

سرمایه‌گذاری

رئیس هیات مدیره شرکت دانش بنیان پارت آریا نیرو پانیر

افزایش صادرات ایران

در گروی تسهیل روابط بین‌المللی

Chairman of the Board of Directors of Part Aria Niroo Paanir
knowledge-based company

**Increasing Iran's exports depends on the
facilitation of international relations**

رئیس مجلس إدارة شركة بارت آریا نیرو بانیر القائمة على المعرفة

تعتمد زيادة الصادرات الإيرانية على تسهيل العلاقات الدولية

با آثار و گفتاری از:

فریدون عباسی دوانی
علیرضا پیر گمهری
محسن صانعی یاروندی
سپید احمد حسینی
علیه‌تالی حسینی اعظمی
احمد ابوالحسنی
حمیدرضا زارعی نژاد
علی اکبر خدایی
احمد نیک روشی
محسن سرحدی
مصطفی حاجیلو
حسین احمدی
مصطفی آملی
پاپک عابدینی
محمد سعید اسدی
اسماعیل مومنی
زهرا صلاحی



بیمه‌های انرژی

www.kins.ir

۸۹۳۸۲ (۰۲۱)





در امنیت کامل سفر کنید!

بیمه توشه بار، بیمه لوازم همراه راننده و سرنشین

www.sarmadins.ir



سامانه پاسخگویی ۲۴ ساعته ۱۵۱۶

گل گهر

رویش باورها در دل کویر



شرکت معدنی و صنعتی گل گهر
GOLGOCHAR MINING & INDUSTRIAL COMPANY
روابط عمومی و امور بین الملل

www.geg.ir

استقبال آفرین

دانش بنیان

تولید ۱۳ ساله

تاریخ برگزاری

۱۴ و ۱۵
آبان

محورهای همایش

مکانیک

ماشینری

کنترل ابزار
دقیق و آنالایزر

برق

HSE

بهبود فرآیند

کاتالیست و
مواد شیمیایی

توسعه
زنجیره ارزش

فراخوان
همایش

توسعه روابط
با شرکت های

دانش بنیان
و فناور

شرکت در
نشست های
تخصصی

جلسات
B2B

انعقاد
تفاهم نامه

دبیرخانه همایش: خوزستان، شهرستان بندر ماهشهر، منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی، شرکت پتروشیمی بندر امام

شماره تلفن: ۵۲۲۵۲۶۷۱ (۰۶۱)

شماره فکس: ۵۲۲۵۲۶۶۸ (۰۶۱)

ایمیل: startup@bipc.ir

جهت ورود به لینک
ثبت نام اسکن کنید



محل برگزاری همایش: تهران، مرکز همایش های بین المللی پژوهشگاه صنعت نفت

شرکت **پتروشیمی بندر امام** در نظر دارد در آبان ماه سال جاری همایش توسعه روابط با شرکت های دانش بنیان و فناور داخلی را با رویکرد نوین و متفاوت در سطح کشور برگزار نماید.

از تمامی شرکت های دانش بنیان و فناور مرتبط با نیازهای صنعت پتروشیمی، دعوت به عمل می آید که به منظور ثبت نام (رایگان) به آدرس اینترنتی www.bipc.ir مراجعه نمایند.



شرکت پتروشیمی بندر امام (سهامی عام)

گروه سرمایه گذاری و توسعه صنایع
تکمیلی پتروشیمی خلیج فارس

شرکت پتروشیمی اروند (سهامی عام)



شرکت مهندسی پانیر

طراحی و ساخت
انواع یاتاقان و سیل



phone: ۰۲۱۶۲۹۹۹۹۲۶

mobile: ۰۹۱۲۹۵۸۲۳۳۵

website: www.paanir.com

email: sales@paanir.com

شاهتون

Shahton
TUNA FISH

طعم دلخوشی

SHAHSTON_

آبزیان تجارت مطاف

Abziyan Tejarat Motaf



**Motaf
Marine**

آدرس: بوشهر، خیابان چمران، کوچه ساحل ۳، پلاک ۷، واحد ۶
کدپستی: ۷۵۱۵۸۶۶۵۸۷ | تلفن: ۰۷۷۳۳۶۶۲۳۶۰ | فکس: ۰۷۷۳۳۶۶۲۳۶۲

AQUA CENTER



دنیای زیر آب
Under Water World



vaziran.com

Salt water and fresh water
fish, coral, terrarium
plants, Green wall

Aqua Center, Ground Floor
Gallery Muscat Bldg, 23rd July st, Way 2747
Muscat, Oman
00968 959 907 68 Asadi
aquacenter.oman

ماهیان زینتی و تجهیزات
آکواریومهای آبهای شور و شیرین
صادرات، واردات، تکثیر، پخش و خدمات

شیراز، خیابان لطفعلی خان زند
حدفاصل چهارراه مشیر و چهارراه پیروزی
پاساژ داش آکل، طبقه زیرین
۰۷۱۳-۲۲۴۴۴۵۵ | ۰۹۱۷۳۱۶۰۷۶۸
aquacenter.ir



New



شرکت کولازین

آدرس: استان چهارمحال بختیاری، شهر بلداجی، شهرک

صنعتی، فاز یک، کارخانه کولازین

تلفن: ۰۳۸-۳۴۶۴۰۶۱۶ کدپستی: ۸۸۷۶۱۴۹۶۴۵

فکس: ۰۳۸-۳۴۶۴۴۸۳۸ تلگرام: ۰۹۱۳۳۸۲۰۴۳۲

اینستاگرام: colazeen



رئیس اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین آلات تهران

افزایش نظارت دولت بر واردات و تولید قطعات یدکی ضرورت دارد

۴۴

۴۸

رئیس هیات مدیره هلدینگ «کیمیای نقش الماس»

دولت از مشاوران متخصص
برای توسعه صنعت چاپ
کمک بگیرد



۲۰

رئیس انجمن شرکت‌های پرداخت الکترونیکی

شوخی تلخی به نام
اقتصاد دیجیتال در کشور



دنیای صنعت
۶۰ تا ۴۸



دنیای خودرو
۴۶ تا ۴۲



دنیای انرژی
۴۰ تا ۳۴



پرونده ویژه
۳۲ تا ۲۴



اقتصاد بازار
۲۲ تا ۱۸

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

مرتضی فغانی

قائم مقام مدیر مسئول:

رضا فغانی

سر دبیر:

فرهاد امیرخانی

مدیر هنری:

سعیده نیکبخت

مدیر بازرگانی:

سارا نظری

ویراستار:

مصطفی حاتمی

مترجم:

سعید عدالت‌جو

عکاس:

ابراهیم صفریان، علی کیوانی

اعضای هیات علمی:

- دکتر فریدون حسوندریس: رئیس کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر علی اصغر عنایتی: عضو کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی
- دکتر پرویز محمدزاد: عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر حسین حسین‌زاده: عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر عز‌الله عساری: مدیر ارشد حوزه اقتصاد
- دکتر بهرام شکوری: عضو هیات مدیره اتحادیه تولید کنندگان و صادر کنندگان محصولات معدنی ایران
- مهندس تورج زارع: مدیر عامل شرکت آلومینای ایران
- دکتر محمدابراهیم پورزند: استاد دانشگاه و مدیر بازار سرمایه
- دکتر یاسر فلاح مشاور ارشد رئیس پژوهشکده پولی و بانکی
- مهندس مسعود مرادنیاشاور: مدیر عامل کانون جهانگردی و اتومبیلرانی ج.ا.ا.
- دکتر غلامرضا خلیل‌ارجمندی: مدیر ارشد حوزه اقتصاد
- دکتر امیرحامد ضایعی: عضو هیات مدیره دبیر لایزینگ پارسیان
- دکتر محمد دامادی: عضو هیات مدیره سازمان شهرک‌های صنعتی ایران
- مهندس آرش محبی‌نژاد: دبیر انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور
- دکتر جمشید حمزه‌زاده: رئیس جامعه‌هتلداران کشور
- دکتر مهدی کریمی تفرشی: رئیس کارگروه کسب و کارهای جاده‌ای بشم سازمان ملل - یونسکو
- مهدی حکیمیان: کارشناس ارشد حوزه سرمایه‌گذاری و اقتصاد
- مehتاب خیاط‌فراهانی: عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی
- مهندس سید محمد مقدسی: رئیس هیات مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران

گروه دبیران:

سید قاسم قاری، مصطفی حاتمی، محمد جعفری
عرفان فغانی، ثمانه نادری، سعید عدالت‌جو
سپه‌یلزamani، هادی حسینی‌نژاد

برای دریافت نسخه پی‌دی‌اف ماهنامه به پایگاه خبری
زیر مراجعه فرمایید:

www.dsarmaye.ir

نشانی:

تهران، خیابان شهید مفتاح
کوچه مرزبان‌نامه، پلاک ۲۷، واحد ۳

کد پستی: ۱۵۸۸۸۶۶۳۴۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۴۲

واحد تبلیغات: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۲۶

دورنگار: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۷۸۶

پست الکترونیک: D.sarmayeh@gmail.com

لیتوگرافی، چاپ و توزیع: شرکت خاتم‌نو

تلفن: ۷۷۸۱۳۳۴۹



مدیر عامل شرکت پتروشیمی ارومیه
از موانع تولید می‌گوید

کمبود نقدینگی مهمترین چالش صنعت کشور



رئیس اتحادیه صادر کنندگان صنعت چاپ
ایران

کیفیت بسته‌بندی ضامن بقاء در بازارهای جهانی



کارشناس ارشد ارتباطات و تخصصی
رسانه مطرح کرد

متاورس فرصتی برای تجارت جهانی



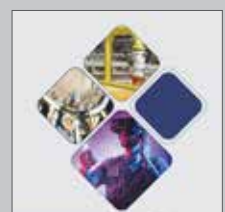
۲۸

مدیر عامل شرکت پرهام صیدروماک

هیچ گونه نظارتی بر فروش ماهی نیست



خواندنی‌های سرمایه‌گذاری
۷۱ تا ۶۸



اقتصاد کلان
۶۶ تا ۶۲

پس از فروکش کردن بحران شیوع کرونا که تاثیر گسترده‌ای در مولفه‌های اصلی اقتصاد کلان جهان و ایران در حوزه مبادلات اقتصادی گذاشت، وضعیت مبادلات خارجی ایران در مقیاس کلان در حال تغییر است. اگرچه اقتصاد ایران با وجود تحریم‌ها در شرایط عادی نیز با مشکلات بسیاری از قبیل عدم دسترسی به درآمدهای ناشی از صادرات، قطع دسترسی به سوئیفت، مشکلات مرتبط با باز کردن LC ها و به طور کلی خودداری شرکت‌های مهم بین‌المللی از تجارت با ایران روبه‌رو می‌باشد، با این حال اقتصاد کشورمان از نظر مبادلات و تراز تجاری در ۶ ماهه نخست سال کارنامه قابل قبولی داشته است. بر اساس آمارهای اعلام شده از سوی مسئولان گمرک کشور، صادرات ایران تا پایان مردادماه بالغ بر ۴۴ میلیون تن کالا به ارزش حدود ۲۱ میلیارد دلار بوده است. در سال گذشته صادرات ایران در مدت مشابه بالغ بر ۱۷ میلیارد و ۲۵۵ میلیون دلار بود که این میزان از نظر ارزشی ۲۱/۲ درصد افزایش داشته است. کشورهای چین، عراق، امارات متحده عربی، ترکیه و هند به ترتیب بزرگ‌ترین مقاصد صادراتی ایران بوده‌اند و پروپان مایع، متانول، گاز طبیعی مایع شده، پلی اتیلن، شمش‌های فولادی و آهنی و کاندمس بیشترین سهم را در میان سبد کالاهای صادراتی ایران به خود اختصاص داده‌اند.

در کفه دیگر این ترازو؛ یعنی در بخش واردات، در پنج ماهه نخست امسال، ارزش کل واردات کالا به ایران از نظر وزنی به ۱۴ میلیون تن رسید که ارزشی برابر با ۲۱ میلیارد و ۶۶۵ میلیون دلار داشته است. از آنجایی که در مدت مشابه سال گذشته، ۱۸ میلیارد و ۱۷۵ میلیون دلار کالا وارد شد، این میزان ۱۹/۲ درصد افزایش داشته است. به گفته مسئولان گمرک ایران کالاهای وارداتی ایران تماماً از گروه کالاهای اساسی و نهادهای دامی می‌باشد. محصولاتمانند گندم، برنج سویا، شکر خام و گوشتی تلفن همراه از مهمترین کالاهای وارداتی ایران و کشورهای امارات، چین، ترکیه، هند و روسیه پنج مبدأ اصلی کالاهای وارداتی به ایران بوده‌اند.

اگرچه در نگاه نخست، صادرات و واردات کشور به شکلی متناسب افزایش یافته است، اما نگاهی دقیق به آمارها کاستی‌هایی را در این زمینه نشان می‌دهد. به عنوان مثال، با وجود افزایش صادرات ایران از نظر ارزشی، شاهد کاهش ۳/۵ درصدی صادرات از نظر وزنی بوده‌ایم. به عبارت دیگر، افزایش حاصل از نظر ارزشی بیشتر از آنکه حاصل رشد تولید در کشور و افزایش اشتغال و دیگر پیامدهای مثبت آن باشد، نتیجه افزایش قیمت جهانی کالاهای صادراتی ایران بوده که این رشد قیمت نیز، ناشی از تغییراتی مانند جنگ اوکراین و افزایش تقاضا پس از دوران رکود کرونا بوده است. از سوی دیگر، با مقایسه کالاهای وارداتی و صادراتی از نظر وزن و ارزش (۱۴ میلیون تن واردات در برابر ۴۴ میلیون تن صادرات که از نظر ارزش دلاری با هم برابر بوده‌اند) می‌توان دریافت که کالاهای گران‌تر به کشور وارد و کالاهای ارزان‌تر از کشور خارج شده است. از طرفی، کالاهای صادراتی ایران بیشتر مواد اولیه معدنی بوده و در مقابل، کالاهایی مانند ماشین‌آلات و نهادهای دامی و کالاهای اساسی به کشور وارد شده است.

این نکات به وضوح نشان می‌دهد، عمق تولید در کشور پایین بوده، تولید کالا در ایران تا اندازه زیادی به واردات ماشین‌آلات خارجی وابسته شده و رشد چندی هم در تولید کشور صورت نگرفته است. برای اصلاح این وضعیت باید حمایت از تولیدکنندگان ماشین‌آلات و کالاهایی با ارزش افزوده بالا در دستور کار سیاست‌گذاران و دولت‌مردان قرار گیرد و به شرکت‌های دانش‌بنیان واقعی بیش از پیش توجه گردد. ■

بازرگانی خارجی ایران

در نقطه مساوی



مرتضی فغانی
عضو اتاق بازرگانی تهران

برنامه هفتم توسعه

فرصتی برای پیشرفت و عدالت



فرهاد امیرخانی
سر دبیر

تا پیش از سال ۱۳۳۷ ه.ش در کشورمان ایران هیچ گونه برنامه مشخص و سازمان یافته‌ای برای توسعه وجود نداشت و اکثر طرح‌ها و برنامه‌ها بر حسب اوامر، احساسات و سلیق شخصی مطرح و به اجرا گذاشته می شدند. اما از زمانی که نمایندگان آمریکایی شرکت «موریسن نودسن» با پشتوانه مالی بانک جهانی به ایران آمدند، برای نخستین بار برنامه توسعه‌ای علمی و مدلل هفت ساله در کشورمان مدون شد که این برنامه، به عنوان چراغ راه و چارچوب عملکرد و اقدامات در کشورمان به کار گرفته شد. از آن زمان تا کنون، ۱۲ برنامه توسعه‌ای در کشورمان به تصویب رسیده که برنامه آن متعلق به قبل از انقلاب و برنامه دیگر به بعد از پیروزی انقلاب اسلامی تعلق دارد. اکنون نیز به دنبال تصویب سیاست‌های کلی نظام برنامه هفتم توسعه در مورخ ۲۰ شهریورماه ۱۴۰۱، سیزدهمین برنامه توسعه‌ای کشور، پس از تاخیر یک ساله در دستور کار سازمان برنامه و بودجه قرار گرفته است.

از آن رو که لوایح بودجه سالانه دولت‌ها، از جمله بودجه سال ۱۴۰۲، بر مبنای برنامه برآمده از این سیاست ابلاغی، تدوین و به مجلس شورای اسلامی ارائه می شود، در نتیجه می توان اذعان داشت که مفاد مصوبات سیاست کلی و برنامه هفتم توسعه، به عنوان اسناد بالادست از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. امسال نیز به شیوه برنامه‌های گذشته، در راستای بند یک اصل ۱۱۰ قانون اساسی، سیاست‌های کلی برنامه هفتم توسعه به رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام و رئیس ستاد کل نیروهای مسلح ابلاغ شده است. این سند دارای ۷ سر فصل شامل موضوعات «اقتصادی»، «امور زیربنایی»، «فرهنگی و اجتماعی»، «علمی، فناوری و آموزشی»، «سیاسی و سیاست خارجی»، «دفاعی و امنیتی» و «اداری، حقوقی و قضایی» است.

هر چند همچون روال سال‌های گذشته، در اغلب موارد شاهد تفاوت معناداری بین اهداف ترسیم شده و واقعیت محقق شده خواهیم بود؛ اما نباید از خاطر برد که هنگام تدوین برنامه هفتم، باید به دقت موانع تحقق برنامه‌های قبلی آسیب شناسی شوند و پیش نیازها و برنامه‌های عملیاتی مورد توجه قرار گیرند. همچنین ضرورت دارد تا برنامه نویسان توسعه به بایدها و نیایدهای پروژه‌ها با توجه به محدودیت‌های مالی که در کشور وجود دارد، توجه ویژه‌ای داشته باشند، چرا که عدم توجه به آن، می تواند عواقب ناگواری را بر اقتصاد کشورمان تحمیل کند.

در واقع با نگاه واقع بینانه و قابل دسترس، می توان با اتکا به اولویت مطرح شده در سیاست کلی ابلاغی، خدمات شایانی به توسعه و بهبود فضای کسب و کار انجام داد. این اقدامات می تواند برنامه ریزی جهت رونق صنعت گردشگری، توسعه و اصلاحات بخش انرژی، توجه ویژه به علم و فناوری و دانش بنیان، ارتقای بازرگانی خارجی و سیاست تجاری، احیای محیط زیست؛ آلودگی ها، بی آبی ها و بیابان زدایی و همچنین پایداری و ثبات مالی در کشور، مقابله سیستماتیک با فساد و تقویت نهادهای نظارتی و هدف گذاری رشد اقتصادی به همراه زدودن فقر، بیکاری، نابرابری و اشتغال باشد.

امید است که برنامه نویسان هفتم توسعه، بیش از پیش، با اهمیت قابل شدن بر نقش و جایگاه مردم در تعیین سرنوشت خود و همچنین با نصب العین قرار دادن عدالت و تحقق آن در همه حوزه‌ها، شریطی را فراهم نمایند تا در پنج سال آینده، به رغم تمامی موانع موجود، شاهد شکوفایی اقتصادی و تبعیت آن پیشرفت اقتصاد در سراسر کشورمان باشیم. ■

باهمت و تلاش سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، تولیدات شیلاتی کشور به شکلی سروسامان یافته که اینک می‌توان از صنعت تولید و تجارت آبزیان به عنوان یک رکن موثر در اقتصاد کشور نام برد. تمام پهنه‌های جغرافیایی کشور عرصه فعالیت‌های شیلاتی است؛ از چشمه‌سارهای کوهستانی تادشت‌ها و جویبارها و نیز سواحل شمال و جنوب و دریاها و مازندران و عمان و خلیج فارس که همگی خاستگاه صید و پرورش انواع آبزیان است. فعالان عرصه پرورش آبزیان حتی در مناطق نیمه‌خشک و یالب‌شور هم توانسته‌اند، با استفاده از آب‌های زیرزمینی و یا انتقال آب به وسیله احداث کانال، حوضچه‌های پرورش ماهی ایجاد و به درآمدزایی خوبی دست پیدا کنند.

انواع محصولات تولیدی مزارع و صیدشده از دریاها در بیش از ۲۵۰ واحد فرآوری ماهی و صنایع کنسرو به محصولات بسته‌بندی برای عرضه در بازارهای داخلی و خارجی تبدیل می‌شوند و این واحدها در تمامی ۳۱ استان کشور پراکنده هستند. این سطح گسترده از اشتغال، به تولید ۱/۲۸۰ میلیون تن محصول انجامیده که کشور ما را در منطقه خاورمیانه در رتبه اول تولیدات شیلاتی قرار داده است. اگرچه این میزان تنها یک درصد از کل ۱۲۸ میلیون تن تولید بخش کشاورزی کشور است، اما همین یک درصد تولید، ۱۰ درصد سهم صادرات بخش کشاورزی را دارا است که ظرفیت صادراتی این بخش از اقتصاد کشور را نشان می‌دهد. از سوی دیگر، این بخش به‌طور مستقیم و غیرمستقیم اشتغال زیادی را ایجاد کرده که از این بابت سهم موثری در کاهش و مهار نرخ بیکاری داشته است.

تلاشگران بخش خصوصی شیلات کشور علاوه بر آنکه بهترین محصولات را در بازار داخل عرضه می‌کنند، به ۵۵ کشور دنیا نیز ماهی، میگو و خاویار می‌فروشند و بالغ بر ۵۰۰ میلیون دلار ارز وارد کشور می‌کنند. یکی از دلایل این موفقیت‌ها این بوده که برخلاف صنعت، سایر بخش‌های اقتصاد کشاورزی کشور، از همان ابتدا زیربخش شیلات به صورت کاملاً خصوصی فعالیت داشته و سهم حمایت‌های دولتی بسیار اندک بوده است. همین امر باعث شده، بخش خصوصی هر گونه هزینه‌ای را متقبل شود و پای دولت از فضای این کسب‌وکار بیرون باشد و نتواند با قیمت‌گذاری دستوری و موارد مشابهی که بالای جان سایر صنایع شده، در حیات و ممات صنعت شیلات دخالت کند. این انتظار از دولت هم وجود دارد که با تقویت فرهنگ تغذیه از دریا برای شهروندان ایرانی، نه فقط سلامت شهروندان ایرانی را ارتقاء بخشد، بلکه تجارت داخل و سهم درآمدهای ریالی پرورش دهندگان و صیادان را هم ارتقاء بخشد.

به جرات می‌توان تاکید کرد، تاکنون هیچ نوع ارز رانتهی در این صنعت توزیع نشده و حمایت یارانه‌ای هم صورت نگرفته، به همین دلیل تولیدکنندگان و پرورش دهندگان آبزیان و فعالان بخش صنعتی و تجاری با تحمل انواع سختی‌ها، روی پای خود ایستاده و با سبیلی صورت خود را سرخ نگه داشته‌اند. این بخش شایسته تقدیر است و به حمایت‌های زیرساختی نیاز دارد و مهمترین زیرساخت هم در درون صنعت نهفته است؛ به روز شدن نرم‌افزاری و سخت‌افزاری پرورش دهندگان برای تولید صادراتی. ■

ضرورت تولید صادرات محور در حوزه آبزیان



دکتر علی خطیبی تبار
رئیس هیات مدیره اتحادیه تولید و تجارت آبزیان ایران



گفت و گوی اختصاصی با خانم زهرا صلاحی

در این بخش می خوانیم:

- سومین قانون بانکداری هم کار ساز نیست
- شوخی تلخی به نام اقتصاد دیجیتال در کشور
- برخی استارت آپ ها رقابت ناسالم ایجاد می کنند

گفت‌و‌گو با مشتری‌مدارترین مدیر نمایندگی بیمه کشور

برخی استارت‌آپ‌ها رقابت ناسالم ایجاد می‌کند

سارا نظری

شرایط جامعه و وجود ریسک‌های متنوع از جمله خسارت بالای بلایای طبیعی مانند سیل، زلزله، آتش‌سوزی و سایر اتفاقات پیش‌بینی‌نشده ایجاب می‌کند که افراد قبل از به وجود آمدن شرایط خاص و اضطراری به سمت دریافت بیمه‌نامه و خدمات بیمه‌ای بروند، لذا با توجه به عدم آگاهی اقشار جامعه، فرهنگ‌سازی عمومی و ایجاد آگاهی در بخشی عمومی در زمینه رشته‌ها و پوشش‌های بیمه‌ای می‌تواند افراد را از خطرهای موجود در محیط و شرایط نابسامانی که ممکن است به آن دچار شوند، محافظت کند. با توجه به این موضوع، به سراغ خانم زهرا صلاحی، مدیر نمایندگی کد ۱۶۷۳ بیمه سرمد که رتبه یک مشتری‌مداری در بین نمایندگی‌های بیمه کشور را در اختیار دارد، رفته و با وی به گفت‌و‌گو پرداختیم. صلاحی حدود ۱۸ سال در صنعت پرثمر و پرتوان بیمه مشغول بوده و در حال حاضر نیز با تکیه بر نیروهای متعهد و پیگیر مشغول فعالیت است. مشروح این مصاحبه در ادامه می‌آید.

امر مقدمه‌ای برای شروع فعالیت‌های بنده در صنعت بیمه شد، به‌طوری که ابتدا وارد شعبه بانک صادرات به عنوان سهامدار شرکت بیمه سرمد شده و سپس به توصیه آن‌ها کد نمایندگی بیمه دریافت کردم که امیدوارم با تمرکز بخشی به رشته‌های بیمه و بانک، خدمات ارزنده‌ای به مشتریان ارائه دهم.

این کد نمایندگی کدام یک از انواع بیمه‌نامه‌ها را در بر می‌گیرد؟

اولین فعالیت بنده در بخش بیمه‌های عمر بود که بازخورد بسیار خوبی داشته و تیم فعال این نمایندگی به فروش بسیار عالی آن کمک کرد تا اینکه بعد از آن، رشته بیمه اشخاص و سپس بیمه‌های بخش درمان، مسافرتی، بیمه‌های حوادث انفرادی، بیمه مسئولیت و... نیز صادر شد. شایان ذکر است، بیمه مسئولیت یک رشته بیمه‌ای است که همه افراد از یک خانم خانه‌دار گرفته تا افرادی که برای نظافت منزل از فردی درخواست کار دارند را در بر می‌گیرد. بیمه آتش‌سوزی نیز جزو رشته‌هایی است که استفاده از آن برای شرکت‌ها و ارگان‌ها ضروری به نظر رسیده و اگر در این زمینه درست مشاوره داده شود، واحدهای مسکونی نیز از آن استقبال خواهند کرد، از این رو بیمه آتش‌سوزی هم در لیست بیمه‌نامه‌های این نمایندگی قرار گرفته است. با مرور زمان بیمه بدنه و تمام رشته‌های بیمه‌ای مورد نیاز برای افراد به دایره فعالیت‌های نمایندگی بیمه سرمد با کد ۱۶۷۳ اضافه شده است.

به عنوان یک نمایندگی مستقل چه اقداماتی برای جلب رضایت مشتریان انجام داده‌اید؟

نمایندگی بیمه سرمد با کد ۱۶۷۳ در تلاش است تا در مرحله اول، اطلاعات لازم بیمه مورد تقاضا را در اختیار مشتریان قرار داده و سپس به توضیح تمام ضوابط این بیمه و حق و حقوق مرتبط با آن بپردازد. همچنین در صورتی که طی مدت دریافت این بیمه‌نامه، نیاز به ارائه خدمات یا رفع ابهامی در فرآیند استفاده از آن وجود داشته باشد، سریعاً به آن پاسخ مناسب



در خصوص چگونگی راه‌اندازی نمایندگی کد ۱۶۷۳ بیمه سرمد توضیح دهید.

بنده با توجه به همکاری با شرکت‌های صاحب‌نام، کسب رزومه خوب و دریافت لوح تقدیر، پرتفوی مناسبی را نیز جذب کرده و در سال ۱۳۹۴ کد بازاریابی عمر را دریافت کردم. پس از آن با فروش بیمه‌های عمر و آموزش تیمی فعال در این حوزه، رتبه یک کشوری را کسب کرده و به پیشنهاد مشتریان و تیم همکار، یک نمایندگی مستقل در تاریخ سیزدهم آذرماه سال ۱۳۹۵ با کد ۱۶۷۳ تاسیس کردم که در همه رشته‌های بیمه‌ای فعالیت داشت. هدف اصلی بنده از گرفتن کد این بود که اولاً به عنوان یک زن در صنعت بیمه فعال بوده و سپس بتوانم در این صنعت با هر سن و شرایطی به مردم مشاوره دهم که به لطف خدا موفقیت‌های زیادی نیز به دست آمده است.

از بین شرکت‌های بیمه‌ای چرا به سراغ بیمه سرمد رفتید؟ بنده اولین کد بیمه بازاریابی را از این شرکت بیمه‌ای دریافت کردم و همین

داده خواهد شد. پرونده‌های مشمول خسارت و سایر موارد دیگر مشابه آن نیز بدون دریافت هزینه‌ای مورد بررسی قرار می‌گیرند. از سوی دیگر، این نمایندگی همیشه در تلاش بوده تا همراه و پشتیبان مشتریان و بیمه‌گذاران باشد، بر همین اساس به عنوان یک مشاور صادق، دلسوز و امین اگر یک بیمه‌گذار به علت عدم آگاهی نسبت به فرآیند بیمه‌گذاری، یک نوع بیمه را به خطا انتخاب کرده باشد، با مسئولان و مدیران مربوطه برای حل و همچنین جبران خسارت آن مذاکره خواهد کرد.

فعالیت‌های این نمایندگی در فضای مجازی چگونه بوده است؟

نمایندگی بیمه سرمد با کد ۱۶۷۳ فعالیت‌های کم‌رنجی در این زمینه داشته، با این حال باز خورد‌های خوبی را به دست آورده، به طوری که از این پس قرار است با دریافت مشاوره‌ها و آموزش‌های لازم خدمات قابل توجهی در این زمینه ارائه دهد. در رابطه با جذب مشتریان نیز این نمایندگی در صداست تا با در دسترس بودن و پاسخ‌گویی سریع، افراد بیشتری را به صورت تلفنی و از راه‌های دیگر جذب کند، به همین دلیل در مواقعی که حتی طرح یا ایده‌ای برای نظرات مشتری وجود ندارد، طرح‌های جدیدی ایجاد کرده و در هر شرایط به آن‌ها پاسخ گو است. علاوه بر این، مدیریت و تیم فعال نمایندگی بیمه سرمد با کد ۱۶۷۳ در مکان‌ها و فضاهای عمومی، صحبت‌ها و رفتارهای هدفمندی در پیش گرفته تا در صورت مواجهه با سوال و ابهام آن را برطرف سازد. در این راستا حتی خلأها و کمبودها در مواردی که فرد متحمل خسارت شده یا خدمات مورد انتظار را دریافت نکرده، برطرف خواهد شد.

هم‌اکنون با چه چالش‌ها و موانعی روبه‌رو هستید؟

یکی از مشکلات فعلی، ارائه مجوز بازاریابی به افرادی تجربه و کم‌اطلاع بر اساس رابطه و نه ضابطه در صنعت بیمه است که با ارائه خدمات نامناسب و ناقص در بلندمدت موجب ایجاد نگرش منفی و بدبینی‌ها نسبت به این صنعت خواهد شد، به همین دلیل برخی از افراد بابت چنین وضعیتی تصور می‌کنند که شرکت‌های بیمه عملکرد خوبی نداشته یا کم‌کاری می‌کنند، در حالی که این مساله، به سهولت انگاری و عدم توانایی در دانش بیمه‌ای مشاوران بازمی‌گردد. از سوی دیگر، در چنین شرایطی برخی از شرکت‌های استارت‌آپی تخفیف‌های بالایی به مشتریان ارائه داده که پرداخت آن در توان شرکت‌های بیمه‌ای نیست و همین امر یک رقابت ناسالم را در رابطه با فروش بیمه‌نامه‌ها ایجاد خواهد کرد. البته وجود این رقابت به نمایندگی‌های بیمه توان و انگیزه بیشتری برای فعالیت داده و سرعت آن‌ها را چندین برابر می‌کند، اما تخفیف‌های غیرمعقول، صدمه زیادی را به خود آن‌ها و شرکت‌های بیمه خواهد زد، چرا که در بسیاری از موارد این تخفیف‌ها از سود و کارمزد تعیین شده خدمات کسر می‌شود که صرفه اقتصادی این فعالیت را به شدت پایین آورده و حتی موجب ورشکستگی نمایندگی‌ها خواهد شد.

چه میزان از نحوه تبلیغات و معرفی بیمه‌نامه‌ها رضایت دارید؟

این امر با نوسانات زیادی مواجه بوده، اما از سال ۱۴۰۱ با وجود مدیریت جدید و نظارت مسئولان فنی، سطح خدمات و میزان اختیارات و مجوزهای ارائه‌شده ارتقا یافته، به طوری که پس از اعلام نرخ، این موضوع از ستاد

تا شعبه به منظور رسیدن به یک نتیجه‌گیری مطلوب پیگیری خواهد شد. برخی از مسئولان بالادستی برای حل سریع‌تر مشکلات حتی پاسخ‌گویی تلفن‌های شخصی افراد نیز هستند.

آینده صنعت بیمه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در حال حاضر بازار بیمه محدودیت‌های زیادی دارد. برای مثال، در صنعت بیمه به جای اینکه فرهنگ بیمه برای افراد جا بیفتد، موضوع فروش بیمه‌نامه‌ها مورد توجه قرار گرفته، در حالی که افزایش شعب فروش بیمه‌نامه صرفاً به معنی افزایش میزان فروش نیست. فرهنگ بیمه باید به گونه‌ای جا بیفتد که همه قادر به خرید بیمه‌نامه باشند، اما در شرایط نامناسب اقتصادی کنونی و با وجود خسارت‌های زیادی که همه‌ساله به دلیل سیل، زلزله و... به مردم وارد می‌شود، آن‌ها تنها در شرایط اضطراری و خاص حاضر به خرید بیمه‌نامه هستند. برای نمونه، در حال حاضر حدود ۱۷ میلیون واحد مسکونی در کشور وجود دارد که بسیاری از آن‌ها فاقد بیمه‌نامه آتش‌سوزی و زلزله هستند که این موضوع ناشی از سیطره فرهنگ نادرست در رابطه با صنعت بیمه است.

و سخن آخر...

یکی از ملزومات صنعت بیمه حذف رقابت‌های ناسالم است تا از این پس شاهد تخفیف‌های غیر متعارف و زیان‌آور برای شرکت‌ها و نمایندگی‌های صنعت بیمه نباشیم. میزان تخفیف‌ها نباید به قیمت کسر از کارمزد باشد. مساله دیگر، توجه لازم به اعضای فعال در این نمایندگی است. بنده قبل از تاسیس این نمایندگی در بخش بازاریابی فعالیت داشته و در مقایسه با تلاش و نقش زیادی که در کسب کارمزد داشتم، درصد ناچیزی از آن را دریافت می‌کردم، ولی پس از دایر کردن این نمایندگی، توجه ویژه‌ای نسبت به اعضای فعال در این بخش دارم، به طوری که طی سال‌های گذشته نمایندگی بیمه سرمد با کد ۱۶۷۳ رتبه یک کشوری را در مشتری‌مداری کسب کرده و در حال حاضر نیز در تلاش است تا رضایت کامل تیم و مجموعه فعال را جلب کند. ■

یکی از ملزومات
صنعت بیمه حذف
رقابت‌های ناسالم
است تا از این پس
شاهد تخفیف‌های
غیر متعارف و زیان‌آور
برای شرکت‌ها و
نمایندگی‌های صنعت
بیمه نباشیم



شوخی تلخی

به نام اقتصاد دیجیتال در کشور

علیرضا بزرگمهری
رئیس انجمن شرکت های پرداخت الکترونیکی



خود می گوید که مردم کسبو کارهای خود را به پلات فورم های داخلی منتقل کنند، فارغ از اینکه کدام پلات فورم، چنین امکانات یا ظرفیتی دارد و با کاهش سرمایه اجتماعی اعتماد مردم به این پلات فورم ها، با این اوضاع کسبو کارها بر این بستر آسیب دیده، لرزان و مختل، می توانند بر اقتصاد دیجیتال سرمایه گذاری کنند. چه زمانی تصمیم گیران، برای چنین تصمیم هایی سراغ تشکلهای مرتبط رفته اند و یک بار حرف آن ها را در این بحران هاشنیده اند؟

به نظر بنده، شرط داشتن سهم جدی در عصر دیجیتال از اقتصاد دیجیتال به مانند کشور های توسعه یافته حتی در منطقه، در ابتدا ایجاد یک بستر با ثبات اینترنت در کشور برای شهروندان و کسبو کارها است که هر لحظه بیم ایران اکسس شدن آن نباشد تا مردم کسبو کار خود را بتوانند به پلات فورم های جهانی متصل کنند و از بازارهای مبتنی بر پلات فورم برخوردار گردند؛ آن هم در پلات فورمی که ۴۸ میلیون کاربر دارد. فارغ از اینکه حق فوق الذکر از بدیهی ترین حقوق شهروندی است، باید توجه داشت که قطع این چنینی اینترنت، منجر به تضییع حدود ۳۰۰ میلیارد تومان هزینه شرکت ها برای SEO سایت خود در روی گوگل و تضعیف جدی همین اقتصاد دیجیتال می گردد.

اگر این بار خواستیم در خصوص اقتصاد دیجیتال شعار دهیم، بهتر است که مبانی و شاخص های آن را در گزارش هایی نظیر گزارش سالانه UNDP بررسی و مشاهده کنیم که کدام یک از آن شاخص ها را در طول دوره مسئولیت خود بهبود داده ایم که افزایش سهم اقتصاد دیجیتال در کشور صحبت می کنیم.

با بررسی شاخص های اندازه گیری اقتصاد دیجیتال، فهرست شاخص های کلیدی زیر را در حوزه زیر ساخت می توانیم مشاهده کنیم:

- میزان سرمایه گذاری در پهنای باند پر سرعت
- میزان افزایش پهنای باند موبایل
- افزایش سرعت اینترنت
- هزینه اتصال به اینترنت
- زیر ساخت اینترنت اشیا
- زیر ساخت سرور های امن
- دسترسی خانگی به اینترنت پر سرعت
- دسترسی خانگی اقتصادی به کامپیوتر

البته در سایر شاخص ها در بخش نوآوری و پذیرش فناوری و مشاهده زیر شاخص ها، با سونامی مهاجرت نخبگان و شرکت ها هم اوضاع شبیه

جواد آذری چهارمی در آخرین روز های صدارت خود، سهم اقتصاد دیجیتال کشور را ۶/۴ درصد GDP اعلام کرد که بعدا با حضور در صندلی وزارت ۴ تا ۵ درصد بیان شد تا هدف گذاری ۱۰ درصدی در سال پایانی دولت آقای رئیسی محقق گردد. در عین حال مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا) یک پیمایش در تابستان ۱۴۰۰ انجام داده که بر اساس آن، در جامعه آماری بالای ۱۸ سال کل کشور، حدود ۸۰ درصد از یک شبکه اجتماعی مجازی بین المللی استفاده می کنند. در پیمایش دیگر همین مرکز ۲۰ درصد این کاربران شبکه های اجتماعی گفتند که از این طریق درآمد دارند و ۵۵ درصد اظهار کرده اند که از طریق این شبکه های اجتماعی خرید انجام می دهند. تبدیل در صدهای بالا به آمار جمعیتی نشان می دهد که ۴۸ میلیون نفر از مردم ایران، کاربر این شبکه ها هستند و حدود ۹ میلیون نفر از این شبکه ها برای کسب درآمد استفاده می کنند و به عبارتی ۱۳ میلیون خانوار ایرانی مشتری این شبکه های مجازی می باشند.

آذری چهارمی هدف گذاری کرد که سهم اقتصاد دیجیتال در کشور تا سه سال دیگر به ۱۰ درصد GDP می رسد. در واقع وزیر ارتباطات در روز ارتباطات، گفته که نقشی در دسترسی عادی شهروندان به این حق بدیهی خود به ارتباطات بین المللی ندارد. آن هایی که تلاش های وی را در سال ۱۳۹۷ به خاطر می آورند، می دانند که یک وزیر با مذاکره و تعامل چه نقشی در این خصوص دارد. از طرفی، در ادامه صحبت های

به شاخص زیر ساخت است. در خصوص استخدام نیروی انسانی با دو گانه کاهش توان مالی شرکت ها ناشی از رکود تورمی و میل جدی به مهاجرت نیروهای انسانی زیر شاخص ها ابداع وضعیت مناسبی ندارند که عملا افغان شرکت های فناورانه در جذب و استخدام نیروی انسانی موید این نظر است. شاخص های این بخش عبارتند از:

- تحقیق در یادگیری ماشین
- فناوری های مرتبط با هوش مصنوعی
- رباتیک سازی در تولید
- تحقیق و توسعه در صنایع اطلاعات
- حمایت از تحقیق و توسعه کسب و کار
- نوآوری های مرتبط با ICT
- استفاده از ICT توسط مشاغل
- خدمات رایانش ابری

در شاخص توانمندسازی اجتماعی، اوضاع زیر شاخص هایی نظیر موارد ذیل کاملاً مشخص است:

- شهروندان دیجیتال
- کاهش شکاف دیجیتال
- استفاده مردم از اینترنت
- مصرف کنندگان دیجیتال

- کیف پول موبایلی
- تعامل شهروندان با دولت در بستر دیجیتال
- آموزش در عصر دیجیتال
- افراد با مهارت های ICT
- نهایتاً در بخش شاخص توسعه و اشتغال هم بازیر شاخص های زیر مواجه می گردیم:
- اشتغال در صنعت فناوری اطلاعات
- مشاغل در مشاغل ICT
- شاغلین ICT بر اساس جنسیت در بخش تجارت الکترونیک
- میزان سرویس های ارزش افزوده در صنایع اطلاعاتی
- میزان مشاهده توسعه ICT
- سرمایه گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ICT و رشد بهر موری
- ICT و زنجیره های ارزش جهانی
- مشاغل تجارت و فناوری اطلاعات و ارتباطات
- کالاهای ICT به عنوان درصدی از تجارت کالا، مخابرات، کامپیوتر و خدمات اطلاعاتی به عنوان درصد تجارت خدمات
- در نهایت امیدوارم، متولیان و تصمیم گیرندگان با نگاهی به این شاخص ها، در شعارها یا در عملکردها، تغییرات جدی اتخاذ فرمایند. ■



سومین قانون بانکداری هم کارساز نیست

حمید تهرانی

می‌شد و بانکداری کشور از سردرگمی‌های متعددی که در اثر تناقض و تضاد داخلی قانون‌های گذشته به چشم می‌خورد، رهایی پیدا می‌کرد، اما در عمل چنین نشد و در گام اول، کارشناسان بانکی چه کارشناسان وزارت امور اقتصادی و دارایی و چه کارشناسان بانک مرکزی جمهوری اسلامی از حضور فعال در نشست‌های تدوین و نگارش این قانون خودداری کردند. البته اخبار غیررسمی حاکی از آن است که نمایندگان محلی هم تمایل چندانی به حضور این کارشناسان نداشتند، چرا که این کارشناسان راهبردها و خواسته‌هایی را در مورد قانون در حال نگارش مطرح می‌کردند که اصلاً با سلیقه نمایندگان همخوان نبود و همین تضاد سلیقه‌ها، باعث بروز اختلاف می‌شد. نکته قابل توجه این است که بسیاری از کارشناسان بانکی در مورد تضادی که میان سلیقه نمایندگان مجلس شورای اسلامی با سیستم جهانی بانکداری وجود دارد، ابهام دارند و می‌گویند که نمایندگان چگونه می‌توانند قوانینی که طی ده‌ها سال و با تجربه روی داده‌های گوناگون جهانی به دست آمده را کنار بگذارند و چیزهایی خلق کنند که معلوم نیست در جامعه جهانی چقدر با اقبال عمومی بانکداران مواجه خواهد شد. این کارشناسان می‌گویند در تمام کشورهایی که نظام اسلامی را در مورد بانک خود اعمال کرده‌اند، یک یا دو بانک دارای نظام اسلامی است و سایر بانک‌های کشور از همان نظام بین‌المللی و جهانی بانکداری استفاده می‌کنند و شهروندان اختیار دارند که بر اساس سلائق خود، نظام بانکی را انتخاب و به آن اطمینان کنند. این امر در کشورهایی مانند مالزی و قطر دیده می‌شود و در این کشورها، عمده یا تمام بانک‌ها به جز یکی دو بانک از نظام جهانی بانکداری تبعیت می‌کنند و قوانین جهانی را مورد استفاده قرار می‌دهند. این موضوع وقتی جالب‌تر می‌شود که بدانیم، تعاملات بانکی ایران با بانک‌های غیر ایرانی از همان نظام‌ها و مقررات بانکداری جهانی پیروی می‌کند و به همین دلیل همواره تناقض پنهان در رفتار بانکی کشورمان وجود دارد؛ چنانکه بانکداران مجبور هستند رفتاری با مشتریان داخلی و ایرانی خود داشته باشند که از قوانین بانکداری بدون ربا پشتیبانی و تبعیت کند. در عین حال رفتاری با مشتریان غیر ایرانی و بانک‌های خارجی داشته باشند که از قوانین جهانی و بین‌المللی بانکداری اطاعت نماید. این تناقض البته دست‌اندر کاران، راهبردنویسان و مجریان بانکی کشور را دچار سردرگمی و نگرانی کرده است، به طوری که آنان واقعا نمی‌دانند که چگونه باید رفتاری ثابت و پایدار داشته باشند و برای اداره امور، توسعه کارها و فعالیت‌های پولی، تعامل بانکی داخل و خارج از کشور و موارد دیگر چگونه راهبردنویسند و هدف گذاری کنند. ■

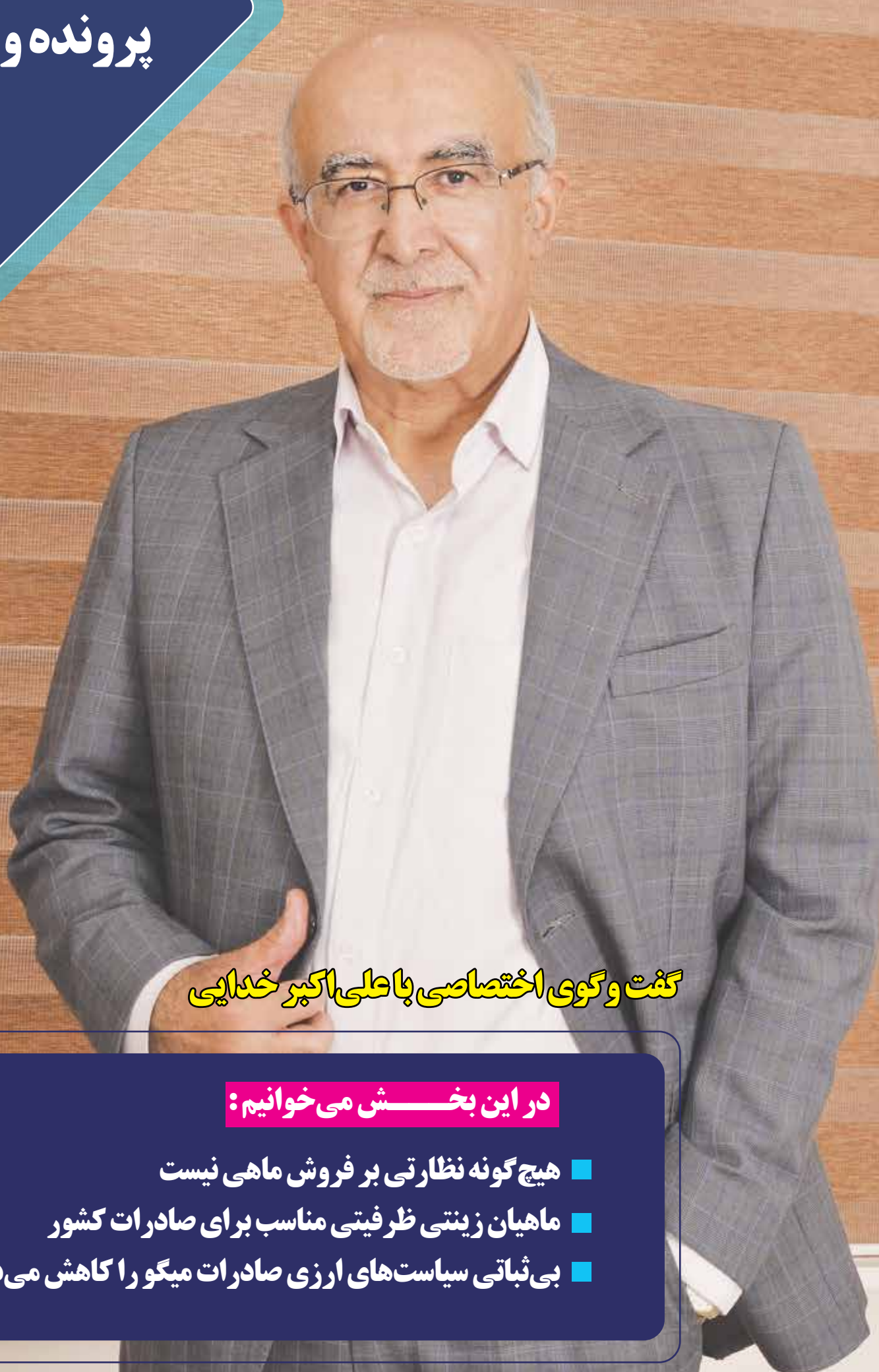
طرح اصلاح نظام بانکداری که در مجلس شورای اسلامی از قبل مطرح بود، اکنون برخی بندهای آن از تصویب نمایندگان گذشته و مراحل اجرای آن در دستور کار صحن علنی مجلس قرار دارد. در این باره نمایندگان، کار تدوین و نگارش این طرح را بر عهده گرفته و متنی قانونی را نوشته‌اند که البته مورد توافق دست‌اندر کاران نظام بانکداری قرار نگرفته است. آنچه که نظام بانکداری بدون ربا خوانده می‌شود، پس از وقوع انقلاب اسلامی در ایران تعریف و به کار گرفته شد. با این حال جالب است که برخی مفاد قانون اولیه نظام بانکداری کشور که در سال ۱۳۵۱ از تصویب مجلس شورای ملی گذشته بود، در اولین قانون نظام بانکداری جمهوری اسلامی ایران هم مورد توجه قرار گرفت و به کار گرفته شد. بر این اساس شاید بتوان قانون جدید را تکمیل، اصلاح و یا بازنویسی قانون بانکداری ربوی که پیش از انقلاب تصویب شده بود، دانست.

