجی‌پی، همراه کارت، اپلیکیشن رانندگان اسنپ و... نیز با استفاده از طریق این سرویس در حال فروش بیمه هستند.

اهداف اولیه و اصلی تأسیس بیمه بازار چه بوده است؟

هدف اصلی ما این بوده که به باز یگر اصلی بازار فروش آنلاین بیمه در کشور تبدیل شویم و رفته‌رفته به حوزه‌های فناوری محور تر هم ورود کنیم که خدماتی نظیر تحلیل ریسک، قیمت‌گذاری هوشمند محصولات بیمه‌ای، تحلیل کلان داده‌های بیمه‌ای و... را در بر می‌گیرد. متأسفانه صنعت بیمه از نظر رشد فناوری، نسبت به حوزه‌هایی همچون بانک، بورس و... عقب مانده، به همین دلیل شاید به صد درصد اهدافمان نرسیده باشیم، اما در دو سه سال اخیر، با شیوع پاندمی کرونا و افزایش تمایل مردم به خرید محصولات بیمه‌ای آنلاین، شاهد رشد مشتریان خود بوده‌ایم که به ۳۰

در خصوص سوابق تحصیلی و فعالیت‌های مدیریتی خود توضیح دهید.

بنده متولد ۱۳۶۵ و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی صنایع از دانشگاه صنعتی شریف هستم. برای ادامه تحصیل به فرانسه و اسپانیا سفر کردم و در دانشگاه‌های این دو کشور، به ترتیب در رشته‌های اقتصاد و مالی به تحصیل ادامه دادم. در سال ۱۳۹۳ به ایران بازگشتم و مدتی در وزارت راه، مشاور حوزه وزارت بودم. مدتی هم با بانک پاسارگاد همکاری داشتم و در سال ۱۳۹۴ وارد شرکت «سرمایه‌گذاری جسورانه رهنما» شدم که حوزه فعالیت آن در زمینه سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌های موفق ایرانی است که تاکنون روی کافه بازار، دیوار، بلد، مکتبخونه، تلویپون، مامانپز و بیش از سی استارت‌آپ دیگر سرمایه‌گذاری کرده است. در سال ۱۳۹۵ هم «بیمه بازار» را تأسیس کردیم و در حال حاضر به عنوان مدیرعامل این برند مشغول به فعالیت هستیم. یک آکادمی به نام «چرخ» را هم راه‌اندازی کرده‌ایم که در حوزه جذب سرمایه و ارزش‌گذاری کسب‌وکار، به استارت‌آپ‌ها مشاوره می‌دهد. علاوه بر این، در دانشکده مدیریت و دانشکده برق دانشگاه صنعتی شریف هم تدریس می‌کنم.

آینده اولیه بیمه بازار چه بود و در چه حوزه‌ای فعالیت دارد؟

برابر شدن خریداران انجامیده است. در سه سالی که بنده مدیر عامل بیمه بازار بوده‌ام، اتفاق‌های خوبی افتاده که از مهمترین آن می‌توان به سه‌الی چهار برابر شدن میزان فروش هر ساله اشاره کرد. خوشبختانه مردم نیز به خرید آنلاین بیمه‌نامه روی خوش نشان داده‌اند و کسب و کار بیمه بازار، رو به گسترش است، لذا در راستای اهدافی که هیات مدیره تعیین کرده، در حال حرکت هستیم.

بیمه بازار در سال‌های اخیر چه تحولات و دستاوردهایی داشته است؟

ما چند خدمت اساسی را ارائه می‌کنیم. مثلاً بیش از ۳۰ هزار داده خسارت رشته بیمه‌های شخص ثالث و بدنه چند شرکت رادر یافت و با استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی، مورد پردازش و تحلیل قرار داده‌ایم و به یک سامانه جامع تحلیل ریسک دست پیدا کرده‌ایم. این سامانه می‌تواند افراد را از نظر میزان ریسک‌پذیری، دهک‌بندی کند. در واقع بر مبنای سن خودرو، وارداتی یا داخلی بودن آن، محل اقامت و شاخص‌های دیگر، این دهک‌بندی برای هر مشتری انجام می‌شود و میزان ریسک‌پذیری خودرو و احتمال تصادفات مشخص می‌شود. از این طریق به شرکت‌های بیمه کمک می‌کنیم تا به نسبت احتمال ریسک‌پذیری، قیمت محصولات و خدمات خود را تعیین کنند.

آیا صنعت بیمه و دست‌اندرکاران آن از بیمه بازار استقبال کرده‌اند؟

همیشه مقاومت‌هایی وجود دارد و دلیل این مقاومت‌ها هم دغدغه معیشت نمایندگان شرکت‌های بیمه است که تعدادشان به ۴۰ هزار نماینده در کشور می‌رسد؛ هر چند تنها ۱۰ هزار نماینده فعال هستند که به نظر من این دغدغه، به‌جا و درست نیست. بیمه‌نامه‌هایی که می‌توان آن‌ها را به صورت آنلاین به فروش رساند، بین ۲۰ تا ۳۰ درصد بیمه‌ها را شامل می‌شوند و این یعنی بیش از ۷۰ درصد بیمه‌ها نیاز به مشاوره دارند و امکان واگذاری آنلاین آن‌ها وجود ندارد. از طرفی، تاکنون حداکثر ۲ درصد بیمه‌نامه‌ها به صورت آنلاین فروخته می‌شود، ولی با مقاومت‌هایی از سوی فعالان صنعت بیمه مواجه هستیم؛ با این حال شرکت‌های بیمه از همکاری با ما استقبال می‌کنند، چرا که ما سهم آن‌ها از بازار را افزایش می‌دهیم. قبل از ایجاد استارت‌آپ‌های فروش آنلاین بیمه، سهم بازار شرکت‌های بیمه متأثر از تعداد نمایندگان و عملکرد آن‌ها بود، اما در حال حاضر شرکت‌ها برای بالابردن سهم خود از بازار، نیازی به اضافه کردن نمایندگی در سراسر کشور ندارند. وزارت اقتصاد و وزارت ارتباطات هم کمک‌های شایانی را در این مسیر انجام داده‌اند و فقط بیمه مرکزی معمولاً به کمک ما آمده است. تمام این‌ها در شرایطی است که مردم به خدمات ارائه‌شده از سوی بیمه بازار روی خوش نشان داده و استقبال آنان از خود شرکت‌های بیمه بیشتر بوده است.

به نظر شما فروش آنلاین بیمه، حاصل یک ضرورت بود؟

ارائه خدمات بیمه‌ای در فضای آنلاین، حتماً شکل می‌گرفت. اگر چه در عصر فناوری، اصل نیاز و تقاضا در جامعه وجود دارد، اما شیوه برآورده کردن نیازها و مطالبات مردم تغییر می‌کند. مثلاً مجموعه‌هایی مثل اسنپ و تپسی در ایران و نمونه‌های خارجی آن مثل اوبر و لیفت، مفهوم تاکسی درستی را ابداع نکرده‌اند و قبل از آن‌ها نیز این خدمات ارائه می‌شد، ولی تاکسی‌های آنلاین علاوه بر ارتقاء خدمات، همان نیاز قدیمی را به گونه‌ای تازه و مبتنی بر فناوری پاسخ داده‌اند. در حوزه دفاتر فروش بلیت هواپیما

نیز شاهد اتفاقات مشابهی بودیم، به طوری که در گذشته اکثر افراد برای تهیه بلیت به برخی از خیابان‌های تهران مانند خرمشهر یا سهروردی مراجعه می‌کردند، در حالی که هم‌اکنون عمده بلیت‌های مورد نیاز از طریق فضای مجازی تهیه می‌شود. دیر یا زود تمام این اتفاقات می‌افتاد و نمی‌شد جلوی آن‌ها را گرفت. همین حالا برای عقد و دریافت بخشی از بیمه‌نامه‌ها، نیازی نیست که افراد مراجعه‌ای به دفاتر نمایندگی داشته باشند؛ ضمن اینکه هر کدام از این دفاتر، فقط نمایندگی یک شرکت از ۲۰ شرکت بیمه کشور هستند؛ در حالی که بیمه بازار، اطلاعات و تعرفه تمام شرکت‌ها را در اختیار دارد و مشتریان می‌توانند آن‌ها را با یکدیگر مقایسه کنند.

مهمترین ویژگی بیمه بازار چیست؟

حداقل سه یا چهار بازگر بزرگ در عرصه بیمه آنلاین در کشور وجود دارد، اما چیزی که بیمه بازار را از دیگران متمایز می‌کند، این است که آن‌ها عمدتاً روی حوزه بازاریابی و فروش متمرکز بوده‌اند و تبلیغات عمومی زیادی داشته‌اند، اما بیمه بازار علاوه بر اقداماتی که در بخش بازاریابی و فروش انجام داده، توجه ویژه‌ای به جنبه‌های فناوری و بهبود تجربه ارزش در صنعت بیمه داشته که امکان تحلیل ریسک و سایر خدمات را برای ما ممکن می‌سازد.

بیمه بازار با چه مشکلات و دغدغه‌هایی مواجه است؟

بخشی از مشکلات، رگولاتوری است که از سوی بیمه مرکزی و با توجه به قوانین موجود با آن‌ها مواجه هستیم. مثلاً مطابق با قوانین، در صنعت بیمه نمی‌توان نسبت به حق بیمه مندرج در بیمه‌نامه، به مشتری تخفیف داد، در حالی که در همه جای دنیا، یکی از سیاست‌های جذب مشتری، تخفیف است. به همین خاطر ما همیشه از بیمه مرکزی تقاضا کرده‌ایم که بتوانیم به مشتریان خود تخفیف دهیم، اما همواره با ما مخالفت کرده‌اند. مانع دیگری که با آن مواجه بوده‌ایم، به جدید بودن بیمه آنلاین برای مردم بازمی‌گردد. آن‌ها ده‌ها سال عادت داشتند که بیمه‌نامه خود را از نمایندگی‌ها دریافت کنند و برایشان سخت بود که برای اولین بار، بیمه‌نامه خود را از طریق سایت خریداری کنند. در واقع ایجاد فرهنگ خرید آنلاین در جامعه، کاری سخت، ظریف و هزینه‌بر است که انجام آن به عملکردی هنرمندانه نیاز دارد.

چشم‌انداز و برنامه ریزی شما برای توسعه بیمه بازار در آینده چیست؟

چشم‌انداز ما این است که در صورت امکان همین روند افزایش فروش را ادامه دهیم تا در سال ۱۴۰۴ شرکت را وارد بورس کنیم و به اولین شرکت در حوزه فروش آنلاین بیمه‌نامه تبدیل شویم که سهامی عام است. قصد ما این است که در سایر حوزه‌های فناوری‌های نوین بیمه‌ای هم وارد شویم. مهمترین حوزه مورد نظر من، حوزه تحلیل داده است. صنعت بیمه معمولاً داده‌ای است که کسی تاکنون آن‌ها را تحلیل نکرده است. مثلاً تحلیل اینکه ضریب خسارت خودرو در هر استان، به تفکیک جغرافیای صدور، جنس خودرو و... چقدر است، یا مثلاً کشف تقلب برای دریافت خسارت، از چه الگوریتم‌هایی تبعیت می‌کند. این‌ها نتایجی است که با تحلیل داده‌های بیمه‌ای می‌توان به آن‌ها دست پیدا کرد. همچنین تمایل داریم که اگر گشایش‌هایی در فضای بین الملل فراهم شد، خدمات خود را به بیرون از مرزهای کشور به ویژه کشورهای حاشیه خلیج فارس گسترش دهیم، چرا که برای آن‌ها نیز پدیده فروش آنلاین بیمه، پدیده‌ای بکر است. ■

قبل از ایجاد استارت‌آپ‌های فروش آنلاین بیمه، سهم بازار شرکت‌های بیمه متأثر از تعداد نمایندگان و عملکرد آن‌ها بود، اما در حال حاضر شرکت‌ها برای بالابردن سهم خود از بازار، نیازی به اضافه کردن نمایندگی در سراسر کشور ندارند

مدیر کل بازاریابی و فروش سازمانی شرکت ارتباطات مبتنی

ارائه خدمات شبکه‌ای مبتنی بر نیاز سازمان‌ها در سراسر کشور

محمد جعفری

تکنولوژی‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی، به فراخور نیاز جامعه در بخش‌های مختلف توسعه چشمگیری داشته‌اند و خدمات مبتنی بر شبکه این امکان را به اشخاص و سازمان‌ها می‌دهد تا کسب و کار خود را در گستره‌های وسیع‌تری مدیریت کنند. مساله اصلی در این زمینه، همگام شدن و بهره‌مندی از فناوری‌های به‌روز در جهان است و اپراتورها تلاش می‌کنند تا با اضافه کردن خدمات جدید به سبد ارتباطی خود، سهم بیشتری را از بازار به خود اختصاص دهند. در این زمینه، شرکت ارتباطات مبتنی یکی از شناخته‌شده‌ترین شرکت‌ها در ارائه خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات است. راهکارهای سازمانی مبتنی در کنار کسب و کارها با ارائه خدمات اختصاصی با SLA تضمین شده، دسترسی مانی‌تورینگ و نظارت آنلاین، ارائه سرویس پایلوت با نصب رایگان و تجهیزات امنیتی و پشتیبانی اختصاصی ۲۴*۷، به مهندسی راهکارهای منحصر به فرد برای هر یک از کسب و کارها پرداخته و هوشمندسازی، سرعت و امنیت را هم‌زمان ارائه می‌کند. برای آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این شرکت گفت‌وگویی با ناصر مرادی، مدیر کل بازاریابی و فروش سازمانی شرکت ارتباطات مبتنی انجام داده‌ایم که مشروح آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

موارد، یک معاونت تجاری مجزا تعریف شده که اولی، مدیریت فروش انبوه خدمات به عموم مشتریان و پوشش سراسری اینترنت بی‌سیم پرسرعت را با فروش مودم‌های مختلف به عهده دارد و معاونت فروش سازمانی نیز روی ارائه خدمات به سازمان‌های کوچک و بزرگ کشور تمرکز دارد.

آیا این شرکت در حوزه ارائه خدمات به کسب و کارها به اهداف خود رسیده است؟

بله کاملاً. در حال حاضر به جرات می‌توانیم اعلام کنیم که نقطه‌ای در کشور نیست که نتوانیم با حداقل یک تکنولوژی بی‌سیم متصل کنیم. این مساله برای سازمان‌ها بسیار مهم است که در هر نقطه‌ای از کشور بتوانند از خدمات شبکه‌ای و همگی از یک اپراتور متمرکز بهره‌مند شوند. این سرویس دهی به لحاظ ارتقاء امنیت ارتباطات از سرویس اینترنت بسیار امن تر بوده و مجوزهای لازم از مراجع مربوطه را اخذ کرده است. همچنین ما به مشتریان خود سطح مشخصی از خدمات را تضمین کرده و در قالب پیوست SLA حتی در قراردادهای ملزم به رعایت آن‌ها شدیم و از این رو سامانه مانی‌تورینگ و تیکتینگ جامعی را در اختیار مشتریان جهت پایش دقیق نقاط چاه از لحاظ کیفی و چه از لحاظ کمی قرار داده‌ایم.

اختصاص یک کارشناس متخصص در امور مشتریان (Account Manager) به عنوان نماینده ایشان در مبنی جهت پیگیری سایر امور و درخواست‌ها، از ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد این شرکت است. در دو سال اخیر، ما بالاتر از اهداف مورد نظر خود قرار گرفتیم و در حوزه سرویس‌های همراه و سیم کارت‌های به فروش رسیده، تمام اهداف چند سال گذشته را در طول یک سال محقق کرده‌ایم. فقط در سال ۱۴۰۰، بیش از یک میلیون سیم کارت در بخش خدمات سازمانی به فروش رساندیم و از ابتدای امسال تاکنون بیش از ۳۵۰ هزار سیم کارت سازمانی فروخته شده و در نظر داریم تا پایان سال به یک میلیون و ۲۰۰ هزار سیم کارت برسیم.

برنامه‌های جدید و طرح توسعه این شرکت چه مواردی را شامل می‌شود؟

ما برنامه‌های مختلفی را پیگیری می‌کنیم. اولاً در کنار خدمات ارتباطی بی‌سیم، توسعه خدمات فیبر را مبتنی بر استراتژی اعلام شده از سوی وزارتخانه در دستور کار قرار دادیم که با حمایت همراه اول به مشتریان ارائه می‌شود. همچنین در حال حاضر شبکه 5G به عنوان تکنولوژی روز جهان در



درباره زمینه فعالیت شرکت ارتباطات مبتنی توضیح دهید.

پروانه فعالیت این شرکت، به عنوان یک اپراتور ارتباطی بی‌سیم با تکنولوژی وایمکس در سال ۱۳۸۷ از سوی سازمان تنظیم صادر شد و این شرکت فعالیت رسمی خود را از سال ۱۳۸۹ آغاز کرد. در واقع ما اولین اپراتور بزرگ سراسری کشور بودیم که خدمات وایمکس را در ایران ارائه می‌کرد. در همان مقطع، موفق به جذب مشتریان زیادی شدیم و در سال ۱۳۹۵ تغییر تکنولوژی دادیم و به نسل چهار و نیم یا همان TD-LTE وارد شدیم. همان زمان، تغییراتی هم در نسبت سهام‌ها ایجاد شده بود که مطابق با آن، ۸۰ درصد سهام به شرکت همراه اول و ۲۰ درصد از سهام به شرکت صنایع ارتباطی پایا تعلق گرفت. از سال ۱۳۹۶ بحث انتقال سرویس‌های سازمانی همراه اول به مبنی، به عنوان راهبر اجرایی سرویس‌های سازمانی همراه اول کلید خورد. در سال ۱۳۹۸ قرارداد انتقال این سرویس منعقد شد که بر اساس آن برند «همراه اول کسب و کار» نیز تعریف شد و مادر این مجموعه می‌توانیم ارتباطات بی‌سیم ثابت و سیار را توأمان برای سازمان‌ها فراهم کنیم. در واقع، شرکت بخش فروش انبوه را از بخش فروش سازمانی کاملاً جدا کرده و برای هر یک از این

حوزه ارتباطات سازمانی در اختیار سازمان ها قرار می گیرد که در سال گذشته چند رسانه و شهرداری تهران را به این شبکه متصل کردیم. توسعه خدمات مبتنی بر اینترنت اشیا (IoT) نیز از جمله خدمات ما به شمار می آید و اخیرا به عنوان اولین اپراتور اعلام حریق در تهران فعالیت خود را آغاز کرده ایم. این اولین بار است که در کشور این خدمات بر پایه IoT شکل گرفته و ما می توانیم سیستم اعلام حریق تمام ساختمان های شهر تهران اعم از مسکونی، تجاری و... را به یک پلتفرم متصل کنیم که با آتش نشانی در ارتباط باشند. با این اقدام، اگر در هر نقطه و هر ساختمانی آتش سوزی رخ دهد، دیگر نیازی به تماس با آتش نشانی نیست، بلکه سازمان آتش نشانی بلافاصله از وقوع حریق مطلع می شود. اساسا سیاست توسعه ای ما حرکت به سمت رایانش ابری (Cloud Computing) است. شرکت ارتباطات مبین نت به منظور تامین نیازمندی سازمان ها، شرکت ها، بانک ها، کسب و کارها و صنایع گوناگون در حوزه های مختلف، اقدام به ارائه سرویس ابری کرده است. مبین نت با نوآوری در این عرصه اکنون توانسته برای نخستین بار در کشور، سرویس نظارت تصویری ابری را در اختیار کسب و کارها و سازمان های مختلف قرار دهد. در حال حاضر نیز سرویس های ابری را به مشتریان خود ارائه می دهیم و به دنبال ایجاد پایه دیجیتال در سازمان ها هستیم. این موارد اهداف مادر بخش توسعه هستند که هم تر از باترندهای دنیا آن ها را دنبال می کنیم.

آیا گزاری در باره میزان رضایت مشتریان دارید؟

در کنار شاخص های موجود در نگهداشت مشتریان همچون نرخ ریزش و نرخ وفاداری به طور مستمر و با برگزاری جلسات متعدد، میزان رضایت مشتریان سازمانی ارزیابی می شود و مطابق آخرین دوره ارزیابی صورت گرفته، رضایت مشتریان ما بیش از ۸۵ درصد در رضایت از کیفیت برآورد شده است. نکته جالب توجه این است که با وجود دامپینگ های عجیب رقبا در سال های اخیر، نرخ ریزش مشتریان ما تقریبا صاف بوده است. بالا بودن نرخ وفاداری مشتریان مان به دلیل پشتیبانی و خدماتی است که شرکت ارتباطات مبین نت در اختیار آن ها قرار می دهد. از اصلی ترین ارزش های مبین نت می توان به مشتری مداری، نوآوری، نتیجه گرایی شفافیت و پاسخگویی به مشتریان اشاره کرد.

سید ارتباطی شما شامل چه خدمات ویژه ای می شود و آیا برنامه ای برای ارائه خدمات برون مرزی دارید؟

بخشی از سرویس هایی که در بازار ارائه می دهیم، منطبق بر حوزه های مختلف کسب و کارها است. مثلا در حوزه بانکداری، بورس و بیمه بر اساس نیاز هایی که این صنایع دارند، سرویس های خاصی را ارائه می کنیم. همین طور این سرویس ها در حوزه هایی همچون نفت، گاز و... که نیاز های خاص خودشان را دارند، متفاوت هستند. همچنین بین سرویس هایی که به سازمان های دولتی و خصوصی ارائه می شود، تفاوت هایی بر اساس مطالبات و نیازهایشان وجود دارد. در واقع ما سبب بزرگی از محصولات را در اختیار داریم که هر روز سرویس های جدیدی به آن اضافه می شود و هوشمندسازی در کسب و کارها را پایه گذاری می کند. به عنوان مثال، اگر سازمانی بتواند از طریق اینترنت اشیا و دوربین های هوشمند کارهایش را مدیریت کند، مبین نت با نوآوری در این عرصه اکنون توانسته برای نخستین بار در کشور، سرویس نظارت تصویری ابری را در اختیار کسب و کارها و سازمان های مختلف قرار دهد. محصول منطبق بر تکنولوژی های روز در حوزه پردازش هوشمند تصاویر ضبط شده می تواند نیازهای امنیتی مشتریان را به صورت حداکثری تامین کند. سرویس های ما قابلیت های لازم را به آن سازمان می دهد. هدف کلی ما این است که خدمات ارائه شده بتواند تحولات دیجیتال در کسب و کارها را تسهیل و سازمان ها را به اهدافی که تعیین کرده اند، نزدیک کند. در زمینه خدمات برون مرزی هم تکنولوژی ماهاورای را داریم و خطوط ماهاورای نیز در سید ارتباطی ما قرار گرفته است. ادعای می کنیم که در سراسر کشور نقطه ای نیست که نتوانیم اتصال شبکه را در آنجا انجام دهیم. در سطح کشورهای خارجی مثل عراق، آذربایجان، عمان و... نیز توان توسعه شبکه اختصاصی برای سازمان ها

را به وسیله خطوط ماهاورای داریم و به برخی از مشتریان خود این سرویس را ارائه داده ایم.

آیا در سطح ملی نیز به تعریف پروژه رسیده اید؟

در حال حاضر پروژه های ملی زیادی از جمله پروژه هوشمندسازی کنتورهای برق را در دست داریم که تاکنون نزدیک به ۴۰۰ هزار کنتور تحت پوشش شبکه ما قرار دارد و در حال توسعه است. یکی دیگر از این پروژه ها، پروژه ملی کنترل پارانه نان است که با تخصیص پوزهای بانکی ویژه و اتصال آن ها به شبکه، در حال مدیریت آن ها هستیم. به هر حال مبین نت توانسته ظرفیت های خوبی را در حوزه ارتباطات ایجاد کند که باعث شده، جایگاه خود را در میان سازمان ها باز کند. همچنین جلسات مفید و مستمری با بانک ها داشته و مشتریان مان هم استقبال خوبی از خدمات ارائه شده داشته اند و از ما در دوره نمایشگاه تقاضای خدمات پایلوت داشتند که برای مدتی مشخص به صورت رایگان به آن ها ارائه می شود.

دغدغه اصلی شما در بازار امروزی ارتباطات چیست؟

از نظر کشش بازار مشکل خاصی نداریم و بیشتر دغدغه ما توسعه فضای شبکه و مشکلاتی است که تحریم ها ایجاد کرده اند که باعث کندی فرآیندها می شوند. یکی دیگر از دغدغه های ما وارد کردن تجهیزات بوده که آن هم با کندی هایی روبه رو شده، ولی با همت و پشتکار مجموعه زنجیره تامین، هیچ گاه شاهد توقف سرویس دهی نبودیم. خوشبختانه در مساله نیروی انسانی و جذب نیروهای متخصص، با توجه به پیشینه مثبتی که شرکت دارد، کارشناسان خوبی جذب شده اند و مشکلی نداریم. در حال حاضر بزرگ ترین چالش ما در سطح کشور، مسائل اقتصادی است. قطعاً توسعه کسب و کار ما به توسعه سایر کسب و کارها بستگی دارد. امیدوارم فضای اقتصادی کشور از رکود خارج شود و بتوانیم خدمات به روز تر و در شأن سازمان های کشور ارائه کنیم. سازمان های ایرانی مانند مردم، حقشان بیشتر از این هاست. ما باید با توجه به تخصص و سرمایه هایی که در مجموعه همراه اول وجود دارد، نقش تسهیل گر را در تحقق تحول دیجیتال کسب و کارها و در نهایت آسایش زندگی مردم کشورمان بازی کنیم.

آیا به حوزه سرمایه گذاری نیز وارد شده اید؟

ما در حوزه سرویس های جدید که در حوزه استارت آپ ها بر پایه پلتفرم ارائه می شوند، سرمایه گذاری می کنیم. در واقع شرکت های استارت آپی که بر اساس نیاز بازار بتوانند محصولات مناسب و جذابی عرضه کنند را جذب کرده یا به صورت مشارکتی در بخش خرید تجهیزات مورد نیازشان با آن ها همراه می شویم. در نمایشگاه بورس و سرمایه گذاری نیز دو محصول ویژه را رونمایی کردیم که چنین ویژگی هایی را داشتند.

چشم انداز مبین نت در این حوزه چیست؟

با توجه به ترکیب سهام داری و اضافه شدن ارتباطات سیمی به ارتباطات بی سیم، چشم انداز بنده این است که مبین نت به پهنای واحد برای خدمات IT و ICT سازمان های مختلف تبدیل می شود. این یک گام بسیار مهم است و به هدف مورد نظرمان خیلی نزدیک هستیم. با تلاش و پشتکاری که از مجموعه همراه اول و مبین نت سراغ داریم، فکر می کنم که به زودی شاهد اقدامات بزرگ تری باشیم. از مهمترین چشم اندازهای مبین نت این است که با ارائه راهکارهای هوشمند، به انتخاب اول مشتریان و بزرگ ترین اپراتور ارائه دهنده خدمات سازمانی مدیریتی شده در مسیر تحول دیجیتال تبدیل شود. همچنین به عنوان اپراتور پیشرو، خدمات اینترنت ثابت بی سیم به مشتریان خانگی و مشتریان سازمانی ارائه دهد.

آیا در طول این مسیر، مدیران نگاه حمایتی داشته اند؟

از آنجایی که استراتژی شرکت مبین نت، تمرکز در حوزه B2B است، مجموعه هیات مدیره شرکت و شرکت های منظومه ای همراه اول و شخص مدیر عامل محترم، همواره از خدمات سازمانی حمایت کرده اند که اگر این ها نبود، چنین موفقیت هایی هرگز به دست نمی آمد. ■



رئیس هیات مدیره شرکت سبدگردان هدف عنوان کرد

زیان اقتصاد مولد از عدم تصویب قانون مالیات بر سوداگری

نمونه نادری



سرمایه گذاری در بورس، یعنی داشتن افق بلندمدتی برای سرمایه گذاری سودآور ضمن آنکه باید دانست با این روش برخلاف سوداگری در جایی سرمایه گذاری خواهد شد که بیشترین منفعت را برای مردم و جامعه در پی دارد

چهاردهمین دوره نمایشگاه بین المللی بورس، بانک و بیمه تهران مردادماه در محل نمایشگاه بین المللی برگزار شد. اگرچه شرکت های زیادی در این نمایشگاه حضور پیدا کرده بودند، اما شاهد عدم حضور سازمان بورس و اوراق بهادار تهران و وزیر مجموعه های آن بودیم؛ با این حال برخی از سبدگردان ها و از جمله سبدگردان هدف در نمایشگاه بورس، بانک و بیمه حضور یافته و با اجرای نشست ها و برنامه هایی به استقبال بازدید کنندگان رفتند.

عباسعلی حقانی نسبت، رئیس هیات مدیره شرکت سبدگردان با اشاره به اهمیت این نمایشگاه در اطلاع رسانی عمومی نسبت به بورس و چگونگی انتخاب شیوه های درست سرمایه گذاری، اظهار کرد: هدف این سبدگردان از حضور در چهاردهمین نمایشگاه بین المللی بورس، بانک و بیمه، بسترسازی و زمینه سازی برای آشنایی مردم با ابعاد سرمایه گذاری حرفه ای و بلندمدت در بازار سرمایه است. تلاش سبدگردان هدف بر این است که مردم بر اساس مدل های تکنیکالی، جریان نقدی و تابلوخوانی سهام نخورده و به این منظور تحلیل جامع و ارزشیابی درست داشته باشند تا در نهایت با خرید سهام های با قیمت غیر واقعی متضرر نشوند. باید دانست که رسیدن به سودآوری در بازار سرمایه و مقابله با ریسک های مختلف در بلندمدت حاصل شده و به همین دلیل داشتن نگاه بلندمدت در روند سرمایه گذاری ضرورت دارد.

وی با تأکید بر اینکه ارزش بازار سرمایه طی ۲۰ سال گذشته ۳۸۲ برابر شده، در حالی که بازارهای سوداگرانه ۱۹۰ برابر رشد داشته، گفت: سبدگردان هدف در نظر دارد تاروش های درست سرمایه گذاری حرفه ای را به مردم آموزش دهد. در این راستا طی برگزاری نمایشگاه بورس، بانک و بیمه مسابقات بازی سبدگردونی دایر و جوایز نفیسی نیز برای آن انتخاب کرد تا در آن بزرگسالان و کودکان نحوه مدیریت سرمایه را یاد بگیرند. حقانی نسب با تأکید بر اینکه انتخاب روش درست سرمایه گذاری مهم است، نه میزان پول موجود برای سرمایه گذاری، افزود: سرمایه گذاری در بورس، یعنی داشتن افق بلندمدتی برای سرمایه گذاری سودآور، ضمن آنکه باید دانست، با این روش برخلاف سوداگری در جایی سرمایه گذاری خواهد شد که بیشترین منفعت را برای مردم و جامعه در پی دارد، در حالی که سرمایه گذاری در بازار ملک و مسکن به تشدید فقر و فلاکت مردم و همچنین بی خانمان شدن آن ها منتهی خواهد شد.

رئیس هیات مدیره سبدگردان هدف در پاسخ به این سوال که "چطور می توان اعتماد از دست رفته مردم را به بازار سرمایه جلب کرد"، گفت: متأسفانه بازار سرمایه منشأ زیادی برای بی اعتمادی دارد که از جمله آن بی توجهی دولت مردان و عدم دلگرمی دادن آنان به فعالان این بازار است، به طوری که به رغم کشش رئیس جمهور و برخی از مدیران به بورس، تمایلی نسبت به این بازار در بدنه متولی آن مثل سازمان بورس و اوراق بهادار و نهادهای وابسته وجود ندارد.

وی با تأکید بر اینکه رفتارهای ناصواب موجب بی اعتمادی به بورس شده، ادامه داد: زمانی که یک شرکت به جای سرمایه گذاری در بورس، پول خود را در بانک ها سپرده گذاری می کند، این اعتماد چگونه شکل خواهد گرفت؟ از سوی دیگر، این مساله باعث شده تا خیلی از شرکت های بورسی و سبدگردان ها که برای دریافت مجوز و... به این نهاد وابسته هستند، در نمایشگاه بورس، بانک و بیمه شرکت نکنند، هر چند که شنیده شده، سازمان بورس با کانون ها و نهادهای برای عدم حضور در این نمایشگاه نامه نگاری کرده است.

حقانی نسبت با ذکر اینکه در صورت شرکت سازمان بورس اوراق بهادار تهران در نمایشگاه بورس، بانک و بیمه، تعداد بازدید کنندگان به بیش از ۵۰۰ هزار نفر می رسید، بیان کرد: با این وجود حدود ۲۰ الی ۳۰ هزار نفر در این نمایشگاه حضور یافتند. حتی صداوسیما نیز به عنوان رسانه ملی اطلاع رسانی دقیقی از برگزاری این نمایشگاه انجام نداد.

رئیس هیات مدیره سبدگردان هدف با اشاره به بی اطلاعی مسئولان، مدیران و حتی برخی از کارآفرینان نسبت به اهمیت و ماهیت بازار سرمایه عنوان کرد: مدتی پیش، یک کارآفرین از برنامه میدان به غرفه این سبدگردان آمد و پرسید که چه چیزی تولید می کنید و بنده در جواب او گفتم خودرو، فولاد و همه چیز. او نمی دانست، زمانی که یک سرمایه گذار سهام یک شرکت را خریداری می کند، به معنای شراکت او در تولید آن شرکت بوده و سهامداری در بورس به معنی کمک به فرایند تولید است.

وی عدم سودآوری بازار سرمایه را ناشی از سوداگری و عدم تصویب قوانینی مانند لایحه مالیات بر عایدی سوداگری و مالیات بر کالاهای مصرفی سرمایه ای عنوان کرد و گفت: اگر به خوبی دقت کنیم، این لایحه بیش از ۱۰ سال است که به مجلس رفته و مورد تصویب قرار نگرفته است، چرا که قطعاً با تصویب آن، منافع برخی از نمایندگان و دولت مردان به خطر خواهد افتاد.

حقانی نسبت با اظهار تأسف از رشد بخش غیر مولد اقتصاد و سوداگری ادامه داد: امروزه یکی از ضروریات سرمایه گذاری، فرهنگ سازی در حوزه تقویت سواد مالی پس انداز است، بر همین اساس سبدگردان هدف در نمایشگاه بورس، بانک و بیمه شرکت کرد تا شیوه های معیوب سرمایه گذاری مثل پس انداز در بانک ها را به سمت سرمایه گذاری در اوراق با درآمد ثابت بازار سرمایه تغییر دهد.

رئیس هیات مدیره سبدگردان هدف، بهترین روش سرمایه گذاری را سرمایه گذاری در بورس عنوان کرد و گفت: این موضوع ضمن سودرسانی به کلیت جامعه، موجب رونق تولید و اشتغال خواهد شد، اما متأسفانه حوزه تولید مورد بی مهری مسئولان، مجلس و رسانه ها، به ویژه رسانه ملی قرار گرفته و همین موضوع در وضعیت فعلی بازار نیز اثر منفی دارد. ■

پرونده ویژه



گفت و گوی اختصاصی با مهندس علی بلوکی

در این بخش می خوانیم:

- بهینه سازی مصرف انرژی در سیستم آسانسور
- رشد سرمایه گذاری در تولید با استفاده از سیاست های تشویقی
- استفاده از قطعات تقلبی در صنعت آسانسور موجب افزایش خسارت می شود

مدیرعامل شرکت کارآمد

سرعت پیشرفت شرکت‌های کوچک در صنعت آسانسور کم است

مهديه شهسواری

عدم رعایت قیمت‌گذاری اصولی آسانسور توسط مسئولان مربوطه، موجب شده تا بسیاری از شرکت‌های کوچک توان تامین هزینه‌های جاری تولید این محصول را نداشته باشند، در حالی که شرکت‌های بزرگ با توجه به امکانات موجود و سیاست‌های خاص از شرایط خوبی برای درآمدزایی برخوردار هستند. البته باید دانست، امروزه به دلیل تحریم و سیاست حمایت از صنایع داخلی، امکان ورود تجهیزات با کیفیت مورد نیاز وجود ندارد و همین امر بر شرایط کلی این صنعت اثرگذار است. به این بهانه به سراغ مهندس علی بلوکی، مدیرعامل شرکت کارآمد رفته و با وی به گفت‌وگو پرداختیم. بلوکی با توجه به رشته تحصیلی خود و با استفاده از تجارب بزرگان این حرفه، طراحی و ساخت تابلو فرمان آسانسور را آموخته است. مشروح این مصاحبه در ادامه می‌آید.

از آن‌ها نیز هر شرکت طراحی و مونتاژ آسانسور، یا آسانسورهای کامل خارجی نصب می‌کردند یا با الهام از نقشه‌های تابلو فرمان خارجی که معمولاً رله‌ای هم بودند، تابلوها را خودشان سیم‌کشی و آماده می‌کردند و چون این امر نیاز به تخصص بیشتری داشت، تعداد شرکت‌های طراحی و مونتاژ نیز اندک بود. تابلو فرمان‌های رله‌ای نیز گذشته از سیستم‌های دوبلکس یا گروهی، معمولاً به دو صورت تک دکمه‌ای و کلکتیو سیم‌کشی می‌شدند. سیستم تک دکمه‌ای ساده‌تر بود و فقط پاسخگوی اولین احضار بود و تا زمانی که آسانسور به مقصد احضار شده نمی‌رسید، به هیچ کدام از احضارهای دیگر پاسخ داده نمی‌شد. سیستم دیگری که اصطلاحاً به آن کلکتیو می‌گفتند و پاسخگوی تمام طبقات احضار شده بود، بر اساس اطلاع‌بنده اولین بار با الهام گرفتن از سیستم آسانسور ورتایم توسط مرحوم احمد نیازی، یکی از پیشکسوتان صنعت آسانسور، سیم‌کشی شده بود. (البته این مطلب ارتباطی به تابلو فرمان‌های آماده خارجی نداشت). مرحوم نیازی مرا تشویق به این امر کرد که به موازات تابلوهای رله‌ای به طراحی تابلو فرمان الکترونیکی اقدام نمایم و بعد از چند ماه این امر محقق شد و اولین تابلوی الکترونیکی را در یکی از ساختمان‌های طرف قرارداد مرحوم نیازی، نصب و راه‌اندازی کردیم که حداقل تا ۱۵ سال در همان پروژه در حال کار بود. شایان ذکر است، طراحی کامل تمام تابلو فرمان‌های این شرکت از رله‌ای تا دیجیتال و میکرو کنترلری، صدر صد توسط شرکت کارآمد انجام گرفته و در هیچ مورد از بردهای خارجی کپی‌برداری نشده که البته این امر در روند شناسایی سریع عیوب و خرابی‌ها نقش موثری دارد.

کیفیت محصولات شرکت کارآمد در چه سطحی قرار دارد؟
صفر تا صد محصولات، حاصل طراحی این شرکت است، در حالی که بیشتر نمونه‌های تابلو فرمان مشابه موجود در بازار، یا کپی‌برداری از طرح‌های خارجی یا داخلی و یا وارداتی است، بر همین اساس تاکید می‌شود، طراحی محصولات شرکت کارآمد با توجه به تجربیات گذشته از کیفیت لازم برخوردار بوده، به طوری که نمونه تابلو فرمان‌های دیجیتالی آن پس از ۲۲ سال کار مداوم هنوز نیازی به تعمیر پیدا نکرده است.

موضوع امنیت و ایمنی تا چه اندازه مورد توجه شرکت کارآمد قرار دارد؟

چگونگی طراحی تابلو فرمان آسانسور بر همه قسمت‌های آسانسور



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

بنده در سال ۱۳۶۲ از طریق مرحوم حسن منوچهری، یکی از اساتید صنعت آسانسور با نقشه تابلو فرمان آسانسور آشنا شدم. ایشان با توضیحاتی که ارائه کردند، در بدو ورود برای اولین بار سیم‌کشی و راه‌اندازی دو دستگاه تابلو فرمان بارله‌های آسانسور فالدکونی را به بنده واگذار کردند که خوشبختانه این تابلوها را بدون اشکال سیم‌کشی کردم، ولی برای راه‌اندازی نیاز به آشنایی با قطعات نصب شده در محل پروژه داشتیم که به کمک و راهنمایی استاد منوچهری، راه‌اندازی این پروژه‌ها انجام شد. البته باید توجه داشت، نصب و تعمیرات آسانسور در آن زمان نسبت به مقطع فعلی کار سخت‌تری بود، چرا که در زمان جنگ تحمیلی قرار داشتیم و تجهیزات نیز وارد نمی‌شد و به اجبار قطعات معیوب را تعمیر و بازسازی می‌کردیم و تعویض به ندرت انجام می‌شد.

شرکت کارآمد در چه سالی و با چه هدفی تاسیس شد؟

این شرکت در سال ۱۳۷۴ با هدف طراحی و تولید تابلو فرمان آسانسور به ثبت رسید. در آن زمان برای تولید در اکثر موارد از رله استفاده می‌شد و قبل

به لحاظ ایمنی اثر گذار است، بر همین اساس در طراحی این محصول، اولین اولویت شرکت کار آمد، رعایت سیستم ایمنی است. با توجه به اینکه سیستم‌های ارتباط سریال (کار کدک) به منظور کاهش کابل سیار جافتا شده، ممکن است که بعضی از طراحان تابلوفرمان صرفاً برای کمتر کردن تعداد کابل سیار بعضی از قسمت‌ها مانند روی یون را در کار کدک بگنجانند که این امر در صورت خرابی احتمالی قطعات الکترونیکی، خطراتی را متوجه تعمیرکاران می‌کند، ولی ما این مسائل را در نظر گرفته و ایمنی سیستم را همواره بر مسائل مالی تمام شده ترجیح می‌دهیم.

آیا مواد اولیه موجود در بازار، کیفیت مناسبی دارند؟

متأسفانه اکثر مواد و تجهیزات مورد نیاز در بازار معمولاً از محصولات کم کیفیت چینی بوده و از کارایی لازم برخوردار نیستند. به عنوان مثال، یک خازن ۱۰۰ ولتی ژاپنی تحمل ولتاژ بالاتر از ۱۰۰ ولت را نیز دارد، ولی در بعضی از موارد، خازن‌هایی که از بازار تهیه می‌کنیم و ولتاژ نامی آن مثلاً ۱۰۰ ولت است، تحمل ۷۰ ولت را هم ندارند و همین موضوع، مشکلاتی را در حین کار تابلوفرمان به وجود می‌آورد. با این حال سعی و تلاش شرکت کار آمد بر این است که نحوه طراحی را به گونه‌ای انجام دهد که ضریب اطمینان قطعات مصرفی بالا رفته و خرابی آن‌ها به حداقل برسد.

تا چه اندازه به رعایت استانداردهای تولید این محصول پایبند هستید؟

تولید تابلوفرمان بر اساس استاندارد en81 اروپا و استاندارد ملی ایران انجام می‌گیرد و در صورت عدم تطابق با این استانداردها مورد تایید بازرسان شرکت‌های بازرسی قرار نخواهند گرفت. علاوه بر این، بردهای الکترونیکی فرمان قبل از استفاده در تابلوها باید توسط کارشناسان مرکز تحقیقات انفورماتیک، تحت آزمایش‌های مختلف قرار گیرد و برای این بردها از طریق مرکز تحقیقات انفورماتیک تاییدیه صادر شود، در غیر این صورت مجاز به استفاده از آن نیستیم و مورد تایید شرکت‌های بازرسی قرار نمی‌گیرد.

به هنگام ایجاد حوادث ناشی از خرابی آسانسور چه باید کرد؟

زمانی که به هر دلیلی برای آسانسور مشکلی پیش می‌آید، با ماموران آتش نشانی تماس گرفته می‌شود که این ماموران از روش‌های درست برای خروج افراد از آسانسور استفاده نمی‌کنند و همین امر ترس عمومی را افزایش می‌دهد، به نظر، ماموران آتش نشانی باید با همکاری اتحادیه و سندیکا، آموزش‌های لازم برای خروج افراد از آسانسور را فرا گیرند. البته باد دانست، جس شدن در کابین آسانسور خطری به لحاظ تنفس ایجاد نمی‌کند، حتی اگر طولانی مدت باشد، چرا که در صورت خرابی تهویه نیز هوای کافی برای استنشاق وجود دارد. از نظر امنیت مکانیکی هم باید گفت، همه آسانسورهای استاندارد، دارای تجهیزاتی هستند که حتی در زمان سقوط آزاد کابین نیز احتمال برخورد کابین با سطح زمین را تقریباً به صفر می‌رساند.

هم اکنون سرمایه‌گذاری در صنعت آسانسور در چه شرایطی است؟

این موضوع قطعاً با انجام فعالیت‌های گروهی آثار بیشتری به همراه خواهد داشت، اما متأسفانه بسیاری از همکاران، تمایلی برای انجام کارهای گروهی ندارند و همین امر، افق پیش روی این صنعت را مبهم می‌کند، در صورتی که در کشورهای توسعه یافته، مردم به اهمیت انجام فعالیت‌های

گروهی توجه بیشتری دارند و طبیعتاً در زمینه‌های مختلف نیز موفق‌تر عمل می‌کنند.

مسئولان و مدیران این حوزه چه مشوق‌هایی را برای رشد آن در نظر گرفته‌اند؟

بنده تاکنون در این زمینه امتیازی از دولت و نهادهای دولتی دریافت نکرده‌ام، اما به نظر می‌رسد، برای شرکت‌های بزرگ و دانش بنیان حمایت‌هایی در نظر گرفته شده باشد. شایان ذکر است، هم‌اکنون حدود ۹۹ درصد تجهیزات آسانسور، در ایران تولید می‌شود و پاسخگوی بسیاری از آسانسورهای کشور است.

چه نظری درباره کپی برداری در این صنعت دارید؟

زمانی که تابلوفرمان‌های رله‌ای رواج داشت، اکثر افراد غیر مسلط به نقشه خوانی، توان ورود به این حرفه و صنعت را نداشتند، اما پس از آنکه تولیدات تابلوفرمان به شکل پکیج و با تضمین خدمات به شرکت‌های طراحی و مونتاژ آسانسور محول شد، هم تعداد شرکت‌های طراحی و مونتاژ بیشتر شد و هم کپی برداری یا شبیه‌سازی از تابلوهای شرکت‌های اولیه توسط پرسنل آن شرکت‌ها انجام شد که این امر باعث تعدد شرکت‌های تابلوسازی گردید، به طوری که می‌توان گفت، چند شرکت تابلوسازی جدید از هر شرکت تابلوساز اولیه منشعب شده است.