بعد از قانون اول نظام بانکداری، یک‌بار دیگر قانون بانکداری بدون ربا نوشته و تصویب شد، اما این قانون هم به عنوان یک قانون مستقل؛ بی نقص و مرجع شناخته نشد، بلکه این قانون هم در کنار دو قانون گذشته قرار گرفت و مکمل آن‌ها شد. در دوره حاضر انتظار آن بود که نمایندگان و در واقع بانک مرکزی جمهوری اسلامی، قانونی جامع و مانع تهیه و تصویب کنند که جمهوری اسلامی بتواند دو قانون گذشته را کنار بگذارد و این قانون جدید را، نه به عنوان سومین قانون نظام بانکداری، بلکه به عنوان تنها قانون بانکداری کشور بشناسد. در این صورت روشن است که این قانون، مرجع کامل فعالیت‌های پولی و بانکی کشور

تعاملات بانکی
ایران با بانک‌های
غیر ایرانی از همان
نظام‌ها و مقررات
بانکداری جهانی
پیروی می‌کند و به
همین دلیل همواره
تناقض پنهان
در رفتار بانکی
کشورمان وجود دارد



پرونده ویژه



گفت و گوی اختصاصی با علی اکبر خدایی

در این بخش می خوانیم:

- هیچ گونه نظارتی بر فروش ماهی نیست
- ماهیان زینتی ظرفیتی مناسب برای صادرات کشور
- بی ثباتی سیاست های ارزی صادرات میگو را کاهش می دهد

مدیرعامل شرکت دنیای زیر آب مطرح کرد

ماهیان زینتی ظرفیتی مناسب برای صادرات کشور

ثمانه نادری

اراده مجموعه دولت و حکومت برای کاهش شاخص بیکاری، ایجاد اشتغال از طریق احداث کارگاه‌های تکثیر و پرورش ماهیان زینتی در قالب کارگاه‌های زودبازده را از اهمیت زیادی برخوردار کرده است، به طوری که جوانان با فعالیت در این حرفه می‌توانند موجب اشتغال و درآمدزایی شوند. ماهیان زینتی به لحاظ زیبایی، تنوع رنگ و نقش‌های متفاوت، سرآمد هم‌نوعان خود در محیط‌های آبی هستند. امکان پرورش این ماهیان حتی در حجم اندک و صرف هزینه کم در منازل وجود دارد که منبع درآمدزایی خوبی به عنوان مشاغل خانگی محسوب می‌شود. بزرگ‌ترین مزیت پرورش ماهیان زینتی این است که به یک مکان بسیار وسیع برای کار نیاز نداشته و به راحتی در منازل قابل پرورش هستند و از آن می‌توان به عنوان یک فرصت اقتصادی بالقوه یاد کرد. به منظور آشنایی بیشتر با این حوزه، گفت‌وگویی با محمدسعید اسدی، مدیرعامل شرکت دنیای زیر آب انجام داده‌ایم که ماحصل آن را می‌خوانیم.

انواع ماهی در ایران افزایش یافت که دلیل آن هم، واردات گونه‌های شناخته‌نشده‌ای مانند ماهی‌های رامی نويز و انواع تترها بود که بنده وارد کرده بودم. در خصوص واردات تجهیزات آکواریوم نیز باید به این نکته اشاره داشته باشم که در ابتدا با برنرنا RENA فرانسه که یکی از بهترین برندهای دنیا به شمار می‌رود، وارد مذاکره شدم و به رغم اینکه نمایندگی بسیار غیرفعالی در ایران داشت، مجدداً این شرکت را فعال و با دریافت نمایندگی از این شرکت، آکواریوم‌های ساخته‌شده با کیفیت بالا را وارد کردم. شرکت دنیای زیر آب برگزارکننده اولین سمینار ماهی‌های زینتی در ایران بوده و در ادامه سه سمینار بین‌المللی با همکاری آقای بلهر نیز انجام شد که بنده هم دبیری این سمینارها را بر عهده داشتم. شایان ذکر است، میزان ارزآوری تجهیزات آکواریومی بیشتر از ماهی است و به طور متوسط هر هفته یک کامیون بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ میلیون از این تجهیزات به سمت عراق یا ترکیه ارسال می‌شود.

مهمترین ویژگی شرکت دنیای زیر آب که آن را از سایر شرکت‌های مشابه متمایز می‌کند، چیست؟

پایه و اساس فعالیت‌های این شرکت، بر اساس تحقیقات علمی است. شخصاً با حضور در تمام نمایشگاه‌های دنیا، به دنبال فناوری‌های جدید، نوآوری و خلاقیت بیشتر در زمینه فیلتراسیون، تکثیر و پرورش ماهی‌ها بودم. برای دستیابی به اهداف مورد نظر، در یک سفر به آمازون به مدت ۲ ماه، به دنبال رفتارشناسی دقیق و کامل نسبت به ماهی دیسکس بودم که این موضوع به صورت حرفه‌ای انجام شد. تکثیر گونه f2 این ماهی تفاوت این شرکت نسبت به دیگر شرکت‌ها را رقم می‌زند که در این زمینه با سفر به چندین کشور اروپایی با ماشین شخصی خود، از بهترین‌هایی که در زمینه تکثیر و پرورش این گونه ماهی تخصص داشتند، راهنمایی گرفتم و سعی کردم که بهترین نوع را تکثیر کنم، نه صرفاً ارزان‌ترین.



در خصوص چگونگی ورود خود به حوزه پرورش ماهیان زینتی توضیح دهید.

از سال ۱۳۷۲ با در اختیار داشتن یک آکواریوم در منزل، بر این باور نبودم که از این طریق درآمدی داشته باشم، ولی به مرور زمان به این نتیجه رسیدم که امکان درآمدزایی از طریق فعالیت در زمینه آکواریوم وجود دارد، بر همین اساس وارد این صنعت شدم و عملاً از سال ۱۳۷۷ به طور حرفه‌ای فعالیت خود را شروع کردم. در ابتدا فروشگاه‌هایی را به نام پیکاسو واقع در مرکز شهر شیراز، پاساژ داش اکل تاسیس کردم و با گذشت زمان، فعالیت‌ها افزایش پیدا کرد و با دریافت نمایندگی از کشورهایی مانند فرانسه، ایتالیا و... واردات تجهیزات آکواریومی را آغاز کردم. به منظور توسعه فعالیت‌های خود، در اغلب نمایشگاه‌های دنیا شرکت می‌کردم تا با تجهیزات و سیستم‌های جدید فیلتراسیون و ماهی‌های جدید آشنا شوم. بیشتر ماهی‌های وارداتی توسط بنده از طریق کشورهای مالزی و سنگاپور بود که تا آن زمان هنوز وارد کشور نشده بود. پس از مدتی تنوع



شرکت دنیای زیر آب چه طرح توسعه‌ای دارد؟

هم‌اکنون یکی از طرح‌های توسعه‌ای این شرکت، احداث شرکتی به نام «آکواستر» در کشور عمان است که در این زمینه با مجموعه شیلات عمان در حال همکاری هستیم و در نظر داریم یک مرکز پرورش ماهی دیسکس، انجیل، دلقک‌های بومی و همچنین یک موزه جدید را در این کشور راه‌اندازی کنیم که امیدواریم هرچه سریع‌تر به بهره‌برداری برسد. مهمترین هدف ما این است که به دیگر کشورها صادرات داشته باشیم و از طرفی، یک پایگاه نیز در عمان راه‌اندازی کنیم.

به منظور فعالیت در بازارهای خارجی چه موانعی وجود دارد؟

در حال حاضر تا حدودی در زمینه صادرات فعالیت داریم، ولی به دلیل برخی از مشکلات، صادرات چندانی نداریم، در حالی که پتانسیل بسیار خوبی برای صادرات ماهی دیسکس وجود دارد. قابلیت صادرات این نوع ماهی از طریق مرزهای زمینی به کشورهای ترکیه و عراق وجود دارد، اما در نظر داریم که این کار از طریق هوایی انجام شود و اگر بحث مجوزها و گواهی‌های صادرات به سرانجام برسد، قطعاً وابستگی به نفت بسیار کمتر می‌شود، چرا که هم‌اکنون یک ماهی دیسکس، معادل ۱۳۰ دلار فروش می‌رود، یعنی تقریباً دو برابر قیمت یک بشکه نفت. ناگفته نماند، تاکنون ایران واردکننده ماهی‌های زینتی بوده و تقریباً تبه دهم را در بین کشورها در اختیار دارد، اما در زمینه صادرات جایگاه مناسبی نداریم.

شرکت‌های صادرکننده ماهیان زینتی با چه مشکلاتی مواجه هستند؟

متأسفانه هماهنگی مناسبی بین ایران و کشورهای مقصد برای صادرات وجود ندارد و مسئولان مربوطه هم هیچ‌گونه همکاری ندارند، بلکه سخت‌گیری‌های زیادی وجود دارد. در این مسیر بهانه‌تراشی‌هایی مثل تهیه مدارک اضافه، اتفاق می‌افتد تا عملاً خود شخص از صادرات چشم‌پوشی کند. از سوی دیگر، امکان حمل موجودات زنده از طریق هوایی امکان‌پذیر نیست، در حالی که انجام این کار، جزو وظایف بین‌المللی به شمار می‌رود. به عنوان مثال، صادرات ماهی به کشورهایمانند عمان باید از طریق خطوط هوایی کشور قطر صورت گیرد که باعث دوبرابر شدن هزینه‌های شود. شایان ذکر است، در حوزه آب شیرین حدود ۴ هزار و ۶۰۰ گونه ماهی در دنیا شناخته شده و در ایران نیز حدود ۲۵۰ گونه ماهی وجود دارد که این موضوع فرصت مناسبی برای انجام فعالیت‌های صادراتی است. البته ناگفته نماند که مسئولان شیلات خصوصاً استان فارس و شیراز همکاری‌های خوبی در این زمینه داشته‌اند که باید از آنان تشکر کرد.

آیا مسئولان مربوطه نگاه حمایتی به این فعالیت دارند؟

متأسفانه مسئولان ذی‌ربط که در زمینه ماهیان زینتی در دامپزشکی فعالیت دارند، هیچ اطلاعی در خصوص این ماهی‌ها ندارند و تمام قوانین مربوط به مرغ، گوسفند و... را برای ماهیان زینتی هم اجرامی کنند و این موضوع مشکلات عدیده‌ای را به وجود آورده است. به عنوان مثال، صادرات ماهیان زینتی در کشوری مانند سنگاپور، معادل صادرات نفت ایران است. امیدواریم که مدیران نگاه ویژه‌ای به این حوزه داشته باشند تا فعالان این صنعت بتوانند بیشتر به کار خود ادامه دهند. ■

مدیرعامل شرکت آبریان تجارت مطاف

بی‌ثباتی سیاست‌های ارزی صادرات می‌گوراکاهش می‌دهد

سعید عدالت‌جو

با وجود آنکه که کشورمان ظرفیت‌های زیادی در زمینه تولید و پرورش آبریان دارد، اما بسترهای رشد این بخش به دلیل نبود سیاست‌گذاری‌های جامع و عدم حمایت نهادهای دولتی فراهم نشده است. از سوی دیگر، بسیاری از تولیدکنندگان هنوز به تکنولوژی و دانش روز در زمینه پرورش آبریان دسترسی نداشته و همین امر آن‌ها را از رقابت با دیگر کشورها عقب‌نگه داشته است. با توجه به این موضوع به سراغ اسماعیل مومنی، مدیرعامل شرکت آبریان تجارت مطاف رفته و با وی گفت‌وگویی داشتیم. مومنی در حوزه فرآوری و صادرات آبریان فعالیت داشته و در حال حاضر به کار پرورش آبریان از مرحله تکثیر تا صادرات مشغول است. مشروح این مصاحبه در ادامه می‌آید.

چه موضوعی فعالیت‌های این شرکت را به سمت صادرات پیش برده است؟

شرکت آبریان تجارت مطاف از ابتدای شروع کار روی بازار داخل برنامه‌ریزی نداشته و با هدف صادرات راه‌اندازی شده است. همان‌طور که ذکر شد، عمده‌ترین مقاصد صادراتی این شرکت نیز کشورهایمانند تایلند، مالزی، چین و شرق آسیا بوده و طی چند سال اخیر تعاملات خوبی را با کشور روسیه، ارمنستان و گرجستان برقرار کرده است. علاوه بر این، این شرکت به کشورهای ترکیه، اسپانیا، امارات، قطر، عمان، بنگلادش و سریلانکا صادرات دارد.

بازار داخل تا چه اندازه از محصولات این شرکت استقبال کرده است؟

از آنجایی که بازار داخل بیشتر به سمت استفاده از ماهی قزل‌آلا و موارد مشابه گرایش داشته و از طرفی، نسبت به ماهی جنوب آشنایی ندارد، عمده آبریان پرورشی شرکت آبریان تجارت مطاف به کشورهای دیگر صادر می‌شود، از این‌رو همان‌طور که ذکر شد، تمرکز عمده فعالیت‌های آن بر موضوع صادرات است.

مهمترین ویژگی شرکت آبریان تجارت مطاف نسبت به شرکت‌های مشابه چیست؟

یکی از اصول مهم برای ماندگاری در بازارهای خارجی؛ در دسترس بودن، عرضه مستمر کالا و تضمین کیفیت است. برای مثال، مشتری باید بداند که این محصول در سال‌های آینده و البته با کیفیت بالاتری نیز به دست او خواهد رسید، از این‌رو این شرکت نیز در تلاش است تا هر سال نسبت به سال پیش عملکرد مناسب‌تری در عرضه محصولات خود داشته و کیفیت آن را افزایش دهد. از سوی دیگر، شرکت آبریان تجارت مطاف در همین راستا بسته‌بندی محصولات را در هر کشوری متناسب با نیاز آن انجام می‌دهد.



در خصوص فعالیت‌های شرکت آبریان تجارت مطاف توضیح دهید.

این شرکت با هدف پرورش و صادرات آبریان در سال ۱۳۹۷ تاسیس و در سال ۱۳۹۹ با صادرات ۱۰ هزار و ۵۰۰ تن ماهی به عنوان صادرکننده برتر کشور شناخته شد. این شرکت در سال ۱۴۰۰ نیز ۶ هزار و ۵۰۰ تن آبریان در گونه‌های متنوع صادرات داشته و هم‌اکنون نیز به حدود ۱۴ کشور دنیا به‌طور مستقیم صادرات دارد. همچنین شرکت آبریان تجارت مطاف ضمن مالکیت چندین کشتی صیادی، در سه کشور تایلند، عمان و امارات دفتر بازاریابی دایر کرده است، با این حال در شرایط کنونی به دلیل سیاست‌های دولت، فعالیت‌های این کشتی‌ها متوقف و در زمینه صادرات نیز با مشکلاتی روبه‌رو است. شایان ذکر است، مهمترین حوزه جغرافیایی فعالیت شرکت آبریان تجارت مطاف مناطق چابهار، میناب، بندر، بوشهر و... بوده و از این طریق در منطقه جنوب زمینه اشتغال ۲۸۰ نفر را به‌طور دائم و حدود ۸۰۰ نفر را به صورت موقت فراهم کرده است.

آیا این شرکت به اهداف تعیین شده دست پیدا کرده است؟

شرکت آبیان تجارت مطاف هنوز به اهداف تعیین شده خود دست پیدا نکرده، اما به طور کل پیشرفت‌های خوبی داشته است. یکی از موانع موجود برای تحقق اهداف این شرکت در حال حاضر سیاست‌های اشتباه و برنامه‌های فاقد بررسی دقیق است که به عنوان نمونه می‌توان به سیاست رفع تعهد ارزی اشاره کرد. اگرچه این شرکت و شرکت‌های مشابه ملزم به رفع ۹۰ تا ۱۰۰ درصدی تعهد ارزی هستند، اما سوبسیدی متناسب با آن دریافت نمی‌کنند، در حالی که دولت در بخش‌های دیگر مانند پتروشیمی و فولاد، مواد اولیه را با قیمت یارانه‌ای در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد. متأسفانه در کشورمان حمایت اصلی به جای صادر کننده از وارد کننده صورت گرفته و همین موضوع که نمونه آن روند بازگشت ارزهای صادراتی است، دسترنج صادر کنندگان را هدر می‌دهد.

شرکت آبیان تجارت مطاف تاکنون چه دستاوردهایی را به همراه داشته است؟

یکی از این دستاوردها صادرات آبیان به کشورهای اروپایی است که اقدام ارزشمندی نیز محسوب می‌شود. نکته دیگر، به همکاری‌های این شرکت با شرکت‌های روسی و تلاش برای صادرات به آن‌ها می‌گردد، چرا که حمل کالا به روسیه در بازه زمانی کوتاه‌تری صورت می‌گیرد.

چه برنامه‌ای برای دانش بنیان شدن در پیش گرفته اید؟

یکی از بحث‌های مورد توجه شرکت آبیان تجارت مطاف، حرکت به سمت فعالیت‌های دانش بنیان و تولید میگو بر اساس استانداردها و الگوهای این بخش است، بر همین اساس با شرکت دانش بنیان وارد مذاکره شده تا کیفیت میگوهای مانند میگوی سرقرمی را کاهش دهیم که خوشبختانه با استقبال این شرکت‌ها نیز مواجه شده است.

تولیدات این حوزه تا چه اندازه با تولیدات دیگر کشورها قابل رقابت است؟

با توجه به گرانی مواد اولیه و عدم دسترسی به تکنولوژی‌های روز، این تولیدات قابل رقابت نیست. برای مثال، قیمت تمام شده محصولات داخلی در زمینه پرورش آبیان در قیاس با قیمت‌های جهانی بسیار بالا بوده و مسائلی مانند رفع تعهد ارزی هم این چالش را چندین برابر می‌کند، به طوری که در سال جاری به دلیل همین مساله، بخشی از آبیان به کشور چین صادر نشد و باعث شد تا به منظور جبران این خلأ در صدد جایگزینی بازار کشور روسیه با چین باشیم.

مهمترین چالش‌های پیش روی این فعالیت کدام است؟

یکی از این چالش‌ها، سیاست‌گذاری‌های اشتباه دولت است. به عنوان مثال دولت، این شرکت و شرکت‌های مشابه را وادار به پرداخت عوارض آب کرده، در حالی که آن‌ها از آب شور استفاده می‌کنند. نکته دوم همان طور که ذکر شد، رفع تعهدات ارزی و مسائل مربوط به تحریم و هزینه‌های آن است. در شرایط فعلی کرایه حمل بسیار بالا رفته و هزینه برگشت ارز نیز به صادر کنندگان تحمیل می‌شود، در نتیجه فشار مضاعفی روی دوش تولید کنندگان قرار دارد.

چه راهکاری برای حل این مشکلات پیشنهاد می‌کنید؟

یکی از این راهکارها بررسی دقیق سیاست‌ها قبل از تدوین آن است. برای مثال، قانون‌گذاران باید قبل از تدوین و ارائه قوانین به جزئیات آن توجه کافی داشته باشند تا شاهد مواردی مانند اخذ عوارض از شرکت‌های فعال در حوزه پرورش آبیان نباشیم، اما در شرایط کنونی به دلیل عدم توجه به این موضوع حتی پیگیری‌های وزارت جهاد هم به نتیجه نرسیده است. یکی دیگر از راهکارها این است که شورای سیاست گذاری ارزی هر کالایی را با توجه به شرایط ویژه خود بررسی کند، در حالی که هم‌اکنون سیاست‌ها برای همه کالاها به صورت یک دست تدوین می‌شود.

شیوع کرونا چه پیامدهایی برای این صنعت به همراه داشته است؟

قطعا در این مقوله صنعت آبیان خارج از صنایع دیگر نیست. در برهه شیوع کرونا و سخت‌گیری‌های مرتبط با آن، قیمت میگو تا اندازه قابل توجهی کاهش یافت و تولید کنندگان نیز به شدت متضرر شدند. البته قیمت میگو در سال گذشته تا حدی افزایش یافته و با آزاد شدن نرخ نهاده‌ها بیشتر شد، با این وجود هنوز کل میگوی تولید شده در کشور، یک درصد میگوی کل دنیا را شامل می‌شود، در حالی که کشورهایی مانند چین، ویتنام، اکوادور و... ۸۰ درصد نیاز دنیا را در این مقوله تامین می‌کنند.

چه چشم‌اندازی را پیش روی این صنعت متصور هستید؟

اگر مانند سال‌های گذشته شاهد تداوم افزایش نرخ ارزی و بی‌ثباتی‌های آن باشیم، قطعا مقدار میگوهای تولیدی در کشور نیز کاهش یافته و قیمت تمام شده بالا منجر به از دست رفتن بازارهای خارجی آن می‌شود، چرا که خوراک آبیان و مواد اولیه تولید آن به طور کلی هزینه تمام شده پایینی در کشورهای دیگر داشته و از کیفیت بسیار بالایی نیز برخوردار است.

و سخن آخر...

برای حرکت در مسیر رشد تولید، قطعا باید چالش‌ها و مشکلات پیش رو را حل کرد. باید سیاست‌ها و قوانین مرتبط با پرورش میگو و آبیان اصلاح شده و مواردی را با آن جایگزین کرد که متناسب با نیازهای این دو بخش باشد، در غیر این صورت شاهد تغییر ملموسی در وضعیت این بخش نبوده و در حالت بدبینانه وضعیت بدی در انتظار آن خواهد بود. ■

اگر مانند سال‌های گذشته شاهد تداوم افزایش نرخ ارز و بی‌ثباتی‌های آن باشیم، قطعا مقدار میگوهای تولیدی در کشور نیز کاهش یافته و قیمت تمام شده بالا منجر به از دست رفتن بازارهای خارجی آن می‌شود



مدیرعامل شرکت پرهام صیدروماک

هیچ گونه نظارتی بر فروش ماهی نیست

عارف فغانی

افزایش قابل توجه قیمت ماهی، این مواد غذایی ضروری را از سبد بسیاری از خانواده‌ها حذف کرده و از طرفی موجب شده تا تولیدکنندگان هزینه زیادی برای تولید تن ماهی پرداخت کنند، در حالی که قیمت این محصول توسط نهادهای نظارتی سرکوب شده است. موضوع دیگر به صید ناکافی ماهی بازمی‌گردد که ریشه در استفاده صیادان کشورمان از روش‌های سنتی دارد. محسن سرحدی، مدیرعامل شرکت پرهام صیدروماک که از سال ۱۳۸۰ وارد کار توزیع و پخش مواد غذایی و سپس در سال ۱۳۹۰ به تولید کنسرو ماهی روی آورده، معتقد است: «از آنجایی که ماهی‌ها به سه دسته زرد، اسبک و گیدر تقسیم می‌شوند، کار تولید نیز بر اساس این دسته‌بندی و از طریق صید ماهی از آب‌های خلیج فارس، دریای عمان و چابهار انجام می‌شود، اما متأسفانه یکی از چالش‌های این کار، عدم استفاده از تجهیزات مدرن و روش‌های صنعتی صید می‌باشد که طی چندسال اخیر به دلیل صید فراوان توسط کشورهای همسایه با کمبود ماهی در مناطق یادشده مواجه شده‌ایم.» ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

کنونی سندیکای صنایع کنسرو، برای همه شرکت‌های رعایت‌کننده استانداردهای کیفی و همچنین شرکت‌های بی‌توجه به موضوع کیفیت، یک نرخ تعیین کرده، در حالی که هزینه‌های این دو گروه با هم قابل قیاس نیست.

چه تدابیری برای حل این مشکلات اتخاذ کرده‌اید؟

در حال حاضر متأسفانه چاره‌ای جز صبوری نیست. از آنجایی که کنسرو ماهی در شمار کالاهای اساسی زندگی مردم قرار دارد، باید در روند تامین مواد اولیه و تولید آن حمایت‌های زیادی از سوی دولت صورت گیرد. به عنوان مثال، هم‌اکنون قیمت کنسرو ماهی باید حداقل ۳۵ هزار تومان تعیین شود، در غیر این صورت شاهد تداوم روند بیکاری تولیدکنندگان تن ماهی یا توقف فعالیت‌های آنان خواهیم بود. البته شرکت‌های فعالی همچون شرکت پرهام صیدروماک در تلاش هستند تا تحت هر شرایطی موجودیت خود را حفظ کنند، اما این تلاش‌ها در صورت عدم حمایت‌های دولت و با تداوم وضعیت بد کنونی، یک جایی متوقف خواهد شد.

در روند قیمت‌گذاری کنسرو چه اصولی باید مدنظر قرار گیرد؟

از آنجایی که با حذف ارز نیمایی قیمت ماهی از کیلویی ۳۰ هزار تومان به ۶۰ الی ۸۰ هزار تومان رسیده، قیمت تن ماهی نیز باید تغییر پیدا کند، اما متأسفانه نه تنها چنین کاری انجام نشده، بلکه نظارتی جدی بر روند عرضه ماهی و قیمت‌گذاری آن نیست. با توجه به این موضوع، تن ماهی از سبد بسیاری از خانوار حذف شده و ۷۰ درصد آن نیز به دیگر کشورها صادر می‌شود.

آیا تلاشی برای تغییر قیمت این محصول از سوی سندیکای صنایع کنسرو ایران صورت گرفته است؟

شرکت پرهام صیدروماک و بسیاری دیگر از شرکت‌ها عضو این سندیکا بوده و جلسات متعددی هم با مسئولان وزارت صمت و مدیران این حوزه برگزار شده، اما هنوز اقدام خاصی در روند تغییر قیمت صورت نگرفته و حتی پیگیری‌ها نیز به نتیجه نرسیده است. البته به تولیدکنندگان قول داده شده که با توجه به افزایش صید ماهی تغییری در روند قیمت کنسرو ایجاد



کمبود ماهی و چالش‌های موجود چه تاثیری در روند عرضه محصولات شرکت پرهام صیدروماک داشته است؟

طبیعتاً این موضوع موجب افزایش شدید قیمت ماهی و به تبع آن کنسرو ماهی می‌شود. از سوی دیگر، تحریم‌ها و مشکل تامین درب قوطی که از سال ۱۳۹۵ به عنوان محصولی وارداتی شناخته می‌شود نیز در روند تولید تن ماهی اثر منفی داشته است، با این حال شرکت پرهام صیدروماک در تلاش بوده تا با برنامه‌ریزی‌های درست این مشکل را تا حدی برطرف کند. البته از سال ۱۳۹۸ واحدهایی به منظور تولید درب قوطی کنسرو احداث شده که باز هم این محصول را با قیمتی بسیار بالا به تولیدکنندگان عرضه می‌کنند، بر همین اساس یکی از چالش‌های مهم این فعالیت، عدم دسترسی آسان به مواد اولیه است. علاوه بر این، حذف ارز ترجیحی از کالایی مانند روغن که افزایش ۵۰۰ درصدی قیمت آن را به همراه داشته نیز در افزایش هزینه‌های تولید شرکت پرهام صیدروماک و پیرو آن، قیمت کنسرو ماهی اثرات بدی داشته است. قیمت‌گذاری دستوری نیز چالش تولیدکنندگان ماهی را چند برابر کرده است. برای مثال، در شرایط



این شرکت چه ویژگی‌های منحصر به فردی نسبت به دیگر شرکت‌های مشابه دارد؟

از جمله ویژگی‌های محصولات شرکت پرهام صید روماک، طعم و مزه خوب تن ماهی تولیدی آن است که در اکثر مواقع موافق سلیقه و نظر مشتریان است. برای مثال، برای بهتر شدن طعم تن ماهی یک قانونی وجود دارد که می‌گوید، "بعد از تولید این محصول باید آن را تا ۱۴ روز در قرنطینه نگه داشت." با وجود آنکه بسیاری از شرکت‌ها به این قانون پایبند نیستند، شرکت پرهام صید روماک تا ۲۸ روز تن ماهی را در قرنطینه نگه می‌دارد که این موضوع باعث نفوذ زیاد چربی به گوشت ماهی شده و آن را خوشمزه‌تر می‌کند. نکته دیگر یک دست بودن و عدم وجود تیرگی در گوشت تن ماهی است.

در دوران شیوع کرونا چه مشکلاتی برای عرضه تن ماهی به وجود آمد؟

در این دوران این محصول نیز مانند بسیاری از محصولات دیگر محدودیت‌ها و چالش‌هایی داشت. مهم‌تر از همه شایعه وجود ویروس کرونا در تن ماهی بود که بسیاری از مشتریان را نسبت به خرید این محصول فراری داد، اما پس از آن با صحبت‌های وزیر بهداشت و رفع این ابهام، بازار تن ماهی نیز تا حدودی از رکود خارج شد.

عملکرد ایران در زمینه صید ماهی نسبت به کشورهای همسایه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اگر ا عراق نباشد، باید گفت که اکثر ماهیان در یاهای آزاد اطراف کشورمان توسط همسایگان جaro شده است، چرا که که کشورهایی مانند عمان از شیوه‌های صنعتی با ظرفیت صید قابل توجه ماهی استفاده می‌کنند. استفاده از شیوه‌های سنتی در کشورمان موجب شده تا تعداد کمی ماهی صید شود و ضربه بزرگی به صنعت تن ماهی وارد کند، در حالی که هم‌اکنون در کشورمان محصولاتی با کیفیت و طعم عالی و حتی با قابلیت صادرات به کشورهای اروپایی، آمریکا و آفریقا تولید می‌شود.

آیا تن ماهی از کشورهای دیگر وارد می‌شود؟

از آنجایی که سلیقه و ذائقه ایرانی‌ها با مردم دیگر کشورها متفاوت است، معمولاً تن ماهی‌های خارجی مورد استقبال بازار داخلی قرار نمی‌گیرد. هر چند باید دانست، در حال حاضر محصولات تن ماهی کشورمان در رتبه ۱۰ بهترین محصولات دنیا قرار گرفته و تنها یک تریلی از آن حدود ۲۰۰ هزار دلار ارزی دارد.

چه چشم‌اندازی را پیش روی این صنعت متصور هستید؟

اگر در ساختار مدیریتی کشور تغییر مهمی برای کاهش نرخ تورم صورت گیرد، قطعاً شرایط خوبی نیز ایجاد می‌شود، اما با تداوم وضع موجود، کارخانه‌ها روز به روز حذف شده و هر چه به جلو پیش می‌رویم، با کمبود تن ماهی مواجه خواهیم شد. تنها در صورتی برای تولیدکنندگان مشکلی پیش نمی‌آید که در کنار دریا مستقر بوده و پتانسیل صید ماهی را داشته باشند.

و سخن آخر...

دولت باید از صنعت ماهی که ارزآوری خوبی برای کشور و نقش مهمی در تأمین نیاز بازار داخلی دارد، حمایت کند، در غیر این صورت شاید این محصول غذایی مانند ماهی‌های خاویار از سبد خانوار حذف شود. هم‌اکنون افراد زیادی در این صنعت مشغول به کار هستند که با استفاده از ظرفیت‌های موجود در آب‌های آزاد خلیج فارس و دریای خزر می‌توانند بخش زیادی از نیاز بازار به محصول تن ماهی را برطرف سازند، بر همین اساس باید بستر را برای رشد آنان فراهم کرد. ■

شود که در صورت اجرایی شدن، از آن می‌توان به عنوان یک اقدام مثبت از سوی سندیکای صنایع کنسرو ایران یاد کرد.

غیر واقعی بودن قیمت‌ها چه پیامدهایی بر فعالیت شرکت پرهام صید روماک داشته است؟

این شرکت برای ادامه فعالیت در چنین شرایطی زیان‌ها و خسارت‌های زیادی را متحمل شده و به همین دلیل منتظر گشایش افق‌های روشن است. به اعتقاد بنده، اگر قرار است که دولت قیمتی برای کنسرو ماهی در نظر بگیرد، این قیمت حداقل باید ۴۴ هزار تومان باشد، در حالی که هم‌اکنون ۲۷ هزار و ۶۶۰ تومان تعیین شده و هیچ‌گونه صرفه اقتصادی برای تولیدکننده ندارد. موضوع دیگر، کاهش فروش تن ماهی است که موجب تشویق تولیدکنندگان به صادرات این محصول شده و با توجه به قیمت بسیار پایین آن برای کشورهای دیگر با استقبال زیادی نیز روبه‌رو است. به‌طور کل باید گفت، از آنجایی که نظارتی بر قیمت ماهی نیست، تمایل به صادرات بیشتر شده و مصرف داخلی تن ماهی نیز به ۳۰ درصد رسیده است.

چه اقدامی در راستای شعار حمایت از تولید صورت گرفته است؟

متأسفانه هیچ اقدام اثربخشی انجام نشده و خیلی از واحدهای تولیدی تعطیل شده‌اند. شایان ذکر است، افزایش قیمت ماهی شرایط را برای بسیاری از تولیدکنندگان سخت کرده و بازار داخلی این محصول نیز در حال کوچک شدن است، در حالی که دولت باید از این غذای سالم و به صرفه حمایت کرده و از گران‌فروشی ماهی یا افزایش خودسرانه قیمت آن جلوگیری کند.

عرضه تن ماهی‌های تقلبی در بازار تا چه اندازه صحت دارد؟

به هیچ عنوان فیلم‌هایی که در فضای مجازی به عنوان تن ماهی تقلبی دست به دست می‌شود، صحت ندارد. برای مثال، هم‌اکنون یک مدل ماهی به نام اسبک یا مالیر برای تولید کنسرو ماهی استفاده شده که خاصیت ایلیافی داشته و به پنبه شباهت دارد، از این رو بسیاری از مردم با مشاهده آن ممکن است گرفتار خطا شوند، اما در واقعیت فاصله زیادی بین این دو یعنی بافت بدن ماهی اسبک با پنبه وجود دارد. به اعتقاد بنده، باید در این زمینه به درستی اطلاع‌رسانی کرد تا شاهد ریزش بخشی از مشتریان به دلیل این شایعه‌ها نباشیم.

تا چه اندازه به کیفیت پایبند هستید؟

یکی از خط‌قرمزهای شرکت پرهام صید روماک، رعایت استانداردهای کیفی است که در راستای آن بر نامه‌های زیادی در دستور کار قرار گرفته است. این شرکت در نظر دارد تا با تولید کنسروهای گوشتی و غیر گوشتی مانند خوراک لوبیا، انواع خورشت‌ها و احداث واحدهای تولید آبمیوه و نوشیدنی تا پایان سال بخشی از اهداف توسعه‌ای خود را پیش برده و اجرایی نماید که امیدوارم به لطف خداوند تأثیر مثبتی در فرآیند فعالیت‌های شرکت پرهام صید روماک داشته باشد.

محصولات این شرکت هم‌اکنون به چه کشورهایی صادر می‌شود؟

این محصولات به کشورهایمانند افغانستان، پاکستان، عراق، قطر و به تازگی نیز به کشورهای امارات صادر شده و در داخل نیز از طریق نمایندگی‌های فروش عرضه می‌شود. لازم به یادآوری است، در حال حاضر خیلی از شرکت‌های پخش به دلیل گرانی، توان پرداخت پول یک ماشین تن ماهی را ندارند و همین موضوع موجب شده، شرکت پرهام صید روماک در روند توزیع بیشتر به سراغ شرکت‌های توانمند و با بنیه مالی قوی برود.

دبیر اتحادیه تولید و تجارت آبریان ایران

فرهنگ تولید صادراتی آبریان کشور را ارتقاء می‌دهیم

محمد جعفری

صیادی در ایران سابقه دور و درازی دارد، به طوری که یکی از منابع اصلی امرار و معاش ساکنان مناطق جنوبی و شمالی کشور، همواره صید ماهی و آبریان بوده است. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، سازمان شیلات و بخش خصوصی، گام‌های بلندی را در مسیر توسعه آبری‌پروری برداشته‌اند و این اقدامات، ایران را به کشوری توانمند در زمینه صادرات آبریان به بازارهای جهانی تبدیل کرده است. اگرچه موانع مختلفی پیش روی صاحبان صنایع آبری‌پروری در کشور قرار دارد، اما علی‌اکبر خدایی، دبیر اتحادیه تولید و تجارت آبریان ایران معتقد است: «با توسعه پرورش تیلاپیا، میگو و ماهیان در قفس، می‌توانیم به افزایش صادرات آبریان در سال‌های آتی امیدوار باشیم.» مشروح مصاحبه با وی را در ادامه می‌خوانید.

اتحادیه تولید و تجارت آبریان ایران در چه تاریخی تاسیس شد؟

این اتحادیه در سال ۱۳۷۶ در اتاق بازرگانی تحت عنوان صادرکنندگان آبریان ایران تاسیس شد، اما از آنجایی که اعضای اتحادیه در بازار داخلی، واردات و صنایع شیلاتی هم فعالیت داشتند و اتحادیه پیگیر مشکلات آن‌ها بود، نام اتحادیه را به «تولید و تجارت آبریان ایران» تغییر دادیم. اعضای این اتحادیه را صادرکنندگان، واردکنندگان انواع آبریان، صنایع کنسروسازی، تولیدکنندگان خوراک آبریان و صنایع مرتبط نظیر توربافی و سازندگان قفس‌های دریایی، سردخانه‌داران، واحدهای فرآوری و توزیع کنندگان داخلی تشکیل می‌دهند. بنده از سال ۱۳۸۹ تاکنون به عنوان دبیر این اتحادیه فعالیت دارم.

اهداف اولیه اتحادیه چه بود و آیا این اهداف محقق شده‌اند؟

هدف اولیه اتحادیه تولید و تجارت آبریان ایران این بود که صدای فعالان این صنعت را به گوش مسئولان برساند. همچنین زمینه‌سازی جذب سرمایه، بسترسازی انتقال دانش و تکنولوژی و روزآمد کردن واحدهای فرآوری، صنایع مرتبط و صادرکنندگان محصولات به جهان و توسعه بازار از جمله اهداف اتحادیه به‌شمار می‌آمد که خوشبختانه بسیاری از این اهداف محقق شده است. به عنوان مثال، صادرات میگو پرورشی به کشور چین، سالیان سال ممنوع بود و برای صادرات به این کشور، محصولات خود را با قیمتی پایین تر از راه‌های غیر معمول ارسال می‌کردیم، اما در سال ۱۳۹۸ با پیگیری‌هایی که اتحادیه در این زمینه داشت، تفاهمنامه قرنطینه دامی بین ایران و چین در حوزه آبریان منعقد شد. این تفاهمنامه تنها در بخش آبریان است که موفقیت بزرگی به‌شمار می‌آید و حاصل سفر مشترکی بود که به همراه وزیر وقت جهاد کشاورزی و رئیس سازمان دامپزشکی به کشور چین داشتیم. همچنین تا قبل از سال ۱۳۹۳ هیچ صادراتی به روسیه نداشتیم، ولی با پیگیری‌های لازم، دعوت از کارشناسان، ترجمه، تهیه گزارش‌ها و پذیرش هزینه‌های مربوطه، به تفاهمنامه قرنطینه‌ای رسیدیم و مسیر صادرات به این کشور باز شد. علاوه بر این، در میان محصولات



درباره سابقه فعالیت و نحوه ورودتان به حوزه آبری‌پروری توضیح دهید.

سال ۱۳۶۸ که مطالعات اولیه پرورش میگو در کشور آغاز شد، جزو اولین نفراتی بودم که به این حوزه وارد شدم. در آن مقطع، هیچ دانش و اطلاعاتی برای این کار وجود نداشت، به همین دلیل در سفر به چند کشور آسیای شرقی و حضور در دوره‌های آموزشی برای کسب دانش، در چندین کنفرانس بین‌المللی شرکت داشتم و در ایران هم نمایندگان فائو را همراهی کردم. در سال ۱۳۷۰، سازمان شیلات از یک شرکت مشاور فرانسوی درخواست کرده بود تا در زمینه پرورش میگو در ایران تحقیق کند که همراه آنان بودم و کارشناسان آن شرکت، منطقه تیاب میناب را به عنوان بهترین منطقه برای این کار معرفی کردند. بر همین اساس اولین شرکت پرورش میگو در ایران را با نام «پرشین پُران» در سایت تیاب جنوبی راه‌اندازی کردم. در حال حاضر نیز به عنوان دبیر اتحادیه تولید و تجارت آبریان ایران فعالیت دارم.

پروتئینی دامی، تنها صنف تولیدات آبزیان می‌توانند محصولات خود را به اتحادیه اروپا صادر کنند. رسیدن به این جایگاه و گرفتن کد EC هزینه‌های زیادی را برای صاحبان واحدهای فرآوری به همراه داشت و اتحادیه نیز از این اقدامات حمایت کرد. البته هنوز راه‌های نرفته زیادی وجود دارد که مهمترین آن، ایجاد کنسر سیوم صادراتی و تولید با برند است که به دنبال تحقق آن هستیم.

آیا صنعت شیلات همگام با دانش و فناوری‌های روز در حرکت است؟

یکی از امتیازات صنعت شیلات در ایران، جوان بودن آن است. قبل از پیروزی انقلاب اسلامی، فعالیت‌ها در قالب صیادی دنبال می‌شد و تولیدات آبزی پروری از ۴۰ هزار تن در سال فراتر نمی‌رفت، ولی این رقم امروز به ۵۰۰ هزار تن رسیده است. جوان بودن شیلات باعث شده که از فناوری‌های روز دنیا عقب نباشیم و ارتباط خود را با کشورهای پیشرو، دانشگاه‌ها و مراکز علمی دنیا حفظ کنیم. پرورش دهندگان اقلام صادراتی دائماً در حال سفر به کشورهای دیگر، گذراندن دوره‌های آموزشی و شرکت در دوره‌های دانش‌افزایی هستند. در واقع ضریب نفوذ دانش در حوزه آبزیان، ضریب بالایی است، هر چند که هنوز کافی نیست. یکی از مسائلی که وجود دارد، قطع شدن ارتباط موثر میان موسسه تحقیقات شیلات و دانشگاه‌ها با بدنه صنعت است. متأسفانه در سال‌های اخیر به دلیل کاهش بودجه‌های تحقیقاتی، نیاز فعالان این بخش برآورده نشده، اما این خلأ با ورود و تاسیس شرکت‌های دانش‌بنیان تا حدودی پر شده است.

اتحادیه تولید و تجارت آبزیان ایران برای توسعه آبزی پروری در کشور چه طرح‌هایی دارد؟

با توجه به اینکه ایران کشور کم‌آبی است و بحران آب در سال‌های اخیر بسیار جدی بوده، مطابق با برنامه‌ریزی‌های انجام شده، حرکت آبزی پروری در حوزه آب‌های شیرین تا سال ۱۴۰۵ در جهت ارتقاء کیفی محصولات خواهد بود و توسعه کمی را در حوزه آبزی پروری در آب‌های شور مانند پرورش میگو و ماهی پروری در دریا، یا پرورش ماهی تیلاپیا در آب‌های لب‌شور و غیر قابل شرب دنبال می‌کنیم. اولین رویکرد ما، حرکت به سمت پرورش آبزیان آب شور و دومین رویکرد حال حاضر، کیفی سازی تولیدات برای مصارف داخلی و صادراتی است. خوشبختانه از آنجایی که صنعت پرورش میگو در ایران از ابتدا با رویکرد صادرات شکل گرفته، تمام ارکان آن برای تولیدات صادراتی با یکدیگر هماهنگ هستند، بر همین اساس در نظر داریم که الگوی پرورش میگو را در پرورش ماهیان سردآبی و گرم‌آبی نیز پیاده‌سازی کنیم. ظرفیت‌های خوبی در این بخش برای توسعه وجود دارد، اما به دلیل اینکه پرورش دهندگان در این حوزه از ابتدا به دنبال تامین مصارف داخلی بوده‌اند، با الزامات صادراتی آشنایی چندانی ندارند. ما به دنبال ارتقاء فرهنگ تولید صادراتی در کشور هستیم، چرا که طبیعتاً این رویه باعث می‌شود تا مردم کشورمان هم به محصولات با کیفیت‌تری دست یابند. البته رسیدن به این جایگاه نیازمند این است که دائماً خودمان را به‌روز کنیم. در آینده نزدیک، صادرات ماهی و میگو به داشتن گواهی‌های بین‌المللی منوط می‌شود. امروزه علاوه بر استانداردهای کیفی و سلامت، گواهی‌های دیگری نظیر ASC وجود دارد که موید تولید مسئولانه است؛

به این معنی که مشتری مطمئن باشد که مسائل مختلف همچون ملاحظات محیط زیستی، حقوق کارگران و... در فرآیند تولید محصول رعایت شده است.

هم‌اکنون مهمترین مشکلات صنایع آبزی پروری چیست؟

آمارهای تولید و صادرات تا سال ۱۴۰۰ افزایشی بوده و این یعنی شرایط بدی نداشته‌ایم، ولی هنوز چالش‌های زیادی وجود دارد که از جمله می‌توان به خشکسالی‌ها و وقوع سیل در نقاط مختلف کشور در سال جاری که صدمات زیادی را برای صنایع آبزی پروری در کشور به همراه داشت، اشاره کرد. شاید حدود ۱۰ درصد از تولیدات آبزی پروری به دلیل سیل‌های اخیر از بین رفت. ایران نسبت به اغلب کشورها، آب کمتر، اما آبزی پروری بیشتری دارد. به عنوان مثال، کشورمان در حوزه پرورش ماهی قزل‌آلا در آب شیرین، ۱۷۰ هزار تن تولید سالانه دارد، در حالی که کل اروپا با آن همه رودخانه و دریاچه، تولید کمتری دارد. البته این مساله نشان می‌دهد که نسبت به صادرات ماهی‌های سردآبی بی‌توجه بوده‌ایم و از ظرفیت‌های موجود به‌درستی استفاده نکرده‌ایم. در بسیاری از مناطق شاهد توسعه بی‌رویه واحدهای پرورشی بوده‌ایم که نهایتاً به نارضایتی پرورش دهنده، بالا رفتن تلفات و افزایش قیمت تمام‌شده انجامیده است. در حوزه پرورش ماهی‌های گرم‌آبی، صادرات ما عمدتاً معطوف به کشور عراق است؛ این یعنی اگر این کشور قصد تامین ماهی مصرفی خود از کشور دیگری را داشته باشد، با مشکلات عدیده‌ای مواجه خواهیم شد. در چنین شرایطی باید به فکر توسعه بازار در کشورهای دیگر باشیم و سر نوشت تولیداتمان را به عراق گره نزنیم. در حوزه پرورش ماهی در قفس، سرمایه‌گذاری‌های خوبی انجام شده و قابلیت توسعه وجود دارد، اما در این بخش هم چالش‌هایی وجود دارد. به عنوان مثال، امکانات حمل غذا به محل استقرار قفس‌ها در دریا محدود است. از طرفی، برخی از پرورش دهندگان برای تورشویی و زدودن صدف‌ها و بارناکل‌های دریایی که باعث سنگین شدن قفس‌ها می‌شود، دچار مشکل هستند و بعضی از واحدها نیز برای تامین بچه ماهی در مضیقه هستند. در پرورش میگو بحث تراکم‌های بالا را داریم که باعث رشد بیماری‌هایی همچون لکه سفید و AHPND (نکروز عفونی حاد پاتوبایوکر اس) میگوها شده است. در حوزه پرورش ماهی خاویاری نیز شاهد رشد بی‌رویه واحدها هستیم. در حال حاضر سازمان شیلات به تمام استان‌ها مجوز پرورش و تولید می‌دهد و حتی به برخی از واحدهای پرورش ماهی قزل‌آلا، ماهی خاویار می‌دهد. این مساله باعث انتقال برخی از بیماری‌ها می‌شود و اگر خدای ناکرده حتی یکی از خاویارها ناسالم باشد، ممکن است کل صادرات خاویار کشور با تهدید مواجه شود. این مشکلات وجود دارد، اما در تلاش برای رفع آن‌ها هستیم.