چه صحبتی با همکاران خود به ویژه تابلوسازان در صنعت آسانسور دارید؟

معمولاً تمام قسمت‌های آسانسور به نوعی به تابلوفرمان متصل شده و در صورت بروز اشکال در هر قسمتی، تابلوفرمان از کار می‌افتد که در چنین شرایطی همکاران تعمیر کار یا راه انداز با شرکت تابلوساز تماس گرفته و خرابی تابلوفرمان را اعلام می‌کنند. اگر شرکت تابلوساز شفاهی یا تلفنی نتواند ثابت کند که اشکال از تابلو نیست، باید کارشناس حضوری به محل پروژه اعزام کند، حتی اگر عیب از جای دیگری باشد؛ بنابراین بیشتر مشکلات متوجه تابلوسازان است، چون تخصصی تر از قسمت‌های دیگر آسانسور است. تابلوسازان باید ارزش والای کار خود را بدانند و جایگاه آن را حفظ کنند، ولی متأسفانه خیلی از همکاران بدون توجه به این جایگاه ارزش آن را پایین می‌آورند، به طوری که در حال حاضر بیشتر مواقع انجام این کار از نظر اقتصادی مقرون به صرفه نیست. به اعتقاد بنده، رقابتی که بین همکاران وجود دارد، رقابت سالمی نیست و زیان‌های ناشی از آن فقط متوجه همکاران مادر این حوزه می‌شود.

وضعیت صنعت آسانسور را چطور ارزیابی می‌کنید؟

به اعتقاد بنده، شرایط به گونه‌ای است که برخی از شرکت‌های بزرگ این حوزه در صدد انحصاری کردن آن هستند، به همین دلیل بنده به آینده شرکت‌های کوچک در این صنعت خوش بین نیستیم، مگر اینکه چندین شرکت کوچک با هم یکی شده و گروه تشکیل دهند.

وسخن آخر...

امروزه صنعت آسانسور از نظر فنی و علمی پیشرفت زیادی داشته، اما از بُعد اقتصادی و درآمدزایی قابل مقایسه با دیگر محصولات و تولیدات که رشد چندبرابری قیمت‌ها را تجربه کرده‌اند، نیست. موضوع دیگر، ورود بسیاری از شرکت‌ها و افراد حقیقی در حوزه نصب آسانسور است و مسائلی مانند مهر فروشی، چالش‌هایی را برای این صنعت به وجود آورده است. با توجه به همه این موضوعات به نظر بنده، شرکت‌های طراحی و مونتاژ و تولید کنندگان کوچک، رشد چندانی در این حوزه نخواهند داشت. ■

امروزه صنعت آسانسور از نظر فنی و علمی پیشرفت زیادی داشته، اما از بُعد اقتصادی و درآمدزایی قابل مقایسه با دیگر محصولات و تولیدات که رشد چند برابری قیمت‌ها را تجربه کرده‌اند، نیست

مدیرعامل گروه مهندسی آساگد

سیاست‌های دولت در جهت حمایت از تولید نیست

عرفان فغانی

یکی از مشکلات مهمی که مانع از رشد واقعی تولید در صنعت آسانسور شده، محدودیت واردات تجهیزات و ادوات فنی مورد نیاز این صنعت است. با توجه به این موضوع شرکت‌های بسیاری عزم خود را جزم کرده تا با داخلی‌سازی این قطعات و بومی‌سازی دانش فنی، بستر رونق آن را فراهم سازند که خوشبختانه در این مسیر موفق هم بوده‌اند، به طوری که برخی از قطعات ساخت داخل در این صنعت، با کیفیت‌تر از نمونه‌های خارجی آن است. این موضوع بهانه‌ای شد تا به سراغ مهندس حمید جلوخانی، مدیرعامل گروه مهندسی آساگد رفته و با وی به گفت‌وگو بپردازیم که ماحصل آن در ادامه می‌آید.

به تولید انبوه نرسیده است. متأسفانه تعدادی از این طرح‌ها که از تکنولوژی و ساخت در سطح به روز کشور‌های صاحب صنعت هستند، هنوز محقق نشده که یکی از دلایل آن، عدم تامین قطعات و کمبود IC است. البته گروه مهندسی آساگد مشکل تکنولوژی و علمی ندارد، بلکه همان طور که ذکر شد، مساله اصلی آن کمبود قطعات و تامین آن است. شایان ذکر است، این گروه مهندسی محصولی وارداتی تولید کرده و در حال داخلی‌سازی کامل آن با تکیه بر تکنولوژی‌های روز دنیا است، چه بسا از نمونه‌های خارجی هم آپشن‌های بیشتری داشته باشد. لازم به یادآوری است، مهمترین مشتریان این گروه مهندسی را بخش‌های پتروشیمی، ارتش و سپاه تشکیل می‌دهند.

مهمترین ویژگی محصولات این گروه مهندسی نسبت به دیگر رقبای آن چیست؟

شرکت‌های زیادی مانند این مجموعه در حال فعالیت هستند که محصولی مشابه محصول شرکت ما تولید می‌کنند، اما بحث خدمات، تعهد و صداقت که سرلوحه شرکت ما بوده، گروه مهندسی آساگد را متمایز از دیگر شرکت‌های مشابه می‌کند. تفاوت اصلی این گروه تعریف طرح‌های تحقیقاتی است. برای مثال، تمام مدیران و افراد این گروه مهندسی تحصیل کرده هستند، از رده‌های پایین و بدنه این صنعت رشد کرده و حاضر به ترک این مرز و بوم نشده‌اند، به همین دلیل هم اکنون با مشکلات، گپ‌ها و جاهای خالی آن آشنایی داشته و برای حل آن در تلاش هستند.

برای توسعه فعالیت‌های خود چه برنامه‌هایی در نظر گرفته‌اید؟

از جمله این برنامه‌ها توسعه آرندي است که به منظور انجام آن اقداماتی انجام شده است. به عنوان مثال، همکاری با افراد نخبه در علوم مرتبط با صنعت آسانسور و تخصیص بودجه مجزا از مهمترین این اقدامات است. گروه مهندسی آساگد وظیفه خود می‌داند که نخبگان این مرز و بوم را که به دلیل تعصب و تعلق به این وطن مهاجرت نکرده و در حال همکاری هستند، تامین مالی کند.

شیوع بیماری کرونا چه پیامدهایی برای صنعت آسانسور داشت؟

کرونا مثل تحریم، روی صنعت آسانسور در ظاهر اثر منفی داشت، ولی در



گروه مهندسی آساگد از چه سالی و با چه هدفی شروع به کار کرد؟

فعالیت این گروه مهندسی از سال ۱۳۹۲ با هدف انجام پروژه‌های تحقیق و توسعه در صنعت آسانسور و همچنین تولید تابلوفرمان‌های آسانسور آغاز شد. البته در آن زمان صنعت آسانسور در ایران و تهران رونق داشته و بسیار رشد کرده بود، به همین دلیل گروه مهندسی آساگد، تیمی از افراد تحصیل کرده را دور هم جمع کرده و با تولید تابلوفرمان‌های آسانسور به طور جدی کار خود را شروع کرد. به بیان کلی‌تر باید گفت، تمرکز اصلی این گروه مهندسی بر انجام کارهای آرندي و تحقیقاتی مربوط به صنعت آسانسور است.

آیا این گروه مهندسی به اهداف تعیین شده خود دست پیدا کرده است؟

در ابتدای تاسیس شرکت، اهدافی تعیین شد که تقریباً گروه مهندسی آساگد به نیمی از آن دست پیدا کرد، ولی متأسفانه تعدادی از طرح‌های تولید و بومی‌سازی تجهیزات به دلایل مختلف روند کندی پیدا کرد. لازم به ذکر است، تعدادی از طرح‌های تعریف شده برای گروه مهندسی آساگد به نتیجه رسید و کاملاً عملیاتی شد، اما به دلیل ازدحام کارها هنوز

باطن خوب بود، با این حال باید دانست این بیماری موجب شد تا کشورهای مصرف‌گرا و وابسته‌ای مثل کشورمان به ضعف‌های خود آگاهی بیشتری پیدا کنند. به عنوان نمونه، این موضوع واردات کشور را از کشورهای اروپایی مانند ایتالیا و آلمان و کشورهای همسایه مانند ترکیه کند و در بعضی از موارد متوقف کرده و باعث تعطیلی کارخانه‌های زیادی شد. از سوی دیگر، بیماری و مرگ کارگران نیز چالش تامین نیرو را در شرکت‌ها زیاد کرد. نکته دیگر، افزایش هزینه‌های تولید و قیمت کالاها و خدمات در زمان کرونا بود که موجب شد، مجموعه‌هایی مانند گروه مهندسی آساکد مواد خود را از بازار سیاه با قیمت خیلی بالا تامین نماید که هیچ‌گونه توجیه اقتصادی نداشته باشد که با توجه به این موضوع بسیاری از پروژه‌ها مسکوت باقی ماند. به اعتقاد بنده، چشم‌انداز این صنعت را زمانی می‌توان مثبت ترسیم کرد که بار دیگر شاهد مساله‌ای به نام کرونا نباشیم، چرا که هم‌اکنون شیوع این بیماری موجب شده تا سفارشات مختلف از کشورهای اروپایی تاخیر چندماهه داشته باشند.

گروه مهندسی آساکد در قیاس با گروه‌های مهندسی داخلی چه ظرفیت‌هایی دارد؟

این گروه مهندسی از نظر نام و اعتبار در دهه شرکت‌های بزرگ قرار داد که مشتری‌های این گروه خود مهر تایید بر این ادعا می‌زنند. شاید گروه مهندسی آساکد از نظر ابعاد و نیرو قابل مقایسه با شرکت‌های مشابه نباشد، ولی به دلیل داشتن بار فنی و علمی و همچنین صداقت، فاصله خود را با آن‌ها جبران کرده است. برای نمونه گروه مهندسی آساکد صادرات هم داشته و محصول خود را در کشورهایمانند افغانستان و عراق نصب کرده است.

در حال حاضر صنعت آسانسور با چه مشکلاتی روبه‌رو است؟

نداشتن برنامه بلندمدت کلان و چشم‌انداز در صنعت آسانسور، تغییر سلیقه‌ای قوانین برای تولیدکننده و بازرگانان و همچنین قوانین دست و پاگیر برای همکاران چند نمونه از مشکلات این صنعت می‌باشد. یکی دیگر از مشکلات موجود به موضوع عدم بومی شدن مدیریت و علم بازمی‌گردد. متأسفانه در کشورمان علم را از هر جایی استفاده کرده و بومی نمی‌کنند و علم فروش و مدیریت هنوز بومی نشده است. از سوی دیگر، بسیاری از شرکت‌ها از مالیات و اهرم‌ها داشته و برای صادرات ترجیح می‌دهند که از شرکت‌های واسطه‌ای دیگر استفاده کنند. مساله دیگر به افزایش نرخ دلار و عدم صرفه اقتصادی واردات مربوط می‌شود، بر همین اساس شرکت‌های داخلی به مشابه‌سازی مواد وارداتی یا کپی آن روی آورده‌اند، با این حال کماکان یکی از مشکلات اصلی این صنعت، نبود تجهیزات و قطعات مورد نیاز است، در غیر این صورت صنعت آسانسور رو به رشد بوده و بر اساس نوآوری حرکت می‌کند.

به منظور دانش‌بنیان کردن این گروه مهندسی چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

با وجود آنکه شرایط و امکان دانش‌بنیان شدن گروه مهندسی آساکد وجود دارد، اما پیچ و خم‌های اداری مانع از آن می‌شود. برای مثال، هر یک از نهادهای و ارگان‌های دولتی ضوابط خاصی برای این کار تعیین کرده که انجام آن‌ها زمان زیادی از یک شرکت هدر خواهد داد، به همین دلیل بسیاری از شرکت‌ها ترجیح می‌دهند که عنوان دانش‌بنیان بودن را در یافت نکنند.

آیا شرایط برای سرمایه‌گذاری در صنعت آسانسور وجود دارد؟

از آنجایی که سیاست‌های دولت کمکی به این صنعت نکرده و بانوسانات

شدید قیمت‌ها و تغییر نرخ ارز به دلایل مختلف از جمله تحریم‌ها مواجه هستیم، سازمان‌ها یا افرادی که اعتبار و سرمایه‌ای در اختیار دارند، علاقه‌ای به سرمایه‌گذاری پروژه‌های تحقیقاتی وابسته به صنعت آسانسور ندارند، چرا که عقل سلیم این هشدار را به افراد می‌دهد که در جاهای مطمئن و ایمن سرمایه‌گذاری کنند.

صنعت آسانسور هم‌اکنون ملزم به رعایت چه استانداردهای ایمنی می‌باشد؟

همه آسانسورها قبل از نصب باید مورد تایید بازرسان استاندارد قرار گیرند، از این‌رو حتی اگر بازرسی در انجام وظیفه خود کوتاهی کند، باز هم این کوتاهی در رابطه با استانداردهای ضروری مشاهده نخواهد شد. آنچه که به استانداردسازی این صنعت بیشتر کمک خواهد کرد، رعایت استانداردهای دوره‌ای است.

به منظور تحقق شعار حمایت از تولید چه اقداماتی باید صورت پذیرد؟

در حال حاضر بسیاری از شرکت‌ها رو به ور شکستگی بوده و برخی هم مسیر خوبی در پیش گرفته‌اند، اما هیچ‌یک از سیاست‌های دولت در راستای حمایت از تولید نبوده و اگر پیشرفتی هم در صنایع مشهود است، حاصل زحمات شبانه‌روزی و عشق و علاقه آن‌ها به تولید است. هر گام موافقی هم که از سوی گروه مهندسی آساکد برداشته شده، نه از بیرون این گروه، بلکه با همت اعضا و تلاش آنان بوده است، درست مثل تیم‌های ورزشی که زیرساختی برای رشد ندارند، اما از میان آن‌ها تک ستاره‌هایی ظهور می‌کنند.

شرکت در نمایشگاه آسانسور چه دستاوردهایی را به همراه دارد؟

برگزاری این نمایشگاه‌ها کمک زیادی به صنعت آسانسور و صنایع وابسته به آن خواهد کرد، اما گرانی‌های اخیر و هزینه‌های بالا مانع از مشارکت زیاد شرکت‌ها شده است. برای مثال، حضور در یک نمایشگاه از نظر ریالی ۱۵۰ میلیون و از نظر ارزی ۳۰۰ میلیون برای یک شرکت هزینه خواهد داشت.

چه چشم‌اندازی را پیش روی این صنعت متصور هستید؟

به نظر می‌رسد، چشم‌انداز بسیار خوبی پیش روی این صنعت باشد. گروه مهندسی آساکد نیز طی دو سال اخیر مشکلات و چالش‌های این صنعت را با سخت کوشی دوستان و همکاران برطرف کرده و در تلاش است تا آینده بهتری برای این مجموعه ترسیم نماید، به طوری که طی این سال‌ها نیز در عملکرد خود موفق بوده و محصولاتش تولید کرده که حتی اگر نتوان آن را با نمونه‌های اروپایی قیاس کرد، حداقل در حد مقایسه با نمونه کشورهای اروپای شرقی و ترکیه باشد.

وسخن آخر...

امروزه اکثر دولت‌مردان و سیاست‌مداران از مشکلات صنایع و اقتصاد کشور آگاهی دارند. به عبارتی دیگر، مشکلاتی که در این حوزه وجود دارد، برای اکثر آنان آشناست، اما هنوز اقدامی برای حل آن صورت نگرفته است. گروه مهندسی آساکد، طی سال‌های گذشته تلاش کرده تا با تکیه بر علم و تکنولوژی ضعف‌های خود را جبران نماید، در حالی که بسیاری از نیروهای متخصص شرکت‌های دیگر از کشور مهاجرت کرده و در شرکت‌های خارجی فعالیت دارند. حدود ۲۰ شرکت تابلوساز هم از ترس قوانین دولتی به صورت زیرپله‌ای فعالیت دارند، با این حال بچه‌های فنی این گروه صنعتی از نظر بار علمی و تکنولوژی چیزی کم نداشته و با تخصص و مهارت کامل فعالیت دارند. ■



مدیرعامل شرکت لیان پیشرو نیک پایتخت

استفاده از قطعات تقلبی در صنعت آسانسور موجب افزایش خسارت می‌شود

سارا نظری

کیفیت و رعایت اصول ایمنی یکی از پارامترهای اصلی برای خرید و نصب آسانسور به شمار می‌رود، اما ورود اجناس تقلبی و جعلی تحت نام برندهای معتبر باعث شده که شاهد حوادث ناگوار و افزایش نیاز به تعمیرات در آسانسورهای نصب‌شده باشیم. از سوی دیگر، این موضوع به اعتبار و جایگاه تولیدکنندگان خوشنام و دلسوز آسیب زده است. با توجه به این موضوع به سراغ مهدی اکبرپور، مدیرعامل شرکت لیان پیشرو نیک پایتخت رفته و با وی گفت‌وگویی داشتیم. اکبرپور فعالیت خود در صنعت آسانسور را از سال ۱۳۸۳ در شرکت اطلس تک آغاز کرده و پس از کسب دانش علمی و تخصصی در دانشگاه علمی و کاربردی کوشا به راه‌اندازی یک شرکت تولیدی این حوزه روی آورد. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

برای رشد صنعت آسانسور چه ملزوماتی نیاز است؟

به اعتقاد بنده، تجربه در کسب تخصص و مهارت این صنعت کاملاً مهم است، اما موضوع اصلی این است که بسیاری از کابین‌سازان، قطعه‌سازان و فروشندگان آسانسور، تجربه و علم کافی را برای طراحی ندارند. قبل از دوره دفاع مقدس نیز تمام شرکت‌های آسانسور در کشور خارجی بوده و تولید آسانسور کاملاً به صورت مونتاژ انجام می‌گرفت، از این رو برای سازندگان، تفاوتی میان آسانسور عرضه شده برای ساختمان‌های چند طبقه با ساختمان‌های با طبقات زیاد وجود نداشت و همین موضوع خسارات زیادی را به بار می‌آورد که از جمله آن، سقوط آسانسورهای بیمارستان و دانشگاه صنعتی شریف بود. با توجه به این مساله به اعتقاد بنده، پرداختن به علم طراحی و محاسبات این حوزه از ملزومات رشد آن به شمار می‌رود.

محاسبه علمی نصب یک آسانسور چطور باید صورت گیرد؟

اگر یک ساختمان ۶ طبقه را در نظر بگیرید، باید در ساخت آسانسور آن به مساحت، نوع کاربری ساختمان و... توجه داشت. به عبارتی دیگر، طراحی آسانسور باید به گونه‌ای باشد که مدت زمان انتظار فرد برای رسیدن آسانسور به طبقه مورد نظر طولانی نشود. متأسفانه ساخت آسانسور در کشورمان کاملاً سلیقه‌ای شده و از پارامترهای اصولی دور شده است. از سوی دیگر، اکثر فروشندگان آسانسور، به علم طراحی آن آگاهی ندارند، در حالی که یکی از ملزومات ارائه مجوز ساخت آسانسور از سوی وزارت صمت، داشتن دانش طراحی است.

چه ویژگی‌هایی این شرکت را از سایر شرکت‌ها متمایز کرده است؟

از جمله این ویژگی‌ها توجه به موضوع کیفیت است. امروزه سطح اطلاعات و آگاهی‌های مردم به شدت بالا رفته، از این رو معمولاً به سراغ محصولی می‌روند که هر چند قیمت بالایی داشته، اما از کیفیت مطلوبی برخوردار باشد. علاوه بر این، وقتی فردی برای یک ساختمان چند طبقه‌ای میلیاردها تومان هزینه پرداخت می‌کند، هزینه خرید آسانسور برای او مبلغ چندانی نخواهد بود. البته لازم به ذکر است، شرکت لیان



شرکت لیان پیشرو نیک پایتخت از چه سالی و با چه هدفی شکل گرفت؟

این شرکت از سال ۱۳۹۲ با همکاری یکی از فعالان این حوزه در شرکت اطلس تک تأسیس شد. تجربه و تخصص این فرد موجب شد تا سطح دانش تخصصی بنده در این صنعت نیز بالا رفته و به تدریج دایره فعالیت‌های شرکت لیان پیشرو نیک پایتخت را افزایش دهم. در آن زمان بازاریابی به صورت حضوری انجام می‌شد و این شرکت در تلاش بود تا با قیمت پایین و خدمات بیشتر مشتری را جذب نماید. بعد از آن، موضوع کیفیت در صدر اولویت‌های تولید این شرکت قرار گرفت و همین امر اعتماد کارفرمایان را به شرکت لیان پیشرو نیک پایتخت جلب کرد، به طوری که شرکت‌ها برای نصب و خریداری آسانسور با ما ارتباط برقرار می‌کردند. رعایت پارامترهای کیفی توانست تولیدات این شرکت را از حالت روزمرگی درآورده و در مسیر رشد و توسعه قرار دهد، به طوری که هم‌اکنون پس از گرفتن مجوز تولید در زمینه طراحی، رعایت اصول استاندارد و ارائه خدمات پس از فروش، اقدامات قابل توجهی انجام می‌دهد.

پیشرونیک پایتخت، توان رقابت بالایی با شرکت‌های بزرگ این حوزه داشته و ضمن ارائه خدمات پس از فروش در زمان کوتاه، از مرکز پشتیبانی ۲۴ ساعته هم برخوردار است.

آیا شرکت لیان پیشرونیک پایتخت به اهداف تعیین شده خود دست پیدا کرده است؟

خوشبختانه صد درصد این اهداف محقق شده است. این شرکت هر سال برای افزایش سطح کیفی فعالیت‌های خود، برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدتی تدوین کرده و دایره این فعالیت را افزایش می‌دهد. شرکت لیان پیشرونیک پایتخت از سلیقه‌گرایی در صنعت آسانسور جدا شده و از قطعات با کیفیت خارجی استفاده می‌کند، به طوری که در بازدیدهای دوره‌ای و حتی چندین و چند باره، امتیاز لازم را کسب کرده و همین امر اعتماد کارفرمایان و خریداران را چندین برابر کرده است.

چه مشکلاتی باعث اختلال در فرآیند تولید و عرضه محصولات این شرکت می‌شود؟

یکی از این مشکلات، قلابی بودن اجناس و عدم پشتیبانی آن است. به جرات می‌توان گفت که در حال حاضر ۶۰ درصد قطعات موجود در بازار تقلبی بوده، یعنی با اسم و برند دیگری به فروش می‌رود که این موضوع هم به تولیدکنندگان واقعی و برندهای معتبر آسیب زده و هم باعث خسارات جانی و مالی به خریداران و مصرف‌کنندگان آسانسور شده است. متأسفانه پس از عرضه آسانسور هیچ تعهدی برای بازگشت آن در صورت عدم دارا بودن استانداردهای ایمنی و کیفی وجود ندارد.

آیا مسئولان مربوطه اقدامی برای حل چالش‌های صنعت آسانسور انجام داده‌اند؟

نه تنها چنین اقدامی انجام نشده، بلکه سیاست‌های آن‌ها مبنی بر ممنوعیت واردات آسانسور نیز بر مشکلات دامن زده است. به عنوان مثال، در این شرایط تولیدکنندگان برای تامین نیاز بازار دچار فشار مضاعفی شده و از طرفی، زمینه برای عرضه کالای تقلبی وجود دارد، در صورتی که واردات این محصول، زمینه را برای شناسایی کالای تقلبی فراهم می‌کند. برای نمونه، شرکت نیکان آسانسور در زمان واردات آسانسور به وزارت صمت، پیشرو سریال قطعات وارداتی را داد تا بر اساس آن مصرف‌کننده، امکان تفکیک برند اصلی با جعلی را داشته باشد.

آیا آسانسورهای داخلی توان رقابت با نمونه‌های خارجی را دارند؟

صادقانه باید بگویم خیر. در حال حاضر در کشورمان موتورهای ساخته می‌شود که تنها پس از گذشت دو سال، معایب آن آشکار می‌شود، در حالی که موتورهای ۴۰ سال پیش خارجی با کیفیت‌تر از آن است. متأسفانه به دلیل بی‌توجهی به موضوع کیفیت، اقتصاد ما به سمت تعمیرات پیش رفته و هزینه‌های زیادی نیز صرف آن کرده این موضوع تنها به سود تعمیرکنندگان است.

چه اقدامی برای دانش‌بنیان کردن این صنعت انجام شده است؟

در این زمینه فعالیت‌های زیادی به ویژه در رابطه با روغن و موتور آسانسور انجام شده، اما به دلیل وجود نمونه‌های تقلبی، قدرت رقابت در بازار را ندارد. سه سال پیش نیز دانشگاه صنعتی امیرکبیر یک موتور آسانسور در حوزه دانش بنیان تولید کرد که به دلیل عدم حمایت دولت، مورد توجه بازار قرار نگرفت، از این رو در حال حاضر بیشتر قطعات از چین وارد می‌شود. به طور کل باید گفت که صنعت آسانسور ظرفیت‌های زیادی دارد، اما به دلیل سهل‌انگاری‌ها به همان سر نوشت صنعت خودروسازی البته با ۳۰ سال فاصله زمانی گرفتار خواهد شد.

چه توصیه‌ای به علاقه‌مندان این حوزه دارید؟

برای ورود به این صنعت قبل از هر چیزی باید دانش و تجربه کافی کسب کرد، چرا که با زور پیشرفتی حاصل نمی‌شود. متأسفانه هم‌اکنون تولیدکنندگان، دستگاه‌های قدیمی و قطعات خارجی را به کشور وارد کرده و با آن تولید می‌کنند، در حالی که این کار تنها به عقب‌گرد این صنعت می‌انجامد. نباید کاری کنیم که این صنعت در سایه گرفتاری‌ها و اختلاف نظر هابستر کافی برای شکوفایی پیدا نکند.

و سخن آخر...

امروزه سیاست‌گذاری‌های کلان این حوزه در اختیار کسانی است که معمولاً در شمار مالکان شرکت‌های بزرگ و افراد ثروتمند قرار دارند. آن‌ها معمولاً بر اساس منافع و سود خود تصمیم‌گیری می‌کنند، بر همین اساس اگر ذی‌نفع نباشند، قطعاً دستورالعمل‌های منطقی‌تری برای این صنعت تدوین خواهند کرد. ■

در حال حاضر ۶۰ درصد قطعات موجود در بازار تقلبی بوده، یعنی با اسم و برند دیگری به فروش می‌رود که این موضوع هم به تولیدکنندگان واقعی و برندهای معتبر آسیب زده و هم باعث خسارات جانی و مالی به خریداران و مصرف‌کنندگان آسانسور شده است



مدیرعامل شرکت هیدروپک آسانسور

رشد سرمایه‌گذاری در تولید با استفاده از سیاست‌های تشویقی

هادی حسینی‌نژاد

خودکفایی تولیدکنندگان داخلی در ساخت آسانسور باعث تامین نیاز بازار داخل به این محصول شده و حتی زمینه صادرات آن را به دیگر کشورهای همسایه فراهم کرده است. زیرا در مواردی از نمونه‌های اروپایی ارزان‌تر و باکیفیت‌تر است، با این وجود سیاست‌های دولت‌مردان در حمایت از این صنعت پاسخگوی نیازها و خواسته‌های آنان نیست. با توجه به این موضوع به سراغ مهندس محمدمهدی یآوری، مدیرعامل شرکت هیدروپک آسانسور و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی مکانیک رفته و با وی به گفت‌وگو نشستیم که ماحصل آن در ادامه می‌آید.

سبد محصولات این شرکت تا چه اندازه تکمیل شده است؟

سبد این محصولات در بخش تولید نیم‌پک شامل قطعات مکانیک کامل بوده و در بخش تولید آسانسور و بالابر کامل یا پکیج نیز خیلی از محصولات مثل قیچی‌های خودروبر، چهارستون خودروبر که در خاورمیانه تولید نشده و با این کیفیت فقط مشابه ایتالیایی دارد، تولید می‌شود. از دیگر محصولات منحصر به فرد می‌توان به آسانسورهای هیدرو کششی اشاره کرد که توانستیم در این مدل، علاوه بر کاهش هزینه محصول نهایی، توان برق مصرفی را نیز کاهش دهیم. به عنوان مثال، کاهش توان موتور یک آسانسور ۸ نفره از ۱۱ کیلووات به ۳.۴ کیلووات با حفظ سرعت است که دستاورد بزرگی در این حوزه محسوب می‌شود. محصول دیگر این شرکت، بالابرهای پکیج است که به صورت بالابر فروشگاه‌ها و بالابرهای باربر دیده می‌شود. از سوی دیگر، شرکت هیدروپک آسانسور با استفاده از روش‌های مهندسی و مدل‌سازی تمام‌اجزاقبل از ساخت توسط کامپیوتر روش‌های سنتی ساخت را کنار زده و محصولات کاملاً با کیفیت را به مشتریان ارائه می‌دهد.

آیا محصولات تولیدی شرکت هیدروپک آسانسور با نمونه‌های خارجی قابل رقابت است؟

بله صد درصد، به همین دلیل این شرکت به کشورهایمانند عراق، افغانستان، ارمنستان، عمان و آذربایجان صادرات دارد، در حالی که قیمت بسیار پایینی نیز برای محصولات خود به نسبت محصولات اروپایی تعیین کرده است. شایان ذکر است، محصولات شرکت هیدروپک آسانسور با حفظ کیفیت و کاهش قیمت، حتی بر نمونه‌های مشابه خارجی هم برتری دارد.

برای توسعه فعالیت‌های خود چه برنامه‌ای دارید؟

یکی از مهمترین برنامه‌های شرکت هیدروپک آسانسور، تمرکز بر بخش تحقیق و توسعه و فعال‌تر کردن آن است، به طوری که با داخلی‌سازی و خودکفایی در تولید، میزان وابستگی صنعت آسانسور به واردات قطعات کاهش یابد. به عبارتی دیگر، هدف مهم این شرکت این است که با تکیه بر دانش بومی در تولید قطعات با کیفیت قابل رقابت و بالابردن تیراژ تولید، بی‌نیازی کشور از واردات و افزایش توانایی صادرات به کشورهای همسایه به ویژه حاشیه خلیج فارس است که خوشبختانه گام‌های بزرگی در این زمینه برداشته شده است.



در خصوص چگونگی تاسیس و فعالیت‌های شرکت هیدروپک آسانسور توضیحاتی ارائه فرمایید.

نیاز بازار به آسانسورهای هیدرولیک، واردات کم آن و همچنین سابقه‌ای که بنده در این حوزه و بخش خدمات پس از فروش داشتم، موجب شد تا این شرکت حدود سال ۱۳۸۹ راه‌اندازی شود. البته در مراحل ابتدایی، قطعات آسانسور از کشورهای اروپایی وارد و محصولات مونتاژ می‌شد تا اینکه با مرور زمان و گسترش فعالیت، سبد محصولات شرکت آسانسور هیدروپک تغییر کرد و توانمندی‌های آن در ساخت و عرضه محصول افزایش یافت، به طوری که امروزه باتکیه بر دانش بومی، مدل‌های مختلفی از آسانسورهای هیدرولیک که در دنیا استفاده شده را تولید کرده‌ایم.

این شرکت چه خدمات منحصر به فردی ارائه می‌دهد؟

علاوه بر کیفیت بالای تولیدات، کالاهای انحصاری و تنوع در محصولات، شرکت هیدروپک آسانسور محصولات خود را به صورت پکیج یا نیم‌پکیج ارائه داده و همه محصولات مکانیکی اجرای آسانسور را در صورت نیاز مشتریان در اختیار آنان قرار می‌دهد. علاوه بر این، محصولات این شرکت با ارائه مشاوره و خدمات فنی قبل، حین انجام کار و پس از اتمام آن، به بازار عرضه می‌شود و برگزاری دوره‌های آموزشی مداوم جهت ارتقاء سطح علمی کشور از خدمات آن است.

آسانسورهای هیدرولیک چه مزایایی دارند؟

به طور کلی آسانسورهای هیدرولیک را می توان با چند ویژگی اساسی از جمله ایمنی سرنشین خیلی بالا، پر قدرت، افزایش ظرفیت کابین در مقایسه با آسانسورهای کششی و انعطاف پذیری از نظر طراحی جهت اجرای پروژه های لوکس تعریف کرد. با توجه به اینکه کادر وزنه در این نوع از آسانسورها حذف شده، فضا و ابعاد بیشتری در اختیار طراح یا معمار قرار می دهد و یکی از بزرگ ترین دلایل آسیب به ساختمان در گذشته خارج شدن کادر وزنه از ریل حین زلزله و حرکت پاندولی آن بوده که با توجه به حذف کادر وزنه در این نوع آسانسور آسیبی نیز نخواهیم داشت. همچنین در این آسانسورها با توجه به اینکه ارتباط بین موتورخانه آسانسور و آسانسور از طریق شلنگ (یا لوله) و کابل های قدرت و فرمان می باشد، این امکان را می دهد که تجهیزات موتورخانه در محلی با فاصله از خود آسانسور احداث شود که این مزیتی در معماری است. علاوه بر این، امکان نجات جان افراد در هنگام آتش سوزی با توجه به دور بودن فاصله موتورخانه از آسانسور وجود دارد. از دیگر ویژگی های می توان به تنوع طراحی اشاره کرد که در نتیجه آن، امکان اجرایی لوکس به ویژه در آسانسورهای پانوراما را به ما می دهد. در مورد قدرت هم باید به این نکته اشاره داشت که وقتی صحبت از قدرت می شود، کلمه هیدرولیک به ذهن کسی خطور نمی کند.

در حال حاضر چند نوع آسانسور در بازار وجود دارد؟

به طور کلی آسانسورها به دو دسته کششی و هیدرولیک تقسیم بندی می شوند. از طرفی، آسانسورهای هیدرولیک نیز به دو دسته کلی جک مستقیم و جک غیر مستقیم تقسیم بندی می شوند. آسانسورهای هیدرولیکی جک مستقیم شامل آسانسورهای جک از زیر و جک از کنار و دسته دیگر آسانسورها هم شامل آسانسورهای غیر مستقیم و هیدرو کششی که به عنوان نوآوری شرکت هیدروپک شناخته می شود.

حوادث مربوط به صنعت آسانسور ریشه در چه چیزی دارد؟

این حوادث به چند دسته تقسیم می شود. دسته اول، حوادث مربوط به نصب است که بخش اعظم حوادث را تشکیل داده و بخشی هم مربوط به خطای ناشی از محصول یا استهلاک آن است که خوشبختانه با آموزش درست (آموزش فنی و اصولی تکنسین های نصب و افزایش آگاهی و اطلاعات جنرال که مدیران ساختمان و کارفرمایان محترم باید داشته باشند) هر دو دسته قابل پیشگیری قبل از بروز حادثه هستند.

صنعت آسانسور تا چه اندازه به رعایت استانداردها پایبند بوده است؟

خوشبختانه صنعت آسانسور کشورمان نسبت به کشورهای منطقه در شمار پیشروان و پیشگامان قرار دارد، ولی هنوز با صنعت روز دنیا فاصله داریم، به طوری که باید تاکید کرد، هیچ یک از کشورهای اطراف مانند ارمنستان، آذربایجان، عراق، عمان و... واحدی مبنی بر استاندارد سازی و بازرسی در صنعت آسانسور ندارند تا مسائل ایمنی را بررسی کنند. در رابطه با آسانسورهای هیدرولیک باید گفت، در کشورمان استانداردهای آن ها هنوز اجباری نشده و به نظر بنده برای رسیدن به این مرحله باید بازرسان اداره استاندارد و مدیران فنی شرکت های اجرای آسانسور، آموزش های لازم را در این بخش دیده باشند.

به طور معمول چه مشکلاتی در این صنعت وجود دارد؟

از جمله این مشکلات کمبود مواد اولیه، تحریم و خودتحریمی است، به طوری که تولید کننده پس از سپری کردن مشکلاتی شامل تامین ارز و تهیه مواد اولیه توسط کشور یا شرکت ثالث و رساندن مواد اولیه به پشت درهای گمرک تازه اول ماجراست، تنها مرحله ای که واقعا هیچ بازه زمانی و برآورد هزینه ای نمی توان برای آن تعریف کرد که نتیجه آن آشفتگی

بازار را در پی کمبود عرضه به دنبال دارد. مساله دیگر به نوسانات نرخ ارز بازمی گردد که با توجه به بازه زمانی سفارش تا تولید، حاشیه سود این شرکت و شرکت های مشابه را از بین برده است.

نگاه مسئولان و مدیران رانسبت به صنعت آسانسور چطور ارزیابی می کنید؟

خوشبختانه در قیاس با گذشته نگاه مدیران، دلسوزانه و آینده بین بوده، چرا که در حوزه آموزش نسل جدید و فعلی نیروی کار اعم از مهندسان و تکنسین ها، گام های موثری برداشته شده، اما با توجه به بازار منطقه، هنوز کار زیر ساختی در زمینه صادرات انجام نشده است.

تولید کنندگان زیر پله ای چه آسیبی به این صنعت وارد می کنند؟

در همه جای دنیا چنین شرکت هایی وجود دارند. البته بسیاری از شرکت های بزرگ در ابتدا به این صورت فعالیت می کنند، اما مساله اصلی نوع برخورد مدیران اجرایی صنعت و سیاست های آن ها برای مدیریت فعالیت های غیر اصولی در این صنف است. به اعتقاد بنده، باید جلوی عرضه کالاهای بی کیفیت گرفته شود تا تولید کننده ملزم به تولید جنس با کیفیت گردد.

آیا بستر کافی برای سرمایه گذاری در این صنعت وجود دارد؟

صنعت آسانسور، صنعتی کاملا سرمایه پذیر است، به این معنی که پویا بوده و سرمایه گذاری در آن فرآیند بسیار ایده آلی دارد. خوشبختانه عمده تولیدات مهندسی شده این صنعت قابل رقابت با نمونه های خارجی بوده، در حالی که یک چهارم آن قیمت دارد. به اعتقاد بنده، با سرمایه گذاری در بخش های دانش بنیان، برگزاری جشنواره های علمی و حمایت از ایده ها و نوآوری های می توان زمینه ترکیب دانش و تجربه و پیروان رشد این صنعت را فراهم و بستر دانش بنیان شدن این صنعت را با وجود ظرفیت های زیاد آن ایجاد کرد.

برگزاری نمایشگاه های مرتبط با صنعت آسانسور چه کمکی به رشد آن می کند؟

تولید کنندگان معمولا با دو هدف در نمایشگاه ها حضور پیدا می کنند. هدف اول، تثبیت جایگاه در بازار و هدف دوم، معرفی محصولات و خدمات جدید که برگزاری نمایشگاه ها در هر دو مورد، باعث شکوفایی و رشد صنعت شده و اگر به صورت اصولی و با تبلیغات گسترده انجام شود، علاوه بر بازار داخل، به صادرات به کشورهای منطقه کمک می کند.

صنعت آسانسور در راستای حمایت از تولید ملی چه گامی برداشته است؟

این صنعت در جهت بومی سازی و داخلی سازی حرکت کرده و در حال حاضر از واردات بسیاری از قطعات بی نیاز است. به عنوان مثال، در حال حاضر بیش از ۹۹ درصد نیاز بازار در موتور گیربکس های آسانسور تا ظرفیت ۸ نفره توسط تولید کنندگان داخلی تامین می شود که این عدد تا ۱۰ سال پیش زیر ۱۰ درصد بوده است. البته خود کفایی در تولید به معنی منع واردات نیست و باید دانست، با انحصاری کردن بازار به سرنوشت صنعت خودروسازی مبتلا خواهیم شد.

وسخن آخر...

از سیاست گذاران و مدیران محترم تقاضا دارم، با توجه به پتانسیل بالای جوانان با دانش ایرانی به بحث تولید جدی تر پرداخته و در جهت رفع موانع تولید کنندگان قدم بردارند. سیاست های تشویقی باعث افزایش تمایل مردم به سرمایه گذاری در حوزه های گوناگون تولیدی می شود و موجب رونق و شکوفایی صنعت و در پی آن، خود کفایی و صادرات خواهد شد. ■

در حال حاضر
بیش از ۹۹ درصد
نیاز بازار در موتور
گیربکس های
آسانسور تا ظرفیت
۸ نفره توسط
تولید کنندگان
داخلی تامین
می شود که این عدد
تا ۱۰ سال پیش
زیر ۱۰ درصد بوده
است

بهینه‌سازی مصرف انرژی در سیستم آسانسور

بهنام صفری
مدیر فنی گروه مهندسی آساکد

صرفه خواهد بود.

آسانسورهای کششی به دو گروه موتور گیربکسی و موتور گیرلس تقسیم می‌شوند. در نوع گیرلس، به دلیل نبود گیربکس، تلفات مکانیکی کاهش می‌یابد. (داده‌های موجود بیانگر ۴۰ درصد کاهش در مصرف انرژی می‌باشد). سیستم گیرلس دارای مزایای دیگری مانند امکان استفاده در آسانسورهایی با سرعت بالاتر، امکان حذف موتورخانه و کاهش هزینه‌های سرویس و نگهداری نیز می‌باشد.

کاهش تلفات اصطکاک ریل

ارتباط کابین آسانسور و ریل راهنما توسط قطعه‌ای به نام کفشک انجام می‌شود. استفاده از کفشک غلطکی (رولر) به جای کفشک‌های لغزشی، اصطکاک را به میزان بالایی کاهش داده و در مصرف انرژی کاهش چشمگیری صورت می‌گیرد. در این نوع کفشک‌های رولر، نواری از جنس پلی اورتان باعث کاهش سروصدای آسانسور می‌شود. این نوع کفشک متعادل‌سازی وزن کابین را نیز تأمین می‌کند.

انتخاب مناسب موتور آسانسور

مهمترین بخش در کاهش انرژی مربوط به موتور آسانسور است. گزینش موتور با سایز و راندمان مناسب سبب کاهش فزاینده‌ای در انرژی مصرفی خواهد شد. چنانچه موتور با توان بالاتر از حد لازم انتخاب شود، اتلاف بالایی به صورت گرما صورت می‌گیرد و باعث کاهش راندمان می‌شود.

تعیین نسبت بالانس مناسب

در بیشتر موارد کابین به صورت خالی یا کمتر از نصف ظرفیت حرکت می‌کند، در حالی که اغلب، وزنه تعادل آسانسور با بار پنجاه درصد بالانس می‌شود؛ لذا انتخاب نسبت بالانس مناسب از عوامل اصلی در کاهش مصرف انرژی است. همچنین استفاده از زنجیر جبران مناسب، در این راستا کمک شایانی می‌کند.

کابین سبک مساوی با کاهش اینرسی

هرچه تئینات کابین و ادوات نصب شده بر روی آن سبک‌تر باشد، راندمان افزایش می‌یابد. در این حالت اینرسی سکون و حرکتی رابطه مستقیم با مصرف انرژی دارد.

درب کابین و طبقات

انتخاب درب‌هایی که سیستم کنترل آن در مواقع Standby حداقل مصرف الکتریکی را دارند، از راهکارهای کاهش مصرف به شمار می‌آید.



در این مطلب به مهمترین و اثربخش‌ترین راهکارهای صرفه‌جویی انرژی و هزینه در ساخت یک آسانسور برای مصرف‌کننده پرداخته شده است. هرچند ممکن است که در تولید یک آسانسور به کارگیری تمامی آن‌ها مقدور نباشد، لذا در ابتدا باید هر یک از این موارد توسط کارشناسان مورد بررسی قرار گیرد و سپس در مورد اجرا یا عدم اجرای آن تصمیمات لازم اتخاذ شود.

آنالیز ترافیک آسانسور

تعداد، ظرفیت و سرعت آسانسورها در یک ساختمان به نوع کاربری ساختمان، جمعیت و ارتفاع آن بستگی دارد. با لحاظ کردن ساعت‌های پرتردد، زمان‌های بحرانی و کاهش زمان انتظار مسافر، تمهیدات لازم در طراحی و تعیین تعداد آسانسورها صورت می‌گیرد. با در نظر گرفتن موارد مذکور، تعداد آسانسور کمتر به مصرف کمتر منجر می‌گردد.

انتخاب مناسب نوع آسانسور (کششی یا هیدرولیک)

بیشترین تلفات انرژی در آسانسورهای هیدرولیک صورت می‌گیرد. هرچند با به کارگیری اینورتر، این مصرف کاهش یافته، اما تنها در آسانسورهای هیدرولیک با تجهیزات مدرن، انرژی مصرفی تا حدودی مشابه آسانسور کششی خواهد بود؛ لذا به غیر از مواردی که چاره‌ای جز انتخاب آسانسور هیدرولیک نیست، مانند (نبود فضای نصب لازم، قدرت بالا، تنوع کابین)، به کارگیری آسانسور کششی از لحاظ مصرف انرژی به



همچنین تنظیم بودن لته‌های درب و تمیز بودن ریل درب آسانسور سبب سهولت حرکت و کاهش اصطکاک می‌شود.

نصب دقیق ریل‌ها

عدم دقت لازم در نصب ریل‌ها سبب می‌شود، حرکت کابین در بخشی از طول مسیر با اصطکاک همراه باشد و انرژی لازم جهت غلبه بر این اصطکاک جزء تلفات سیستم محسوب می‌شود.

چاه آسانسور

ایجاد دریچه در قسمت بالای چاه باعث اتلاف کنترل نشده گرمای ساختمان می‌شود؛ لذا عایق‌سازی دیواره‌های چاه کمک شایانی در ممانعت از هدر رفتن انرژی ساختمان خواهد داشت.

روغن کاری در زمان‌های مناسب

در آسانسورهای گیربکسی، بازرسی روغن گیربکس باید با زمان‌بندی دقیق انجام شود. همچنین روغن کاری مناسب ریل نیز از عوامل اصلی کاهش مصرف به‌شمار می‌آید.

سناریوی پاسخگویی به احضارها

نحوه پاسخگویی به احضارها مطابق با برنامه سیستم کنترل آسانسور صورت می‌گیرد. بهینه‌سازی سناریوی پاسخگویی به کمک کنترل فازی و شبکه‌های عصبی علاوه بر کاهش انرژی، زمان انتظار مسافران نیز کاهش می‌دهد.

ذخیره انرژی حاصل از مود ژنراتوری

آسانسور دارای دو مود موتوری و ژنراتوری است که در اغلب آسانسورها، انرژی تولیدشده در مود ژنراتوری در مقاومت ترمز به حرارت تبدیل شده و هدر می‌رود. این تلفات معادل ۳۰ تا ۴۰ درصد کل انرژی مصرفی آسانسور است. به کمک سیستم Regenerative می‌توان این انرژی را به سیستم آسانسور بازگرداند.

جایگزین نمودن لامپ‌های هالوژن و فلورسنت با لامپ‌های LED

این جایگزینی کاهش ۹۰ درصدی در مصرف انرژی را در پی دارد و علاوه بر آن، مزیت‌هایی دیگری همچون افزایش طول عمر لامپ، عدم تولید گرما، نیاز به سرویس و نگهداری کمتر، دارای ویژگی چشمک زن بودن و همچنین عدم نیاز به ولتاژ ۲۲۰ ولت را به همراه خواهد داشت.

سایر تمهیدات الکتریکی

خاموش کردن فن و بخشی از روشنایی آسانسور در وضعیت Standby، کاهش سرعت و افزایش شیب منحنی سرعت در وضعیتی که کابین خالی از مسافر است، استفاده از ترانسفررها و تجهیزات الکتریکیال با راندمان بالا نیز می‌تواند در مجموع به کاهش انرژی منجر گردد.

در این مطلب به صورت اجمالی سعی شد، چک لیستی ارائه شود تا خوانندگان با مرور آن دید بهتری از آسانسور و منشأ اتلاف انرژی در آن داشته باشند. با این امید که این افزایش اطلاعات عمومی به تدریج به سمت تغییر در فرهنگ مصرف سوق داده شود و حتی در مواردی به تدوین قوانین مناسب در این راستا ختم گردد. در سال‌های اخیر شاهد تغییراتی از این دست بوده‌ایم که حذف آسانسورهای دو سر عتبه و جایگزینی با آسانسورهای دریاوار از نمونه‌های آن است.

به کارگیری همه موارد فوق با کاهش ۷۰ درصدی انرژی همراه خواهد بود. هر چند که اجرای همه موارد در ساختمان‌ها شاید مقدور نباشد، اما هر تلاش در این رابطه که با کاهش مصرف انرژی، هر چند ناچیز همراه باشد، پیشرفت جامعه و بهبود در وضعیت محیط زیست را برای همه به ارمغان خواهد آورد. ■



نایب رئیس سندیکای صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته

کاهش ۹۰ درصدی حوادث در صنعت آسانسور

محمد جعفری

صنعت آسانسور یکی از صنایع پیشرو کشور بوده که بخش زیادی از افراد در آن مشغول به کار هستند، اما طی سال‌های اخیر به دلیل تحریم و ممنوعیت واردات تجهیزات مورد نیاز و از جمله عدم دسترسی به تکنولوژی‌های روز با چالش زیادی مواجه شده که متأسفانه سیاست‌های نادرست و تصمیمات غلط دولت‌مردان نیز آن را تشدید کرده است. به این بهانه به سراغ مهندس ایرج نیازی، نایب رئیس سندیکای صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته رفته و با وی به گفت‌وگو پرداختیم. نیازی عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران و رئیس کارگروه حل اختلاف صنعت آسانسور بوده و از سال ۱۳۶۹ به این صنعت ورود کرده است. مشروح این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

سندیکای صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته از چه سالی و با چه هدفی تاسیس گردید؟

برنامه ایجاد این سندیکا در سال ۱۳۶۴ توسط تعدادی از بزرگان صنعت آسانسور تدوین شد، اما پس از آن به دلیل نبود خلاهای قانونی متوقف شد و در سال ۱۳۷۷ راه‌اندازی گردید. از آنجایی که آسانسور یک وسیله نقلیه عمودی محسوب می‌شود، جزو لاینفک صنعت به حساب می‌آید و امکان ثبت آن به صورت یک اتحادیه صنفی معقول نبوده و نمی‌باشد، اعضای فعال آن زمان با اتاق بازرگانی صحبت کرده و مقدمه تشکیل سندیکای صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته را به‌طور جدی فراهم کردند. این سندیکا ابتدا در تهران متمرکز بود، اما بعد از آن در استان‌های آذربایجان شرقی، اصفهان، مازندران، زنجان، گرگان، گلستان، خراسان، خوزستان و به‌طور کل ۱۱ استان دایر گردید. پس از آن، سندیکای صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته به فعالیت خود ادامه داد و به صورت تشکل ملی تعریف گردید، به‌طوری که قرار شد، تمام استان‌ها سندیکای مستقل خود را داشته‌ و در سندیکاهای ملی نیز نماینده‌ای داشته باشند.

آیا اهداف این سندیکا محقق گردیده است؟

خوشبختانه بخشی از اهداف این سندیکا محقق شده و بخشی هم به دلیل قوانین دست‌وپاگیر هنوز به مرحله اجرا نرسیده است. در گذشته حدود ۱۷۸ تشکل در اتاق وجود داشت که سندیکای صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته رتبه ۱۰۵ را در بین آن‌ها داشت. در این چند سال نیز این سندیکا جزو سه تشکل برتر اتاق بازرگانی بوده و بخش‌های مختلف فرهنگی، آموزش، بیمه، کنترل نظارت، حل اختلاف، ارزشیابی و... را مدیریت کرده است.

سندیکای صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته تا چه اندازه به قوانین روز پایبند است؟

این سندیکا در چارچوب قوانین وزارت صمت و سازمان ملی استاندارد و با استناد به اساسنامه‌های تدوین شده زیر نظر اتاق بازرگانی صنعت، معدن و تجارت پایبند است و پیرو آن صنعت آسانسور نیز در سال‌های گذشته



در ابتدا مختصری از فعالیت صنعت آسانسور در کشورمان بفرمایید.

هرچند سابقه فعالیت آسانسور به حدود ۸۰ سال گذشته بازمی‌گردد، اما از سال ۱۳۴۲ شاهد فعالیت آن در کشور هستیم، به‌طوری که اولین بار در شهرهایی مانند اصفهان و تهران و همچنین برج دوما، ساختمان‌هایی همچون پلاسکو و آلمینیوم آسانسورهای نصب شده که راهبری آن با افراد خارجی بود. البته افرادی مانند آقایان رضوانی، احمد نیازی، یزدان، زهره‌وند، ایرج، صراف، پرویز متقی و... از اساتید شناخته‌شده این حوزه به شمار رفته و کمک‌های شایانی به این صنعت کرده‌اند. از آنجایی که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، شرکت‌های خارجی از ایران رفته و بسیاری از صنایع به دولت محول شدند، در صنعت آسانسور نیز بی‌نظمی‌هایی ایجاد شد که با لطف و زحمات همکاران برطرف گردید، بر همین اساس از سال ۱۳۶۸ به بعد این صنعت رونق پیدا کرد و تعداد ۱۵ شرکت فعال آن به ۷۰ شرکت رسید. در حال حاضر نیز حدود یک هزار و ۳۰۰ شرکت به صورت رسمی و یک هزار و ۸۰۰ شرکت نیز به‌طور زیرپله‌ای در این صنعت فعالیت دارند.

از تکنولوژی‌های به‌روزی استفاده کرده است، اما مساله‌ای که در این میان وجود دارد، توقف واردات آسانسورهای پکیج و شروع محدودیت‌های تحریم است که مانع از دسترسی شرکت‌های این حوزه به فناوری‌های نوین شده است. در دو دهه اخیر، تولیدکنندگان توانستند با واردات تابلو فرمان‌های مختلف، درب‌ها و قطعات مورد نیاز آن را مهندسی معکوس کنند، به‌طوری که هم‌اکنون در زمینه تامین تابلوی فرمان آسانسور، تولید شستی‌های احضار، درب و قطعات مکانیکال همچون پاراشوت، گاورنر و... و همچنین تامین بخش جزئی از نیروی محرکه برای توقف و سرعت‌های پایین اقداماتی انجام شده است. برای مثال، درب‌های کشویی یا کابین آسانسور سال هاست که در کشورمان تولید شده و بسیاری از قطعات دیگر نیز داخلی‌سازی شده است. همان‌طور که ذکر شد، بزرگ‌ترین مانع به‌روز شدن این صنعت، جلوگیری از واردات آسانسورهای پکیج و جزیره‌ای عمل کردن صنعت آسانسور بوده است.

حوادث مربوط به صنعت آسانسور چه میزان از حوادث کشورمان را در بر می‌گیرد؟

در گذشته حوادث این صنعت بعد از حوادث هوایی، دومین حوادث خسارت‌بار کشور را تشکیل می‌داد، به‌طوری که بر اساس آمارها ۹۳/۷ درصد خسارات مربوط به صنعت آسانسور به ویژه بخش بدنه آسانسور بود که سندیکی صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته با انجام اقداماتی مانند برگزاری سه دور سمینارهای مختلف ایمنی، ارائه آموزش‌های کافی برای نصب آسانسور و استفاده از آن و فرهنگ‌سازی برای شناخت بیشتر صنعت آسانسور، میزان آن را به ۳/۵ درصد کاهش داد، بدین مفهوم که این سندیکا موفق شد، ۹۰ درصد خسارات را به خوبی مدیریت کند.

فرهنگ‌سازی در صنعت آسانسور به انجام چه مقدماتی نیاز دارد؟

مسلمان این موضوع باید در دستور کار رسانه‌ها قرار گیرد، از این رو سندیکی صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته نیز در نظر دارد تا با برقراری ارتباط با رسانه‌ها این موضوع را اجرایی کند. البته در شرایط کنونی فصل نامه دنیای آسانسور، اخبار این موضوع و رخدادهای آن را اطلاع‌رسانی کرده و آگاهی‌های لازم را به مردم ارائه می‌دهد. در حال حاضر حدود یک میلیون و ۳۰۰ هزار دستگاه آسانسور در کشور وجود داشته که از زمان آغاز موضوع استاندارد در سال ۱۳۸۱ صنعت آسانسور به آن پایبند بوده است. به عبارتی دیگر، تمامی شرکت‌ها موظف به رعایت استانداردهای ملی ساخت آسانسور بوده و باید بر که تاییده استاندارد را داشته باشند.

صنعت آسانسور از چه زمانی در کشورمان جا افتاده است؟

آسانسور در گذشته کالایی لوکس به شمار می‌رفته و در کارخانه‌ها، بیمارستان‌ها و ساختمان‌های بزرگ نصب می‌شد، از این رو در آن زمان استاندارد خاصی برای آن وجود نداشت. با توجه به این موضوع، سندیکی صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته یک کار گروه تشکیل داده تا آسانسورها را به گونه‌ای طراحی کند تا بر اساس چارچوب و دستورالعمل مشخصی به بازار عرضه شده و مدام به روزرسانی شوند، به همین دلیل بسیاری از ساختمان‌های دولتی، بیمارستان‌ها و مکان‌های تجاری پر رفت‌وآمد، ملزم به رعایت استانداردهای ملی و انجام بازرسی ادواری در نصب آسانسور هستند.

تحریم و شرایط اقتصادی کشور چه تاثیری بر فعالیت این صنعت داشت؟

متأسفانه تحریم و مشکلات اقتصادی که آغاز آن به سال ۱۳۹۷ باز می‌گردد، موجب کاهش ۷۰ درصدی ساخت آسانسور شده و پس از آن بی‌توجهی سیاست‌مداران در موضوع ممنوعیت ورود قطعات، خسارت زیادی به این صنعت و خریداران آن وارد کرد. باید دانست که در حال حاضر آسانسور کالایی لوکس به شمار نمی‌رود و برای تولید و عرضه آن، ضمن رفع موانع باید فرآیندهای تولید آسانسور بر اساس قوانین مشخص و استانداردها را اجرایی کرد.

چه انتظاراتی از نهادهای دولتی مانند وزارت صمت دارید؟

یکی از مهمترین درخواست صنعت از این وزارتخانه، تسهیل شرایط واردات و تامین مواد اولیه برای صنعت آسانسور است. برای مثال، در شرایط فعلی وزارت صمت جلوی واردات آسانسورهای پکیج را به عنوان یک وسیله مهم برای انتقال تکنولوژی‌های روز به داخل گرفته و همین موضوع صنعت آسانسور را در به‌روز کردن فناوری با چالش روبه‌رو کرده است. با توجه به این امر، اگر نهادهای دولتی تمهیدات لازم را برای حل این مشکل نداشته باشند، شاهد افزایش ساخت آسانسورهای غیر مجاز بی کیفیت و ناکارا خواهیم بود.

این موضوع چه پیامدهایی برای اقتصاد کشورمان دارد؟

این موضوع ثروت ملی را به خطر انداخته و باعث هزینه‌تراشی برای شرکت‌های فعال در صنعت آسانسور و نهایتاً مطرف کنندگان خواهد شد. لازم به ذکر است، این صنعت ضمن نیاز به بازرسی‌ها و به‌روزرسانی سالانه، در ساختمان‌های بلند نیز نیازمند تامین قطعات است. برای مثال، اگر قطعات یک آسانسور از برندی معتبر تامین نشود، اجناس فیک و غیر استاندارد جایگزین قطعات مرغوب می‌گردد و هزینه‌های جانبی آن به کاربران و مصرف کنندگان تحمیل می‌شود.

با چه چالش‌ها و مشکلاتی در این صنعت مواجه هستید؟

متأسفانه به دلیل رانتی که دولت برای برخی از تولید کنندگان ایجاد کرده،

در زمان اجرای طرح مسکن مهر شرکت‌های طراحی و مونتاژ در این صنعت حدود ۷۵ هزار آسانسور بر اساس استانداردهای روز با تامین قطعات داخلی و خارجی تولید کردند که همین امر کشورمان را در شمار سومین تامین کنندگان آسانسور در دنیا قرار می‌داد



متاسفانه
سیاست‌های
دولت، حصاری دور
فعالیت‌های این
صنعت و سندیکی
صنایع آسانسور
و پله برقی ایران
و خدمات وابسته
کشیده که با مرور
زمان دایره اقدامات
آن را محدودتر
می‌سازد

قیمت آسانسور بالا رفته و با صف‌های طولانی خرید آن مواجه هستیم، در حالی که قرار بود، قیمت این محصول کاهش یابد. امروزه صنعت آسانسور به دلیل اطلاع‌رسانی‌های نادرست و مانع‌تراشی‌های دولت‌مردان، با چالش بزرگی روبه‌رو است و تا این مشکل حل نشود، این صنعت در مسیر رشد روزافزون قرار نمی‌گیرد. البته سندیکی صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته زحمات زیادی برای حل مشکلات شرکت‌های طراحی و مونتاژ که مجری آسانسورهای باشند، انجام داده و در صدد بوده تا با مدیریت بهینه این صنعت و فرهنگ‌سازی درست، بار مشکلات آن را سبک‌تر کند. در حال حاضر با وجود آنکه بسیاری از تولیدکنندگان توان بهره‌مندی از تولید و صدور خدمات فنی و مهندسی را دارند، اما برخی از آنان سواد استفاده از تکنولوژی ساخت آسانسور را کسب نکرده‌اند.

آیا صنعت آسانسور به خودکفایی لازم دست پیدا کرده است؟

در زمان اجرای طرح مسکن مهر، شرکت‌های طراحی و مونتاژ در این صنعت حدود ۷۵ هزار آسانسور بر اساس استانداردهای روز با تامین قطعات داخلی و خارجی تولید کردند که همین امر کشورمان را در شمار سومین تامین‌کنندگان آسانسور در دنیا قرار می‌داد. در آن سال‌ها تولید یک سال کشور ما با تولید یک سال کل قاره اروپا برابری می‌کرد. در حال حاضر نیز این صنعت به‌طور سالانه حدود ۲۸ هزار دستگاه آسانسور اجرا کرده و رتبه آن بعد از کشورهای آمریکا، چین و هندوستان قرار دارد. البته همان‌طور که ذکر شد، صنعت آسانسور بخشی از قطعات اصلی آسانسور را تولید کرده، اما کم‌اکان برای تولید الباقی تجهیزات اصلی از جمله موتورهای گیربکس با ظرفیت و کیلووات بالا و موتورهای گیرلس، مطابق تکنولوژی روز دنیا و اجزای آسانسور تارسیدن به خودکفایی، واردات امری الزامی است.

تا چه میزان می‌توان به کیفیت قطعات وارداتی موجود در بازار اعتماد کرد؟

متاسفانه در حال حاضر برخی از قطعات در بازار به نام کالای خارجی عرضه می‌شود، در حالی که قیمت آن چندین برابر کمتر از قیمت خارجی

است و نشان از تقبلی بودن آن دارد، بر همین اساس باید با دقت بیشتری به خرید این قطعات پرداخت. لازم به یادآوری است، نقش اتاق اصناف و اتحادیه‌های تخصصی به جای دخالت در امور صنعت، کنترل فروشگاه‌ها و نظارت بر فروش کالاهای غیراستاندارد است. صنعت آسانسور به واردات قطعات ارزبری نیاز داشته و در صورت رفع تحریم و حمایت دولت توسعه پیدا می‌کند. به اعتقاد بنده، دولت باید دستورالعمل‌ها و تفکیک صنعت و صنف و چگونگی شرایط تولید آسانسور را رصد کرده و در رابطه با آسانسور ساختمان‌های بلندمرتبه یا به عبارتی آسانسورهای پرسرعت، به رعایت استانداردها توجه لازم را داشته باشد.

به چه دلیل دولت‌مردان و سیاست‌گذاران به صنعت آسانسوری توجه هستند؟

مسئولان معمولاً شناخت کافی از این صنعت نداشته و سیاست‌هایی تدوین می‌کنند که با منافع و برنامه‌های صنعت آسانسور در تضاد است. برای مثال، یک تولیدکننده نباید به جز تولید و مدیریت کیفیت و کمیت، دغدغه دیگری به ویژه در رابطه با سیاست‌های دولت داشته باشد تا پس از یک الی دو سال، شاهد بروز مشکل در بهره‌برداری و استفاده از آسانسور در ساختمان‌ها نباشیم. خوشبختانه سندیکی صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته به عنوان کارشناس، این موضوع را به خوبی مدیریت کرده و طی ۲۴ سال سابقه در این حوزه جلساتی برگزار کرده و اقداماتی انجام گرفته است، در حالی که دولت متاسفانه در فرآیند سیاست‌گذاری از سندیکی‌های تخصصی و کارشناسان این حوزه نظرخواهی نمی‌کند.

آیا شرایط برای سرمایه‌گذاری در این صنعت مهیا است؟

ظرفیت زیادی برای سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت آسانسور وجود دارد، اما متاسفانه در این راستا اقدامی از سوی مسئولان صورت نمی‌گیرد. برخی از تولیدکنندگان نیز برای رقابت در بازار ناگزیر از کاهش کیفیت محصولات خود هستند، در حالی که کشور ما جزو پیشروهای مهم این صنعت به شمار می‌رود. متاسفانه سیاست‌های دولت، حصاری دور فعالیت‌های این صنعت و سندیکی صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته کشیده که با مرور زمان دایره اقدامات آن را محدودتر می‌سازد. صنعت آسانسور و سندیکی مرتبط با آن نخبه‌های زیادی دارد و از نظر تئوری و آکادمی نیز بسیار توسعه پیدا کرده، به همین دلیل باید سیاست‌هایی تدوین کرد و از ظرفیت آنان بهره گرفت.

چشم‌انداز این صنعت را چطور ترسیم می‌کنید؟

امروزه تکنولوژی در حال رشد بوده و صنعت آسانسور نیز برای پیشرفت و توسعه به آن نیاز دارد، درست مثل بسیاری دیگر از محصولات که از ابتدای تولید تاکنون به واسطه تکنولوژی، تغییرات روبه‌رشدی را تجربه کرده‌اند. قطعه تابلوفرمان به عنوان مغز صنعت آسانسور، توسط نخبه‌های کشور طراحی و به روزرسانی شده است. استفاده از فناوری و نوآوری‌های جدید، لازم‌رشد این صنعت است، بر همین اساس باید زمینه ایجاد آن به اضافه هوش مصنوعی را فراهم کرد، چرا که هوش مصنوعی به مانند یک انسان متفکر قادر به شناسایی ضعف‌ها و اطلاع‌رسانی آن خواهد بود. جای بسی امیدواری دارد که هم‌اکنون این هوش مصنوعی توسط یک دانشمند از شهر مشهد برنامهریزی شده است. ■



دنیای انرژی



در این بخش می خوانیم:

- قیمت و کیفیت مولفه های اصلی مشتری مداری
- ۹۹ درصد مدیران صنایع انرژی بوشهر غیر بومی هستند
- افزایش سهم ایران از تجارت جهانی گاز با استفاده از دیپلماسی انرژی

مدیرعامل کانون پیشگامان توسعه انرژی

۹۹ درصد مدیران

صنایع انرژی بوشهر غیربومی هستند

محمد جعفری

یکی از دغدغه‌های مهم شرکت‌ها به منظور افزایش سطح بازدهی و بهره‌وری، گزینش و جذب نیروی شایسته و متعهد است، بر همین اساس برخی از کانون‌ها یا نهادهای اجتماعی به منظور شناسایی این افراد شکل گرفته و در صدد هستند تا با برقراری تعاملات مناسب با شرکت‌ها و معرفی افراد نخبه و تحصیل کرده، فرآیند پیشبرد اهداف آن‌ها را تسهیل نمایند. این موضوع بهانه‌ای شد تا به سراغ دکتر عبدالغنی امینی، مدیرعامل کانون پیشگامان توسعه انرژی رفته و با وی به گفت‌وگو پردازیم. امینی، فارغ‌التحصیل مقطع دکتری رشته حقوق بین‌الملل بوده که ضمن داشتن سابقه‌ای ۱۲ ساله در تدریس و ریاست تعزیرات حکومتی دشتستان و کنگان، حدود ۲۶ سال به عنوان قاضی در تعزیرات حکومتی فعالیت داشته و در حال حاضر نیز وکیل پایه یک دادگستری است. در ادامه به مشروح این مصاحبه می‌پردازیم.

مد نظر را برای آن‌ها ترسیم کند. البته متأسفانه اهداف این شرکت برای جذب نیروهای بومی در صنایع ذکر شده، در عمل محقق نشده است، با این حال این کانون سعی دارد تا ضمن معرفی نیروهای نخبه به عنوان مدیر به جذب و بهره‌برداری از آنان کمک کند.

چه موانعی فرآیند فعالیت‌های این کانون را کند می‌کند؟

مشکلات زیادی در این حوزه وجود دارد، با این وجود همکاران و دوستان کانون پیشگامان توسعه انرژی در معرفی این کانون و تشکیل آن زحمات زیادی کشیده و تلاش شبانه‌روزی دارند. سعی ما بر این است تا ضمن تداوم زحمات دوستان و اصلاح نگرش آنان، نگاه سهم‌خواهانه آن‌ها را تغییر دهیم. لازم به یادآوری است، کانون پیشگامان توسعه انرژی در راستای تحقق اهداف خود برنامه‌های زیادی را در گذشته پیش برده و اهداف و چشم‌اندازهای خود را نیز ترسیم کرده است.

کانون پیشگامان توسعه انرژی تاکنون چه دستاوردهای مهمی داشته است؟

در نشستی که چند هفته پیش برگزار شد، این کانون شناسنامه جامعی از نیروهای نخبه در عرصه پتروشیمی در قالب کتابچه و یک نرم‌افزار که در سایت بارگذاری شود را ایجاد کرد تا در اختیار مجموعه‌ها و صنایع نفت، گاز و پتروشیمی قرار گیرد. به عنوان مثال، کانون پیشگامان توسعه انرژی لیست ۶۰۰ نفر از افراد توانمند را گردآوری کرده تا شرکت‌ها از ظرفیت آنان بهره‌گیرند. البته معرفی افراد نخبه به مدیران نباید به این صورت باشد که مدیر تصور کند، موضوع دستوری به او تحمیل شده است.

برای توسعه فعالیت‌های خود چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

کانون پیشگامان توسعه انرژی در راستای توسعه اهداف تعیین شده خود، تیم جدیدی تشکیل داده تا ضمن تلاش برای تحقق اهداف گذشته، نگاه مدیریتی خود را نیز تغییر دهد. سعی این کانون بر این است که موضوعات را از سطح منطقه‌ای خارج کرده و به سطح ملی



در خصوص فعالیت‌های کانون پیشگامان توسعه انرژی توضیحاتی ارائه فرمایید.

این کانون حدود ۳ سال پیش در قالب یک طرح و انجمن خودجوش مردم‌نهاد با تکیه بر نیروهای شاغل در صنایع نفت، گاز و پتروشیمی با هدف جذب و به کارگیری نیروهای توانمند بومی تأسیس شد و تاکنون نیز در شناسایی و معرفی این افراد موفق عمل کرده است. در حال حاضر نیز کانون پیشگامان توسعه انرژی ۵۰۰ عضو فعال دارد و در تلاش است تا در عرصه فعالیت‌های خود و گسترش چارچوب برنامه‌های توسعه انرژی، نگاه بلندتر و وسیع‌تری از سطح محل و منطقه داشته باشد و به عنوان بازوی توانمند این فعالیت نقش خود را ایفا کند.

چه اهدافی را به منظور تحقق برنامه‌های این کانون در نظر گرفته‌اید؟

کانون پیشگامان توسعه انرژی، یک کانون نوپا بوده و در تلاش است تا ضمن معرفی خود به صنایع نفت، گاز و پتروشیمی، اهداف و برنامه‌های

ارتقاء دهد، بر همین اساس در عضوگیری جدید خود، افراد غیربومی را نیز جذب کرده و در صدد است تا فراتر از نگاه‌های محلی و منطقه‌ای فعالیت کند.

برای تحقق برنامه‌های این کانون با چه چالش‌هایی مواجه هستید؟

متأسفانه یکی از این موانع، جذب درصد بالایی افراد غیربومی در صنایع نفت، گاز و پتروشیمی است. برای مثال، بیش از ۹۹ درصد مدیران صنایع انرژی در استان بوشهر را افراد غیربومی تشکیل داده و حتی درصد زیادی از نیروهای خدماتی هم از شهرهای دیگر تامین می‌شوند. با توجه به این موضوع، کانون پیشگامان توسعه انرژی در نظر دارد تا با برقراری حس همراهی و همدلی با مدیران، بستر تشویق آنان برای عمل به مسئولیت‌های اجتماعی و به کارگیری نیروهای نخبه بومی را فراهم سازد. به عبارتی دیگر، این کانون به عنوان بازوی مشورتی مدیران و انتقال خواسته‌های آنان به وزیر، نماینده مجلس و دولت مردان عمل کرده و نه با نگاه شخص محوری، بلکه با نگاه مجموعه محوری فعالیت دارد.

آیا مدیران بخش انرژی کشور با این کانون همراه شده‌اند؟
برخی از ماموریت‌ها را کانون پیشگامان توسعه انرژی در دستور کار قرار داده که از جمله آن، توانمندسازی منابع انسانی استان بوشهر در حوزه انرژی است. به عبارتی دیگر، این کانون ضمن اینکه در نظر دارد تا استان بوشهر از موهبت و دستاوردهای این کار منتفع شده و فعالیت‌های خود را به دیگر بخش‌ها تعمیم دهد، از نیروی بومی مدیران نیز بهره گیرد. در حال حاضر بیش از یک هزار و ۶۰۰ بوشهری در بخش‌های نفت، گاز و پتروشیمی استان تهران مشغول به کار هستند که نشان از ظرفیت بالای آنان دارد.

صنایع پتروشیمی از تاسیس چنین کانونی استقبال کرده است؟

نگاه این صنایع نسبت به کانون پیشگامان توسعه انرژی در ابتدا مثبت بود، اما پس از آنکه در این کانون تحول‌آفرینی رخ داد که آن را از اهداف اولیه دور می‌کرد، صنایع پتروشیمی نیز نسبت به آن موضع گرفتند، با این وجود تعامل خوبی بین آنان و کانون پیشگامان توسعه انرژی وجود دارد و برای بهتر شدن آن باید تغییرات اصلی در چارچوب‌ها و اهداف تعیین شده ایجاد کرد.

چه کانون‌های موازی با کانون پیشگامان توسعه انرژی هم‌اکنون شکل گرفته است؟

به اعتقاد بنده، باید در همه استان‌ها نهادی مشابه این کانون یا نهاد متولی بخش‌های نفت، گاز و پتروشیمی ایجاد شود. البته ایجاد این کانون‌ها به معنی تضمین تحقق اهداف آن نیست، چرا که در همین استان بوشهر، به رغم وجود مصوبه قانونی مبنی بر استفاده از ۵۰ درصد نیروی بومی در بخش‌های انرژی، اکثر نیروها غیربومی هستند. برای نمونه، ۴۲ نفر نیروی خدماتی از استان مازندران به شرکت‌های بوشهر آمده‌اند، از این رو باید نگاه واقع‌بینانه‌تری نسبت به این موضوع داشته و استفاده از نیروی بومی را زیاده‌خواهی یا سهم‌خواهی تلقی نکنیم.

آیا استان بوشهر از ظرفیت کافی برای تامین نیروی نخبه شرکت‌ها بهره‌مند است؟

در گذشته این نیروی توانمند در استان بوشهر وجود نداشت، اما در حال حاضر به دلیل آموزش‌های فراوان تعداد نیروهای نخبه بومی هم زیاد شده، به طوری که می‌توان از آنان به عنوان مدیر یا معاون استفاده کرد. همان‌طور که ذکر شد، هلدینگ‌های نفت، گاز و پتروشیمی نگاه مثبتی به مدیر بومی نداشته و حتی ۱۰ درصد کل نیروی مشغول به کار در ۴۶ شرکت پتروشیمی استان بوشهر، بومی نیستند. طبیعتاً این موضوع سبب دلخوری‌هایی شده و بهره کمی را به استان بوشهر می‌رساند.

چه انتظاری از مدیران و مسئولان دارید؟

قطعاً هدف ما پیشبرد برنامه‌های عام‌رانه و تکلیفی نیست، چرا که همه مدیران حق انتخاب داشته و باید اعضا را با صلاح دید خود انتخاب نمایند. لازم به ذکر است، کانون پیشگامان توسعه انرژی نگاهی توسعه‌محور داشته و همان‌طور که از اسم آن بر می‌آید، به دنبال برقراری ارتباط منعطف و نرم با شرکت‌ها است. به عبارتی دیگر، این کانون به عنوان بازوی مشورتی در کنار آن‌ها قرار گرفته و سعی دارد تا ارتباط مطلوبی با آن‌ها برقرار کند.

وسخن آخر...

به اعتقاد بنده، باید از محدودیت‌ها عبور کرده و با نگاه وسیع‌تری به مسائل بپردازیم، از این رو کانون پیشگامان توسعه انرژی نیز در نظر دارد تا به جای تقابل با دیگر شرکت‌ها با آن‌ها در تعامل باشد و با خود همسو کند. امیدوارم، با تلاش دوستان و مجموعه بتوان در این مسیر به موفقیت‌های چشمگیری دست پیدا کرد. ■

در گذشته
نیروی توانمند در
استان بوشهر وجود
نداشت، اما در
حال حاضر به دلیل
آموزش‌های فراوان
تعداد نیروهای نخبه
بومی زیاد شده
به طوری که می‌توان
از آنان به عنوان
مدیر یا معاون
استفاده کرد



مدیرعامل مجموعه کارخانجات مادر تخصصی عایق آسیا تاکید کرد

قیمت و کیفیت

مولفه‌های اصلی مشتری‌مداری

احمد رضا صباغی

تولید انواع عایق‌های صوتی و حرارتی در کشور طی سال‌های اخیر روند رو به رشدی داشته است. با توجه به اینکه کاربرد عایق‌های صوتی و حرارتی در کشور افزایش چشمگیری داشته است، به نظر می‌رسد، باید برای ورود تکنولوژی به صنایع تولیدکننده عایق‌های صوتی و حرارتی گام‌های مفیدتر و موثرتری برداشت. محسن واعظ‌تهرانی مدیرعامل مجموعه کارخانجات مادر تخصصی عایق آسیا که فارغ‌التحصیل کارشناسی مهندسی نفت از دانشگاه امیدیه است و کارشناسی ارشد خود را در رشته مدیریت از دانشگاه اصفهان اخذ کرده و هم‌اکنون نیز دانشجوی دکترای مدیریت دانشگاه تهران می‌باشد، معتقد است: "تأثیر مثبت تحریم نسبت به تأثیر منفی آن بیشتر بوده، چراکه در دوران تحریم‌های ظالمانه، اتکای صنعت به کالای تولید داخل بیشتر شده و میزان خرید محصولات داخلی افزایش پیدا کرده و به دنبال آن رونق گرفتن بازار و فعال شدن صنعت برای تأمین نیاز بازار از تأثیرات این اتفاق بوده است." مشروح مصاحبه با این مدیر موفق در صنعت عایق‌های صوتی و حرارتی از نظر خوانندگان خواهد گذشت.

۱۱ سال است که در مجموعه کارخانجات مادر تخصصی عایق آسیا مشغول به فعالیت هستم و در این مدت به عقیده ما دیروز برای تجربه و امروز تدبیری برای فردا است. گذشتگان راه بسیار پیموده‌اند و تجربه گذشتگان یادگار عظیم صنعت امروز ما است. در شرایط امروز به لطف ایزد منان و با همت، تلاش و به کارگیری توان و تجربه‌های افزون شده بر یادگار دیرنیا، توانسته‌ایم بر کیفیت این صنعت بیافزاییم.

درباره محصولات تولیدی مجموعه کارخانجات مادر تخصصی عایق آسیا توضیح دهید؟

تولیدات این مجموعه انواع عایق‌های صوتی، حرارتی و برودتی شامل عایق پشم سنگ لوله‌ای (Iso Pipe)، عایق پشم سنگ لحافی رزین دار (Pheno Felt)، عایق پشم سنگ تخته‌ای (Pheno Panel)، پشم خام فله‌ای (Iso Therm)، عایق پشم سنگ پتویی دوخته شده (Iso Blanket)، ماستیک، فوم پلی یورتان، پشم شیشه، پوشش‌های ضد حریق، پیش‌ساخته، پشم سرامیک، پشم شیشه، پوشش‌های ضد حریق، هیدروپونیک، کلسیم سیلیکات و لوازم جانبی عایق کاری می‌شود که یکی از نیازهای اولیه صنایع مهم کشور از جمله صنایع نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی و همچنین صنعت ساختمان (مبحث ۱۹ مقررات ملی ساختمان) است. ما تولیدات خود را بر اساس استاندارد ASTM (انجمن مواد و آزمون آمریکا) ارائه می‌کنیم و همچنین با استقرار سیستم‌های مدیریتی مبتنی بر استانداردهای جهانی، گواهی‌نامه‌هایی از جمله ISO (۹۰۰۱، ۴۵۰۰۱ و ۱۴۰۰۱) را کسب کرده‌ایم. سرعت عمل در ارائه خدمات از طریق حجم بالای تولید و برنامه‌ریزی دقیق باعث شده که تحویل کالا در موعد مقرر (حتی در مواردی زودتر از موعد مقرر) انجام پذیرد.

عملکرد شرکت در حوزه جذب مشتری و مشتری‌مداری چگونه است؟

از دیدگان مشتری؛ تجربه، بهره‌برداری از تکنولوژی نوین در جهان،



مجموعه کارخانجات مادر تخصصی عایق آسیا در چه سالی و با چه هدفی شروع به کار کرده است؟

در سال‌های اخیر، مصرف انرژی در جهان به طور پیوسته افزایش یافته، از این رو با توجه به محدودیت منابع و اثرات زیست محیطی مصرف انرژی، تولید و به کارگیری عایق‌های صوتی، حرارتی، برودتی و پوشش‌های ضد حریق در جهت بهینه‌سازی مصرف انرژی و کاهش آلودگی صوتی در واحدهای مختلف اعم از صنعتی و غیرصنعتی به عنوان رسالت اصلی این شرکت مطرح است. مجموعه کارخانجات مادر تخصصی عایق آسیا تولیدکننده عایق‌های صوتی، حرارتی، برودتی و پوشش‌های ضد حریق با ظرفیت سالانه ۱۲۰ هزار تن مطابق با آخرین استانداردهای روز دنیا از سال ۱۳۸۰ فعالیت خود را آغاز و در آذرماه سال ۱۳۸۳ به بهره‌برداری رسید. این شرکت افتخار دارد، با تمرکز بر تولید محصولات متناسب با نیاز روز و مشتریان تحت نظارت و کنترل کادر مجرب و دانش آموخته، سهم کوچکی در پیشبرد اهداف کلان ملی مرتبط با بهینه‌سازی مصرف انرژی ایفا کند. بنده حدود

دقت در تهیه مواد با کیفیت و همچنین به کارگیری تلاشی بی وقفه با اتکا به لطف ایزد منان، مشتری مداری را سر لوحه راهمان ساخته ایم تا بتوانیم به پرتوهای والای موفقیت دست یابیم. ما با اعتقاد به رقابت سالم در عرصه صنعت کشور، دو پارامتر مهم و تاثیر گذار یعنی (قیمت و کیفیت) را در راس برنامه های خود قرار داده ایم. در دنیای مدرن امروز که حفظ انرژی مهمتر از تولید آن است، ذخیره و حفظ انرژی هرروز بیشتر از روز گذشته جلوه نمایی می کند. همسو شدن با این مهم از والاترین اهداف مجموعه کارخانجات مادر تخصصی عایق آسیا به عنوان تولید کننده ممتاز در سطح بین الملل از همان ابتدای مسیر بوده و به موجب این امر، با بهره گیری از طرح های برتر در صنعت عایق به عنوان طایه دار پیشگام بوده ایم. احترام به مشتری جزو اهداف جدا نشدنی این مجموعه است و بر این باور هستیم که فروش پایان کار نیست، بلکه شروع تعهدی است بر آسودگی خاطر مشتریان ارجمندمان از تضمین تولیدات این شرکت که تاکنون روشنایی بخش راهمان بوده است. این مجموعه با تولید عایق های با کیفیت مورد نیاز در صنعت نفت، گاز و پتروشیمی و همچنین انجام پروژه های مختلف عمرانی، فولادی و خدماتی و توسعه پروژه های تحقیقاتی یکی از شرکت های پیشرو در زمینه تولید عایق های صنعتی است. تولید انبوه و فروش محصولات خاص نقش اساسی در چرخه تولید کشور ایفا کرده است. همان طور که گفته شد، سرعت عمل در ارائه خدمات، از طریق حجم بالای تولید و برنامه ریزی دقیق باعث شده که تحویل کالا در موعد مقرر (حتی در مواردی زودتر از موعد مقرر) انجام پذیرد، از همین رو افزایش رضایت مشتری را سر لوحه کار خود قرار داده و توانسته اکثر نیازهای مشتریان خود را برطرف سازد. لازم به ذکر است، این مجموعه دارای آزمایشگاه تخصصی با گواهی نامه ها و استانداردهای معتبر و امکانات روز دنیا است و همچنین در سال های اخیر این توفیق را داشته که به عنوان آزمایشگاه همکار سازمان ملی استاندارد ایران فعالیت کند که در این آزمایشگاه اندازه گیری دانسیته، میزان رطوبت، تست های مکانیکی از جمله کشش و فشار، آزمون درصد ناخالصی الیاف و میزان درصد شات، جذب صوت تیتراسیون و اندازه گیری مقادیر NCO و OH مواد اولیه عایق های پلی ایزوسیانات و ویسکوزیته، درصد جذب آب و غیره انجام می گیرد که به این لحاظ شرکت ما توانسته برتری خود را نسبت به رقبای خود حفظ و جزو شرکت های تولیدی برتر کشور شود.

مزیت رقابتی محصولات شرکت شما نسبت رقبای داخلی و خارجی چیست؟

همان طور که قبلا هم به آن اشاره شد، قیمت مناسب، ظرفیت تولید بالا، کادر فنی آموزش دیده و متخصص، آزمایشگاه تخصصی با گواهی نامه ها و استانداردهای معتبر و به روزترین دستگاه های روز دنیا و همچنین همکاری با سازمان ملی استاندارد ایران تحت عنوان آزمایشگاه همکار سازمان، پایبندی به اصول و ضوابط از جمله اصول کاری شرکت ما است و سعی داریم که همیشه در حال پیشرفت و حرکت رو به جلو باشیم.

مهمترین چالش ها برای تولید انواع عایق در کشور را بیان کنید؟

عدم همکاری تامین کنندگان و تولید کنندگان مواد اولیه داخلی و تغییر

مداوم و غیر منطقی قیمت، عدم همکاری دستگاه های ذی ربط در خصوص تخصیص اعتبارات از مهمترین چالش هایی است که این واحد تولیدی با آن روبه روست. با وجود این مشکلات شرکت کماکان با تمام قدرت به وظیفه خود در خصوص تامین نیاز صنعت عمل کرده و از این مهم لحظه ای فروگذار نکرده است.

تحریم ها چه آثار منفی و یا حتی مثبتی بر تولید داخل گذاشته است؟

به عقیده بنده، تاثیر مثبت آن نسبت به تاثیر منفی بیشتر بوده، چرا که در دوران تحریم های ظالمانه، اتکای صنعت به کالای تولید داخل بیشتر شده و میزان خرید محصولات داخلی افزایش پیدا کرده و به دنبال آن رونق گرفتن بازار و فعال شدن صنعت برای تامین نیاز بازار از تاثیرات این اتفاق بوده است. البته لازم به ذکر است، رهنمودهای حکیمانه مقام معظم رهبری در خصوص رونق تولید و تکیه بر توانمندی داخلی، زمینه ساز و محرک اصلی برای اعتماد بیشتر فعالان صنعت و مصرف کنندگان به تولیدات داخل بوده است.

در حوزه پرورش نیروی انسانی متخصص عملکرد شرکت چگونه بوده است؟

پرورش نیروهای فنی متخصص از طریق برگزاری دوره های آموزشی تخصصی ضمن خدمت برای نیروهای شاغل در مجموعه و همچنین برگزاری کلاس های آموزشی بدو استخدام پس از جذب و استخدام نیروهای جدیدالورود صورت گرفته است. البته لازم به ذکر است، جذب نیروی انسانی توانا و متخصص از جمله اهداف این شرکت بوده که با استعانت الهی و همچنین برگزاری مصاحبه های تخصصی، تاکنون موفق به جذب نیروی متعهد و مجرب مورد نیاز شرکت شده ایم و در آینده نیز برنامه هایی برای افزایش توان آموزشی نیروهای متخصص در زمینه کاری خود داریم.

به منظور صادرات محصولات چه اقداماتی انجام داده اید؟

با شرکت در نمایشگاه های متعدد داخلی و خارجی، به روزرسانی پورتال مجموعه به زبان های روز دنیا از جمله عربی، روسی و انگلیسی و همچنین همکاری با تجار و بازرگانان فعال در زمینه صادرات از جمله فعالیت هایی بوده که در این زمینه انجام شده و اکنون نیز در حال گسترش آن هستیم و از همین طریق نیز از کلیه علاقه مندان و فعالان در این حوزه دعوت به همکاری می کنیم.

وسخن آخر...

در پایان باید به این نکته اشاره داشته باشیم که توسعه بازار فروش و تکمیل سبد محصولات مورد نیاز در کشور مربوط به حوزه فعالیت و افزایش توان تخصصی شرکت از هدف گذاری های کوتاه مدت و بلندمدت این شرکت است. امیدوارم که با تکیه به توانمندی ها و تخصص نیروهای داخلی بتوانیم علاوه بر خودکفایی کامل در صنعت در صنعت تولید عایق هم به این مهم دست یابیم و از ظرفیت های بازار کشورهای همسایه نیز استفاده مناسب را داشته باشیم و راه های گسترش توسعه تجارت خارجی را فراهم کنیم. ■

این مجموعه با تولید عایق های با کیفیت مورد نیاز در صنعت نفت، گاز و پتروشیمی و همچنین انجام پروژه های مختلف عمرانی، فولادی و خدماتی و توسعه پروژه های تحقیقاتی یکی از شرکت های پیشرو در زمینه تولید عایق های صنعتی است

افزایش سهم ایران از تجارت جهانی گاز با استفاده از دیپلماسی انرژی

سهیلا زمانی

فعالان عرضه انرژی نیز، به تصمیم‌گیری درست در این زمینه کمک خواهد کرد.

روسیه بازیگر اصلی تجارت و قیمت‌گذاری گاز در بازارهای منطقه و جهان است. از آنجا که دیپلماسی انرژی در حال حاضر، به یکی از شیوه‌ها و ابزارهای تأمین امنیت ملی تبدیل شده، ایران نیز با استفاده از این ابزار مهم، باید توانایی‌های خود را در این بازی قدرت، به نمایش بگذارد.

مامی‌دانیم که بازار گاز و برنامه‌های راهبردی کشورها در صحنه بین‌الملل و در این صفحه شطرنج سیاسی و اقتصادی، به دیپلماسی گازی کشورهای دارنده ذخایر گازی بستگی دارد و دیپلماسی گازی به معنای نفوذ سیاسی دولت‌ها برای افزایش منافع اقتصادی آن‌ها در بازارهای بین‌المللی تعریف می‌شود و از این رهگذر، آگاهی کامل به این حوزه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. فراموش نکنیم که ایران با سه کشور روسیه، قطر و ترکمنستان، به عنوان تولیدکنندگان اصلی گاز در منطقه، رقابت دارد. حال، تبدیل این رقابت به همکاری، منافع زیادی را از طریق کاهش هزینه انتقال گاز، نصیب جامعه جهانی می‌کند. در حال حاضر بزرگ‌ترین بازارهای پیش روی کشورهای صاحب ذخایر گازی، بازارهای اروپا، هند و چین است، بنابراین با توجه به اینکه مصرف‌کنندگان گاز نیز به دنبال تنوع بازار برای دوری جستن از قدرت انحصاری تولیدکنندگان در قیمت‌گذاری و جلوگیری از قطع گاز به دلایل فنی، اقتصادی و سیاسی هستند، اکنون زمان آن رسیده تا ایران نیز از این موقعیت به نحو احسن به نفع خود استفاده کرده و سهم خود از این تجارت جهانی را افزایش دهد.