آیا مدیران دولتی توجه لازم را به شیلات داشته‌اند؟

در زمان ریاست جمهوری آقای هاشمی رفسنجانی، اقدامات قابل توجهی در زمینه جذب سرمایه، تخصیص فضا، ایجاد زیرساخت و امکانات برای مزارع پرورش میگو انجام شد، اما متأسفانه در دوره‌های بعدی، شاهد کم‌رنگ شدن اقدامات ترویجی و تامین زیرساخت‌های لازم از سوی دولت‌ها بودیم. البته در دولت آقای احمدی‌نژاد، بزرگ‌ترین حمایت از

کشورمان در پرورش برخی از آبزیان موقعیت خوبی در جهان دارد، به‌طوری که در تولید قزل‌آلا رتبه نخست و در حوزه پرورش میگو نیز رتبه پانزدهم جهان را در اختیار داریم

در سال ۱۳۹۹ حدود ۱۳۰ هزار تن صادرات داشتیم که این رقم در سال ۱۴۰۰ به ۱۵۰ هزار تن افزایش پیدا کرد. در چهار ماهه نخست امسال نیز با رشد ۳۹ درصدی وزنی و ۸۰ درصدی ارزش صادرات آبزیان مواجه بودیم

میگو انجام شد و بخشودگی سود و جرایم متعلقه وام‌های بانکی موجب رونق مجدد این صنعت شد. جای امیدواری است که دولت جدید به صنایع آبزی پروری توجه ویژه‌ای نشان داده و خوشبختانه طرح‌های شیلاتی، جزو طرح‌های مهم دولت است که امیدواریم این رویه ادامه داشته باشد.

با در نظر گرفتن شیوع کرونا در سال‌های اخیر، تولید و صادرات در بخش‌های مختلف چطور پیش رفته است؟

شیوع این بیماری که با تعطیلی رستوران‌ها و مراسم مختلف همراه بود، باعث پایین آمدن مصرف شد. این وضعیت تنها برای مارخ نداد و تمام کشورها را در حوزه تجارت جهانی با محدودیت مواجه کرد. البته در ادامه، وضعیت به روال سابق بازگشت و حجم تولیدات افزایش یافت. در سال ۱۳۹۹ حدود ۱۳۰ هزار تن صادرات داشتیم که این رقم در سال ۱۴۰۰ به ۱۵۰ هزار تن افزایش پیدا کرد. در چهار ماهه نخست امسال نیز با رشد ۳۹ درصدی وزنی و ۸۰ درصدی ارزش صادرات آبزیان مواجه بودیم که رشد قابل توجهی به‌شمار می‌آید. آمارها در حوزه صادرات دقیق هستند، اما در بخش تولید، نظام رهگیری وجود ندارد و آمارها منوط به اعلام پرورش دهندگان است. این خلأ باعث می‌شود بین رقم اعلامی با حجم محصولاتی که در بازار ارائه می‌شود، تفاوت‌هایی وجود داشته باشد، با این حال آمار تولید محصولات شیلاتی در دو سال اخیر تا مرز یک میلیون و ۲۷۰ هزار تن پیش رفته است. این رقم در مقایسه با وزن کل تولیدات کشاورزی در کشور که ۱۲۷ میلیون تن بوده، سهم یک درصدی تولیدات شیلاتی را نشان می‌دهد، ولی ارزش صادرات محصولات حدود ۵۰۰ میلیون دلار است که نسبت به ۵ میلیارد دلار صادرات محصولات کشاورزی، سهم شیلات ۱۰ درصد بوده که سهم قابل توجهی است. البته پیش‌بینی بنده این است که در حوزه ماهیان سردآبی و گرم‌آبی به دلیل مسائل مربوط به خشکسالی، امسال شاهد رشد آمارهای تولید و صادرات نباشیم. در حوزه پرورش میگو، سال گذشته ۵۷ هزار تن تولید داشتیم که امسال این رقم تا ۶۵ هزار تن افزایش خواهد یافت. در بخش پرورش ماهی در قفس هم با رشد قابل توجهی روبه‌رو نیستیم.

آیا وضعیت سرمایه‌گذاری در حوزه پرورش آبزیان رضایت‌بخش است؟

از آنجایی که در بخش دام و طیور به دلیل مشکلات دسترسی به آب

و محدودیت‌های تولید علوفه، امکان سرمایه‌گذاری جدید وجود ندارد، بخشی از سرمایه‌هایی که پیش از این به تولید خوراک دام و طیور اختصاص داشت، در حال انتقال به بخش خوراک آبزیان است. در بخش پرورش ماهی‌های آب شیرین، افزایش سرمایه‌گذاری چندانی نداشتیم، اما در بخش پرورش آبزیان آب شور، خصوصاً در حوزه پرورش میگو شاهد افزایش سرمایه‌گذاری هستیم و این امیدواری وجود دارد که به زودی به تولید ۱۰۰ هزار تن میگو در سال دست پیدا کنیم. در بخش پرورش ماهی در قفس نیز سرمایه‌گذاری‌ها در حال انجام است. در این میان، خلأهایی وجود دارد که علاقه‌مندان می‌توانند در آن موارد سرمایه‌گذاری کنند. به عنوان مثال، در تولید مولد میگو با سرمایه‌گذاری لازم می‌توانیم در این حوزه خود کفا شویم. همچنین در تکثیر ماهی سی‌س که از موارد پرورش در قفس به‌شمار می‌آید، زمینه سرمایه‌گذاری وجود دارد. در حوزه فرآوری و پخت نیز ظرفیت‌های خوبی داریم که در حال حاضر نیز شاهد توسعه سرمایه‌گذاری در واحدهای فرآوری در کشور هستیم.

ایران در مقایسه با کشورهای قدرتمند در پرورش آبزیان چه جایگاهی دارد؟

همان طور که گفتم، کشورمان در پرورش برخی از آبزیان موقعیت خوبی در جهان دارد، به‌طوری که در تولید قزل‌آلا رتبه نخست و در حوزه پرورش میگو نیز رتبه پانزدهم جهان را در اختیار داریم. این موقعیت‌ها در شرایطی رقم خورده که ایران دچار تحریم و فشارهای اقتصادی است. در نظر داشته باشید که جنوب ایران در منتهی‌الیه محدوده پرورش میگو در جهان قرار دارد، اما در حال حاضر حتی در استان گلستان نیز پرورش میگو انجام می‌شود، با این تفاوت که برداشت میگو در این استان باید به سرعت و پیش از آغاز سرما انجام شود. در حوزه تولید خاویار هم ۱۰ تن از ۳۰۰ تن تولید جهانی متعلق به ایران است و این حجم از تولید، کشورمان را به جایگاه خوبی در حوزه پرورش آبزیان رسانده است. شاید برای شما جالب باشد که با وجود تحریم‌ها، محصولات شیلاتی ایران طی پنج سال اخیر به بیش از ۵۰ کشور صادر شده است، ولی نباید به این شرایط و این سطح از تولید اکتفا کنیم. صنایع فعال در حوزه پرورش آبزیان حتماً به کسب گواهی‌ها و استانداردهای جهانی، به‌روزرسانی تکنولوژی‌های فرآوری و انتقال دانش نیازمند هستند. همچنین باید تلاش کنیم که قیمت تمام‌شده محصولات را کاهش دهیم.

و سخن آخر...

طبق آمار، سرانه مصرف غذایی آبزیان در کشورمان، ۱۳ کیلوگرم در سال است. حتی به نظر می‌آید، سرانه واقعی کمتر از این عدد باشد، در حالی که متوسط سرانه مصرف در جهان ۲۲ کیلوگرم است. این یعنی واحدهای تولیدی برای رساندن سرانه مصرف مردم کشورمان به متوسط جهانی، باید فعالیت‌ها خود را تا ۲ برابر افزایش دهند. در این میان، برخی از موانع بر سر راه توسعه پرورش آبزیان وجود دارد که باید برداشته شود. مثلاً با بهانه‌های مختلف جلوی توسعه پرورش ماهی تیلاپیا که دومین ماهی پر مصرف جهان است را گرفته‌اند. مامی توانیم با توسعه پرورش این ماهی، میگو و ماهیان در قفس، علاوه بر تامین مصارف داخلی به افزایش صادرات آبزیان کشور امیدوار باشیم. ■



دنیای انرژی



گفت و گوی اختصاصی با احمد نیکروش

در این بخش می خوانیم:

- کمبود نقدینگی مهمترین چالش صنعت کشور
- بازار داخل را به جای چینی ها به ایرانی ها بدهیم
- افزایش صادرات ایران در گروی تسهیل روابط خارجی

مدیرعامل شرکت مهندسی توان پژوهان فناور پاسارگاد

بازار داخل را به جای چینی‌ها به ایرانی‌ها بدهیم

مهدیه شهسواری

ظرفیت طراحی و تولید تجهیزات الکترونیک در کشورمان بسیار بالاست و باید از این ظرفیت‌ها با حمایت‌های منطقه‌ای بهره برد. حال که همه دنیا به اهمیت انرژی‌های تجدیدپذیر پی برده‌اند و بازار این محصول در دنیا رو به گسترش است، باید دانست که طراحی و ساخت انواع اینورترهای خورشیدی با هدف صادرات از جمله مواردی است که ایران در آن مزیت نسبی بسیار بالایی دارد، به شرطی که موانع صادرات برداشته شود و تعامل ایران با دیگر کشورها عادی گردد. ناگفته نماند، در این زمینه به شرطی موفق خواهیم بود که بازار این محصول را بازار کل دنیا ببینیم و موضوع صادرات در اولویت قرار گیرد. راه صادرات از بازار داخل می‌گذرد و شرکتی می‌تواند به صادرات محصول روی آورد که در بازار داخلی خود موفق عمل کرده و اطمینان‌های لازم را از عملکرد و قابلیت اطمینان دستگاه کسب کرده باشد؛ این اتفاق نخواهد افتاد، مگر آنکه درصد بسیار زیادی از بازار داخل را در اختیار داشته باشد. برای بررسی بیشتر این موضوع گفت‌وگویی با احمد نیک‌روش، مدیرعامل شرکت مهندسی توان پژوهان فناور پاسارگاد انجام داده‌ایم که ماحصل آن را می‌خوانیم.

کشور قرار دهد. از جمله این محصولات می‌توان به اینورتر خورشیدی متصل به شبکه اشاره کرد که موضوع اصلی این مصاحبه است.

تفکیک تولید دانش بنیان از مونتاژ کاری چه ضرورتی دارد؟

تفکیک تولید دانش بنیان از مونتاژ کاری بسیار مهم است. اگر بازار پر تیراژی مثل اینورتر خورشیدی در کشور راه بیفتد و مورد توجه قرار نگیرد، قطعاً بازار این محصولات به نام تولید داخل، ولی در حقیقت مونتاژ کاری صرف و به کام شرکت‌های چینی خواهد افتاد، کما اینکه از هم‌اکنون برخی از شرکت‌های وارداتی وجود دارند که دستگاه چینی را با یک برچسب ساخت ایران به جای دستگاه ساخت ایران جا زده‌اند. مهمترین ویژگی محصول ساخت ایران، فرآیندهای طی شده در طراحی است که باید در داخل انجام شود و مدارک آن موجود باشد. به اعتقاد بنده، اگر به این موضوع توجه نشود، شرکت‌های واردکننده، بردهای الکترونیک دستگاه چینی را به تفکیک وارد کرده و با مونتاژ کاری به صورت SKD آن را به جای ساخت داخل جا خواهند زد و شرکت‌های دانش بنیانی که سال‌ها برای طراحی و بومی‌سازی محصول زحمت کشیده‌اند، از این بازار بی‌بهره خواهند ماند.

چه مواردی در موفقیت این شرکت در زمینه تولید محصولات با کیفیت نقش داشته است؟

نقطه قوت شرکت مهندسی توان پژوهان، رویکرد آن در کسب دانش فنی به طور عمیق و همچنین درک صحیح از لزوم استانداردهای فنی و مدیریت کیفیت و طراحی در تولید محصول است. به جرات می‌توان گفت، بیش از ۲۰ سال است که این دواصل مهم در این شرکت پابرجا است و ما تحت فرآیندهای سیستم‌های مدیریت کیفیت، محصولات خود را طراحی و تولید می‌کنیم و این مسیر را بارها و بارها در بیش از ۳۰ پروژه بزرگ و نیز در تولیدات مستمر خود به دفعات طی کرده‌ایم. تیم طراحی فعال در شرکت مهندسی توان پژوهان از فارغ‌التحصیلان ممتاز بهترین دانشگاه‌های کشور تشکیل شده که مفاهیم استاندارد سازی را چه



در خصوص زمان تاسیس شرکت مهندسی توان پژوهان فناور پاسارگاد و اهداف آن توضیحاتی ارائه فرمایید.

سابقه تاسیس این شرکت به سال ۱۳۷۶، زمانی که بنده به همراه تعدادی از فارغ‌التحصیلان دانشکده فنی دانشگاه تهران شرکتی به نام شرکت مهندسی کاوندیش سیستم ثبت کردیم و بابت خالی مشغول به فعالیت شدیم، باز می‌گردد. در مدت دو سال شرکت را به نقطه‌ای رساندیم که دارای دو دپارتمان مهندسی پزشکی و مهندسی الکترونیک قدرت شد و در طول سالیان رشد قابل توجهی پیدا کردند. در سال ۱۳۹۱ این قابلیت به وجود آمد که دپارتمان مهندسی الکترونیک قدرت را از شرکت کاوندیش سیستم جدا و شرکت جدیدی را به نام شرکت مهندسی توان پژوهان تاسیس کنیم تا به طور متمرکز بر روی محصولات High Tech در حوزه تجهیزات الکترونیک قدرت به فعالیت بپردازد و محصولاتی ارزشمند با فناوری‌های بسیار بالا در این حوزه طراحی، تولید و در اختیار صنایع بزرگ

در بخش‌های فنی و چه در بخش‌های مدیریت کیفیت به خوبی و در طی سال‌ها فعالیت آموخته‌اند، بر همین اساس نسبت به آنچه تولید می‌کنیم، بسیار مطمئن هستیم، چرا که اصول طراحی و تولید را مطابق استانداردها و با بهره‌گیری از نخبگان به انجام می‌رسانیم. باید به این نکته اشاره داشت، برای حمایت از تولید دانش‌بنیان و ناکام گذاردن شرکت‌های چینی در ورود همه‌جانبه به بازار داخل، ساتبا یادیگر نهادهای دولتی، باید محصولی را تولید داخل محسوب کنند که در درجه اول، از نظر معاونت علمی به عنوان محصول دانش‌بنیان سطح یک تولیدی شناخته شود و در درجه دوم، از آزمایشگاه‌های استاندارد کشور که مورد تایید سازمان ملی استاندارد هستند، تاییدیه انطباق محصول با استانداردهای فنی را دریافت کرده باشند؛ یعنی همان راهی را که ما به عنوان شرکت دانش‌بنیان رفته‌ایم، همه شرکت‌های مدعی ساخت داخل آن را طی نمایند.

آیا می‌توان با کشورهای توسعه‌یافته در این زمینه رقابت کرد؟

صد در صد می‌توان رقابت کرد، مخصوصاً محصولاتی که در آن‌ها دانش الکترونیک حرف اول را می‌زند. با توجه به وجود نخبگان در کشور و سطح هوشی و دانش بالای آن‌ها، چنانچه مسیر طراحی و تولید مطابق استاندارد طی شود، قطعاً تفاوتی بین محصولات ساخته‌شده در کشور با کالاهای کشورهای توسعه‌یافته وجود نخواهد داشت. هم‌اکنون کشورهای پیشرفته همچنان از صنایع خود در مقابل دیگر رقبا مراقبت می‌کنند. دولت باید از تولید با کیفیت و استاندارد، نه در حرف، بلکه در عمل حمایت منطقی داشته باشد تا تولید داخل رشد کند، توسعه یابد و نهایتاً به صادرات بیانجامد.

نگاه دولت مردان به حوزه انرژی خورشیدی را چطور ارزیابی می‌کنید؟

در حال حاضر مسئولان مربوطه نگاه بسیار جدی و ویژه به حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر و خصوصاً خورشیدی دارند. توجه به این انرژی، یک امر فانتزی و حاشیه‌ای محسوب نمی‌شود، بلکه برای کشور یک ضرورت قطعی است. در برنامه چهار ساله دولت فعلی، تولید ۱۰ هزار مگاوات برق از طریق انرژی‌های تجدیدپذیر و نیز تأسیس ۵۵۰ هزار نیروگاه خورشیدی مردمی هر یک با توان 5kW، در دستور کار قرار گرفته که امید است به نتیجه برسد. در دولت‌های قبل نیز این امر در حرف مورد توجه بود، اما هیچ‌گاه با جدیت و به‌طور گسترده عملیاتی نشد. باید منتظر بود و دید در این دولت این مهم تا چه اندازه عملیاتی و با جدیت پیگیری خواهد شد.

چه چالش‌هایی پیش روی فعالیت شما وجود دارد؟

بزرگ‌ترین چالش در این مسیر، ارزان بودن انرژی در کشور است. حال که به دلایلی انرژی ارزان به دست مردم می‌رسد، برای آنکه صنعت خورشیدی رشد کند، باید حمایت‌های حاکمیتی صورت پذیرد. هم‌اکنون در کشور مان نرخ انرژی برای هر کیلووات ساعت به‌طور متوسط حدود ۲ هزار ریال است، در حالی که با تحولات اخیر جهانی این نرخ در برخی از کشورهای اروپایی به بیش از ۲۰۰ هزار ریال، یعنی ۱۰۰ برابر نرخ انرژی در کشور ما رسیده است. در چنین شرایطی در اروپا و دیگر کشورهای که در آن‌ها انرژی به نرخ واقعی عرضه می‌شود، مردم به صورت خودجوش

به سمت انرژی‌های تجدیدپذیر متمایل می‌شوند و در این زمینه با یکدیگر مسابقه هم می‌گذارند، اما در کشور مان تولید انرژی خورشیدی با نرخ موجود اصلاً به صرفه نیست، مگر با حمایت‌های دولت. امیدواریم حال که قرار است، حمایت‌های دولتی انجام شود، این حمایت‌ها منجر به ایجاد صنعت و اشتغال در کشور شود و شاهد توسعه صنایع مرتبط با انرژی‌های تجدیدپذیر، از جمله اینورترهای خورشیدی در مدل‌ها و توان‌های مختلف باشیم.

چه طرح‌هایی برای توسعه در نظر گرفته‌اید؟

برای نیروگاه‌های 5kW، ظرفیت تولید این شرکت سالانه ۲۰ هزار دستگاه اینورتر خورشیدی است که امکان افزایش تا ۵۰ هزار دستگاه در سال و حتی بیشتر هم وجود دارد. ظرفیت‌سازی در حوزه تولید الکترونیک بسیار ساده و کم‌هزینه است، به شرط اینکه بازار آن موجود باشد. شایان ذکر است، در حال حاضر تولید ۵ هزار دستگاه را در بچ اول شروع کرده و امیدوارم که این تیراژ به عددی بسیار بالاتر برسد. برای نیروگاه‌های توان بالا نیز در حال طراحی اینورترهای خورشیدی 250kW، به بالا هستیم.

آیا تا به حال از تولیدات خود در کشور نصب و راه‌اندازی کرده‌اید؟

تاکنون حدود ۶۰۰ دستگاه اینورتر خورشیدی ساخت شرکت مهندسی توان پژوهان را در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ در کشور نصب و راه‌اندازی کرده‌ایم که اکثر آن‌ها در استان فارس و خراسان رضوی می‌باشد. جالب است بدانید که باز خورد‌های بسیار امیدوارکننده‌ای از تریق توان اینورترهای ساخت این شرکت نسبت به برندهای اروپایی که در همان مناطق هستند، داشته‌ایم. به صراحت می‌گوییم که در بسیاری از دوره‌ها به لحاظ حجم تریق انرژی بالاتر بوده‌ایم و از محصول با کیفیت ایرانی باید هم همین انتظار را داشت. اسناد این ادعاها در شرکت موجود است و علاقه‌مندان می‌توانند برای صحت این ادعا به شرکت مراجعه و اسناد را مشاهده کنند.

و سخن آخر...

شرایط ایران، در دانش الکترونیک به‌خاطر برخورداری از نخبگان باهوش، مناسب است و باید از این مزیت، با هوشمندی هر چه تمام‌تر و با عرق ملی حمایت و حفاظت کرد. این را کسی می‌گوید که بیش از ۲۵ سال در این حوزه، انواع محصولات پیشرفته الکترونیکی را طراحی و تولید کرده و کارنامه‌ای کاملاً مشخص و درخشان دارد. موضوع اصلی این مصاحبه انرژی‌های تجدیدپذیر است. در همین راستا به همه مسئولان ذی‌ربط با صراحت می‌گوییم که ما در تأمین اینورترهای خورشیدی به شرط حمایت‌های منطقی هیچ مشکلی نداریم. این بازار را به جای آنکه به شرکت‌های چینی، چه در قالب واردات و چه در پوشش مونتاژ کاری بدهیم، باید با عزم و اراده جدی در اختیار شرکت‌های دانش‌بنیان توانمند داخلی قرار دهیم. در چنین شرایطی، بنده اطمینان می‌دهم که نه تنها نیازهای داخل را جواب خواهیم داد، بلکه در صادرات نیز موفقیت‌های چشمگیری کسب خواهیم کرد، به لطف و مدد خداوند مهربان. ■

شرایط ایران، در دانش الکترونیک به‌خاطر برخورداری از نخبگان باهوش، مناسب است و باید از این مزیت، با هوشمندی هر چه تمام‌تر و با عرق ملی حمایت و حفاظت کرد

مدیرعامل شرکت پتروشیمی ارومیه از موانع تولید می گوید

کمبود نقدینگی مهمترین چالش صنعت کشور

عرفان فغانی

اگرچه صنعت پتروشیمی در شمار صنایع بزرگ و با ظرفیت کشور برای درآمدزایی محسوب می شوند، اما با چالش های زیادی از جمله تامین نقدینگی برای اجرای طرح های توسعه ای از جمله زیرساخت ها، خطوط لوله و... روبه رو می باشند. شرکت های دولتی در همکاری با پتروشیمی ها در موارد متعددی نظیر تامین خوراک و یا خرید محصولات، در قبال پرداخت تعهدات خود، نسبت به صنایع کم توجهی می کنند. با توجه به این موضوع به سراغ پژمان اسدی، مدیرعامل شرکت پتروشیمی ارومیه رفته و با وی به گفت و گو پرداختیم. اسدی به مدت ۲۳ سال در سمت های مختلف مانند مدیرعاملی پتروشیمی مخازن سبز عسلویه، هیات مدیره شرکت رهگستر نفت و مدیر پروژه های مختلفی در صنعت پتروشیمی مشغول به کار بوده است. مشروح این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می گذرد.

غذایی کشور ایفای کند که از این نظر، مدل کسب و کار منحصر به فردی دارد که با مدل های شناخته شده این صنعت متفاوت است. به عنوان مثال، این شرکت با توجه به تولیدات کود شیمیایی، قیمت گذاری و میزان فروش محصولات، تابعی از قیمت گذاری ها و سیاست های بخش دولتی است. البته با توجه به سبد متنوع محصولات پتروشیمی ارومیه، امکان کنترل مشکلات احتمالی یا نوسانات مقطعی سیاست های بخش دولتی وجود دارد و این نوسانات در سنوات گذشته چندان بر روند سوددهی و یا تولید، تاثیر گذار نبوده و در راستای منافع سهامداران خود عمل کرده است.

چه طرح هایی برای توسعه این فعالیت در نظر گرفته اید؟

همان طور که اشاره شد، هم اکنون پروژه پلی آلومینیوم کلراید که به اختصار "پک" نامیده می شود، از ماه گذشته آغاز شده و مطابق برنامه زمان بندی شده، دوره ساخت این پروژه ۱۳ ماه است و پیش بینی می شود تا سه ماهه سوم سال ۱۴۰۲ با صرف مبلغ حدود ۷ میلیون یورو و ۱۳۱ میلیارد تومان به تولید اولیه برسد. شایان ذکر است، این پروژه و گریدهای تولیدی آن، برای اولین بار در کشور اجرا می شود و ۵۰ درصد تامین تجهیزات آن از داخل و ۵۰ درصد نیز از خارج وارد می شود.

این شرکت از ابتدای تاسیس تاکنون چه دستاوردهای مهمی داشته است؟

تولید هر محصول جدید در صنعت پتروشیمی، در حقیقت موفقیت و دستاوردی برای سهامداران و کارکنان صنعت پتروشیمی محسوب می شود. پتروشیمی ارومیه هم از این قضیه مستثنی نبوده و در طول حیات ۳۰ ساله خود، با افزودن مرتب محصولات جدید یا افزایش ظرفیت محصولات، مسیر پیشرفت و توسعه را پیموده است. محصول جدید پک، می تواند دستاورد مهمی برای این شرکت در نظر گرفته شود، زیرا یکی از خوراک های این واحد جدید، محصول جانبی واحد موجود سولفات پتاسیم است. نام این محصول جانبی، اسید کلریدریک است



شرکت پتروشیمی ارومیه از چه سالی و با چه هدفی تاسیس شد؟

این شرکت با محوریت گسترش صنعت پتروشیمی در استان آذربایجان غربی و با هدف تولید کود شیمیایی و کریستال ملامین تاسیس شد و هم اکنون علاوه بر کریستال ملامین و کود از ته سولفات آمونیم، اسید سولفوریک، سولفات پتاسیم و اسید کلریدریک را در سبد محصولات خود جای داده است. از سوی دیگر، شرکت پتروشیمی ارومیه در جدیدترین پروژه توسعه ای خود، احداث واحد جدید پلی آلومینیوم کلراید را به عنوان یک محصول جدید، در دستور کار خود دارد.

مهمترین تولیدات این شرکت چیست؟

شرکت پتروشیمی ارومیه در صنعت پتروشیمی، تنها شرکتی است که کود پتاسیمی را تولید می کند و در خانواده کودهای از ته نیز، تنها تولید کننده کود مهم سولفات آمونیم می باشد و در این زمینه، نقش مهمی در تامین امنیت

که به دلایل مختلفی مصرف آن در این سال‌ها، با مشکل روبه‌رو بوده است؛ بنابراین این واحد جدید می‌تواند به عنوان یک مصرف‌کننده پایدار، این اسید را مصرف کند. افزون بر آن، این محصول جدید به عنوان یک ماده ضروری در صنعت تصفیه آب و پساب کشور محسوب شده و از آن به عنوان ته‌نشین‌ساز و رسوب‌گیر استفاده می‌شود. در حال حاضر تمام گریدهای جامد پک، وارداتی بوده و در شرایط سخت اقتصادی، برای کشور ارزبری دارد. همچنین تولید این محصول در داخل به مصرف‌کنندگان از نظر قیمت و هزینه کمکی زیادی خواهد کرد. باید به این نکته مهم اشاره داشته باشیم که سال ۱۳۹۵ اولین سالی بود که شرکت پتروشیمی ارومیه بعد از خصوصی‌سازی به سود رسید. پس از آن، روندی مثبت طی شد و در هر سال، سودآوری مجتمع افزایش پیدا کرد. در سال مالی ۱۴۰۰ نیز بیشترین سود از ابتدای فعالیت تا کنون به دست آمد. در سال جاری هم، با توجه به اطلاعاتی که در کدال منتشر کرده‌ایم، این روند با افزایش فروش شرکت طی ۶ ماه گذشته ادامه دار بوده است. البته از آنجایی که شرکت پتروشیمی ارومیه با ناماد "شاروم" در بورس حضور دارد، هر گونه افشای اطلاعات طبق قانون، بلافاصله در کدال افشا شده و در دسترس فعالان بازار سرمایه و بورس قرار می‌گیرد.

چه اقداماتی در بخش صادرات محصولات تولیدی انجام داده‌اید؟

همان‌طور که ذکر شد، کسب و کار و فعالیت شرکت پتروشیمی ارومیه در زمینه کودهای شیمیایی است که بر اساس سیاست‌گذاری‌های بخش دولتی، صادرات آن مجاز نیست. در واقع سیاست‌گذار دولتی دستور داده که برای حفظ امنیت غذایی کشور، نخست باید تمام نیازمندی‌های کود شیمیایی در داخل مرتفع شده و بعد به دنبال بازارهای خارجی رفت. با توجه به این امر، تولیدکنندگان در حوزه صادرات گرفتار محدودیت‌های قانونی هستند، با این حال شرکت پتروشیمی ارومیه مجوز صادرات کود سولفات آمونیم را دریافت کرده، در حالی که هنوز مجوزی برای صادرات سولفات پتاسیم ندارد. علاوه بر کودهای شیمیایی، در خصوص صادرات اسیدهای سولفوریک و کلریدریک، همواره محدودیت‌های مواد پیش‌ساخت (موادی که به عنوان مواد اولیه تولید مواد منفجره یا مخدر می‌باشند) را پیش‌رو دارند، ولی بسیار امیدوار هستیم که در سال جاری این مشکلات برطرف شود.

چه اقداماتی برای دانش‌بنیان شدن این محصولات در نظر گرفته‌اید؟

به لطف الهی در سال جاری برنامه‌ریزی و تحقیقات اولیه برای تولید کودهای NPK و کودهای فسفاته توسط واحد تازه تاسیس تحقیق و توسعه شرکت پتروشیمی ارومیه آغاز خواهد شد. در سال‌های قبل برای تصفیه پساب‌های صنعتی از روش‌های غیر علمی استفاده می‌شد، ولی امسال، با استفاده از شیوه‌های دانش‌بنیان و مشاوران متبحر، تحولاتی در مجتمع انجام خواهد شد.

در زمینه فعالیت خود با چه مشکلات و چالش‌هایی روبه‌رو هستید؟

مهمترین چالش این روزهای پتروشیمی ارومیه، همانند بیشتر شرکت‌های فعال در صنعت کشور، کمبود نقدینگی است که این موضوع در شرکت پتروشیمی ارومیه به دلیل عدم انجام تعهدات مالی بخش دولتی و همچنین انتظار برای بازنگری استاندارد تولید سولفات آمونیم است که بنا به درخواست همه تولیدکنندگان کشور در دستور کار قرار گرفته است.

چه چشم‌اندازی را پیش روی این فعالیت متصور هستید؟

با توجه به اقداماتی که در شرکت پتروشیمی ارومیه انجام شده، به نظر می‌رسد که امسال و سال آینده شرایط بهتری پیش‌رو داشته باشیم و با راه‌اندازی واحد پک نیز با ثبات‌تر از قبل به فعالیت بپردازیم. در حال حاضر این شرکت مهمترین تولیدکننده سولفات آمونیم و دومین تولیدکننده مهم سولفات پتاسیم در کل کشور است و جایگاه مهمی در صنعت کود شیمیایی دارد.

و سخن آخر...

امیدوارم از این پس شرایط برای صنعتگران به گونه‌ای رقم بخورد تا سهامداران هم بتوانند نفس راحتی بکشند. ما صنعتگران در تلاش هستیم تا شرکت‌ها و سهامداران به بهترین سود دست یابند. البته گاهی اوقات روند قیمت‌های سهام شرکت‌ها در بورس، تناسبی با تلاش‌ها و اقداماتی که صنعتگران انجام می‌دهند، ندارد و تابع شرایط و فاکتورهای مهم دیگری مانند فاکتورهای کلان اقتصادی، بازارهای موزای و سیاست‌های پولی و مالی دولت‌ها و سیاست‌های کلان است. به عبارتی دیگر، همه ابزارهای لازم برای قیمت‌گذاری سهام در کنترل صنعتگران نبوده و شاید در مواقعی، همین موضوعات بر قیمت‌گذاری سهام‌های بورسی، اثر بخشی بیشتری داشته باشند. به‌طور کلی، شخصا انتظار داشتم که قیمت سهام شاروم در بازار بورس، بیشتر از این تعیین شود، اما به نظر می‌رسد که هنوز شرایط بازار اجازه نداده تا این پیش‌بینی‌ها محقق شود و همین موضوعات، می‌تواند باعث دلخوری و ناامیدی سهامداران محترم شود که البته این موضوع حق طبیعی آنان است. ■

مهمترین چالش این روزهای پتروشیمی ارومیه، کمبود نقدینگی است که این موضوع به دلیل عدم انجام تعهدات مالی بخش دولتی و همچنین انتظار برای بازنگری استاندارد تولید سولفات آمونیم است



رئیس هیات مدیره شرکت دانش بنیان پارت آریا نیرو پانیر

افزایش صادرات ایران در گروی تسهیل روابط بین المللی

محمد جعفری

تولیدکنندگان داخلی طی چند سال اخیر توانمندی‌های زیادی برای بومی‌سازی محصولات مورد نیاز پیدا کرده‌اند که یک مورد آن، یاتاقان مصرفی در شرکت‌های فعال در حوزه نفت، گاز، پتروشیمی و... است که قیمت مناسبی داشته و کیفیت قابل توجهی نیز دارند. در این میان، برخی از شرکت‌ها نمونه‌های خاصی از این قطعه را تولید می‌کنند که تولید بسیار محدودی در کشورهای دنیا دارد. مهندس حسین صابریان، رئیس هیات مدیره شرکت دانش بنیان پارت آریا نیرو پانیر و فارغ التحصیل مقطع کارشناسی ارشد در رشته مدیریت اجرایی و کارشناسی متالورژی بر این باور است که «افزایش میزان نقدینگی و سرمایه در گردش، توان شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری در بخش سرمایه‌های ثابت برای خرید ماشین‌آلات و سرمایه در گردش برای خرید مواد و تامین تجهیزات مورد نیاز و پیرو آن، رشد تولید کمک خواهد کرد، از این رو ارائه تسهیلات به بخش تولید، تسهیل‌کننده و تقویت‌کننده شتاب رشد تولید است.» ماحصل این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

بر تولید نوع خاصی از این یاتاقان‌ها را دریافت کرد که تا آن زمان در کشور تولید نشده بود. این درخواست مربوط به یاتاقان‌های تری متال (سه لایه) بود که توسط شرکت بهره‌برداری نفت و گاز گچساران برای استفاده در گیربکس‌های با دور بالای ۲۳۰۰ دور بر دقیقه با برند فیلادلفیا آمریکایی مورد نیاز بود.

چه اقدامی برای بومی‌سازی و توسعه این محصول انجام داده‌اید؟

دانش تولید این محصولات با کمک همکاران در این شرکت به دست آمده و بومی‌سازی شده است. در بخش تحقیق و توسعه (R&D) نیز شرکت دانش بنیان پانیر به تدریج محصولات مختلف مثل یاتاقان‌های آلومینیومی و یاتاقان‌هایی که از لحاظ هندسی دارای اشکال خاص هستند را به مجموعه تولیدات خود اضافه کرده و در سال ۱۳۹۵ نیز به عنوان شرکت دانش بنیان صنعتی نوع یک شناخته شده و افتخار بهره‌مندی از واحد تحقیق و توسعه و استفاده از تکنولوژی‌های روز را در سرلوحه اهداف خود دارد. این شرکت همچنین با صنایع مختلف نفت، گاز، پتروشیمی، حمل و نقل ریلی (لوکوموتیوها)، فولاد، سیمان، کاغذ، نیروگاهی، صنایع دریایی و... در ارتباط بوده و قطعات مورد نیاز را به آن‌ها ارائه می‌دهد. شایان ذکر است، شرکت دانش بنیان پانیر، یاتاقان‌ها را نه فقط به روش مهندسی معکوس، بلکه با تکیه بر دانش طراحی به طور کامل بر اساس اطلاعات مربوط به دینامیک روتور تجهیزات دوار طراحی کرده و بر اساس محاسبات دقیق و ساخت بر اساس نقشه‌های تهیه شده در واحد طراحی و فنی و مهندسی این شرکت، تولید و تحویل می‌دهد. قابل ذکر است، واحد تحقیق و توسعه شرکت دانش بنیان پانیر جلوتر از بازار بوده و در مسیر دستیابی به تکنولوژی و استفاده از فناوری‌های روز قرار دارد، در حالی که موضوع بازسازی یاتاقان‌ها در بسیاری از صنایع نیروگاهی با استفاده از روش‌های سنتی و تعداد زیاد



در خصوص فعالیت‌های شرکت دانش بنیان پانیر توضیح دهید.

این شرکت از سال ۱۳۸۵ با همکاری جناب آقای مهندس خلخالی در زمینه تولید یاتاقان‌های لغزشی و بایستی تاسیس شد. از آنجایی که شرکت‌های فعال این حوزه عمدتاً در زمینه بازسازی قطعات فعالیت داشتند، شرکت دانش بنیان پانیر با یک ابتکار جدید، ساخت و تولید یاتاقان‌ها را با تمرکز بر نیاز صنایع وابسته، یعنی نفت و گاز و پتروشیمی مورد توجه قرار داد. البته باید دانست، محصولات این شرکت با وجود تنوع زیاد در نوع خود محدود به یاتاقان‌های لغزشی که در تجهیزات دوار استفاده می‌شوند و لایبرنت سیل‌های مکمل آن است. اگر تجهیزات دوار را به عنوان قلب تپنده صنایع مادر در نظر بگیریم، یاتاقان نیز قلب تپنده تجهیزات دوار بوده و فصل مشترک بین سکون و حرکت آن است. شایان ذکر است، این شرکت در سال ۱۳۸۹ درخواستی مبنی

نیروی کار صورت می گیرد. این شرکت با تکیه بر خلق دانش، تکنولوژی تولید یاتاقان های آلومینیومی را در دست دارد که تعداد شرکت های تولید کننده آن در کل دنیا انگشت شمار است. شرکت دانش بنیان پانیر پس از دو سال و نیم کار تحقیقاتی، قطعاتی تولید کرده که پیش از این وارداتی بوده است. برای مثال، یک کمپرسور در مناطق نفت خیز جنوب (آغا جاری) با برند بورسینگ وجود داشت که تامین قطعات آن به دلیل تحریم با چالش مواجه شده بود که خوشبختانه این شرکت با استفاده از دانش تولید سیل و یاتاقان آلومینیومی و تولید بالانس پیستون سیل این تجهیز موفق شد تا از گاز سوزی که باعث اتلاف منابع و همچنین آلودگی محیط زیست بود، در واحد کرنج جلوگیری کند.

دانش بنیان بودن چه تحولی در این شرکت پدید آورده است؟
یکی از دلایل شرکت دانش بنیان پانیر برای حرکت به این سمت، تاکید و پیشنهاد مشتریان بود که انرژی مثبتی را در شرکت برای اجرای برنامه های دانش بنیان ایجاد کرد. در همین راستا یکی از برنامه های این شرکت در سال جاری، توسعه تجهیزات تولیدی است که در انتظار مصوبات مرتبط با آن به منظور تامین سرمایه ثابت است تا ظرفیت تولید را تا ۴ برابر افزایش دهد. از آنجایی که حجم درخواست های رسیده به شرکت دانش بنیان پانیر، بیش از ظرفیت تولید این شرکت است و همچنین با توجه به دسترسی به زیر ساخت مناسب تولیدی، طرح توسعه ماشین آلات و اشتغال زایی مستقیم تا ۱۵ نفر به منظور افزایش ظرفیت تولید در دستور کار قرار گرفته است. البته در رابطه با موضوع حمایت های مربوط به شرکت های دانش بنیان، برنامه های اعلام شده پیشین آن گونه که باید اجرایی نشده و سیاست گذاری ها نیز تغییرات اساسی پیدا کرده اند، به همین دلیل این سوال مهم مطرح است که اصولاً سیاست گذاری ها در این حوزه بر چه اساسی اتفاق افتاده یا تغییر کرده است؟ در پاسخ باید گفت، طی سال های اخیر موضوع شرکت های دانش بنیان صنعتی نوع ۱ و ۲ مطرح شده که بر اساس آن تسهیلات و معافیت های مالیاتی شامل حال این شرکت ها می شود. بر اساس این طبقه بندی، شرکت های صنعتی نوع یک شامل تسهیلات و معافیت های مالیاتی می شوند، شرکت های نوع ۲ اگرچه دانش بنیان هستند، اما شامل معافیت های مالیاتی نمی شوند و شرکت های نوع ۳ نیز به طور کلی از این دو مزیت محروم هستند. متأسفانه یکی از مشکلاتی که شرکت دانش بنیان پانیر در این زمینه دارد، تغییر برخی از محصولات تولیدی این شرکت از نوع ۱ به ۲ پس از گذشت بازه کوتاهی است و این در حالی است که فرایند نوسازی یک محصول، یعنی از مرحله معرفی تا تجاری سازی بیش از چند سال زمان می برد. از سوی دیگر، نمی توان توقع داشت که یک محصول نوآوری شده در همان سال پیدایش یا بازه کوتاهی پس از دستیابی به دانش و فناوری تولید آن به فروش قابل توجهی دست پیدا کند. با توجه به این موضوع، دولت و ارگان های ذی ربط باید معافیت های مالیاتی و حمایت های خود را در فاز تجاری سازی برای شرکت های دانش بنیان در نظر گیرند تا شاهد اثر مثبت آن بر کاهش هزینه های تولید باشیم تا این امر مشوقی برای خلق محصولات جدید و دانش بنیان باشد.

در این راستا آیا درخواست یا پیشنهادی به دولت ارائه داده اید؟

در این زمینه شرکت دانش بنیان پانیر به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درخواست تجدید نظر در ارزیابی انجام شده را ارسال کرده و این کار در دست بررسی از طرف معاونت است. به اعتقاد بنده، نمی توان یک محصولی را صرف گذشت بازه زمانی یک ساله از دایره محصولات نوآورانه، دانش بنیان و به عبارتی نوع یک خارج کرد، چرا که تجاری سازی، زمان بر است. به عنوان مثال، میزان فروش یک محصول دانش بنیان این شرکت دو سال پیش کمتر از یک میلیارد تومان بوده، در حالی که فروش این محصول در سال جاری به بالای ۱۵ میلیارد تومان خواهد رسید.

ملزومات رشد و توسعه فعالیت های شرکت دانش بنیان پانیر کدام است؟

این شرکت در روزهای آغازین فعالیت خود بدون استفاده از هیچ تسهیلاتی به فعالیت پرداخته است، اما امروز با توجه به نیاز به سرمایه ثابت بالا برای توسعه و خرید تجهیزات به دریافت تسهیلات نیاز دارد. از دیگر ملزومات رشد و توسعه، سرمایه در گردش مورد نیاز شرکت ها است که با توجه به کاهش شدید ارزش پولی، رشد بسیار زیادی را تجربه کرده است. برای مثال، در شرایط کنونی سرمایه مورد نیاز شرکت های متوسط از ماهی ۲۰۰ میلیون تومان به ۲ میلیارد تومان رسیده و آن ها برای اداره امور خود باید حداقل ۵ ماه سرمایه در اختیار داشته باشند. قطعاً افزایش میزان نقدینگی و سرمایه در گردش، توان شرکت ها برای سرمایه گذاری در بخش سرمایه های ثابت برای خرید ماشین آلات و سرمایه در گردش برای خرید مواد و تامین تجهیزات مورد نیاز و پیرو آن، رشد تولید کمک خواهد کرد، از این رو ارائه تسهیلات به بخش تولید، تسهیل کننده و تقویت کننده شتاب رشد تولید است.

دانش بنیان شدن محصولات این حوزه چه دستاوردهایی را به همراه خواهد داشت؟

از جمله مزایای این امر، افزایش سرعت رشد تولید شرکت ها خواهد بود، به طوری که شرکت دانش بنیان پانیر نیز از سال ۱۳۸۵ تاکنون فضای فعالیت خود را از ۱۲۰ متر به ۴ هزار متر افزایش داده و تولیدات را نیز چندین برابر کرده است. به عنوان مثال، اگر ۵ سال گذشته محصولات این شرکت ۱۰ درصد سفارش ها را پوشش می داد، با حمایت می توانست ضمن افزایش ارزش افزوده و سودآوری، ۵۰ درصد سفارشات را پاسخ دهد. با توجه به این مساله، طرح توسعه نیز در دستور کار شرکت دانش بنیان پانیر قرار گرفته و ضمن انجام مقدمات آن این شرکت در نظر دارد تا ماشین آلات جدیدی را خریداری و به ظرفیت تولید خود اضافه کند. در صورت تحقق اعطای تسهیلات مصوبه طرح حمایت از سرمایه گذاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به منظور رشد شرکت های دانش بنیان، بخش دیگری از اهداف این شرکت با سرعت بالایی اجرایی می شود و می توان با این کار میزان بیشتری از نیاز صنایع مادر کشور را تامین کرد، اما این طرح برای سال جاری هنوز تصویب نشده و فعلاً با تکلیف است.

نبود قطعه ای که امروز
شرکت دانش بنیان
پانیر به مشتریان
تحویل می دهد، باعث
توقف فرآیند تولید یک
نیروگاه، پالایشگاه یا
شرکت های ریلی شده
و آسیب زیادی به کشور
وارد خواهد کرد

تاکنون چه فعالیت‌هایی در بخش صادرات انجام داده‌اید؟

شرکت دانش بنیان پانیر در این راستا قراردادی با شرکت نفت به مبلغ حدود ۲۵۰ هزار دلار به منظور صادرات یاتاقان به ونزوئلا منعقد کرده و پیش از این نیز به صورت دست دوم، محصولات خود را به کشورهای اروپایی صادر کرده است. البته از آنجایی که ظرفیت تولید این شرکت اشباع شده و امکان تامین نیاز داخلی نیز وجود ندارد، رفتن به سراغ بازارهای دیگر و ایجاد بازار جدید منطقی نیست، با این وجود در حال امضای قراردادهای جدید هستیم و در این راستا همکاری‌هایی با کشور روسیه نیز صورت گرفته است.

شرکت دانش بنیان پانیر چه سهمی در تامین نیاز بازار داخلی داشته است؟

همان طور که اشاره شد، این شرکت امکان تامین نیاز همه کشور را ندارد. در یک قضاوت واقع بینانه باید گفت، نبود قطعه‌ای که امروز شرکت دانش بنیان پانیر به مشتریان تحویل می‌دهد، باعث توقف فرآیند تولید یک نیروگاه، پالایشگاه یا شرکت‌های ریلی شده و آسیب زیادی به کشور وارد خواهد کرد، با این حال اگر تولیدات این صنعت را به طور کلی محاسبه کنیم، در کشورمان کمتر از نصف آن تولید می‌شود.



لازم به ذکر است، در حال حاضر این شرکت نیاز تمام پالایشگاه‌ها، پتروشیمی‌ها، نیروگاه‌ها، خطوط لوله و مخابرات، شرکت گاز، شرکت انتقال گاز، صنعت ریلی همه شرکت‌های لوکوموتیوردار یا تعمیر کننده و ۲۰ درصد نیاز صنایع سیمان را تامین می‌کند.

آیا تولیدات این بخش با تولیدات دیگر کشورها قابل رقابت است؟

با توجه به بازخورد های مثبتی که از مشتریان دریافت می‌شود، این محصولات قابل رقابت خواهد بود، با این حال تفاوت‌هایی نیز در فرآیند تولیدات وجود دارد. برای مثال، در صنعت خودرو هر سه ثانیه یک ست یاتاقان تولید می‌شود، در حالی که در شرکت دانش بنیان پانیر هر ست یاتاقان طی ۳۵ دقیقه تولید می‌شود.

تولید و داخلی سازی چنین محصولاتی چه اهمیتی دارد؟

اگر به خوبی دقت کنید، قطعات تولید شده این شرکت، همان طور که در راه اندازی یک پالایشگاه اثر بخش است، در نابودی آن نیز اثر گذار خواهد بود. به عبارتی دیگر، تولید این قطعات از ریسک بسیار بالایی برخوردار بوده و همین موضوع، اهمیت توجه به چگونگی تولید آن را چندبرابر می‌کند. از سوی دیگر، کشش و اعتماد بازار در گذشته به سمت قطعات خارجی بوده که خوشبختانه این نگاه امروز تغییر کرده و قطعات داخلی جایگاه خوبی دارند، به طوری که حتی اگر تحریم‌ها نیز برداشته شود، ۱۰ درصد بازار به سمت قطعات خارجی خواهد رفت.

در حال حاضر با چه مشکلات و چالش‌هایی روبه‌رو هستید؟

از جمله این چالش‌ها تغییر نرخ ارز و تورم است که موجب تحمیل هزینه‌های پیش‌بینی نشده به شرکت دانش بنیان پانیر خواهد شد. به عنوان مثال، از آنجایی که فرآیند تولید تا عرضه زمان‌بر است، گاهی افزایش نرخ تورم این شرکت را در پوشش اصل هزینه‌ها نیز با چالش روبه‌رو می‌کند. نوسانات نرخ ارز موجب شده تا ضمن از بین رفتن سودآوری کامل این شرکت، تمام پول برخی از پروژه‌ها نیز صرف خرید مواد اولیه شود. لازم به یادآوری است، تولید نیازمند برنامه‌ریزی بوده و قطعاً بی‌ثباتی‌های اقتصادی مانع از آن می‌شود. نکته دیگر، به تحریم‌ها بازمی‌گردد که روند دادوستدها و تعاملات خارجی را با مشکل مواجه کرده است. اگر مسیر تعاملات باز بود، شرایط بهتری برای عرضه محصول به دیگر کشورها وجود داشت.

چه چشم‌اندازی را برای آینده فعالیت‌های این شرکت متصور هستید؟

خوشبختانه آینده این فعالیت روشن است و نسبت به دیگر فعالیت‌ها در معرض خطر کمتری قرار دارد. مواردی مانند کرونا، تحریم و دیگر مشکلات ممکن است به تعطیلی رستوران‌ها، مشاغل و کسب‌وکارها بیانجامد، اما صنایع مادر مانند نفت، گاز و پتروشیمی را با کمترین تاثیر مواجه می‌کند. در واقع باید گفت، این صنایع آخرین صنایعی هستند که از پیش آمدهای بد اقتصادی آسیب می‌بینند.

و سخن آخر...

در حال حاضر تعداد زیادی از بزرگان و افراد شاخص در صنایع، کلام و پیامی دقیق تر و رساتر نسبت به دیگران دارند، بر همین اساس باید از توصیه‌ها و تجارب این افراد در روند سیاست گذاری و قانون گذاری بهتر بهره گرفت، در غیر این صورت نمی‌توان منتظر تغییرات مثبت بود. ■



گفت و گوی اختصاصی با مهندس حمیدرضا زارع نژاد

در این بخش می خوانیم:

- دریافت مطالبات از خودروسازان ۹ ماه به طول می انجامد
- افزایش نظارت دولت بر واردات و تولید قطعات یدکی ضرورت دارد

عضو هیات مدیره گروه صنعتی آذرین البرز

دریافت مطالبات از خودروسازان ۹ ماه به طول می‌انجامد

مصطفی حاتمی

یکی از مشکلات مهمی که شرکت‌های قطعه‌سازی را تهدید می‌کند، نبود سرمایه و تسهیلات کافی است که با افزایش تنوع قطعات و نیاز به استفاده از تکنولوژی‌های مدرن، پررنگ‌تر می‌شود. همچنین این موضوع در کنار پرداخت دیر هنگام مطالبات قطعه‌سازان از سوی صنعت خودروسازی موجب شده تا تولیدکنندگان انگیزه کمتری برای افزایش میزان محصولات تولیدی خود داشته باشند. برای بررسی بیشتر این موضوع با مهندس حمیدرضا زارع‌نژاد، عضو هیات مدیره و قائم مقام مدیرعامل گروه صنعتی آذرین البرز گفت‌وگویی داشتیم که مشروح آن در ادامه می‌آید.

متالورژی پودر را برای کاهش هزینه‌ها و افزایش کیفیت، به شکل ورق تولید کرد که اصلی‌ترین و بزرگ‌ترین مشتری‌های آن را گروه‌های صنعتی ایران خودرو، سایپا و تراکتورسازی ایران تشکیل می‌دهند. از آنجایی که قطعات پولی در آن زمان بر اساس نوع موتورهای موجود به شکل تک شیاره بود، گروه صنعتی آذرین البرز از سال ۱۳۷۸ الی ۱۳۸۰ با توجه به ورود موتورهای جدید، به عنوان پیشرو به تولید و عرضه پولی‌های چندشیاره از جمله پولی میل لنگ، پولی‌های واترپمپ و پولی‌های پمپ هیدرولیک پرداخت که ضمن رفع نیاز بازار داخل به واردات، نقش مهمی در جلوگیری از خروج ارز داشته است. علاوه بر این، این گروه صنعتی روزانه به طور تقریبی ۳ هزار و ۵۰۰ عدد پولی پمپ ایزولیک تولید کرده و برای خودروی شاهین که طراحی موتور و قوای محرکه آن را شرکت مگاموتور به عهده داشته، یک واحد جدید به نام گویگان پلاستیک راه‌اندازی کرده که به تولید انواع پولی به شکل TVD یعنی یک تیپ متفاوتی از پولی‌های پر دازد.

هم‌اکنون در گروه صنعتی البرز چه تعداد افراد مشغول به کار هستند؟

در شرایط فعلی حدود ۱۴۰ نفر در این گروه صنعتی مشغول به کار بوده و حدود ۳۵ نفر نیز در شرکت گویگان پلاستیک فعالیت دارند که تنها یک سال از راه‌اندازی آن گذشته و در نظر داریم تا نیروی کار خود را تا ۱۵۰ نفر افزایش دهیم. همان‌طور که اشاره شد، این گروه صنعتی، پولی‌های TVD تولید کرده که نوع متفاوتی از پولی بوده و در موتورهای جدید استفاده می‌شود.

چه میزان از اهداف این گروه صنعتی از بدو شروع تاکنون محقق شده است؟

تقریباً بخش عمده‌ای از این اهداف محقق شده است. برای مثال، یک خط جدید برای گروه صنعتی آذرین البرز در نظر گرفته شده بود که راه‌اندازی شد و با اضافه شدن پولی‌های پمپ هیدرولیک نیز سبد این محصولات تکمیل گردید. از سوی دیگر، شرکت تازه تاسیس گویگان پلاستیک نیز به ظرفیت مد نظر خود در زمینه تولید دست پیدا کرده و وارد فاز دوم برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری شده است. شایان ذکر است، برنامه تولید یک شرکت جدید نیز تا سال آینده اجرایی خواهد شد.



گروه صنعتی آذرین البرز در چه سالی و با چه هدفی تاسیس شد؟

این گروه صنعتی از سال ۱۳۶۳ با هدف تولید انواع قطعات و مجموعه‌های خودرو برای خودروسازان داخلی تاسیس شد و در شمار اولین شرکت‌هایی است که به بومی‌سازی قطعات خودرو روی آورده است. اولین قطعه تولیدی گروه صنعتی آذرین البرز، مجموعه کامل ترمز دستی نیسان بود و در سال ۱۳۷۲ نیز مجموعه کامل ترمز دستی پراید به تولید رسید. علاوه بر این، از سال ۱۳۷۵ به سمت تولید انواع پولی خودرو رفته که اولین مورد آن قطعه پولی هرز گرد یا به اصطلاح تسیمه سفت کن پراید است. همچنین ۶۵ نوع انواع پولی خودرو در قالبی کاملاً نوآورانه در این گروه صنعتی تولید می‌شود. شایان ذکر است، گروه صنعتی آذرین البرز از نظر تکنولوژی در سطح شرکت‌های تک‌خاور میانه قرار داشته و با داشتن ظرفیت تولید روزانه ۱۲ هزار قطعه، روزی ۹ هزار قطعه تولید می‌کند.

این گروه صنعتی از ابتدای تاسیس تاکنون به چه دستاوردهای مهمی رسیده است؟

گروه صنعتی آذرین البرز در سال ۱۳۸۰ قطعه دنده میل سوپاپ از جنس

به منظور افزایش سطح کیفیت قطعات تولیدی چه اقدامات مهمی انجام داده‌اید؟

گروه صنعتی آذرین البرز از جدیدترین تکنولوژی‌های روز استفاده می‌کند و خطوطی وارد کرده که قابلیت بالایی از نظر تعداد و کیفیت تولید دارد، از این رو کیفیت قطعات تولیدی در سطح قابل قبولی قرار داشته و مطمئناً با دیگر قطعات تولیدی در دیگر کشورها قابل رقابت خواهد بود، به طوری که باید گفت، کشوری مانند ترکیه توان تولید آن را ندارد.

گروه صنعتی آذرین البرز در زمینه صادرات چه فعالیت‌هایی داشته است؟

بخشی از قطعات به کشور عراق صادر شده که البته رقم و عددی نسبتاً ناچیز است، با این حال به اعتقاد بنده از این پس باید تا ۳۰ الی ۴۰ درصد ظرفیت شرکت‌ها به صادرات اختصاص پیدا کند. لازم به یادآوری است، کشورهایی مانند چین و ترکیه بسیار زودتر از ایران در بازارهای خارجی حضور داشته و تا حدی عرصه را برای قطعه‌سازان کشورمان تنگ کرده‌اند، از این رو گروه صنعتی آذرین البرز در نمایشگاه بین‌المللی اتومبیلیتی ۲۰۲۲ روسیه شرکت کرد تا موضوع صادرات را به طور جدی پیگیری کند. در همین راستا با یک سری از شرکت‌های بزرگ تامین‌کننده قطعات یدکی نیز تعاملاتی برقرار شد که نمونه آن شرکت آوتاوا، گاز و واز است.

روند برگزاری این نمایشگاه و قدرت روسیه در صنعت قطعه‌سازی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

صنعت خودروسازی کشور روسیه قدیمی بوده و در بخش قطعه‌سازی نیز پیشرفت قابل توجهی نداشته است، با این حال در خصوص واردات قطعات موتور و تفاهم‌نامه‌هایی منعقد شده و شرایط برای حضور قطعه‌سازان ایرانی در این کشور نیز فراهم است. از طرفی، اگرچه نمایشگاه بین‌المللی اتومبیلیتی ۲۰۲۲ در وضعیت نه‌چندان مناسبی برگزار شد، اما با بازدید قابل توجهی همراه بود. با توجه به این موضوع گروه صنعتی آذرین البرز نیز در نظر دارد تا با داشتن نگاهی بلندمدت به فکر توسعه و سرمایه‌گذاری باشد.

در حال حاضر مهمترین مشکلات و چالش‌های این صنعت چیست؟

عمده‌ترین مشکل به تامین مواد اولیه بازمی‌گردد. برای مثال، خرید گروه صنعتی آذرین البرز قبلاً از شرکت فولاد مبارکه به صورت LC و ۶ ماهه صورت می‌گرفت، در حالی که هم‌اکنون به ۳ ماه کاهش پیدا کرده و بار سنگینی از نظر مالی اضافه کرده است. نکته دیگر، مربوط به نقدینگی است که تقریباً چالش اکثر شرکت‌ها محسوب می‌شود. علاوه بر این، دریافت مطالبات قطعه‌سازان از خودروسازان ۸ الی ۹ ماه زمان می‌برد، در حالی که این مدت در قرارداد ۹۰ روز تعیین شده است. از سوی دیگر، بحث تنوع در

صنعت خودروسازی مطرح است که از دو بعد منفی و مثبت مورد توجه خواهد بود. هر چند این امر از نگاه مثبت موجب ایجاد خطوط بیشتر شده و جذابیت زیادی را برای این صنعت در آینده ایجاد می‌کند، اما قطعاً به سرمایه و نقدینگی زیادی نیاز خواهد داشت.

روند افزایشی قیمت خودرو را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به اعتقاد بنده، قیمت خودرو نسبت به گذشته با افزایش محسوسی روبه‌رو نبوده است. قیمت‌ها باید توسط خودروسازان تعیین شود و از حالت دستوری خارج گردد. به نظر می‌رسد، برای حل این موضوع، عرضه خودرو در بورس کالا ترند خوبی باشد، به طوری که هم تقاضا پاسخ داده شود و هم قیمت متعادل گردد.

با توجه به سرمایه‌گذاری مناسب در صنعت قطعه‌سازی خودرو، عملکرد شرکت‌های فعال در این صنعت در زمینه داخلی سازی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به نظر می‌رسد، اتفاقات خوبی در این زمینه رخ داده که امید است ادامه‌دار باشد. به عنوان مثال، اکثر قطعات تولیدی که هم‌اکنون در کشورمان تولید می‌شوند، چند سال گذشته از خارج وارد می‌شد، اما در حال حاضر حتی دانش فنی آن نیز در داخل تامین می‌شود. از طرفی، دستگاه‌های مورد استفاده در گروه صنعتی آذرین البرز، در خود این گروه صنعتی ساخته شده و کاملاً جوابگوی خطوط موجود تولید است.

بر اساس سند چشم‌انداز سال ۱۴۰۴ تا چه میزان امکان تولید سالانه ۳ میلیون دستگاه خودرو وجود دارد؟

تولید این تعداد قطعه‌نیاز به ظرفیت‌سازی دارد و با توجه به مشکل دریافت تسهیلات و نبود سرمایه کافی، اکثر شرکت‌ها در شرایطی نیستند که آن را عرضه نمایند. البته به این منظور اقداماتی در دولت کنونی انجام شده، اما هنوز در بحث تسهیلات بانکی، مشکلات و چالش‌هایی وجود دارد.

وضعیت صنعت قطعه‌سازی و خودروسازی را تا پایان سال

چگونه ارزیابی می‌کنید؟

قطعا این موضوع نیازمند داشتن یک نگاه بلندمدت است، اما با توجه به تنوع ایجاد شده در صنعت خودروسازی و آنچه که بازار می‌طلبد، شرایط خوبی پیش روی این صنعت قرار داشته و صنعت قطعه‌سازی نیز در این راستا به سمت متنوع‌سازی قطعات و خطوط جایگزین به منظور پاسخ‌گویی به نیازهای موجود حرکت خواهد کرد. ■

با توجه به تنوع ایجاد شده در صنعت خودروسازی و آنچه که بازار می‌طلبد، شرایط خوبی پیش روی این صنعت قرار داشته و صنعت قطعه‌سازی نیز در این راستا به سمت متنوع‌سازی قطعات و خطوط جایگزین به منظور پاسخ‌گویی به نیازهای موجود حرکت خواهد کرد



رئیس اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین آلات تهران

افزایش نظارت دولت بر واردات و تولید قطعات یدکی ضرورت دارد

مصطفی حاتمی

وی با اشاره به اینکه اعضای هیات مدیره در بدو ورود و سکان داری اتحادیه مسائل روز را پیگیری می کردند، اظهار کرد: اولین موضوعی که در این راستا مطرح شد، مبالغ مالیات و دستگاه های پوز بود که اصناف را دچار چالش کرده و به لطف خدا با استفاده از تجارب پیشکسوتان و اعضای هیات مدیره پیشین و دیگر دوستان، طی جلسات متعدد با ریاست سازمان امور مالیاتی و مدیران کل سازمان امور مالیاتی برطرف شد. البته با رعایت عدالت مالیاتی، راه زیادی پیش روی ما وجود دارد که با پیگیری های مستمر اتحادیه و رعایت قوانین و مقررات دنبال خواهد شد.

رئیس اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین آلات تهران افزود: دومین تکلیف قانونی هیات مدیره، تشکیل کمیسیون های قانونی است که به عنوان بازوی توانمند اتحادیه ها شناخته شده هستند. بخشی از آن ها بر اساس قانون، با نام کمیسیون بازرسی حل اختلاف و شکایات یا کمیسیون فنی و آموزش معروف هستند، بر همین اساس هیات مدیره جدید با رعایت کامل آئین نامه های قانونی و از طریق فراخوان عمومی از اعضای صنف، چندین کمیسیون تشکیل داد که ۳ مورد آن در دوره های گذشته تشکیل شده بود. برای مثال، کمیسیون شوراها به منظور بررسی و رفع مشکلات کسبه و انسجام آن ها در مجتمع تجاری و پاساژها برگزار شده و علاوه بر کمیسیون های اقتصادی و مالیات، کمیسیون جدید رفاه نیز در این دوره از هیات مدیره شروع به فعالیت کرده و هم اکنون نیز مسائل فرهنگی، ورزشی و بیمه اعضای محترم صنف را دنبال می کند. همچنین اقدام بعدی هیات مدیره، دعوت از خبرگان این صنف برای تشکیل رسته های صنفی جهت پیگیری و حل مشکلات تخصصی این بخش ها است، چرا که صنف قطعات یدکی از ماشین های سواری تا ماشین آلات معادن و راهسازی را شامل شده و بسیاری از مشکلات آن تخصصی و پیچیده است.

حسینی با تاکید بر این موضوع که صنف بزرگ فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین آلات تهران نیازمند برگزاری همایش هایی برای تعامل هر چه بیشتر با دولت انقلابی، مردمی و مسئولان محترم قوه قضائیه



اولین نشست خبری اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین آلات تهران با حضور سید احمد حسینی، رئیس این اتحادیه و جمعی از خبرنگاران برگزار شد.

سید احمد حسینی، رئیس اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین آلات تهران با اشاره به ابزار پر قدرت رسانه برای رساندن صدای اصناف به گوش دولت مردان گفت: بر اساس تبصره یک قانون نظام صنفی، اعضای هیات مدیره اتحادیه های صنفی بیش از دو دوره متوالی یا چهار دوره متناوب نمی توانند در هیات های مدیره حضور داشته باشند، بر همین اساس هیات مدیره و پیشکسوتان این حوزه در همان زمان، زمینه حضور افراد با تجربه، جوان و مجهز به دانش روز را فراهم کرده و در مرحله دوم، هیات مدیره جدید را در تاریخ دهم خردادماه امسال انتخاب کردند، به طوری که هم اکنون یک هیات مدیره پویا و منسجم با استفاده از تجارب پیشکسوتان، قائل به خرد جمعی و مجهز به علم روز در این اتحادیه مشغول به کار شده است.

است، خاطر نشان کرد: در همین راستا مقدمات لازم برای برگزاری یک همایش بزرگ با حضور نمایندگان از قوای سه گانه هیات ریسه اتاق اصناف ایران و تهران، روسای اتحادیه های کشوری لوازم خودرویی کشور و تعداد کثیری از اعضای صنعت قطعات یدکی فراهم شده بود تا یک بار دیگر در راستای تعامل هر چه بیشتر و اتحاد و همدلی قدم برداریم، اما متأسفانه به دلیل شرایط حاکم در جامعه به تأخیر افتاد. این فعال صنفی، تشکیل کارگروه مسکن در خصوص احیای مجدد و آغاز فعالیت تعاونی مسکن اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین آلات تهران را از دیگر اقدامات هیات مدیره دانست و گفت: به امید خدا و با توجه به فرمایشات رئیس جمهور، ساخت ۴ میلیون مسکن به منظور خانه دار شدن اعضای محترم اجرایی خواهد شد. علاوه بر این، پیگیری های لازم برای حل مشکل انبارهای همکاران در استان تهران نیز انجام شده و به موازات آن جلسات متعددی با حضور اعضای هیات مدیره و برخی اعضای هیات مدیره پیشین برگزار شد که دستاوردهای خوبی نیز داشت.

رئیس اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین آلات تهران با طرح این سوال که چرا هیات مدیره در این دوره پر مخاطره، تغییر قانون و اجرایی شدن ماده ۲۲ چنین مسئولیت هایی را پذیرفته است، افزود: اصناف در همه ادوار گذشته مانند دوران پیش از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، بعد از پیروزی انقلاب، دوره ۸ ساله دفاع مقدس، هنگام وقوع بلایای طبیعی و در شرایط تحریم های ناجوانمردانه، حضور جانفشانانه ای داشته، اما به دلیل عدم انسجام و خودباوری روز به روز از حوزه تصمیم گیری و قانون گذاری در حوزه کسب و کار کنار گذاشته شده و متأسفانه این امر ضمن هزینه تراشی در حوزه اجرای قوانین، اصناف را نیز دچار چالش کرده است. با توجه به این امر، فعالان صنفی باید آستین همت بالا زده و با اتحاد، همدلی و بهره گیری از ظرفیت های اصناف، جایگاه خود را به نمایش بگذارند که قطعا در این راستار عایت دواصل حفظ چارچوب بهبود فضای کسب و کار و انعطاف پذیری بودن، ضروری خواهد بود، در غیر این صورت بازار کسب و کار از دست خواهد رفت.

وی با اشاره به اینکه یکی دیگر از مواردی که به عنوان برنامه هیات ریسه اصناف باید دنبال شود، هوشمندسازی اتحادیه ها است، گفت: زیرساخت های لازم این کار انجام شده و گام اول آن ارائه خدمات به اعضای صنف به صورت برخط و غیر حضوری خواهد بود. رسیدگی به شکایات مردمی یکی دیگر از خدمات این اتحادیه برای مصرف کنندگان است که ملزومات آن در حال آماده سازی است و به صورت ۲۴ ساعته می توان آن را دریافت کرد.

رئیس اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین آلات تهران با اعلام اینکه تمام توزیع کنندگان قطعات یدکی اعم از همکاران در شرکت های بزرگ خودرو سازی و شرکت های عرضه توزیع قطعات یدکی خودرو باید ملزم به رعایت استانداردهای کیفی و قانونی باشند،

گفت: اتحادیه های صنفی نیز باید به عنوان تکلیف ذاتی و قانونی خود در راستای احصای حقوق مصرف کننده این مسائل را پیگیری کنند. متأسفانه از جمله مواردی که امروزه چالش برانگیز شده، توسعه برخی از قوانین، نبود زیرساخت های کافی برای اجرای قوانین و عدم اجرای قوانین به شیوه درست است. هر چند نظارت بر اجرای صحیح قوانین در حوزه اختیارات مجلس شورای اسلامی است، اما متأسفانه در موردی مانند قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز شاهد بی توجهی به آن هستیم.

حسینی با ذکر اینکه در حوزه توسعه حکم قانون، ماده ۱۳ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز خیلی راحت از کالاهای خارجی صحبت کرده و ماده ۵ آیین نامه ۱۲ نیز با توسعه قانون، تولیدات داخلی را در زمره قوانین قرار داده، اظهار کرد: متأسفانه دستورالعمل مورخ ۱۲ مردادماه سال جاری هم مواردی را در بر دارد که حکم قانون را توسعه داده است. از سوی دیگر، یک شناسه اظهاری برای اخذ کالاهای در سطح عرضه با مهلت ۱۵ مهرماه و ۱۵ آذرماه به علت مشکلات سامانه تا به امروز دریافت نشده است. علاوه بر این، تبصره ۵ ماده ۲ همین دستورالعمل نیز حکم قانون را توسعه داده و مقرر کرده که کالاهای سطح عرضه صرفاً به دست مصرف کنندگان برسد، در صورتی که این سوال مهم مطرح است که آیا این کالاهای موجود در سطح بازار در مدت کوتاهی به دست مصرف کننده خواهد رسید؟

وی با بیان این موضوع که منظور از حوزه قطعات یدکی خودرو و ماشین آلات، ماشین آلاتی است که کار استراتژی و معادن را انجام می دهند، گفت: فعالان اقتصادی این حوزه قبل از شروع تحریم ها تجهیزات مورد نیاز را ازادبر نیاز کشور وارد کردند تا در دوران تحریم با چالش روبه رو نباشیم، اما متأسفانه از تاریخ ۱۵ مردادماه سال جاری، برچسب قاچاقچی به این عزیزان زده شده که بسیار ناروا است. رئیس اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین آلات

دولت باید نظارت
بیشتری در خصوص
واردات و همچنین
تولیدات داخلی
داشته و در این راستا
کد آیسیک را برای
تولید کنندگان صنعتی
صادر کند



تهران، کالاهای سطح عرضه را مشمول حقوق مکتسبه اعضای صنف و کسبه دانست و گفت: این کالاها در واقع کالاهایی بودند که با توجه به قوانین جاری، تولید یا وارد شده و امروز نباید به بهانه عطف به ماسبق کردن قوانین، آن را در زمره کالاهای قاچاق قرار داد. قطعا اجرای صحیح قوانین نیازمند فراهم شدن زیرساخت‌های لازم است. متأسفانه مسئولان و متولیان این امر بدون حضور مادر رسانه ملی حاضر شده و از اجرای قوانین تاریخ ۱۵ مهر ماه بدون ایجاد زیرساخت‌ها و تکالیف قانونی صحبت می‌کنند، در حالی که ورود به سامانه جامع تجارت پیش‌نیازهایی دارد که از جمله آن، دریافت پروانه کسب و کد نشر در سامانه جامع تجارت است.

حسینی یکی دیگر از مشکلات اصناف را مشکل سامانه ایرانیان اصناف عنوان کرد و گفت: مشکل بعدی که به کرات بیان شده، به کد آیسیک بازمی‌گردد. برای مثال، تولیدکنندگان صنفی برای ساماندهی بازار به منظور شناسه دار کردن کالاهای تولید داخلی و کالاهای سطح عرضه، موافق اجرای قانون و صدور کد آیسیک بوده که هنوز مصوب نشده است، بر همین اساس تولیدکنندگان صنفی نمی‌توانند در سامانه جامع تجارت برای کالاهای تولیدی خود شناسه کالا یا کد رهگیری را دریافت کنند. چالش دیگر، خروج موضوعی لوازم یدکی خودرو از تبصره ۴ ماده ۱۸ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز است که به دفعات مطرح شده است. از طرفی، سازمان تعزیرات حکومتی، آرایه‌ای علیه همکاران ما به دلیل مشمول بودن لوازم یدکی خودرو در تبصره ۴ ماده ۱۸ صادر کرده که چالش برانگیز است.

وی یادآور شد: در ماده ۱۳ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز به دو موضوع به صراحت اشاره شده است. نخست اینکه در روند واردات کالاهای خارجی باید تمامی قوانین و مقررات حاکم را رعایت کرد و دوم اینکه به استانداردهای لازم از نظر کیفیت قطعات توجه شود تا مصرف‌کنندگان با دیدن شناسه کالا و کد رهگیری از قانونی بودن روند ورود آن

هر چند نظارت بر اجرای صحیح قوانین در حوزه اختیارات مجلس شورای اسلامی است، اما متأسفانه در موردی مانند قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز شاهد بی‌توجهی به آن هستیم

اطمینان پیدا کنند، اما با وجود شیوه‌های ناصحیح واردات، هنوز این امر محقق نشده است. در این خصوص باید پرسید که استدلال هیات ریسه اتحادیه لوازم یدکی خودرو تهران چیست؟ امروزه پشت میز اجرا شرکت‌های بزرگ و خودروسازان به عنوان متولیان قرار دارند که کمتر از ۲۰ درصد سهم بازار را در اختیار داشته، در حالی که نمایندگان اتحادیه‌های لوازم یدکی خودرویی با داشتن ۸۰ درصد از سهم بازار، نقشی در اجرا ندارند. از سوی دیگر، فرمایشات مقام معظم رهبری، مبنی بر بی‌کیفیتی تولیدات خودروسازان، پرونده‌های کلان اقتصادی این افراد در محاکم قضائی و مصاحبه رییس پلیس راهور، مبنی بر سهم ۹۰ درصدی باز نشدن کیسه هوای خودروهای داخلی و مهمتر از آن، نیاز فراوان خودروهای صفر کیلومتر داخلی به تعمیر قطعات، گواه بر وضعیت موجود این صنعت است که در این راستا باید از متولیان آن به عنوان مسئولان بخش اجرایی پرسید که چه برنامه‌ای برای تحقق قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز در نظر گرفته‌اند؟

این فعال صنفی با اشاره به اینکه امروزه شرکت‌های بزرگ به بهانه اجرای شناسه کالا شماره فنی خود را به شناسه کالا مرتبط کرده‌اند، اظهار کرد: باید پرسید که در کدام یک از تولیدات کالاهایی که شناسه کالا بر روی آن‌ها درج شده، موارد مندرج در ماده ۱۳ قانون رعایت شده است؟ آیا این کالاها اصلا مورد بررسی کیفی قرار گرفته‌اند؟ با توجه به مسائل پیش آمده درخواست این اتحادیه این است که با تعامل بیشتر در جلسات تخصصی و گفت‌وگو با مجریان محترم از جمله وزیر صمت و مسئولان قوه قضائیه این مساله حل شود. در همین راستا، اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران، آمادگی همکاری داشته و تاکنون به قدری پیگیر بوده که مشاور وزیر صمت نیز این موضوع را به مسئولان گوشزد کرده است.

رییس اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران در پاسخ به سوال مطرح‌شده در خصوص قطعات یدکی فاقد شناسه و بی‌کیفیت گفت: ماقطعا باید از تولید داخلی حمایت کنیم، اما این امر منوط به اخذ شناسه کالا و کد رهگیری است تا از کیفیت کالاهای اطمینان حاصل کرد. همان‌طور که اشاره شد، یکی از چالش‌ها به واردات سابق کالاها بازمی‌گردد که به دلیل ضعف‌های قانونی ایجاد شده است. در این خصوص باید از قانون‌گذاران پرسید که آیا می‌توان قانون مربوط به واردات کالا در تاریخ ۱۲ مردادماه سال جاری را برای دستورالعمل‌های تاریخ ۱۵ مهر ماه به اجرا گذاشت؟ دولت باید نظارت بیشتری در خصوص واردات و همچنین تولیدات داخلی داشته و در این راستا کد آیسیک را برای تولیدکنندگان صنعتی صادر کند تا آن‌ها ساماندهی شده و با تشکیل کلاس‌های آموزشی با کمک سازمان فنی و حرفه‌ای و دانشگاه جامع علمی و کاربردی، برای کسب صلاحیت‌های علمی به منظور تولید قطعات با کیفیت آماده باشند. ■



گفت و گوی اختصاصی با مصطفی حاجیلو

در این بخش می خوانیم:

- ایران در تولید لیبل توان بالایی دارد
- استقبال شرکت های چاپ و بسته بندی از نمایشگاه بین المللی ۲۹
- دولت از مشاوران متخصص برای توسعه صنعت چاپ کمک بگیرد

رئیس هیات مدیره هلدینگ «کیمیای نقش الماس»

دولت از مشاوران متخصص برای توسعه صنعت چاپ کمک بگیرد

هادی حسینی نژاد

امروزه در جهان، موفقیت صنایع مختلف در گروی بهره‌مندی از دستاوردهای چشمگیر صنعت چاپ و بسته‌بندی است. خوشبختانه طی دو دهه اخیر، شاهد تأسیس و راه‌اندازی مجتمع‌های قدرتمندی در کشور بوده‌ایم که ظرفیت تولید و ارائه خدمات چاپ و بسته‌بندی ایران را به شکل محسوسی ارتقاء داده‌اند. با این حال رفع موانعی همچون دسترسی به مواد اولیه و تسهیل در صادرات خدمات چاپی ضروری است. در این زمینه گفت‌وگویی با مصطفی حاجیلو، رئیس هیات مدیره هلدینگ «کیمیای نقش الماس» و مدیر عامل شرکت «نقش الماس کاسپین» داشتیم که مشروح آن را در ادامه می‌خوانید.

بازارهای داخلی و خارجی، با نام تجاری «نقش الماس کاسپین» و نام تجاری NAC به عرصه تولید متریال مصرفی چاپ از جمله فیلم‌های حرارتی BOPP و BOPET وارد شدیم که محصولاتی پر مصرف و استراتژیک به شمار می‌آیند. هم‌اکنون در تولید این اقلام به استانداردهای جهانی دست یافته‌ایم و «نقش الماس کاسپین» توانسته با این تولیدات، مانع خروج حجم قابل توجهی ارز از کشور شود. همچنین قابلیت صادرات محصول به کشورهای منطقه نیز وجود دارد و در ادامه طرح توسعه‌ای، قصد داریم تا محصولات دیگری همچون فیلم حرارتی مخملی، متالایز، فیلم حرارتی در انواع رنگ‌ها و کاغذ بهداشتی لیوان رانیز به سید تولیدات نقش الماس کاسپین اضافه کنیم. این اهداف در حال تحقق است و به زودی شاهد عرضه محصولات جدید به بازار کشور خواهیم بود. لازم به ذکر است، در کشور امارات نیز یک چاپخانه با سیاست‌های لازم آن کشور، در حوزه فرم‌های عمومی به نام «مجتمع چاپ دیاموند» در حال فعالیت است. در واقع مسئولیت هدایت هلدینگ «کیمیای نقش الماس» را با شرکت وابسته در حوزه‌های مختلف با ۶۰ نفر پرسنل اداری و کارگاهی در فضایی بالغ بر ۳۰ هزار متر مربع بر عهده داریم.

خدمات چاپی این مجتمع چه مواردی را شامل می‌شود و چه ملزومات و ملاحظات را می‌طلبد؟

در مجتمع چاپ نقش الماس، بیش از ۲ هزار محصول اختصاصی و عمومی چاپی را تولید و عرضه می‌کنیم و در نقش الماس کاسپین نیز فیلم‌های حرارتی در انواع مختلف به بازار عرضه می‌شود. محصولات خاص دیگری هم داریم که به زودی عرضه آن‌ها را آغاز خواهیم کرد. یقیناً در حوزه تأمین مواد اولیه، برای هر یک از زیرمجموعه‌های هلدینگ کیمیای نقش الماس شرایط مختلفی وجود دارد، اما ساز و کار در تولید و کنترل کیفیت هر یک از محصولات در مسائل مختلفی مانند استفاده از نیروی انسانی مجرب و کارآمد برای بخش تأمین، تولید و کنترل کیفیت، بهره‌مندی از ماشین‌آلات مناسب برای واحدهای تولید، استفاده از اتوماسیون‌های کاربردی یا حتی تولید اتوماسیون‌های خاص و مورد استفاده هر واحد و همچنین استفاده از مشاوران حرفه‌ای در هر یک از حیطه‌های مورد نیاز خلاصه می‌شود.

آیا در زمینه افزایش سهم برندهای مختلف از بازار و مشاوره بازاریابی نیز خدماتی ارائه می‌کنید؟

شناخت بازار، بررسی آن و پیدا کردن گپ و نیازسنجی و تحقیقات مختلف مارابه محصولات مختلف رسانده که بارآله آن‌ها، به کسب و کار مشتریان



مجتمع چاپ نقش الماس در چه سالی تأسیس شد و چه مراحل را در مسیر توسعه طی کرده است؟

نقش الماس ۲۰ سال پیش از یک کارگاه کوچک خدمات چاپ سیلک با یک دستگاه خشک‌کن یووی اتوماتیک، پایه عرصه صنعت چاپ گذاشت. بنده به همراه برادرانم در راستای نیاز بازار و کمبودهایی که در آن دوره حس می‌شد، فعالیت‌های نوینی را آغاز کردیم و از این رو، به سرعت کارگاه سیلک را به یک چاپخانه کوچک تبدیل کردیم. این اقدام، بارآندازی و نظم‌بخشی انواع فرم‌های عمومی و همچنین با تحقیقات مستمر در مورد کشتش بازار در انواع محصولات همراه بود و هر سال به روش‌هایی متفاوت در مسیر توسعه چاپخانه حرکت کردیم. چاپخانه کوچک نقش الماس بعد از چند سال به یک مجتمع چاپی بزرگ تبدیل شد و یقیناً در این مسیر، دانش روز دنیا را به لحاظ ساخت‌افزاری و نرم‌افزاری فراموش نکردیم. همچنین با همراهی کارکنان مجرب و دلسوز مجموعه، بخش فرم‌های عمومی صنعت چاپ را به گونه‌ای نظم‌دهی و مدیریت کردیم که در حال حاضر یکی از منسجم‌ترین چاپخانه‌های این حوزه در اختیار داریم.

درباره فعالیت‌هایی که در زمینه تولید برخی از اقلام مصرفی چاپ داشته‌اید، توضیح دهید.

از سال ۱۳۹۷ با هدف تأمین نیاز مصرفی مجتمع و عرضه محصول در



برای توسعه صنعت چاپ و ارتقاء سرمایه گذار در این صنعت، چه انتظاری از دولت مردان دارید؟

ایران در بخش های مختلف صنعت چاپ، تجربیات و استعداد های خوبی دارد و برای رشد بیشتر، نیازمند به روز رسانی دانش سخت افزاری و نرم افزاری است که این اتفاق به ایجاد فضایی امن برای فعالان این صنعت منجر می شود. صنعت چاپ و بسته بندی در تمام جهان، وظیفه خطیری را در عرضه محصولات صنایع مختلف به عهده دار دینا برای دولت با تمرکز بر این صنعت، یقیناً به نتایج خوبی در حوزه پیشرفت تمام صنایع کشور خواهد رسید. دولت می تواند با استفاده از مشاوران برجسته این صنعت، با جزییات و نیاز های اهالی آن آشنا شود و مشکلات را مرتفع سازد. اگر امید به سودآوری در این صنعت ایجاد شود، سرمایه گذاران بیشتری وارد عرصه خواهند شد و سرمایه گذاری بیشتر؛ یعنی قدرت بیشتر در تولید محصولات با کیفیت تر و به روز تر؛ یعنی کار آفرینی و رونق صنعت چاپ که افزایش صادرات کشور را در تمام بخش ها و صنایع به ارمغان خواهد آورد.

و سخن آخر...

در پایان باید به این نکته اشاره داشته باشم که اتحادیه ها و انجمن ها مدتی است با شور و شوق بیشتری پیگیر نیاز های صنف هستند که امیدواریم این رویه ادامه دار باشد و بتوانیم مشکلات صنف را در کنار هم بر طرف کنیم. پیشرفت مادر اتحاد و انسجام است. اعتقاد ما این است که هلدینگ کیمیای نقش الماس هنوز در ابتدای راه قرار دارد و تمام تلاش خود را به کار می گیریم تا با توسعه و پیشرفت آن، نقش بیشتری در کار آفرینی کشور ایفا کنیم. امیدواریم باین بهره گیری از تیم قدرتمندی که در اختیار داریم، نیاز مشتریان خود را به نحو احسن پاسخ دهیم و تمام تلاش ما این است که در بازار های داخلی و خارجی، سرباز وفادار صنعت چاپ کشور مان باشیم.



حمایت از
سرمایه گذاران، ایجاد
راه حل هایی برای
تسهیل در تامین
مواد اولیه و ایجاد
مسیر های مناسب برای
صادرات آسان حداقل
به کشورهای منطقه،
کمترین اقداماتی است
که باید در این حوزه
انجام شود

خود جان تازه ای دمیده و برای محصولات آن ها بازار سازی کرد ایم. تعریف مارکتینگ در فارسی، بازاریابی است و بازاریابی یکی از شاخه های مهم و دشوار در این مقوله است که باعث ایجاد رویه های جدید فروش می شود. اگر چه نقش الماس، خدمات بازاریابی را به مفهومی که شما بیان می کنید، ارائه نمی دهد ولی با فعالیت های خود مسیر را برای فعالیت بازاریابان و فعالان صنعت چاپ و سودآوری در این حوزه فراهم می آورد.

در حوزه صادرات چه اقداماتی داشته اید؟

صادرات محصولات مادر صنعت چاپ، به رغم مشکلات موجود در حال انجام است و پیوسته به کشورهای همچون عراق، امارات، عمان و آذربایجان صادرات داریم. در نقش الماس کاسپین نیز با توجه به محصولات پر کاربردی که در این مجموعه تولید می شود، در حال انجام مذاکرات با شرکت های مقصد در منطقه هستیم.

چه ویژگی هایی مجموعه فعالیت های شما در صنعت چاپ را از سایر مجتمع های چاپی متمایز می کند؟

آنچه مجتمع چاپ نقش الماس را متمایز می کند، از نگاه متفاوت مجموعه به بازار و محصولات چاپی نشأت می گیرد. از جمله ویژگی ها و مزایای ما توان به سرعت بالای تولید، تنوع محصولات، نظم دهی و تحویل به موقع سفارش ها، استفاده از اتوماسیون منحصر به فرد برای ثبت، تصحیح، تولید و تحویل سفارش ها به مشتری با اشاره کرد.

مهمترین چالش ها و دغدغه های شما در مسیر توسعه و ارائه خدمات چاپی چیست؟

دغدغه هایی که شما را آزار می دهد، تامین مواد اولیه یکی از چالش ترین مسائل برای مجموعه است. همچنین عدم تخصیص ارز به موقع و نوسانات عجیب و غریب بازار پیچیدگی هایی را رقم می زند که هر تولید کننده ای را از ادامه راه دلسرد می کند. به رغم تلاش ۲۰ ساله ای که در صنعت چاپ داشته ایم، هنوز در این مسائل معضلات زیادی داریم.

برای اینکه صنعت چاپ ایران سهم خود را از بازار های منطقه افزایش دهد، چه اقداماتی لازم است؟

با وجود شور و شوق همکاران فعال در این صنعت، هنوز سهم مادر حوزه ها و تولیدات مختلف از بازار های خارجی بسیار اندک است. حمایت از سرمایه گذاران، ایجاد راه حل هایی برای تسهیل در تامین مواد اولیه و ایجاد مسیر های مناسب برای صادرات آسان حداقل به کشورهای منطقه، کمترین اقداماتی است که باید در این حوزه انجام شود. در این صورت یقیناً اهالی صنعت چاپ، کمر همت را هر چه بیشتر و بهتر از قبل برای ورود به بازار جهانی خواهند بست.

به نظر شما تولیدات داخلی، قابلیت رقابت با تولیدات سایر کشورهای دارد؟

در بسیاری از محصولات، واحدهای چاپی کشور قادر به پاسخگویی به نیاز کشورهای منطقه هستند. به عنوان مثال، در حوزه انواع بسته بندی و حتی بسته بندی های اقلام دارویی، تولیدات صنعت چاپ ایران به استانداردهای جهانی رسیده است. همچنین در حوزه های تامین مواد اولیه برای تولید محصولات ذکر شده نیز حداقل در منطقه توان عرض اندام داریم.

نقش الماس برای ارتقاء کیفیت و توسعه چه تدابیری اتخاذ کرده است؟

برنامه های توسعه ای هلدینگ «کیمیای نقش الماس» در همه زمینه ها در حال پیگیری و انجام است و با توجه به محصولات هر بخش، برنامه های صادراتی را در دست اجرا داریم. همان طور که گفتیم، مجتمع چاپ نقش الماس هم اکنون در بازار کشورهای منطقه حضور و فعالیت دارد و در تولید محصولات NAC نیز پیشرفت های زیادی در بازار های منطقه داشته ایم.



ایران در تولید لیبل توان بالایی دارد

مهدیه شهسواری

چاپ، صنعت گسترده‌ای است و بخش‌های متعددی را شامل می‌شود. در حال حاضر بخش اعظم مجتمع‌های چاپی در کشور، در حوزه چاپ بسته‌بندی فعالیت دارند و با خدماتی که به سایر صنایع ارائه می‌کنند، زمینه توزیع و فروش هر کالای ریز و درشتی را در بازار فراهم می‌آورند. در این میان، چاپ لیبل از اهمیت بالایی برخوردار است، چراکه علاوه بر جنبه‌های بصری، اصالت و شناسه هر کالایی با لیبل تعیین می‌شود. در سال‌های گذشته نیاز صنایع به این محصول استراتژیک، عمدتاً از طریق واردات تامین می‌شد، اما در سال‌های اخیر، ایران در زمینه چاپ لیبل و سایر اقلام عرض باریک (نرو وب) به خودکفایی رسیده است. در این باره، گفت‌وگویی با حسین احمدی، مدیر عامل شرکت صنایع چاپ مادرول که از پیشگامان این حوزه است، داشتیم که در ادامه می‌خوانید.

داخلی، عمدتاً به چاپخانه‌های مجهز کشور، ترکیه سفارش کار می‌دادند. حجم سفارش‌ها در حدی بود که ترک‌ها هر سال در نمایشگاه بین‌المللی چاپ تهران، یکی از سالن‌های بزرگ (سالن میلاد محل برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی) را به خود اختصاص می‌دادند و برای گرفتن سفارش، با برندهای مختلف در این رویداد شرکت می‌کردند. این روند تا سال ۱۳۹۶ ادامه داشت، اما با ماشین‌های به کار گرفته شده در مادرول، این باور را ایجاد کردیم که می‌شود از واردات جلوگیری کرد. از جمله این ماشین‌ها، ماشین «تیل پیتز» بود که بدون تردید یکی از پیشرفته‌ترین ماشین چاپ عرض باریک در جهان است و حتی در ترکیه نیز وجود ندارد. شاید این دوره را بتوان یک رنوسانس در صنعت چاپ ایران خواند که البته با تجهیز سایر واحدهای چاپی به ماشین‌های پیشرفته همراه شد. بدین ترتیب از سال ۱۳۹۸، برندهای ترکیه‌ای بازار ایران را ترک کردند و در سال‌های اخیر، تقریباً هیچ حضوری در نمایشگاه بین‌المللی ایران نداشته‌اند.

عمده‌مشتریان شما از کدام صنایع هستند؟

لیبل، شناسه محصول است و بر همین اساس تقریباً تمام صنایع به لیبل نیاز دارند. البته با توجه به شیوه عرضه محصولات، خصوصاً در سوپرمارکت‌ها، برخی از صنایع مانند صنایع غذایی و بهداشتی اهمیت بیشتری به لیبل می‌دهند. بخش قابل توجهی از مشتریان مادرول،



شرکت چاپ مادرول از چه سالی و با چه رویکردی تاسیس شد؟

تحصیلات بنده در رشته سخت‌افزار است و مدتی در شرکتی وابسته به IBM در کشور انگلستان فعالیت داشتم، اما آغاز فعالیت در صنعت چاپ به سال ۱۳۷۴ بازمی‌گردد. تا سال ۱۳۸۶ در یک مجتمع چاپی به عنوان مدیر تولید، مدیر فروش و مدیر عامل فعالیت داشتیم و در اردیبهشت‌ماه ۱۳۸۷ شرکت چاپ مادرول را با حداقل نفقات و سرمایه‌ای محدود راه‌اندازی کردم. طبیعتاً ماشین‌های مورد استفاده، چندان پیشرفته نبودند، ولی در ادامه، تقریباً هر ۲ سال یک‌بار ماشین‌آلات جدیدی را به مجموعه اضافه کردیم. از سال ۱۳۹۴ تصمیم بر آن شد تا ماشین‌های روز اروپا را خریداری کنیم و اولین ماشین خریداری شده هم، دستگاه چاپ گالوس بود که تا پیش از آن در ایران وجود نداشت. این ماشین، ماشین چاپ عرض باریک (نرو وب) است که چاپ لیبل نیز یکی از قابلیت‌های آن به‌شمار می‌آید.

بازار چاپ لیبل کشور در آن دوره چه شرایطی داشت؟
در آن سال‌ها، تولیدکنندگان کشور به دلیل کیفیت پایین لیبل‌های





در این زمینه چه انتظاری از سیاست گذاران و مدیران دولتی دارید؟

تجارت بین المللی بر پایه تعاملات سیاسی بین کشورها قابل پیگیری است. در شرایط موجود، هم در حوزه واردات و هم در بخش صادرات با مشکلات عدیده ای مواجه هستیم. در این میان، تنها آن هایی که روابط خاصی دارند، رشد می کنند که اصطلاحاً به آن ها ویژه خوار می گوئیم. رفع این مشکلات، تنها از عهده دیپلمات ها بر می آید، در غیر این صورت ورود به بازارهای جهانی به شکل سالم امکان پذیر نیست.

برای توسعه و افزایش ظرفیت تولید چه برنامه ای دارید؟

باور ما از ابتدای راه این بوده که باید عمق دانش خود را افزایش دهیم و توسعه فعالیت های خود را در این بخش معطوف کرده ایم. چاپ، حوزه گسترده ای است و بسیاری از همکاران ما در سال های اخیر، برای تکمیل کردن خط تولید خود، یک دستگاه چاپ لیبیل نیز تهیه کرده اند. این روند مورد قبول ما در اول نیست و به هیچ عنوان قصد نداریم خط تولید خود را در سایر حوزه های چاپی توسعه دهیم. با همین نگاه بود که به سراغ پیشرفته ترین ماشین های روز دنیا رفته و آن ها را به خدمت گرفتیم. مشتریان هم ترجیح می دهند، نهایتاً به مجموعه ای سفارش کار دهند که محصولات با کیفیت تری را نسبت به سایر مجموعه ها ارائه می کند و خدمات پس از فروش بهتری می دهد. ما به توسعه دانش محور و تخصصی چاپ عرض بار یک در مادرول ادامه خواهیم داد. آخرین ماشین خریداری شده، در فروردین ماه سال گذشته نصب و راه اندازی شد و ظرف یکی دو سال آینده، ماشین های پیشرفته تری را خریداری و به مجموعه اضافه خواهیم کرد.