ایران با توجه به شرایط ژئوپلیتیکی خود در خصوص ذخایر گاز و بازار تولید و مصرف و به ویژه حضور رقاباتی که شرایط سیاسی متفاوت دارند و در عین حال، مصرف‌کنندگانی که به دنبال تنوع در بازار واردات گاز خود هستند، باید با شناخت رفتار کشورها و دیپلماسی انرژی حاکم بر منطقه، آرایش منطقه‌ای خود را به گونه‌ای تغییر دهد تا بهترین پاسخ را از راهبردهای پیش روی خود به دست آورد. ■

ذخایر گازی ایران و صنایع مرتبط با آن، بخش بزرگی از اقتصاد و افق برنامه‌ریزی کشور را تشکیل می‌دهد. ایران بر اساس آمارهای رسمی منتشر شده، با برخورداری از حدود ۳۳/۲ تریلیون مترمکعب از ذخایر اثبات شده گاز جهان و سهمی معادل ۱۷/۲ درصد، جایگاه دوم را در میان دارندگان ذخایر عمده گاز جهان به خود اختصاص داده و اکنون پس از آمریکا و روسیه، رتبه سوم تولید گاز را در اختیار داشته و ۶ درصد گاز جهان را تولید می‌کند. در این راستا، وزارت نفت فعالیت‌های گسترده و گام‌های بلندی در حوزه سرمایه‌گذاری خارجی و تجارت انرژی با اولویت همسایگان بر داشته است. در گستره ارتباطات اقتصادی در سطح بین‌الملل و در حوزه صنعت گاز، ارتباط صنعت گاز ایران و روسیه از این جهت که مقام نخست و دوم بزرگ‌ترین ذخایر گازی جهان در دست این دو کشور است، اهمیت بسیار بالایی دارد. چندی پیش، مدیر عامل شرکت ملی گاز ایران از امضای بزرگ‌ترین تفاهم‌نامه سرمایه‌گذاری تاریخ صنعت نفت با گازپروم روسیه خبر داد. بررسی اهمیت این تفاهم‌نامه از نظر اقتصادی با توجه به توانمندی‌های هر دو طرف، اقدامی قابل ملاحظه است که ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» تلاش دارد، آن را به نحو احسن انجام دهد.

ایران اکنون کمتر از ۲ درصد، روسیه حدود ۲۵ درصد و قطر تقریباً ۱۰ درصد از سهم تجارت جهانی گاز را در اختیار دارند. وضع ایران در تجارت جهانی گاز و توانمندی‌های این صنعت نشان می‌دهد، برنامه‌های گازی کشور نیازمند انتخاب راهبردی مناسب به ویژه در ارتباط با بازیگران این صنعت است؛ راهبردی که با توجه به ساختار بازار گاز طبیعی با تکیه بر همکاری‌های مشترک بین صاحبان عمده گاز، نتایج مثبت اقتصادی به همراه دارد. گفتنی است، شرکت ملی گاز ایران تجربه تجارت گاز با کشورهای ترکمنستان، ترکیه و برنامه انتقال گاز به عراق، عمان، هند و پاکستان را در کارنامه صادراتی خود دارد و برای رسیدن به سهمی مطلوب از تجارت جهانی، با چند راهبرد در پهنه بین‌المللی روبه‌رو است. هر چند که در نظر گرفتن واقعیت‌های بازار انرژی، ظرفیت‌ها و توانمندی‌های

وضع ایران در تجارت جهانی گاز و توانمندی‌های این صنعت نشان می‌دهد، برنامه‌های گازی کشور نیازمند انتخاب راهبردی مناسب به ویژه در ارتباط با بازیگران این صنعت است





گفت و گوی اختصاصی با علی صدرالهی

در این بخش می خوانیم:

- رواج مواد اولیه بی کیفیت در صنعت مبلمان
- زیرساخت کافی برای افزایش تولید وجود ندارد
- ورود به بازارهای جهانی با تولید کالاهای دکوراتیو ایرانی

مدیرعامل شرکت مبل تاج مطرح کرد

رواج مواد اولیه بی کیفیت در صنعت مبلمان

محمد جعفری

صنعت مبلمان یکی از صنایع با سابقه طولانی است که متأسفانه در شرایط کنونی با مشکلاتی مانند افزایش قیمت مواد اولیه و کمبود شدید نقدینگی به منظور تامین هزینه‌های تولید روبه‌رو است. از سوی دیگر، عدم حمایت دولت از این صنعت موجب شده تا در زمینه صادرات نیز امکان رقابت با شرکت‌های دیگر از جمله شرکت‌های ترکیه‌ای وجود نداشته باشد، از این‌رو اکثر فعالان این حوزه بر این عقیده هستند که اگر دولت چاره‌ای برای حل مشکلات این صنعت اتخاذ نکند، با تعطیلی واحدهای تولیدی این حوزه مواجه خواهیم شد. به منظور بررسی بیشتر این موضوع به سراغ علی صدرالهی، مدیرعامل شرکت مبل تاج رفته و با وی به گفت‌وگو پرداختیم که مشروح آن از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

چه برنامه‌ای برای صادرات محصولات خود در نظر گرفته‌اید؟

در حال حاضر شرکت مبل تاج به واسطه برخی از بازرگانان، محصولات خود را به کشورهای دیگر صادر می‌کند، اما با توجه به موانع سیاسی و عدم حمایت‌های دولت، محدودیت‌های زیادی بر سر راه صادرات وجود دارد، در حالی که کشورهای دیگر مشتاق خرید این محصولات هستند. متأسفانه در زمان کنونی دولت مردان کشورمان تنها حرف می‌زنند و در عمل فکری به حال این صنعت و رشکسته و صنایع مشابه نمی‌کنند، در صورتی که می‌توان درآمدهای ارزی حاصل از صنعت مبل را حتی جایگزین نفت کرد.

مهمترین چالش‌های تولیدکننده مبل چیست؟

متأسفانه هر سال شاهد افت تولید این محصول به دلیل کاهش قدرت خرید مردم هستیم. حتی تولیدکنندگان نیز نقدینگی مورد نیاز خود را با خرید دین از بانک‌ها تامین می‌کنند، به همین دلیل با توجه به کمبود نقدینگی و افزایش قیمت‌ها، تولیدکنندگان مبل شرایط مناسبی برای تولید محصولات جدید ندارند و عمدتاً همان مدل‌های قدیمی را به بازار عرضه می‌کنند که قیمت و کیفیت پایینی دارد. به بیان دیگر، شرکت‌های تولیدکننده مبل برای مهار مشکلات خود ناگزیر از تامین مواد اولیه بی کیفیت و درجه سوم هستند. حتی برای حضور این شرکت‌ها در نمایشگاه‌های بین‌المللی نیز چالش زیادی وجود دارد. علاوه بر این، هیچ‌گونه حمایتی از این صنف از جانب دولت صورت نمی‌گیرد. به عنوان مثال، چوبی که ۱۵ میلیون تومان به فروش می‌رسد، چند روز بعد برای خرید آن تا ۱۷ میلیون تومان و حتی بیشتر باید پرداخت کرد، در حالی که هیچ نهاد و سازمانی برای رسیدگی به این موضوع وجود ندارد. از سوی دیگر، هیچ‌یک از سازمان‌های استاندارد در کشورمان بر کیفیت مواد اولیه تولید مبل نظارت نداشته و همین موضوع باعث رواج مواد اولیه بی کیفیت در بازار شده، به طوری که مواد با کیفیت تنها ۳۰ درصد بازار را تشکیل می‌دهد.



در خصوص فعالیت شرکت مبل تاج توضیحاتی ارائه فرمایید.

فعالیت این شرکت از سال ۱۳۸۰ با تولید مبل راحتی آغاز شد. در آن زمان هر دست مبل با قیمت ۵۵ هزار تومان به بازار عرضه می‌شد و میزان فروش بسیار بالا بود، از این‌رو با مرور زمان این فعالیت تداوم پیدا کرد و با الگوبرداری از کشورهای تولیدکننده مبل و بالا رفتن تجربه، مهارت و تخصص شرکت مبل تاج نیز افزایش یافت. در حال حاضر نیز این شرکت با تلاش برای ارتقاء سطح کیفی تولیدات و به‌روزرسانی آن جهت جلب رضایت و توجه مشتریان مشغول به کار است.

مهمترین ویژگی مبل تاج نسبت به دیگر مبل‌ها چیست؟

شرکت مبل تاج، مدل‌های جدیدی از مبل راحتی وارد بازار می‌کند که نسبت به نمونه‌های مشابه کم‌نظیر است. از طرفی، این شرکت هر دو ماه یک‌بار، مدل‌های قدیمی را تغییر داده و نمونه‌های تولیدی خود را به روز می‌کند، به طوری که معمولاً تنوع بسیار بالای مبل در شرکت مبل تاج انتخاب را برای مشتریان سخت می‌کند.

عدم نظارت بر فرآیند تولید و عرضه مواد اولیه چه پیامدهایی خواهد داشت؟

این امر باعث می شود که شرکت هایی مانند شرکت مبیل تاج و شرکت های توانمند نسبت به رقبای خارجی حرفی برای گفتن نداشته باشند، در حالی که با توجه به قدمت مبیل نشینی در کشور، باید زمینه توسعه این صنعت فراهم گردد. برای مثال، امروزه کشوری مانند ترکیه که نه از سابقه مبیل نشینی طولانی برخوردار بوده و نه ظرفیت های کشورمان برای تولید مبیل را در اختیار دارد، پس از ورشکستگی اقتصادی کشورهای اروپایی طی ۳۰ سال گذشته، مبیل مورد نیاز آنان را تامین کرده و در حال حاضر نیز تامین کننده مبلمان این کشورها به شمار می رود. علاوه بر این، بازار گسترده تقاضای کشورهای عربی برای مبیل نیز از سوی این کشور و کشور چین تامین می شود. این موضوع حتی بر روند تولید مبیل در کشور نیز تاثیر گذاشته، به طوری که رنگ مبلمان کلاسیک حتما باید از ترکیه تامین شود تا زیبایی لازم را داشته باشد.

با توجه به شعار سال جاری چه اقدامی برای حمایت از صنعت تولید مبیل صورت گرفته است؟

متأسفانه اکثر شرکت های تولید کننده مبیل در شرایط ورشکستگی و تعطیلی هستند. تولید کننده ای که ۲۰ سال پیش به طور روزانه ۱۵ و حتی ۵۰ دست مبیل تولید می کرد، هم اکنون یک دست مبیل تولید می کند، یعنی هیچ حمایتی از تولید کننده صورت نمی گیرد. البته بنده با علاقه به این شغل وارد شده و در بدترین شرایط نیز راضی به ترک آن نیستم، اما خیلی از فعالان صنعت مبیل طی سال های اخیر ناگزیر از تعطیلی واحدهای خود شده و برخی هم به جای تولید به سمت دلالتی رفته اند. شرکت مبیل تاج نیز طی مدت اخیر تلاش زیادی برای تداوم فعالیت های تولیدی داشته و در گذشته برای تکمیل فرآیند کیفی این محصول، از نمونه های چینی خریداری و الگوبرداری کرده است، هر چند که باید دانست، کیفیت مدل های چینی بسیار پایین تر از نمونه های ایرانی است. برای نمونه، طی بررسی از نمونه های چینی روشن شد که اتصالات بافت درونی مبلمان تولیدی این کشور برخلاف ایران، با سوزن صورت می گیرد، در حالی که در نمونه های ایرانی از کلاف چوب و مواد محکم تری استفاده می شود.

تا چه میزان شرایط برای سرمایه گذاری در این صنعت مناسب است؟

متأسفانه شرایط خوبی برای سرمایه گذاری در این صنعت وجود ندارد، در

حالی که در بخش دلالتی و واسطه گری سود بالایی نهفته است، بر همین اساس در شرایطی که سود یک تولید کننده مبیل در حالت خوشبینانه تنها ۱۵ درصد بوده و برای تامین هزینه های نیروی انسانی و خرید مواد اولیه مشکلات فراوان دارد. فروشندگان مبیل از مشتریان ۱۰۰ درصد سود دریافت می کنند، از این رو اکثر تولید کنندگان مبیل اشتیاقی به ادامه فعالیت ندارند.

حضور در نمایشگاه های بین المللی چه اهمیتی برای رشد صنعت مبلمان دارد؟

یکی از موارد قابل توجه برای رشد و توسعه هر شرکتی، حضور در نمایشگاه ها است که متأسفانه به دلیل تورم کنونی هزینه بسیار بالایی برای شرکت ها به همراه دارد، از این رو اگر دولت ها هزینه حضور در این نمایشگاه ها را به حداقل ۱۰۰ تولید کننده بدهند، بستر رشد صنعت داخلی مهیا خواهد شد. البته حضور در نمایشگاه های داخلی نیز تاثیرات مثبت مشابهی دارد که خوشبختانه با استقبال مردم و مخاطبان نیز روبه رو می شود، اما نمایشگاه امسال با توجه به کاهش قدرت خرید مردم بازدهی چندانی در بخش فروش نداشت.

چه چشم اندازی را برای این صنعت متصور هستید؟

اگر دولت سیاست خاصی برای حمایت از این صنعت و صنایع مشابه صورت ندهد، شاهد تعطیلی بسیاری از واحدهای تولیدی خواهیم بود که اثرات منفی آن بر اشتغال کشور و اقتصاد نیز ملموس است. از سوی دیگر، هم اکنون تولید مبیل توسط نیروهای دهه ۵۰ الی ۶۰ صورت می گیرد که در آینده پیر شده و دولت ناگزیر به استفاده از نیروی کار خارجی خواهد بود، بر همین اساس پیش بینی می شود که در آینده با کاهش تولید کننده مبیل روبه رو باشیم.

و سخن آخر...

بنده به عنوان تولید کننده مبیل به قدری به این صنعت علاقه مند هستم که با عزم جدی و در شرایط دشوار نیز به فعالیت های خود ادامه خواهم داد، اما متأسفانه آرزوهای ما در این صنف محقق نشده و موانع موجود باعث می شود تا ضمن بی استفاده ماندن تجربیات صنعتگران این حوزه، از مواد با کیفیت در فرآیند تولید استفاده نشود. ■

هیچ یک از
سازمان های
استاندارد در
کشورمان بر کیفیت
مواد اولیه تولید مبیل
نظارت نداشته و
همین موضوع باعث
رواج مواد اولیه
بی کیفیت در بازار
شده، به طوری که
مواد با کیفیت تنها
۳۰ درصد بازار را
تشکیل می دهد



مدیر فروشگاه‌های شرکت صنعتی رویال هوم

رکود خرید و فروش در بازار مبلمان است

عارف فغانی

از آنجایی که مبلمان در شمار کالاهای اساسی مردم قرار نمی‌گیرد، میزان تقاضا برای آن در شرایط بد اقتصادی کاهش پیدا می‌کند. از طرفی، مردم با افزایش تورم، رغبت کمتری برای تعویض مبلمان یا حتی خرید آن دارند، به همین دلیل در شرایط کنونی نیز میزان فروش مبلمان به شدت پایین آمده و همین موضوع باعث شده تا شرکت‌های تولیدکننده مبلمان، ابزارهای تشویقی خرید مبلمان به شکل اقساطی یا از طریق پرداخت بون را به مردم ارائه دهند. در همین رابطه با مهندس سید مهدی حسینی، مدیر فروشگاه‌های شرکت صنعتی رویال هوم و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی نفت از دانشگاه صنعتی شریف گفت‌وگویی داشتیم که ماحصل آن در ادامه می‌آید.

چه میزان از اهداف شرکت صنعتی رویال هوم محقق شده است؟

با توجه به وضع موجود، موانع زیادی برای تحقق این اهداف وجود دارد. به عنوان مثال، بازار ایران به دلیل وضعیت تورمی فعلی به شدت کوچک شده و کشور عراق هم تقاضای چندانی ندارد. از طرفی، با وجود گرانی مواد اولیه، قدرت رقابت‌پذیری محصولات ایرانی در بازارهای خارجی به شدت پایین آمده، در حالی که استقبال از محصولات کشوری مانند ترکیه که از چوب راش، پارچه، ام‌دی‌اف و مواد ارزان‌تری بهره می‌برد، بیشتر است. با این حال، شرکت صنعتی رویال هوم تاکنون در تحقق اهداف تعیین شده موفق بوده و در بخش‌های زیرساختی و راه‌اندازی شعب نیز اقدامات اثربخشی انجام داده است.

شرکت صنعتی رویال هوم چه تعداد نمایندگی دارد؟

این شرکت در سراسر کشور حدود ۲۵ نماینده دارد که غالباً در مراکز استان‌ها دایر هستند، با این حال شرکت صنعتی رویال هوم در صدد توسعه شعب و واحدهای خود بوده تا در زمینه تولید مبلمان، خدمات گسترده‌تری را به مشتریان ارائه دهد، هر چند که باید دانست، شرایط اقتصادی خواسته یا ناخواسته جلوی این امر را می‌گیرد.

شرایط کرونایی چه تاثیری بر روند فعالیت‌های این شرکت داشت؟

در زمان شیوع این بیماری، اقتصاد کشورمان با افت و خیزهای زیادی مواجه شد که البته صنعت مبلمان هم چندان از آن متاثر نبود، به طوری که مشتریان حتی بعد از تعطیلی‌های گسترده هم می‌توانستند در تاریخ مشخصی برای خرید مراجعه کنند، اما شرایط اقتصادی امسال به مراتب بیش از سال گذشته و حتی زمان شیوع کرونا در تشدید وضعیت نامناسب صنعت مبلمان اثرگذار بوده است.

در خصوص فعالیت خود با چه مشکلات و چالش‌هایی مواجه هستید؟

با توجه به وضعیت اقتصادی کنونی، چالش‌های زیادی در شرکت صنعتی رویال هوم وجود دارد که از مهمترین آن می‌توان به موضوع گرانی و تامین مواد اولیه اشاره کرد. برای مثال، چوب راش در گذشته قیمتی بالغ



در خصوص زمینه فعالیت شرکت صنعتی رویال هوم توضیح دهید.

این شرکت از سال ۱۳۸۷ راه‌اندازی شده و از آن زمان تاکنون محصولات خود را در جمله انواع مبلمان، میز عسلی، میز تلویزیون، سرویس ناهارخوری، جلو میلی، آینه، کنسول و... را به صورت مستقیم در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد. از سوی دیگر، این شرکت ۱۳ ست روم کامل و ۱۷ مدل ست تیوی ست روم داشته و در تیراژ بالا عرضه می‌کند. از آنجایی که موضوع کیفیت یکی از پارامترهای اصلی در تمایز این شرکت با دیگر شرکت‌های عرضه‌کننده مبلمان است، در شرایط تورمی کنونی نیز به آن پایبند بوده و برخلاف ۹۰ درصد شرکت‌های تولیدکننده مبلمان از مواد اولیه با کیفیت بالا استفاده کرده و ظرفیت تولید خود را کاهش نداده است. قابل ذکر است، بخش اعظم محصولات تولیدی شرکت صنعتی رویال هوم در بازار داخلی به فروش می‌رسد، با این حال کشور عراق هم از دیگر مشتریان این شرکت به شمار می‌رود. در همین راستا در نظر داریم تا به کشورهای حوزه خلیج فارس مثل امارات، عمان و قطر هم صادرات داشته باشیم.

برگزاری نمایشگاه‌های مرتبط با صنعت مبیل چه کمکی به فعالان این حوزه می‌کند؟

این موضوع نقش مهمی در به روز شدن و ارتقاء سطح فعالیت‌های شرکت‌های تولیدکننده مبلمان خواهد داشت. برای مثال، واحدهای تولیدی در بستر نمایشگاهی با مصرف‌کننده و تولیدکننده به صورت مستقیم ارتباط برقرار کرده و زمینه رقابت برای آن‌ها فراهم می‌شود، از این رو به منظور بهبود وضعیت صنعت مبیل باید به طور سالانه نمایشگاه‌های این صنعت برگزار شود.

وسخن آخر...

به اعتقاد بنده، اگر مسیر اقتصادی کشور با همین شرایط ادامه پیدا کند، قطعاً بسیاری از واحدهای تولیدی تعطیل خواهند شد، بر همین اساس دولت باید در سیاست‌های اقتصادی تجدیدنظر کرده تا در آینده وضعیت بهتری برای صنعت مبلمان و صنایع مشابه ایجاد شود. ■



در سال‌های گذشته که تحریم و محدودیت‌های آن وجود نداشت، صادرکننده انگیزه بیشتری برای رقابت با شرکت‌های خارجی داشت، اما در حال حاضر علاوه بر محدودیت‌هایی مانند انتقال و جابه‌جایی پول، مزایای رقابتی محصولات نیز کاهش پیدا کرده است

بر ۱۶ میلیون تومان داشت، اما در حال حاضر بهای آن به ۳۲ میلیون تومان افزایش پیدا کرده و همین امر، فرآیند تولید را دشوار کرده است. همچنین موانع زیادی در تامین انرژی به موقع وجود داشته که موجب شده، این شرکت صنعتی گاهی حتی یک روز کامل برق نداشته باشد. مساله دیگر، به موضوع کمبود نیروی انسانی متخصص در این حوزه بازمی‌گردد، به همین دلیل شرکت صنعتی رویال هوم از راه‌های دیگری به حل این چالش پرداخته تا کمبود خود در این حوزه را جبران کند. موضوع دیگر که از آن می‌توان به عنوان جدی‌ترین چالش این صنعت یاد کرد، کاهش میزان فروش با پایین آمدن قدرت اقتصادی مردم است. متأسفانه در حال حاضر وضعیت اقتصادی مردم نسبت به گذشته بدتر شده و آنان تمایل کمتری برای تعویض یا خرید مبلمان دارند.

در صنعت مبیل چه میزان رقابت وجود دارد؟

در صدر رقابت‌پذیری در این صنعت نسبت به گذشته بسیار کمتر شده است. به عنوان مثال، در سال‌های گذشته که تحریم و محدودیت‌های آن وجود نداشت، صادرکننده انگیزه بیشتری برای رقابت با شرکت‌های خارجی داشت، اما در حال حاضر علاوه بر محدودیت‌هایی مانند انتقال و جابه‌جایی پول، مزایای رقابتی محصولات نیز کاهش پیدا کرده است.

سهم صنعت مبلمان در اقتصاد کشور چقدر است؟

۹ درصد از اقتصاد کشور مان را صنعت مبلمان تشکیل می‌دهد، بر همین اساس ظرفیت صادرات این صنعت به شدت بالا است، اما متأسفانه شرایط اقتصادی موجود، مانع بهره‌برداری از این ظرفیت شده و افزایش تولید را دشوار می‌کند. با توجه به این مساله نمی‌توان چشم‌انداز مناسبی را پیش روی این صنعت ترسیم کرد. در این میان، شرکت صنعتی رویال هوم در نظر دارد تا با استفاده از فناوری‌های روز و ارتباط مناسب با بخش‌های علمی، به سمت تولید مبیل‌های هوشمند و فرآوری تولید مبیل حرکت کند.

صنعت مبلمان تا چه اندازه با مشکل قاچاق مواجه است؟

خوشبختانه در این صنعت چندان با مشکل قاچاق مواجه نیستیم، اما معمولاً در کشور مان پارچه و مواد اولیه این صنعت گران‌تر از ارزش واقعی آن به فروش رفته و قیمت‌ها نیز به مراتب بیشتر است، به همین دلیل اگر فکری به حال وضعیت این صنعت نشود، دچار ورشکستگی شده و واحدهای آن تعطیل خواهند شد.



از سوی مدیرعامل برند ارژنگ مطرح شد ورود به بازارهای جهانی با تولید کالاهای دکوراتیو ایرانی

المیرا حاجی میرزا بابا

تحریم‌های اقتصادی در سال‌های اخیر، موانع ریز و درشت زیادی را پیش پای تولیدکنندگان گذاشته، اما محرومیت کشورهای خارجی از بازارهای ایران، فرصتی را پدید آورده تا تولیدکنندگان ضمن ارتقاء زیرساخت‌ها و توان تولید، بر دایره مشتریان خود بیافزایند و با توجه به افزایش نرخ ارز و بالارفتن حاشیه سود در معاملات خارجی، جدی‌تر از قبل به مساله صادرات فکر کنند. حمید صمیمی، مدیرعامل برند ارژنگ از تولیدکنندگانی است که توانسته در حوزه دکوراسیون و تولید محصولات اکسسوری لوکس، به اهداف مورد نظر خود دست پیدا کند. همچنین ارتقاء ظرفیت تولید و تجهیز کارگاه با ماشین‌های مجهز، این امکان را مهیا کرده که با تکیه بر خلاقیت و ایده‌های ذهنی‌شان، نظر مشتریان خاص خود در ایران و کشورهای منطقه و اروپا را جلب کند. ماحصل این گفت‌وگو به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

عامل موفقیت و تمایز برند شما نسبت به سایر برندها چیست؟

چیزی که باعث موفقیت ما شده، خلاقیت ذهنی‌مان است. موفقیت تیم ما در این زمینه ابتدا مرقون زحمت‌های خواهر بنده می‌باشد، چرا که سال‌های متوالی با کمترین امکانات با ممارست، پشتکار و کسب آموزش‌های تخصصی در تمامی حوزه‌های دکوراسیون با خلاقیت مثال‌زدنی خود این بی‌زینس را در حد بالارسانید و بعد از ملحق شدن بنده، کار به صورت تخصصی و تولید انبوه در سطح کیفیت بین‌المللی ارائه گردید. بعد از تشکیل تیم خانوادگی و این سبک‌ریزی ایجاد شده، متوجه شدیم که بخش تولیدات داخلی، جوابگوی تولید ایده‌های ما نیست و به همین دلیل کارگاه خود را در بخش چوب، طلاکوبی، رویه کوبی، چاپ پارچه و ورق طلا تاسیس کردیم. بر همین اساس، هم خیال‌مان از نظر حفظ فایده‌های خصوصی مشتریان راحت است و هم از بالاترین کیفیت محصولات با متریا ل اورجینال غیر چینی بهره می‌بریم. این متریا ل، کمیاب و گران قیمت است؛ در حالی که تولید کنندگانی که به شکل عمده تولید دارند، معمولاً به دنبال متریا ل ارزان هستند تا بتوانند در بازار رقابت باقی بمانند. در واقع ما روی بخشی از جامعه تمرکز داریم که کیفیت بالا و خاص بودن برای آنان اهمیت دارد و تمایلی ندارند، سفارش خود را از پشت ویت‌ترین فروشگاه‌ها، صفحات مجازی یا سایت‌های حراجی پیدا کنند. در واقع به مشتریان خود محصولات یونیک به فروش می‌رسانیم که در هیچ فروشگاه‌ای وجود ندارند. یکی دیگر از تمایزات کار ما در حوزه دکوراسیون، طراحی و تولید محصولات به شکل ست مبلمان، پرده، کلاهدک آباژور و... است. طبق تحقیقاتی که داشتیم، نه تنها در ایران، بلکه در خاور میانه نیز هیچ برند با کیفیتی تولیدات ست ندارد. کار ما در منطقه، مشابهی ندارد و حتی از نظر کیفیت، ظرافت و دقت، قابلیت رقابت در کشورهای اروپایی را داریم. همچنین قابلیت انجام طراحی و اجرا روی دیوار و لوستر را نیز داریم که در هماهنگی با مبلمان و پرده‌ها انجام می‌شود.

آیا تاکنون به بازارهای خارجی نیز کالا صادر کرده‌اید؟
فعالیت ما با سفارش‌های داخلی شروع شد و افراد و مراکز مختلفی در



درباره پیشینه و زمینه فعالیت برند ارژنگ توضیحاتی ارائه فرمایید.

زمینه کاری این برند، طراحی دکوراسیون و اکسسوری داخلی است. بنده به همراه خواهر خود، صاحب برند ارژنگ هستیم و ۱۸ سال سابقه فعالیت در حوزه دکوراسیون داریم. تمام تولیدات، مستقیماً با نظر خودمان تأیید می‌شود و بر این باور هستیم که دکوراتور واقعی کسی است که بتواند هر محصولی را آنالیز و اگر لازم باشد، خودش وارد مراحل ساخت شود. ورود ما به این حوزه، از روی علاقه و اشتیاقی بود که داشتیم. بنده فارغ‌التحصیل مهندسی صنایع با گرایش تولید صنعتی هستیم و با خواهرم که از سال ۱۳۸۳ وارد این حوزه کاری شده بود، همکاری‌مان را از سال ۱۳۹۴ آغاز کردیم. در حال حاضر نیز به صورت تخصصی، کار چاپ روی پارچه را با ۱۰ هزار طرح اورجینال و با رعایت حق کپی‌رایت انجام می‌دهیم. در واقع طراحی ما برای مشتریان به صورت اختصاصی است و آثاری را برای آنان تولید می‌کنیم که در هیچ جای دنیا تولید نمی‌شود. شایان ذکر است، ما جزو معدود دکوراتیوهای کشور هستیم که توانایی طراحی و تولید هر محصول دکوراتیو را داریم.



آن‌ها به ما انگیزه داده‌اند. علاوه بر این، یکنواختی در بازار مبلمان ایران، برای بنده آزاردهنده است. مشتریانی هم که قصد خرید دارند، با مشکل عدم تمایز میان محصولات مواجه هستند. در حال حاضر قیمت، تنها عامل رقابت در بازار است، با این حال در این میان محدود تولیدکنندگانی هستند که تولیدات عالی دارند و صفر تا صد سفارش‌ها را به شکل مناسب انجام می‌دهند. حتی در کشورهای حاشیه خلیج فارس، نمایندگی دارند و حضورشان در بازارهای جهانی، مایه افتخار مان است.

به منظور جلوگیری از سرقت طرح‌ها و ایده‌های خود چه تدابیری اتخاذ کرده‌اید؟

ما به شدت به نیروی کار سالم نیاز داریم، ولی به دلیل لطمه‌های وارد شده از سوی برخی از افراد، این بیزینس را بیشتر به شکل خانوادگی و فامیلی گسترش داده‌ایم تا از سرقت طرح‌ها و ایده‌ها در امان باشیم. قطعاً به جذب نیروی سالم و آموزش آن‌ها فکر می‌کنیم؛ خصوصاً در حوزه پوشاک که به متخصصان حوزه پارچه‌نیاز مندهستیم.

به نظر شما نمایشگاه‌های داخلی ظرفیت لازم برای ارائه محصولات با کیفیت را دارند؟

به دور از جسارت به بزرگواران در حوزه تولید، حدود چهار سال است که در هیچ نمایشگاهی شرکت نکردیم. برای طراحان و تولیدکنندگانی که ذهنی پر از ایده دارند و هر روز محصولات درجه یک جهان را بررسی می‌کنند، نمایشگاه‌های مارزش افزوده خاصی ندارد. اگر مردم توان خرید بالایی هم نداشته باشند، دوست دارند که محصولات با کیفیت را ببینند و از آن لذت ببرند. این نمایشگاه‌ها زمانی جذاب‌تر می‌شود که همکاران، تحقیقات خود از بازارهای جهانی را چه از طریق فضای مجازی و چه از طریق حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی افزایش دهند. تنها در این صورت است که می‌توان کارهای جدید و با کیفیت ارائه کرد و به دنبال متمایز شدن در بازار بود.

چه نظری درباره کپی‌رایت و احتمال سرقت ایده‌ها دارید؟
متأسفانه خیلی‌ها در نظر دارند تا بدون زحمت و تلاش، ایده دیگران را با کمترین هزینه کپی کنند که در این زمینه چالش‌هایی هم وجود دارد. البته ما محصولات خود را تبلیغ نمی‌کنیم، چون اکثر مشتریان مان، تمایلی ندارند که طراحی محصولات‌شان در جای دیگری به نمایش گذاشته شود. اگر زیرساخت کپی‌رایت وجود داشت، مطمئناً با آرامش بیشتر و خیالی راحت، طراحی‌های خود را ارائه می‌دادیم.

چه چشم‌اندازی برای فعالیت خود متصور هستید؟

چیزی که برای ما اهمیت دارد، عشق به این صنعت است. اهداف ۱۰ ساله‌ای را برای کسب و کار خود تعریف کرده و امیدوارم در آینده‌ای نزدیک، جزو ۱۰ برند برتر حوزه خلیج فارس در زمینه محصولات دکوراتیو لوکس باشیم. به لطف خدا و عشق مان، ایمان داریم. تاکنون نیز مطابق با برنامه پیش‌رفته و از کار با دستگاه‌های کوچک، به خریداری و استفاده از ماشین‌هایی رسیده‌ایم که در حد کیفیت جهانی در کشور، انگشت‌شمار است. این روند رو به رشد از نقطه صفر و با سرمایه‌ای زیر ۱۰ میلیون تومان شروع شده و کم‌تر کسی فکر می‌کرد که محصولات مادر مناطق مختلف ایران، در کنار محصولات گران‌قیمت وارداتی قرار گیرد و حرفی برای گفتن داشته باشد. بنده فکر می‌کنم، چالش‌های اصلی را پشت سر گذاشته و از این به بعد، امیدواریم که با افزودن نیروهای متخصص و دارای وجدان کاری، مسیر پیشرفت را ادامه داده و باعث افتخار کشور عزیزمان شویم. ■

تهران، مشهد، شیراز، کیش، تبریز و... مشتری خدمات و محصولات لوکس ما هستند. در حوزه صادرات نیز سابقه ارسال محصولات به اربیل عراق، کشورهای حاشیه خلیج فارس، نروژ، آلمان و... را داشته‌ایم. خوشبختانه با اینکه تبلیغات خاصی نداریم، در داخل و خارج از کشور مشتریان خاص خود را پیدا کرده‌ایم.

چه برنامه‌ای برای توسعه و گسترش کسب و کار خود دارید؟

اخیراً دومین برند ما که برند پوشاک بانوان است، فعالیت خود را آغاز کرده و محصولاتی با طراحی‌های خاصی در حال تولید هستند. در حال حاضر محصولات این برند با اضافه کردن دستگاه‌های تخصصی، رو به توسعه است. همچنین تولید کالیتو و صادرات پارچه به کشورهای همسایه و عربی نیز، یکی دیگر از زمینه‌های جدید فعالیت مادر ابعادی بزرگ‌تر است.

مهمترین چالشی که در زمینه دکوراسیون و تولیدات دکوراتیو دارید، چیست؟

همیشه سخت‌ترین کارها را انتخاب می‌کنیم؛ کارهایی که هر کسی توانایی انجام آن را ندارد. این مساله، پیچیدگی‌ها و چالش‌هایی را به دنبال دارد که از مهمترین آن‌ها می‌توان به تهیه دستگاه‌ها و مواد اولیه در اندازه کیفیت بین‌المللی اشاره کرد. البته این چالش در سال‌های گذشته بیشتر بود، چرا که باید مدت زمان بیشتری را صرف برقراری ارتباط با شرکت‌های تولیدکننده و دریافت مواد اولیه می‌کردیم، ولی خوشبختانه هم‌اکنون توانایی خریداری و تامین گران‌ترین مواد اولیه در هر حجمی را داریم.

با توجه به شرایط اقتصادی جامعه، مشتریان شما قدرت خرید لازم را دارند؟

همه از شرایط موجود گله‌مند هستند، اما ما یاد گرفته‌ایم که از تهدید، فرصت بسازیم. به نظر بنده شرایط موجود، فرصت‌های زیادی را نیز ایجاد کرده است. در شرایطی که کشورهای چین، ترکیه، کشورهای عربی و... به بازارهای ما دسترسی ندارند، توانسته‌ایم با ایجاد زیرساخت‌های تولید مناسب، علاوه بر تامین نیاز داخلی، به صادرات هم‌فکر کنیم. بازار داخلی، حتی با شرایط اقتصادی موجود، ظرفیت‌های خاص خودش را دارد. در هر شهری، مشتریانی داریم که طالب محصولات با کیفیت هستند و می‌دانند که محصول گران‌تر، کیفیت و دوام بیشتری دارد. به نظر بنده، اگر شرایط کمی مساعدتر باشد، بارش اقتصادی در کشور، میل به خرید محصولات ما نیز افزایش پیدا می‌کند. در بخش صادرات نیز به دلیل تفاوت ارزش واحد پول، ظرفیت‌های خوبی وجود دارد که به ما اجازه می‌دهد که در بازارهای خارجی نیز سهم داشته باشیم. از سوی دیگر، فشارهای اقتصادی و تحریم‌ها باعث شده، از سال ۱۳۹۵ تاکنون زیرساخت‌های تولید در کشور تقویت شود و شاهد ارتقاء کیفیت در محصولات مختلف باشیم. شرایط بهتر شده، اما برای رسیدن به جایگاه بالاتر در ترازهای جهانی، به بالا بردن فن و تکنیک نیاز داریم.

آیا از سوی اصناف و فعالان بازار مبلمان حمایت می‌شوید؟

هر چقدر که معماران و طراحان دکور از تمایز محصولات ما استقبال کرده‌اند، متأسفانه صنف تولیدکنندگان محصولات چوبی، مبیل و... توجهی به کیفیت محصولات ما نداشته‌اند. تنها مشتریانی که با ما ارتباط دارند و سابقه انجام دکوراسیون هتل‌ها، تالارها یا منازل آن‌ها را داشته‌ایم، پشتیبان ما هستند. همچنین سابقه طراحی و اجرای دکوراسیون لابی ساختمان‌ها، پنت‌هوس‌ها و... را نیز در کارنامه خود داریم که هر کدام از

مدیرعامل شرکت شرافیت

زیر ساخت کافی

برای افزایش تولید وجود ندارد

سعید عدالت‌جو

هر چند صنعت پوشاک برای تولید، به واردات برخی از مواد اولیه نیازمند است، اما تولیدکنندگان داخلی دستاوردهای زیادی در بومی‌سازی این صنعت و خودکفایی آن داشته و ممنوعیت واردات در شرایط تحریمی نیز به آن‌ها کمک کرده است. با توجه به این امر از دولت و نهادهای ناظر انتظار می‌رود تا با کاهش قوانین دست و پاگیر و دستورالعمل‌های متعدد بستر را برای رشد آنان فراهم کنند. در همین رابطه با صلاح شرافیت، مدیرعامل شرکت شرافیت گفت‌وگویی داشتیم که ماحصل آن از نظر مخاطبان محترم می‌گذرد.

و هر هفته مدل‌های جدیدی نیز به آن اضافه می‌شود، به طوری که برای یک‌سری از آن‌ها مانند ریب لیفت، چرم لیفت و تعدادی از انواع پوشاک و پارچه‌های خاص هیچ‌گونه رقیبی در بازار وجود ندارد. به عبارتی دیگر، این شرکت در تلاش است تا با رعایت استانداردها، طراحی‌های مشخص و همچنین درک سلیقه و خواسته‌ها، رضایت مشتریان را به طور ویژه‌ای جلب کند.

برای افزایش سطح کیفی این محصولات چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

حدود ۶ ماه روی هر یک از این محصولات بررسی‌های علمی صورت گرفته و پس از آزمون و خطا، جزئیات آن فراهم شده است. طبیعتاً با پیگیری‌های عجولانه نمی‌توان به نتیجه منسجمی دست یافت و رضایت مشتریان را جلب کرد، بلکه حتی امکان حذف شدن از بازار بیشتر می‌شود.

آیا شرکت شرافیت به همه اهداف خود دست پیدا کرده است؟

خوشبختانه این شرکت، ضمن کسب دستاوردهای مهم در تحقق صد درصدی اهداف مورد نظر خود موفق بوده و در حال حاضر برای اکثر مشتریان نیز شناخته شده است، به طوری که اغلب شهرهای ایران پوشاک این برند را می‌شناسند. شایان ذکر است، بخش عمده مواد اولیه این محصولات داخلی بوده و بخشی هم از خارج وارد می‌شود، با این حال این شرکت از ایده‌ها و طرح‌های خارجی برای افزایش سطح کیفی محصول خود نیز کمک می‌گیرد.

چه برنامه‌ای برای توسعه فعالیت خود دارید؟

یکی از برنامه‌های جدی شرکت شرافیت، افزایش میزان تولید است تا حجم تقاضای بازار را پوشش دهد. همچنین این شرکت در نظر دارد تا با افزایش شعبات حضوری، میزان محصول و تنوع بخشی به آن، پوشاک تخصصی به بازار عرضه کرده تا نیازز فراسیون‌های مختلف به لباس‌های ورزشی تامین شود. علاوه بر این، شرکت شرافیت در رابطه با موضوع جام جهانی طرح‌هایی دارد و طی یک چالش در اینستاگرام از مردم درخواست کرده تا لباس تیم ملی را طراحی و ارسال کرده تا به بهترین آن جوایزی



شرکت شرافیت از چه سالی و با چه هدفی تاسیس شد؟

فعالیت این شرکت به عنوان تولیدکننده و فروشنده لباس ورزشی و لوازم بدنسازی از اوایل سال ۱۳۹۷ شروع شد. البته ورود برادر بنده به رشته ورزشی بدنسازی و کسب مدال قهرمانی در شکل‌گیری این شرکت و آغاز تولید کمر بند بدنسازی و تیشرت بی‌تاثیر نبود، به طوری که پس از آن عزم شرکت شرافیت بر تولید این محصولات قرار گرفت تا آن را با قیمت مناسب‌تری به دست مشتریان برساند. فعالیت این شرکت به تدریج ادامه پیدا کرد و پس از واردات یک نمونه محصول از آمریکا و بومی‌سازی آن با استقبال زیادی از جانب مردم مواجه شد. با توجه به کیفیت بالای محصولات ورزشی شرکت شرافیت و درخواست مشتریان برای تولید شلوارک و تیشرت، این محصولات نیز به سید تولیدات آن اضافه شد. لازم به ذکر است، همه این فعالیت‌ها در ابتدا از راه‌پله محل زندگی ما شروع شده و پس از آن با راه‌اندازی یک فضای ۱۰۰ متری تکمیل گردید. در حال حاضر نیز خوشبختانه شرایط تغییر کرده و خیلی بهتر و حرفه‌ای‌تر از گذشته مشغول به کار هستیم.

این شرکت چند محصول دارد و از چه ویژگی‌هایی برخوردار است؟

در حال حاضر ۵۰ مورد محصول در سبد کالای شرکت شرافیت قرار دارد



تعلق بگیرد. البته در این راستا از مردم برای تعیین مدل لباس ورزشی تیم ملی نظرسنجی شده و برخی از لباس هانیز به تناسب درخواست و سلیقه مشتری طراحی و به آن ها تحویل می شود. در حال حاضر حدود ۴ ماه به برگزاری جام جهانی فوتبال باقی مانده که امیدواریم شرکت شرافیت در ارائه خدمات به تیم ملی موفق عمل کند.

مواد اولیه مورد استفاده در این محصولات چه کیفیتی دارند؟

بدون شک از بهترین مواد موجود در بازار برای تولید یک محصول استفاده می کنیم و حتی در صورت نبود این مواد در داخل آن راز کشورهایی مانند ترکیه یا چین وارد خواهیم کرد. شایان ذکر است، شرکت شرافیت سعی دارد تا ضمن پوشش ضعف ها محصول با کیفیتی به بازار عرضه کند.

در حال حاضر با چه چالش ها و مشکلاتی مواجه هستید؟

متاسفانه شرکت شرافیت به دلیل نبود زیرساخت های کافی برای تولید، آن طور که باید به تقاضای مشتریان و سازمان ها پاسخ نداده است، به همین دلیل اگر این شرکت بازار داخلی را پوشش دهد، بعد از آن به سراغ صادرات خواهد رفت، کماینکه در گذشته نیز به ژنو، سوئیس، عراق، ترکیه، افغانستان، لاس و گاس، آمریکا و آلمان صادرات داشته است. علاوه بر این، تعاملاتی نیز با فدراسیون های ورزشی به واسطه حضور در نمایشگاه های بین المللی برقرار شده که به دلیل محدودیت های موجود هنوز به نتیجه نرسیده است. از سوی دیگر، برای تولید یک محصول باید استانداردهای بین المللی را رعایت کرد که متاسفانه ممنوعیت های تحریم مانع این امر شده است.

چه دستاوردهای مهمی در این صنعت کسب کرده اید؟

یکی از این دستاوردها، موفقیت شرکت شرافیت در موضوع برندسازی است. در گذشته برندسازی قوی ای در صنعت پوشاک وجود نداشت، اما امروزه این موضوع بیش از گذشته مورد توجه قرار گرفته و این شرکت نیز با ساخت برندی معتبر توجه مردم را جلب کرده است. لازم به یادآوری است، شرکت شرافیت در تولید محصولات خود از مواد اولیه با کیفیت استفاده می کند و همین موضوع به مطرح شدن بیش از پیش برند آن کمک خواهد کرد.

نهادهای دولتی چه تدابیری برای حمایت از تولید کنندگان اتخاذ کرده اند؟

سیاست عدم ورود جنس خارجی مشابه داخلی بسیار کمک کننده بوده، اما در بخش های دیگر، نه تنها حمایتی از جانب این نهادها صورت نگرفته، بلکه آن ها با وضع قوانین دست و پاگیر و سخت گیرانه مانع از اجرای برنامه های تولید کنندگان می شوند. برای مثال، شهرک های صنعتی فاصله بسیاری تا شهر داشته و همین انگیزه شرکت ها را برای فعالیت در آن ها کاهش می دهد. موضوع دیگر، عدم توجه مسئولان و مدیران به بخش تولید است که حتی مانع از بازدید آنان از شرکت ها و صنایع می شود.

تا چه میزان شرایط سرمایه گذاری در این حوزه مهیا است؟

متاسفانه شرایط موجود دست و پای سرمایه گذاران را می بندد، در حالی که اگر بانک ها تسهیلات بانرخ سود پایین اعطا کرده و حق تولید کنندگان و واحدهای اقتصادی را به خوبی ادا کنند، زمینه برای سرمایه گذاری فراهم خواهد شد. در حال حاضر تولید کنندگان به عنوان فرماندهان نظامی در خط مقدم جنگ اقتصادی قرار دارند که باید از آن ها حمایت کرد.

با توجه به شرایط اقتصادی چه چشم اندازی برای این فعالیت متصور هستید؟

در شرایط تحریمی که عرصه برای واردات کالای خارجی تنگ شده، بستر رونق و رشد کالای داخل فراهم بوده و خوشبختانه شرکت شرافیت از این بستر برای رشد و توسعه خود استفاده کرده است، بر همین اساس اگر این مسیر ادامه پیدا کرده و از ورود اجناس اورجینال خارجی جلوگیری شود، خیلی از برندهای داخلی قدرتمندتر می شوند، همان طور که برند شرافیت در این وضعیت فرصت رشد بیشتری پیدا کرد.

چه نظری درباره برگزاری نمایشگاه بین المللی پوشاک دارید؟

این نمایشگاه تقریباً خوب بود، اما متاسفانه در بین ساعت ۸ تا ۱۵ کمتر کسی فرصت دارد تا از آن بازدید کند، به همین دلیل پیشنهاد بنده این است که ساعت نمایشگاه را به ساعت ۱۴ الی ۲۰ تغییر دهند. هر چند که نظم و پیگیری نمایشگاه بین المللی پوشاک عالی بوده و از این بابت از آقایان سپاسی و امیری نهایت تشکر را دارم و امیدوارم در نمایشگاه سال آینده با قدرت بیشتری در آن حضور داشته باشیم.

و سخن آخر...

از خداوند متعال درخواست دارم تا ما را در ادامه این مسیریاری کرده تادر تحقق اهداف اشتغال زایی شرکت شرافیت موفق باشیم. همچنین از تمام افراد خانواده خود، همکاران و هم تیمی های قوی و دلسوز که که در این مسیر زحمات شبانه روزی داشته اند، تشکر می کنم و بر دست مردم عزیز که سرمایه اصلی این شرکت به شمار می روند، بوسه می زنم. امیدوارم با لطف خدای بزرگ تا سال ۱۴۰۵ در اکثر شهرهای ایران فروشگاه حضوری دایره کرده و در سال ۱۴۱۵ جزو ۵۰ برند برتر دنیا در حوزه پوشاک ورزشی باشیم. ■

رئیس هیات مدیره شرکت توسعه فناوری تیوان

به بومی سازی

محصولات توان بخشی دست یافته ایم

سیدمرتضی علوی

فارغ التحصیلان دانشگاهی کشورمان توانمندی زیادی برای تولید تجهیزات به روز دارند که خوشبختانه در بخش صنعت پزشکی نیز این موضوع در سال‌های اخیر به اثبات رسیده است، اما مشکلات و بی‌ثباتی‌های اقتصادی موجب شده تا شرکت‌های معدودی در این حوزه فرصت عرض اندام داشته باشند و زمینه برای فعالیت‌های آن‌ها همانند شرایط مناسب در کشورهای توسعه یافته مهیا نباشد. برای بررسی این موضوع به سراغ مهندس پوریا میرعشقی، رئیس هیات مدیره شرکت توسعه فناوری تیوان رفته و با وی به گفت‌وگو نشستیم که مشروح آن در ادامه می‌آید.

صادرات داشته و در صدد توسعه آن است، به همین منظور یک برنامه توسعه پنج ساله تهیه شده و قرار است تا محصولات جدیدی را به سبد محصولات خود اضافه کند.

چه اهداف مهمی را برای توسعه این فعالیت در نظر دارید؟

امروزه تکنولوژی تولید تجهیزات توانبخشی در دنیا بسیار گران است، به طوری که بیماران داخل امکان خرید آن را ندارند، اما خوشبختانه شرکت توسعه فناوری تیوان با بومی سازی این محصولات بخش زیادی از نیاز بازار داخل را تامین کرده و در کنار آن، محصولات ورزشی‌های تک‌را نیز به بازار عرضه کرده است. با توجه به این موضوع می‌توان گفت، بخش زیادی از اهداف این شرکت محقق شده است.

تجهیزات تولیدی شرکت توسعه فناوری تیوان تا چه اندازه مزیت رقابتی دارد؟

برخی تصور می‌کنند که کیفیت تجهیزات ایرانی پایین است، در حالی که این تصور در مشتریان ما با استفاده و رضایت آنان از محصولات ما تغییر کرده است. از سوی دیگر، کیفیت بالای تجهیزات توانبخشی این شرکت و رعایت تمامی استانداردهای خارجی موجب شده تا مصرف‌کنندگان آن را به دیگر افراد متقاضی نیز معرفی کنند. علاوه بر این، تجهیزات توانبخشی شرکت توسعه فناوری تیوان از ایمنی بالایی برخوردار بوده و قابلیت صادرات را دارند.

مزیت رقابتی این شرکت در قیاس با شرکت‌های خارجی چیست؟

محصولات این شرکت تاییدیه و مجوز کافی را از سازمان‌های استاندارد جهانی دریافت کرده و با افزودن امکانات جدید بر مبنای مطالعات روز دنیا نسبت به آن‌ها مزایای کامل رقابتی ایجاد کرده است. هم‌اکنون شرکت توسعه فناوری تیوان در تلاش است تا این مزایا را با افزایش پارامترهای کیفی و تامین بیشتر خواسته مشتری، افزایش دهد.

برای حضور در نمایشگاه‌های تجهیزات پزشکی چه برنامه‌ای در نظر گرفته‌اید؟

شرکت توسعه فناوری تیوان در نظر دارد تا در نمایشگاه‌های تخصصی‌تر این حوزه شرکت کرده و محصولات خود را در مدل‌های مختلف به



در ابتدا مختصری از فعالیت‌های شرکت توسعه فناوری تیوان بفرمایید.

این شرکت دانش‌بنیان با هدف تولید تجهیزات توانبخشی مدرن برای کمک به راه رفتن بیماران سکته مغزی، ام‌اس، فلج مغزی و... راه‌اندازی شده و هم‌اکنون بخش زیادی از مشکلات این بیماران را حل می‌کند. به عبارتی دیگر، شرکت توسعه فناوری تیوان، سومین شرکت تولیدکننده دستگاه‌های اصلاح الگوی راه رفتن در دنیا بوده و تاکنون مشکلات بیماران زیادی را برطرف کرده است. همچنین این شرکت یک سری محصولات ورزشی برای سونا‌های سرد تولید کرده که برای ریکاوری ورزشکاران حرفه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد و از این پس نیز در حال تکمیل سبد محصولات خود و به روز کردن آن‌ها است.

چه بازار هدفی را برای این محصولات در نظر گرفته‌اید؟

خوشبختانه چندین هزار نفر در کشورمان مشتری جدی این محصول بوده و از آن استفاده می‌کنند. از سوی دیگر، شرکت توسعه فناوری تیوان در نظر دارد تا به کشورهای اروپایی نیز صادرات داشته باشد. در حال حاضر نیز این شرکت به کشورهای عراق، ترکیه و کشورهای خاورمیانه

مشتریان معرفی کند. البته تجهیزات ورزشی این شرکت در نمایشگاه‌های داخلی به مشتریان معرفی شده است. از سوی دیگر، شرکت توسعه فناوری تیوان در صدد توسعه محصول بوده و برای دستیابی به این هدف، برنامه‌هایی را تدوین کرده است.

در شرایط کنونی با چه مشکلاتی روبه‌رو هستید؟

متأسفانه در کشورمان به دلیل شرایط اقتصادی، انجام بسیاری از فعالیت‌های تولیدی با چالش و مشکل روبه‌رو است. به بیانی دیگر، تولید در ایران بسیار نفیس گیر بوده و برای ادامه آن باید تلاش و همت زیادی داشت، در غیر این صورت بسیاری از تولیدکنندگان از ادامه راه باز خواهند ماند.

با توجه به شعار سال جاری چگونه می‌توان از شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت کرد؟

این حمایت‌هایی تواند در قالب وام یا کاهش هزینه تولید باشد، با این حال در شرایط کنونی نه تنها همان هزینه‌های سابق، یعنی مالیات بر ارزش افزوده، بیمه و... از شرکت‌های دانش‌بنیان دریافت می‌شود، بلکه تسهیلات بانکی نیز با سود بسیار بالایی به آن‌ها عرضه می‌شود. برای مثال، تسهیلاتی که برای شرکت‌های دانش‌بنیان در نظر گرفته شده، سود ۱۸ درصد داشته و در مبالغ کمی پرداخت می‌شود و پرداخت آن نیز منوط به ارائه سند و وثیقه‌های سنگین است، بر همین اساس از دولت توقع داریم که برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، هزینه‌های تامین اجتماعی، مالیات و هزینه تامین مالی آن‌ها را کاهش دهد.

سیاست‌های دولت در حمایت از واحدهای تولیدی را چطور ارزیابی می‌کنید؟

برخی از اقدامات دولت مانند بستر سازی برای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی با هدف انجام فعالیت‌های دانش‌بنیان مناسب بوده، اما متأسفانه اقدام خاصی برای شرکت‌های پیش‌رو و جا افتاده صورت نگرفته است. این شرکت‌ها برای تحقق برنامه‌های توسعه‌ای خود نیازمند حمایت جدی دولت بوده و از نیروهای نخبه دانشگاهی استفاده می‌کنند که نمونه آن، شرکت توسعه فناوری تیوان است که گواه آن هم اخذ رتبه یک جشنواره خوارزمی است. ناگفته نماند، اغلب نیروهای شرکت از فارغ‌التحصیلان مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه صنعتی شریف هستند.



از نظر علمی و فناوری چه اقدامی برای افزایش سطح کیفی فعالیت‌های این بخش در کشورمان انجام شده است؟

از نظر علمی خیلی از اساتید دانشگاه صنعتی شریف به شرکت توسعه فناوری تیوان لینک مستقیم داده و با آن در ارتباط هستند. علاوه بر این، مقاله‌های دانشگاه‌های معتبر کشور در مجلات معتبر علمی جهانی مانند آمریکا به چاپ رسیده و بسیاری از دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف نیز در کشورهای آمریکا و کانادا پذیرش می‌شوند که نشان از ارتباط علمی و اثرگذاری مهم آن‌ها دارد.

چه رویکردی در خصوص نحوه برگزاری بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی ایران هلت تجهیزات پزشکی دارویی و آزمایشگاهی تهران دارید؟

این نمایشگاه به نسبت خوب بود، اما انتظار داشتیم که مدیران باشگاه‌ها و افراد شاخص در حوزه ورزش نیز در آن حضور داشته باشند، ولی افراد خیلی کمی در این نمایشگاه حضور یافتند و همین موضوع باعث شد تا مسئولان و مدیران با مسائل تولیدکنندگان این حوزه آشنایی کمتری پیدا کنند.

سخن آخر...

یکی از اهداف مهم شرکت توسعه فناوری تیوان، صادرات محصولات پزشکی به اروپا است. همچنین این شرکت در نظر دارد، محصولات ورزشی خود را به کشورهای اطراف و حتی کشورهای اروپایی صادر کند. اگر شرایط مناسب فراهم شود، این اقدام مهم به زودی محقق خواهد شد، چرا که بستر کافی برای استقبال بازارهای خارجی از این محصولات وجود دارد. ■



برخی از اقدامات دولت
مانند بستر سازی
برای فارغ‌التحصیلان
دانشگاهی با هدف
انجام فعالیت‌های
دانش‌بنیان مناسب
بوده، اما متأسفانه اقدام
خاصی برای شرکت‌های
پیش‌رو و جا افتاده
صورت نگرفته است

دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

دخالت دولت در سطح بنگاهی کمکی به بهبود کسب و کار هانمی کند

مصطفی حانمی



صنعت و همکاران وی در وزارت صنعت، اصلاحیه‌ای را برای این قانون در نظر گرفتند، گفت: بر اساس این اصلاحیه، مدت زمان گارانتی محصولات لوازم خانگی افزایش یافته و به عنوان مثال ذکر شده که گارانتی کمپرسور یخچال فریزر باید تا مدت زمان مشخصی (۶۰ ماه) افزایش پیدا کند. دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران تصریح کرد: این اصلاحیه در ظاهر شاید حمایت از مصرف کننده باشد، اما در باطن به نظر نمی‌رسد که کمکی به مشتریان کند.

وی با تاکید بر اینکه دولت نباید در سطح بنگاهی به این موضوعات ورود کند، اظهار کرد: پیشنهاد می‌شود که در ابتدا یک استراتژی کلی تعریف شود. دولت پیش از نوشتن آیین نامه اجرایی، باید استاندارد خدمات را معرفی کند و ورود آن‌ها به جزئیات کمکی به مصرف کنندگان نمی‌کند. هاشمی تاکید کرد: اگر دولت به دنبال استاندارد سازی ضوابط خدمات پس از فروش است، در ابتدا باید شرکت‌های تولید کننده را ملزم به ارائه سند تعهد برای پارامترهای خدماتی مانند نصب، دوره گارانتی یا ضمانت، دوره وارانتی یا تعهد، سرعت عمل در سرویس دهی، مرجع شکایات یا رسیدگی به نظرات و... کند.

دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در خصوص تعیین مدت زمان مشخص برای گارانتی محصولات لوازم خانگی عنوان کرد: در اصلاحیه قانون خدمات پس از فروش که توسط وزارت صنعت تنظیم شده، برای محصولات لوازم خانگی مانند یخچال فریزر، مدت زمان گارانتی تعیین شده، اما هنوز به شرکت‌ها ابلاغ نشده است.

وی به جزئیات این اصلاحیه اشاره کرد و افزود: محصولات لوازم خانگی و الکترونیکی طبق این اصلاحیه، دارای حداقل یا حداکثر مدت زمان گارانتی شده‌اند. به عنوان مثال، در این اصلاحیه آمده که گارانتی تجهیزات رایانه‌ای، تلفن همراه و... نباید کمتر از ۲۴ ماه باشد.

هاشمی ادامه داد: در این اصلاحیه به ضمانت قطعات لوازم خانگی نیز اشاره شده و در یکی از بندهای آن آمده که گارانتی کمپرسور یخچال فریزر و کولر گازی باید حداقل ۶۰ ماه معادل ۵ سال باشد.

دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در ادامه افزود: سازمان ملی استاندارد با همکاری انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در سال ۱۳۹۰، استاندارد خدمات به مشتریان و ضمانت لوازم خانگی را بعد از دو سال تحقیق و بررسی مکتوب کرده که با شماره ۱۳۶۲۹ موجود است.

وی در پایان گفت: دخالت دولت در سطح بنگاهی نمی‌تواند کمکی به بهبود کسب و کارها کند و باید تنها در سیاست‌های کلان ورود کرده و نقش نظارتی داشته باشد. ■

طی روزهای گذشته خبری در خصوص بازنگری در موضوع خدمات پس از فروش شرکت‌های تولید کننده لوازم خانگی ایرانی عنوان شد که در راس آن، موضوع افزایش مدت زمان گارانتی محصولات و قطعات لوازم خانگی از سوی وزارت صمت بود؛ موضوعی که با واکنش تولید کنندگان لوازم خانگی همراه شد. به عقیده کارشناسان این حوزه، وزارت صمت به عنوان بازوی دولت در بخش صنعت باید سیاست‌گذاری‌های خود را در موضوعات کلان‌تر تدوین کرده و از ورود به جزئیات طرح‌های کوچک خودداری کند. کارشناسان صنعت لوازم خانگی معتقدند: «تبعات نظرات غیر کارشناسی و تحمیل نظرات دولتی هادر سیاست‌های خرد بنگاه‌های اقتصادی، قطعاً دست و پای تولید کنندگان را خواهد بست و باعث افت کیفیت تولید خواهد شد.

عباس هاشمی، دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران با اشاره به افزایش مدت زمان گارانتی لوازم خانگی عنوان کرد: در همین خصوص، جلسه‌ای در وزارت صمت با محوریت استاندارد سازی قانون خدمات پس از فروش برگزار شد.

وی افزود: قانون استاندارد سازی خدمات پس از فروش برای حمایت از حقوق مصرف در سال ۱۳۸۸ تصویب شد که بر اساس این قانون، تمامی شرکت‌ها ملزم به ارائه خدمات پس از فروش هستند و سپس آیین نامه اجرایی آن در سال ۱۳۹۰ در سازمان حمایت نوشته شد، اما اقدامات زیادی در این راستا انجام نگرفت.

هاشمی با اشاره به اینکه آقای برادران، معاون صنایع عمومی وزارت

اقتصاد کلان



در این بخش می خوانیم:

- کاهش انگیزه سرمایه گذاری با افزایش تورم
- توزیع کالاهای اساسی از طریق کالابرگ الکترونیکی
- در توافقات برجام منافع اقتصادی باید در اولویت باشد

توزیع کالاهای اساسی از طریق کالا برگ الکترونیکی

مصطفی حاتمی

به اینکه پرداخت یارانه‌ها حکم قانون بودجه سال ۱۴۰۱ است و دولت به جهت اینکه می‌خواست حتما حمایت اولیه صورت بگیرد، در ماه‌های گذشته تلاش کرد که پرداخت یارانه داشته باشیم، تا زمانی که زیر ساخت ارائه کالا برگ آماده شود.

عدم استقبال مردم از پرداخت مابه‌التفاوت ارز ترجیحی از طریق کالا برگ

مهدی طغیانی، سخنگوی کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی درباره درخواست دولت مبنی بر حذف عبارت «به نرخ پایان شهریور سال ۱۴۰۰» از قانون بودجه در رابطه با تامین کالاهای اساسی با استفاده از کالا برگ الکترونیکی گفت: از



آنجا که برنامه دولت در مرحله نخست مدیریت ارز ۴۲۰۰ تومانی، در موعد مقرر اجرایی نشد و دولت ناچار شد، مراحل بعدی را به تعویق بیندازد و در ماه‌های اردیبهشت، خرداد و تیر پرداخت نقدی انجام داد، شرایط تغییر کرده به این معنا که ممکن است مردم از پرداخت مابه‌التفاوت ارز ترجیحی از طریق کالا برگ استقبال نکنند.

در حالی که تجربه چهار دهه اعطای یارانه مستقیم به مردم نشان می‌دهد که از لحاظ کاهش ضریب جینی و همچنین تحقق رفاه بیشتر برای مردم، مدل یارانه نقدی به مراتب بهتر از مدل کوپنی و یارانه‌ای آن است، گروهی بر این باورند، ارزش یارانه نقدی در برابر تورم حاصل از خلق پول بی ضابطه بانک‌ها، کاهش می‌یابد. کوپن یا یارانه نقدی، مساله‌ای است که امروز اقتصاد ایران با آن مواجه است. پس از حذف ارز ترجیحی و تصمیم دولت بر انتقال یارانه کالاهای اساسی به انتهای زنجیره، دو رویکرد در تخصیص یارانه مستقیم به مردم وجود داشت. گروهی معتقد بودند، باید برای تضمین خرید کالاهای اساسی توسط مردم و تضمین خرید کالاهای اساسی پس از حذف ارز ترجیحی، کوپن یا کالا برگ تعلق گیرد و گروهی دیگر مساله سهمینه‌بندی و اخذ قدرت انتخاب برای خرید کالاهای اساسی را دلیل خود جهت پرداخت یارانه نقدی عنوان می‌کردند.

توزیع کالا برگ پس از تصمیم نهایی ستاد اقتصادی دولت

سید احسان خاندوزی، وزیر امور اقتصاد و دارایی درباره سرانجام کالا برگ الکترونیکی در راستای مردمی‌سازی یارانه‌ها اظهار داشت: قرار است اوایل شهریور ماه گزارش اینکه چقدر بسترهای فنی این اقدام برای اجرا در سراسر کشور آماده



شده، توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و دستگاه‌های متولی به ستاد هماهنگی اقتصادی دولت ارائه شود.

وی افزود: پس از آن تصمیم‌گیری خواهد شد که آیا اجرای آن از شهریور ماه یا مهر ماه و یا چه زمانی آغاز می‌شود؟ اما تا زمان دقیق تعیین نشده باشد، نمی‌توان در این باره اظهار نظر و اطلاع‌رسانی داشت.

باین حال، خاندوزی در توضیح طرح کالا برگ الکترونیکی عنوان کرده: این گزارش قرار است تا آخر مرداد ماه توسط دوستان ارائه شود و امیدواریم اوایل شهریور ماه بعد از ارائه گزارش، تصمیم نهایی در خصوص جزئیات تغییر شیوه پرداخت یارانه‌ها صورت گیرد.

وزیر اقتصاد متذکر شده: پس از تصمیم نهایی ستاد اقتصادی دولت، شیوه پرداخت کالا برگ و نحوه دریافت آن را اعلام خواهیم کرد.

خاندوزی در پاسخ به این سوال که آیا مردم می‌پذیرند، بعد از چندین سال دریافت یارانه، به صورت نقدی کالا برگ دریافت کنند، عنوان کرد: با توجه

باید یارانه به صورت مستقیم به مردم پرداخت شود، نه اینکه به واردکننده داده شود، زیرا پرداخت یارانه به واسطه‌ها تنها رانت و فساد در کشور را به همراه دارد و غیر قابل رصد است



نماینده مردم اصفهان در مجلس شورای اسلامی افزود: ما در مجلس بر این نظر بودیم که موضوع مذکور از ابتدا به صورت کالابرگ الکترونیک انجام شود تا کالاهایی که امنیت غذایی لازم را برای مردم به همراه دارد، تامین شود.

وی با اشاره به اینکه مجلس شورای اسلامی، تامین کالای اساسی براساس نرخ ارز ترجیحی را بر پرداخت نقدی ترجیح می‌داد، گفت: هدف از این سازو کار، تامین امنیت غذایی برای همه اقشار جامعه بود، اما شرایط در اردیبهشت و خردادماه در مرحله نخست حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی، دولت را به سمت پرداخت نقدی برد.

طغیانی تصریح کرد: پرداخت نقدی شرایطی جدید و با گذشته متفاوت است، بنابراین اگر چه مادر مجلس معتقد بودیم که پرداخت کالایی از طریق کالابرگ الکترونیک بهترین راهکار است، اما اکنون که چندین ماه، پرداخت نقدی انجام شده، بحث استقبال جامعه مهم شده است؟ اگر بایک نظر سنجی قوی اثبات شود که مردم همچنان کالابرگ الکترونیک را ترجیح می‌دهند، قطعاً نظر ما بر گشت به مکانیزم کالابرگ الکترونیک است.

سخنگوی کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی ادامه داد: قانون بودجه یک کل تفکیک ناپذیر بود و در این قانون از ابتدا عبارات «قیمت شهر یور ۱۴۰۰» با «کالابرگ الکترونیک» مینا شد. این دو موضوع با یکدیگر معنا پیدای کند؛ به‌طور مثال اگر در شهر یور ۱۴۰۰، شیر کیلویی ۵ هزار تومان و اکنون ۱۳ هزار تومان است، مابه‌التفاوت مصرف استاندارد خانوار به نحوی جبران شود که سرپرست خانوار بتواند شیر را در میزان مصرف استاندارد با همان نرخ شهر یور خریداری کند. منابعی برای این مهم پیش‌بینی شده بود که اکنون منابع مذکور به صورت نقدی توزیع می‌شود. البته ممکن است که افراد با این منابع کالاهای مورد نظر خود را خریداری کنند یا شاید کالاهای مذکور را خریداری نکنند و گزینه‌های جدیدی را انتخاب کنند.

این نماینده مردم در مجلس یازدهم تصریح کرد: باید به این موضوع توجه

داشت که عبارت «کالابرگ الکترونیک» به همراه «قیمت‌های شهر یور ۱۴۰۰» معنا پیدای کند و نکته دوم اینکه اگر خانواری با مبلغ پیش‌بینی شده، کالاهای مورد نظر خود را خریداری کند، آیا منابعی که در اختیار قرار می‌گیرد، با توجه به افزایش هیجانی قیمت کالاهای اردیبهشت و خردادماه کفاف پر شدن این فاصله را می‌دهد؟

سخنگوی کمیسیون اقتصادی مجلس با بیان اینکه دو مساله در موضوع اصلاح سیاست ارز ترجیحی وجود دارد، توضیح داد: نخست اینکه کالابرگ و تامین کالاهای اساسی با قیمت شهر یور ۱۴۰۰ با یکدیگر معنا دارد و انتخاب یکی و رها کردن دیگری بی معنا است و نکته دوم مساله منابع مورد نیاز است.

آماده‌سازی زیرساخت کالابرگ الکترونیکی زمان‌بر است



ابوالفضل ابوترابی، عضو کمیسیون امور داخلی کشور و شوراهای استان در مجلس شورای اسلامی در همین رابطه گفت: ایجاد کالابرگ الکترونیکی نیاز به زیرساخت دارد که توسط دولت در حال انجام است، اما این اقدام بزرگ زمان‌بر است و باید به دولت فرصت دهیم. بهترین شیوه همین بود که یارانه به صورت مستقیم به مردم تعلق گیرد و در عین حال شیوه‌ای است که می‌تواند کمترین تورم را ایجاد کند.

وی اظهار کرد: در قانون بودجه ۱۴۰۱ حذف ارز ترجیحی مشروط به ارائه کالابرگ الکترونیکی و تعیین قیمت کالاهای براساس قیمت شهر یور ۱۴۰۰ شد.

وی با بیان اینکه قرار است، مبنای قیمت کالاهایی که با کالابرگ الکترونیکی به مردم ارائه می‌شود، بر اساس قیمت شهر یور ماه سال گذشته باشد، ادامه داد: مابه‌التفاوت قیمت‌ها توسط دولت به فروشنده پرداخت می‌شود که شبیه این اقدامات در کشورهای اروپایی نیز اتفاق افتاده است.

نماینده مردم نجف‌آباد، تیران و کرون در مجلس تصریح کرد: بر اساس آمارها ۳۰ درصد تمام اقلام از گندم و دارو گرفته تا روغن خوراکی قاچاق می‌شود و فساد و رانت را به همراه داشت، از این رو باید مانند کشورهای پیشرفته دنیا به سمت پرداخت مستقیم یارانه به مردم برویم. ابوترابی افزود: باید یارانه به صورت مستقیم به مردم پرداخت شود، نه اینکه به واردکننده داده شود، زیرا پرداخت یارانه به واسطه‌ها تنها رانت و فساد در کشور را به همراه دارد و غیر قابل رصد است.

عضو کمیسیون امور داخلی کشور و شوراهای استان در مجلس خاطر نشان کرد: از آنجایی که کالاهای اساسی به کشورهای همسایه قاچاق می‌شد و جنگ روسیه و اوکراین صورت گرفت، دولت ناچار شد به صورت ضرب‌العجل ارز ترجیحی را حذف کند که این عجله باعث شد تا خدشه‌ای در قانون ایجاد شود و کالابرگ تهیه نشود.

به گفته نماینده مردم نجف‌آباد و تیران و کرون در مجلس، در آینده نزدیک ظرف یک یا دو ماه پیش‌رو زیرساخت کالابرگ الکترونیکی ایجاد می‌شود و در اختیار مردم قرار می‌گیرد، این در حالی است که در گام نخست تصمیم‌گیری برای یارانه دارو و نان از اقدامات حائز اهمیت است. ■

قانون بودجه یک کل تفکیک ناپذیر بود و در این قانون از ابتدا عبارات «قیمت شهر یور ۱۴۰۰» با «کالابرگ الکترونیک» مینا شد. این دو موضوع با یکدیگر معنا پیدا می‌کند



دبیر کل خانه اقتصاد ایران

در توافقات برجام

منافع اقتصادی باید در اولویت باشد

ثمانه نادری



تعهدات برجام باید به صورت بلندمدت بوده و از ضمانت اجرایی کافی برخوردار باشد تا به مانند گذشته با پیمان شکنی طرف‌های خارجی، شاهد شوک اقتصادی به کشورمان نباشیم

قدرت خرید مردم و ارزان شدن مواد اولیه پرداخت شود، بیان کرد: اقتصاد به مانند یک زنجیره به هم پیوسته است. زمانی که قدرت خرید مردم کاهش پیدا کند، میزان فروش شرکت‌های تولیدی و خدماتی نیز کاهش خواهد یافت. از سوی دیگر، این موضوع موجب تشدید شرایط رکودی برای اقتصاد کشور می‌شود، از این رو قبل از اینکه منتظر نتایج برجام باشیم، باید راهکاری برای حل چالش‌های موجود در نظر بگیریم که ریشه در عوامل داخلی دارد.

تحریم مانع ورود فناوری و سرمایه خارجی است

دانشمند با اشاره به اینکه کشتی‌های خارجی به دلیل تحریم به بنادر کشور وارد نشده و همین موضوع خسارت‌های زیادی را به حوزه تجارت کشور وارد کرده، افزود: در حال حاضر واردات از طریق واسطه‌ها صورت می‌گیرد و همین موضوع هزینه زیادی را بر دوش واردکنندگان گذاشته است. همچنین تحریم‌ها موجب شده تا در جذب فناوری و سرمایه خارجی دچار مشکل و در صادرات کالا نیز موانع زیادی داشته باشیم، به طوری که بازار صادراتی ما به چند کشور همسایه محدود شود.

دبیر کل خانه اقتصاد ایران، نکته مهم دیگر را ضرورت عبور دولت از بروکراسی‌ها و سیاست‌های غلط در عرصه تصمیم‌گیری‌های کلان عنوان کرد و گفت: صحبت از برجام و احتمال انجام توافقات، جو روانی مثبتی در جامعه ایجاد می‌کند و همان‌طور که شاهد هستیم، امروز قیمت‌ها را در بسیاری از بازارها مثل طلا، سکه، دلار و... تا حدی پایین آورده است، اما باید دانست که این اتفاق در صورت درج شروط اصولی در توافقات برجام ادامه‌دار خواهد بود.

وی شرط تاثیر مثبت توافقات را تسهیل ارتباط با کشورهای دیگر دانست و گفت: با توجه به تاثیر روابط سیاسی بر بخش اقتصاد و وابستگی دیپلماسی اقتصادی به دیپلماسی سیاسی، از دولت انتظار می‌رود، در معاهدات جدید به این موضوع توجه داشته باشد. از سوی دیگر، تعهدات برجام باید به صورت بلندمدت بوده و از ضمانت اجرایی کافی برخوردار باشد تا به مانند گذشته با پیمان شکنی طرف‌های خارجی، شاهد شوک اقتصادی به کشورمان نباشیم.

دانشمند ضمن یادآوری تاثیرات دلالی و واسطه‌گری بر اقتصاد کشور

اگرچه مذاکرات برجام هنوز به نتیجه نهایی نرسیده، اما بسیاری از تحلیلگران اقتصادی به دولت پیشنهاد می‌کنند که هرگونه قرارداد جدیدی باید تضمین‌کننده منافع اقتصادی مردم بوده و در آن به مواردی مانند تعیین تکلیف پول‌های بلوکه شده، برقراری سوئیفت و رفع ممنوعیت صادرات نفت پرداخته شود. علاوه بر این، آن‌ها تاکید دارند که تصویب برجام با وجود خلأهای موجود در فرآیند تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری، تضمین‌کننده حل همه مشکلات اقتصادی نبوده و اگر منطقی به این موضوع نگاه کنیم، تنها فشار تورم را کمتر خواهد کرد.

دولت باید تکلیف پول‌های بلوکه شده را مشخص کند

مسعود دانشمند، دبیر کل خانه اقتصاد ایران با تاکید بر اینکه تا زمانی که جزئیات کامل توافق برجام به گوش همه نرسد، در مورد آن نمی‌توان اظهار نظر قطعی داشت، گفت: دولت در امضای این قرارداد باید به منافع اقتصادی کشور توجه داشته و شرایطی را بپذیرد که در آن، تحریم‌ها به طور کامل از همه بخش‌ها برداشته شود. برای مثال، طی این توافقات باید پول‌های بلوکه شده، آزاد و منابع نفتی کشور نیز طبق روال گذشته به طور آزادانه به فروش رسد و همچنین بستر کافی برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی و فعالیت آنان در کشور فراهم شود.

وی با بیان اینکه اقتصاد کشورمان از ابتدای سال تاکنون دچار وضعیت سردرگمی بوده و در حال حاضر افق مبهمی پیش روی آن وجود دارد، خاطر نشان کرد: متأسفانه سیاست‌هایی از سوی دولت اتخاذ می‌شود که به جای حل کامل مشکلات، تبعات منفی دارد. به عنوان مثال، اگرچه حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی به طور کل به نفع اقتصاد است، اما نباید بدون تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های منسجم باشد و به گرانی‌های افسار گسیخته دامن بزند.

دانشمند تصریح کرد: با توجه به این امر، در حال حاضر بسیاری از فعالان اقتصادی دچار چالش شده و برای تامین مواد اولیه باید هزینه زیادی بپردازند. موضوع دیگر، پرداخت یارانه است که هرچند سیاست مثبتی تلقی می‌شود، اما در راستای توانمندسازی افراد جامعه نبوده است.

دبیر کل خانه اقتصاد ایران با تاکید بر اینکه یارانه باید به منظور افزایش

به عنوان چالش اساسی آن، ادامه داد: متأسفانه دولت بخش‌های زیادی از اقتصاد را تحت سیطره خود قرار داده، در حالی که عملکرد مطلوبی از آن مشاهده نمی‌شود که نمونه بارز آن را در صنعت خودروسازی شاهد هستیم. علاوه بر این، به رغم اینکه بخش زیادی از کارخانه‌ها بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی واگذار شده، اما به تغییرات مطلوبی مانند افزایش تولید و اشتغال‌زایی منتهی نشده است، چرا که شیوه‌های این واگذاری، درست و منطقی نبوده و بیشتر به تقویت فضای دلالتی کمک کرده است. دبیر کل خانه اقتصاد ایران افزود: تحریم‌ها تأثیرات زیادی را بر اقتصاد کشور داشته و ضمن هزینه‌تراشی، باعث تعطیلی بسیاری از کارخانه‌ها و ریزش تعداد شاغلان شده است. از سوی دیگر، نوسانات نرخ ارز و تورم، شرایط بی‌ثباتی را پیش روی اقتصاد کشورمان قرار داده و انگیزه سرمایه‌گذاران را برای شروع فعالیت‌های اقتصادی جدید پایین آورده است، بر همین اساس رفع تحریم‌ها باید بستری را ایجاد نماید تا سرمایه‌گذاران خارجی به کشور وارد شده و بخشی از مشکلات کمبود سرمایه از این طریق مرتفع گردد.

مشکلات موجود ریشه در بی‌برنامه‌گی‌های اقتصادی دارد

دانشمند با بیان اینکه بخش زیادی از مشکلات کشورمان ریشه در بی‌برنامه‌گی‌های اقتصادی دولت داشته و چندان مرتبط با برجام و توافقات سیاسی نیست، گفت: به عنوان مثال، فضای اقتصاد، رقابتی و شفاف نبوده و همین امر چالش وجود رانت‌خواران را دوچندان خواهد کرد، بر همین اساس باید گفت، حتی در صورت گشایش‌های سیاسی برای رسیدن به رشد و توسعه واقعی اقتصادی، باید ساختارهای موجود را اصلاح کنیم.

وی با تأکید بر این موضوع که تورم، از مهمترین مشکلات چنددهه اخیر کشورمان بوده و برای حل آن باید از یک‌سری سیاست‌ها و دستورالعمل‌ها اجتناب کرد، گفت: همان‌طور که ذکر شد، حذف ارز

۴۲۰۰ تومانی قیمت تمام‌شده کالاهای وارداتی را به شدت بالا برده و همین موضوع، تورمی بزرگ را بر اقتصاد کشورمان تحمیل خواهد کرد که ممکن است در آینده‌ای نزدیک تعطیلی شرکت‌ها و واحدهای بخش خصوصی را در پی داشته باشد.

دبیر کل خانه اقتصاد ایران یکی دیگر از مشکلات موجود را فشار مضاعف افزایش دستمزد به بنگاه‌های اقتصادی دانست و گفت: هر چند قیمت کالاهای و خدمات افزایش پیدا کرده، اما وضعیت بد اقتصادی مانع از رشد فروش و درآمدزایی شرکت‌ها خواهد شد، به همین دلیل واحدهای تولیدی ناگزیر از تعدیل نیروی کار شده و همین مساله باعث افزایش بحران بیکاری و تبعات اجتماعی آن در جامعه خواهد شد.

دانشمند ادامه داد: مساله دیگر، عدم همخوانی هزینه‌ها با درآمدها است که برای قشر ضعیف جامعه بسیار ملموس است. برای مثال، قیمت اجاره‌بها با درآمد کارگران همخوانی ندارد و ادامه زندگی را با یک شیفت کاری غیرممکن کرده است. با توجه به این موضوع اکثر این افراد برای تأمین هزینه‌های خود چند شیفت کاری فعالیت دارند که در افزایش هزینه‌های بخش در مان کشور و کاهش بازدهی و بهره‌وری نیروی کار اثرات منفی دارد.

وی یکی دیگر از مشکلات اقتصاد را عدم تعادل بین عرضه و تقاضا برشمرد و بیان کرد: طی چندین دهه اخیر، شاهد مشکل توزیع برخی از کالاهای و کمبود آن‌ها در بازار هستیم، در حالی که با توجه به تجربه زیادی که در این حوزه وجود دارد، دولت باید سیاست مشخص‌تری برای تأمین اقلام اساسی داشته و با عدم قیمت‌گذاری دستوری و نظارت همه‌جانبه بر بازار، مانع از بروز چنین مشکلاتی شود.

دبیر کل خانه اقتصاد ایران در پایان گفت: دولت باید از ظرفیت‌های موجود در بخش‌های مختلف به نحو مطلوبی بهره گرفته و بازار را به‌طور کامل تحت نظارت و رصد خود داشته باشد تا شاهد احتکار کالاهای سوله‌های بزرگ نباشیم. ■

حذف ارز ۴۲۰۰
تومانی قیمت
تمام‌شده کالاهای
وارداتی را به شدت
بالا برده و همین
موضوع، تورمی بزرگ
را بر اقتصاد کشورمان
تحمیل خواهد کرد
که ممکن است در
آینده‌ای نزدیک
تعطیلی شرکت‌ها
و واحدهای بخش
خصوصی را در پی
داشته باشد



کاهش انگیزه سرمایه‌گذاری با افزایش تورم

دکتر فرخ گلباز

دکتری تخصصی مدیریت رفتار سازمانی



تورم به عنوان یکی از اساسی‌ترین معضلات در طول حیات اقتصادی هر کشور شناخته می‌شود و با افزایش مداوم در سطح عمومی قیمت‌ها یا کاهش مستمر در قدرت خرید پول یک کشور هزینه‌های جدی بر جامعه تحمیل می‌نماید

کلمه Entrepreneur که در زبان فارسی به کارآفرین ترجمه شده، اصالتاً یک کلمه فرانسوی است که اولین بار در سال ۱۷۲۳ میلادی برای توصیف فردی که با پذیرفتن ریسک اقتصادی و با امید به سودآوری، یک کسب و کار را راه‌اندازی و مدیریت می‌کند، وارد واژه‌نامه‌های فرانسوی شد.

تورم به عنوان یکی از اساسی‌ترین معضلات در طول حیات اقتصادی هر کشور شناخته می‌شود و با افزایش مداوم در سطح عمومی قیمت‌ها یا کاهش مستمر در قدرت خرید پول یک کشور، هزینه‌های جدی بر جامعه تحمیل می‌نماید. تورم ملایم و نه چندان زیاد، پدیده‌ای طبیعی بوده و به نظر می‌رسد، اختلالی در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری خصوصی ایجاد نمی‌کند. تورم از نظر تغییر توزیع درآمد به نفع صاحبان سود و از کانال ایجاد پس‌انداز، شرایط مساعدی برای سرمایه‌گذاری فراهم می‌کند. این پدیده در سطوح بالا، علاوه بر آنکه نظام قیمت‌ها را مختل می‌کند، باعث کاهش پس‌اندازها، از بین رفتن انگیزه‌های سرمایه‌گذاری، فرار سرمایه از بخش دولتی به سمت فعالیت‌های سفته‌بازی و دلالتی شده و ریسک فعالیت‌های اقتصادی را افزایش می‌دهد، اما برای فعالیت‌های تجاری و خدماتی زودبازده به همراه افزایش ریسک، نرخ بازدهی را به شدت ارتقاء می‌دهد. علاوه بر این، ارزش فعلی سرمایه‌گذاری‌هایی که با چند دوره تأخیر به بازدهی می‌رسند را کاهش می‌دهد و باعث ضرر و زیان به سرمایه‌گذاری‌های دیربازده می‌شود. تورم و تغییرات زیاد آن

موجب عدم اطمینان و در نتیجه سلب انگیزه و تأخیر در تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری می‌شود و تخصیص منابع را دچار اختلال می‌کند، همچنین بر سوددهی سرمایه‌گذاری، تأثیر منفی دارد، بنابراین اثر خالص تورم بر سرمایه‌گذاری خارجی به تقابل این اثرات بستگی خواهد داشت. تورم، مدل‌های کسب و کار و آموزه‌های جهانی مدیریتی را هم تحت تأثیر قرار داده است. مثلاً اگر در دنیا کارخانه کمترین و مثلاً بر نند بیشترین ارزش افزوده را ایجاد می‌کند، در ایران چنین فرمولی کار نمی‌کند. اتفاقاً کم‌ارزش‌ترین حلقه زنجیره، بیشترین ارزش را برای صاحبان کسب و کار ایجاد می‌کند، آن هم نه از تولید، بلکه از افزایش ارزش دارایی.

کمتر شرکت تولیدی را می‌شناسیم که طی این سال‌ها ورشکست شده باشد، نه به این دلیل که این شرکت‌ها تحت مدیریت صحیح و کم ایراد بوده‌اند (که عمدتاً نبوده‌اند) بلکه به این دلیل که کسب و کارها به وسیله تورم و البته تقاضای فزاینده از اکثر این ایرادات، سوءمدیریت‌ها، تصمیمات غلط و عملکردهای غیرسیستمی گذر کرده‌اند.

خبر خوب برای کسب و کارهایی که علمی‌تر و سیستمی‌تر اداره می‌شوند این است که آن سبب شکست و بخشی از آن پیمان ریختن، تقاضا دیگر دست کم برای چند سال فزاینده نخواهد بود تا این رشد تورم نامتوازن را یاری رساند. بخشی از این کاهش تقاضا به دلیل تغییر ترکیب جمعیتی و بخشی هم حاصل همان تورم مستمر است که متأسفانه قدرت خرید را تحت تأثیر قرار داده است. تأثیری که بیشتر تولیدکنندگان طی دو سال اخیر به خوبی لمس کرده و این یعنی محیط کسب و کار پیچیده‌تر شده و طبعاً فاتح محیط پیچیده‌تر، شرکت‌های مجهز به ابزارهای پیشرفته‌تر هستند. ابزارهایی مانند مدیریت علمی و سیستمی، هوش تجاری، روش‌های نوین مدیریت منابع انسانی و به طور کلی مدیریت ذی‌نفعان، سیستم‌های کیفی روزآمد، مدیریت مالی کاربردی، ارزیابی عملکرد کارا، تحقیقات بازار، برند و...

برای بقا در اقتصاد ضعیف، باید ابتکار عمل را به دست گرفت و جنبه‌های مختلف کسب و کار را تجزیه و تحلیل و براساس آن عمل کرد. به آینده خوشبین باشیم، چرا که چرخه‌های رکود و شکوفایی اقتصادی جزو واقعیت‌های زندگی هستند و به قول معروف: هر آنچه که پایین می‌رود، به تدریج بالا خواهد آمد. ■



خواندنی‌های
سرمایه‌گذاری

Batten &
Barton &
Durstine &
Osborn



در این بخش می‌خوانیم:

- معرفی تولیدکنندگان بزرگ آسانسور در دنیا
- آشنایی با برترین شرکت‌های تبلیغاتی جهان

معرفی تولیدکنندگان بزرگ آسانسور در دنیا

عارف فغانی

شرکت‌ها و برندهای زیادی در صنعت آسانسور در حال فعالیت هستند که برخی از آن‌ها از سابقه بسیار طولانی برخوردارند و برخی تا حدودی در صنعت آسانسور نوپا به حساب می‌آیند. اما آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که بهترین برند آسانسور در دنیا کدام است؟ در این مطلب به معرفی برترین برندهای آسانسور دنیا پرداخته‌ایم. با ما همراه باشید.

سال مالی ۲۰۱۷ میلادی، درآمد خالص شرکت ۸/۸ میلیاردین (۸۳/۵ میلیون دلار آمریکا) بود. تعداد کل کارکنان شرکت ۹ هزار و ۹۳۱ نفر است.

Otis Elevator Company

شرکت اوتیس آسانسور پیشرو در تولید سیستم‌های آسانسور و پله برقی است. این شرکت در سال ۱۸۵۳ میلادی در نیویورک ایالات متحده توسط الیشا گریوز اوتیس تأسیس شد. شرکت اوتیس آسانسور، پیشگام توسعه سیستم ایمنی آسانسور اختراع شده توسط اوتیس بود که در صورت خرابی کابل‌ها یا پولی‌ها از مکانیزمی برای متوقف کردن کابین آسانسور استفاده می‌کند. تحولات انجام شده توسط اوتیس امکان ساخت آسمان خراش‌های مجهز به سیستم آسانسور آسان را فراهم کرد. اوتیس در چند ساختمان معروف مانند برج ایفل، ساختمان امپایر استیت، مرکز تجارت

Kone

KONE Oy یک شرکت فنلاندی است که در ۲۷ اکتبر ۱۹۱۰ میلادی به عنوان یک شرکت سهامی عام تأسیس شد و در بورس سهام هلسنکی فهرست شده و چهارمین تولیدکننده پله برقی در جهان است. دفتر مرکزی آن در اسپوو در آمدسالانه بالغ بر ۹/۴ میلیارد یورو است. نیروی کار این کمپانی بالغ بر ۳۳ هزار و ۸۰۰ نفر است که در ۸۰۰ شرکت تابعه در ۵۰ کشور مشغول به کار هستند. این شرکت در زمینه تولید آسانسور، پله برقی، درب و سیستم تخلیه فعالیت دارد که در ۸۰ کشور جهان به بازار عرضه می‌شود. آزمایشات آسانسور آن در زیرزمین به‌طور خاص در ۳۳۳ متر و در طولانی‌ترین سالن آزمایش جهان واقع در Lohja، فنلاند انجام می‌شود.

Schindler

Schindler Aufzüge AG، متعلق به Schindler Holding، یک شرکت سوئیسی مستقر در Ebikon، در کانتون لوسرن است که به ساخت آسانسور و پله برقی اختصاص دارد. این شرکت در سال ۱۸۷۴ میلادی توسط رابرت شیندلر در لوسرن تأسیس شد و در سال ۱۸۸۹ میلادی با ساخت آسانسور شروع به کار کرد. در سال ۱۹۰۶ میلادی، اولین شعبه خارج از کشور در برلین آلمان تأسیس شد و در سال ۱۹۳۷ اولین شعبه ماورالنهر در برزیل را ایجاد کرد. حدود ۵۷ هزار نفر در سراسر جهان و بیش از هزار نقطه فروش در ۵ قاره در این شرکت فعالیت دارند. شیندلر بزرگ‌ترین تولیدکننده پله برقی و دومین تولیدکننده آسانسور در جهان است.

Fujitec

شرکت Fujitec، آموزشی و بیولیتین - یک شرکت ژاپنی چندملیتی، یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان تجهیزات بالابر در سال ۱۹۴۸ میلادی تأسیس شد و تجهیزات بالابر، آسانسور، پله برقی و نوار نقاله مسافر را تولید و طراحی می‌کند. این شرکت دارای دو کارخانه در ژاپن و همچنین کارخانه‌هایی در شهر اینچئون (کره)، چنای (هند)، میسون آمریکا (اوهايو) و... است. Fujitec در بورس سهام توکیو فهرست شده و برای

اوتیس آسانسور
پیشرو در تولید
سیستم‌های
آسانسور و پله برقی
در سال ۱۸۵۳
میلادی در نیویورک
ایالات متحده توسط
الیشا گریوز اوتیس
تأسیس شد



جهانی، برج وحشت منطقه گرگ و میش، برج‌های دوقلوی پتروناس، برج CN، برج اسکایلون و برج خلیفه، آسانسور نصب کرده است. در حوزه تجاری در اسپانیا، اوتیس علاوه بر قرار دادن آسانسور در برج Mapfre بارسلونا یا برج پیکاسو و برج Repsol در مادرید، برای هتل‌های اصلی هتل نیز کار کرده است. همچنین آسانسور‌ها را در فروشگاه‌های El Corte Ingles قرار می‌دهد.