ورودهای غیر تخصصی به حوزه چاپ عرض بار یک چه چالش هایی را به همراه داشته است؟

یکی از مشکلاتی که در صنعت چاپ با آن مواجه هستیم، خریدهای هیجانی و غیر تخصصی است. به عنوان مثال، فعالان در حوزه افست به این تصور که چاپ لیبیل بازار پر درآمدی شده، به یکباره نسبت به خرید ماشین های چاپ عرض بار یک اقدام می کنند که معمولاً هم ماشین های فرسوده ای هستند. این مساله باعث می شود که کمیت تولید در بازار افزایش پیدا کند، اما کیفیت پایین بیاید. نتیجه این رویه، ایجاد رقابت های ناسالم و پذیرش خسارت و حتی ورشکستگی برخی از واحدها است؛ چون وقتی تولید بیشتر از تقاضا باشد، اولین اقدامی که از سوی برخی انجام می شود، قیمت شکنی است. متأسفانه هیچ محدودیتی برای خریداری و وارد کردن ماشین های دست دوم و قدیمی چاپ وجود ندارد و کسی هم مانع کار آن ها نمی شود. برخی هائیز در این میان، مرتکب تخلفاتی از جمله تغییر تاریخ ساخت ماشین ها می شوند. نهادهای مسئول باید تناسب بازار مصرف و ظرفیت تولید را حفظ کنند، ولی متأسفانه هیچ برنامه ای در این زمینه وجود ندارد. صدور بدون حساب و کتاب پروانه و مجوز، ارتباطی به حمایت از کسب و کار هان ندارد؛ چون فعال شدن یک عده، باعث بیکار شدن عده ای دیگر می شود. مشکل این است که ما در کشور مان، دچار شمارزدگی هستیم و برخی مفاهیم مثل کار آفرینی، اشتغال زایی، خود کفایی و... غلط تعبیر می شوند. ■

تولید کنندگان مواد شوینده، اقلام آرایشی و بهداشتی، مواد غذایی و لبنی، روغن های خوراکی و صنعتی هستند. به جز این موارد، صنایع دارویی نیز از بزرگ ترین مشتریان لیبیل به شمار می آیند. همچنین اکثر محصولات در کنار لیبیل، نیازهای دیگری نیز دارند. به عنوان مثال، فویل های در پوش در تولیدات لبنی، ظروف نگهداری مواد غذایی و سس های یک بار مصرف که در بسته های چند لایه قرار می گیرند، همگی با ماشین های عرض بار یک، چاپ می شوند. امروزه چاپ و بسته بندی به جز «لایفک زندگی» مابعد تبدیل شده و به همین دلیل عنوان تمام نمایشگاه های بین المللی، چاپ و بسته بندی است. چاپخانه مادرول نیز کاملاً در حوزه بسته بندی فعالیت دارد.

آیا برنامه ای برای ورود به بازارهای جهانی دارید؟

با همین رویکرد، در اردیبهشت ماه سال جاری در نمایشگاه چاپ و بسته بندی دبی و در پایون اتحادیه صادر کنندگان صنعت چاپ ایران شرکت کردیم. تولیدات ما از نظر کمی و کیفی کاملاً قابلیت رقابت در بازارهای جهانی را دارد و بازدید کنندگان آن نمایشگاه که خود از فعالان و متخصصان صنعت چاپ در کشورهای دیگر بودند نیز با بازدید از غرفه مادرول به این واقعیت اذعان داشتند. توان تولید لیبیل در ایران آن ها را شگفت زده می کرد؛ خصوصاً که نمی دانستند به چه ماشین های پیشرفته ای مجهز هستیم، چرا که به دلیل تحریم ها، معمولاً شرکت های ماشین ساز اروپایی، فروش دستگاه به ایران را مخفی نگه می دارند. به هر تقدیر مادرول در زمینه چاپ لیبیل پیشگام است. البته به موقعیت کنونی راضی نیستیم و باید روز به روز و همگام با جدیدترین تکنولوژی های چاپ جهان پیشرفت کنیم.

آیا در حال حاضر به کشورهای خارجی صادرات دارید؟

از چندین سال قبل با کشورهای منطقه مرادانی داشته ایم و برای برندهای زیادی لیبیل تولید کرده ایم، اما عمده این تولیدات را در ایران ثبت سفارش می کنند. در واقع صاحبان کالا یا بازرگانان خارجی به ایران می آیند، سفارش های خود را ثبت می کنند و ما محموله های چاپی آن ها را در مناطق مرزی به آن ها تحویل می دهیم. وجود تحریم ها علیه ایران باعث شده تا صادرات مستقیم نداشته باشیم که مانع از مرادات بانکی در سطح بین الملل می شود. این امیدواری وجود دارد که با بهبود شرایط سیاسی، امکان توسعه فراهم شود. اتفاقاً با همین نگاه در نمایشگاه دبی حاضر شدیم. در واقع هدف ما برقراری ارتباط با صنایع مختلف در کشورهای همچون الجزایر، آفریقا، کامرون و... بود تا آن ها را با ظرفیت های چاپ و بسته بندی مادرول آشنا کنیم و با رفع موانع بانکی در آینده، بتوانیم رسماً به بازار این کشور ها وارد شویم.



جانمایی ۳۰۰ غرفه در ۱۷ هزار مترمربع

استقبال شرکت‌های چاپ و بسته‌بندی از نمایشگاه بین‌المللی ۲۹

هادی حسینی نژاد

وی با اشاره به برگزاری برخی رویدادهای جنبی این نمایشگاه، گفت: در دومین روز از برگزاری نمایشگاه، شاهد برگزاری سمینار آسیب‌شناسی صنایع چاپ و بسته‌بندی خواهیم بود که به مسائلی همچون ضرورت نوسازی ناوگان چاپ و تقویت صادرات محصولات چاپی اختصاص خواهد داشت.

رییس نمایشگاه صنعت چاپ و بسته‌بندی خاطر نشان کرد: برگزاری کلاس‌های آموزشی، برگزاری مراسم بزرگداشت مرحوم درویش (از پیشکسوتان تازه در گذشته صنعت) با حضور جمعی از شاگردان ایشان و همچنین ارائه گزارش عملکرد در باره برگزاری روز ملی صنعت چاپ (۱۱ شهریور ماه)، فعالیت‌های ستاد بزرگداشت چهره‌های ماندگار صنعت و... نیز از سایر برنامه‌های جنبی مادر نمایشگاه پیش رو خواهد بود.

نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته به عنوان بزرگ‌ترین رخداد تجاری صنعت چاپ ایران سالانه با حضور جمع کثیری از شرکت‌های توانمند داخلی و خارجی در زمینه صنعت چاپ، بسته‌بندی، ماشین‌آلات و... برپا می‌شود. این رویداد، فرصت مغتنمی است تا شرکت‌های فعال در این حوزه دستاوردها و محصولات خود را در معرض بازدید دست‌اندرکاران و متخصصان این صنعت قرار دهند و با توجه به رونق کنونی بازار، فعالیت‌ها و نوآوری‌های خود را ارائه دهند. ■



بیست و نهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت چاپ و بسته‌بندی، با حضور فعالان این حوزه، جمعه ۲۹ مهر ماه ۱۴۰۱ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران کلید می‌خورد و تازه‌ترین دستاوردها و ظرفیت‌های تولید محصولات چاپی در این رویداد، در معرض عموم قرار خواهد گرفت. احمد ابوالحسنی، رییس و مجری برگزاری این نمایشگاه در گفت‌وگو با ماهنامه دنیای سرمایه گذاری گفت: خوشبختانه با تضعیف و پروسه کرونا در کشور، با حجم قابل توجهی از علاقه‌مندان به حضور در نمایشگاه‌ها مواجه هستیم و در این میان، بسیاری از اهالی صنایع چاپ و بسته‌بندی نیز برای حضور در نمایشگاه بیست و نهم اعلام آمادگی کرده‌اند.

وی با بیان این مطلب که تاکنون حدود ۳۰۰ شرکت در مساحتی به وسعت ۱۷ هزار مترمربع فضای نمایشگاهی جانمایی شده‌اند، افزود: علاوه بر متراژ تخصیص یافته شده، ۲۴۳ شرکت دیگر نیز متقاضی حضور در این نمایشگاه بودند که برای غرفه دادن به آن‌ها حدوداً به ۱۳ هزار مترمربع فضای نمایشگاهی نیاز داشتیم.

رییس نمایشگاه صنعت چاپ و بسته‌بندی ادامه داد: متأسفانه با وجود پیگیری‌های صورت گرفته، این امکان مهیا نشد. حتی تلاش کردیم با تغییر زمان برگزاری، مساحت بیشتری را در اختیار بگیریم، اما با توجه به تقویم برگزاری سایر نمایشگاه‌ها، تلاش‌هایی نتیجه‌مند و به همین دلیل از متقاضیان مازاد، عذرخواهی می‌کنم.

ابوالحسنی گفت: نمایشگاه بیست و نهم مطابق با برنامه قبلی، از ۲۹ مهر ماه در سالن‌های ۳۸، ۳۵، ۳۸ب، ۳۸ا، ساختمان میلاد (در دو طبقه)، ساختمان خلیج فارس (در دو طبقه) و بخش گسترده‌ای از فضای باز محل دائمی برگزاری نمایشگاه‌های تهران آغاز می‌شود و تا ۲۱ آبان ماه ادامه خواهد داشت.



گفت و گوی اختصاصی با دکتر علیقلی حسنی اعظمی

در این بخش می خوانیم:

- ماشین آلات تولید کارتن نیاز به نوسازی دارند
- کیفیت بسته بندی ضامن بقادر بازارهای جهانی است
- کاهش تعرفه برای جبران تنزل کیفیت چاپخانه ها را نابود می کند

مدیرعامل شرکت کارتن سازی میهن

فرسودگی ماشین آلات چالش صنعت تولید کارتن

هادی حسینی نژاد

سابقه صنعت کارتن سازی در ایران به حدود ۷۰ سال پیش بازمی گردد و همپای توسعه صنایع مختلف که برای بسته بندی و حمل و نقل محصولات خود به کارتن نیاز داشتند، رشد کرده است. در حال حاضر کمتر محصولی وجود دارد که از کارتن بی نیاز باشد که این نیاز خصوصا برای کالاهایی که به مقاصد دور و بعضا به خارج از کشور ارسال می شوند، محسوس تر است. علاوه بر این هر نوع محصول نسبت به وزن، حجم و شرایط نگهداری به کارتن ویژگی های نیاز دارد تا در طول جابه جایی، انبار شدن و رسیدن به دست مصرف کننده آسیب نبیند. برای آشنایی با مختصات این صنعت، با دکتر علیقلی حسینی اعظمی، مدیرعامل انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق و همچنین مدیرعامل شرکت کارتن سازی میهن که یکی از قدیمی ترین واحدهای فعال در این صنعت است، گفت و گویی داشتیم که به نظر خوانندگان ارجمند می رسد.

اصلی مادر عده ده گذشته بوده است. در واقع مظلومی که در کارتن های میهن قرار می گیرد، سرمایه خود ما محسوب می شود و اعتبار و حیثیت میهن را در محافظت از این سرمایه ها می بینیم. اگر محصولی بر اثر پارگی و خرابی کارتن ضایع شود، ضرری که متوجه ما می شود، به مراتب بیشتر از ضرر صاحب محصول است.

تولیدات میهن در چه دسته بندی ها و با چه مختصاتی تولید می شوند؟

نوع کارتن ها بر اساس نیاز محصولات مختلف تعیین می شود. به عنوان مثال، نگهداری و حمل برخی از محصولات در فضای سردخانه ای انجام می شود؛ بنابراین در تولید کارتن مصرفی این محصولات، باید از کاغذی استفاده شود که در دمای پایین دچار مشکل نشود. بخشی دیگر از محصولات، برای صادرات بسته بندی می شوند و باید از مقاومت و کیفیت بالایی برخوردار باشند، چرا که اگر در هنگام تحویل به مشتریان خارجی، خرابی در بسته بندی ها وجود داشته باشد، آن کالا به کشور مرجوع می شود. بر همین اساس، کارتن هایی که برای خشکبار، صنایع دارویی، مواد شوینده، لوازم خانگی و... مورد استفاده قرار می گیرند، هر کدام ویژگی های منحصر به فردی دارند.

چند نفر در شرکت کارتن سازی میهن مشغول به کار هستند؟

تعداد نیروی انسانی در این مجموعه ۱۴۸ نفر است. کارتن سازی میهن از ابتدای فعالیت، ورق مورد نیاز خود را تولید کرده است. چاپ کارتن ها که به ماشین های چاپ مدرن دنیا مجهز است و همچنین بسته بندی، دایکات، شیرینگ و ارسال در داخل مجموعه انجام می شود؛ بنابراین خانواده میهن، خانواده پرجمعیتی است. در واقع ارائه همزمان این خدمات، مزیت رقابتی این شرکت به حساب می آید.

برای توسعه تولید و خدمات در این شرکت چه برنامه ای دارید؟

قطعا کارتن سازی میهن برای حفظ سهم بازار خود و ماندن در صحنه رقابت، به تجهیز و توسعه خطوط تولید نیازمند است. برای دستیابی به این هدف مهم، مدیران این شرکت در صدد خریداری دستگاه های به روز و مدرن دنیا مانند چاپ، لمینیت و سایر ماشین آلات هستند و پیش بینی می کنند که بعد از تجهیز کارخانه، ۳۰ نیروی انسانی جدید جذب کنیم.



کارتن سازی میهن از چه سالی فعالیت خود را آغاز کرد و سوابق شما در این شرکت چیست؟

امسال که افتخار پنجاهمین سال خدمت در این شرکت را دارم، مصادف است با شصتمین سال تاسیس شرکت کارتن سازی میهن. این شرکت دومین تولید کننده کارتن در ایران است که در سال ۱۳۴۱ به همت زنده یاد استاد حاج میر مصطفی عالی نسب تاسیس شد که پدر صنعت ملی ایران لقب گرفت. ۳۳ سال کسوت شاگردی ایشان فرصت خوبی را برای بنده مهیا ساخت تا از تجربیات گران بهای ایشان بهره مند شوم و مقدمات صنعت بسته بندی را به خوبی بیاموزم. بعد از فوت ایشان، در لباس سرباز صنعت، به عنوان مدیرعامل کارتن سازی میهن منصوب شدم تا راه وی را ادامه داده و گامی هر چند کوچک در راه اعتلای میهن عزیزم بردارم. این مجموعه با وجود قدمتی که دارد، توانسته در دوره های مختلف خود راه به تکنولوژی های روز دنیا مجهز کند و کارتن سازی کشور را برنده میهن شناخته شود. این افتخاری است که در راستای ارتقاء صنعت و تولید کشور گام برداریم. کارتن های میهن، پوشش یا کت محصولات در صنایع مختلف به حساب می آید، بنابراین حفظ اعتبار و جلب رضایت صاحبان صنایع در سراسر کشور از طریق محصولات با کیفیت و مرغوب، هدف

شایان ذکر است، سایر واحدهای کارتن سازی هم به دنبال توسعه هستند. اخیراً آماری به دست بنده رسیده که مطابق با آن، بیش از ۵۸ هزار واحد تولید در کشور وجود دارد که مصرف کننده کارتن هستند. طبیعتاً کارخانه های کارتن سازی برای تامین نیاز روبه رشد این واحدها، باید قدرت تولید خود را افزایش دهند. البته توسعه در این بخش، مستلزم توسعه و افزایش تولیدات در سایر صنایع، خصوصاً کاغذسازی است.

اصلی ترین دغدغه شمار تعامل با مشتریان چیست؟

فعالیت سالم و ارائه بهترین محصولات، دغدغه همیشگی مان است. مرحوم استاد عالی نسب در زمان حیات پُر بار خود، همواره بر سلامت کار و مشتری مداری تأکید داشت. به خاطر دارم، در صورت تغییر نوع کاغذ و مواد مصرفی مغایر با مقدار قرار داد که بعضاً به دلیل تغییر اقلام وارداتی با آن مواجه می شدیم، اصرار داشت که حتماً موضوع با مشتری در میان گذاشته شود. ایشان به ما آموخت که همواره شفافیت داشته باشیم و ما را از پنهان کاری منع می کردند. به نظر بنده این موارد، چهار چوب های بلوغ تولید هستند.

کارتن سازی در ایران چه پیشینه ای دارد و در دهه های اخیر چه شرایطی را پشت سر گذاشته است؟

پیش از انقلاب، صنعت کارتن سازی با شرکت های ایران و میهن آغاز شد و در زمان پیروزی انقلاب اسلامی، تنها ۸ کارتن ساز در کشور فعالیت داشتند. بنده از سال ۱۳۶۳ تاکنون مدیر عامل انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق کشور هستم و با مباحثات عرض می کنم که در حال حاضر، ۱۸۷ شرکت کارتن سازی در شهرها و استان های مختلف کشور مشغول به فعالیت هستند. همچنین تعداد ۳ هزار تبدیل کار با دریافت ورق از کارخانه ها، به تولید کارتن در ابعاد مختلف اشتغال دارند. به جرأت می توان گفت که کارتن سازان ایران، توان جابجایی و تامین کارتن مورد نیاز تولیدات مختلف صنایع داخلی را دارند و امیدوار هستیم که فعالان این صنعت در سطوح بین المللی هم به موفقیت های ارزشمندی دست یابند. بنده و همکارانم در انجمن نیز تمام تلاش خود را در جهت ارتقاء کیفیت تولیدات کارتن در کشور به کار بسته و از آن ها حمایت می کنیم.

تامین مواد اولیه در طول این سال ها چطور انجام می شد و شرایط در حال حاضر چگونه است؟

قبل از انقلاب، مواد اولیه از طریق واردات تامین می شد و وابستگی ۸۰ درصدی ایران به واردات کاغذ مخصوص کارتن سازی را شاهد بودیم. عمده واردات نیز از کشورهای آمریکا، کانادا و کشورهای اسکاندیناوی انجام می شد و چوب و کاغذ چو کاو کاغذ سازی کهریزک، ظرفیت تولید پایینی داشتند. خوشبختانه بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، با ایجاد کارخانه های کاغذ سازی و افزایش تولید کاغذ در دهه های اخیر، تولید و همچنین احداث و بهره برداری از مجموعه های تولیدی همچون کاغذ مازندران، مشکل تامین کاغذ مرتفع شد و به سهولت در دسترس کارخانه های کارتن سازی قرار گرفت. در حال حاضر، بیش از ۱۰۰ واحد کاغذ سازی در کشور فعال هستند که در سندی کای تولید کنندگان کاغذ عضویت دارند و حدود ۹۰ درصد نیاز داخلی را تامین می کنند. تا آنجایی که اطلاع دارم، اهتمام برای تولید اقلام وارداتی نیز در دستور کار است و امیدواریم در آینده نزدیک، در این زمینه به خود کفایی کامل برسیم. یکی دیگر از اصلی ترین مواد مصرفی در کارتن سازی، نشاسته است که خوشبختانه تولیدات داخلی این محصول از کیفیت و کمیت بسیاری خوبی برخوردار است. در گذشته فقط شرکت گلوکوزان قزوین در این زمینه تولیدات داشت، اما خوشبختانه امروز ده ها واحد نشاسته سازی در کشور فعالیت دارند و در حال توسعه هستند. بعد از نشاسته، مرکب آب شور مصرفی ماشین های چاپ، جزو مواد اصلی صنعت کارتن سازی محسوب می شود و بر اساس اطلاعات موجود، مشکلی در

تامین و دسترسی آن وجود ندارد. سود کاستیک، بر اکس، نوار بسته بندی (تسمه)، فیلم استرچ، مفتول دوخت، چسب مایع و برخی از اقلام دیگر نیز در کارتن سازی کاربرد دارند که مشکلی در تامین آن ها نداریم. در گذشته فرمالین هم یکی از مواد مصرفی بود، ولی از آنجایی که این ماده برای سلامت کارکنان ضرر داشت، تقریباً از سال ۱۳۶۷ به طور کلی از چرخه تولید ورق و کارتن سازی حذف شد.

آیا تولید کارتن در کشور نیاز تمام صنایع را برآورده می کند؟

ظرفیت اسمی تولید کارتن در کشور، سالانه ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تن است، اما در شرایط حاضر، با توجه به حجم تولیدات و نیاز صنایع مختلف، سالانه بالغ بر یک میلیون و ۳۰۰ هزار تن کارتن در کشور تولید می شود. این یعنی اگر توان تولید کنندگان محصولات مختلف که در واقع مصرف کنندگان کارتن هستند، افزایش پیدا کند، همچنان ظرفیت تولید کارتن در داخل وجود دارد. البته این در شرایطی است که میزان تولید کاغذ بسته بندی و سایر مواد اولیه نیز قابلیت افزایش داشته باشد، با این حال هم اکنون این نیاز به شکل کامل در کشور تامین می شود.

آیا ایران ظرفیت صادرات کارتن به کشورهای دیگر را دارد؟

بله این ظرفیت وجود دارد، به طوری که صنعت بسته بندی سابقه صادرات کارتن به کشورهای همچون افغانستان، پاکستان، عراق و سایر کشورهای حوزه خلیج فارس را در کارنامه خود دارد. کارتن سازی میهن هم در گذشته به کشورهای منطقه صادرات داشته، اما در سال های اخیر کاهش یافته است. سیاست های حمایتی کشور ترکیه از تولید کنندگان، قیمت تمام شده تولیدات این کشور از جمله کارتن را پایین آورده و این موضوع توان رقابتی کارتن سازان ایرانی را کاهش داده است. علاوه بر این، تحریم های ظالمانه و افزایش نرخ ارز در سال های گذشته موجب افزایش چشمگیر هزینه های واردات اقلام مورد نیاز مانند ماشین آلات و مواد اولیه شده است. در حوزه کاغذ نیز، به دلیل تصویب قانون ممنوعیت ۱۰ ساله برداشت از جنگل ها، خمیر کاغذ توسط کاغذ سازی ها وارد می شود و بدون شک این مساله روی قیمت نهایی کارتن تأثیر می گذارد. خمیر های بازیافتی هم بعد از چند نوبت بازیافت، کیفیت خود را از دست می دهند و نمی توان با ورق های بازیافتی، کارتن های مقاوم و با کیفیت تولید کرد، از این رو ادامه روند صادرات کارتن مستلزم ارائه قیمت مناسب بازار رقابتی جهانی بوده و در شرایط دشوار فعلی، پایین آوردن قیمت فروش کارتن به دلیل ورود ضرر و زیان، برای کارتن سازان کشور مقدور نیست. امیدوارم با اقداماتی که دولت به تازگی در دست انجام دارد، مشکلاتی این چنینی برطرف شود و شاهد چرخش چرخ های صنعت با حداکثر توان و شکوفایی بیش از پیش کشور عزیزمان باشیم.

از دولت و سایر نهاد ها چه انتظاری دارید؟

بنده در طول سال های فعالیت، با بیش از ۱۰ وزیر صنعت دیدار داشته ام. وزرا باید صنایع مختلف را بشناسند و بدانند که صنعت فقط خودروسازی، فولاد و... نیست. وزیر محترم باید به صنایع کاغذ و کارتن سازی که ده ها هزار نفر در آن فعالیت دارند، اشراف کامل داشته باشد. انتظار مان این است که وقت بگذارند و از نزدیک مشکلات و مطالبات فعالان این حوزه را مشاهده کنند. ماشین آلات این صنعت، عمدتاً قدیمی هستند و نیاز به تعویض و نوسازی دارند؛ بنابراین همکاری بانک ها و ارائه تسهیلات مکفی اهمیت زیادی دارد. همچنین مواجهه سازمان های مالیات و تامین اجتماعی با تولید کنندگان باید مورد تجدید نظر قرار گیرد. متأسفانه برخی از رفتارها با تولید کننده و صاحبان صنعت محترمانه نیست. تنها در این شرایط است که صاحبان صنایع می توانند خطوط تولید خود را توسعه دهند و زمینه اشتغال را برای نفرات بیشتری ایجاد کنند. ■

ظرفیت اسمی تولید کارتن در کشور، سالانه ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تن است، اما در شرایط حاضر، با توجه به حجم تولیدات و نیاز صنایع مختلف، سالانه بالغ بر یک میلیون و ۳۰۰ هزار تن کارتن در کشور تولید می شود



مدیرعامل مجتمع چاپ صبا

کارکرد ماشین‌های چاپ در کشور بالای ۲۵ سال است

ثمانه نادری

صنعت چاپ، به فراخور نقش تعیین‌کننده‌ای که در میان صنایع مختلف دارد، مدام دستخوش تغییر و تحول در بخش تکنولوژی است. سرعت بالای این تحولات در حدی است که قدیمی شدن دستگاه‌ها، نتیجه‌ای جز بازماندن از مسیر توسعه و بقا به همراه نخواهد داشت. در این شرایط، فرسوده بودن بخش اعظم ماشین‌آلات چاپ در کشور، جایگاه ایران را در بازارهای منطقه تهدید می‌کند. مصطفی آملی، مدیرعامل مجتمع چاپ صبا در این باره می‌گوید: «اگر نتوانیم نیازمان را به ماشین‌آلات جدید برآورده کنیم، به‌زودی از کشورهایی عربی همچون عراق عقب خواهیم افتاد.» مشروح گفت‌وگو با این چاپخانه‌دار را در ادامه می‌خوانید.

رنگ، ماشین‌های تک‌رنگ، طلاکوب، برش، سلفون کشی و... اشاره کرد. همچنین بخش طراحی و لیتوگرافی نیز از دیگر بخش‌های مجتمع به‌شمار می‌آیند که این واحد را به یک واحد کامل تبدیل کرده است. البته دو دستگاه جدید هم خریداری کرده‌ایم که ظرف ماه‌های آتی وارد می‌شود، بر همین اساس به دنبال اضافه کردن ملکی جدید به مجتمع چاپ صبا هستیم که وسعت لازم را برای توسعه خدمات داشته باشد. هدف ما در آینده نزدیک، بالا بردن سباز محصولات چاپی با به‌کارگیری دستگاه‌های چهار و نیم‌ورقی و حتی عورقی است.

با توجه به اهمیت خدمات چاپی و جایگاه مهم آن در میان صنایع مختلف، آیا صنعت چاپ ایران در حال حاضر موقعیت قابل‌قبولی دارد؟

چاپ، صنعت مادر است و سایر صنایع به آن وابستگی دارند، زیرا تقریباً تمام محصولات صنعتی به بسته‌بندی نیاز دارند. امروزه علاوه بر کیفیت محصول، نوع و کیفیت بسته‌بندی نیز برای مردم از اهمیت بالایی برخوردار است. با این توضیح، شرایط صنعت چاپ در کشور ما، نه خیلی خوب است و نه خیلی بد. از اواسط دهه ۸۰ تا اواسط دهه ۹۰، شرایط برای فعالان این حوزه مطلوب بود، چراکه ماشین‌آلات خوبی در آن بازه زمانی وارد شد و صنعت چاپ در مسیر به‌روز شدن قرار گرفت. تقریباً از سال ۱۳۹۵ به بعد، افزایش تحریم‌ها مانع از تجهیز چاپخانه‌ها شد و این مساله، ناوگان صنعت چاپ را به سمت مستهلک شدن پیش برد. با این وجود، اوضاع صنعت چاپ ایران، هنوز نسبت به برخی از کشورهای منطقه، حتی در مقایسه با کشورهای حوزه خلیج فارس قابل قبول است، اما از برخی از کشورهای مانند ترکیه و کشورهای شرق اروپا عقب افتاده‌ایم. این در حالی است که در گذشته، قدرت رقابت با این کشورها را داشتیم. واقعیت این است که اگر شرایط برای ناوگان چاپ در ایران، با این روال پیش برود و نتوانیم نیازمان را به ماشین‌آلات جدید برآورده کنیم، به‌زودی از کشورهایی عربی همچون عراق عقب خواهیم افتاد. صنعت چاپ، به‌شدت به تکنولوژی روز جهان وابسته است و به‌روز نشدن دستگاه‌ها، به معنای بازماندن از بازارهای رقابتی در منطقه و جهان خواهد بود.



مجتمع چاپ صبا از چه سالی آغاز به فعالیت کرده و هم‌اکنون چه خدماتی ارائه می‌دهد؟

در سال ۱۳۸۱، به اتفاق یکی از همکاران، کار را در منطقه میدان امام حسین (ع) و با یک ماشین افسست تک‌رنگ آغاز کردیم. در ادامه و به فراخور گستره فعالیت‌ها، نیروی انسانی و دستگاه‌های بیشتری به مجموعه اضافه شد و در سال ۱۳۸۸ به فکر تغییر مکان افتادیم. این اتفاق در همان سال رقم خورد و مجتمع چاپ صبا در میدان بهارستان مستقر شد. مجموعه فعالیت‌های مادر دو بخش تقسیم‌بندی می‌شود که نخست، بخش چاپ و بسته‌بندی و دیگری، تولید کارت عروسی و دعوت است و هم‌اکنون حدود ۸۰ نفر در این دو بخش فعالیت دارند. در حال حاضر بخشی از مشتریان دائمی ما، همکاران دفاتر تبلیغاتی مستقر در میدان بهارستان هستند که بیشتر در زمینه چاپ بروشور، تراکت، لیبل و... فعالیت دارند. بخش دیگر هم سفارش دهنده جعبه برای محصولات خود هستند و از صنایع مختلفی همچون لوازم آرایشی و بهداشتی، فست‌فودی‌ها و سایر اصناف به ما سفارش کار می‌دهند. از جمله ماشین‌هایی که در اختیار داریم، می‌توان به ماشین دوورقی چهاررنگ، SM52 چهار



اوضاع صنعت چاپ
ایران، هنوز نسبت
به برخی از کشورها
در منطقه، حتی در
مقایسه با کشورهای
حوزه خلیج فارس
قابل قبول است، اما
از برخی از کشورها
مانند ترکیه و
کشورهای شرق اروپا
عقب افتاده ایم

سختی‌هایی روبه‌رو می‌کند. از آنجایی که هزینه چاپ در ایران بسیار پایین است، هنوز کار به جایی نرسیده که تولیدکنندگان محصولات مختلف، نیاز چاپ و بسته‌بندی خود را از کشور دیگری تامین کنند. البته در ایران، چاپخانه‌های مجهز به ماشین‌های به‌روز جهان هم وجود دارد که اگر مشتری به دنبال کیفیت بالاتر باشد و افزایش هزینه خدمات را هم بپذیرد، به سراغ آن‌ها خواهد رفت؛ در غیر این صورت باید با کیفیت چاپخانه‌های یک یا چند سطح پایین‌تر کنار بیایند. به‌طور کلی، واردات محصولات چاپی به ایران انجام نمی‌شود و ظرفیت موجود، نیاز صنایع و مشتریان را برآورده می‌کند.

یکی از مشکلات مرسوم، رقابت غلطی است که خواسته یا ناخواسته در بحث قیمت‌گذاری خدمات چاپی وجود دارد. در این باره چه نظری دارید؟

متأسفانه اکثر چاپخانه‌های متوسط و متوسط‌روبه پایین، تنها راه بقا را در به حداقل رساندن حاشیه سود خود از سفارش‌های چاپی می‌بینند. در واقع آن‌ها می‌خواهند جای خالی کیفیت خدمات خود را با کاهش قیمت پر کنند و این گونه خود را در کورس رقابت با چاپخانه‌های توانمندتر نگه دارند. واقعیت این است که این کار در بلندمدت باعث نابودی چاپخانه خواهد شد، چرا که در آمده به دست آمده، تنها کفاف گذران روزانه مجموعه را خواهد داد و هیچ شانس‌ی برای پس انداز و خرید دستگاه‌های جدیدتر باقی نمی‌گذارد. یک چاپخانه‌دار در شرایط معمول باید هزینه استهلاک ماشین‌های چاپی خود را به صورت سالانه سرمایه‌گذاری کند که اگر به هر دلیل بعد از چند سال، ناچار به جایگزین کردن آن شد، توان مالی لازم را داشته باشد. وقتی این ظرفیت مالی در یک چاپخانه وجود نداشته باشد، از کار افتادن دستگاه‌ها به منزله تعطیلی چاپخانه خواهد بود، چون سرمایه‌ای برای نوسازی و احیای مجموعه وجود نخواهد داشت. به اعتقاد بنده، اگر صنف چاپخانه‌دار در طول این سال‌ها، به تعرفه اتحادیه پایبند می‌ماند و بقای خود را در پایین آوردن اجرت و حاشیه سود نمی‌دید، امروز شرایط صنعت چاپ به مراتب بهتر از شرایط موجود بود.

وضعیت تامین مواد اولیه، از مرکب و قطعات گرفته تا زینک چگونه است؟

تقریباً ۸۰ درصد مواد مصرفی ما وارداتی است. در گذشته بخش بالایی از این مواد از اروپا؛ خصوصاً آلمان تهیه می‌شد، اما با وجود تحریم‌ها در سال‌های اخیر، بیش از دو سوم نیاز صنعت چاپ از کشور چین تامین می‌شود. در حوزه زینک، تقریباً بازار به ثباتی نسبی رسیده که دلیل آن، کاهش حجم سفارشات در بخش نشر اعم از کتاب و انواع مطبوعات است. مصرف زینک در حوزه نشر، چندین برابر بیشتر از سفارش‌های بخش صنعت است و از آنجایی که شمارگان کتاب و نشریات کاهش چشمگیری داشته، کمتر با کمبود زینک مواجه هستیم. ■

باز همانی استاندارد استفاده از ماشین آلات چاپی، چند سال است و به‌روز نشدن دستگاه‌ها، چقدر روی راندمان یک چاپخانه تاثیر می‌گذارد؟

یک چاپخانه برای اینکه جایگاه خود را در مقابل رقبایش حفظ کند، دست کم باید هر ۱۰ سال یک‌بار دستگاه‌های خود را به‌روز کند، در غیر این صورت از تکنولوژی روز، کیفیت و حتی ظرفیت تولید عقب می‌ماند. متأسفانه تاریخ تولید عمده ماشین‌آلات مورد استفاده از سوی چاپخانه‌داران، به دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی بازمی‌گردد؛ یعنی بخش اعظم ناوگان چاپ در کشور مان را دستگاه‌هایی با عمر ۲۵ سال به بالا تشکیل داده و در بهترین حالت، عمر دستگاه‌ها به ۱۵ سال می‌رسد. این مساله روی راندمان اقتصادی یک چاپخانه تاثیر چشمگیری می‌گذارد. این تفاوت، در سرعت بالای چاپ ماشین‌های جدید نسبت به ماشین‌های قدیمی هم خود را نشان می‌دهد، به‌طوری که راندمان دستگاه‌های به‌روز، دو برابر دستگاه‌های مستهلک است. از سوی دیگر، هر چقدر عمر یک ماشین چاپ بالاتر می‌رود، کیفیت کار آن هم کم‌تر می‌شود. خصوصاً که در حوزه تعمیرات، قطعات جایگزین معمولاً کیفیت قطعات اولیه را ندارند و در این شرایط، افت کیفیت محصول طبیعی است. در این میان، نباید از هزینه‌های چشمگیر نگهداری و تعمیر دستگاه‌های مستهلک نیز غافل ماند. هر چقدر عمر یک دستگاه بالاتر برود، هزینه نگهداری و تعمیر آن افزایش می‌یابد، در صورتی که به‌روز نگه داشتن چاپخانه، تا حد قابل توجهی احتمال خرابی و ضرورت تعمیر دستگاه‌ها را پایین می‌آورد. نکته دیگری که در این باره اهمیت دارد، تعداد نیروی انسانی در چاپخانه‌ها و نسبت آن با طول عمر ماشین‌های چاپی است. هر چقدر که ماشین‌ها قدیمی‌تر باشند، استفاده از آن‌ها به نیروی کار بیشتری نیاز دارد؛ در صورتی که ماشین‌های جدید، به مراتب به نیروی انسانی کمتری نیاز دارند.

اصلی‌ترین مانع در به‌روزرسانی ماشین‌های چاپی چیست؟
گذشته از اقداماتی که برای اخذ مجوز باید در ارتباط با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت صمت انجام شود، مهمترین مشکل قیمت گران ماشین برای چاپخانه‌داران است. به عنوان مثال، اگر بخواهیم یک ماشین قدیمی با قیمت هشت میلیارد تومان را با یک ماشین ۱۰ مدل بالاتر جایگزین کنیم، حدوداً به ۳۰ میلیارد تومان سرمایه نیاز است. در نظر داشته باشید که از هنگام خرید تا زمانی که دستگاه در مدار تولید قرار می‌گیرد، حداقل یک سال فاصله زمانی وجود خواهد داشت. متحمل شدن هزینه اولیه بالا و انتظار یک ساله، باعث می‌شود چاپخانه‌دار ترجیح دهد یا با دستگاه قدیمی خود کنار بیاید و یا یک دستگاه قدیمی تعمیر شده دیگر را در کشور خریداری کند.

با توجه به افت کیفیت و نبود تجهیزات به‌روز، آیا مشتریان به خدمات چاپی وارداتی گرایش نشان نداده‌اند؟

مطالبات مشتریان ما رو به افزایش است و جلب رضایت آنان، بعضاً ما را با

کیفیت بسته‌بندی ضامن بقاء در بازارهای جهانی

سارا نظری

صنعت چاپ، یک صنعت دانش‌بنیان است که ارتباط تنگاتنگی با تکنولوژی‌های روز دنیا دارد و بقاء و موفقیت در این صنعت، مستلزم آن است که نقش آفرینان این صنعت همواره به دانش و تجهیزات روز جهان دسترسی داشته باشند، چراکه تنها در این شرایط می‌توانند سهم خود را از بازارهای جهانی حفظ کنند و مغلوب رقبای خود نشوند. اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران از زمان تاسیس تاکنون تلاش کرده که زمینه انتقال دانش و ارتقاء تکنولوژی‌های چاپی در کشور را فراهم کند. در این زمینه، بابک عابدین، رئیس این اتحادیه و یکی از چهره‌های شناخته شده صنعت چاپ گفت‌وگویی داشتیم که ماحصل آن را می‌خوانیم.

کنفدراسیون صادرات ایران، مشاور رئیس کنفدراسیون و نایب رئیس کمیسیون بهبود مستمر محیط کسب و کار و رفع موانع تولید اتاق بازرگانی تهران هستم. مدیریت چاپ صفا و انتشارات سایبک و همچنین ریاست هیأت مدیره گروه سایبان ایمان که در حوزه بازرگانی و تولیدات چاپ و بسته‌بندی فعالیت دارد را هم بر عهده دارم.

صنعت چاپ در این سال‌ها چه فراز و نشیب‌ها و نقاط عطفی را به خود دیده است؟

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، مدتی ورود ماشین‌های چاپ به کشور ممنوع شد و صنعت چاپ از توسعه و نو سازی محروم ماند. این مساله باعث شد، کیفیت چاپ در ایران به شدت کاهش یابد و محصولات چاپی در کشور قابلیت رقابت در بازارهای خارجی را نداشته باشد. شرایط به گونه‌ای بود که توان تامین نیازهای داخلی به محصولات چاپی نیز وجود نداشت و اکثر صنایع نیاز خود را از طریق کشورهای خارجی تامین می‌کردند؛ تا اینکه در سال ۱۳۷۷ امکان خریداری و واردات ماشین‌های جدید به کشور فراهم شد و صنعت چاپ ایران دچار یک انقلاب شد. البته آشنا نبودن فعالان عرصه چاپ با تکنولوژی‌های روز دنیا، مشکلاتی را در حوزه سرمایه‌گذاری به همراه داشت، اما شاهد تحولات محسوسی در این صنعت بودیم و توان تامین بخشی از نیازهای داخلی به محصولات چاپی در کشور ایجاد شد. این روند ادامه داشت تا اینکه افزایش نرخ ارز به دلیل تشدید تحریم‌ها، فرآیند رشد و توسعه صنعت چاپ را با مشکل روبه‌رو کرد. یکی از اصلی‌ترین معضلات چاپخانه‌داران، نبود منابع مالی لازم برای تجهیز چاپخانه‌های خود با ماشین‌های جدید بود که البته این مشکل در سال ۱۳۸۳ تا حدودی مرتفع شد. در آن دوره اسدالله جامی، مدیر کل دفتر چاپ و نشر بود و با اتکا بر روابط خوبی که با رئیس وقت بانک مرکزی داشت، بودجه‌ای را برای تخصیص تسهیلات به واحدهای چاپی فراهم کرد تا با نظارت وزارت ارشاد، نسبت به واردات ماشین‌های جدید اقدام کنند. ناوگان چاپ کشور با این رویکرد، تا حد قابل توجهی به روز رسانی شد و ما هم از آن فرصت استفاده کردیم.

تحول دیگری که در این صنعت رخ داد، به دوره اول ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد بازمی‌گردد؛ یعنی دورهای که قیمت نفت با رشد



درباره ورود به صنعت چاپ و سوابق مدیریتی خود در این حوزه توضیح دهید.

چاپخانه صفا که مدیرعاملی آن را بر عهده دارم، از سال ۱۳۴۳ تاکنون فعالیت دارد. این چاپخانه توسط مرحوم پدرم راه‌اندازی شد و پدر بزرگم نیز در کاشان، چاپخانه کوچکی را اداره می‌کرد، بر همین اساس فعالیت در حوزه چاپ در خانواده ما پیشینه زیادی دارد. در سال ۱۳۷۳ و بعد از دریافت مدرک کارشناسی ارشد در مقطع بیولوژی از دانشگاه مونت کلر آمریکا، به ایران بازگشتم و هم‌زمان، وارد صنعت چاپ شدم. در ایران نیز تحصیلات خود را ادامه دادم و در مقطع کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی با تخصص بازاریابی فارغ‌التحصیل شدم. در حال حاضر نیز رئیس اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ ایران هستم و پیش از این، سابقه عضویت در هیأت مدیره اتحادیه و تعاونی چاپخانه‌داران تهران را داشته و هم‌اکنون نیز به عنوان کارشناس رسمی دادگستری در حوزه چاپ فعالیت دارم. از سال ۱۳۸۶ عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران بوده و سابقه عضویت در کمیسیون تشکلهای اتاق را دارم. همچنین نایب رئیس کمیسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات و اقتصاد رسانه اتاق بازرگانی ایران، بازرس

زیادی مواجهه شد دولت، تخصیص وام‌های ارزی از محل صندوق توسعه ملی را آغاز کرد. اغلب مجتمع‌های بزرگ چاپی از جمله چاپخانه فرارنگ آریا، آسان پک قزوین، پردازش تصویر رایان، هودیس پارس و همچنین کارخانه‌های تولید بسته‌های چاپی نظیر صنایع خمیر و کاغذ اترک در همان دوره توسعه پیدا کردند و این مساله، تاثیر چشمگیری در ارتقاء صنعت چاپ ایران در سطح خاورمیانه داشت. البته در ادامه، رشد تصاعدی نرخ ارز، چاپخانه‌داران را در بازپرداخت وام‌های خود به زحمت انداخت.

گرایش واحدهای چاپی به سمت چاپ لیبل چطور صورت گرفت؟

راه اندازی مجتمع‌های به‌روز، رقابت رابرای چاپخانه‌های کوچک‌تر سخت کرد و حتی منجر به تعطیلی برخی از واحدها شد که این مساله هم به عنوان یک آسیب جدی مطرح بود. افزایش سرمایه‌گذاری در چاپ افست در آن مقطع، واردات محصولات ورقی چاپ افست به کشور را تقریباً به صفر رسانده بود، اما با افزایش رقابت‌های ناسالم و اشباع بازار مواجه بودیم، به همین دلیل در اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران، در صدد رسیدن به راهکاری برای خروج از آن وضعیت بودیم. نتیجه بررسی‌های صورت گرفته این بود که برعکس چاپ افست، ورقی، چاپ رول به روش فلکسو و افست در حوزه تولید انواع برچسب لیبل تنها چند چاپخانه در کشور وجود دارد. مطابق با بررسی‌های انجام شده، واردات لیبل با کیفیت به کشور در آن مقطع، سالانه به یک میلیارد دلار می‌رسید که ۵۰۰ میلیون دلار آن را فقط کشور ترکیه به ایران می‌فروخت. در سال ۱۳۸۹ اولین پلویون چاپ و بسته‌بندی متمرکز صادراتی ایران را در نمایشگاه دبی اجرا کردیم که این حضور، زمینه همکاری‌های بین‌المللی را برای اتحادیه فراهم کرد و یک سال بعد، اولین سمینار بین‌المللی لیبل را در تهران برگزار کردیم که متولیان آن مجله «لیبل اند لیبلینگ» و شرکت «تار سوس» به عنوان برگزارکننده لیبل اکسپوهای دنیا بودند. در آن سمینار از متخصصان خارجی درخواست کردیم تا امکانات، ظرفیت سرمایه‌گذاری، تکنولوژی و ماشین آلات در جهان را برای اهالی چاپ در ایران تشریح کنند. همچنین حضور هیات‌های ایرانی در لیبل اکسپوهای بزرگ جهان را برنامه‌ریزی کردیم که این اتفاق هر دو سال یک‌بار تکرار شد. از سال ۲۰۱۵ میلادی نیز شاهد سرازیر شدن ماشین‌های چاپ لیبل به کشور بودیم که مادرول، کیاما، کامل برچسب و... از جمله چاپخانه‌هایی بودند که نسبت به واردات ماشین‌های نو و دست‌اول اقدام کردند. با چنین اقداماتی، بازار کار در حوزه لیبل به شدت رشد کرد و حتی در بخش تولید کاغذ پشت چسب‌دار و سایر ملزومات از جمله کلیشه‌سازی، دایکات، تیغ، قالب و... نیز شرکت‌هایی ایجاد شدند تا نیاز چاپخانه‌های فعال در حوزه لیبل را تامین کنند. در واقع شاهد ایجاد بازار جدیدی بودیم که از طراحی گرفته تا تولید و بازرگانی، ظرفیت اشتغال‌زایی قابل توجهی را به وجود آورد. در حال حاضر بیشتر از ۱۲۰ واحد چاپی در کشور وجود دارد که به ماشین‌ها و خطوط تولید لیبل مجهز هستند که از میان آن‌ها، ۷۰ واحد با چاپ لیبل وارد صنعت چاپ شده‌اند. با این تفاسیر، دیگر نیازی به واردات لیبل به کشور وجود ندارد و ایران به صادرکننده لیبل تبدیل شده است. در نظر داشته باشید که تمام این تحولات به همت بخش خصوصی شکل گرفت و طبیعتاً اگر دستگاه‌های دولتی از آن حمایت می‌کردند، شرایط به مراتب متفاوت‌تر بود.

بعد از توسعه در بخش لیبل، امروز چه مسیرهایی پیش روی صنعت چاپ قرار دارد؟

صنعت چاپ در حال حاضر بیشتر از هر چیز به نوآوری نیاز دارد. برای تعیین اهداف جدید، باید دید که جهان به کدام سمت در حال حرکت است و تکنولوژی‌های روز دنیا چه تحولاتی را رقم زده‌اند. مسلمان‌دهای جدید در صنعت چاپ کمی از دسترس مافاصله گرفته است. امروز ناوگان چاپ کشور، بار دیگر در آستانه کهولت و استهلاک قرار گرفته و دلیل آن این است که از اوایل دهه ۹۰، سرمایه‌گذاری در حوزه واردات ماشین آلات نو تقریباً به صفر رسیده است. از سوی دیگر، یکی از مشکلات فعلی، ناآشنایی با استانداردهای کیفی روز دنیا و ظرفیت‌های اعمال آن‌ها است. امروزه صنایع مختلف در جهان، به شدت روی سلامت بسته‌بندی و حذف آلاینده‌ها از محصولات چاپی متمرکز شده‌اند. این حساسیت‌ها خصوصاً در صنایع دارویی، آرایشی-بهداشتی و غذایی به شدت اعمال می‌شود.

درباره این استانداردها بیشتر توضیح می‌دهید.

محصولات باید از low migration material «مواد با مهاجری پایین» استفاده کنند تا امکان نفوذ آلاینده‌ها از منافذ مولکولی بسته‌بندی وجود نداشته باشد. همچنین میزان زیست‌تخریب‌پذیر بودن یا پایداری مواد به کار گرفته شده در بسته‌بندی اهمیت زیادی پیدا کرده است. وارد شدن به بازارهای جهانی نیازمند شناخت استانداردها و اعمال آن‌ها در فرآیند تولید است. اگر دانش و امکانات لازم برای پیاده‌سازی آن را نداشته باشیم، با مرجوع شدن محصولات به کشور روبه‌رو خواهیم بود. نکته قابل توجه این است که رقابتی خارجی برای کنار زدن ما، منتظر بهانه هستند. حتی اگر نیاز باشد، هزینه انجام آزمایش‌های لازم را متقبل می‌شوند تا ثابت کنند، بسته‌بندی محصولات رقیب فاقد استانداردهای لازم است. چنین تجربه تلخی را در بازار پسته داشتیم، به طوری که در حال حاضر صادرات پسته آمریکا به مراتب بیشتر از ایران است. در واقع کیفیت بسته‌بندی، ضامن بقا در بازارهای جهانی است و تولیدکنندگان در صنایع مختلف، به محصولات چاپی حائز استانداردهای روز دنیا نیاز دارند، در غیر این صورت بازار خود را از دست خواهند داد.

با این حساب در آینده نزدیک، چاپخانه‌های کشور در تامین نیاز صنایع داخلی با مشکل مواجه می‌شوند؟

برای اینکه با این معضل مواجه نشویم، چاره‌ای جز ارتقاء دانش و نوسازی ناوگان صنعت چاپ و بسته‌بندی وجود ندارد. چاپخانه‌داران کشور باید استانداردهای جدید را در محصولات چاپی خود اعمال

صنعت چاپ به آموزش نیروی انسانی متخصص نیاز مبرم دارد و اگر در این حوزه موفق عمل نکنیم، چه بسا به وارد کردن نیروهای انسانی از کشورهای صاحب صنعت نیاز پیدا کنیم



باید زنجیره تامین مواد اولیه صنعت چاپ را بررسی کرد و زمینه واردات اقلامی که امکان تولید آن ها را نداریم یا تولید آن ها برای کشور مزیت نسبی و اقتصادی ندارند، فراهم سازیم

کنند، در غیر این صورت این احتمال وجود دارد که بار دیگر شاهد افزایش واردات محصولات چاپی به کشور باشیم. چاپ و بسته بندی، یک صنعت استراتژیک است و سر نوشت تمام محصولات و موقعیت آن ها در بازارهای داخلی و خارجی به این صنعت گره خورده است. امروز تکنولوژی های دیجیتال به سرعت در سیستم های چاپ و بسته بندی در حال توسعه است و تقریباً هیچ ماشین چاپی در جهان ساخته نمی شود؛ مگر اینکه در یک یا چند بخش، مبتنی بر فرآیندهای دیجیتال نباشد. اگر به سمت تکنولوژی های دیجیتال برویم، تمام صنایع و اقتصاد کشور با شکست مواجه می شود. کسب دانش در این زمینه هزینه بر است. یا باید در نمایشگاه های خارجی شرکت کرد و یا زمینه حضور تولید کنندگان مطرح ماشین های چاپ را در نمایشگاه های داخلی فراهم کنیم.

اتحادیه صادر کنندگان چاپ در انتقال دانش و تکنولوژی های روز به اعضای خود چه عملکردی داشته است؟

اتحادیه در بحث انتقال دانش به اعضای خود، همیشه پیشگام بوده است. دوره های آموزشی اتحادیه هیچ وقت متوقف نشده و حتی در دوره کرونا، حدود ۱۰۰ ساعت کارگاه آموزشی آنلاین برگزار کردیم. خوشبختانه آشناسازی فعالان صنعت چاپ با دانش و استانداردهای روز دنیا، نتایج خوبی را به همراه داشته و باعث شده، افراد با توجه به ظرفیت و امکانات خود در مسیر توسعه قدم بردارند. همچنین اعزام هیات های تجاری و حضور در نمایشگاه های خارجی همیشه استمرار داشته، چرا که معتقدیم خالی کردن میدان به نفع رقبا و به ضرر صنعت چاپ کشور است. حضور در نمایشگاه های بین المللی، خود به خود زمینه انتقال دانش را ایجاد می کند، چون شرکت کنندگان را در معرض پیشنهادهای جدید برای توسعه واحدهای چاپی خود قرار می دهد.

بازار خدمات چاپی در کدام بخش ها در حال توسعه و رشد است؟

در شرایطی که ظرفیت های مشابه تولید در واحدهای چاپی وجود دارد، ارائه خدمات ویژه به مشتریان به اصلی ترین مزیت برای رقابت تبدیل شده است. به عنوان مثال، در سال های اخیر شاهد توسعه ثبت سفارش های چاپی به صورت آنلاین بوده ایم؛ به طوری که مشتری فایل سفارش خود را در فضای مجازی ارسال می کند و بعد از تولید، محصولات چاپی در آدرسی که سفارش دهنده آن را ثبت کرده، تحویل داده می شود. ارائه دهندگان این سرویس توانستند، سهم بیشتری را از بازار خدمات چاپی به خود اختصاص دهند، ولی به مرور زمان عمومی شد و امروز دیگر ثبت سفارش آنلاین، مزیت به شمار نمی آید. در حال حاضر شرکت هایی در جهان موفق هستند که تعریف خود را از چاپخانه دار، به بازار با برتر ارتقاء داده اند. خدماتی که این واحدها به مشتریان خود ارائه می دهند، با هدف افزایش فروش محصولات آن ها ارائه می شود. در واقع این خدمات، از طراحی تا بازاریابی محصولات را در بر می گیرد و چاپ، تنها یکی از مراحل آن است. به عنوان مثال اگر سفارش دهند، تولید کننده یک محصول غذایی است، خدمات دهنده با بررسی بازار و برندهای مشابه، کار طراحی و بازاریابی را آغاز

می کند. حتی شیوه قرار گیری محصول در قفسه فروشگاه ها، با استفاده از نرم افزارهای تخصصی شبیه سازی می شود و مزیت های بصری جلب مشتری را در مقایسه با محصولات مشابه در نظر می گیرند. این خدمات، حکم ارزش افزوده تازه ای است که برای محصولات مختلف ارائه می شود و می تواند سهم بیشتری از بازار را برای مشتریان به ارمغان آورد.

آیا در ایران نیز ارائه این خدمات از سوی واحدهای چاپی آغاز شده است؟

موارد زیادی هستند که با ارائه این خدمات، به چرخه بازاریابی محصولات وارد شده اند. آن ها در واقع به بخشی از تیم فروش و بازاریابی سفارش دهنده اضافه می شوند و چاپ و بسته بندی محصولات را متناسب با پارامترهای بازاریابی، طراحی و اجرا می کنند. توجه خدمات آن ها هم این است که میزان درآمد و فروش مشتریان خود را ارتقاء می دهند. در حال حاضر این خدمات، مزیت رقابتی قابل توجهی به شمار می آید و برخی از شرکت های کوچک و بزرگ، سعی در توسعه خدمات خود در این حوزه دارند.

اولویت های توسعه صنایع چاپ و بسته بندی از نظر شما چیست؟

پایه، سایت جامع آمار چاپ و بسته بندی جهان، درآمد این صنعت در خاور میانه و شمال آفریقا را در بازه زمانی ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۵، حدود ۷۰ میلیارد دلار تخمین زده است. طبق پیش بینی این سایت، ۵۰ درصد این رقم سهم کشور ترکیه خواهد بود. جالب تر اینکه عمده صادرات محصولات چاپی این کشور به اروپا است. حالا این سوال مطرح می شود که ایران چگونه می تواند سهم خود را در این بازار افزایش دهد؟ در تمام دنیا، صادرات و واردات، لازم و ملزوم یکدیگر هستند و اقتصاد هر کشور، با تنظیم این دو فرآیند رشد پیدا می کند؛ بنابراین باید زنجیره تامین مواد اولیه صنعت چاپ را بررسی کرد و زمینه واردات اقلامی که امکان تولید آن ها را نداریم یا تولید آن ها برای کشور مزیت نسبی و اقتصادی ندارند، فراهم سازیم. در وهله دوم، صنعت چاپ نیازمند نوسازی و واردات تجهیزات و ماشین آلات روز جهان است، چرا که تنها در این صورت می توانیم جایگاه خود را در بازارهای منطقه ای و جهانی ارتقا دهیم. چاپخانه داران در اغلب کشورها، برای نوسازی چاپخانه های خود از تسهیلات ۳ درصدی برخوردارند؛ بنابراین باید زمینه پرداخت تسهیلات ارزان به اهالی صنعت چاپ در ایران نیز فراهم شود. ضرورت بعدی، برقراری تعاملات و امکان مبادلات اقتصادی با سایر کشورها است که امیدواریم با امضای برجام محقق شود.

تسهیل در فرآیندهای گمرکی نیز از عوامل مهمی است که صنعت چاپ برای توسعه به آن نیاز دارد. امروزه در کشورهای توسعه یافته، فرآیندهای گمرکی صادرات، در محل کارخانه های آن ها نهایی می شود و محموله ها بدون توقف از مرز عبور داده می شوند. زمینه رقابت با رقبای خارجی، در سایه چنین اقداماتی فراهم می شود. به جز این موارد، صنعت چاپ به آموزش نیروی انسانی متخصص نیاز مبرم دارد و اگر در این حوزه موفق عمل نکنیم، چه بسا به وارد کردن نیروهای انسانی از کشورهای صاحب صنعت نیاز پیدا کنیم. شناخت بازارهای جهانی و مقتضیات ورود به آن ها نیز مساله مهمی است که با بازاریابی و حضور در نمایشگاه های مختلف بین المللی محقق می شود. تمام این اقدامات، تنها توسط بخش خصوصی و با حمایت بخش دولتی دست یافتنی است. باید ظرفیت تعامل، تحلیل و حرکت به سمت رفع موانع محیط کسب و کار در نهادهای دولتی وجود داشته باشد. ■





در این بخش می خوانیم:

- متاورس فرصتی برای تجارت جهانی
- نیاز فوری کشور به یک دولت توسعه گرا
- ضرورت تدوین سیاست جایگزینی سوخت بنزین

کارشناس ارشد ارتباطات و متخصص رسانه مطرح کرد

متاورس فرصتی برای تجارت جهانی

فرهاد امیرخانی

اقتصاد در جهان به واسطه ظهور فضای مجازی و شبکه‌های جدید ارتباطی به سرعت در حال تغییر است. یکی از بسترهای نوین تجاری در جهان، متاورس است که به عنوان یک فضای ارتباطی و شبکه‌ای از جهان‌های مجازی سه بُعدی، بر ارتباطات اجتماعی متمرکز شده و در آن شهروندان دهکده جهانی می‌توانند یکدیگر را ملاقات کرده و ارتباطات نزدیک‌تر را تجربه کنند. بر اساس این فناوری می‌توانیم در مکان‌هایی باشیم که از لحاظ فیزیکی امکان حضور در آنها مقدور نیست. به منظور آشنایی با این پدیده نوظهور جهانی در عرصه اقتصاد، با محسن صانعی یارندی، کارشناس ارشد ارتباطات و متخصص رسانه به گفت‌وگو نشستیم و نظر وی را در این خصوص جویا شدیم. مشروح این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

مدیریتی خود در زمینه تورسم، تحصیلات و آموزش، خرده‌فروشی‌ها، دور کاری‌ها، سلامت و بهداشت و نیز ادارات دولتی در چارچوب این استراتژی باشند. امانوئل مکرون، رئیس جمهور فرانسه، در صدد تأسیس یک متاورس اروپایی است تا غول‌های فناوری نظیر چین را نیز به چالش بکشد، چرا که بازیگران اصلی متاورس تا این لحظه، فقط آمریکا و آسیا هستند. شرکت‌های متا، مایکروسافت و اپل در آمریکا، برای ایفای نقش‌های اصلی در نظر گرفته شده‌اند. مثلاً در ایتالیا، دیدار اخیر تیم‌های آث میلان و فیورنتینا، در استادیوم سن سیرو، از اتاق سری‌آ، در یکی از اتاق‌های متاورس نمیسس به نمایش درآمد. این دیدار با همکاری بلاکچین کانسنسیس و پلتفرم گیم نمیسس پخش شد.

منظور از زمین مجازی و ان اف تی در فضای متاورس چیست؟

زمین مجازی، قطعه‌ای از املاک مجازی است که به صورت یک توکن منحصر به فرد، یا همان ان اف تی، در اختیار کاربران قرار می‌گیرد. صاحبان این زمین‌های مجازی می‌توانند آن را برای اهداف مختلف مورد استفاده قرار دهند. در اغلب موارد یک پروژه متاورسی، زمین خود را به مناطق کوچک‌تری تقسیم‌بندی می‌کند و آن‌ها را به صورت توکن در چندین مرحله به فروش می‌رساند. طراحی، ساخت و فروش ان اف تی، برای هنرمندان و اشخاص دارای توانایی خاص، بهترین استراتژی‌های سرمایه‌گذاری در متاورس بوده و درآمد غیرقابل تصویری برای آن‌ها به ارمغان خواهد آورد. خلق آثار هنری مثل عکس، تابلو، فایل‌های صوتی و تصویری، بازی و دیگر انواع رسانه و اشیاء، موجب ایجاد نوعی مالکیت با کد خاص می‌شود. به عبارتی رسیدن دیجیتال، مالکیت فرد را نشان می‌دهد.

کدام صنایع امکان بهره‌مندی از امکانات فضای متاورس را دارند؟

صنایع مختلف، مشغول تلاش برای بهره‌گیری هر چه بیشتر از این پتانسیل جدید در دنیای تجارت هستند. صنعت پزشکی، صنایع غذایی،



متاورس چیست و پیوستن به آن به چه الزاماتی نیاز دارد؟

متاورس متشکل از دو واژه متا به معنای برتر و ورس به معنای جهان و کائنات می‌باشد که از کلمه یونیورس گرفته شده است. عبارت متاورس را می‌توان فراجهان، فرادنیای، جهان برتر یا برتر از جهان تلقی کرد. متاورس با تلفیق واقعیت مجازی، واقعیت افزوده و واقعیت ترکیبی به وجود آمده و برای درک متاورس، می‌توانیم به یک قلمرو مجازی عظیم فکر کنیم. در واقع، جایی که مردم می‌توانند هر زمان که بخواهند به آنجا بروند و از راه دور با دوستان خود معاشرت کنند، به تجارت بپردازند، آثار هنری پدید بیاورند، آثار هنری را خریداری و یا به بازی‌های مجازی بپردازند. از الزامات اصلی آن، استفاده از رمزارزها برای خرید و فروش است.

چه کشورهایی تاکنون در متاورس سرمایه‌گذاری کرده‌اند؟

امارات متحده عربی قصد دارد که با یک استراتژی جدید، شهر دبی را به یکی از ۱۰ اقتصاد برتر متاورس دنیا تبدیل و تا سال ۲۰۳۰ میلادی، بیش از ۴۰ هزار شغل مجازی در آن ایجاد کند. دبی، وعده داده تا مدل جدید

توریسم و گردشگری، صنعت مد و فشن و حتی صنعت خودرو نیز از غافله عقب نمانده‌اند. در روزهای ابتدایی کریپتو، اولین مورد استفاده در دنیای واقعی از بیت کوین، مربوط به مواد غذایی بود. در ۲۲ می ۲۰۱۰ میلادی، لازلو هانیچ، اولین تراکنش تجاری ثبت شده بیت کوین را انجام داد و دو پیتزای پاپا جان را به مبلغ ۱۰ هزار بیت کوین خریداری کرد که آن روز، در تقویم ارز دیجیتال، به عنوان روز پیتزای بیت کوین ثبت شده است. این رویداد، به خودی خود به یک جشن سالانه تبدیل شده و رستوران‌های زنجیره‌ای و شرکت‌های رمزنگاری به طور یکسان از فرصت‌های بازاریابی آن استفاده می‌کنند. به عنوان مثال، در صنعت پزشکی می‌توان به آسانی ملاقات با دکتر، ارتباط دانشجویان با اساتید و یا در صنعت بازی‌های کامپیوتری، برای تجربه بهتر واقعیت افزوده و لذت بیشتر از حضور در لوکیشن‌های بازی و همچنین در صنعت مد و فشن که با استفاده از فضای متاورس، طراحان لباس در آن امکان کسب درآمد از طریق طراحی لباس‌های خاص را دارند، اشاره کرد. طبق گزارش‌ها، در طول سال ۲۰۲۲ میلادی، تعدادی از برندهای بزرگ مانند آدیداس، نایک و گوچی توانسته‌اند به تنهایی ۱۳۷/۵ میلیون دلار فروش آنلاین داشته باشند. دولچه و گابانا، رکوردگران ترین کت و شلوار فروخته شده را به نام کت و شلوار شیشه‌ای دیجیتالی از آن خود کرد که در اواخر سال گذشته یک میلیون دلار برای این غول مد به ارمغان آورد. نقش متاورس در صنعت گردشگری و جهانگردی نیز، روز به روز در حال افزایش است. کارشناسان معتقدند که متاورس می‌تواند به یک راهکار جدید برای آینده گردشگری تبدیل شود.

رابطه متاورس با صنعت خودرو چگونه است؟

تاثیر متاورس بر صنعت خودرو نیز قابل تأمل است؛ چون یکی از حوزه‌هایی که تاکنون علاقه زیادی به متاورس نشان داده، حوزه خودروسازی است. هم‌اکنون متاورس توسط چندین کارخانه خودروسازی در حال بررسی قرار گرفته، به طوری که در اردیبهشت ماه امسال، نیسان در رویدادی قابل توجه خودروی برقی نیسان ساکورا را پس از معرفی فیزیکی، در متاورس نیز رونمایی کرد. تویوتا نیز اخیراً محبوبیت زیادی در میان علاقه‌مندان به متاورس به دست آورده و این محبوبیت از فعالیت‌های این شرکت در حوزه متاورس نشأت می‌گیرد. شرکت تویوتا چندین فضای کار مجازی دارد که کارکنان آن می‌توانند در این فضا جلسه‌های کاری برگزار کنند یا در اوقات استراحت خود، در راهروهای این دفاتر مجازی قدم بزنند. در مورد شرکت فراری، در دوره‌ای که اکثر شرکت‌های خودروسازی جهان، به گونه‌ای در حال ورود به متاورس هستند، این غول خودروسازی ایتالیا نیز با پروژه‌های بسیار به سمت متاورس آمده است. مرسدس بنز، به عنوان برند لوکس خودروسازی، به عنوان یکی از موسسان، عضو کنسرسیوم بلاکچین آتورا شده است. این پلتفرم توسط برخی از بزرگ‌ترین برندهای لوکس جهان ساخته شده و مرسدس اولین خودروسازی است که به این پلتفرم ملحق شده است. همچنین بهار گذشته بود که پورشه از خودروی خود رونمایی کرد.

وضعیت فعلی و چشم‌انداز سرمایه‌گذاری در دنیای متاورس رایان فرماید.

مایکروسافت، فیس‌بوک، نایک و دیزنی همگی اعلام کرده‌اند که در

حال توسعه متاورس به عنوان اولویت صنعت خود هستند. به عنوان نمونه، در آوریل ۲۰۲۱ میلادی، برند لوکس گوچی، کفش‌های ویژه‌ای را عرضه کرد که صاحبان آن‌ها می‌توانند از این کفش‌های مجازی به عنوان فیلتری روی عکس‌ها یا ویدئوها استفاده کنند. بر اساس مطالعه هوش بلومبرگ، بازار سالانه متاورس می‌تواند تا سال ۲۰۲۴، به ارزش ۶۸۸ میلیارد یورو برسد. انجمن دولتی رایانه چین نیز، کمیته متاورس که گروهی تجاری برای سازندگان داخلی رایانه است را ایجاد کرده که هدف از تأسیس این کمیته کمک به اعضا و پیوستن به عرصه رقابت جدید اقتصاد دیجیتال و توسعه سالم و منظم صنعت متاورس است. توسعه متاورس در چین بهرغم هشدارهایی که درباره صنعت در رسانه‌ها مطرح شده، همچنان در حال انجام است.

آیا با امکانات فعلی در ایران، می‌توان از مزایای ورود به متاورس استفاده کرد؟

متاورس در ایران با سرعت بسیار اندک در حال شناخته شدن است. با توجه به اینکه رسانه‌های مختلف در این زمینه فعالیت می‌کنند، اما همچنان تغییری در سرعت آشنایی کاربران با متاورس ایجاد نشده است. البته این موضوع تا حدودی به بحث اعتمادسازی هم مربوط است، چرا که هنوز بعضی‌ها به این تکنولوژی اعتماد ندارند و برایشان سؤال است که چرا باید در یک دنیای مجازی پول خرج کنند.

بازرگانان و صنعتگران برای ورود به متاورس با چه فرصت‌ها و تهدیدهایی مواجه خواهند بود؟

برای بررسی فرصت‌های متاورس و تهدیدهای آن، به برخی از صنایع و حوزه‌های مختلف اشاره می‌کنیم. سرمایه‌گذاری در متاورس، نه تنها به کسب و کارهای کوچک کمک می‌کند تا برای آینده آماده باشند، بلکه پیشنهادات فعلی آن‌ها را سودآورتر کرده و دیدی بازتر نسبت به آینده مشاغل می‌دهد. امروزه حتی اگر فقط اطلاعات کلی در رابطه با متاورس کسب کنیم، از افراد زیادی در آینده جلو خواهیم بود. هر چند در اکوسیستم فعلی متاورس، شرکت‌های بزرگ و معروف فعالیت می‌کنند و هر از گاهی موفقیت برخی از کسب و کارهای بزرگ در این عرصه به چشم می‌خورد، اما باید توجه داشت که این جهان جدید در نهایت برای پذیرش گسترده‌تر، سراغ کسب و کارهای کوچک‌تر هم می‌رود، چرا که با بررسی تاریخ در پذیرش فناوری‌های جدیدی همچون گوشی موبایل، اینترنت، لپ‌تاپ و موارد دیگر، متوجه اهمیت نقش کسب و کارهای کوچک در جذب حداکثری مردم جهان به فناوری جدید می‌شویم. با این شرایط اگر کسب و کارهای کوچک بی‌شماری پایه متاورس بگذارند، احتمالاً در کنار فرصت‌های متاورس، تهدیدهای متاورس برای آن‌ها و مصرف‌کنندگان نیز نمایان شود. همان‌طور که از حوزه‌های دیگر فناوری دیده‌ایم، پذیرش جمعی فناوری جدید نیاز به حداقل زمان یک دهه‌ای دارد. در این میان، حتی برخی از رهبران سیاسی معتقدند که تا سال ۲۰۴۰، عده زیادی غرق در اینترنت نسل بعدی خواهند شد. با این اوصاف احتمال دارد که انتقال کسب و کارهای کوچک و افراد دیگر به متاورس به زودی انجام نگیرد، اما بهترین راه این است که همواره مشاغل مختلف اطلاعات خود را در زمینه متاورس به روز کنند. ■

سرمایه‌گذاری در
متاورس، نه تنها به
کسب و کارهای کوچک
کمک می‌کند تا برای
آینده آماده باشند، بلکه
پیشنهادات فعلی آن‌ها
را سودآورتر کرده و
دید بازتر نسبت به
آینده مشاغل می‌دهد

نیاز فوری کشور به یک دولت توسعه‌گرا

دکتر حسین ساسانی
نظریه پرداز توسعه پایدار

ساماندهی ساختار و سازمان کارآمد است که باید مشارکت و رد پای نخبگان و تک تک آحاد جامعه را در به ثمر نشستن این اهداف مشاهده کرد. لازم به یادآوری است، با توجه به مشغله‌های اجرایی وزرای مختلف و سازمان‌های تحت مدیریت آن‌ها، پرداختن به آینده و برنامه‌ریزی برای پایدارسازی موضوعات مختلف کشور یا امکان‌پذیر نیست یا اینکه مورد توجه کمتری است. اولین چیزی که در این بین قربانی می‌شود، اندیشیدن واقع‌بینانه به آینده است که در آن تغییرات گسترده علمی و فناوری، دگرگونی جمعیتی، پیکربندی مجدد سیاسی و تنوع فرهنگی بسیار زیاد و عمیق شده است. سوال این است؛ چگونه می‌توان سیاست‌مداران، مدیران حاکمیتی و متفکران برجسته را برای کمک به ساختن آینده بهتر گرد هم آورد تا بر اساس یک قطب‌نما و نقشه مشترک حرکت کنند؟ آیا نیازمند ساختار جدید نیستیم؟ آیا نیازی به تغییر و تحول در سازمان قوه مجریه نداریم؟ آیا زمان آن نرسیده که دگرگونی در فرآیند تصمیم‌گیری به وجود آوریم؟

برای پاسخ به این سوالات، لطفاً یک‌بار دیگر مروری بر اهداف توسعه پایدار که هر کدام از آن‌ها دربرگیرنده یک معضل مزمن در کشور است، داشته باشید. کدام یک از این اهداف و تحقق آن‌ها با نهادهای حاکمیتی و بخش خصوصی رابطه تنگاتنگی ندارد؟ به بیان دیگر، بدون حضور و مشارکت یک دولت توسعه‌گرا، بخش خصوصی رقابت‌پذیر، تشکل‌های مردمی و جوامع مدنی در این عرصه، پیاده‌سازی و عملیاتی کردن اهداف یادشده امکان‌پذیر نیست و همین موضوع، این فکر را در ذهن جاری می‌کند که کدام نهاد حاکمیتی وظیفه و نقش سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، هماهنگی بین نهادها و سازمان‌های مختلف حاکمیتی و خصوصی دارد تا با یکپارچه کردن استراتژی‌ها، دیدگاه‌ها، اجرای عملیات و پایش، اندازه‌گیری و کنترل اقدامات به نتایج آرمانی رسیده و کشور را در مسیر توسعه پایدار قرار داده و از ناپایداری نتایج اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی، سیاسی جلوگیری نماید. با این مقدمه کوتاه و بیان فلسفه وجودی یک نهاد کارآمد با ویژگی‌های اشاره‌شده در سطور بالا در تحقق اهداف توسعه پایدار و رسیدن به پارامترهای پایدار یک جامعه پیشرفته، پیشنهاد می‌شود که بخشی به نام «معاونت توسعه پایدار رئیس‌جمهور» در قوه مجریه با مأموریت



در سال ۲۰۰۰ میلادی سازمان ملل متحد به دبیر کلی کوفی عنان، گامی بلند در جهت برنامه‌ریزی برای پایدارسازی جهان برداشت و اهداف هزاره سوم سازمان ملل متحد را با حضور ۱۴۷ دولت و ۱۸۹ کشور برای ۱۵ سال یعنی تا سال ۲۰۱۵ میلادی به تصویب رساند. سپس در ادامه راه، گام دوم محکم‌تر از قبل برداشته شد و این بار اهدافی با عنوان «اهداف توسعه پایدار» برای بازه زمانی ۲۰۱۵ تا ۲۰۳۰ میلادی هدف‌گذاری شده و همه کشورها، کسب و کارها، سازمان‌ها، نهادهای علمی، پژوهشی و دانشگاهی ملزم به اجرای آن در کشورشان شدند تا اصولی مانند پایان فقر، پایان گرسنگی، برخورداری از زندگی سالم و ارتقاء رفاه، آموزش با کیفیت، برابری جنسیتی، در دسترس بودن آب سالم و فاضلاب، دسترسی به انرژی پاک و مقرون به صرفه، رشد اقتصادی پایدار و انجام کار شایسته، ارتقاء زیرساخت‌های تاب‌آور و صنعتی فراگیر، کاهش نابرابری‌ها، فراهم شدن شهرها و جوامع پایدار و تاب‌آور برای زندگی و همچنین گسترش الگوی تولید و مصرف پایدار، انجام اقداماتی برای مبارزه با تغییرات اقلیمی، استفاده از اقیانوس و دریاها به صورت پایدار، ارتقاء اکوسیستم، ممانعت از نابودی تنوع زیستی و در نهایت مشارکت جهانی برای توسعه پایدار احیا شود. کاملاً مشخص است که تحقق این اهداف و به دنبال آن دستیابی به یک جامعه مرفه و پیشرفته در هر کشوری نیازمند همت ملی و

مشارکت در بستر سازی و ایجاد تغییر و تحول در ذهنیت‌ها و مدل‌های تفکر ارکان توسعه پایدار تشکیل شود تا فضای گفت‌وگو برای حل مسائل و مشکلات مزمن و ریشه‌دار کشور ایجاد شود، به نحوی که سیاست‌گذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و هماهنگی بین نهادها و سازمان‌های مختلف حاکمیتی و خصوصی با یک دیدگاه و باور مشترک انجام شده و با یکپارچه کردن استراتژی‌ها، دیدگاه‌ها، فعالیت‌ها و پایش، اندازه‌گیری و کنترل اقدامات مرتبط با توسعه پایدار به نتایج آرمانی رسیده و ضمن قرار دادن کشور در مسیر پیشرفت، از ناپایداری نتایج اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی، سیاسی جلوگیری کرد.

ماموریت معاونت توسعه پایدار رئیس‌جمهور باید با اهداف زیر پیگیری و عملیاتی شود:

(۱) حاکمیت قانون در کلیه سطوح برقرار و دسترسی به اطلاعات برابر در آن تضمین شود.

(۲) تمام اشکال فساد، رشوه و بی‌عدالتی به صورت چشمگیر کاهش یابد.

(۳) نهادهای موثر پاسخگو و شفاف در همه سطوح توسعه و گسترش پیدا کند.

(۴) فرآیند تصمیم‌گیری پاسخگویی فراگیر، مشارکتی و شفاف در همه سطوح اجتماعی تضمین شود.

(۵) دسترسی عمومی به اطلاعات و حفاظت بنیادی آزادی‌ها مطابق با قوانین ملی به ویژه قانون اساسی کشور تسهیل و امکان‌پذیر شود.

(۶) امکان برگزاری عادلانه، سالم و بی‌طرفانه همه‌پرسی (رفراندوم) برای مسائل مورد نیاز جهت انجام تصمیمات ملی و مردمی فراهم شود. برای اینکه، موارد ۶ گانه بالا تحقق یابد و در عین حال این معاونت بتواند الهام‌بخش مردم و حاکمیت باشد تا یک تصویر انسانی و شرافتمندانه از خود در نزد آیندگان به یادگار گذاشته و همچنین نشان دهد که در راه جست‌وجوی آزادی، برقراری عدالت و شورانگیز کردن زندگی مردمان این سرزمین همه همت خود را به کار بسته و در انتها به درستی از چالش‌ها و تنگناهای موجود عبور کنند، نیازمند انتخاب مکانیزم‌هایی هستیم که در فرآیند توسعه پایدار توسط ملت‌های پیشرو به کار گرفته شده و تجارب جهانی بر آن‌ها صحه می‌گذارد. نتیجه بهره‌گیری از این مکانیزم‌ها باید موارد زیر را تضمین کند:

(۱) همه مردم کشور در شرایط بهتر و رفاه بیشتر زندگی خواهند کرد.

(۲) گروه‌های مختلف جامعه در بیان نظراتشان آزادی کامل خواهند داشت و هیچ فردی یا گروهی به فرد یا گروه دیگر برتری ندارد.

(۳) عدالت فراگیر و جامعه مبتنی بر صلح‌جویی ترویج و هر فرد و گروهی متعهد به برپاسازی آن در جامعه شود.

(۴) جامعه و مردم به دور و رها از ترس و خشونت در جریان سیال و روان کار و زندگی متعالی مشغول باشند.

(۵) پذیریم که توسعه پایدار در نبود صلح، آرامش و امنیت محقق نمی‌شود و استقرار صلح، آرامش و امنیت نیز در نبود توسعه پایدار امکان‌پذیر نیست.

(۶) پیوندهای متقابل و منسجم بین مردم ایجاد و کشور ما برای تبدیل شدن به محیطی بهتر دگرگون شود تا صاحب یک جامعه پیشرفته و مرفه باشیم و مردم، زندگی آرام و با کیفیتی را در سرتاسر کشور داشته باشند.

موفقیت این معاونت بستگی به میزان اهمیتی دارد که حاکمیت به فرآیند گفت‌وگو بین مردم و خودش و شنیده شدن مطالبات مردم می‌دهد. اگر حاکمیت قادر به شنیدن صداهای گوناگون و متفاوت باشد و خود را پاسخگو بداند، بدین معنی است که این معاونت در مسیر درستی حرکت می‌کند. این معاونت باید آگاه باشد که اگر تلاش برای شنیده شدن یک روی سکه باشد، روی دیگر آن تمایل به گوش دادن است، چرا که این دو به شکل جدایی‌ناپذیری با هم هستند. زمانی که متقاعد شویم هیچ‌کس به مطالبات، اعتراضات و تقاضاهای ما گوش نمی‌دهد، کمتر مایل به گوش دادن به دیگران خواهیم بود. در این شرایط، تعامل در میان بخش‌های مختلف جامعه متزلزل شده و زمانی که ارتباط از بین برود، هم‌زیستی و هماهنگی اجتماعی نیز دچار آسیب خواهد شد و در نهایت جامعه به سمت قهقرا سیر می‌کند.

احساس شنیده نشدن در صورتی که تداوم یافته و به امری عادی تبدیل شود، به تدریج گوش‌ها و بعد قلب‌مان را می‌بندد. با گوش ندادن به دیگران، باعث می‌شویم آنان هم احساس کنند هیچ‌کس صدای‌شان را نمی‌شنود. بعد این چرخه ادامه پیدا می‌کند و هر بار که یک دور می‌زند، همه چیز بدتر می‌شود. وقتی ضرورت گوش دادن به نظرات مختلف را فراموش کنیم، قضاوت عادلانه و انسانی هم در ما متوقف می‌شود، چون یک‌دستی چیز زیادی به ما نمی‌دهد. معمولاً تفاوت‌ها و گوناگونی صداها هستند که چیزهای زیادی به آدم یاد می‌دهند. «هنر شنیدن» به ما می‌آموزد به جای اینکه برای گشودن ذهن دیگران تلاش و وقت‌مان را تلف کرده و فقط اصرار به سخنوری داشته باشیم، حرف‌های دیگران را بشنویم و بعد با یک چشم‌انداز مشترک، آینده را هم‌آفرینی کنیم. این کار هم وظیفه حاکمیت و هم وظیفه ملت است. فرار از این وظیفه جز شوربختی، چیز دیگری عایدمان نمی‌کند.

البته باید تاکید کرد که شنیدن، گوش سپردن و عمل کردن به تقاضاهای مردم و قضاوت کردن بر درستی یا نادرستی آن‌ها فقط از طریق قانون و نه بر اساس ذهنیت‌ها و پیش‌داوری‌ها امکان‌پذیر است؛ یعنی باید رجوع به آراء عمومی از طریق مکانیزم پیش‌بینی شده در قانون اساسی کشور باشد. این مکانیزم باید اعتماد مردم را برانگیخته، سالم و شفاف بوده و از طریق گروه‌های بی‌طرف و بی‌غرض اجرا شود. هر آنچه از آن به عنوان «زایش جدید» خارج می‌شود، باید مورد پذیرش قرار گرفته و با یک زبان مشترک آن را اجرا کرد. شمس تبریزی در جایی گفته است: برای همه ما زندگی رشته‌ای از تولدها و مرگ‌ها، آغازها و پایان‌ها است. برای تولد یک لحظه جدید، باید لحظه پیش از آن بمیرد. همان‌طور که برای زایش من جدید، من کهنه باید پژمرده و خشک شود. ■

تحقق اهداف و به دنبال آن دست‌یابی به یک جامعه مرفه و پیشرفته در هر کشوری نیازمند همت ملی و ساماندهی ساختار و سازمان کارآمد است که باید مشارکت و رد پای نخبگان و تک‌تک آحاد جامعه را در به ثمر نشستن این اهداف مشاهده کرد

عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی تاکید کرد

ضرورت تدوین سیاست جایگزینی سوخت بنزین

سید قاسم قاری



آینده مصرف بنزین همین میزان باقی خواهد ماند؟ خودروهای بنزینی چقدر کاهش پیدا می کنند یا مثلاً آیا راه آهن توسعه پیدا می کند؟ آیا خودروهای جمعی مانند اتوبوس و مینی بوس بیشتر توسعه پیدا می کنند یا خیر؟ این موارد از جمله سیاست هایی هستند که باید تکلیف شان توسط برنامه ریزان کشور مشخص شود، چراکه در این شرایط می توان درباره افزایش تولید بنزین و سوخت یا ساخت پالایشگاه برای تولید بنزین و گازوئیل تصمیم گیری کرد.

عضو کمیسیون انرژی مجلس با اشاره به اینکه برای واردات بنزین باید ارز از کشور خارج شود و سپس با سوبسید در داخل عرضه شود که این اتفاق به ضرر کشور است، اظهار کرد: در شرایط فعلی صرفه کشور در صرفه جویی است؛ یعنی برای مصلحت ملی، باید صرفه جویی کرد تا ارزی که در کشور کم است، برای واردات بنزین از کشور خارج نشود، پس منطقی است که واردات انجام نداده و راهکارهای دیگری مانند کاهش سهمیه ها را به کار گیریم.

عباسی دوانی با طرح این سوال که آیا ساخت پالایشگاه ضروری است یا خیر؟ توضیح داد: باید بررسی شود که طی ۳۰ تا ۴۰ سال آینده چقدر می توان از بنزین و گازوئیل تولیدی این پالایشگاه بهره برد؟ تا چه اندازه در جامعه خواهان و مصرف دارد؟ چقدر قابل صادرات است؟ باید برای این مهم برنامه ریزی کرد و از طرفی، برای تولید خودروهای برقی نیز سرمایه گذاری داشت.

این نماینده مردم در مجلس افزود: باید در برنامه هفتم، تمام مواردی که به آن اشاره شد، مورد توجه قرار گیرد. اگر ساخت خودروهای برقی ارجحیت دارد، باید به سمت سرمایه گذاری در تولید برق و ساخت این خودروها رفت، چراکه ترویج خودروهای برقی، مصرف سوخت را کاهش می دهد و محیط زیست سالم می ماند.

عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی درباره استفاده از سوخت سی.ان.جی و ال.پی.جی گفت: برای استفاده بیشتر از این سوخت باید خودروهای گازسوز، تولید و جایگاه های این نوع سوخت را در کشور افزایش داد. اگر هدف حرکت و استفاده از سوخت های گازی است، باید سیاست ها و روش های اجرا را مشخص و برای آن سرمایه گذار پیدا کرد. معمولاً صحبت از گسترش سی.ان.جی و ال.پی.جی می شود، اما تا آخر خط نمی روند و سیاست ها و برنامه ها در این حوزه نیمه کاره رها می شود. ■

برق انرژی پاک است که عموماً ذخیره سازی آن امکان پذیر نیست و این انرژی در لحظه تولید باید مصرف شود. شبکه عظیم برق رسانی در ایران به همراه بیش از ۸۰ هزار مگاوات ظرفیت نیروگاهی نصب شده، با در نظر گرفتن آلودگی هوای کلان شهرها و یارانه سنگین پرداختی انرژی، این فرصت را به برنامه ریزان می دهد که روی تامین انرژی ناوگان حمل و نقل عمومی از مسیر نیروگاه ها، حساب بیشتری باز کنند. نیروگاه هایی که برای تامین نیاز برق کشور در اوج مصرف ساخته می شوند، در ماه هایی از سال بدون استفاده می مانند و باید از مدار تولید خارج شوند، در حالی که با توسعه خودرو، موتور سیکلت و لوموتیوهای برقی در کشور، می توان علاوه بر استفاده از پتانسیل نیروگاه های سیکل ترکیبی با راندمان بالا، میزان مصرف انرژی و یارانه پرداختی به آن را نیز کاهش داد.

فریدون عباسی دوانی، عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی با اشاره به کمبود بنزین در کشور و جدی شدن بحث واردات بنزین گفت: دنیا به سمت استفاده از برق در حوزه حمل و نقل رفته و این مساله بر میزان تولید سوخت تاثیر خواهد گذاشت. با توجه به اینکه حمل و نقل در آینده نزدیک برقی خواهد شد، باید در تولید برق سرمایه گذاری صورت گیرد و تمرکز بر روی سیستم های ذخیره ساز برق به صورت خازن یا باتری باشد.

نماینده مردم کازرون و کوهچنار در مجلس در ادامه افزود: باید نسبت به نوع سرمایه گذاری خود واقف باشیم، چراکه باید بدانیم آیا طی ۱۰ سال

خواندنی‌های سرمایه‌گذاری



در این بخش می‌خوانیم:

- آشنایی با گران‌ترین ماهی‌های تزئینی جهان
- معرفی برترین صادرکنندگان جهانی غذاهای دریایی

معرفی برترین صادر کنندگان جهانی غذاهای دریایی

ابوالفضل علیزاده

غذاهای دریایی مدت‌ها است که بخشی از سبد غذایی انسان‌ها به شمار می‌روند. صنعت ماهیگیری، منبع درآمدی و اقتصادی بزرگی برای بشر محسوب می‌شود. برخی از کشورها مقادیر زیادی غذاهای دریایی شامل انواع ماهی‌ها، سخت‌پوستان، نرم‌تنان و غیره را به دیگر کشورهای جهان صادر می‌کنند که این محصولات، گستره عظیمی از مواد غذایی دریایی مانند فرآورده‌های تازه، یخ‌زده، دودی، خشک و نمک‌سود شده را شامل می‌شود که به صورت پرورشی یا از طبیعت و دریا به دست آمده‌اند. در این گزارش به معرفی برترین کشورهای صادرکننده ماهی و غذاهای دریایی پرداخته‌ایم. با ما همراه باشید.

بهبود زیرساخت‌ها و افزایش سرمایه‌گذاری در زمینه ماهیگیری و پرورش آبزیان در شیلی، از دلایل اصلی رشد و توسعه صنعت ماهیگیری این کشور به شمار می‌رود.

کانادا



صنعت ماهیگیری و تولید فرآورده‌های دریایی یکی از بخش‌های مهم صادرات کانادا محسوب می‌شود، به طوری که از صادرات این بخش، سالانه درآمدی معادل ۴/۲ میلیارد دلار به دست می‌آورد. تقریباً ۸۵ درصد از مجموع ماهی‌ها و فرآورده‌های دریایی تهیه شده در کانادا در بازار جهانی عرضه می‌شود. در سال ۲۰۱۴ میلادی، عمده محصولات صادراتی بخش شیلات این کشور شامل خرچنگ، صدف اسکالوپ، میگو و سالمون اطلسی بود. برترین کالای صادراتی کانادا از میان محصولات یاد شده، خرچنگ است که در سال ۲۰۱۴، درآمدی معادل ۱/۵۲ میلیارد دلار عاید این کشور کرد. بخش پرورش آبزیان مختلف در کانادا نیز بسیار پیشرفته می‌باشد که موجب اشتغال‌زایی ۱۴ هزار نفر در این کشور شده است.

هند



هلند



طبق اطلاعاتی که از مرکز تجارت بین‌المللی به دست آمده، صادرات محصولات شیلات در هلند، سالانه درآمدی در حدود ۳/۱۳ میلیارد دلار عاید این کشور می‌کند. در سال ۲۰۱۳ میلادی، برترین بازارهای خارجی برای شیلات هلند به ترتیب آلمان با ۱۸/۷ درصد صادرات، بلژیک با ۱۵/۳، فرانسه با ۱۲/۵، ایتالیا با ۹/۱ و اسپانیا با ۶/۵ درصد بودند. صادرات میگوی آب سرد با ارزشی به مبلغ ۲۰۳/۲ میلیون دلار و صادرات میگوی یخ‌زده به ارزش ۱۶۸/۶ میلیون دلار در سال ۲۰۱۳، سودآورترین بخش صادرات شیلات هلند بودند. از دیگر محصولات صادراتی مهم هلند در بخش شیلات می‌توان به جک‌ماهی یا ماهی خال خالی یخ‌زده، ماهی برگ یخ‌زده و هرینگ یخ‌زده اشاره کرد.

شیلی



این کشور سالانه موفق به صادرات ۴ میلیارد دلار فرآورده‌های شیلاتی می‌شود که نشان از رونق بسیار بالای صنعت ماهیگیری شیلی دارد. ماهی قزل‌آلا، سالمون و صدف از مهمترین کالاهای صادراتی بخش شیلات این کشور به شمار می‌روند. شیلی دومین تولیدکننده بزرگ ماهی‌های پرورشی سالمون در جهان است و بازار اصلی ماهی و غذاهای دریایی شیلی، کشورهایی مانند ژاپن، آمریکا و برزیل هستند. اتحادیه اروپا نیز از جمله واردکنندگان بزرگ ماهی و فرآورده‌های دریایی شیلی به شمار می‌رود؛ در واقع ۱۹ درصد از صادرات شیلات کشور شیلی به اتحادیه اروپا انجام می‌شود.

بر اساس آخرین برآوردها، میزان تولید ماهی و فرآورده‌های مربوط به آن در هندی، با ارزش صادراتی ۴/۶ میلیارد دلار در سال، به بیشترین میزان خود طی سال‌های گذشته رسیده است. از مجموع محصولات صادراتی بخش شیلات هند، میگوی یخ‌زده که ۳۴ درصد از کل صادرات شیلات کشور و ۶۷ درصد از ارزش دلاری آن را تشکیل می‌دهد، سودآورترین کالای صادراتی این بخش محسوب می‌شود. هندی در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ میلادی حدود ۳۷/۵۰۵ تن میگو صادر کرد که در آمدی معادل ۳/۷ میلیارد دلار برای این کشور به ارمغان آورد. واردکنندگان اصلی فرآورده‌های دریایی هند را کشور آمریکا با ۲۶ درصد از محصولات تولیدی در هند، جنوب شرق آسیا با ۲۵/۷ درصد و برخی از اعضای اتحادیه اروپا با ۲۰ درصد تشکیل می‌دهند. علاوه بر میگو، ماهی یخ‌زده نیز که ۱۱ درصد از کل محصولات تولیدی بخش شیلات هند را تشکیل می‌دهد، دومین کالای سودآور صنعت ماهیگیری این کشور محسوب می‌شود.

آمریکا



آمریکا طی سال‌های اخیر توانسته توان صادراتی خود در زمینه شیلات را به مرز ۵/۱ میلیارد دلار در سال برساند که این کشور را در زمره برترین صادرکنندگان محصولات دریایی جهان قرار می‌دهد. افزایش میزان تولید به جای افزایش قیمت محصولات، از جمله دلایل موفقیت آمریکا در زمینه صادرات ماهی و غذاهای دریایی است که موجب رشد ۴۳ درصدی صادرات شیلات این کشور طی ۵ سال گذشته شده است. در سال ۲۰۱۴ میلادی، میزان صادرات شیلات آمریکا در آمدی معادل صادرات ماکیان و طیور این کشور داشت. ماهی این میزان، حتی از درآمد حاصل از صادرات میوه تازه و پاره‌چای آمریکا نیز بیشتر بود. ماهی پالاک آلاسکا، تخم ماهی و سوریمی (گوشت چرخ کرده ماهی) در مجموع ۴۰ درصد از صادرات بخش شیلات آمریکا را تشکیل می‌دهند.

ویتنام



با وجود ۳۰۰۰ کیلومتر کرانه ساحلی و تعداد زیادی تأسیسات پرورش ماهی و آبزیان مختلف در ویتنام، جای تعجبی هم ندارد که صنعت ماهیگیری و

شیلات این کشور با موفقیت‌های روز افزون همراه شود. در سال ۲۰۱۲ میلادی، بیش از ۵ میلیون نفر به طور مستقیم و ۸ میلیون نفر به صورت غیرمستقیم از طریق صنعت ماهیگیری صاحب کسب و کار شدند. ارزش صادراتی بخش شیلات ویتنام از ۷۷۶ میلیون دلار در سال ۱۹۹۷ میلادی به ۵/۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ رسیده که در نوع خود، پیشرفت قابل توجهی را نشان می‌دهد. ژاپن از جمله مشتریان و واردکنندگان بزرگ ماهی و محصولات مرتبط ویتنام است. در سال ۲۰۱۴، بخش شیلات ویتنام ۸ درصد از ارزش ناخالص این کشور را تشکیل می‌داد که موجب رشد اقتصادی آن نیز شد. مجموع میزان ماهی تولید شده در ویتنام در حدود ۵/۶ تا ۷ میلیون تن است و بخش پرورش آبزیان این کشور نیز موجب رونق ۵ تا ۷۰ درصدی این صنعت می‌شود.