ThyssenKrupp

ThyssenKrupp AG یک صنعت فولاد آلمان است که به ذوب فولاد اختصاص دارد. دفتر مرکزی ThyssenKrupp در شهرهای Essen و Duisburg واقع شده است. این شرکت از ادغام دو شرکت فلزی آلمان Thyssen AG و Krupp در سال ۱۹۹۹ میلادی ایجاد شده است. بخش دوم این شرکت به سه بخش آسانسور، صنعت خودرو (قطعات موتوئاز) و فناوری (ابزار، محصولات پالایشگاه‌ها و درهای صنعتی) تقسیم می‌شود و بخش سوم مربوط به ساخت محصولات مهندسی است. Thyssen-Krupp یکی از شرکت‌های تهیه آسانسور برای مترو مادرید، بارسلونا، بیلباو، والنسیا و رنف است. برخلاف بالابرهایی که امروزه نصب شده‌اند و بالابرهای کششی اتاق ماشین‌ها هستند، آسانسورهای نصب شده قبل از سال ۲۰۰۴ میلادی بیشتر هیدرولیکی بودند.

Cibes Lift

Cibes Lift یک تولیدکننده سوئدی آسانسور کم سرعت برای ساختمان‌های خصوصی و عمومی با درایو دوک است. دفتر مرکزی شرکت که بالابرهای سکویی، کابینی و پله‌ای تولید می‌کند، در Gävle واقع شده است. این شرکت در سال ۱۹۴۷ میلادی توسط مهندس سوئدی Bertil Svedberg به عنوان یک شرکت تولیدکننده آسانسورهای

باری تأسیس شد. اولین بالابرهای مسافری در اواسط دهه ۱۹۶۰ معرفی شدند و اولین سری بالابرهای سکویی در اوایل دهه ۲۰۰۰ در کارخانه‌ای در روستای Järbo توسعه یافتند. در سال ۲۰۱۲ میلادی، Cibes Lift به گروه Cibes Lift تبدیل شد و مقر و تأسیسات تولیدی خود را به Gävle، ۲۰۰ کیلومتری شمال استکهلم منتقل کرد. این شرکت از آن زمان گسترش یافته و اکنون بالابر‌ها را در ۵۰ کشور جهان به فروش می‌رساند و در ۵۰ کشور شبکه توزیع و در ۱۵ کشور دفتر دارد. در سال ۲۰۱۸ میلادی، فروش بیش از یک میلیارد کرون بود. این شرکت همچنین یکی از اولین ۲۴ شرکت اروپایی بود که انجمن پلتفرم و پله اروپا EPSA را تأسیس کرد. خطوط تولید این شرکت آلمانی را می‌توان به بالابرهای سکویی و بالابرهای کابین تقسیم کرد که به نوبه خود، بخش‌های بالابر خانگی، آسانسورهای مسکونی و بالابرهای باری را پوشش می‌دهد.

Kleemann

Kleemann Design رویکرد جدیدی برای تجربه سفر عمودی است، چیزی بیشتر از انتخاب کابین آسانسور، درب، دکمه‌ها و صفحه‌های کاری. مشکل از سه سری مختلف آینده، مدرن و کلاسیک، فضای آسانسور را به یک محیط منحصر به فرد برای کاربر مدرن تبدیل می‌کند. KLEEMANN یکی از معدود شرکت‌ها در اروپا است که سیستم‌های آسانسور کاملی را ارائه می‌دهد که طیف کاملی از راه‌حل‌های آسانسور هیدرولیک یا آسانسور مکانیکی را با موتورخانه یا بدون آن می‌دهد. علاوه بر راه‌حل‌های کامل، بسته به نیاز هر پروژه امکان انتخاب سیستم‌های فرعی (درب آسانسور، کابین، سیستم‌های الکترونیکی و...) را نیز فراهم می‌کند. علاوه بر این، راه‌حل‌های نوسازی آسانسور KLEEMANN به راحتی و انعطاف پذیر می‌تواند نیازهای ایمنی جدید هر آسانسور قدیمی را برآورده کند.

Stannah Lifts

Stannah یک تولیدکننده راه پله است که در ۶۰ کشور مستقر است و دفتر مرکزی آن در اندور انگلیس واقع شده است. با تولید بیش از ۷۵۰ هزار دستگاه راه پله، آسانسور استنا بزرگ‌ترین تولیدکننده جهان است. این شرکت همچنین با ارائه سکوهایی بالابرنده و همچنین آسانسورهای شخصی و آسانسورهای داخلی، یک بازیگر اصلی در ارتفاع عمودی است. استنا در سال ۱۸۶۷ میلادی توسط جوزف استنا در لندن تأسیس شد که دفتر مرکزی آن در محله Southwark قرار داشت و در اوایل قرن ۲۰ در منطقه Bankside نقل مکان کرد تا زمانی که در حمله رعد آسای لندن در سال ۱۹۴۰ میلادی تخریب شد، مورد استفاده قرار گرفت. استنا ۵۰۰،۰۰۰ مین پله راهپیمایی خود را در فوریه ۲۰۱۱ میلادی هنگام بازدید شاهزاده ولز از مقر اندور تولید کرد. ■



KONE Oyj یک شرکت فنلاندی است که در ۱۲۷ اکتبر ۱۹۱۰ میلادی به عنوان یک شرکت سهامی عام تأسیس شد و در بورس سهام هلسنکی فهرست شده و چهارمین تولیدکننده پله برقی در جهان است

آشنایی با برترین شرکت‌های تبلیغاتی جهان

ابوالفضل علیزاده

گروه ادوایزری. اچ.کیو (AdvisoryHQ) هرساله شرکت‌های تبلیغاتی و برندهای بزرگ دنیا را ارزیابی می‌کند و بر اساس شاخص‌های مشخصی به رتبه‌بندی این برندها می‌پردازد. در این مقاله گروه ادوایزری به سراغ آژانس‌های تبلیغاتی بزرگ دنیا رفته و آن‌ها را تحلیل کرده است. بر این اساس، ۶ آژانس تبلیغاتی به عنوان برترین‌های دنیا شناخته شده‌اند که در ادامه با آن‌ها آشنا می‌شوید.

شرکت تبلیغاتی MullenLowe



گروه «مولن لاو» که تصویر یک اختاپوس بوکسور را به عنوان نماد خود برگزیده، خود را به عنوان «گونه‌ای متفاوت از جانوران» معرفی می‌کند. همانند بیشتر شرکت‌های تبلیغاتی موجود در این رتبه‌بندی، گروه «مولن لاو» نیز یک سازمان عمومی است، اما بیشتر شبیه یک آژانس تبلیغاتی مستقل فعالیت می‌کند. مثل بیشتر آژانس‌های تبلیغاتی بزرگ و مشهور، این آژانس سابقه همکاری با برندهای بزرگی مانند متل (Mattel)، اسوس (Asos)، گوگل، جانسون اند جانسون (Johnson & Johnson) را در کارنامه خود دارد. یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد آژانس تبلیغاتی مولن لاو، مدل کسب و کار جالب آن است که چهار بخش مختلف از جمله مولن لاو (MullenLowe)، شبکه ارتباطات بازاریابی یکپارچه، اپن مولن لاو (MullenLowe Open) فعالیت در زمینه رفتار مصرف‌کنندگان خرده‌فروشی و تجارت الکترونیک، پروفرو (MullenLowe Profero) آژانس دیجیتال مارکتینگ با خدمات کامل «طراحی استراتژی، طراحی تبلیغات و تحلیل‌های آماری» و مدیاهاب مولن لاو (MullenLowe Mediahub) بخشی خلافاً به با قابلیت فعالیت در سطح جهانی دارد.

شرکت تبلیغاتی Wieden+Kennedy



«ویدن کندی» به خاطر تأثیرات گسترده‌ای که در حوزه فرهنگ و هنر از خود به جا گذاشته، در حال تبدیل شدن به یکی از چشم‌گیرترین شرکت‌های تبلیغاتی دنیاست. این شرکت نه تنها در طراحی و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی فوق‌العاده برای شرکت‌ها و برندها ید طولایی دارد، بلکه در

تبلیغ شرکت خود هم بسیار خوب عمل کرده است. شمار زیادی از برنامه‌های رادیویی، بازی‌ها و برنامه‌های سرگرمی و وبلاگ‌های متعدد، شهرت زیادی برای «ویدن کندی» دست و پا کرده و باعث شده سهم خوبی از این داستان‌ها نصیبشان شود. آژانس تبلیغاتی «ویدن کندی» به دو علت دامنه وسیع فعالیت‌ها و گسترش شعبه‌ها مشهور و موفق شده است. این شرکت فهرستی طولانی از مشتریان درست و حسابی دارد که مهمترین آن‌ها کسب و کارهایی مانند نایک، اولد اسپایس (Old Spice) و هربال اسنس (Herbal Es-sence) هستند. تنوع کاری زیاد شرکت تبلیغاتی «ویدن کندی» در زمینه‌های موزیک ویدئو و آهنگ‌ها، پیام‌های بازرگانی کوتاه و سایر انیمیشن‌های با کیفیت یکی از عوامل موفقیت این برند است. بازرگانی «ویدن کندی» در زمان المپیک ریو در سال ۲۰۱۶ میلادی عملکرد چشمگیری از خود نشان داد و تبلیغات زیادی برای برندهایی مانند کرونا (Corona)، نت‌فلیکس (Netflix) و کوکاکولا (Co-ca-cola) انجام داد.

شرکت تبلیغاتی Ogilvy & Mather



آژانس تبلیغاتی «اگیلوی و ماثر» جهش بزرگی داشته و توانسته از یک شرکت تبلیغاتی یکی دو نفره به یکی از ۶ شرکت بزرگ تبلیغاتی دنیا تبدیل شود. گسترش چشمگیر این شرکت تنها با چند آژانس بزرگ جهانی قابل مقایسه است و آن‌ها توانسته‌اند از زمان آغاز فعالیتشان در سال ۱۹۴۸ میلادی توسط موسس خود یعنی «دیوید اگیلوی» همچنان به گسترش خود ادامه دهند. «اگیلوی و ماثر» هم‌اکنون نمایندگی‌های زیادی در سراسر دنیا و در حدود ۱۵۰ شهر دارد که این نمایندگی‌ها طیف گسترده‌ای از سرویس‌های تبلیغاتی را ارائه می‌دهند. عامل کلیدی در رشد و گسترش این شرکت، تمرکز بر روی تنها یک سرویس تبلیغاتی «افزایش شناخت برند در ذهن مصرف‌کنندگان» است. اگر به دنبال یک آژانس تبلیغاتی متفاوت در بازار یابی دیجیتال، تبلیغ محصول یا برگزاری کمپین تبلیغاتی هستید، شرکت «اگیلوی و ماثر» وسیع‌ترین حوزه فعالیت در صنعت تبلیغات را به خود اختصاص داده است.

شرکت تبلیغاتی Droga 5



«دورگافیو» یکی از آژانس‌های برتر تبلیغاتی است که خود را به عنوان شرکتی خلاقیت محور و بومی دیجیتالی معرفی می‌کند و تمرکز عمده آن بر فعالیت‌های اجتماعی است. در حالی که این شرکت اخیراً سالگرد ۱۰ سالگی فعالیت خود را جشن گرفته، ولی اطلاعات کافی در رابطه با تاریخچه این شرکت در دسترس نیست، زیرا آن‌ها بیشتر بر زمان حال متمرکز شده‌اند و نه زمان قدیم. «دورگا فایو» که فعالیت خود را با یک پروژه بزرگ در سال ۲۰۰۶ میلادی آغاز کرده، ممکن بود در عرض کمتر از ۳۰ روز از شروع فعالیت

به زندان بیفتند، اما از آن زمان تاکنون به موفقیت‌های قابل توجهی دست پیدا کرده‌اند. «دورگافیو» تاکنون با کمپانی‌های بزرگی کار کرده که از جمله آن‌ها می‌توان به یونیسف (UNICEF)، گوگل، اچ بی او (HBO)، پیزاهوت (Pizza Hut) و پرودنشیال (Prudential) اشاره کرد که البته فهرست این مشتریان بزرگ همچنان در حال افزایش است. عوامل کلیدی مختلفی مانند ارتباط‌های شخصی، باعث شده که این شرکت به یکی از بهترین آژانس‌های تبلیغاتی دنیا تبدیل شود.

شرکت تبلیغاتی DDB Worldwide



تمرکز «دی دی بی» بر تولید محتوا و معرفی خود به عنوان یکی از بهترین شرکت‌های تبلیغاتی دنیا است. تلاش آن‌ها این است که با حداقل هزینه و خیلی سریع به این هدف نائل آیند. آن‌ها به وسیله داشبوردهایی که طراحی کرده‌اند، با جمع‌آوری داده‌های بسیار از کمپین‌های خود، کارایی این کمپین‌ها را رصد می‌کنند و قادر هستند تا فرایندهای کاری

خود را به سرعت اصلاح کنند. «دی دی بی» برای شرکت‌هایی مانند گلاز (Glad)، آیکیا (Ikea)، مک دونالد (McDonald)، فولکس واگن (Volkswagen)، اسپرینت (Sprint) و سیدنی اپن هوس (Sydney Opera House) خدمات تبلیغاتی زیادی ارائه کرده است. این شرکت به دلیل عملکرد شاخص خود در صنعت تبلیغات، تاکنون جوایز بسیار زیادی مانند ۳۲ جایزه در جشنواره بین المللی لندن در سال ۲۰۱۶ میلادی و ۱۰۱ شیر (Lions) در فستیوال خلاقیت بین‌المللی شیرهای کن دریافت کرده است.

شرکت تبلیغاتی BBDO



این شرکت که در سال ۱۸۹۱ میلادی تأسیس شد، اولین دفتر کوچک خود را در شهر نیویورک و با نام شرکت Batten افتتاح کرد. در سال‌های بعدی، زمانی که با شرکت بارتون (Bar-ton)، دورستین (Durstine) و آوزبورن (Osborn) ادغام شد، شرکت نسبتاً جدید بارتون، باتن، دورستین و آوزبورن به صورت رسمی آغاز به کار کرد. «بی بی دی او» کار خود را از یک دفتر

تک‌اتاقی شروع کرد و هم‌اکنون یکی از برترین آژانس‌های تبلیغاتی است که از حدود ۱۳۰ سال پیش در این زمینه مشغول به کار بوده است. هم‌اکنون این شرکت در حدود ۲۸۹ آژانس تبلیغاتی دارد که در کل جهان پراکنده شده و بیش از ۱۵ هزار نفر کارمند دارد که همین موضوع باعث شده تا به یکی از بهترین آژانس‌های تبلیغاتی سراسر جهان بدل شود. ■

الاختـيار

الرئيس التنفيذي لشركة كوثر للتأمين
يضمن رضا العملاء زيادة الربحية



مدير عام التسويق والمبيعات التنظيمية لشركة مبین نت للاتصالات
تقديم خدمات الشبكة بناءً على احتياجات المنظمات في جميع أنحاء البلاد



الرئيس التنفيذي لمجموعة آساکد
سياسة الحكومة ليست لدعم الإنتاج



الرئيس التنفيذي لشركة لیان پیشر و نیک پایتخت
يزيد استخدام الأجزاء المقلدة في صناعة المصاعد من الضرر



الرئيس التنفيذي لشركة هيدروبيك للمصاعد
سياسات الحوافز تزيد الاستثمار في الإنتاج



الرئيس التنفيذي لمركز رواد تنمية الطاقة
٩٩٪ من مديري صناعة الطاقة في بوشهر ليسوا من هذه المحافظة



مدير المتاجر شركة رويال هوم الصناعية
إن ركود البيع والشراء واضح في سوق الأثاث



الرئيس التنفيذي لشركة شرافيت
لا توجد بنية تحتية كافية لزيادة الإنتاج



عالم الاستثمار

اختيار ذكي لدخول سوق الأعمال الإيرانية

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

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

صاحب الامتياز و الرئيس التنفيذي:

مرتضى فغانى

رئيس التحرير: فرهاد اميرخانى

المدير التجارى: سارة نظرى

المترجم: سعيد عدالت جو

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

رقم ٢٧، الوحدة الثامنة

رقم الهاتف : +٩٨٢١ ٨٨٦٤٨٤٢

رقم الفاكس : +٩٨٢١ ٨٨٦٤٧٨٦

الرمز البريدي : ١٥٨٨٨٦٦٣٤٤

رقم الهاتف المحمول : +٩٨ ٩١٢٧٧٠٧٧٤٥

البريد الإلكتروني : d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

خسارة متراكمة أزمة صناعة السيارات في إيران



مرتضى فغاني
عضو غرفة تجارة طهران

تعد الخسائر المتراكمة لشركات السيارات مشكلة كبيرة ابتليت بها اقتصاد البلاد لسنوات. وفقًا لآخر البيانات المالية المنشورة في نظام كودال وتقارير المؤسسات بما في ذلك مركز أبحاث المجلس، فإن الخسائر المتراكمة لشركات تصنيع السيارات الإيرانية، بما في ذلك إيران خودرو وسايبا وبارس خودرو،

تبلغ ١٠٠ ألف مليار تومان، في حين أن الاستيراد السيارات إلى إيران محظورة ومن ناحية أخرى، الوصول إليها مثير للإعجاب بسبب مواردها الرخيصة من الطاقة والقوى العاملة. في عام ٢٠٢١ فقط، تكبدت شركات السيارات الثلاث المهمة في البلاد خسارة بنحو ٩٤٥٠ مليار تومان في عمليات الإنتاج، منها أسوأ أداء مع خسارة متراكمة بلغت حوالي ٦٦٥٥ مليار تومان، تليها شركة إيران خودرو بحوالي ٢٠٠٠ مليار تومان. ٤٧٨ مليار تومان وبارس خودرو مع ٣١٥ مليار تومان في الرتب التالية. أيضًا، في قسم المبيعات، ينتمي أسوأ وضع إلى إيران خودرو بحوالي ٥ آلاف و ٦٠٠ مليار تومان ومجموعة سايبا للسيارات أيضًا لديها خسارة بنحو ٣ آلاف و ١٦٠ مليار تومان. على الرغم من انخفاض سرعة الإنتاج في الخسائر في عام ٢٠٢١ مقارنة بالعام الماضي، إلا أن مصنعي السيارات ما زالوا يتكبدون خسائر.

على الرغم من أن بعض الناس قد اقترحوا ذلك بمقارنة قيمة أسهم شركات تصنيع السيارات الرائدة في العالم، بما في ذلك بنز وفولكس فاجن، والخسائر المتراكمة لنحو ٤,٨ مليار دولار لشركات صناعة السيارات الإيرانية، والتي تصل إلى ١٠٪ من قيمة أسهم هذه الشركات، مع خسارة شركات صناعة السيارات الإيرانية، اشترت ١٠ أسهم بنسبة مئوية من هذه الشركات، لكن المقارنة تبدو ذات قيمة ترويجية بحتة. وبحسب هذه الحالات يمكن القول أن حل مشكلة الخسائر المتراكمة لمصنعي السيارات يتجاوز إلغاء التسعير الإلزامي، ومع ذلك، فإن المشكلة الرئيسية لصناعة السيارات الإيرانية ليست فقط الخسائر المتراكمة، ولا يمكن ذلك. نتوقع أنه بدون إحداث تغيير في جودة السيارات المحلية ومع استمرار الاحتكار، ستتخلص هذه الصناعة من الأزمة الحالية. طالما كان هناك احتكار، فلن يكون هناك تحسن في الجودة.

لا يمكن لصناعة السيارات أن تخرج من الأزمة الحالية إلا بإصلاحات أساسية وهيكلية في مجال الإنتاج والتوريد والجودة، وكذلك من خلال التواصل الديناميكي والمنافسة البناءة مع كبار مالكي التكنولوجيا في العالم؛ الحل الذي يعتمد تحقيقه على التدابير السيادية والوطنية على مستوى الاقتصاد الكلي والاقتصاد السياسي للبلد. ■

الاقتصاد الإيراني في حالة تراجع أم صعود؟



فرهاد أميرخاني
رئيس التحرير

الاقتصاد هو القلب النابض لكل مجتمع مدني. في مجتمع يتسم اقتصاده بالديناميكية والنمو من حيث البنية التحتية، يتم أيضًا تحسين ثقافته ويتم تقييم العيش في مثل هذا المجتمع.

وفقًا للإحصاءات المنشورة، في يونيو ٢٠٢٢، ارتفع معدل التغيرات الشهرية

في الرقم القياسي لأسعار السلع الاستهلاكية والخدمات للأمر في الدولة بشكل كبير ووصل إلى ١٢,٢، وهو ما يقرب من ٣ أضعاف رقم الشهر السابق. وبنفس الطريقة، واستنادًا إلى نمو مؤشر السعر الإجمالي مقارنة بشهر يونيو من العام السابق، بلغ معدل التضخم من نقطة إلى نقطة في يونيو من هذا العام حوالي ٥٢,٥٪ وخلال الاثني عشر شهرًا المنتهية في يونيو، كان ٣٩,٤٪ التي من المتوقع أن تؤثر على أصناف الطعام والشراب في ٥ مجموعات من المنتجات، بما في ذلك الخبز والحبوب والزيوت والدهون والحليب والجبن والبيض واللحوم الحمراء والدواجن والفواكه والخضروات، سترتفع الأسعار بحد أدنى من التضخم يبلغ حوالي ١٩ بالمائة. طبعا وبحسب الإحصائيات فإن الوضع مختلف في مجال تجارة السلع. في بداية موسم هذا العام، في معظم المكونات التجارية، باستثناء انخفاض كميات الاستيراد والتصدير والتجارة مقارنة بنفس الفترة من العام السابق، كانت هناك زيادة بنسبة ١١,٢ في المائة في الصادرات. البضائع (لا تشمل الموسم السابع والعشرون) وزيادة ١,٥ مرة في تصدير سلع الموسم السابع والعشرين. ٢٠ تعريفة من ثمانية أرقام، بما في ذلك البروبان المسال، والغاز الطبيعي المسال، واليوربا، والميثانول، وبيتومين الزيت، وسبائك الحديد والصلب، وما إلى ذلك، على الرغم من أنه في هذه المقالة، لم يتم تقييم سوق بورصة طهران وأداء المؤشرات، وسوق النفط الخام والغاز، وسعر العملات المعدنية والذهب، وأسعار الصرف؛ لكن في هذا الفضاء الصغير، يمكننا أن نصل إلى تحليل أن اقتصاد بلدنا في توريد المواد الغذائية والسيولة والقاعدة النقدية، وهو من ضروريات حياة المواطنين، مع اتجاه تنازلي، ومن ناحية أخرى، في تصدير بعض العناصر الحصرية مع اتجاه متزايد. وجهها لوجه؛ لذلك، في المستقبل، إذا لم يتغير هذا الاتجاه ولم تدخل المتغيرات الجديدة والمفيدة في الاقتصاد الإيراني؛ سيواجه اقتصاد بلدنا، وخاصة في توفير المواد الأساسية والاحتياجات الأساسية للناس، منحدرًا، وهذا الحدث المؤسف لن يفيد بالتأكيد أيًا من شعب إيران. ■

أثار رئيس مجلس إدارة شركة آى تى ساز القائم على
المعرفة هذه القضية

تقديم الخدمات المصرفية والتأمينية والبورصة في سياق الذكاء الاصطناعي

أدى التوسع في التقنيات
الرقمية إلى جعل توفير
الخدمات المختلفة في الفضاء
الافتراضي قضية حتمية،
بحيث يتم تنفيذ العديد من
الأنشطة اليوم في هذه المنصة
وتم تقليل تكلفة الخدمات
وجهاً لوجه بشكل كبير. من



أجل التعرف على المزيد، أجرينا محادثة مع المهندس محمد
حسين متقي زاده، رئيس مجلس إدارة مشغل آى تى ساز القائم
على المعرفة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تم تسجيل هذا المشغل لتقديم خدمات عبر الإنترنت في
عام ٢٠١٨. قبل ذلك، كان أعضاء هذا المشغل لديهم أنشطة
بدء التشغيل مثل مبيعات الاشتراك في بطاقة SIM في المكاتب
الحكومية، وقاموا بتنفيذ أفكارهم في هذه المنصة حتى عام ٢٠١٨،
وفقاً للإخطار من منظمة التنظيم والتنظيم والاتصالات الراديوية
أنه من الضروري إطلاق نظام شامل لتقديم الخدمات، تم إنشاء
نافذة وحدة تقديم الخدمة في مكاتب الشبكات الحضرية والريفية
ونظام مراقبة الخدمة وتقييمها ثم إطلاقها. في بداية عام ٢٠٢٠،
أدخل مشغل تكنولوجيا المعلومات القائم على المعرفة، بسبب
انتشار كورونا والحاجة إلى إنشاء منصة لتسهيل تقديم الخدمات
للأشخاص في الفضاء عبر الإنترنت، نظام الذكاء الاصطناعي إلى
قطاع الخدمات ومصادقته سجام بهذه الطريقة.

في همراه هوشمند، يختار المواطنون أقرب مكتب لتلقي الخدمات
عبر الإنترنت وفقاً لموقعهم. لحسن الحظ، ستدخل شركة آى تى
ساز القائمة على المعرفة إلى أنظمة نوبانك في عام ٢٠٢١. مشغل
آى تى ساز ؛ لديها ترخيص نوبانك

، وخصة CRM، وخصة التوقيع الرقمي، وخصة المصادقة
البيومترية، وخصة نادي العملاء، وترخيص الشبكة الوطنية
للمكاتب، وترخيص مركز تكنولوجيا المعلومات، والتي يتم تقييمها
واعتمادها من قبل الشركات الموثوقة من قبل نائب الرئيس
للعلوم والتكنولوجيا وهي متاح للمنظمات.

يتم تقديم خدمات مشغل آى تى ساز القائم على المعرفة في
ثلاثة قطاعات: البورصة والبنوك والتأمين، وبالتالي، بعد خدمة
مصادقة سجام عبر الإنترنت في سوق رأس المال، فإن هذا المشغل
أيضاً مصادقة عبر الإنترنت في العديد من الوسطاء ولهم منتجات
مختلفة مثل العملاء إنشاء النادي. قدم سماسة الأوراق المالية
خدماتهم للمواطنين من خلال شبكة المكاتب والهواتف الذكية
لهذا المشغل، بما في ذلك التوثيق لدخول سوق رأس المال. تم
تطبيق نظام مماثل للبنوك.

قلل مشغل آى تى ساز القائم على المعرفة من مخاطر المتسللين
قدر الإمكان من خلال الاعتماد على النخب الأكاديمية واستخدام
الأنظمة الحديثة. بمعنى آخر، قمنا بوضع أجهزة في نظام وزارة
الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات تتمتع بتغطية أمنية موثوقة. ■

صناعة المصاعد في في المحطة الأزمات



سهراب دنيابيجي
المدير التنفيذي لمجلة عالم
المصاعد

تحت تأثير صناعة البناء، مرت صناعة المصاعد بتقلبات كبيرة في
العقود الأخيرة والعديد من المشاكل. هذه المشاكل التي ابتليت
بها هذه الصناعة وغيرها من الصناعات، والتي سببتها عوامل
وتأثيرات اقتصادية وسياسية واجتماعية وصناعية. في كثير من
الحالات، شهدنا التأثير المباشر للعقوبات على القطاع التجاري
للصناعة، ولكن لحسن الحظ، فإن المصنعين النشطين في صناعة
المصاعد في العقدين الماضيين، بالاعتماد على معارفهم الفنية
وقدراتهم، قد أنتجوا العديد من الأجزاء الرأسية صناعة النقل
ومن حيث النوع، فقد حققوا أيضاً مستويات ملحوظة.

وجد النمو الكمي والنوعي للإنتاج تناسقاً مع تنفيذ مشاريع
مهر السكنية، لكنه لم يكن قادراً على تلبية الطلب البالغ ٧٥
ألف جهاز (في عام ٢٠١٢). إن تعزيز وتطوير قضية زيادة
الإنتاج وتحسين الجودة في الظروف العادية يتأثر بخلق بيئة
مناسبة للإنتاج، أي الاستثمار، وتوفير القوى العاملة والمعرفة
الفنية الكفؤة. في غضون ذلك، من أهم أسباب انخفاض الطاقة
وكمية الإنتاج انخفاض قيمة العملة الوطنية والسيولة في أيدي
المنتجين، وزيادة أسعار المواد الخام، وزيادة السعر. صرف
العملات، وصياغة قوانين وأنظمة غير فعالة، والتي تعمل
كعوامل مانعة وغير مشجعة وأيضاً انسحاب بعض الشركات أو
إفلاس بعض الوحدات المنتجة للمعدات وأجزاء المصاعد
والسلام المتحركة، والتي تتأثر في التحليل النهائي بـ الأسباب
المذكورة أعلاه، وبعضها عملياً غير موجود في مشهد الصناعة. الآن
في المشهد الصناعي، نواجه تجاوزات كبيرة في التكاليف، ونقص
مصطنع، وعمليات اندماج لمعظم الشركات. في مثل هذه الحالة،
على الرغم من جهود أمناء ومديري المنظمات الصناعية وتحت
إشراف القطاع الحكومي، تفقد الأهداف المحددة لونها وتترك
خارج الدائرة. قطاع التصنيع في صناعة المصاعد في البلاد، والذي
كان يفكر في الماضي غير البعيد في زيادة الإنتاج وتحسين جودة
وتصدير منتجاته، يعاني الآن من مشاكل المستقبل على الرغم
من الإمكانيات الحالية في جهوده للبقاء، بيع فقط ما بين
١٥٠٠ و ٢٠٠٠ مصعد في السنة. بكل هذه الكلمات، فإن حل
الظروف القائمة وكل المشاكل التي تنتظرنا يعتمد على الفتحات
المرتبطة بقضية أخرى وفي مكان آخر. ■

يضمن رضا العملاء زيادة الربحية



في السنوات الأخيرة ومع تشديد العقوبات الاقتصادية، واجهت الصناعات المختلفة، سواء في مجال الاستثمار أو الإنتاج أو الخدمات، مخاطر عديدة، من أجل معرفة المزيد عن التحديات والحلول لهذا الوضع، أجرينا مقابلة

مع أبو الفضل آقاداتي، الرئيس التنفيذي لشركة كوثر للتأمين، وهو يعتقد أن «التأمين والاستثمار هما الجناحان الرئيسيان لشركات التأمين، ورضا العملاء يتحقق في ظل الربحية». نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

في العام الماضي، بلغ دخل كوثر للتأمين ٥,٣٠٠ مليار تومان، مما جعلها تحتل المرتبة الخامسة بين الشركات الخاصة من حيث المبيعات. أيضًا، لقد مر عامان على حصولنا على أعلى المراتب في قسم الربحية وفي أداء العام الماضي، حصلنا على المرتبة الثالثة في الربحية. الجدير بالذكر أنه تم مؤخراً عقد الجمعية العمومية لشركة كوثر للتأمين وقدرت أرباح الشركة المحققة بـ ٦٠٠ مليار تومان.

شركة كوثر للتأمين، نظراً لوجود مجتمع كبير من المؤمن عليهم منتشرين في جميع أنحاء البلاد، فور وقوع العديد من الكوارث الطبيعية، فهي موجودة في المناطق المتضررة من أجل الاستجابة بشكل جيد لحاملي الوثائق والمضي قدماً في إجراءات الدفع من الأضرار بسرعة.

نعمل في دول إقليمية مثل أفغانستان وأوزبكستان والعراق، ونقوم بتطوير بعض الخدمات في البلدان البعيدة والتي تشمل مجالات مختلفة من السفر والشحن والتأمين ضد المسؤولية.

قدمت كوثر للتأمين العديد من التغطيات وبوالص التأمين الجديدة في هذه السنوات برؤية مبتكرة. أيضًا، حاولنا أن نكون نشطين في مجال التحول الرقمي والمضي قدماً بمتطلبات وتقنيات اليوم. من خلال هذا النهج، بالنسبة للشركات القائمة على المعرفة، أخذنا في الاعتبار التغطيات مثل التأمين على جودة المنتج، والذي يمكن أن يؤدي في حد ذاته إلى إنشاء تفاعلات مفيدة مع الشركات القائمة على المعرفة لتغطية مخاطرها المختلفة.

جميع شركات التأمين لها جناحان: التأمين والاستثمار. عادة لا يوجد ربح كبير في قطاع التأمين والمهم هو النشاط الاستثماري لشركات التأمين. توجد شركات مثل شركة غدير للاستثمار وشركة بارسايان للنفط والغاز في مجموعتنا الاستثمارية، وتتركز معظم استثماراتنا في هذه الشركات. في شكل شراء الأسهم، نحن نشيطون أيضًا في سوق الأوراق المالية، ومحفظتنا تتطور باستمرار.

صناعة التأمين هي صناعة موجهة نحو الخدمات، وفي هذا الاتجاه، فإن أكبر أصول شركات التأمين هي الموارد البشرية. يمكن أن يؤدي تحسين رأس المال هذا إلى زيادة رضا العملاء، وهذا العامل يضمن أيضًا زيادة الربحية. ■

تم طرحه من قبل الرئيس التنفيذي لشركة «بيمه بازار»

بيع التأمين عبر الإنترنت على أساس التقنيات الجديدة



أدى تطور التسويق الرقمي في السنوات الأخيرة وإمكانية التسوق عبر الإنترنت من الأسواق المختلفة إلى إحداث تغييرات كبيرة في تدفق الاقتصاد والتجارة في المجتمعات المختلفة. تتزايد المجموعة الواسعة من المرافق والخدمات التي يمكن تقديمها للعملاء في شكل مساحة افتراضية يومًا بعد يوم، وقد واجهت هذه الممارسة تطورات جديدة في الهياكل التجارية التقليدية. لمعرفة المزيد، أجرينا مقابلة مع السيد محمد رضا فرحي، الرئيس التنفيذي لشركة «بيمه بازار» نقرأ أجزاء من هذه المحادثة.

في عام ٢٠١٥، أنشأنا «بيمه بازار» وأعمل حاليًا كرئيس تنفيذي لهذه العلامة التجارية. كما أنشأنا أكاديمية تسمى «جرخ» تقدم المشورة للشركات الناشئة في مجال جذب رأس المال وتقييم الأعمال. بالإضافة إلى ذلك، أقوم بالتدريس في كلية الإدارة وكلية الهندسة الكهربائية بجامعة الشريف للتكنولوجيا.

نشهد تشكيل الشركات الناشئة في مجال صناعة التأمين في العالم منذ حوالي ١٥ عامًا. في إيران، مع تأخير لمدة ١٠ سنوات، بدأت هذه العملية منذ ٥ سنوات وتم تشكيل الشركات الناشئة في هذا المجال. وفي الوقت نفسه، فإن بعض الشركات الناشئة مكرسة لبيع التأمين عبر الإنترنت، كما تنشط «بيمه بازار» في هذا المجال. ترغب جميع شركات التأمين في البيع عبر الإنترنت، لكنها لا تستطيع ذلك، لأنه من الصعب الحصول على البنية التحتية للتعاقد مع شركات التأمين وإصدار وثائق التأمين ودعم العملاء. وبناءً على ذلك، قدمنا خدمة حيث تقوم التطبيقات الفائقة بتسجيل المستخدم فقط ويتم توفير جميع خدمات التأمين في سوق التأمين نفسه. في الوقت الحالي، يبيع أيضًا تطبيق ديجي بي وهمره كارت وتطبيق برامج التشغيل اسنب وما إلى ذلك التأمين باستخدام هذه الخدمة.

كان هدفنا الرئيسي هو أن نصبح اللاعب الرئيسي في سوق التأمين عبر الإنترنت في الدولة وأن ندخل تدريجيًا في مجالات أكثر توجهاً نحو التكنولوجيا والتي تشمل خدمات مثل تحليل المخاطر، والتسعير الذي لمنتجات التأمين، وتحليل بيانات التأمين الضخمة، وما إلى ذلك.

تم تشكيل توفير خدمات التأمين في الفضاء على الإنترنت بالتأكيد. على الرغم من وجود مبدأ الحاجة والطلب في المجتمع في عصر التكنولوجيا، إلا أن طريقة تلبية احتياجات الناس ومطالبهم آخذة في التغير.

تتمثل رؤيتنا في مواصلة نفس عملية زيادة المبيعات، إن أمكن، لدخول الشركة في سوق الأوراق المالية في عام ٢٠٢٥ وتصبح الشركة الأولى في مجال مبيعات بوليصة التأمين عبر الإنترنت التي تعتبر أسهمًا عامة. هدفنا هو دخول مجالات أخرى من تقنيات التأمين الجديدة. أهم مجال نهتم به هو مجال تحليل البيانات. ■

خسارة الاقتصاد المنتج نتيجة عدم تهرير قانون ضريبة الأعمال



أقيمت النسخة ١٤ من معرض طهران الدولي للأوراق المالية والبنوك والتأمين في ٢-٥ أغسطس في موقع المعرض الدولي. على الرغم من وجود العديد من الشركات في هذا المعرض، إلا أننا رأينا عدم وجود بورصة طهران والشركات التابعة لها، إلا أن بعض إدارة محافظ الأوراق المالية، بما في ذلك إدارة محفظة أسهم هدف، كانت موجودة في البورصة والبنك ومعرض التأمين

عباس علي حقاني نسب، رئيس مجلس إدارة شركة الهدف لإدارة المحافظ المالية، في إشارة إلى أهمية هذا المعرض في إطلاع الجمهور على سوق الأوراق المالية وكيفية اختيار طرق الاستثمار الصحيحة، قال: الغرض من هذه المحفظة المالية ستحضر الإدارة المعرض الدولي الرابع عشر للبورصة والبنوك والتأمين. هو وضع الأساس لتعريف الناس بأبعاد الاستثمار المهني طويل الأجل في سوق رأس المال. الهدف من إدارة محفظة الأوراق المالية هو أن الناس لا يشترون الأسهم بناءً على النماذج الفنية والتدفق النقدي وقراءة الجدول، ولهذا الغرض يكون لديهم تحليل شامل وتقييم صحيح حتى لا يعانون من شراء الأسهم بأسعار غير واقعية. يجب أن نعلم أن تحقيق الربحية في سوق رأس المال والتعامل مع مختلف المخاطر يتحقق على المدى الطويل، ولهذا السبب من الضروري أن يكون لديك منظور طويل الأجل في عملية الاستثمار.

وأشار رئيس مجلس إدارة إدارة محفظة الهدف إلى قلة معرفة المسؤولين والمديرين وحتى بعض رواد الأعمال بأهمية وطبيعة سوق رأس المال وقال: منذ فترة جاء رائد أعمال من برنامج ميدان. إلى مقصورة إدارة محفظة الأوراق المالية هذه وسألنا عما ينتجون. وأجبت، قلت سيارات، حديد وكل شيء. لم يكن يعلم أنه عندما يشتري المستثمر أسهم شركة، فهذا يعني أنه يشارك في إنتاج تلك الشركة، وحياسة أسهم في البورصة تعني المساعدة في عملية الإنتاج.

وأوضح رئيس مجلس إدارة محفظة الهدف أن أفضل طريقة للاستثمار هي الاستثمار في البورصة، وقال: هذا الأمر سيفيد المجتمع ككل وسيؤدي إلى طفرة في الإنتاج والتوظيف، ولكن للأسف، مجال الإنتاج مهم من قبل السلطات والبرلمان ووسائل الإعلام وخاصة الإعلام التلفزيوني الوطني ونفس الموضوع له تأثير سلبي على أوضاع السوق الحالية. ■

مدير عام التسويق والمبيعات التنظيمية بشركة مبین نت للاتصالات

تقديم خدمات الشبكة بناءً على احتياجات المنظمات في جميع أنحاء البلاد

القسم العربي



تطورت التقنيات وتقنيات الاتصال الجديدة بشكل كبير لتلبية احتياجات المجتمع في مختلف القطاعات، وتسمح الخدمات القائمة على الشبكة للأفراد والمؤسسات بإدارة أعمالهم في نطاق أوسع. في هذا السياق، تعد شركة مبین نت للاتصالات واحدة من أكثر الشركات شهرة في تقديم خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. لمعرفة المزيد حول أنشطة هذه الشركة، أجرينا مقابلة مع ناصر مرادي، المدير العام للتسويق والمبيعات التنظيمية لشركة مبین نت للاتصالات. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

حاليًا، يمكننا أن نقول بثقة أنه لا جدوى في البلد من عدم قدرتنا على الاتصال بتقنية لاسلكية واحدة على الأقل. هذه المشكلة مهمة جدًا للمنظمات حتى تتمكن من الاستفادة من خدمات الشبكة في أي جزء من البلاد وجميعها من مشغل مركزي واحد. تعتبر هذه الخدمة أكثر أمانًا من خدمة الإنترنت من حيث تحسين أمن الاتصالات وحصلت على التصاريح اللازمة من الجهات المختصة. أيضًا، لقد ضمننا لعملائنا مستوى معينًا من الخدمة وفي شكل ملحق اتفاقية مستوى الخدمة (SLA)، طُلب منا الامتثال لها حتى في العقود، وبالتالي لدينا نظام مراقبة شامل وإصدار التذاكر تحت تصرف عملائنا من أجل مراقبة النقاط بدقة من الناحيتين النوعية والكمية

نحن نتبع برامج مختلفة. أولاً، إلى جانب خدمات الاتصالات اللاسلكية، وضعنا تطوير خدمات الألياف على جدول الأعمال بناءً على الاستراتيجية التي أعلنتها الوزارة، والتي سيتم توفيرها للعملاء مع أول دعم متنقل. أيضًا، تتوفر حاليًا شبكة Go للمنظمات باعتبارها أحدث التقنيات في العالم في مجال الاتصال التنظيمي، وفي العام الماضي قمنا بتوصيل العديد من وسائل الإعلام وبلدية طهران بهذه الشبكة. يعد تطوير الخدمات على أساس إنترنت الأشياء (IoT) أيضًا أحد خدماتنا، وقد بدأنا مؤخرًا أنشطتنا رسميًا كأول مشغل إنذار حريق في طهران.

إلى جانب المؤشرات الروتينية في الاحتفاظ بالعملاء مثل معدل التغيير ومعدل الولاء، يتم تقييم رضا العملاء المؤسسي بشكل مستمر وعقد العديد من الاجتماعات، ووفقًا لفترة التقييم الأخيرة، يُقدر رضا عملائنا بأكثر من ٨٥٪ من حيث الجودة إشباع.

نظرًا للجمع بين المساهمة وإضافة الاتصالات السلكية للاتصالات اللاسلكية، فإن رؤيتي هي أن مبین نت ستصبح نافذة واحدة لخدمات تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا المعلومات في مختلف المؤسسات. هذه خطوة مهمة للغاية ونحن قريبون جدًا من هدفنا. ■

تقدم الشركات الصغيرة في صناعة المصاعد بطيء

أدى عدم الالتزام بالتسعير الأساسي للمصاعد من قبل المسؤولين المعنيين إلى عدم تمكن العديد من الشركات الصغيرة من تغطية التكاليف الحالية لإنتاج هذا المنتج، بينما تتمتع الشركات الكبيرة بظروف جيدة لتوليد الدخل بسبب المرافق القائمة



والسياسات الخاصة. لمعرفة المزيد حول هذا الموضوع ذهبنا إلى المهندس علي بلوكي الرئيس التنفيذي لشركة كارآمد وتحدثنا إليه، وقد قرأنا أجزاء من هذه المقابلة.

تم تسجيل هذه الشركة في عام ١٩٩٣ بهدف تصميم وإنتاج لوحات التحكم في المصاعد. في ذلك الوقت، تم استخدام المرحلات في معظم الحالات للإنتاج، وقبل ذلك، قامت كل شركة بتصميم وتجميع المصاعد، أو تركيب مصاعد أجنبية كاملة. كان التصميم الكامل لجميع لوحات التحكم لهذه الشركة، من المرحلات إلى وحدات التحكم الرقمية والميكروكونترولر، ١٠٠٪ قامت بها شركة كفاءة، ولم يتم نسخ مجالس الإدارة الأجنبية بأي حال من الأحوال، والتي تلعب بالطبع دوراً فعالاً في عملية التحديد السريع للعيوب والإخفاقات.

من صفر إلى مائة منتج هي نتيجة تصميم هذه الشركة، في حين أن معظم لوحات التحكم المماثلة في السوق هي إما نسخ من تصاميم أجنبية أو محلية أو مستوردة. لذلك يتم التأكيد على أن تصميم منتجات الشركة يتسم بالكفاءة وفقاً للماضي. خبرات الجودة: لقد كان ذلك ضرورياً، بحيث لا يحتاج نموذج لوحات التحكم الرقمية إلى الإصلاح بعد ٢٢ عاماً من العمل المتواصل.

يعتمد إنتاج لوحات التحكم على المعيار الأوروبي EN٨١ والمعيار الوطني الإيراني، وفي حالة عدم الامتثال لهذه المعايير، فلن تتم الموافقة عليها من قبل مفتشي شركات التفتيش.

في رأيي، الظروف هي التي تحاول بعض الشركات الكبيرة في هذا المجال احتكارها، ولهذا السبب لست متفائلاً بمستقبل الشركات الصغيرة في هذه الصناعة، ما لم تتحد عدة شركات صغيرة وتشكل مجموعة.

اليوم، حققت صناعة المصاعد تقدماً كبيراً من حيث التكنولوجيا والعلوم، ولكن من حيث الاقتصاد وتوليد الدخل، لا يمكن مقارنتها بالمنتجات والمنتجات الأخرى التي شهدت زيادات متعددة في الأسعار. قضية أخرى هي دخول العديد من الشركات والأشخاص الحقيقيين في مجال تركيب المصاعد، وقد خلقت قضايا مثل بيع الطوابق تحديات لهذه الصناعة. بالنظر إلى كل هذه القضايا، في رأيي، لن تنمو شركات التصميم والتجميع وصغار المنتجين كثيراً في هذا المجال. ■

الرئيس التنفيذي لمجموعة آساك

سياسة الحكومة ليست لدعم الإنتاج



إحدى المشاكل المهمة التي تعيق النمو الحقيقي للإنتاج في صناعة المصاعد هي القيود المفروضة على استيراد معدات وأدوات الإنتاج التي تحتاجها هذه الصناعة. بالنظر إلى هذه المشكلة، قررت العديد من الشركات توفير الأساس لازدهارها من خلال استيعاب هذه الأجزاء وتوطين المعرفة التقنية، ولحسن الحظ، فقد نجحت في هذا الاتجاه. لمعرفة المزيد، ذهبنا إلى المهندس حميد جلوخاني، الرئيس التنفيذي لمجموعة آساك الهندسية، وتحدثنا معه. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

بدأ نشاط هذه المجموعة الهندسية في عام ٢٠١٣ بهدف تنفيذ مشاريع البحث والتطوير في صناعة المصاعد وكذلك إنتاج لوحات التحكم في المصاعد. ينصب التركيز الرئيسي لهذه المجموعة الهندسية على البحث والتطوير المتعلقين بصناعة المصاعد. أنتجت هذه المجموعة الهندسية منتجاً مستورداً وهي في طور استيعابها بالكامل، بالاعتماد على أحدث التقنيات في العالم، وقد يكون لديها خيارات أكثر من النماذج الأجنبية.

الخدمة والالتزام والصدق، والتي كانت حجر الزاوية لشركتنا، تميز المجموعة آساك الهندسية عن غيرها من الشركات المماثلة. الاختلاف الرئيسي لهذه المجموعة هو تعريف المشاريع البحثية. لهذا السبب، فهم يعرفون بالفعل مشاكله وثوراته وثوراته ويحاولون حلها.

تعتبر مجموعة آساك الهندسية أن من واجبها تمويل النخبة في هذه المنطقة الذين لم يهاجروا إلى هذا الوطن بسبب التحيز والانتماء والمتعاونين. في رأيي، يمكن رسم النظرة العامة لهذه الصناعة بشكل إيجابي عندما لا نرى مشكلة تسمى كورونا مرة أخرى، لأن انتشار هذا المرض تسبب في تأخير الطلبات المختلفة من الدول الأوروبية لعدة أشهر.

هذه المجموعة الهندسية في فئة الشركات الكبرى من حيث الاسم والسمعة، ويؤكد عملاء هذه المجموعة هذا الادعاء. قد لا تكون مجموعة آساك الهندسية قابلة للمقارنة مع الشركات المماثلة من حيث الحجم والقوة، ولكن نظراً لحملها التقني والعلمي وكذلك الصدق، فقد عوضت عن بُعدها معهم. على سبيل المثال، قامت مجموعة آساك الهندسية بتصدير وتركيب منتجاتها في بلدان مثل أفغانستان والعراق.

يبدو أن هناك احتمالية جيدة جداً أمام هذه الصناعة. خلال العامين الماضيين، قامت مجموعة آساك الهندسية بحل مشاكل وتحديات هذه الصناعة من خلال العمل الجاد للأصدقاء والزلاء وتحاول رسم مستقبل أفضل لهذه المجموعة. ■

الرئيس التنفيذي لشركة ليان بيشرونك بايتخت

يزيد استخدام الأجزاء المقلدة في صناعة المصاعد من الضرر

تعتبر الجودة والامتثال لمبادئ السلامة أحد المعايير الرئيسية لشراء وتركيب المصاعد، لكن وصول السلع المقلدة تحت اسم العلامات التجارية ذات السمعة الطيبة تسبب في وقوع حوادث وزيادة الحاجة إلى إصلاح المصاعد المركبة. للتعرف أكثر على هذه القضية، ذهبنا إلى مهدي أكبربور، الرئيس التنفيذي لشركة ليان بيشرونك بايتخت في العاصمة وأجرينا محادثة معه. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تأسست هذه الشركة عام ٢٠١٣ بالتعاون مع أحد الناشطين في هذا المجال في شركة أطلس تك. جعلتني تجربة هذا الشخص وخبرته من زيادة مستواي المعرفي المتخصص في هذه الصناعة وزيادة نطاق أنشطة شركة ليان بيشرونك بايتخت تدريجياً في العاصمة. في ذلك الوقت، كان التسويق يتم وجهاً لوجه وكانت هذه الشركة تحاول جذب العملاء بأسعار منخفضة والمزيد من الخدمات. بعد ذلك، تم وضع قضية الجودة على رأس أولويات الإنتاج لهذه الشركة، مما جذب ثقة أصحاب العمل إلى شركة ليان بيشرونك بايتخت في العاصمة.

في بناء المصعد، انتبه إلى المنطقة ونوع استخدام المبنى والقضايا المماثلة. بمعنى آخر، يجب أن يكون تصميم المصعد بحيث لا يطول وقت انتظار المصعد للوصول إلى الأرضية المطلوبة.

من بين هذه الميزات الاهتمام بقضية الجودة. اليوم، ازداد مستوى المعلومات والوعي لدى الناس بشكل كبير، لذلك عادة ما يختارون منتجاً، على الرغم من ارتفاع سعره، إلا أنه يتمتع بجودة جيدة. تمتلك شركة ليان بيشرونك بايتخت في العاصمة القدرة على منافسة الشركات الكبرى في هذا المجال، وأثناء تقديم خدمات ما بعد البيع في وقت قصير، لديها أيضاً مركز دعم على مدار ٢٤ ساعة.

لسوء الحظ، بعد توريد المصعد لا يوجد إلزام بإعادته إذا كان لا يفي بمعايير السلامة والجودة.

لدخول هذه الصناعة، أولاً وقبل كل شيء، يجب أن يكتسب المرء ما يكفي من المعرفة والخبرة، لأنه لا يمكن تحقيق التقدم بالقوة. لسوء الحظ، يقوم المصنعون الآن باستيراد الأجهزة القديمة والأجزاء الأجنبية إلى البلاد وإنتاجها معهم، في حين أن هذا لا يؤدي إلا إلى تخلف هذه الصناعة. يجب ألا نجعل هذه الصناعة لا تجد منصة كافية لتزدهر في ظل المشاكل والخلافات.

اليوم، أصبحت السياسات الكلية لهذا المجال في أيدي أولئك الذين عادة ما يكونون من بين مالكي الشركات الكبيرة والأثرياء. عادة ما يتخذون قرارات بناءً على اهتماماتهم وأرباحهم، لذلك إذا لم يكونوا مهتمين، فسيقومون بالتأكد بصياغة إرشادات أكثر منطقية لهذه الصناعة. ■

الرئيس التنفيذي لشركة هيدرويك للمصاعد

سياسات الحوافز تزيد الاستثمار في الإنتاج



لقد كفل الاكتفاء الذاتي للمصنعين المحليين في إنتاج المصاعد طلب السوق المحلي على هذا المنتج ووفر حتى الأساس لتصديره إلى البلدان المجاورة الأخرى، بحيث تكون هذه المنتجات أرخص وجودة أفضل من الأمثلة الأوروبية.

للتعرف على المزيد، تحدثنا مع المهندس محمد مهدي ياورى، الرئيس التنفيذي لشركة هيدرويك للمصاعد نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

اليوم، هذه الشركة، بالاعتماد على المعرفة المحلية، أنتجت نماذج مختلفة من المصاعد الهيدروليكية المستخدمة في العالم. بالإضافة إلى الجودة العالية للمنتجات والسلع الحصرية وتنوع المنتجات، تقدم هذه الشركة منتجاتها على شكل عبوات أو شبه عبوات وتوفر جميع المنتجات الميكانيكية لتنفيذ المصاعد إذا احتاج العملاء. بالإضافة إلى ذلك، يتم تقديم منتجات شركة هيدرويك للمصاعد إلى السوق من خلال تقديم المشورة والخدمات الفنية قبل وأثناء وبعد الانتهاء من العمل، وعقد دورات تدريبية مستمرة لتحسين المستوى العلمي للبلد هي إحدى خدمات هذا شركة. تشمل سلة هذه المنتجات قطعاً ميكانيكية كاملة في قطاع الإنتاج شبه المعبأ، وفي قطاع إنتاج المصاعد والرافعات التي لا يتم إنتاجها في الشرق الأوسط وبهذه الجودة يتم إنتاجها فقط في إيطاليا. من بين المنتجات الفريدة الأخرى، يمكننا أن نذكر مصاعد الشد المائي للشركة، والتي تمكننا من تقليل استهلاك الطاقة لهذا الطراز، بالإضافة إلى تقليل تكلفة المنتج النهائي.

تصدر هذه الشركة إلى دول مثل العراق وأفغانستان وأرمينيا وعمان وأذربيجان، بينما حددت أسعاراً منخفضة جداً لمنتجاتها مقارنة بالمنتجات الأوروبية.

من أهم برامج شركة هيدرويك للمصاعد التركيز على قطاع البحث والتطوير وجعله أكثر نشاطاً، بحيث يتم تقليل اعتماد صناعة المصاعد على استيراد الأجزاء من خلال التدجين والاكتفاء الذاتي في الإنتاج. بعبارة أخرى فإن الهدف المهم لهذه الشركة هو الاعتماد على المعرفة المحلية في إنتاج قطع غيار تنافسية عالية الجودة وزيادة تداول الإنتاج، وافتقار البلاد للاستيراد وزيادة القدرة على التصدير إلى الدول المجاورة، وخاصة الخليج الفارسي والتي لحسن الحظ أخذت خطوات كبيرة في هذا. لقد تمت إزالة السيقان.

لحسن الحظ، تعد صناعة المصاعد في بلدنا واحدة من الشركات الرائدة في المنطقة، لكننا ما زلنا بعيدين عن صناعة المصاعد في العالم. صناعة المصاعد هي صناعة ذات رأس مال كامل، مما يعني أنها ديناميكية وأن الاستثمار فيها عملية مثالية للغاية. لحسن الحظ، يمكن لمعظم المنتجات المصممة هندسياً لهذه الصناعة منافسة العينات الأجنبية. ■

٩٠٪ تخفيض في الحوادث في صناعة المصاعد

تعد صناعة المصاعد من الصناعات الرائدة في البلاد، حيث يعمل جزء كبير من الناس فيها، لمعرفة المزيد عن حالة هذه الصناعة، ذهبت للمهندس إيجر نيازي، نائب رئيس شركة إيران للمصاعد والسلام المتحركة. ونقابة الخدمات ذات الصلة ومعه أجرينا



محادثة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. حالياً، هناك حوالي ١٣٠٠ شركة نشطة رسمياً في هذه الصناعة و ١٨٠٠ شركة نشطة بشكل غير رسمي.

تُعرف نقابة صناعة المصاعد والسلام المتحركة والخدمات المرتبطة بها على أنها منظمة وطنية، وكان من المفترض منذ البداية أن المقاطعات لديها نقابة مستقلة خاصة بها ولها ممثل في النقابات الوطنية.

لحسن الحظ، تم تحقيق جزء من أهداف هذه النقابة في الماضي، حيث كان هناك حوالي ١٧٨ منظمة في غرفة التجارة، من بينها نقابة صناعة المصاعد والسلام المتحركة والخدمات المرتبطة بها في المرتبة ١٠٥. في هذه السنوات القليلة، كانت هذه النقابة من بين أكبر ثلاث منظمات في غرفة التجارة وأدارت العديد من الإدارات الثقافية والتعليمية والتأمينية والرقابة والإشراف وتسوية المنازعات والتقييم وما إلى ذلك.

تلتزم هذه النقابة بقوانين وزارة السلامة وهيئة المعايير الوطنية ومن خلال الرجوع إلى الأنظمة التي تم إعدادها تحت إشراف غرفة التجارة والصناعة والتعدين والتجارة، وبعد ذلك، استهلكت صناعة المصاعد أيضاً - التقنيات الحديثة في السنوات الماضية، في العقدين الماضيين، تمكن المصنعون من إجراء هندسة عكسية لها من خلال استيراد لوحات توجيه مختلفة وأبواب وأجزاء مطلوبة.

خفضت نقابة المصاعد والسلام المتحركة الإيرانية والخدمات ذات الصلة هذه النسبة إلى ٣,٥٪ من خلال اتخاذ تدابير مثل عقد ثلاث جولات من ندوات السلامة المختلفة، وتوفير التدريب الكافي لتركيب واستخدام المصعد، وخلق ثقافة لفهم صناعة المصاعد بشكل أفضل. هذا يعني أن هذه النقابة تمكنت من إدارة ٩٠٪ من الخسائر بشكل جيد.

يوجد حالياً حوالي ١,٣٠٠,٠٠٠ مصعد في البلاد، والتي التزمت بها صناعة المصاعد منذ بداية الإصدار القياسي في عام ٢٠٠٢. بمعنى آخر، يتعين على جميع الشركات الامتثال للمعايير الوطنية لبناء المصاعد ويجب أن يكون لديها ورقة الموافقة القياسية.

هناك الكثير من القدرة على الاستثمار الأجنبي في صناعة المصاعد، كما يضطر بعض المصنّعين إلى تقليل جودة منتجاتهم للمنافسة في السوق، وصناعة المصاعد والنقابة ذات الصلة لديها العديد من النخب وقد طورت الكثير من حيث النظرية والأوساط الأكاديمية؛ لهذا السبب، يجب صياغة السياسات والاستفادة من قدراتها. ■

تحسين استهلاك الطاقة في نظام المصعد



بهنام صفري
المدير الفني لمجموعة آسكاد الهندسية

في هذا المقال، تمت مناقشة أهم الطرق وأكثرها فاعلية لتوفير المال في المصعد. على الرغم من أنه من الممكن عدم إمكانية استخدامها جميعاً في مصعد واحد، إلا أنه يجب أولاً التحقق من فائدة استخدام كل منها ثم اتخاذ القرارات اللازمة فيما يتعلق بتنفيذه أو عدم تنفيذه.

• تحليل حركة المصاعد

يعتمد عدد وسعة وسرعة المصاعد في المبنى على نوع استخدام المبنى وعدد السكان وارتفاعه. مع الأخذ في الاعتبار ساعات المرور العالية والأوقات الحرجة وتقليل وقت انتظار الركاب، يتم اتخاذ الترتيبات اللازمة في تصميم وتحديد عدد المصاعد. بالنظر إلى الحالات المذكورة، فإن قلة عدد المصاعد يؤدي إلى استهلاك أقل. • اختيار نوع المصعد المناسب (جر أو هيدروليكي)

تحدث معظم خسائر الطاقة في المصاعد الهيدروليكية. على الرغم من استخدام العاكس، يتم تقليل هذا الاستهلاك، ولكن فقط في المصاعد الهيدروليكية ذات المعدات الحديثة، سيكون استهلاك الطاقة مشابهاً إلى حد ما لمصعد الجر؛ لذلك، باستثناء الحالات التي لا يوجد فيها خيار آخر سوى اختيار مصعد هيدروليكي، مثل (نقص مساحة التركيب اللازمة، والطاقة العالية، وتنوع الكبائن)، فإن استخدام مصعد الجر سيكون اقتصادياً من حيث استهلاك الطاقة. • تقليل خسائر الاحتكاك بالسكك الحديدية

يتم التوصيل بين كابينة المصعد وسكة التوجيه بواسطة قطعة تسمى الحذاء. استخدام الأحذية الدوارة بدلاً من الأحذية المنزلقة يقلل الاحتكاك بدرجة عالية ويقلل بشكل كبير من استهلاك الطاقة. في هذا النوع من الأحذية الدوارة، يقلل شريط البولي يوريثين من ضوضاء المصعد. يوازن هذا النوع من الأحذية أيضاً بين وزن المقصورة. تخزين الطاقة من وضع المولد

المصعد له وضعان: المحرك والمولد، وفي معظم المصاعد، يتم تحويل الطاقة المنتجة في وضع المولد إلى حرارة في المقاوم للفرامل ويتم إهدارها. هذه الخسارة تعادل ٣٠ إلى ٤٠٪ من إجمالي الطاقة التي يستهلكها المصعد. بمساعدة النظام التجديدي، يمكن إرجاع هذه الطاقة إلى نظام المصعد.

• استبدال مصابيح الهالوجين والفلوريسنت بمصابيح LED ينتج عن هذا الاستبدال انخفاضاً في استهلاك الطاقة بنسبة ٩٠٪، بالإضافة إلى مزايا أخرى مثل زيادة عمر المصباح، وعدم توليد الحرارة، وتحتاج إلى خدمة وصيانة أقل، وخاصية الوميض، وأيضاً عدم الحاجة إلى جهد ٢٢٠ فولت سوف تجلب سيؤدي تطبيق كل ما سبق إلى تقليل استهلاك الطاقة بنسبة ٧٠٪. على الرغم من أنه قد لا يكون من الممكن تنفيذ جميع الحالات في المباني، فإن أي جهد في هذا الصدد مصحوب بتخفيض في استهلاك الطاقة، حتى لو كان صغيراً، سيحقق تقدم المجتمع وتحسين البيئة للجميع. ■

السعر والجودة هي المكونات الرئيسية لتوجه العملاء



يتزايد إنتاج أنواع مختلفة من العزل الصوتي والحراري في البلاد في السنوات الأخيرة، وبالنظر إلى أن استخدام هذا النوع من العزل في البلاد قد زاد بشكل كبير، يبدو أنه ينبغي اتخاذ خطوات أكثر فائدة وفعالية لتقديم التكنولوجيا للصناعات التي تنتج عزل الصوت والحرارة.

في محادثة مع محسن واعظ تهراني، الرئيس التنفيذي لشركة آسيا للمصانع الأم المتخصصة للعزل، قمنا بفحص حالة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

ركة آسيا للمصانع الأم المتخصصة للعزل، في مجال إنتاج جميع أنواع الطلاءات العازلة للصوت والحرارية والباردة والطلاء المقاوم للحريق بطاقة سنوية ١٢٠ ألف طن وفقاً لأحدث المعايير العالمية، بدأ نشاطه في عام ٢٠٠١ وبدأ تشغيله في ديسمبر ٢٠٠٣. من خلال التركيز على إنتاج المنتجات وفقاً لاحتياجات اليوم والعملاء، وتحت إشراف ومراقبة الموظفين ذوي الخبرة والمتعلمين، ستلعب هذه الشركة دوراً صغيراً في دفع الأهداف الوطنية المتعلقة بتحسين الطاقة استهلاكاً.

منتجات هذه المجموعة هي جميع أنواع العزل الصوتي والحراري والبارد، المصطقي، رغوة البولي يوريثان بالرش، عازل البولي يوريثان الجاهز، الصوف الخزفي، الصوف الزجاجي، الطلاءات المقاومة للحريق، الزراعة المائية، سيليكا الكالسيوم وملحقات العزل، والتي تعد واحدة من الاحتياجات الأساسية من الصناعات المهمة في الدولة، بما في ذلك صناعات النفط والغاز والتكرير والبتروكيماويات، وكذلك صناعة البناء (الموضوع ١٩ من لوائح البناء الوطنية). نقدم منتجاتنا بناءً على معيار ASTM (جمعية الاختبارات والمواد الأمريكية)، وأيضاً من خلال إنشاء أنظمة إدارة تستند إلى معايير عالمية، تمكنا من الحصول على شهادات مثل ISO (٩٠٠١:٢٠٢٢، ٤٥٠٠١:٢٠٢٢، و ١٤٠٠١:٢٠٢٢) أنه في الوقت نفسه، فإن سرعة العمل في تقديم الخدمات من خلال حجم الإنتاج الكبير والتخطيط الدقيق قد جعل تسليم البضائع في الوقت المحدد (حتى في الحالات قبل الوقت المحدد).

سعر معقول، قدرة إنتاجية عالية، طاقم فني مدرب وخبير، مختبر متخصص بشهادات ومعايير صالحة وأحدث الأجهزة في العالم، وكذلك التعاون مع منظمة المعايير الوطنية الإيرانية تحت عنوان المختبر الشريك المنظمة، الالتزام بالمبادئ واللوائح، بما في ذلك مبادئ عمل الشركة، نحن نحاول دائماً التقدم والمضي قدماً. ■

الرئيس التنفيذي لمركز رواد تنمية الطاقة

٩٩٪ من مديري صناعة الطاقة في بوشهر ليسوا من هذه المحافظة

القسم
العمومي



من أهم اهتمامات الشركات من أجل زيادة مستوى الكفاءة والإنتاجية اختيار وجذب الكوادر المختصة والملتزمة، وعلى هذا الأساس تم تشكيل بعض المراكز أو المؤسسات الاجتماعية من أجل التعرف على هؤلاء الأشخاص وهم ينوون ذلك. إقامة تفاعلات مناسبة مع الشركات وتعريف النخبة والمتعلمين لتسهيل عملية تحقيق أهدافهم. ولمعرفة المزيد عن هذا الموضوع تحدثنا مع الدكتور عبد الغني أميني الرئيس التنفيذي لمركز رواد تنمية الطاقة ونحن نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تأسس هذا المركز منذ حوالي ٣ سنوات على شكل مشروع وتجمع عفوي للأشخاص، بالاعتماد على القوى العاملة في صناعات النفط والغاز والبتروكيماويات، بهدف استقطاب وتوظيف القوى المحلية القادرة، وحتى الآن كان ناجحاً في تحديد هؤلاء الأشخاص وتعريفهم. يضم مركز رواد تنمية الطاقة حالياً ٥٠٠ عضو نشط ويحاول أخذ نظرة أطول وأوسع على المستوى المحلي والإقليمي في مجال أنشطته وتوسيع إطار برامج تنمية الطاقة، وكذراع قوي لهذا النشاط، فإنه يلعب دوره

مركز رواد تطوير الطاقة هو مركز جديد يحاول التعريف بصناعات النفط والغاز والبتروكيماويات وتحديد الأهداف والخطط المرجوة لها. في اجتماع عقد قبل أسابيع قليلة، أنشأ هذا المركز بطاقة هوية شاملة لقوى النخبة في مجال البتروكيماويات على شكل كتيب وبرنامج يتم تحميله على الموقع ليكون متاحاً للنفط والغاز والبتروكيماويات. الشركات والصناعات. على سبيل المثال، قام مركز رواد تطوير الطاقة بتجميع قائمة من ٦٠٠ شخص قادر حتى تتمكن الشركات من الاستفادة من إمكاناتهم. بالطبع، يجب ألا يتم تقديم نخبة من الأشخاص إلى المديرين بطريقة تجعل المدير يتخيل أنه تم فرض أمر عليه.

لسوء الحظ، تتمثل إحدى هذه العقبات في استيعاب نسبة عالية من السكان غير الأصليين في صناعات النفط والغاز والبتروكيماويات. على سبيل المثال، يتكون أكثر من ٩٩٪ من مديري صناعة الطاقة في محافظة بوشهر من غير المواطنين وحتى يتم توفير نسبة كبيرة من عمال الخدمة من مدن أخرى.

في رأيي، يجب أن نتغلب على القيود وننظر إلى القضايا من منظور أوسع، وبالتالي، فإن مركز رواد تطوير الطاقة ينوي أيضاً التفاعل مع الشركات الأخرى بدلاً من مواجهتها والانضمام إلى نفسه. أمل بجهود الأصدقاء والمجموعة تحقيق نجاح كبير في هذا الاتجاه. ■

انتشار المواد الخام منخفضة الجودة في صناعة الأثاث



صناعة الأثاث من الصناعات التي لها تاريخ طويل، والتي للأسف في الوضع الحالي تواجه مشاكل مثل ارتفاع أسعار المواد الخام ونقص حاد في السيولة من أجل تغطية تكاليف الإنتاج. من أجل مزيد من التحقيق في هذه القضية، ذهبنا إلى علي صدرالله، الرئيس التنفيذي

لشركة مبل تاج وتحدثنا معه، ونحن نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. بدأ نشاط هذه الشركة في عام ٢٠٠١ بإنتاج أرائك مريحة. في ذلك الوقت، تم بيع كل أريكة بسعر ٥٥ ألف تومان وكان معدل المبيعات مرتفعاً جداً، لذلك مع مرور الوقت استمر هذا النشاط واتباع مثال الدول المنتجة للأرائك وزيادة خبرة ومهارة وخبرة تاج. تعمل هذه الشركة حالياً على تحسين مستوى جودة منتجاتها وتحديثها لكسب رضا العملاء واهتمامهم.

تقوم شركة مبل تاج حالياً بتصدير منتجاتها إلى دول أخرى من خلال بعض التجار، بينما تحرص دول أخرى على شراء هذه المنتجات. لكن هناك العديد من المشاكل في هذا المجال. إذا كانت أرباح العملات الأجنبية من هذه الصناعة يمكن أن تحل محل النفط.

لسوء الحظ، نشهد كل عام انخفاضاً في إنتاج هذا المنتج بسبب انخفاض القوة الشرائية للأفراد. حتى المنتجون يوفرون السيولة التي يحتاجون إليها عن طريق شراء الديون من البنوك، ولهذا السبب بسبب نقص السيولة وزيادة الأسعار، لا تتوفر لمنتجات الأرائك الظروف المناسبة لإنتاج منتجات جديدة وهم يبيعون نفس المنتجات القديمة بشكل أساسي. موديلات للسوق بنفس السعر وبجودة منخفضة. بمعنى آخر، للحد من مشاكلهم، تضطر شركات تصنيع الأرائك إلى توفير مواد خام منخفضة الجودة ومن الدرجة الثالثة. حتى بالنسبة لوجود هذه الشركات في المعارض الدولية، هناك الكثير من التحدي.

كما بذلت شركة مبل تاج الكثير من الجهود لمواصلة أنشطتها الإنتاجية في الفترة الأخيرة، وفي الماضي، لإكمال عملية جودة هذا المنتج، قامت بشراء ومهذجة النماذج الصينية، على الرغم من أنه يجب معرفة الجودة من النماذج الصينية أقل بكثير من الموديلات الإيرانية. على سبيل المثال، أثناء فحص العينات الصينية، اتضح أن وصلات النسيج الداخلي للأثاث المنتج في هذا البلد، على عكس إيران، مصنوعة من الإبر، بينما في العينات الإيرانية، يتم استخدام لفائف خشبية ومواد أقوى.

ستواصل شركتنا أنشطتها بتصميم جاد وفي ظروف صعبة. ■

مدير المتاجر شركة رويال هوم الصناعية

إن ركود البيع والشراء واضح في سوق الأثاث



نظراً لأن الأثاث ليس من بين السلع الأساسية للناس، فإن حجم الطلب عليه يتناقص في الظروف الاقتصادية السيئة. أدت هذه المشكلة إلى قيام شركات تصنيع الأثاث بتزويد الناس بأدوات تحفيزية لشراء الأثاث على أقساط أو من خلال دفع مبلغ مقطوع. في هذا الصدد، أجرينا محادثة مع المهندس سيد مهدي حسيني، مدير المتاجر شركة رويال هوم الصناعية، نحن نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تعتبر قضية الجودة من أهم العوامل في تمييز هذه الشركة عن غيرها من شركات توريد الأثاث، فقد التزمت بها حتى في ظل الظروف التضخمية الحالية، وعلى عكس ٩٠٪ من شركات تصنيع الأرائك، فقد استخدمت مواد خام عالية الجودة ولديها لا تقل من قدرتها الإنتاجية. وتجدر الإشارة إلى أن معظم المنتجات التي تنتجها شركة رويال هوم الصناعية تباع في السوق المحلية، ومع ذلك، فإن العراق هو أيضاً أحد العملاء الآخرين لهذه الشركة. في هذا الصدد، نخطط للتصدير إلى دول الخليج الفارسي مثل الإمارات العربية المتحدة وسلطنة عمان وقطر.

على الرغم من المشاكل القائمة، إلا أن هناك العديد من العقبات التي تحول دون تحقيق هذه الأهداف. نجحت شركة رويال هوم الصناعية في تحقيق الأهداف المحددة حتى الآن واتخذت تدابير فعالة في قطاعات البنية التحتية وإنشاء الفروع.

تمتلك هذه الشركة حوالي ٢٥ ممثلاً في جميع أنحاء البلاد، يتواجدون في الغالب في مراكز المحافظات، ومع ذلك، تحاول شركة رويال هوم الصناعية تطوير فروعها ووحداتها من أجل تقديم خدمات أكثر شمولاً للعملاء في مجال الأريكة الإنتاج، على الرغم من أنه يجب أن يكون معروفاً، فالظروف الاقتصادية تمنع ذلك بشكل طوعي.

في وقت تفشي هذا المرض، واجه اقتصاد بلدنا العديد من الصعود والهبوط، لكن صناعة الأثاث لم تتأثر به، بحيث يمكن للعملاء القدوم للشراء في تاريخ معين حتى بعد الإغلاق الواسع، ولكن هذا العام الأوضاع الاقتصادية أكثر بكثير من العام الماضي وحتى أثناء تفشي فيروس كورونا، فقد كانت فعالة في تفاقم الحالة السيئة لصناعة الأثاث.

يتكون ٩٪ من اقتصاد بلدنا من صناعة الأثاث، وبناءً على ذلك، فإن الطاقة التصديرية لهذه الصناعة عالية للغاية، وفي غضون ذلك، تعترم شركة رويال هوم الصناعية استخدام التقنيات الحديثة والتواصل المناسب مع الأقسام العلمية، من أجل الإنتاج. الأرائك الذكية وتجهيز إنتاج الأرائك.

يجب على الحكومة إعادة النظر في سياساتها الاقتصادية من أجل خلق وضع أفضل لصناعة الأثاث والصناعات المماثلة في المستقبل. ■

لا توجد بنية تحتية كافية لزيادة الإنتاج



على الرغم من أن صناعة الملابس تحتاج إلى استيراد بعض المواد الخام للإنتاج، فقد حقق المصنعون المحليون العديد من الإنجازات في توطين هذه الصناعة واكتفائها الذاتي، كما ساعدتهم حظر الواردات في ظروف الحظر. للتعرف أكثر، أجرينا محادثة مع صلاح شرافيت، الرئيس التنفيذي لشركة شرافيت، نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

حالياً، يوجد ٥٠ منتج في محفظة منتجات شرافيت، ويتم إضافة موديلات جديدة كل أسبوع، بحيث لا يوجد منافسين في السوق لبعضها، مثل رفع الضلع، ورفع الجلد، وعدد من أنواع الملابس والخاصة الأقمشة. بمعنى آخر، تحاول هذه الشركة إرضاء العملاء بطريقة خاصة من خلال الالتزام بالمعايير والتصاميم المحددة وكذلك فهم الأذواق والمتطلبات.

لحسن الحظ، نجحت هذه الشركة في تحقيق ١٠٠٪ من أهدافها المرجوة مع تحقيق إنجازات مهمة وهي معروفة الآن لمعظم العملاء، بحيث تعرف معظم المدن في إيران ملابس هذه العلامة التجارية. وتجدر الإشارة إلى أن معظم المواد الخام لهذه المنتجات محلية وبعضها مستورد من الخارج، إلا أن هذه الشركة تستعين أيضاً بالأفكار والتصاميم الأجنبية لزيادة مستوى جودة منتجاتها. من الخطط الجادة لشركة شرافيت زيادة كمية الإنتاج لتغطية حجم طلب السوق. كما تعتزم هذه الشركة توفير الملابس المتخصصة للسوق من خلال زيادة عدد الفروع وكمية المنتجات وتنويعها لتلبية احتياجات الاتحادات المختلفة للملابس الرياضية. لسوء الحظ، وبسبب عدم وجود بنية تحتية كافية للإنتاج، لم تستجب شركة شرافيت لمطالب العملاء والمؤسسات كما ينبغي، لذلك إذا كانت هذه الشركة تغطي السوق المحلي، فإنها ستذهب للتصدير بعد ذلك. ومع ذلك، نحاول دخول قطاع التصدير بعد استكمال أنشطتنا.

ومن هذه الإنجازات نجاح شركة شرافيت في الترويج للعلامة التجارية. تستخدم هذه الشركة مواد خام عالية الجودة في إنتاج منتجاتها، وستساعد هذه المشكلة في الترويج لعلامتها التجارية بشكل أكبر. لسوء الحظ، فإن الظروف الحالية تغلق أيدي وأقدام المستثمرين، بينما إذا منحت البنوك تسهيلات بأسعار فائدة منخفضة ودفعت بشكل جيد حقوق المنتجين والوحدات الاقتصادية، فسيتم توفير الأرضية للاستثمار. ■

تم طرحه من قبل الرئيس التنفيذي لشركة ارجنگ التجارية

دخول أسواق العالم بمنتجات الديكور الإيرانية

وضعت العقوبات الاقتصادية في السنوات الأخيرة العديد من العقبات الكبيرة والصغيرة أمام المنتجين، لكن استبعاد الدول الأجنبية من الأسواق الإيرانية خلق فرصة للمنتجين لزيادة قاعدة عملائهم مع تطوير البنية التحتية والقدرة الإنتاجية. في محادثة مع حميد صميمي، الرئيس التنفيذي لشركة ارجنگ التجارية، ناقشنا هذه المسألة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

مجال عمل هذه العلامة التجارية هو الديكور الداخلي وتصميم الإكسسوارات. أنا مع أختي أمتلك ماركة ارجنگ ولديها ١٨ عاماً من الخبرة في مجال الديكور. تمت الموافقة على جميع المنتجات بشكل مباشر من خلال رأينا ونعتقد أن مصمم الديكور الحقيقي هو شخص يمكنه تحليل أي منتج، وإذا لزم الأمر، يدخل في عملية التصنيع بنفسه. نحن من بين عدد قليل من مصممي الديكور في البلاد الذين لديهم القدرة على تصميم وإنتاج أي منتج ديكور. ليس فقط في إيران، ولكن أيضاً في الشرق الأوسط، لا توجد علامة تجارية لمجموعة المنتجات عالية الجودة. عملنا في المنطقة ليس له مثيل، وحتى من حيث الجودة والأناقة والدقة، لدينا القدرة على المنافسة في الدول الأوروبية. كما نمتلك القدرة على التصميم والتنفيذ على الحائط والثريا وهو ما يتم بالتنسيق مع المفروشات والستائر.

بدأ نشاطنا بالطلبات المحلية، وكان العديد من الأشخاص والمراكز في طهران ومشهد وشيراز وكيش وتبريز وما إلى ذلك عملاء لخدماتنا ومنتجاتنا الفاخرة. في مجال التصدير، لدينا تاريخ في إرسال المنتجات إلى أربيل والعراق ودول الخليج العربي والترويج وألمانيا، إلخ. لحسن الحظ، على الرغم من عدم وجود إعلانات خاصة، فقد وجدنا عملاءنا داخل وخارج الدولة.

نختار دائماً أصعب المهام؛ أشياء لا يستطيع الجميع فعلها. هذا الموضوع يؤدي إلى تعقيدات وتحديات أهمها توفير أجهزة وخامات ذات جودة عالمية. بالطبع كان هذا التحدي أكبر في السنوات السابقة، لأنه كان علينا قضاء المزيد من الوقت في التواصل مع شركات التصنيع واستلام المواد الخام، ولكن لحسن الحظ في قطاع التصدير، نظراً للاختلاف في قيمة العملة، هناك إمكانات جيدة تسمح لنا بالمشاركة في الأسواق الخارجية أيضاً.

للأسف كثير من الناس يفكرون في نسخ أفكار الآخرين بأقل تكلفة دون جهد وجهد، وهناك تحديات في هذا المجال. بالطبع، لا نعلن عن منتجاتنا، لأن معظم عملائنا لا يريدون عرض تصاميم منتجاتهم في مكان آخر. إذا كانت هناك بنية تحتية لحقوق الطبع والنشر، فسنقدم بالتأكيد تصميماتنا بمزيد من راحة البال. ■



لقد حققنا توطین ناجح لمنتجات إعادة التأهيل



يتمتع خريجو الجامعات في بلدنا بقدرة كبيرة على إنتاج معدات عالية التقنية ومتطورة، والتي لحسن الحظ تم إثباتها في قطاع الصناعة الطبية في السنوات الأخيرة، للتحقيق في هذه المشكلة، ذهبت للمهندس بوريا ميرعشقي، رئيس مجلس الإدارة لمديري شركة تيوان

للتطوير التكنولوجي، وتحدثنا معه، وقد قرأنا أجزاء من هذه المقابلة. تم إطلاق هذه الشركة القائمة على المعرفة بهدف إنتاج معدات إعادة تأهيل حديثة لمساعدة مرضى السكتة الدماغية والشلل الدماغي وما إلى ذلك على المشي، وهي حاليًا تحل جزءًا كبيرًا من مشاكل هؤلاء المرضى. بعبارة أخرى، شركة تيوان للتطوير التكنولوجي هي ثالث أكبر شركة مصنعة لأجهزة تصحيح نمط المشي في العالم وقد حلت العديد من مشاكل المرضى حتى الآن. أنتجت هذه الشركة أيضًا سلسلة من المنتجات الرياضية الخاصة بالساونات الباردة، والتي تُستخدم لاستعادة الرياضيين المحترفين، ومن الآن فصاعدًا، تقوم بإكمال مجموعة منتجاتها وتحديثها.

لحسن الحظ، فإن عدة آلاف من الأشخاص في بلدنا هم عملاء جادون لهذا المنتج ويستخدمونه. من ناحية أخرى، تخطط شركة تيوان للتطوير التكنولوجي للتصدير إلى الدول الأوروبية أيضًا. في الوقت الحالي، قامت هذه الشركة بالتصدير إلى العراق وتركيا ودول الشرق الأوسط وتحاول تطويرها، ولهذا الغرض تم إعداد خطة تطوير مدتها خمس سنوات وستضيف منتجات جديدة إلى مجموعة منتجاتها.

لحسن الحظ، من خلال توطین هذه المنتجات، وفرت شركة تيوان للتطوير التكنولوجي جزءًا كبيرًا من احتياجات السوق المحلية، كما أصدرت، إلى جانبها، منتجات رياضية عالية التقنية إلى السوق. بالنظر إلى ذلك، يمكن القول أن معظم أهداف هذه الشركة قد تم تحقيقها. يعتقد البعض أن جودة المعدات الإيرانية متدنية. في حين أن هذا التصور لعملائنا قد تغير مع استخدامهم ورضاهم عن منتجاتنا. من ناحية أخرى، فإن الجودة العالية لمعدات إعادة التأهيل الخاصة بهذه الشركة والامتثال لجميع المعايير الأجنبية جعلت المستهلكين يوصون بها لمقدمي الطلبات الآخرين. بالإضافة إلى ذلك، فإن معدات إعادة التأهيل الخاصة بشركة تيوان للتطوير التكنولوجي تتمتع بسلامة عالية وقدرة على التصدير.

حصلت منتجات هذه الشركة على موافقة وترخيص كافيين من منظمات المعايير الدولية، ومن خلال إضافة مرافق جديدة بناءً على دراسات العالم، فقد خلقت مزايًا تنافسية كاملة عليها. حاليًا، تحاول شركة تيوان للتطوير التكنولوجي زيادة هذه الفوائد عن طريق زيادة معايير الجودة وتوفير المزيد لتلبية طلب العميل. ■

أمين عام لدار الاقتصاد الإيراني

يجب أن تكون المصالح الاقتصادية هي الأولوية في اتفاقيات الاتفاقات النووية



على الرغم من أن مفاوضات الاتفاق النووي لم تصل إلى النتيجة النهائية بعد، إلا أن العديد من المحللين الاقتصاديين يقترحون للحكومة أن أي اتفاق جديد يجب أن يضمن المصالح الاقتصادية للشعب وأن يتعامل مع قضايا مثل تحديد دور العملات المجعدة، وإنشاء سويقت ورفع نظام سويقت. حظر تصدير النفط. بالإضافة إلى ذلك، يؤكدون أن الموافقة على الاتفاقية النووية، على الرغم من الثغرات في عملية صنع القرار وصنع السياسات، لا تضمن حل جميع المشاكل الاقتصادية، وإذا نظرنا إلى هذه القضية بشكل منطقي، فإنها ستقلل فقط ضغط التضخم.

أكد مسعود دانشمند، الأمين العام لدار الاقتصاد الإيراني، أنه حتى يتم نشر التفاصيل الكاملة للاتفاق النووي، لا يمكن إبداء رأي محدد حوله، وقال: «على الحكومة أن تهتم بالمصالح الاقتصادية للدولة». البلد وقبول الشروط عند التوقيع على هذه الاتفاقية. «التي يتم فيها رفع العقوبات بشكل كامل عن جميع القطاعات. على سبيل المثال، خلال هذه الاتفاقيات، يجب بيع الأموال المحجوبة والمجانبة والموارد النفطية للبلد بحرية وفقًا للإجراء السابق، ويجب توفير منصة كافية لدخول المستثمرين الأجانب وأنشطتهم في البلاد.

وشدد الأمين العام لدار الاقتصاد الإيراني على وجوب دفع الدعم من أجل زيادة القوة الشرائية للمواطنين وجعل المواد الخام أرخص، وقال: الاقتصاد متصل كسلسلة. عندما تنخفض القوة الشرائية للأفراد، ستتنخفض أيضًا مبيعات شركات التصنيع والخدمات. من ناحية أخرى، فإن هذه القضية تؤدي إلى تفاقم ظروف الركود التي يمر بها اقتصاد البلاد. لذلك قبل أن ننتظر نتائج الاتفاق النووي، يجب أن نفكر في حل للتحديات القائمة المتأصلة في العوامل الداخلية.

واعتبر شرط التأثير الإيجابي للاتفاقيات لتسهيل التواصل مع الدول الأخرى، وقال: بالنظر إلى تأثير العلاقات السياسية على القطاع الاقتصادي واعتماد الدبلوماسية الاقتصادية على الدبلوماسية السياسية، من المتوقع أن تولي الحكومة اهتمامًا لهذه المسألة. في المعاهدات الجديدة. من ناحية أخرى، يجب أن تكون التزامات الاتفاقية النووية طويلة الأمد وأن يكون لها ضمان تنفيذي كافٍ حتى لا نشهد صدمة اقتصادية لبلدنا كما حدث في الماضي عندما خرقت أطراف خارجية الاتفاقية.

وأشار دانشمند إلى أن جزءًا كبيرًا من مشاكل بلادنا متجذر في التخطيط الاقتصادي الخاطئ للحكومة ولا علاقة له بالاتفاق النووي والاتفاقيات السياسية: على سبيل المثال، البيئة الاقتصادية غير تنافسية وغير شفافة، وهذا سيضعف التحدي من وجود طالبي الرجع، وعليه ينبغي القول، حتى في حالة الانفتاح السياسي، لتحقيق النمو الاقتصادي الحقيقي والتنمية، يجب علينا تعديل الهياكل القائمة. ■

دنیای
رستمنه کدوری

منتخب صاحبان سرمایہ و تجارت

C

تلفن تماس: .

تلفن همراه: ..

نشانه یست الکترونیک (ایمیل): ..

○ خیر

○ 2

واحد اشتراک: ۵۳۵۴۸۸۸-۰۲۱

و یا شماره شبدا ۰۴-۰۲۹۰-۱۹۶۵-۰۰۱۰-۰۰۰۰-۰۱۷۰-۰۴۹ IR بانک ملی ایران به نام آقای مرتضی فغانی.

۳- هزینه ارسال محلات یا بست عادی به عهده ماهنامه و هزینه بست سفارش به عهده متقاضی است.

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



Secretary General of Iran Economy House

Economic interests should be the priority in nuclear deal agreements



Although the nuclear agreement negotiations have not yet reached the final result, many economic analysts suggest to the government that any new agreement should guarantee the economic interests of the people and deal with issues such as determining the role of blocked currencies, establishing SWIFT and lifting the ban on oil exports. In addition, they emphasize that the approval of the nuclear agreement, despite the gaps in the decision-making and policy-making process, does not guarantee the solution of all economic problems, and if we look at this issue logically, it will only reduce the inflation pressure.

Masood Daneshmand, the Secretary General of Iran's Economic House, emphasized that until the full details of the nuclear agreement are published, it is not possible to make a definite opinion about it, and said: "The government should pay attention to the economic interests of the country and accept the conditions when signing this agreement." in which sanctions are completely removed from all sectors. For example, during these agreements, the blocked and free money and the oil resources of the country should be sold freely according to the previous procedure, and a sufficient platform should be provided for the entry of foreign investors and their activities in the country.

The Secretary General of the Iranian Economy House emphasized that the subsidy should be paid in order to increase the purchasing power of the people and make raw materials cheaper, and stated: The economy is connected like a chain.

He considered the condition of the positive impact of the agreements to facilitate communication with other countries and said: Considering the impact of political relations on the economic sector and the dependence of economic diplomacy on political diplomacy, the government is expected to pay attention to this issue in the new treaties. On the other hand, the obligations of the nuclear agreement should be long-term and have sufficient executive guarantee so that we do not witness an economic shock to our country as in the past when foreign parties break the agreement.

Stating that a large part of our country's problems are rooted in the government's economic misplanning and are not related to the nuclear agreement and political agreements, Daneshmand said: For example, the economic environment is not competitive and transparent, and this will double the challenge of the existence of rent-seekers. Accordingly, it should be said, even in the case of political openings, to achieve real economic growth and development, we must modify the existing structures. ■

Inflation and business owners



Dr. Farrokh Golbaz
Organizational behavior
management specialist

Inflation is known as one of the most fundamental problems during the economic life of any country, and it imposes serious costs on the society with a continuous increase in the general level of prices or a continuous decrease in the purchasing power of a country's money. Mild and not too high inflation is a natural phenomenon and it seems that it does not cause a disturbance

in private investment decisions. Inflation provides favorable conditions for investment in terms of changing the distribution of income in favor of profit owners and through the channel of creating savings. This phenomenon at high levels, in addition to disrupting the price system, causes the reduction of savings, the loss of investment incentives, and the flight of capital from the public sector to speculative and brokered activities, and increases the risk of economic activities, but for commercial activities. And quick return services along with increased risk greatly increase the rate of return.

We know of few manufacturing companies that have gone bankrupt over the years, not because these companies were under good management and with few defects (which most of them were not), but because the businesses were destroyed by inflation and, of course, the increasing demand for most of these defects. Mismanagement, wrong decisions and non-systemic functions have passed.

The demand will not increase again for at least a few years so that this growth will help the imbalanced inflation. Part of this decrease in demand is due to the change in demographic composition and part is the result of continuous inflation, which unfortunately has affected the purchasing power. The effect that most manufacturers have felt well in the last two years, and this means that the business environment has become more complex, and naturally, the winners of the more complex environment are companies equipped with more advanced tools. Tools such as scientific and systematic management, business intelligence, new methods of human resource management and stakeholder management in general, up-to-date quality systems, applied financial management, efficient performance evaluation, market research, brand, etc.

To survive in a weak economy, one must take the initiative and analyze and act on different aspects of the business. Let's be optimistic about the future, because economic recession and prosperity cycles are among the realities of life and as the famous saying goes; Everything that goes down will gradually rise. ■

CEO of Sharafit Company

There is not enough infrastructure to increase production



Even though the garment industry needs to import some raw materials for production, domestic manufacturers have made many achievements in localizing this industry and its self-sufficiency, and the ban on imports in embargo conditions has also helped them. To get to know more, we had a conversation with Salah Sharaft, CEO of Sharafit Company. We read parts of this interview.

Currently, there are 50 products in Sharafit's product portfolio, and new models are added every week, so that there are no competitors in the market for some of them, such as rib lift, leather lift, and a number of types of clothing and special fabrics. . In other words, this company is trying to satisfy the customers in a special way by complying with the standards, specific designs, as well as understanding the tastes and demands.