نروژ

۲۰۱۵ برای نروژ سال بسیار موفقی در زمینه تولید ماهی و فرآورده‌های دریایی بود، چرا که این کشور توانست صادرات خود را در این بخش تا ۷۵ میلیارد کرون نروژی که حدوداً برابر با ۸/۸ میلیارد دلار است، افزایش دهد. این میزان، افزایشی ۸ درصدی نسبت به صادرات سال گذشته شیلات نروژ را نشان می‌دهد. برخی از کشورهای



اتحادیه اروپا و آمریکا از جمله واردکنندگان اصلی محصولات آبزی نروژ به شمار می‌روند. تقریباً ۶۷ درصد از صادرات بخش شیلات نروژ به کشورهای اتحادیه اروپا انجام می‌شود که در آمدی معادل ۵۰ میلیارد کرون نروژی عاید این کشور می‌کند. ماهی سالمون و قزل‌آلا از مهمترین محصولات صادراتی بخش شیلات نروژ محسوب می‌شوند. ماهی کاد، ماهی‌های خشک شده و فرآورده‌های به دست آمده از گونه‌های مختلف کاد، از دیگر محصولات صادراتی مهم شیلات نروژ هستند. صدف، میگو و خرچنگ نیز در سال ۲۰۱۵ میلادی جزو محصولات روبه رشد صادراتی این کشور بودند.

چین

چین از سال ۲۰۰۲ تا کنون، برترین صادرکننده شیلات جهان بوده است. این کشور در سال ۲۰۱۵ موفق به صادرات ماهی و فرآورده‌های دریایی به ارزش ۷/۷ میلیارد دلار شد که در این میان، میزان زیادی گیاهان دریایی خوراکی مانند کتانجک نیز بین آن‌ها وجود داشت. در حال حاضر، طبق اطلاعاتی که از مرکز تجارت



بین‌المللی به دست آمده، کشور چین سالانه در آمدی ۱۴/۱ میلیارد دلار از صادرات شیلات به دست می‌آورد. در سال ۲۰۱۳، عمده محصولات صادراتی بخش شیلات چین متشکل از ماهی مرکب و سپی‌داج یخ‌زده با ۱/۶ میلیارد دلار، میگوی یخ‌زده با ۱/۲ میلیارد دلار و ماهی یخ‌زده با یک میلیارد دلار بودند. ژاپن، آمریکا و هنگ کنگ از جمله خریداران و واردکنندگان اصلی شیلات کشور چین هستند. ■

آشنایی با گران ترین ماهی های تزئینی جهان

عارف فغانی

زیبایی و ظرافت یک آکواریوم پر از ماهی های رنگارنگ و درخشان برای هر کسی لذت بخش است، ولی ماهی های کمیابی وجود دارند که تنها برخی از مجموعه داران می توانند آن ها را در آکواریوم خود داشته باشند. بسته به کمیاب بودن، نوع و نژاد و منحصر به فرد بودن این ماهی ها قیمت آن ها از یک هزار تا ۴۰۰ هزار دلار متغیر است. این قیمت ها به شیوه جمع آوری ماهی ها بستگی مستقیم دارد. در این مطلب با برخی از گران قیمت ترین ماهی های تزئینی و آکواریومی جهان آشنایی شوید.

کلاریون انجل فیش (Clarion Angelfish)

نام ماهی کلاریون از یکی از زیباترین جزایر نزدیک سواحل مکزیک در اقیانوس آرام گرفته شده است. این قسمت بخشی از جزایر ریولا جیدو (Revillagigedo) است. این ماهی بیشتر در این منطقه یافت می شود و به طرز چشم نوازی رنگارنگ بوده و خواهان بسیاری دارد. تا ۴۰ سال می توان این ماهی را در شرایط مناسب نگهداری کرد، ولی یافتن یکی از آن ها در بازار ماهی های آکواریومی کار ساده ای نیست. برای صید این ماهی در آب های ملی مکزیک نیاز به کسب مجوز از دولت این کشور دارید و قیمت آن حدود ۲ هزار و ۵۰۰ دلار است.

پریش فلت هداسترالیایی (Australian Flathead) (Perch)

این ماهی بسیار نادر در صورتی که یافت شود، قیمتی بالاتر از ۵ هزار دلار دارد. گرفتن این ماهی که در آب های سواحل استرالیا یافت می شود، بسیار

آب نبات باسلت (Candy Basslet)

این ماهی زیبایی از رنگارنگ ترین ماهی های است که در آکواریوم ها مشاهده می شود و در دریای کارائیب و بیشتر در سواحل کوراکو یافت می شود. گرفتن این ماهی ساده تر از گرفتن سایر ماهی های آکواریومی نیست و به محض گرفتن آن ها رفتار بسیار خوبی از خود به نمایش گذاشته و با شرایط جدید به زودی وفق پیدا می کنند. غذا دادن و مراقبت از آن ها نیز آسان است. خبر امیدوار کننده درباره ماهی آب نبات باسلت این است که اقدامات مربوط به جفت گیری و تولید مثل آن ها، تا حدودی موفق بوده و این به آن معنی است که به زودی قیمت این ماهی برای آکواریوم داران طبقات متوسط نیز به حد مناسبی خواهد رسید و می توانند یکی از این ماهی ها را در خانه خود داشته باشند. قیمت این ماهی حدود یک هزار دلار تخمین زده شده است.



پریش فلت هدا



کلاریون انجل فیش (Clarion Angelfish)



بلیدفین باسلت (Bladefin Basslet)

فرش و اتر پولکادات استینگ ری (PolkaDotStingray)

این ماهی خاص اخیراً در تایوان به نمایش عمومی گذاشته شد و به دلیل یک جهش شگفت‌انگیز ژنتیک در جلوی سر خود، دارای یک انحنا شده و به همین دلیل شکل سر آن به جای آنکه گرد باشد، شبیه حرف یو (U) انگلیسی شده است. اخیراً این ماهی به گران‌قیمت‌ترین ماهی آکواریومی در تایوان تبدیل شده و قیمت آن به ۱۰۰ هزار دلار رسیده است. ماهی فرش و اتر پولکا اگر نتواند غذای خود که انواع حلزون‌های دریایی است را در آب‌های آزاد بیابد، نمی‌تواند به حیات خود ادامه دهد. در آکواریوم هم باید با دست به او غذا بدهند تا بتواند به زندگی ادامه دهد.

پلاتینیوم آروانا (WhiteArowana)

این ماهی ارزشی نزدیک به ۴۰۰ هزار دلار دارد و آنقدر با ارزش است که پیش از بلوغ، یک چپ‌الکترونیکی تشخیص هویت در بدن آن نصب می‌شود تا هویت و اصالت نسل آن شناسایی و ثبت شود. رنگ این ماهی ناشی از یکی از نادرترین جهش‌های ژنتیک است. از نمونه‌های رایج ماهی پلاتینیوم آروانا می‌توان به آرواناای قرمز، سبز، دم‌زرد، نقره‌ای، سیاه و آرواناای مروارید استرالیایی اشاره کرد. این ماهی بسیار نادر در آب‌های آمریکای جنوبی، آسیای جنوب شرقی و آفریقا یافت می‌شود و برای نگهداری نیاز به مخزنی با حداقل یک هزار لیتر گنجایش دارد که پر از مواد مغذی همچون جیر جیرک و کرم‌های آبی باشد. این ماهی می‌تواند تا ۳۰ اینچ بزرگ شده و تا ۵۰ سال به زندگی خود ادامه دهد. این ماهی‌ها هوشمند بوده و می‌توانند صاحب خود را از سایر افراد تشخیص دهند. ■



فرش و اتر پولکادات استینگ ری (PolkaDotStingray)



پلاتینیوم آروانا (WhiteArowana)



پپر مینت آنجل فیش (PeppermintAngelfish)



مداسترالیایی (Australian FlatheadPerch)

دشوار است، چرا که به سرعت خود را در شکاف صخره‌های دریایی مخفی کرده و تنها برای یافتن غذا از مخفیگاه خود به مدت کوتاهی خارج و به سرعت بازمی‌گردد. نخستین بار این ماهی در یک حراجی در سال ۲۰۱۱ میلادی برای فروش عرضه شد و از آن زمان هواداران بسیاری در میان مجموعه‌داران آکواریومی پیدا کرده است. این ماهی‌ها غذای زنده را همچون میگو، ارواح ترجیح می‌دهند و دوست دارند که سنگ و صخره فراوانی در محل سکونتشان وجود داشته باشد. این ماهی دارای نوارهایی با رنگ‌های زنده و درخشان روی پوست خود است و ظاهر زیبایی آن را برای هر مجموعه‌دار آکواریومی فریب‌دهنده و دل‌باگرده است.

بلیدفین باسلت (BladefinBasslet)

قیمت این ماهی کوچک تا مرز ۱۰ هزار دلار هم می‌رسد. نام این ماهی از شکل آن که شبیه باله ماهی تیغه‌ای است، گرفته شده، اغلب در آب‌های دریای کارائیب یافت می‌شود و از لحاظ تنوع رنگی از صورتی روشن تا سفید رنگ‌های متنوعی را در بر می‌گیرد. این ماهی کمیاب، با رفتار عجیب و غریب خود، در میان مجموعه‌داران آکواریوم‌ها هواخواهان بسیاری دارد. طول این ماهی حداکثر به ۵/۱ اینچ رسیده و از ماهی‌های آب‌های عمیق مرجانی به حساب می‌آید.

پپر مینت آنجل فیش (PeppermintAngelfish)

مجموعه‌داران آکواریومی برای داشتن این ماهی عجیب و غریب تا ۳۰ هزار دلار نیز پیشنهاد کرده‌اند. تنها یک بار آن هم در سال ۲۰۱۲ میلادی این ماهی برای بازدید عموم به نمایش گذاشته شد. این یک نمونه در آکواریوم وای کی کی (Waikiki) آمریکا نگهداری می‌شود و آن هم در یک سفر اکتشافی توسط گروهی از پژوهشگران موسسه اسمیتسونین یافت شده است. این ماهی با نوارهای قرمز و سفید دیده می‌شود. از سال ۲۰۱۲ تقاضا برای این ماهی از سوی دارندگان مجموعه‌های خصوصی که آرزو دارند یک موجود نادر دیگر را به کلکسیون خود بیفزایند، بسیار بالا بوده است.

الاختـيار

محادثة مع المدير الأكثر توجهاً نحو العملاء في وكالة التأمين في البلاد
بعض الشركات الناشئة تخلق منافسة غير صحية



رفع الرئيس التنفيذي لشركة آزيان تجار مطاف
يقلل عدم استقرار سياسات الصرف الأجنبي من صادرات الجمبري



الرئيس التنفيذي لشركة توان بجوهان فناور باسارجاد الهندسية
بناء القدرات في مجال إنتاج الإلكترونيات بسيط للغاية وغير مكلف



رئيس نقابة تجار قطع غيار السيارات والآلات بطهران
من الضروري زيادة رقابة الحكومة على إنتاج واستيراد قطع الغيار



رئيس اتحاد مصدري صناعة الطباعة الإيرانية
جودة التغليف هي ضمان البقاء في الأسواق العالمية



المعرض التاسع والعشرون للطباعة والتغليف في طهران
رحبت شركات الطباعة والتغليف بالمعرض الدولي التاسع والعشرين



اقترح خبير الاتصال والإعلام
ميتافيرس هو فرصة لمستقبل العالم



د. حسين ساساني
الخبير في التنمية المستدامة
حاجة البلاد الملحة لحكومة تنموية



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 أضف 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 الممتلئ، 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 ٨٨٨٦٤٨٤٢

رقم الفاكس : +٩٨٢١ ٨٨٨٦٤٧٨٦

الرمز البريدي : ١٥٨٨٨٦٦٣٤٤

رقم الهاتف المحمول : +٩٨ ٩١٢٧٧٠٧٧٤٥

البريد الإلكتروني : d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

التجارة الخارجية الإيرانية عند نقطة متساوية



مرتضى فغاني
عضو غرفة تجارة طهران

على الرغم من العقوبات العديدة، كان للاقتصاد الإيراني أداء مقبول من حيث التبادلات والميزان التجاري في الأشهر الستة الأولى من العام. وبحسب الإحصائيات التي أعلنها مسؤولو الجمارك في البلاد، فقد بلغت صادرات البلاد ٤٤ مليون طن من البضائع حتى نهاية أغسطس الماضي، وبلغت نحو ٢١ مليار دولار، معتبرين أن

صادرات إيران العام الماضي في نفس الفترة بلغت ١٧ مليار دولار. وبلغ ٢٥٥ مليون دولار، ارتفع هذا المبلغ بنسبة ٢١,٢٪ من حيث القيمة. كانت الصين والعراق والإمارات العربية المتحدة وتركيا والهند أكبر وجهات تصدير إيران على التوالي. يحتل البروبان السائل والميثانول والغاز الطبيعي المسال والبولي إيثيلين وسبائك الحديد والصلب وكاثود النحاس الحصة الأكبر بين محفظة سلع التصدير الإيرانية.

من ناحية أخرى، على الطرف الآخر من هذا المقياس، أي في قطاع الاستيراد، في الأشهر الخمسة الأولى من البلاد، بلغت القيمة الإجمالية لاستيراد البضائع إلى إيران ١٤ مليون طن من حيث الوزن، التي تبلغ قيمتها ٢١ مليار و ٦٦٥ مليون دولار. منذ في نفس الفترة من العام الماضي، تم استيراد ١٨ مليار و ١٧٥ مليون دولار من البضائع إلى البلاد، زاد هذا المبلغ بنسبة ١٩,٢٪ في المائة. على الرغم من أنه للهولة الأولى، زادت صادرات وواردات البلاد بشكل متناسب، إلا أن نظرة فاحصة على الإحصائيات تظهر أوجه قصور في هذا المجال. على سبيل المثال، على الرغم من زيادة الصادرات الإيرانية من حيث القيمة، فقد شهدنا انخفاضاً بنسبة ٢٣,٥٪ في الصادرات من حيث الوزن. بمعنى آخر، فإن الزيادة في الواردات من حيث القيمة هي أكثر من نتيجة نمو الإنتاج في الدولة ونتيجة لزيادة العمالة وعواقبها الإيجابية الأخرى، فهي أكثر نتيجة الزيادة في السعر العالمي لسلع الصادرات الإيرانية؛ وهذه الزيادة في الأسعار ناتجة أيضاً عن تغيرات مثل الحرب في أوكرانيا وزيادة الطلب بعد ركود كورونا. من ناحية أخرى، من خلال مقارنة البضائع المستوردة والمصدرة من حيث الوزن والقيمة (١٤ مليون طن من الواردات مقابل ٤٤ مليون طن من الصادرات، والتي كانت متساوية من حيث القيمة الدولار)، يمكن ملاحظة أن السلع الأغلى ثمناً لديها دخلت البلاد وغادرت البضائع الرخيصة البلاد. من ناحية أخرى، فإن معظم سلع التصدير الإيرانية عبارة عن مواد خام معدنية ويتم استيرادها إلى البلاد مقارنة بسلع مثل الآلات ومدخلات الثروة الحيوانية والسلع الأساسية.

تظهر هذه النقاط بوضوح أن عمق الإنتاج في البلاد منخفض وأن إنتاج السلع في إيران يعتمد بشكل كبير على استيراد الآلات الأجنبية، من ناحية أخرى، لم يكن هناك نمو كبير في إنتاج البلاد. لتصحيح هذا الوضع، يجب وضع إنتاج الآلات والسلع ذات القيمة المضافة العالية على جدول الأعمال، وهو أمر غير ممكن إلا من خلال الوصول إلى أسواق أوسع من السوق المحلية والاهتمام المكثف بالشركات القائمة على المعرفة الحقيقية. ■

خطة التنمية السابعة فرصة للتقدم والعدالة



فرهاد أميرخاني
رئيس التحرير

قبل عام ١٩٤٨ لم تكن هناك خطة محددة ومنظمة للتنمية في بلادنا إيران، وكانت معظم الخطط والبرامج تُقترح وتُنفذ حسب الأوامر والمشاعر والأذواق الشخصية. ومع ذلك، منذ أن أتى الممثلون الأمريكيون لشركة «موريسون كوندسن» إلى إيران بدعم مالي من البنك الدولي، ولأول مرة تمت كتابة خطة تطوير علمي مدتها سبع سنوات في بلادنا، تُستخدم كدليل وإطار عمل. لاتخاذ الإجراءات والإجراءات في بلدنا ومنذ ذلك الحين، تمت الموافقة على ١٢ برنامجاً تنموياً في بلادنا، منها قبل الثورة و ٦ بعد انتصار الثورة الإسلامية. الآن، وبعد الموافقة على السياسات العامة لنظام خطة التنمية السابعة في ٢٠ سبتمبر ٢٠٢٢، تم وضع خطة التنمية الثالثة عشرة للبلاد على جدول أعمال منظمة البرنامج والميزانية بعد تأخير لمدة عام واحد.

بما أن مشاريع قوانين الموازنة السنوية للحكومة، بما في ذلك موازنة ٢٠٢٣، يتم تجميعها وتقديمها إلى البرلمان بناءً على الخطة الناتجة عن هذه السياسة، ونتيجة لذلك، يمكن الاعتراف بأحكام موافقات السياسة العامة والتنمية السابعة. خطة، كما وثائق المنبع أهمية كبيرة. هذا العام، كما في البرامج السابقة، وقاموا مع الفقرة الأولى من المادة ١١٠ من الدستور، تم إبلاغ السياسات العامة لخطة التنمية السابعة إلى رئيس مجلس تقييم مصلحة النظام ورئيس هيئة الأركان العامة للقوات المسلحة. القوات. تحتوي هذه الوثيقة على سبعة عناوين تشمل «الاقتصادية» و «شؤون البنية التحتية» و «الثقافية والاجتماعية» و «العلمية والتكنولوجية والتعليمية» و «السياسة الخارجية» و «الدفاع والأمن» و «الإدارية والقانونية والقضائية».

في الواقع، من خلال وجهة نظر واقعية ويمكن الوصول إليها، من الممكن تقديم خدمة رائعة لتطوير وتحسين بيئة الأعمال من خلال الاعتماد على الأولوية التي أثبتت في السياسة العامة المعلنة. يمكن أن تكون هذه التدابير التخطيطي لازدهار صناعة السياحة، وتطوير وإصلاح قطاع الطاقة، والاهتمام الخاص بالعلم والتكنولوجيا والمعرفة القائمة على المعرفة، وتعزيز التجارة الخارجية والسياسة التجارية، واستعادة البيئة؛ التلوث والجفاف والتصحر بالإضافة إلى الاستقرار المالي في البلاد، ومكافحة الفساد بشكل منهجي وتعزيز المؤسسات التنظيمية واستهداف النمو الاقتصادي إلى جانب القضاء على الفقر والبطالة وعدم المساواة والتوظيف.

ويؤمل أن يوفر مبرمجو التنمية السابعة، أكثر من أي وقت مضى، أهمية التأكيد على دور ومكانة الناس في تقرير مصيرهم، وكذلك من خلال تحديد هدف العدالة وتحقيقها في جميع المجالات. الظروف بحيث أنه في السنوات الخمس المقبلة، على الرغم من كل العقوبات القائمة، دعونا نشهد ازدهار الاقتصاد، وبالتالي، تقدم الاقتصاد في جميع أنحاء بلادنا. ■

بعض الشركات الناشئة تخلق منافسة غير صحية

تتطلب ظروف المجتمع ووجود
مخاطر مختلفة، بما في ذلك
الأضرار الكبيرة من الكوارث
الطبيعية مثل الفيضانات
والزلازل والحرائق وغيرها
من الأحداث غير المتوقعة، أن
يذهب الناس للحصول على



بوالص التأمين وخدمات التأمين قبل ظهور الحالات الخاصة والطارئة. مع
الأخذ في الاعتبار ذلك توجهنا للسيدة زهرا صلاحي مديرة وكالة سرمد
كود التأمين ١٦٧٣ الحاصلة على المرتبة الأولى في خدمة العملاء بين وكالات
التأمين وتحدثنا معها، نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

وكيل تأمين سرمد برمز ١٦٧٣ يحاول تقديم المعلومات اللازمة للتأمين
المطلوب للعملاء في المرحلة الأولى ومن ثم شرح جميع شروط هذا التأمين
والحقوق المتعلقة به. أيضًا، إذا كانت هناك حاجة خلال فترة استلام
بوليصة التأمين هذه، إلى تقديم خدمات أو توضيح أي غموض في عملية
استخدامها، فسيتم تقديم إجابة مناسبة على الفور. كما يتم فحص
القضايا المعرضة للضرر وحالات أخرى مماثلة دون الحصول على رسوم.
من ناحية أخرى، كانت هذه الوكالة تحاول دائمًا مرافقة ودعم العملاء
وحملة الوثائق، على هذا الأساس، بصفتها مستشارًا أمينًا ومهتمًا وجديرًا
بالثقة، إذا اختار حامل الوثيقة نوعًا من التأمين عن طريق الخطأ بسبب
نقص المعرفة بالتأمين قد فعلت، سوف تتفاوض مع المسؤولين والمديرين
المعنيين لحل الضرر والتعويض عنه.

بالإضافة إلى ذلك، قامت الإدارة والفريق النشط لوكالة التأمين سرمد برمز
١٦٧٣ في الأماكن والأماكن العامة بإجراء محادثات وسلوكيات هادفة لحل
الأسئلة والغموض عند مواجهتها. في هذا الصدد، حتى الثغرات وأوجه
القصور سيتم حلها في الحالات التي يعاني فيها الشخص من ضرر أو لم
يتلق الخدمات المتوقعة.

حاليا، سوق التأمين لديه العديد من القيود. على سبيل المثال، في صناعة
التأمين، بدلاً من ثقافة التأمين للأفراد، تم أخذ مسألة بيع بوالص التأمين
في الاعتبار، في حين أن الزيادة في فروع مبيعات بوالص التأمين لا تعني
ببساطة زيادة في حجم المبيعات. يجب تكييف ثقافة التأمين بطريقة
تمكن كل شخص من شراء بوليصة تأمين.

أحد أساسيات صناعة التأمين هو القضاء على المنافسة غير الصحية حتى
لا نرى من الآن فصاعدًا خصومات غير تقليدية وضارة لشركات ووكالات
صناعة التأمين. لا ينبغي خصم مبلغ الخصومات من الرسوم. ■

ضرورة الإنتاج الموجه للتصدير في مجال الأحياء المائية

بفضل الجهود التي يبذلها مستثمرو القطاع الخاص، تم تنظيم الإنتاج
السمكي في البلاد بطريقة يمكن الآن ذكر إنتاج الأحياء المائية وصناعة
التجارة باعتبارها ركيزة فعالة في اقتصاد الدولة. جميع المناطق الجغرافية
للدولة هي مجال أنشطة الصيد.

يتم تحويل جميع أنواع المنتجات التي تنتجها المزارع والتي يتم صيدها
من البحار إلى منتجات تعبئة وتغليف لتوريدها في الأسواق المحلية
والأجنبية في أكثر من ٢٥٠ وحدة معالجة الأسماك وصناعات التعليب،
وتنتشر هذه الوحدات في جميع مقاطعات البلاد البالغ عددها ٣١
مقاطعة. أدى هذا المستوى الواسع من العمالة إلى إنتاج ١,٢٨٠ مليون
طن من المنتجات، مما وضع بلدنا في المرتبة الأولى في منطقة الشرق
الأوسط من حيث إنتاج مصائد الأسماك. على الرغم من أن هذا المبلغ لا
يمثل سوى واحد في المائة من إجمالي ١٢٨ مليون طن من إنتاج القطاع
الزراعي في البلاد، فإن هذا واحد في المائة من الإنتاج لديه حصة ١٠ في
المائة من صادرات القطاع الزراعي، مما يدل على القدرة التصديرية لهذا
القطاع في الإقتصاد البلاد. من ناحية أخرى، فقد أدى هذا القطاع بشكل
مباشر وغير مباشر إلى خلق الكثير من فرص العمل، مما ساهم بشكل
فعال في الحد من معدل البطالة والحد منه.

بالإضافة إلى توفير أفضل المنتجات في السوق المحلية، فإن جهود القطاع
الخاص لمصائد الأسماك في البلاد تباع أيضًا الأسماك والروبيان والكافيار إلى
٥٥ دولة في العالم وتستورد أكثر من ٥٠٠ مليون دولار بالعملة الأجنبية.
أحد أسباب هذه النجاحات هو أنه، على عكس الصناعة، فإن القطاعات
الأخرى للاقتصاد الزراعي في البلاد، منذ البداية، كان القطاع الفرعي لمصائد
الأسماك خاصًا تمامًا وكان نصيب الدعم الحكومي صغيرًا جدًا. وقد تسبب
هذا في تحميل القطاع الخاص أي تكاليف وأصبح قدم الحكومة خارج
فضاء هذا العمل ولا يمكن أن تتدخل في حياة صناعة صيد الأسماك
وموتها من خلال التسعير الإلزامي والحالات المماثلة التي أصبحت لعنة
الصناعات الأخرى. هناك أيضًا توقع من الحكومة أنه من خلال تعزيز
ثقافة الأكل من البحر للمواطنين الإيرانيين، لن يؤدي ذلك إلى تحسين
صحة المواطنين الإيرانيين فحسب، بل سيؤدي أيضًا إلى تحسين التجارة
المحلية وحصة الدخل المحلي للمربين والصيادين.

يمكن التأكيد بجرأة على أنه حتى الآن لم يتم توزيع أي نوع من العملات
الإيجارية في هذه الصناعة ولم يتم تقديم أي دعم للدعم، وبالتالي فإن
منتجي ومربي الحيوانات المائية ونشطاء القطاع الصناعي والتجاري قد
تحملوا جميع أنواع المصاعب. هذا القطاع يستحق التقدير ويحتاج إلى
دعم البنية التحتية، وتكمن أهم البنية التحتية في الصناعة: تحديث برامج
وأجهزة المربين للإنتاج التصديري. ■



للدكتور علي خطيبي تبار
رئيس مجلس إدارة الاتحاد التجاري
الإيراني للإنتاج المائي

نكتة مريرة باسم الاقتصاد الرقمي في البلاد



علي رضا بزرجمهري

رئيس جمعية شركات الدفع الإلكتروني

في الأيام الأخيرة من وزارته، أعلن جواد آذري جهرمي أن حصة الاقتصاد الرقمي للبلاد تبلغ ٤,٦ في المائة من الناتج المحلي الإجمالي، والتي تم ذكرها لاحقاً لتكون من ٤ إلى ٥ في المائة بحضور رئيس الوزارة، من أجل تحقيق ١٠ بالمائة

هدف في السنة الأخيرة من

حكومة السيد رئيسي. في الوقت نفسه، أجرى مركز رأي الطلاب الإيرانيين (ISPA) استبياناً في صيف عام ٢٠٢١، حيث يستخدم حوالي ٨٠٪ من سكان البلاد الذين تزيد أعمارهم عن ١٨ عامًا شبكة اجتماعية افتراضية دولية. في استطلاع آخر أجره نفس المركز، قال ٢٠٪ من مستخدمي الشبكات الاجتماعية إنهم يكسبون المال منها، وقال ٥٥٪ إنهم يجرون عمليات شراء عبر هذه الشبكات الاجتماعية. يُظهر تحويل النسب المئوية المرتفعة إلى إحصاءات سكانية أن ٤٨ مليون شخص إيراني يستخدمون هذه الشبكات وأن حوالي ٩ ملايين شخص يستخدمون هذه الشبكات لكسب المال، وبعبارة أخرى، ١٣ مليون أسرة إيرانية عملاء لهذه الشبكات الافتراضية. في بعض الأحيان، تم اقتراح أن يقوم الأشخاص بنقل أعمالهم إلى منصات محلية، بغض النظر عن المنصة التي لديها مثل هذه المرافق أو السعة، ومع انخفاض رأس المال الاجتماعي لثقة الناس في هذه المنصات، في ظل هذا الوضع، تتضرر الشركات على هذه المنصة وتهتز ومضطرب، ويمكنهم الاستثمار في الاقتصاد الرقمي. متى ذهب متخذو القرار إلى المنظمات ذات الصلة لاتخاذ مثل هذه القرارات وسمعوا كلماتهم مرة واحدة في هذه الأزمات؟

في رأيي، شرط أن يكون لديك مساهمة جادة في العصر الرقمي من الاقتصاد الرقمي، مثل البلدان المتقدمة حتى في المنطقة، هو أولاً إنشاء منصة إنترنت مستقرة في الدولة للمواطنين والشركات حتى يتمكن الناس من ربط أعمالهم للمنصات العالمية والاستفادة من الأسواق القائمة على المنصات. إذا أردنا ترديد شعارات حول الاقتصاد الرقمي هذه المرة، فمن الأفضل مراجعة أسسه ومؤثراته في تقارير مثل التقرير السنوي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومعرفة أي من تلك المؤشرات التي قمنا بتحسينها خلال فترة عملنا، والتي تتحدث عن زيادة حصة الاقتصاد الرقمي في الدولة. وأخيراً، أتمنى أن يطلع الأمناء ومتخذو القرار على هذه المؤشرات، وإجراء تغييرات جادة في شعاراتهم أو في أعمالهم. ■

الرئيس التنفيذي لشركة دنيای زیرآب

تتمتع أسماك الزينة بإمكانيات

جيدة لتصدير البلاد

بالنظر إلى مشكلة البطالة في المجتمع، فإن خلق فرص العمل من خلال إنشاء ورش تربية وتربية أسماك الزينة في شكل ورش عمل سريعة الغلة أمر ذو أهمية كبيرة. من أجل التعرف أكثر على هذا المجال، أجرينا محادثة مع محمد سعيد أسدي، الرئيس التنفيذي لشركة دنيای زیرآب. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

يعتمد أساس أنشطة هذه الشركة على البحث العلمي. شخصياً، من خلال حضور جميع المعارض في العالم، كنت أبحث عن تقنيات جديدة وابتكار والمزيد من الإبداع في مجال ترشيح الأسماك وإكثارها وتربيتها. في الوقت الحالي، تتمثل إحدى خطط التطوير لهذه الشركة في إنشاء شركة تسمى "أكواسنتر" في عمان.

في الوقت الحالي، نحن نشيطون إلى حد ما في مجال التصدير، ولكن بسبب بعض المشاكل، لا نقوم بتصدير الكثير، في حين أن هناك إمكانيات جيدة جداً لتصدير أسماك القرص. من الممكن تصدير هذا النوع من الأسماك عبر الحدود البرية إلى تركيا والعراق، لكننا نعتبر أن ذلك يجب أن يتم عن طريق الجو. حتى الآن، كانت إيران مستورداً للأسماك الزينة وتحتل المرتبة العاشرة تقريباً بين الدول، لكن ليس لدينا مكان جيد للتصدير.

لسوء الحظ، لا يمكن حالياً نقل الكائنات الحية عن طريق الجو، بينما يعتبر القيام بذلك أحد الواجبات الدولية. جدير بالذكر أن هناك حوالي ٤٦٠٠ نوع من الأسماك معروفة في العالم في حوض المياه العذبة، ويوجد حوالي ٢٥٠ نوعاً من الأسماك في إيران، وهي فرصة جيدة للقيام بأنشطة التصدير. طبعاً من نافلة القول ان مسؤولي الثروة السمكية وخصوصاً في محافظتي فارس وشيراز تعاونوا بشكل جيد في هذا المجال وعلينا ان نشكرهم.

لسوء الحظ، فإن المسؤولين المعنيين الناشطين في مجال أسماك الزينة في الطب البيطري ليس لديهم معرفة بأسماك الزينة، ويقومون بتنفيذ جميع القواعد المتعلقة بالدجاج والأغنام وغيرها للأسماك الزينة، وقد تسبب هذا الموضوع في العديد من المشاكل. على سبيل المثال، يعتبر تصدير أسماك الزينة في بلد مثل سنغافورة مرتفعاً جداً ومصدراً مهماً للدخل لهذا البلد. نأمل أن يلقي المدراء نظرة خاصة على هذا المجال حتى يواصل نشاطه هذه الصناعة عملهم بمزيد من الجهد. ■



رفع الرئيس التنفيذي لشركة آزيان تجارت مطاف

يقلل عدم استقرار سياسات الصرف الأجنبي من صادرات الجمبري

على الرغم من أن بلدنا لديه الكثير من القدرات في مجال إنتاج وتربية الأحياء المائية، إلا أن منصات نمو هذا القطاع لم يتم توفيرها بسبب الافتقار إلى السياسات الشاملة وقلة الدعم من المؤسسات الحكومية. لمزيد من التحقيق في هذه المشكلة، ذهبنا إلى إسماعيل مؤمني، الرئيس التنفيذي لشركة آزيان تجارت مطاف وتحدثنا معه. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

أهم منطقة جغرافية لنشاط شركة آزيان تجارت مطاف هي تشابهار و ميناب و بندر و بوشهر وغيرها، وبهذه الطريقة، فقد وفرت فرص عمل لـ ٢٨٠ شخصًا بشكل دائم وحوالي ٨٠٠ شخص بشكل مؤقت في المنطقة الجنوبية.

لم تخطط هذه الشركة للسوق المحلي منذ البداية وتم إطلاقها بهدف التصدير. كما ذكرنا، فإن وجهات التصدير الرئيسية لهذه الشركة هي دول مثل تايلاند وماليزيا والصين وشرق آسيا، وخلال السنوات القليلة الماضية أقامت علاقات جيدة مع روسيا وأرمينيا وجورجيا. بالإضافة إلى ذلك، تصدر هذه الشركة إلى تركيا وإسبانيا والإمارات العربية المتحدة وقطر وعمان وبنغلاديش وسريلانكا.

نظرًا لأن السوق المحلي يميل أكثر نحو استخدام السلمون وما شابه، ومن ناحية أخرى، فإنه ليس على دراية بالأسماك الجنوبية، حيث يتم تصدير معظم الأسماك المستزرعة لشركة ماتاف للرياضات المائية إلى دول أخرى، لذلك، كما ذكرنا، التركيز الرئيسي ترتبط أنشطتها بالتصدير. نحاول كل عام أداء أفضل من العام السابق في توريد منتجاتنا وزيادة جودتها. من ناحية أخرى، تقوم شركة آزيان تجارت مطاف بتغليف المنتجات في أي دولة وفقًا لاحتياجاتها.

أحد هذه الإنجازات هو تصدير المنتجات المائية إلى الدول الأوروبية، والذي يعتبر أيضًا مقياسًا قيمًا. نقطة أخرى تتعلق بتعاون هذه الشركة مع الشركات الروسية وجهود التصدير إليها، لأن شحن البضائع إلى روسيا يتم في فترة زمنية أقصر.

من أهم مناقشات شركة تجارت ماتاف المائية التحرك نحو الأنشطة القائمة على المعرفة وإنتاج الجمبري على أساس معايير وأمطاط هذا القطاع، وبناءً عليه دخلت في مفاوضات مع شركتين معرفيتين لتقليل جودة الجمبري. مثل الجمبري الأحمر، والذي لحسن الحظ لقي استقبالا جيدًا، وقد واجهته هذه الشركات أيضًا.

للتحرك في اتجاه نمو الإنتاج، من الضروري بالتأكيد حل التحديات والمشاكل المقبلة. يجب تعديل السياسات والقوانين المتعلقة بالجمبري والاستزراع المائي، وإلا فلن يكون هناك تغيير ملموس في وضع هذا القطاع، وفي حالة التأزم، سينتظره وضع سيء. ■



الرئيس التنفيذي لشركة برهام صيد روماك في شرح

أسباب ارتفاع أسعار الأسماك

لا توجد سيطرة على سعر بيع الأسماك



أدت الزيادة الكبيرة في أسعار الأسماك إلى إزالة هذا العنصر الغذائي الأساسي من سلة العديد من العائلات. ومن ناحية أخرى، أدى عدم كفاية صيد الأسماك، الذي يعود جذوره إلى استخدام الأساليب التقليدية من قبل الصيادين في بلدنا، إلى حدوث مشاكل. من أجل معرفة المزيد عن هذا

الموقف، أجرينا مقابلة مع محسن سرحدي، الرئيس التنفيذي لشركة برهام صيد روماك. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

يؤدي الانخفاض في صيد الأسماك إلى زيادة حادة في أسعار الأسماك، وبالتالي الأسماك المعلبة. من ناحية أخرى، كان للعقوبات ومشكلة توريد أغذية العلب، والتي عرفت كمنتج مستورد منذ عام ٢٠١٥، تأثير سلبي على عملية إنتاج الأسماك المعلبة.

بما أن الأسماك المعلبة هي إحدى السلع الأساسية لحياة الناس، يجب أن يكون هناك الكثير من الدعم من الحكومة في عملية توريد المواد الخام وإنتاجها.

جعلت الزيادة في أسعار الأسماك الوضع صعبًا على العديد من المنتجين كما أن السوق المحلي لهذا المنتج أخذ في الانكماش، بينما يجب على الحكومة دعم هذا الغذاء الصحي والاقتصادي ومنع البيع المفرط للأسماك أو الزيادة التعسفية في سعره.

أحد الخطوط الحمراء لشركة برهام صيد روماك هو الامتثال لمعايير الجودة، بما يتماشى مع العديد من البرامج التي تم وضعها على جدول الأعمال. تعزز هذه الشركة التقدم وتنفيذ جزء من أهدافها التنموية من خلال إنتاج اللحوم والأغذية المعلبة غير اللحوم مثل علف الفول وأنواع الحساء وإنشاء وحدات إنتاج العصير والمشروبات بحلول نهاية العام، وهو ما أتمنى سيكون لها تأثير إيجابي على أنشطة شركة برهام سيد روماك تم تصدير هذه المنتجات إلى دول مثل أفغانستان وباكستان والعراق وقطر ومؤخرًا إلى الإمارات العربية المتحدة، كما يتم بيعها محليًا من خلال وكلاء المبيعات.

ومن مميزات منتجات شركة برهام صيد روماك الطعم الجيد للتونة المنتجة، والتي تتفق في أغلب الأحيان مع ذوق وآراء العملاء. نقطة أخرى هي التوحيد وغياب الظلام في لحوم الأسماك المستخدمة في الأسماك المعلبة.

دول مثل عمان تستخدم ممارسات صناعية ذات قدرة صيد كبيرة. لقد تسبب استخدام الأساليب التقليدية في بلدنا في اصطياد عدد قليل من الأسماك وتسبب في ضربة كبيرة لصناعة التونة.

نظرًا لأن أذواق الإيرانيين تختلف عن أذواق الدول الأخرى، فعادة ما لا يتم الترحيب بالتونة الأجنبية في السوق المحلية. ■

نحن نشجع ثقافة إنتاج الاستزراع المائي في البلاد

في السنوات الأخيرة، خطت منظمة المصايد والقطاع الخاص خطوات كبيرة في تنمية الاستزراع المائي، وقد جعلت هذه الإجراءات إيران دولة قوية في مجال تصدير المنتجات المائية إلى الأسواق العالمية. ناقشنا هذه المسألة في محادثة مع علي أكبر خدائي، سكرتير النقابة التجارية والإنتاج المائي



الإيراني. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تأسس هذا الاتحاد في عام ١٩٩٦ في غرفة التجارة تحت عنوان مصدري الأحياء المائية الإيرانية، ثم قمنا بتغيير اسم الاتحاد إلى «إنتاج وتجارة الأحياء المائية الإيرانية». أعضاء هذا الاتحاد هم المصدرون والمستوردون لجميع أنواع المنتجات المائية وصناعات التعليب ومنتجات الأعلاف المائية والصناعات ذات الصلة مثل حياكة الخث ومصنعي الأقفاص البحرية ومخازن التبريد ووحدات المعالجة والموزعين المحليين. ومن بين منتجات البروتين الحيواني، فقط صناعة المنتجات المائية يمكنها التصدير إلى الاتحاد الأوروبي. يتطلب الوصول إلى هذا المنصب والحصول على رمز EC الكثير من التكاليف المادي وخدمات المعالجة، كما دعم الاتحاد هذه الإجراءات. بالطبع، لا يزال هناك العديد من الطرق غير المكتملة، وأهمها إنشاء اتحاد للتصدير والإنتاج بعلامة تجارية، وهو ما نسعى إلى تحقيقه. في عام ٢٠٢٠، قمنا بتصدير حوالي ١٣٠ ألف طن ارتفعت إلى ١٥٠ ألف طن عام ٢٠٢١. في الربع الأول من هذا العام، واجهنا نموًا في الوزن بنسبة ٢٣٩ و ٨٠٪ في قيمة الصادرات المائية، وهو نمو كبير.

إلا أن إحصاءات إنتاج المنتجات السمكية خلال العامين الماضيين بلغت مليون و ٢٧٠ ألف طن. وتبلغ قيمة تصدير المنتجات حوالي ٥٠٠ مليون دولار مقابل ٥ مليارات دولار لتصدير المنتجات الزراعية، وتبلغ حصة الثروة السمكية ١٠٪ وهي حصة كبيرة.

في مجال استزراع الجمبري، أنتجنا في العام الماضي ٥٧ ألف طن، وهذا العام سيرتفع هذا الرقم إلى ٦٥ ألف طن. في قطاع الاستزراع السمكي في الأقفاص، لا نواجه نموًا كبيرًا.

كما يتم الاستثمار في قطاع تربية الأسماك في الأقفاص. وفي الوقت نفسه، هناك ثغرات يمكن للمهتمين الاستثمار فيها.

تتمتع إيران بمكانة جيدة على مستوى العالم في تربية بعض الحيوانات المائية، لذا فقد احتلتنا المرتبة الأولى في إنتاج التراوت والمرتبة الخامسة عشرة في مجال تربية الجمبري.

نأمل في زيادة الصادرات المائية للبلاد من خلال تطوير استزراع هذه الأسماك والجمبري والأسماك في الأقفاص، بالإضافة إلى توفير الاحتياجات المحلية. ■

الرئيس التنفيذي لشركة أورميه للبتروكيماويات يتحدث عن
معوقات الإنتاج

تعد قيود السيولة من أهم التحديات التي تواجه صناعة البلاد



على الرغم من أن صناعة البتروكيماويات تعتبر من الصناعات الكبيرة التي تتمتع بقدرة الدولة على توليد الدخل، إلا أنها تواجه العديد من التحديات. بالنظر إلى هذه المسألة، ذهبنا إلى بيجمان عيسادي، الرئيس التنفيذي لشركة أورميه للبتروكيماويات، وتحدثنا معه. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تأسست هذه الشركة مع التركيز على توسيع صناعة البتروكيماويات في محافظة أذربيجان غربي بهدف إنتاج الأسمدة الكيماوية وكريستال الميلايين، والآن بالإضافة إلى بلور الميلايين وسماد نيتروجين الأمونيوم، فهي تشمل حامض الكبريتيك وكبريتات البوتاسيوم وحمض الهيدروكلوريك في محفظة منتجاتها. من ناحية أخرى، في أحدث مشاريعها التطويرية، وضعت شركة أورميه للبتروكيماويات على جدول أعمالها بناء وحدة جديدة من البولي ألومنيوم كلوريد كمنتج جديد.

في صناعة البتروكيماويات، شركة أورميه للبتروكيماويات هي الشركة الوحيدة التي تنتج سماد البوتاسيوم وفي عائلة الأسمدة النيتروجينية فهي المنتج الوحيد لسماد كبريتات الأمونيوم المهم، وفي هذا السياق تلعب دورًا مهمًا في تزويد الدولة الأمن الغذائي، والذي من وجهة النظر هذه، فإن النموذج له عمل فريد من نوعه يختلف عن النماذج المعروفة لهذه الصناعة.

حصلت شركة أورميه للبتروكيماويات على ترخيص لتصدير سماد كبريتات الأمونيوم، في حين أنها لا تزال لا تملك ترخيصًا لتصدير كبريتات البوتاسيوم. نأمل أن يتم حل هذه المشاكل هذا العام.

وفقًا للإجراءات المتخذة في شركة أورميه للبتروكيماويات، يبدو أنه سيكون لدينا ظروف أفضل هذا العام والعام المقبل ومع إطلاق وحدة التعبئة، سنكون قادرين على العمل بثبات أكثر من ذي قبل. تعد هذه الشركة حاليًا أهم منتج لكبريتات الأمونيوم وثاني أهم منتج لكبريتات البوتاسيوم في جميع أنحاء البلاد وتتمتع بمكانة مهمة في صناعة الأسمدة الكيماوية.

أمل أنه من الآن فصاعدًا، ستظهر ظروف الحرفيين بطريقة يمكن للمساهمين أن يتنفسوا بسهولة. نحن الصناعيين نحاول الحصول على أفضل ربح للشركات والمساهمين. على الرغم من أنه يمكن القول، ليست كل الأدوات اللازمة لتسعير الأسهم تحت سيطرة الصناعيين، وربما في بعض الأحيان، تكون هذه القضايا أكثر فاعلية في تسعير سوق الأوراق المالية. بشكل عام، كنت شخصيًا أتوقع أن يتم تحديد سعر سهم شاروم في البورصة بأكثر من ذلك، ولكن يبدو أن ظروف السوق لم تسمح بعد بتحقيق هذه التوقعات، ويمكن أن تسبب هذه المشكلات انزعاج وخيبة أمل من المساهمون المحترمون، وهذا بالطبع هو حقهم الطبيعي. ■

استغرق الأمر ٩ أشهر لتلقي طلباتنا من مصنعي السيارات



من المشاكل المهمة التي تهدد شركات تصنيع قطع غيار قلة رأس المال والمرافق الكافية، والتي تزداد مع زيادة تنوع الأجزاء والحاجة إلى استخدام التقنيات الحديثة. لمزيد من التحقيق في هذه المشكلة، أجرينا محادثة مع المهندس حميد رضا زارع نجاد، عضو مجلس الإدارة ونائب الرئيس التنفيذي لمجموعة آذرين البرز الصناعية. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

مجموعة آذرين البرز الصناعية على مستوى شركات التكنولوجيا الفائقة في الشرق الأوسط من حيث التكنولوجيا، وبطاقة إنتاجية يومية تبلغ ١٢ ألف قطعة، تنتج ٩ آلاف قطعة في اليوم.

في عام ٢٠٠١، أنتجت جزء ترس عمود الصمام من تعدين المساحيق من أجل تقليل التكلفة وزيادة الجودة، في شكل صفائح، والعلماء الرئيسيون والأكبر منهم هم المجموعات الصناعية في إيران خودرو، سايبا و إيران تراكتورسازي.

تنتج المجموعة الصناعية ما يقرب من ٣٥٠٠ مضخة ايزولينك يوميًا، وبالنسبة لسيارة شاهين، التي تم تصميم محركها ومجموعة نقل الحركة من قبل مجاموتور، فقد أنشأت وحدة جديدة تسمى جوجان بلاستيك، والتي تنتج أنواع TVD من المضخات. هذا يعني أنه يدفع نوعًا مختلفًا من المال.

صناعة السيارات في روسيا قديمة ولم يكن هناك تقدم كبير في قطاع تصنيع الأجزاء، ومع ذلك، فقد تم توقيع اتفاقيات بشأن استيراد قطع غيار السيارات، كما تتوفر شروط وجود مصنعي قطع غيار إيرانيين في هذا البلد. من ناحية أخرى، على الرغم من أن المعرض الدولي للسيارات ٢٠٢٢ أقيم في حالة ليست جيدة، فقد رافقه زيارة مهمة. في ضوء هذه القضية، تعتزم مجموعة آذرين البرز الصناعية أيضًا التفكير في التنمية والاستثمار من منظور طويل الأجل.

يجب تحديد الأسعار من قبل الشركات المصنعة للسيارات وإزالتها من وضع الأوامر. يبدو أنه لحل هذه المشكلة، فإن عرض السيارات في بورصة السلع هو خدعة جيدة، بحيث تتم الاستجابة للطلب وموازنة السعر.

يبدو أن أشياء جيدة حدثت في هذا المجال، والتي نأمل أن تستمر. على سبيل المثال، تم استيراد معظم أجزاء الإنتاج التي يتم إنتاجها الآن في بلدنا من الخارج منذ بضع سنوات، ولكن حتى الآن يتم توفير المعرفة التقنية داخليًا. من ناحية أخرى، فإن الأجهزة المستخدمة في مجموعة آذرين البرز مصنوعة في هذه المجموعة الصناعية وهي متوافقة تمامًا مع خطوط الإنتاج الحالية. ■

رئيس نقابة تجار قطع غيار السيارات والآلات بطهران

من الضروري زيادة رقابة الحكومة على إنتاج واستيراد قطع الغيار



عُقد المؤتمر الصحفي الأول لاتحاد تجار قطع غيار السيارات والآلات في طهران بحضور سيد أحمد حسيني، رئيس اتحاد تجار قطع غيار السيارات والآليات في طهران ومجموعة من الصحفيين.