Fortunately, this company has been successful in achieving 100% of its desired goals while achieving important achievements and is now known to most customers, so that most cities in Iran know the clothes of this brand. It is worth noting that most of the raw materials of these products are domestic and some are imported from abroad, however, this company also takes help from foreign ideas and designs to increase the quality level of its products.

One of the serious plans of Sharafit Company is to increase the amount of production to cover the volume of market demand. Also, this company intends to supply specialized clothing to the market by increasing the number of branches, product quantity and diversification to meet the needs of different federations for sportswear.

Unfortunately, due to the lack of sufficient infrastructure for production, Sharafit Company has not responded to the demands of customers and organizations as it should, so if this company covers the domestic market, it will go to export after that. However, we are trying to enter the export sector after completing our activities.

One of these achievements is the success of Sharafit Company in branding. This company uses high-quality raw materials in the production of its products, and this issue will help to promote its brand more.

Unfortunately, the current conditions close the hands and feet of investors, while if banks grant facilities with low interest rates and pay well the rights of producers and economic units, the ground for investment will be provided. ■

World of
INVESTMENT

Chairman of the Board of Directors
of Tivan Technology Development
Company

We have achieved successful localization of rehabilitation products

The university graduates of our country have a great ability to produce high-tech and advanced equipment, which fortunately has been proven in the medical industry sector in recent years. To investigate this issue, I went to engineer Pouria Miresghhi, the head of the board of directors of Tivan Technology Development Company, and had a conversation with him. We read parts of this interview.

This knowledge-based company was launched with the aim of producing modern rehabilitation equipment to help stroke, cerebral palsy, etc. patients walk, and it currently solves a large part of these patients' problems. In other words, Tivan Technology Development Company is the third largest manufacturer of walking pattern correction devices in the world and has solved many patients' problems so far. Also, this company has produced a series of sports products for cold saunas, which are used for the recovery of professional athletes, and from now on, it is completing its product portfolio and updating them.

Fortunately, several thousand people in our country are serious customers of this product and use it. On the other hand, Tivan Technology Development Company plans to export to European countries as well. Currently, this company has exported to Iraq, Turkey and Middle Eastern countries and is trying to develop it, for this purpose a five-year development plan has been prepared and it is going to add new products to its product portfolio.

Fortunately, by localizing these products, the Tivan Technology Development Company has provided a large part of the needs of the domestic market and, along with it, has also released high-tech sports products to the market. Considering this, it can be said that most of the goals of this company have been achieved. Some think that the quality of Iranian equipment is low. While this perception of our customers has changed with their use and satisfaction with our products. On the other hand, the high quality of this company's rehabilitation equipment and compliance with all foreign standards have made consumers recommend it to other applicants. In addition, the rehabilitation equipment of Tivan Technology Development Company has high safety and export capability.

The products of this company have received sufficient approval and license from the international standard organizations and by adding new facilities based on the studies of the world, it has created complete competitive advantages over them. Currently, Tivan Technology Development Company is trying to increase these benefits by increasing the quality parameters and providing more to the customer's demand. ■



11

World of Investment
No 68 • August 2022

**Manager of Royal Home Industrial
Company stores**

The stagnation of buying and selling is visible in the furniture market



Since furniture is not among the basic goods of people, the amount of demand for it decreases in bad economic conditions. This issue has caused the furniture manufacturing companies to provide people with incentive tools to buy furniture in installments or through a lump sum payment. In this regard, we had a conversation with Engineer Seyed Mehdi Hosseini, the store manager of Royal Home Industrial Company. We are reading parts of this interview.

The issue of quality is one of the main parameters in distinguishing this company from other furniture supply companies, it has adhered to it even in the current inflationary conditions and, unlike 90% of sofa manufacturing companies, and it has used high quality raw materials and has not reduced its production capacity. It should be noted that most of the products produced by Royal Home Industrial Company are sold in the domestic market, however, Iraq is also one of the other customers of this company. In this regard, we are planning to export to the countries of the Persian Gulf such as the UAE, Oman and Qatar.

Despite the existing problems, there are many obstacles to realizing these goals. Royal Home Industrial Company has been successful in achieving the set goals so far and has taken effective measures in the infrastructure sectors and setting up branches.

This company has about 25 representatives all over the country, which are mostly located in the centers of the provinces, however, Royal Home Industrial Company is trying to develop its branches and units in order to provide more extensive services to customers in the field of sofa production, although it should be known. Economic conditions willy-nilly prevent this.

At the time of the outbreak of this disease, the economy of our country faced many ups and downs, but the furniture industry was not affected by it, so that customers could come to buy on a certain date even after widespread closures, but this year's economic conditions are far more than last year and even during the outbreak of Corona virus, it has been effective in aggravating the poor condition of the furniture industry. 9% of our country's economy is made up of furniture industry, according to this, the export capacity of this industry is extremely high, and in the meantime, Royal Home Industrial Company intends to use modern technologies and proper communication with scientific departments, towards production. Smart sofas and sofa production processing.

The government should reconsider its economic policies in order to create a better situation for the furniture industry and similar industries in the future. ■

**It was brought up by the CEO of
Arjang brand**

Entering world markets with Iranian decorative products



Economic sanctions in recent years have placed many big and small obstacles in front of producers, but the exclusion of foreign countries from Iranian markets has created an opportunity for producers to increase their customer base while upgrading infrastructure and production capacity. In a conversation with Hamid Samimi, CEO of Arjang brand, we discussed this issue. We read parts of this interview.

The field of work of this brand is interior decoration and accessory design. Together with my sister, I own the Arjang brand and have 18 years of experience in the field of decoration. All products are directly approved by our opinion and we believe that a real decorator is someone who can analyze any product and, if necessary, enter the manufacturing process himself. We are among the few decorators in the country who have the ability to design and produce any decor product.

Not only in Iran, but also in the Middle East, there is no high-quality set product brand. Our work in the region has no equivalent and even in terms of quality, elegance and precision, we have the ability to compete in European countries. We also have the ability to design and implement on the wall and chandelier, which is done in coordination with the furniture and curtains.

Our activity started with domestic orders, and various people and centers in Tehran, Mashhad, Shiraz, Kish, Tabriz, etc. are customers of our services and luxury products. In the field of export, we have had a history of sending products to Erbil, Iraq, Persian Gulf countries, Norway, Germany, etc. Fortunately, even though we don't have special advertisements, we have found our own customers inside and outside the country.

We always choose the most difficult tasks; Things that not everyone can do. This issue leads to complications and challenges, the most important of which is the provision of devices and raw materials of international quality. Of course, this challenge was greater in previous years, because we had to spend more time communicating with manufacturing companies and receiving raw materials, but fortunately in the export sector, due to the difference in the value of the currency, there are good capacities that allow us to participate in foreign markets as well.

Unfortunately, many people consider to copy the ideas of others with the lowest cost without effort and effort, and there are challenges in this field. Of course, we do not advertise our products, because most of our customers do not want their product designs to be displayed elsewhere. If there was a copyright infrastructure, we would certainly present our designs with more peace of mind. ■

Increasing Iran's global share of gas trade using energy diplomacy

Iran's gas reserves and related industries form a large part of the country's economy and planning horizon. According to the published official statistics, with about 33.2 trillion cubic meters of proven gas reserves in the world and a share equal to 17.2%, Iran occupies the second place among the holders of major gas reserves in the world, and now after the United States and Russia has the third rank in gas production and produces 6% of the world's gas. In this regard, the Ministry of Oil has taken extensive activities and great steps in the field of foreign investment and energy trade with the priority of neighbors. In the scope of economic relations at the international level and in the field of gas industry, the connection between the gas industry of Iran and Russia is very important because the first and second largest gas reserves in the world are in the hands of these two countries.

Iran now has less than 2%, Russia about 25% and Qatar almost 10% of the global gas trade share. Iran National Gas Company has the experience of gas trade with Turkmenistan, Turkey and the program of gas transfer to Iraq, Oman, India and Pakistan in its export portfolio, and in order to achieve a favorable share of world trade, it is faced with several strategies in the international arena. However, considering the realities of the energy market, the capacities and capabilities of the energy supply actors will also help to make the right decision in this field.

Russia is the main player in gas trading and pricing in regional and world markets. Since energy diplomacy has now become one of the methods and tools for ensuring national security, Iran should also use this important tool to demonstrate its capabilities in this power game.

Considering that gas consumers are also looking for market diversification to avoid the monopoly power of producers in pricing and to prevent gas cuts for technical, economic and political reasons, now is the time for Iran to use this situation to its advantage. and increase its share of this world trade.

Considering Iran's geopolitical conditions regarding gas reserves and the production and consumption market, and especially the presence of competitors who have different political conditions, and at the same time, consumers who are looking for diversity in their gas import market, they should know the behavior of countries and diplomacy. The energy ruling the region will change its regional arrangement in such a way as to obtain the best response from the strategies in front of it. ■



The CEO of Touch Furniture Company
proposed

The prevalence of low-quality raw materials in the furniture industry

The furniture industry is one of the industries with a long history, which unfortunately, in the current situation, is facing problems such as the increase in the price of raw materials and a severe lack of liquidity in order to cover production costs. In order to further investigate this issue, we went to Ali Sadrolahi, the CEO of Touch Furniture Company and talked with him. We are reading parts of this interview.

The activity of this company started in 2001 with the production of comfortable sofas. At that time, each sofa was sold at the price of 55 thousand Tomans and the sales rate was very high, therefore, over time, this activity continued and by following the example of sofa producing countries and increasing the experience, skill and expertise of Touch Furniture Company also increased. Currently, this company is working to improve the quality level of its products and update it in order to gain the satisfaction and attention of customers.

Currently, Touch Furniture Company exports its products to other countries through some merchants, while other countries are eager to buy these products. But there are many problems in this field. If the foreign exchange earnings from this industry can even replace oil. Unfortunately, every year we see a decrease in the production of this product due to the decrease in people's purchasing power. Even the producers provide the liquidity they need by buying debt from the banks, for this reason due to the lack of liquidity and the increase in prices, the sofa producers do not have the right conditions to produce new products and they mainly sell the same old models to the market that are the same price. And it is of low quality. In other words, to curb their problems, sofa manufacturing companies are forced to supply low-quality and third-rate raw materials. Even for the presence of these companies in international exhibitions, there is a lot of challenge. Touch Furniture Company has also made a lot of efforts to continue its production activities in the recent period, and in the past, to complete the quality process of this product, it has purchased and modeled Chinese models, although it should be known that the quality of Chinese models is much lower than Iranian models. For example, during the examination of Chinese samples, it became clear that the connections of the inner fabric of the furniture produced in this country, unlike in Iran, are made with needles, while in Iranian samples, wood coils and stronger materials are used.

Our company will continue its activities with serious determination and in difficult conditions. ■



CEO of Center for Energy Development Pioneers

99% of energy industry managers of Bushehr are not from this province



One of the important concerns of companies in order to increase the level of efficiency and productivity is the selection and attraction of competent and committed personnel, on this basis, some centers or social institutions have been formed in order to identify these people and they intend to establish appropriate interactions with companies and introducing elite and educated people to facilitate the process of advancing their goals. In order to learn more about this issue, we talked to Dr. Abdul Ghani Amini, the CEO of the Center for Energy Development Pioneers. We are reading parts of this interview.

This center was established about 3 years ago in the form of a project and a spontaneous association of people, relying on the forces working in the oil, gas and petrochemical industries, with the aim of attracting and employing capable local forces, and so far it has been successful in identifying and introducing these people. Currently, the Center for Energy Development Pioneers has 500 active members and is trying to take a longer and broader view of the local and regional level in the field of its activities and expanding the framework of energy development programs, and as a powerful arm of this activity, it plays its role. to perform Center for Pioneers of Energy Development is a new center and is trying to introduce itself to the oil, gas and petrochemical industries, and outline the desired goals and plans for them.

In a meeting that was held a few weeks ago, this center created a comprehensive ID card of the elite forces in the petrochemical field in the form of a booklet and a software to be uploaded on the site to be available to oil, gas and petrochemical companies and industries. For example, the Energy Development Pioneers Center has compiled a list of 600 capable people so that companies can take advantage of their potential. Of course, the introduction of elite people to the managers should not be in such a way that the manager imagines that an order issue has been imposed on him.

Unfortunately, one of these obstacles is the absorption of a high percentage of non-native people in the oil, gas and petrochemical industries. For example, more than 99% of energy industry managers in Bushehr province are made up of non-natives and even a large percentage of service workers are provided from other cities.

In my opinion, we should overcome the limitations and look at the issues with a broader view, therefore, the center of pioneers of energy development also intends to interact with other companies instead of confronting them and align with itself. I hope, with the efforts of friends and the group, significant success can be achieved in this direction.■

The CEO of the Asia specialized
mother factories of Insulation
emphasized

Price and quality are
the main components of
customer orientation



The production of various types of sound and thermal insulation in the country has been growing in recent years, and considering that the use of this type of insulation in the country has increased significantly, it seems that more useful and effective steps should be taken to introduce technology to the industries that produce sound and thermal insulation. In a conversation with Mohsen Vaez Tehrani, The CEO of the Asia specialized mother factories of Insulation, we have examined the state of this industry. We read parts of this interview. Asia's insulation factory complex, in the field of producing all kinds of acoustic, thermal, cold insulation and fireproof coatings with an annual capacity of 120 thousand tons in accordance with the latest standards of the world, started its activity in 2001 and was put into operation in December 2003. By focusing on the production of products according to the needs of the day and customers, under the supervision and control of experienced and educated staff, this company will play a small role in advancing the national goals related to the optimization of energy consumption. The products of this collection are all kinds of acoustic, thermal and cold insulation, mastic, spray polyurethane foam, prefabricated polyurethane insulation, ceramic wool, glass wool, fireproof coatings, hydroponics, calcium silicate and insulation accessories, which is one of the primary needs of important industries in the country, including industries oil, gas, refining and petrochemicals, as well as the construction industry (topic 19 of the National Construction Regulations). We present our products based on the ASTM (American Testing and Materials Association) standard, and also by establishing management systems based on global standards, we have been able to obtain certificates such as ISO (9001:2022, 45001:2022, and 14001:2022) that Meanwhile, the speed of action in providing services through high volume of production and precise planning has made the delivery of the goods on time (even in cases earlier than the time).

Reasonable price, high production capacity, trained and expert technical staff, specialized laboratory with valid certificates and standards and the most up-to-date devices in the world, as well as cooperation with the National Standards Organization of Iran under the title of partner laboratory of the organization, adherence to principles and regulations, including the company's working principles It is us and we try to always progress and move forward.■

Optimizing energy consumption in the elevator system



Behnam Safari
Technical director of Asacode
Engineering Group

In this article, the most important and effective ways to save money in the elevator have been discussed. Although it is possible that it is not possible to use all of them in one elevator, therefore, first of all, the benefit of using each one should be checked and then the necessary decisions should be made regarding its implementation or non-implementation.

- Elevator traffic analysis

The number, capacity and speed of elevators in a building depends on the type of use of the building, population and its height. Taking into account high traffic hours, critical times and reducing passenger waiting time, necessary arrangements are made in designing and determining the number of elevators. Considering the mentioned cases, less number of elevators leads to less consumption.

- Choosing the right type of elevator (traction or hydraulic)

The most energy losses occur in hydraulic elevators. Although with the use of the inverter, this consumption is reduced, but only in hydraulic elevators with modern equipment, the energy consumption will be somewhat similar to the traction elevator; Therefore, except for cases where there is no other choice but to choose a hydraulic elevator, such as (lack of necessary installation space, high power, variety of cabins), using a traction elevator will be economical in terms of energy consumption.

- Reduction of rail friction losses

The connection between the elevator cabin and the guide rail is made by a piece called shoe. Using roller shoes instead of sliding shoes reduces friction to a high degree and significantly reduces energy consumption. In this type of roller shoes, a strip of polyurethane reduces the noise of the elevator. This type of shoe also balances the weight of the cabin.

Energy storage from generator mode

The elevator has two modes: engine and generator, and in most elevators, the energy produced in the generator mode is converted into heat in the brake resistor and is wasted. This loss is equivalent to 30 to 40% of the total energy consumed by the elevator. With the help of regenerative system, this energy can be returned to the elevator system.

- Replacing halogen and fluorescent lamps with LED lamps

This replacement leads to a 90% reduction in energy consumption, and in addition, other advantages such as increasing the life of the lamp, not generating heat, requiring less service and maintenance, having a flashing feature, and also not requiring 220 volts. will bring Applying all of the above will reduce energy consumption by 70%. Although it may not be possible to implement all the cases in the buildings, any effort in this regard that is accompanied by a reduction in energy consumption, even if it is small, will bring the progress of the society and improvement in the environment for everyone. ■

Vice President of Iran Elevator and Escalator Industry Syndicate and Related Services

90% reduction in accidents in the elevator industry

The elevator industry is one of the leading industries of the country, where a large part of people are working in it, to learn more about the state of this industry, I went to engineer Iraj Niazi, the vice president of Iran Elevator and Escalator Industries and Related Services Syndicate, and with him to We had a conversation. We read parts of this interview.

Currently, about 1,300 companies are officially active in this industry and 1,800 companies are unofficially active.

Iran Elevator and Escalator Industry Syndicate and Related Services is defined as a national organization and from the beginning it was supposed that the provinces have their own independent syndicate and have a representative in the national syndicates.

Fortunately, part of the goals of this syndicate have been realized in the past. There were about 178 organizations in the Chamber of Commerce, among which Iran's Elevator and Escalator Industry Syndicate and Related Services ranked 105th. In these few years, this syndicate has been among the top three organizations of the Chamber of Commerce and has managed various cultural, education, insurance, control, supervision, dispute resolution, evaluation, etc. departments. This syndicate adheres to the laws of the Ministry of Safety and the National Standard Organization and by referring to the statutes compiled under the supervision of the Chamber of Commerce of Industry, Mining and Trade, and following that, the elevator industry has also used up-to-date technologies in the past years, in the last two decades, The manufacturers were able to reverse engineer it by importing different steering panels, doors and required parts.

The Iran Elevator and Escalator Industries Syndicate and related services reduced it to 3.5% by taking measures such as holding three rounds of different safety seminars, providing sufficient training for installing and using the elevator, and creating a culture to better understand the elevator industry. This means that this syndicate managed to manage 90% of the losses well. There is a lot of capacity for foreign investment in the elevator industry, some manufacturers are also forced to reduce the quality of their products to compete in the market, the elevator industry and the related syndicate have many elites and have developed a lot in terms of theory and academia. For this reason, policies should be formulated and their capacity should be used. ■



CEO of Lian Pishronik Company

The use of fake parts in the elevator industry increases the damage



Quality and compliance with safety principles are considered one of the main parameters for buying and installing elevators, but the arrival of counterfeit goods under the name of reputable brands has caused us to witness accidents and increase the need for repairs in installed elevators. To get to know more about this issue, we went to Mehdi Akbarpour, the CEO of Lian Pishronik Company and had a conversation with him. We read parts of this interview.

This company was established in 2013 with the cooperation of one of the activists in this field in Atlas Tech. The experience and expertise of this person made me increase my level of specialized knowledge in this industry and gradually increase the range of activities of Lian Prosornik company. At that time, marketing was done face-to-face and this company was trying to attract customers with low prices and more services. After that, the issue of quality was placed at the top of the production priorities of this company, and this attracted the trust of employers to the Lian Pishronik. In the construction of its elevator, he paid attention to the area, the type of use of the building and similar issues. In other words, the design of the elevator should be such that the waiting time for the elevator to reach the desired floor is not prolonged.

Among these features is attention to the issue of quality. Today, the level of information and awareness of people has increased greatly, so they usually go for a product that, although it has a high price, has a good quality. Lian Prosornik Company has the ability to compete with the big companies in this field, and while providing after-sales services in a short time, it also has a 24-hour support center.

To enter this industry, first of all, one must gain enough knowledge and experience, because progress cannot be achieved by force. Unfortunately, now the manufacturers import old devices and foreign parts to the country and produce with them, while this only leads to the backwardness of this industry. We should not make this industry not find enough platform to flourish in the shadow of troubles and disagreements.

Today, the macro policies of this field are in the hands of those who are usually among the owners of large companies and rich people. They usually make decisions based on their interests and profits, so if they are not interested, they will definitely formulate more reasonable guidelines for this industry. ■

CEO of Hydropack Elevator Company

Incentive policies increase investment in production



The self-sufficiency of domestic manufacturers in the production of elevators has provided the domestic market's need for this product and has even provided the basis for its export to other neighboring countries, so that these products are even cheaper and of better

quality than European examples. To get to know more, we talked to engineer Mohammad Mehdi Yavari, CEO of Hydropack Elevator Company. We read parts of this interview.

Today, this company, relying on local knowledge, has produced various models of hydraulic elevators that are used in the world.

In addition to the high quality of products, exclusive goods and variety in products, this company offers its products in the form of packages or semi-packages and provides all mechanical products for the implementation of elevators if needed by customers. In addition, the products of Hydropack Elevator Company are offered to the market by providing advice and technical services before, during and after the work is done, and holding continuous training courses to improve the scientific level of the country is one of the services of this company.

The basket of these products includes complete mechanical parts in the semi-pack production sector, and in the production sector of elevators and hoists, which are not produced in the Middle East and with this quality, they are produced only in Italy. Among other unique products, we can mention the company's hydro-tension elevators, which we were able to reduce the power consumption of this model, in addition to reducing the cost of the final product.

This company exports to countries such as Iraq, Afghanistan, Armenia, Oman and Azerbaijan, while it has set a very low price for its products compared to European products. One of the most important programs of Hydropack Elevator Company is to focus on the research and development sector and make it more active, so that the dependence of the elevator industry on the import of parts will be reduced by domestication and self-sufficiency in production. In other words, the important goal of this company is to rely on local knowledge in the production of competitive high-quality parts and increase the production circulation, the country's lack of import and increase the ability to export to neighboring countries, especially the Persian Gulf, which fortunately, great steps have been taken in this.

Fortunately, our country's elevator industry is one of the leaders in the region, but we are still far from the world's industry.

The elevator industry is a fully capitalized industry, which means that it is dynamic and investing in it is a very ideal process. Fortunately, most of the engineered products of this industry can compete with foreign samples. ■

CEO of Karamad Company

The progress of small companies in the elevator industry is slow



Failure to comply with the basic pricing of elevators by the relevant officials has caused many small companies to not be able to cover the current costs of producing this product, while large companies have good conditions for generating income due to the existing facilities and special

policies. To learn more about this issue, we went to Engineer Ali Blooki, the CEO of Karamad Company, and talked to him. We read parts of this interview.

This company was registered in 1993 with the aim of designing and producing elevator control panels. At that time, relays were used in most cases for production, and before that, every company designed and assembled elevators, or installed complete foreign elevators. The complete design of all control panels of this company, from relays to digital and microcontrollers, was 100% done by the efficient company. And in no case have foreign boards been copied, which, of course, plays an effective role in the process of quickly identifying defects and failures.

Zero to one hundred products are the result of this company's design, while most of the similar control panels in the market are either copies of foreign or domestic or imported designs, therefore it is emphasized that the design of the company's products is efficient according to past experiences of quality. It has been necessary, so that the example of its digital control panels has not needed to be repaired after 22 years of continuous work.

The production of control panels is based on the European EN81 standard and the Iranian national standard, and in case of non-compliance with these standards, they will not be approved by the inspectors of the inspection companies.

In my opinion, the conditions are such that some big companies in this field are trying to monopolize it, for this reason, I am not optimistic about the future of small companies in this industry, unless several small companies unite and form a group.

Today, the elevator industry has made great progress in terms of technology and science, but in terms of economic and income generation, it is not comparable to other products and productions that have experienced multiple price increases. Another issue is the entry of many companies and real people in the field of elevator installation, and issues such as selling stamps have created challenges for this industry. Considering all these issues, in my opinion, design and assembly companies and small producers will not grow much in this field. ■

World of
INVESTMENT

CEO of Asacod Group

The government's policy is not to support production

One of the important problems that hinders the real growth of production in the elevator industry is the restriction on the import of production equipment and tools needed by this industry. Considering this issue, many companies have determined to provide the basis for its prosperity by internalizing these parts and localizing technical knowledge, and fortunately, they have been successful in this direction. To get to know more, we went to engineer Hamid Jolovkhani, the CEO of Asa Code Engineering Group, and talked with him. We read parts of this interview.

The activity of this engineering group started in 2013 with the aim of carrying out research and development projects in the elevator industry as well as the production of elevator control panels. The main focus of this engineering group is on R&D related to the elevator industry. This engineering group has produced an imported product and is in the process of fully internalizing it, relying on the world's latest technologies, it may have more options than foreign models.

Service, commitment and honesty, which have been the cornerstones of our company, distinguish Asa Code Engineering Group from other similar companies. The main difference of this group is the definition of research projects. For this reason, they are already familiar with its problems, gaps and gaps and are trying to solve it.

Asa Code Engineering Group considers it its duty to finance the elites of this region who have not migrated to this homeland due to prejudice and belonging and are cooperating. In my opinion, the outlook of this industry can be drawn positively when we don't see a problem called Corona again, because the spread of this disease has caused various orders from European countries to be delayed for several months.

This engineering group is in the category of big companies in terms of name and reputation, and the customers of this group confirm this claim. Asa Code Engineering Group may not be comparable to similar companies in terms of size and strength, but due to its technical and scientific load as well as honesty, it has compensated its distance with them. For example, Asa Code Engineering Group has exported and installed its products in countries such as Afghanistan and Iraq.

It seems that there is a very good prospect ahead of this industry. During the last two years, Asa Code Engineering Group has solved the problems and challenges of this industry with the hard work of friends and colleagues and is trying to draw a better future for this group. ■



Director General of Marketing and Organizational Sales of Mobinnet Communications Company

Providing network services based on the needs of organizations across the country



Technologies and new communication technologies have developed significantly to meet the needs of society in various sectors, and network-based services allow individuals and organizations to manage their business in a wider range. In this context, Mobinnet Communications Company is one of the most well-known companies in providing information and communication technology services. To learn more about the activities of this company, we have conducted an interview with Nasser Moradi, the General Manager of Marketing and Organizational Sales of Mobinnet Communications Company. We read parts of this interview.

Now we can confidently declare that there is no point in the country that we cannot connect with at least one wireless technology. This issue is very important for organizations to be able to benefit from network services in any part of the country and all from one centralized operator. This service is much safer than the internet service in terms of improving communication security and has obtained the necessary permits from the relevant authorities. Also, we have guaranteed our customers a certain level of service and in the form of an SLA attachment, we were required to comply with them even in the contracts, and therefore we have a comprehensive monitoring and ticketing system at the disposal of our customers to accurately monitor the points, both qualitatively and quantitatively. We have placed

We follow different programs. First, along with wireless communication services, we put the development of fiber services on the agenda based on the strategy announced by the ministry, which will be provided to customers with the first mobile support. Also, currently G5 network is available to organizations as the world's latest technology in the field of organizational communication, and last year we connected several media and Tehran municipality to this network. The development of services based on the Internet of Things (IoT) is also one of our services, and we have recently officially started our activities as the first fire alarm operator in Tehran.

Due to the combination of shareholding and the addition of wired connections to wireless connections, my vision is that Mobinnet will become a single window for IT and ICT services of various organizations. This is a very important step and we are very close to our goal. ■

The chairman of the board of directors of the Hadaf stock portfolio management company said

The loss of the productive economy from not passing the business tax law



The 14th edition of Tehran International Stock Exchange, Bank and Insurance Exhibition was held on August 2-5 at the international exhibition site. Although many companies were present in this exhibition, we saw the absence of the Tehran Stock Exchange and its subsidiaries, however,

some of the stock portfolio management, including the Hadaf stock portfolio management, were present in the stock exchange, bank and insurance exhibition

Abbas Ali Haqqani Nasab, Chairman of the Board of Directors of Hadaf Stock Portfolio Management Company, referring to the importance of this exhibition in informing the public about the stock market and how to choose the right investment methods, stated: The purpose of this stock portfolio management is to attend the 14th International Stock Exchange, Bank and Insurance Exhibition. It is to lay the groundwork for familiarizing people with the dimensions of professional and long-term investment in the capital market. The goal of stock portfolio management is that people do not buy stocks based on technical models, cash flow and table reading, and for this purpose, have a comprehensive analysis and correct evaluation so that they do not suffer by buying stocks with unrealistic prices. It should be known that achieving profitability in the capital market and dealing with various risks is achieved in the long term, and for this reason, it is necessary to have a long-term perspective in the investment process.

The chairman of the board of directors of the Hadaf stock portfolio management pointed to the lack of knowledge of officials, managers and even some entrepreneurs about the importance and nature of the capital market and said: Some time ago, an entrepreneur from the Meidan program came to the booth of this stock portfolio management and asked what they produce. And I answered him, I said cars, steel and everything. He didn't know that when an investor buys a company's shares, it means that he participates in the production of that company, and holding shares in the stock market means helping the production process.

The chairman of the management board of the Hadaf stock portfolio stated that the best method of investment is investing in the stock market and said: this matter will benefit the society as a whole and will lead to a boom in production and employment, but unfortunately, the field of production is neglected by the authorities, the parliament and the media, especially the National TV media and the same issue has a negative effect on the current market situation. ■

CEO of Kowsar Insurance Company Customer satisfaction guarantees increased profitability



In recent years and with the intensification of economic sanctions, various industries, both in the field of investment and production and services, have faced many risks. In order to learn more about the challenges and solutions of this situation, we conducted an interview

with Abolfazl Aghadadi, CEO of Kowsar Insurance Company. He believes: "Insurance and investment are the two main wings of insurance companies, and customer satisfaction is realized in the shadow of profitability." We read parts of this interview.

Last year, Kowsar Insurance had an insurance income of 5,300 billion tomans, which made it rank fifth among private companies in terms of sales. Also, it has been two years that we got the top ranks in the profitability department and in last year's performance, we got the third rank in profitability. It is worth mentioning that, recently, Kowsar Insurance General Assembly was held and the realized profit of the company was estimated at 600 billion Tomans. Kowsar Insurance Company, due to having a large community of insured people scattered all over the country, immediately after the occurrence of various natural disasters, it is present in the affected areas in order to respond well to the policyholders and to advance the procedure of payment of damages quickly; We operate in regional countries such as Afghanistan, Uzbekistan, and Iraq, and we are developing some services in distant countries that include various fields of travel, freight, and liability insurance.

Kowsar Insurance has provided several new coverages and insurance policies in these years with an innovative view. Also, we have tried to be active in the field of digital transformation and move forward with the requirements and technologies of the day. With this approach, for knowledge-based companies, we considered coverages such as product quality insurance, which by itself can lead to the creation of useful interactions with knowledge-based companies to cover their various risks. All insurance companies have two wings: insurance and investment. Normally, there is not much profit in the insurance sector, and the important thing is the investment activity of the insurance companies. Companies such as Ghadir Investment Company and Parsian Oil and Gas Company are in our investment group, and most of our investments are centered on these companies. In the form of buying stocks, we are also active in the stock market, and our portfolio is constantly developing.

The insurance industry is a service-oriented industry, and in this direction, the biggest asset of insurance companies is human resources. Improving this capital can increase customer satisfaction, and this factor also guarantees an increase in profitability. ■

It was brought up by the CEO of
BimehBazar

Selling insurance online based on new technologies

The development of digital marketing in recent years and the possibility of online shopping from different markets have created significant changes in the flow of economy and trade in different societies. The wide range of facilities and services that can be offered to customers in the form of virtual space is increasing day by day, and this practice has faced new developments in traditional business structures. To get to know more, we have conducted an interview with Seyyed Mohammad Reza Farhi, CEO of "BimehBazar". We read parts of this conversation.

In 2015, we established "BimehBazar" and I am currently working as the CEO of this brand. We have also set up an academy called "Charkh" that advises startups in the field of attracting capital and business valuation. In addition, I also teach in the Faculty of Management and Faculty of Electrical Engineering of Sharif University of Technology.

We have been witnessing the formation of startups in the field of insurance industry in the world for about 15 years. In Iran, with a delay of 10 years, this process started 5 years ago and startups were formed in this field. Meanwhile, some startups are dedicated to selling insurance online, and Bazar Insurance is also active in this field.

All insurance companies want to do online sales, but they can't, because it is difficult to get the infrastructure to contract with insurance companies, issue insurance policies and support customers. Accordingly, we have provided a service where super applications only register the user and all Insurance services are provided in the insurance market itself. At present, Digipay, Hamrah Kart, Snap driver's application, etc. are also selling insurance using this service.

Our main goal has been to become the main player in the online insurance market in the country and gradually enter more technology-oriented fields that include services such as risk analysis, intelligent pricing of insurance products, insurance big data analysis, etc.

The provision of insurance services in the online space was definitely formed. Although in the age of technology, there is the principle of need and demand in society, but the way of meeting people's needs and demands is changing.

Our vision is to continue the same process of increasing sales, if possible, to enter the company in the stock market in 2025 and become the first company in the field of online insurance policy sales that is a public stock. Our intention is to enter other fields of new insurance technologies. The most important field we are interested in is the field of data analysis. ■



Elevator industry at the station of problems



Sohrab Donyabeigi
The executive director
of the elevator world
magazine

Under the influence of the construction industry, the elevator industry has gone through significant ups and downs in recent decades and many problems. These problems have plagued this industry and other industries, which are caused by economic, political, social and industrial factors and influences. In many cases, we have witnessed the direct impact of sanctions on the commercial sector of the industry, but fortunately, manufacturers active in the elevator industry in the last two decades, relying on their technical knowledge and capabilities, have produced many parts of the vertical transportation industry and in terms of qualitatively, they have also achieved remarkable levels.

The quantitative and qualitative growth of productions had found symmetry with the implementation of Mehr housing projects, but it was not able to meet the demand of 75 thousand devices (in 2012). Strengthening and developing the issue of increasing production and improving quality in normal conditions is affected by creating a suitable environment for production, i.e. investment, provision of efficient manpower and technical knowledge. In the meantime, the most important reasons for the decrease in capacity and the amount of production are the decrease in the value of the national currency and liquidity in the hands of producers, the increase in the price of raw materials, the increase in the price of exchange currencies, the formulation of inefficient laws and regulations, which act as inhibiting and not promoting factors and also the withdrawal of some companies or the bankruptcy of some units producing equipment and parts of elevators and escalators, which in the final analysis are affected by the aforementioned reasons, and some of them are practically non-existent in the industry scene. Now in the industry scene, we are faced with rampant cost overruns, artificial shortages, and mergers of most companies. It is in such a situation that despite the efforts of the trustees and managers of the industry organizations and under the supervision of the government sector, the set goals lose color and are left out of the circle. The manufacturing sector of the country's elevator industry, which in the not-so-distant past was thinking about increasing production and improving the quality and export of its products, is now struggling with future problems despite the existing potential in its efforts to survive, to sell only between 15,000 and 20,000 elevators per year. With all these words, the solution of the existing conditions and all the problems ahead depends on the openings that are tied to another issue and somewhere else. ■

The chairman of the board of directors of the operator Itsaaz raised Providing banking, insurance and stock exchange services in the context of artificial intelligence



The expansion of digital technologies has made the provision of various services in the virtual space an inevitable issue, so that today many activities are carried out in this platform and the cost of face-to-face services has been greatly reduced. In order to get to know more, we

had a conversation with Engineer Mohammad Hossein Motaghizadeh, the chairman of the board of directors of Itsaaz knowledge based operator. We read parts of this interview.

This operator was registered to provide online services in 2018. Before this, the members of this operator had start-up activities such as SIM card subscription sales in the government counter offices and implemented their ideas in this platform until in 2018, according to the notification of the Organization for Regulation and Regulation and Radio Communications that it is necessary to launch a comprehensive service delivery system. , the window of the service provision unit in the urban and rural counter offices and the service monitoring and rating system were created and then launched. At the beginning of 2020, the knowledge-based IT operator, due to the spread of Corona and the need to create a platform to facilitate the provision of services to people in the online space, introduced the artificial intelligence system into the service sector and authenticated Sejam in this way.

In Smart Companion, citizens choose the nearest office to receive services online according to their location. Fortunately, the Itsaaz knowledge-based operator will enter the Neobank systems in 2021. Itsaaz operator; It has Neobank license, CRM license, digital signature license, biometric authentication license, customer club license, national network of offices license and IT hub license, which are valued and approved by the companies trusted by the Presidential Vice President for Science and Technology and are available to organizations.

The services of the Itsaaz knowledge based operator are provided in three sectors: stock exchange, bank and insurance, therefore, after online the Sejam authentication service in the capital market, this operator also online authentication in several brokers and for them various products such as customer club created. Stock brokers provided their services to citizens through the network of offices and smart phones of this operator, including authentication for entering the capital market. A similar system has been implemented for banks.

Itsaaz knowledge based operator has reduced the risk of hackers as much as possible by relying on academic elites and using modern systems. In other words, we have placed hardware in the system of the Ministry of Communications and Information Technology that has reliable security coverage. ■

Accumulated loss; Iran's auto industry crisis



Morteza Faghani
Member of Tehran
Chamber of Commerce

Accumulated loss of automobile companies is a big problem that has plagued the country's economy for years. According to the latest financial statements published in the Kodal system and the reports of institutions including the Majlis Research Center, the accumulated losses of Iranian car manufacturing companies, including Iran Khodro, Saipa and Pars Khodro, amount to 100 thousand billion Tomans, while the import of cars to Iran is prohibited and on the other hand, access They are also impressive for their cheap energy and manpower resources. Only in the year 2021, the three important automobile companies of the country had a loss of about 9450 billion tomans in the production operations, of which Saipa had the worst performance with an accumulated loss of about 6,655 billion tomans, followed by Iran Khodro with about 2,000 billion tomans. 478 billion tomans and Pars Khodro with 315 billion tomans are in the next ranks. Also, in the sales department, the worst situation belongs to Iran Khodro with about 5 thousand 600 billion tomans and Saipa Automobile Group also has a loss of about 3 thousand 160 billion tomans. Although the speed of production of losses in 2021 has decreased compared to last year, however, car manufacturers are still making losses.

Although some people have suggested that by comparing the stock value of the world's leading car manufacturers, including Benz and Volkswagen, and the accumulated loss of about 4.8 billion dollars of Iranian car manufacturers, which amounts to 10% of the stock value of these companies, with the loss of Iranian car manufacturers, the shares of 10 It bought a percentage of these companies, but the comparison appears to be of purely promotional value. According to these cases, it can be said that the solution to the problem of the accumulated losses of car manufacturers goes beyond the elimination of mandatory pricing, however, the main problem of the Iranian automobile industry is not only the accumulated losses, and it cannot be expected that without making a change in the quality of domestic cars and with the continuation of the monopoly, this industry Get rid of the current crisis. As long as there is a monopoly, there will be no improvement in quality.

The automobile industry can only get out of the current crisis with fundamental and structural reforms in the field of production, supply and quality, as well as through dynamic communication and constructive competition with the world's top technology owners; The solution, the realization of which depends on the sovereign and national measures at the macroeconomic and political economy levels of the country. ■

Iran's economy is on the decline or rise?



Farhad Amirkhani
Chief Editor

Economy is the beating heart of every civil society. In a society whose economy is dynamic and growing in terms of infrastructure, its culture is also improved and living in such a society is valued.

According to published statistics, in June 2022, the rate of monthly

changes in the price index of consumer goods and services for households in the country has increased significantly and reached 12.2, which is almost 3 times the figure of the previous month. In the same way, based on the growth of the total price index compared to June of the previous year, point-to-point inflation in June of this year was about 52.5% and during the 12 months ending in June, it was 39.4%, which is expected to affect Food and drink items of 5 product groups, including bread and grains, oils and fats, milk, cheese and eggs, red meat and poultry, and fruits and vegetables, will increase in price with a minimum inflation of about 19 percent. Of course, according to the statistics, the situation is different in the field of commodity trade. At the beginning of the season of this year, in most of the commercial components, with the exception of the drop in import, export and trade amounts compared to the same period of the previous year, there was an increase of 11.2 percent in the export goods (not including the 27th season) and an increase of 1.5 times the export of the 27th season goods. has also been reported. 20 eight-figure tariffs, including liquefied propane, liquefied natural gas, urea, methanol and oil bitumen, iron and steel ingots, etc., with an export value of 8.4 billion dollars and a positive contribution of 80 percentage points in the growth of exports, with has faced an increase and in contrast to 20 rows of eight-figure tariffs, including non-hot-rolled steel profiles, surgical threads, glass sheets, paper towels, non-excellent tanning materials, etc. with an export value of 3 billion dollars and a negative contribution of 63 percentage points to the growth Exports have faced a decline.. has been face to face; Therefore, in the future, if this trend does not change and new and beneficial variables do not enter Iran's economy; The economy of our country, especially in the provision of essential items and basic needs of people, will face a downward slope, and this unfortunate event will definitely not benefit any of the people of Iran. ■



“World of Investment”

A smart choice to enter the Iranian business market

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

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

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

Dear readers, you can contact us to include your content and advertisements.

Selected Topics In This Number



The chairman of the board of directors of the operator Itsaaz raised
Providing banking, insurance and stock exchange services in the context of artificial intelligence



It was brought up by the CEO of BimehBazar
Selling insurance online based on new technologies



CEO of Karamad Company
The progress of small companies in the elevator industry is slow



Behnam Safari
Technical director of Asacode Engineering Group
Optimizing energy consumption in the elevator system



The CEO of the Asia specialized mother factories of Insulation emphasized
Price and quality are the main components of customer orientation



The CEO of Touch Furniture Company proposed
The prevalence of low-quality raw materials in the furniture industry



Chairman of the Board of Directors of Tivan Technology Development Company
We have achieved successful localization of rehabilitation products



Secretary General of Iran Economy House
Economic interests should be the priority in nuclear deal agreements

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



پوشاک و لوازم ورزشی شرافیت
تولید ملی

 **sherafit_  SHERAFIT.COM**

گل گهر

رویش باورها در دل کویر



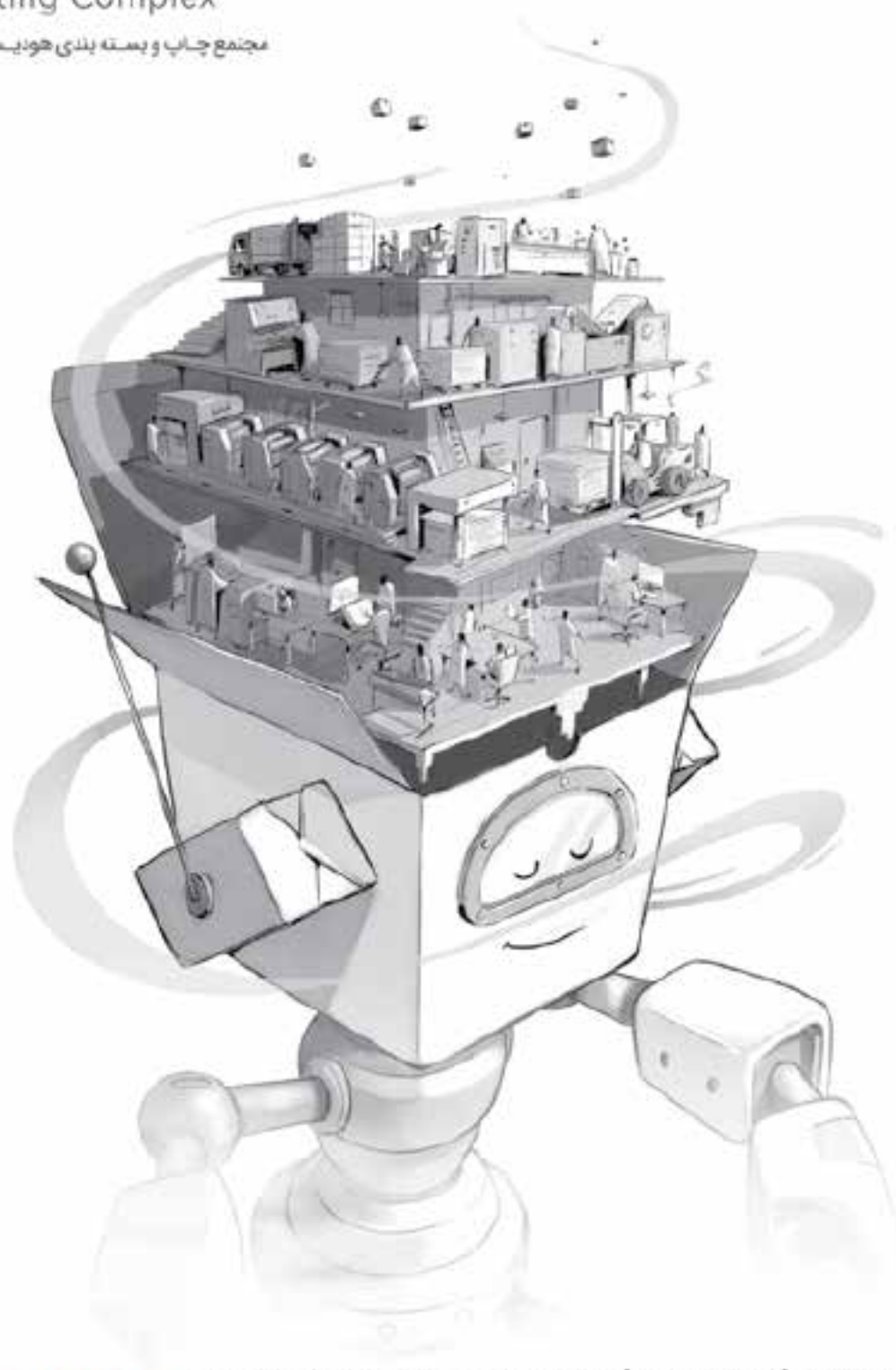
شرکت سدن و صنعتی گل گهر
GOLESTAN IRON & STEEL COMPANY
روابط عمومی و امور بین الملل

www.geg.ir



Printing Complex

مجمع چاپ و بسته بندی هودیس پارس



**Your Brand is
OUR PROMISE**

مجمع چاپ هودیس پارس | چاپ افست دوورقی پنج رنگ با لاک و اتریس
چاپ افست چهار و نیم ورقی پنج رنگ با لاک و اتریس | لیتوگرافی | سلنون کشی
دیگات فول اتوماتیک | ناکنی | اتریس | جعبه چسبانی | امپاس | لاک هیت سیل | آتلیه طراحی
تلفن: ۹۱۵۵۳۴۲۴ - ۵۲۱ | فاکس: ۴۴ ۸ ۴۵۶ - ۵۲۱ | www.hoodis.co