قال سيد أحمد حسيني، رئيس نقابة تجار قطع غيار السيارات والآلات في طهران، في إشارة إلى أداة الإعلام القوية لجلب صوت النقابات العمالية إلى آذان رجال الحكومة: وفقًا لمذكرة قانون النقابات العمالية، أعضاء مجلس إدارة النقابات العمالية لأكثر من فترتين متتاليتين أو أربع فترات بالتناوب، لا يمكن أن يكونوا حاضرين في مجالس الإدارة، وعلى هذا الأساس، فإن مجلس الإدارة والمحاربين القدامى في هذا المجال في نفس الوقت بشرط فرصة لوجود ذوي الخبرة والشباب والمجهزة بالمعرفة الحديثة وفي المرحلة الثانية، قاموا بانتخاب مجلس الإدارة الجديد، بحيث يعمل الآن مجلس إدارة ديناميكي ومتناسك في هذا الاتحاد، باستخدام خبرات قدامى المحاربين، ولديهم الحكمة الجماعية ومجهزة بالعلم الحديث.

وأضاف رئيس نقابة تجار قطع غيار السيارات والآليات في طهران: إن الواجب القانوني الثاني لمجلس الإدارة هو تشكيل اللجان القانونية، والتي تُعرف باسم الذراع القوية للنقابات. وفقًا للقانون، يُعرف بعضها باسم هيئة فحص حل النزاعات والشكاوى أو الهيئة الفنية والتربوية. وبناءً على ذلك، شكل مجلس الإدارة الجديد عدة لجان في امثال كامل للوائح القانونية ومن خلال دعوة عامة من الأعضاء من الاتحاد، منها ٣ تم تشكيلها في الماضي.

اعتبر هذا الناشط النقابي تشكيل مجموعة عمل الإسكان فيما يتعلق بإحياء وبدء النشاط السكني التعاوني لاتحاد تجار قطع غيار السيارات والآلات بطهران كأحد الإجراءات الأخرى لمجلس الإدارة، وقال: إن شاء الله و بناء على اوامر رئيس الجمهورية بناء ٤ ملايين وحدة سكنية سيتم تنفيذ الغرض من إعادة الاعضاء الشرفاء الى منازلهم.

وقال هذا الناشط النقابي، مشيرًا إلى أن الشركات الكبرى في الوقت الحاضر ربطت رقمها الفني بمعرف المنتج بحجة تنفيذ معرف المنتج: بالنظر إلى المشكلات التي ظهرت، فإن طلب هذا الاتحاد هو أنه مع مزيد من التفاعل في التخصص. لقاءات ومناقشات مع المسؤولين التنفيذيين المحترمين، من فيهم وزير الصمت وموظفي السلطة القضائية، يجب حل هذه المسألة.

يجب أن يكون لدى الحكومة مزيد من الإشراف فيما يتعلق بالواردات وكذلك الإنتاج المحلي وأن تكون جاهزة من خلال تشكيل فصول للحصول على المؤهلات العلمية من أجل إنتاج أجزاء عالية الجودة. ■

تمتلك إيران قدرة عالية في إنتاج الملصقات



الطباعة صناعة واسعة وتشمل قطاعات متعددة. في الوقت الحاضر، تنشط معظم مجمعات الطباعة في البلاد في مجال طباعة التغليف. في محادثة مع حسين أحمددي، الرئيس التنفيذي لشركة مادربول لصناعات الطباعة، والتي تعد واحدة من الرواد في هذا المجال، قمنا بفحص حالة صناعة

الطباعة والتغليف في البلاد. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

في البداية، كان سوق العلامات في البلاد في أيدي الشركات التركية، ولكن مع الآلات المستخدمة في مادربول، أنشأنا اعتقاداً بأنه يمكن منع الواردات. من بين هذه الآلات كانت آلة نيل بتر، وهي بلا شك أكثر آلات طباعة نرووب تقدماً في العالم، ولا توجد حتى في تركيا. ربما يمكن تسمية هذه الفترة بنهضة في صناعة الطباعة الإيرانية، والتي كانت بالطبع مصحوبة بتجهيز وحدات طباعة أخرى بالآلات متطورة، ووفرت حاجة البلاد للعلامات.

جزء كبير من عملاء مادربول هم مصنعو المنظفات ومستحضرات التجميل والأغذية ومنتجات الألبان وزيوت الطعام والزيوت الصناعية. بصرف النظر عن هذه الحالات، تعد صناعة الأدوية أيضاً واحدة من أكبر عملاء الملصق. أيضاً، معظم المنتجات لها متطلبات أخرى إلى جانب الملصق.

في شهر مايو من هذا العام، شاركنا في معرض دبي للطباعة والتغليف وفي جناح صناعة الطباعة الإيرانية. من حيث الكمية والجودة، منتجاتنا قادرة تماماً على المنافسة في الأسواق العالمية، كما أقر زوار ذلك المعرض، من الناشطين والمتخصصين في صناعة الطباعة في البلدان الأخرى، بهذه الحقيقة عند زيارتهم لكابينة مادربول.

إيماننا منذ البداية هو أنه يجب علينا زيادة عمق معرفتنا وركزنا على تطوير أنشطتنا في هذا القطاع. تعد الطباعة مجالاً واسعاً، ومع ذلك، فإننا في مادربول لا ننوي تطوير خط منتجاتنا في مجالات أخرى من الطباعة (شبكة الويب الضيقة). من خلال هذا الرأي ذهبنا إلى أكثر الآلات تقدماً في العالم وظفناها.

يفضل العملاء أيضاً طلب العمل أخيراً من مجموعة تقدم منتجات ذات جودة أعلى من المجموعات الأخرى وتوفر خدمة ما بعد البيع أفضل. سنستمر في تطوير طباعة نرووب المتخصصة والقائمة على المعرفة في مادربول. تم تثبيت آخر آلة تم شراؤها وإطلاقها في أبريل من العام الماضي، وخلال العام أو العامين المقبلين، سنشتري آلات أكثر تقدماً ونضيفها إلى المجموعة. ■

رئيس مجلس إدارة شركة «كيمياي نقش الماس» القابضة يجب أن تحصل الحكومة على مساعدة من مستشارين خبراء لتطوير صناعة الطباعة

خلال العقدين الماضيين، شهدنا إنشاء وإطلاق مجمعات طباعة كبيرة في الدولة. في مقابلة مع مصطفى حاجيلو رئيس مجلس إدارة شركة «كيمياي نقش الماس» القابضة والرئيس التنفيذي لشركة «نقش الماس كاسبين»، استعرضنا حالة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. قبل ٢٠ عاماً، دخلت نقش الماس مجال صناعة الطباعة من ورشة صغيرة لخدمات الطباعة الحريرية مع آلة التجفيف الأوتوماتيكية للأشعة فوق البنفسجية. من خلال توسيع نطاق الأنشطة، لدينا حالياً واحدة من أكثر دور الطباعة تماسكاً في هذا المجال.

منذ عام ٢٠١٨، دخلنا مجال إنتاج المواد الاستهلاكية للطباعة، بما في ذلك الأفلام الحرارية BOPP و BOPET، مع الاسم التجاري «نقش الماس كاسبين» والعلامة التجارية NAC، وهي منتجات عالية الاستخدام واستراتيجية. لقد وصلنا الآن إلى المعايير العالمية في إنتاج هذه العناصر. نحن نخطط لإضافة منتجات أخرى مثل الفيلم الحراري المخملي والمعدن والفيلم الحراري بألوان مختلفة وأكواب ورقية صحية إلى منتجات نط الماس في بحر قزوين. يتم تحقيق هذه الأهداف في مجمع طباعة نقش الماس، ننتج ونورد أكثر من ألفي منتج مطبوع حصري وعامة، وفي «نقش الماس كاسبين» تُباع أفلام حرارية بمختلف أنواعها في السوق. تصدير منتجاتنا في صناعة الطباعة مستمر، على الرغم من المشاكل القائمة، ونحن نصدر باستمرار إلى دول مثل العراق والإمارات العربية المتحدة وعمان وأذربيجان.

في ما يميز مجمع طباعة نقش الماس يأتي من وجهة نظر مختلفة للمجمع في السوق والمنتجات المطبوعة من حيث الميزات والمزايا، يمكننا أن نذكر السرعة العالية للإنتاج، وتنوع المنتجات، وطلب الطلبات وتسليمها في الوقت المناسب، واستخدام أتمتة فريدة من نوعها تسجيل الطلبات وتصحيحها وإنتاجها وتسليمها للعملاء.

في العديد من المنتجات، تكون وحدات الطباعة في الدولة قادرة على تلبية احتياجات دول المنطقة. على سبيل المثال، في مجال أنواع مختلفة من التعبئة والتغليف وحتى تغليف المواد الصيدلانية، وصلت منتجات صناعة الطباعة الإيرانية إلى المعايير العالمية. في النهاية، يجب أن أشير إلى أن النقابات والجمعيات كانت تتابع احتياجات النقابة بحماس أكبر لبعض الوقت، ونأمل أن تستمر هذه العملية وأن تتمكن من حل مشاكل النقابة معاً. ■



رحبت شركات الطباعة والتغليف بالمعرض الدولي التاسع والعشرين

ينطلق المعرض الدولي التاسع والعشرون لصناعة الطباعة والتغليف يوم الجمعة ٢١ أكتوبر ٢٠٢٢، بالموقع الدائم لمعارض طهران الدولية، بحضور نشطاء هذا المجال، وستكون آخر الإنجازات والقدرات الإنتاجية للمنتجات المطبوعة، أن تعرض للجمهور في هذا الحدث.

وقال أحمد أبو الحسني، مدير ومضيف هذا المعرض، في مقابلة مع مجلة انفستمنت وورلد الشهرية: لحسن الحظ، مع ضعف فيروس كورونا في البلاد، نواجه عددًا كبيرًا من الأشخاص المهتمين بحضور المعارض، ومن بينهم العديد من العاملين في مجال الطباعة والتغليف وأعلنوا عن استعدادهم للمشاركة في المعرض التاسع والعشرين. وأشار إلى أنه حتى الآن تم وضع نحو ٣٠٠ شركة على مساحة ١٧ ألف متر مربع من مساحة العرض، وأضاف: بالإضافة إلى المساحة المخصصة، تقدمت ٢٤٣ شركة أخرى أيضًا للمشاركة في هذا المعرض، ومنها: كشك، حوالي ١٣٠٠٠ متر مربع من مساحة العرض الإضافية. وتابع رئيس معرض صناعة الطباعة والتغليف: للأسف رغم المتابعات لم يتم توفير هذا الاحتمال. لقد حاولنا حتى الاستيلاء على مساحة أكبر من خلال تغيير وقت عقدها، ولكن نظرًا لجدول إقامة المعارض الأخرى، لم تنجح الجهود، ولهذا السبب أعذر للمتقدمين الزائدين. وقال أبو الحسني: إن المعرض التاسع والعشرين، حسب الجدول السابق، سيقام في ٢٩ أكتوبر في القاعات ٣٨، ٣٨ أ، ٣٨ ب، ٣٥، مبنى ميلاد (على طابقين)، مبنى خليج فارس (على طابقين) وجزء كبير من المساحة المفتوحة حيث تقام المعارض بشكل دائم ويبدأ في طهران ويستمر حتى ٢ نوفمبر.

وأشار إلى إقامة بعض الفعاليات الجانبية لهذا المعرض، فقال: في اليوم الثاني من المعرض، سنشهد ندوة حول علم أمراض صناعة الطباعة والتغليف، والتي ستخصص لقضايا مثل الحاجة إلى تجديد أسطول الطباعة وتقوية تصدير المنتجات المطبوعة.

وأشار رئيس معرض صناعة الطباعة والتغليف إلى: إقامة فصول تدريبية، وإقامة حفل إحياء لذكرى المرحوم درويش (أحد قدامى الصناعة الذي وافته المنية مؤخرًا) بحضور مجموعة من طلابه، وكذلك تقديم مجموعة من طلابه. تقرير أداء عن إقامة اليوم الوطني لصناعة الطباعة (١١ سبتمبر)، وأنشطة مقرر الاحتفال. كما سيتم عرض الوجوه الدائمة للصناعة و... في برنامجنا الجانبية الأخرى في المعرض.

يُقام المعرض الدولي للطباعة والتغليف والآلات ذات الصلة كأكبر حدث تجاري في صناعة الطباعة الإيرانية كل عام مع وجود عدد كبير من الشركات المحلية والأجنبية القادرة في مجال الطباعة والتعبئة والآلات وما إلى ذلك. يعد هذا الحدث فرصة رائعة للشركات النشطة في هذا المجال لعرض إنجازاتهم ومنتجاتهم للمهنيين والخبراء في هذه الصناعة ولتقديم أنشطتهم وابتكاراتهم وفقًا لاتجاه السوق الحالي. ■

الرئيس التنفيذي لشركة كرتون ميهن

تمثل الآلات البالية تحديًا في صناعة إنتاج الكرتون

يعود تاريخ صناعة الكرتون في إيران إلى حوالي ٧٠ عامًا وقد نما جنبًا إلى جنب مع تطور الصناعات المختلفة التي تحتاج إلى كرتون لتعبئة ونقل منتجاتها. من أجل التعرف على حالة هذه الصناعة، أجرينا محادثة مع الدكتور عليقلي حسني أعظمي، الرئيس التنفيذي لجمعية مدراء صناعة الكرتون والورق، وكذلك الرئيس التنفيذي لشركة ميهن للإنتاج كرتون. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

يصادف هذا العام الذكرى الستين لتأسيس شركة ميهن لصناعة الكرتون، ثاني شركة منتجة للكرتون في إيران. على الرغم من عمرها، تمكنت هذه المجموعة من تجهيز نفسها بالتقنيات الحديثة في فترات مختلفة، ويُعرف تصنيع الكرتون في البلاد باسم ماركة ميهن. إنه لشرف كبير أن أخطو في اتجاه تحسين الصناعة والإنتاج في البلاد.

يتم تحديد نوع الكراتين بناءً على احتياجات المنتجات المختلفة. على سبيل المثال، يتم تخزين بعض المنتجات ونقلها في غرفة باردة؛ لذلك، في إنتاج الكراتين الاستهلاكية لهذه المنتجات، يجب استخدام الورق الذي لا يعاني من درجات حرارة منخفضة. يتم تعبئة جزء آخر من المنتجات للتصدير ويجب أن يتمتع بمقاومة وجودة عالية.

من أجل الحفاظ على حصتها في السوق والبقاء في المشهد التنافسي، تحتاج شركة ميهن للصناعة كرتون إلى تجهيز خطوط الإنتاج وتطويرها لتحقيق هذا الهدف المهم، يتطلع مديرو هذه الشركة إلى شراء أحدث الأجهزة وأكثرها حداثة في العالم، مثل آلات الطباعة والتصفيح وغيرها. في الوقت الحاضر، هناك أكثر من ١٠٠ وحدة لصناعة الورق نشطة في البلاد، وهي أعضاء في اتحاد منتجي الورق وتوفر حوالي ٩٠ ٪ من الطلب المحلي. وبقدر ما أعلم، فإن الجهود المبذولة لإنتاج الأصناف المستوردة مدرجة أيضًا على جدول الأعمال ونأمل في تحقيق الاكتفاء الذاتي الكامل في هذا المجال في المستقبل القريب.

إن آلات هذه الصناعة قديمة في الغالب وتحتاج إلى الاستبدال والتجديد؛ لذلك، فإن تعاون البنوك وتوفير التسهيلات الكافية أمر مهم للغاية. كما يجب إعادة النظر في مواجهة منظمات الضرائب والتأمينات الاجتماعية مع المنتجين. لسوء الحظ، فإن بعض السلوكيات تجاه المنتجين وأصحاب الصناعة غير محترمة. في هذه الحالة فقط يمكن لأصحاب الصناعة تطوير خطوط إنتاجهم وخلق فرص عمل لمزيد من الناس. ■



جودة التغليف هي ضمان البقاء في الأسواق العالمية



صناعة الطباعة هي صناعة قائمة على المعرفة وترتبط ارتباطاً وثيقاً بتقنيات اليوم. منذ إنشائه، يحاول اتحاد مصدري صناعة الطباعة في إيران توفير الأساس لنقل المعرفة والترويج لتقنيات الطباعة في البلاد. في هذا السياق، أجرينا محادثة مع بابك عابدين، رئيس هذا الاتحاد وأحد الشخصيات المعروفة في

صناعة الطباعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

يوجد حالياً أكثر من ١٢٠ وحدة طباعة في البلاد مزودة بآلات وخطوط إنتاج ملصقات، منها ٧٠ وحدة دخلت صناعة الطباعة بطباعة الملصقات. مع هذه التفسيرات، ليست هناك حاجة لاستيراد الملصقات إلى البلاد وأصبحت إيران مُصدرة للملصقات. ضع في اعتبارك أن كل هذه التغييرات تم إجراؤها بجهود القطاع الخاص، وبطبيعة الحال، إذا دعمتها الجهات الحكومية، لكان الوضع مختلفاً كثيراً.

تحتاج صناعة الطباعة حالياً إلى الابتكار أكثر من أي شيء آخر. من أجل تحديد أهداف جديدة، يجب على المرء أن يرى في أي اتجاه يتحرك العالم وما هي التغييرات التي تم إجراؤها بواسطة تقنيات اليوم. اليوم، تركز الصناعات المختلفة في العالم بشدة على صحة التغليف وإزالة الملوثات من المنتجات المطبوعة. يتم تطبيق هذه الحساسيات بشكل خاص في الصناعات الدوائية ومستحضرات التجميل والصناعات الغذائية. لطالما كان الاتحاد رائداً في نقل المعرفة إلى أعضائه. لم تتوقف الدورات التدريبية للرقابة قط، وحتى خلال فترة كورونا، عقدنا نحو ١٠٠ ساعة من ورش العمل التدريبية عبر الإنترنت. كما أن إرسال وفود الأعمال وحضور المعارض الأجنبية كان دائماً مستمراً.

في حالة وجود قدرات إنتاجية ماثلة في وحدات الطباعة، أصبح تقديم خدمات خاصة للعملاء هو الميزة الرئيسية للمنافسة. في الواقع، تغطي هذه الخدمة من التصميم إلى تسويق المنتجات، والطباعة ليست سوى خطوة واحدة من خطواتها.

هناك العديد من الحالات التي دخلت دورة تسويق المنتج من خلال تقديم هذه الخدمات. لقد أصبحوا في الواقع جزءاً من فريق المبيعات والتسويق الخاص بالعميل ويقومون بتصميم وتنفيذ طباعة وتغليف المنتجات وفقاً لمعايير التسويق.

يعد التسهيل في العمليات الجمركية أيضاً أحد العوامل المهمة التي تحتاجها صناعة الطباعة من أجل التنمية. اليوم، في البلدان المتقدمة، يتم الانتهاء من عمليات جمارك التصدير في مصانعها، وتعتبر الشحنات الحدود دون توقف. بصرف النظر عن هذه الحالات، فإن صناعة الطباعة في حاجة ماسة إلى تدريب متخصص في الموارد البشرية. ■

الرئيس التنفيذي لمجمع صبا للطباعة إن تخفيض التعريفات للتعويض عن تدهور الجودة سيؤدي إلى تدمير دور الطباعة



تشهد صناعة الطباعة، نظراً لدورها الحاسم بين الصناعات المختلفة، تغييرات وتحولات مستمرة في قطاع التكنولوجيا. في مقابلة مع مصطفى آمل، الرئيس التنفيذي لمجمع صبا للطباعة، درسنا حداثه آلات صناعة الطباعة الإيرانية. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

الطباعة هي الصناعة الأم وتعتمد عليها الصناعات الأخرى لأن معظم المنتجات الصناعية تحتاج إلى تغليف. في الوقت الحاضر، بالإضافة إلى جودة المنتج، يعد نوع التغليف وجودته مهمين جداً أيضاً للناس. مع هذا التفسير، فإن ظروف صناعة الطباعة في بلدنا ليست جيدة جداً ولا سيئة للغاية. أسطول صناعة الطباعة أخذ في الانخفاض

تعتمد صناعة الطباعة بشكل كبير على أحدث التقنيات في العالم، وعدم تحديث الآلات يعني فقدان الأسواق التنافسية في المنطقة والعالم. لسوء الحظ، يعود تاريخ الإنتاج الرئيسي للآلات التي تستخدمها الطابعات إلى الثمانينيات والتسعينيات؛ هذا يعني أن معظم أسطول الطباعة في بلدنا يتكون من آلات يبلغ عمرها ٢٥ عاماً فما فوق، وفي أفضل الأحوال، يصل عمر الآلات إلى ١٥ عاماً. هذه القضية لها تأثير كبير على الكفاءة الاقتصادية لدار الطباعة.

تزايد مطالب عملائنا وإرضائهم في بعض الأحيان يجعلنا نواجه صعوبات. بالطبع يوجد في إيران دور طباعة مجهزة بأحدث الآلات في العالم. في الظروف العادية، يجب على صاحب المطبعة استثمار تكلفة إهلاك آلات الطباعة الخاصة به على أساس سنوي من أجل الحصول على القوة المالية اللازمة إذا اضطر إلى استبدالها بعد بضع سنوات لأي سبب من الأسباب. عندما لا توجد هذه القدرة المالية في المطبعة، فإن فشل الآلات يعني إغلاق المطبعة، لأنه لن يكون هناك رأس مال لتجديد وإحياء المجموعة.

يتم استيراد ما يقرب من ٨٠٪ من المواد الاستهلاكية لدينا. في الماضي، كان جزء كبير من هذه المواد يأتي من أوروبا؛ تم إنتاجه بشكل أساسي في ألمانيا، ولكن على الرغم من العقوبات في السنوات الأخيرة، يتم توفير أكثر من ثلثي احتياجات صناعة الطباعة من الصين. في مجال الزنك، وصل السوق تقريباً إلى استقرار نسبي، ويرجع ذلك إلى انخفاض حجم الطلبات في قطاع النشر، بما في ذلك الكتب ومختلف أنواع المطابع. يزيد استهلاك الزنك في مجال النشر عدة مرات عن طلبات قطاع الصناعة، وبما أن عدد الكتب والمنشورات قد انخفض بشكل كبير، فمن غير المرجح أن نواجه نقص الزنك. ■

ميتافيرس هو فرصة لمستقبل العالم



يتغير الاقتصاد في العالم بسرعة بسبب ظهور الفضاء الافتراضي وشبكات الاتصال الجديدة. ميتافيرس هي واحدة من منصات الأعمال الجديدة في العالم. وبناءً على هذه التكنولوجيا، يمكننا أن نكون في أماكن يكون من المستحيل فيها فعلياً أن نكون

هناك. من أجل التعرف على هذه الظاهرة العالمية الناشئة في مجال الاقتصاد، جلسنا مع محسن صانعي يارندي، أحد كبار خبراء الاتصالات والمتخصصين في وسائل الإعلام. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. العديد من الصناعات مشغولة بمحاولة الاستفادة من هذه الإمكانيات الجديدة في عالم الأعمال. لا تترك الصناعة الطبية وصناعة الأغذية والسياحة وصناعة الأزياء وحتى صناعة السيارات وراء الركب. أعلنت كل من مايكروسوفت وفيس بوك و نايك و ديسني أنها تعمل على تطوير ميتافيرس كأولوية في صناعتها.

أصبح ميتافيرس معروفاً في إيران بسرعة منخفضة جداً. نظراً لحقيقة أن الوسائط المختلفة نشطة في هذا المجال، لا يوجد حتى الآن أي تغيير في سرعة تعريف المستخدمين ميتافيرس. بالطبع، ترتبط هذه المشكلة أيضاً بمسألة بناء الثقة، لأن البعض لا يزال لا يثق بهذه التكنولوجيا ويتساءل عن سبب إنفاق الأموال في عالم افتراضي.

لدراسة فرص ميتافيرس وتهديداته، نشير إلى بعض الصناعات والمجالات المختلفة. لا يساعد الاستثمار في ميتافيرس الشركات الصغيرة على الاستعداد للمستقبل فحسب، بل يجعل عروضها الحالية أكثر ربحية ومنهجها رؤية أوسع لمستقبل الأعمال. حتى لو لم نحصل إلا على معلومات عامة حول ميتافيرس اليوم، فسنكون متقدمين على العديد من الأشخاص في المستقبل. على الرغم من أن الشركات الكبيرة والمشهورة تعمل في النظام البيئي الحالي لميتافيرس ومن وقت آخر يُرى نجاح بعض الشركات الكبيرة في هذا المجال، ولكن تجدر الإشارة إلى أن هذا العالم الجديد سيذهب في النهاية إلى الشركات الصغيرة للحصول على قبول أوسع.

في هذه الحالة، إذا تدخل عدد لا يحصى من الشركات الصغيرة في ميتافيرس، فمن المحتمل أنه، إلى جانب فرص ميتافيرس، ستظهر تهديدات ميتافيرس أيضاً لهم وللمستهلكين. كما رأينا من مجالات التكنولوجيا الأخرى، يتطلب التنبؤ الجماعي للتكنولوجيا الجديدة عقداً على الأقل. في غضون ذلك، يعتقد بعض القادة السياسيين أنه بحلول عام ٢٠٤٠، سينغمس الكثير من الناس في الجيل القادم من الإنترنت. مع ما يقال، من المحتمل أن الشركات الصغيرة والأفراد الآخرين لن يهاجروا إلى ميتافيرس في أي وقت قريب، ولكن أفضل طريقة هي أن تقوم الشركات دائماً بتحديث معلوماتها على ميتافيرس. ■

حاجة البلاد الملحة لحكومة تنموية



د. حسين ساساني
الخبير في التنمية المستدامة

إن تحقيق أهداف التنمية المستدامة ومن ثم تحقيق مجتمع مزدهر ومتقدم في أي دولة يتطلب جهداً وطنياً وتنظيماً لهيكل وتنظيم فعال، والذي يجب أن يرى مشاركة وخطى النخب وأفراد المجتمع في تحقيق هذه الأهداف. من الضروري أن نتذكر أنه بسبب الانشغالات التنفيذية للوزراء المختلفين والمنظمات الخاضعة لإدارتهم، فإن التعامل مع المستقبل والتخطيط لتحقيق الاستقرار في مختلف قضايا البلاد إما غير ممكن أو أقل أهمية.

يجب متابعة وتنفيذ مهمة نائب الرئيس للتنمية المستدامة مع الأهداف التالية :

١- ينبغي إرساء سيادة القانون على جميع المستويات وضمان الوصول إلى المعلومات المتساوية.

٢- يجب الحد بشكل كبير من جميع أشكال الفساد والرشوة والظلم.

٣- يجب تطوير وتوسيع المؤسسات الفعالة والمتجاوبة والشفافة على جميع المستويات.

٤- ضمان عملية صنع القرار الشاملة والتشاركية والشفافة على جميع المستويات الاجتماعية.

٥- ينبغي تسهيل وصول الجمهور إلى المعلومات والحماية الأساسية للحريات وجعله ممكناً وفقاً للقوانين الوطنية، ولا سيما دستور البلاد.

٦- يمكن إجراء استفتاء عادل وصحي ونزيه (استفتاء) للقضايا اللازمة لاتخاذ قرارات وطنية وشعبية.

من أجل تحقيق الأشياء الستة المذكورة أعلاه، نحتاج إلى اختيار الآليات المستخدمة في عملية التنمية المستدامة من قبل الدول الرائدة والتي يتم التحقق من صحتها من خلال التجربة العالمية. يجب أن تضمن نتيجة استخدام هذه الآليات ما يلي:

١- سيعيش كل أبناء الوطن في ظروف أفضل ومزيد من الرخاء.

٢- ستتمتع مجموعات المجتمع المختلفة بحرية كاملة في التعبير عن آرائها ولا يوجد شخص أو مجموعة متفوقة على شخص أو مجموعة أخرى.

٣- تعزيز العدالة الشاملة ومجتمع سلمي وعلى كل فرد وجماعة الالتزام بترسيخها في المجتمع.

٤- يجب أن يشارك المجتمع والناس في انسياب العمل والحياة الرفيعة، متحررين من الخوف والعنف.

٥- دعونا نقبل أن التنمية المستدامة لا يمكن أن تتحقق في غياب السلام والهدوء والأمن، كما أن إحلال السلام والهدوء والأمن غير ممكن في غياب التنمية المستدامة.

٦- خلق روابط متبادلة ومتماسكة بين الناس وتحويل بلدنا إلى بيئة أفضل بحيث يكون لدينا مجتمع متقدم ومزدهر ويعيش الناس حياة سلمية ونوعية في جميع أنحاء البلاد.

يعتمد نجاح هذا النائب على الأهمية التي توليها الحكومة لعملية الحوار بين الشعب وبينها والاستماع إلى مطالب الشعب. ■

فرم اشتراك ساليانه

دنيای سرمایه‌گذاری

Selected owners of capital and trade

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

نوع اشتراك:

..... نام شركت: نوع فعاليت: سال تاسيس: ☐ حقوقی

..... نام و نام خانوادگی: ☐ حقیقی

نشانی کامل پستی:

.....

..... کد پستی ده رقی: تلفن تماس:

..... دورنگار: تلفن همراه:

..... نشانی پست الکترونیک (ایمیل):

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

☐ بله ☐ خیر

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

واحد اشتراك: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۳۵

۱- واریز مبلغ ۱,۲۰۰,۰۰۰ تومان به حساب شماره ۰۴۰۲۹۰۰۵۰۱۰۱۹۶۵۰۰۱۰ و یا شماره کارت ۹۳۱۴-۹۹۷۳-۲۵۵۰-۶۰۳۷

و یا شماره شبدا ۰۴-۰۲۹۰-۱۹۶۵-۰۰۱۰-۰۰۰۰-۰۱۷۰-۱۴۹۰ IR بانک ملی ایران به نام آقای مرتضی فغانی.

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

۳- هزینه ارسال مجلات با پست عادی به عهده ماهنامه و هزینه پست سفارشی به عهده متقاضی است.

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



www.dsarmaye.ir



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



d.sarmayeh@gmail.com



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

Communication and media expert suggested

Metaverse is an opportunity for the future of the world



The economy in the world is changing rapidly due to the emergence of virtual space and new communication networks. Metaverse is one of the new business platforms in the world. Based on this technology, we can be in places where it is physically impossible to be there. In order to learn about this emerging global phenomenon in the field of economy, we sat down with Mohsen Saneyi Yarandi, a senior communications expert and media specialist. We read parts of this interview.

Various industries are busy trying to take advantage of this new potential in the world of business. The medical industry, food industry, tourism, fashion industry, and even the automobile industry are not left behind.

Microsoft, Facebook, Nike, and Disney have all announced that they are developing Metaverse as a priority for their industry.

Metaverse is becoming known in Iran at a very low speed. Due to the fact that different media are active in this field, there is still no change in the speed of familiarization of users with Metaverse. Of course, this issue is also related to the issue of trust building, because some still do not trust this technology and they wonder why they should spend money in a virtual world.

To examine the opportunities of the Metaverse and its threats, we refer to some different industries and fields. Investing in Metaverse not only helps small businesses prepare for the future, but also makes their current offerings more profitable and gives them a broader view of the future of business. Even if we only get general information about the Metaverse today, we will be ahead of many people in the future. Although big and famous companies operate in the current ecosystem of Metaverse and from time to time the success of some big businesses is seen in this field, but it should be noted that this new world will eventually go to smaller businesses for wider acceptance. In this situation, if countless small businesses step into the Metaverse, it is likely that, along with the opportunities of the Metaverse, the threats of the Metaverse will also appear for them and consumers. As we have seen from other areas of technology, mass adoption of new technology requires at least a decade. Meanwhile, even some political leaders believe that by 2040, many people will be immersed in the next generation Internet. With that being said, it is likely that small businesses and other individuals will not migrate to Metaverse anytime soon, but the best way is for businesses to always update their information on Metaverse. ■

The urgent need of the country for a developmental government



Dr. Hossein Sasani
The theorist of sustainable development

Achieving the goals of sustainable development and then achieving a prosperous and advanced society in any country requires national effort and the organization of an efficient structure and organization, which must see the participation and footsteps of the elites and individual members of the society in achieving these goals. It is necessary to remember that due to the executive preoccu-

pations of various ministers and the organizations under their management, dealing with the future and planning for the stabilization of various issues of the country is either not possible or is of less interest.

The mission of the President's Deputy for Sustainable Development should be pursued and implemented with the following goals;

- 1) The rule of law should be established at all levels and access to equal information should be guaranteed.
- 2) All forms of corruption, bribery and injustice should be significantly reduced.
- 3) Effective, responsive and transparent institutions should be developed and expanded at all levels.
- 4) Ensuring inclusive, participatory and transparent decision-making process at all social levels.
- 5) Public access to information and fundamental protection of freedoms should be facilitated and made possible in accordance with national laws, especially the country's constitution.
- 6) It is possible to hold a fair, healthy and impartial referendum (referendum) for the issues needed to make national and popular decisions.

In order for the above 6 things to be realized, we need to choose mechanisms that are used in the process of sustainable development by leading nations and are validated by global experience. The result of using these mechanisms should guarantee the following:

- 1) All the people of the country will live in better conditions and more prosperity.
- 2) Different groups of the society will have complete freedom in expressing their opinions and no person or group is superior to another person or group.
- 3) Promoting inclusive justice and a society based on peacefulness, and every individual and group should commit to establishing it in the society.
- 4) The society and people should be engaged in the fluid flow of work and sublime life, free from fear and violence.
- 5) Let us accept that sustainable development cannot be achieved in the absence of peace, tranquility and security, and the establishment of peace, tranquility and security is also not possible in the absence of sustainable development.
- 6) To create mutual and cohesive links between people and to transform our country to become a better environment so that we have an advanced and prosperous society and people have a peaceful and quality life throughout the country.

The success of this deputy depends on the importance that the government gives to the process of dialogue between the people and itself and the hearing of the people's demands. ■

CEO of Saba Printing Complex Reducing the tariff to compensate for the decline in quality will destroy the printing houses



The printing industry, due to its decisive role among different industries, is constantly undergoing changes and transformations in the technology sector. In the interview with Mustafa Amoli, the CEO of Saba Printing Complex, we examined the modernity of the machines of Iran's printing industry.

We read parts of this interview.

Printing is the mother industry and other industries depend on it because almost all industrial products need packaging. Nowadays, in addition to product quality, the type and quality of packaging is also very important for people. With this explanation, the conditions of the printing industry in our country are neither very good nor very bad. The fleet of the printing industry is depreciating.

The printing industry is highly dependent on the world's latest technology, and not updating the machines will mean missing out on competitive markets in the region and the world.

Unfortunately, the major production date of the machines used by the printers goes back to the 80s and 90s; it means that most of the printing fleet in our country is made up of machines with a life of 25 years and above, and in the best case, the life of the machines reaches 15 years. This issue has a significant impact on the economic efficiency of a printing house.

The demands of our customers are increasing and satisfying them sometimes makes us face difficulties. Of course, in Iran, there are also printing houses equipped with the most up-to-date machines in the world.

In normal circumstances, a printing press owner should invest the cost of depreciation of his printing machines on an annual basis in order to have the necessary financial strength if he is forced to replace it after a few years for any reason. When this financial capacity does not exist in a printing house, the failure of the machines will mean the closing of the printing house, because there will be no capital for the renovation and revival of the collection.

Almost 80% of our consumables are imported. In the past, a large part of these materials came from Europe; it was mainly produced in Germany, but despite the sanctions in recent years, more than two-thirds of the needs of the printing industry are supplied from China. In the field of zinc, the market has almost reached a relative stability, which is due to the decrease in the volume of orders in the publishing sector, including books and various types of press. The consumption of zinc in the field of publishing is several times more than the orders of the industry sector, and since the number of books and publications has decreased significantly, we are less likely to face zinc deficiency. ■

Head of Iran Printing Industry Exporters Union

The quality of packaging is the guarantee of survival in global markets

The printing industry is a knowledge-based industry that is closely related to today's technologies. Since its establishment, Iran Printing Industry Exporters Union has been trying to provide the basis for knowledge transfer and promotion of printing technologies in the country. In this context, we had a conversation with Babak Abedin, the head of this union and one of the well-known figures of the printing industry. We read parts of this interview.

Currently, there are more than 120 printing units in the country that are equipped with machines and label production lines, of which 70 units have entered the printing industry with label printing. With these interpretations, there is no need to import labels into the country and Iran has become an exporter of labels. Keep in mind that all these changes were made by the efforts of the private sector, and naturally, if the government agencies supported it, the situation would have been much different.

The printing industry currently needs innovation more than anything else. In order to set new goals, one should see in which direction the world is moving and what changes have been made by today's technologies. Today, various industries in the world are strongly focused on the health of packaging and the removal of pollutants from printed products. These sensitivities are especially applied in the pharmaceutical, cosmetic-hygienic and food industries.

Union has always been a pioneer in transferring knowledge to its members. The training courses of the union have never been stopped and even during the Corona period, we held about 100 hours of online training workshops. Also, sending business delegations and attending foreign exhibitions has always been continuous.

In a situation where there are similar production capacities in printing units, providing special services to customers has become the main advantage for competition. In fact, this service covers from design to marketing of products, and printing is only one of its steps.

There are many cases that have entered the product marketing cycle by providing these services. They actually become a part of the customer's sales and marketing team and design and execute the printing and packaging of the products according to the marketing parameters.

Facilitation in customs processes is also one of the important factors that the printing industry needs for development. Today, in developed countries, export customs processes are finalized at their factories, and shipments cross the border without stopping. Apart from these cases, the printing industry is in dire need of specialized human resources training. ■



The 29th printing and packaging exhibition in Tehran

Printing and packaging companies welcomed the 29th international exhibition



The 29th international exhibition of the printing and packaging industry will begin on Friday, October 21, 2022, at the permanent location of Tehran International Exhibitions, with the presence of the activists of this field, and the latest achievements and production capacities of printed products will be exposed to the public at this event.

Ahmad Abolhasani, the director and host of this exhibition, said in an interview with the Investment World Monthly: Fortunately, with the weakening of the Corona virus in the country, we are faced with a significant amount of people interested in attending the exhibitions, and among them, many people from the printing and packaging industries. They have announced their readiness to participate in the 29th exhibition.

Stating that so far, about 300 companies have been placed in an area of 17 thousand square meters of exhibition space, he added: In addition to the allocated area, 243 other companies also applied for participation in this exhibition, and to give them a booth, about we needed 13,000 square meters of extra exhibition space.

The head of the exhibition of printing and packaging industry continued: Unfortunately, despite the follow-ups, this possibility was not provided. We even tried to take over more area by changing the holding time, but due to the calendar of holding other exhibitions, the efforts were unsuccessful, and for this reason, I apologize to the excess applicants.

Abolhasani said: The 29th exhibition, according to the previous schedule, will be held from October 29 in halls 38, 38A, 38B, 35, Milad Building (on two floors), Gulf of Fars Building (on two floors) and a large part of the open space where exhibitions are held permanently. It starts in Tehran and will continue until November 2.

Referring to the holding of some side events of this exhibition, he said: On the second day of the exhibition, we will witness a seminar on the pathology of printing and packaging industries, which will be dedicated to issues such as the need to renew the printing fleet and strengthen the export of printed products.

The head of the printing and packaging industry exhibition noted: holding training classes, holding a commemoration ceremony for the late Darvish (one of the veterans of the industry who recently passed away) with the presence of a group of his students, and also presenting a performance report on the holding of the National Printing Industry Day (September 11), the activities of the commemoration headquarters. The lasting faces of the industry will also be featured in our other side programs at the exhibition.

The International Exhibition of Printing, Packaging and Related Machinery is held as the biggest commercial event of Iran's printing industry every year with the presence of a large number of capable domestic and foreign companies in the field of printing, packaging, machinery, etc. This event is a great opportunity for the companies active in this field to expose their achievements and products to the professionals and experts of this industry and to present their activities and innovations according to the current market trend. ■

CEO of Mihan Carton Company

Worn-out machinery is a challenge in the carton production industry



The history of the carton industry in Iran dates back to about 70 years ago and has grown along with the development of various industries that needed cartons for packaging and transporting their products. In order to learn about the state of this industry, we had a conversation with Dr. Aligholi Hosni Azami, the CEO of the Carton and Sheet Industry Managers Association, as well as the CEO of Mihan Carton Manufacturing Company. We read parts of this interview.

This year is the 60th year of the establishment of Mihan Carton Manufacturing Company, the second cardboard producer in Iran. Despite its age, this group has been able to equip itself with modern technologies in different periods and the country's carton manufacturing is known as Mihan brand. It is an honor to step in the direction of improving the country's industry and production.

The type of cartons is determined based on the needs of different products. For example, some products are stored and transported in a cold room; therefore, in the production of consumer cartons for these products, paper that does not suffer at low temperatures should be used. Another part of the products are packed for export and must have high resistance and quality.

In order to maintain its market share and stay in the competitive scene, Mihan Carton Manufacturing Company needs to equip and develop production lines. To achieve this important goal, the managers of this company are looking to purchase the most up-to-date and modern devices in the world, such as printing, laminating and other machines.

At present, more than 100 papermaking units are active in the country, which are members of the paper producers' union and provide about 90% of the domestic demand. As far as I know, efforts to produce imported items are also on the agenda and we hope to achieve complete self-sufficiency in this field in the near future.

The machines of this industry are mostly old and need to be replaced and renovated; therefore, the cooperation of banks and providing sufficient facilities is very important. Also, the confrontation of tax and social security organizations with producers should be reconsidered. Unfortunately, some of the behaviors towards producers and industry owners are not respectful. It is only in this situation that industrial owners can develop their production lines and create employment for more people. ■

Chairman of the Board of Directors of “Kimya Naghsh Almas” Holding

The government should get help from expert consultants for the development of the printing industry



During the last two decades, we have witnessed the establishment and launch of large printing complexes in the country. In an interview with Mustafa Hajilo, the chairman of the board of directors of “Kimya Naghsh Almas” holding company and the CEO of “Naghsh Almas Caspian” company, we

have examined the state of this industry. We read parts of this interview.

20 years ago, Naghsh Almas entered the field of printing industry from a small workshop of silk printing services with an automatic UV drying machine. By expanding the range of activities, we currently have one of the most coherent printing houses in this field.

Since 2018, we entered the field of printing consumables production, including BOPP and BOPET thermal films, with the brand name “Caspian Naghsh Almas” and the NAC brand, which are high-use and strategic products. We have now reached global standards in the production of these items.

, we are planning to add other products such as velvet thermal film, metallized, thermal film in various colors and hygienic paper cups to the Caspian diamond pattern products. These goals are being realized

In Naghsh Almas printing complex, we produce and supply more than 2 thousand exclusive and general printed products, and in Naghsh Almas Caspian, thermal films of various types are sold in the market. The export of our products in the printing industry is ongoing, despite the existing problems, and we continuously export to countries such as Iraq, UAE, Oman and Azerbaijan.

In What distinguishes Naghsh Almas printing complex comes from the different view of the complex on the market and printed products in features and advantages, we can mention high speed of production, variety of products, ordering and timely delivery of orders, use of unique automation for registration, correction, and production and delivery of orders to customers.

In many products, the country’s printing units are able to meet the needs of the countries in the region. For example, in the field of various types of packaging and even packaging of pharmaceutical items, the products of Iran’s printing industry have reached global standards.

In the end, I must point out that the unions and associations have been pursuing the needs of the guild with more enthusiasm for some time, and we hope that this process will continue and we can solve the guild’s problems together.■

World of
INVESTMENT

CEO of Maadroll Printing Industries

Iran has a high capacity in label production

Printing is a vast industry and includes multiple sectors. At present, most of the printing complexes in the country are active in the field of packaging printing. In a conversation with Hossein Ahmadi, the CEO of Maadroll Printing Industries, who is one of the pioneers in this field, we examined the state of the country’s printing and packaging industry. We read parts of this interview.

At first, the country’s label market was in the hands of Turkish companies, but with the machines used in Maadroll, we created the belief that imports can be prevented. Among these machines was the Neil Peter machine, which is undoubtedly the most advanced Narrow Web printing machine in the world, and it doesn’t even exist in Turkey. Perhaps this period can be called a renaissance in Iran’s printing industry, which, of course, was accompanied by the equipping of other printing units with advanced machines, and provided the country’s need for labels.

A significant part of Maadroll’s customers are manufacturers of detergents, cosmetics, food and dairy products, edible and industrial oils. Apart from these cases, the pharmaceutical industry is also one of the biggest customers of the label. Also, most products have other requirements besides the label.

In May of this year, we participated in the Dubai Printing and Packaging Exhibition and in the Iran Printing Industry Pavilion. In terms of quantity and quality, our products are fully capable of competing in the world markets, and the visitors of that exhibition, who were activists and specialists in the printing industry in other countries, also acknowledged this fact when they visited Maadroll’s booth. Our belief from the beginning is that we should increase the depth of our knowledge and we have focused the development of our activities in this sector. Printing is a wide area, however, we at Maadroll do not intend to develop our product line in other areas of printing (Narrow web). It was with this view that we went to the most advanced machines in the world and hired them.

Customers also prefer to finally order work from a group that offers higher quality products than other groups and provides better after-sales service. We will continue to develop knowledge-based and specialized Narrow Web printing in Maadroll. The last purchased machine was installed and launched in April last year, and within the next year or two, we will purchase more advanced machines and add them to the collection.■



9



Member of the Board of Directors of Azarin Alborz Industrial Group

It took 9 months to receive our demands from car manufacturers



One of the important problems that threatens parts manufacturing companies is the lack of sufficient capital and facilities, which increases with the increase in the variety of parts and the need to use modern technologies. To further investigate this issue, we had a conversation with engineer Hamidreza Zarenejad, member of the board of directors and deputy CEO of Azarin Alborz Industrial Group. We read parts of this interview.

Azarin Alborz Industrial Group is at the level of high-tech companies in the Middle East in terms of technology, and with a daily production capacity of 12 thousand pieces, it produces 9 thousand pieces a day.

In 2001, Azarin Alborz Industrial Group produced the valve shaft gear part from powder metallurgy in order to reduce the cost and increase the quality, in the form of sheets, the main and biggest customers of which are the industrial groups of Iran Khodro, Saipa and Iran Tractorsazi. The industrial group produces approximately 3,500 Isolink pumps daily and for the Shahin car, whose engine and powertrain were designed by Megamotor, it has set up a new unit called Gogan Plastic, which produces TVD types of pumps. It means that he pays a different type of money. Russia's automotive industry is old and there has been no significant progress in the parts manufacturing sector, however, agreements have been signed regarding the import of motor parts and the conditions for the presence of Iranian parts manufacturers in this country are also available. On the other hand, although the International Motor Show 2022 was held in a not so good condition, it was accompanied by a significant visit. In view of this issue, Azarin Alborz Industrial Group also intends to think about development and investment with a long-term perspective.

The prices should be set by the car manufacturers and removed from the command mode. It seems that to solve this issue, offering cars on the commodity exchange is a good trick, so that both the demand is answered and the price is balanced.

It seems that good things have happened in this field, which hopefully will continue. For example, most of the production parts that are now produced in our country were imported from abroad a few years ago, but now even the technical knowledge is provided internally. On the other hand, the devices used in Azarin Alborz Industrial Group are made in this industrial group and are fully compatible with the existing production lines. ■

The head of Tehran Automobile Spare Parts and Machinery Dealers Union

It is necessary to increase the supervision of the government on the production and import of spare parts

The first press conference of the Tehran Automobile and Machinery Spare Parts Dealers Union was held with the presence of Seyed Ahmad Hosseini, the head of the Tehran Automobile and Machinery Spare Parts Dealers Union and a group of journalists.



Seyed Ahmad Hosseini, the head of Tehran Automobile and Machinery Spare Parts Dealers Union, referring to the powerful tool of the media to bring the voice of trade unions to the ears of the government men, said: According to a note of a trade union law, members of the board of directors of trade unions for more than two consecutive terms or four terms alternately, they cannot be present in the boards of directors, on this basis, the board of directors and veterans of this field at the same time provided the opportunity for the presence of experienced, young and equipped with modern knowledge and in the second stage, they elected the new board of directors, so that now a dynamic and cohesive board of directors is working in this union, using the experiences of veterans, having collective wisdom and equipped with modern science.

The head of Tehran Automobile and Machinery Spare Parts Dealers Union added: The second legal duty of the board of directors is to form legal commissions, which are known as the powerful arm of unions. According to the law, some of them are known as Dispute and Complaint Resolution Inspection Commission or Technical and Education Commission. Based on this, the new board of directors formed several commissions in full compliance with the legal regulations and through a general call from the members of the union, of which 3 it was formed in the past.

This trade union activist considered the formation of the housing working group regarding the revival and the start of the housing cooperative activity of the Tehran Automobile and Machinery Spare Parts Dealers Union as one of the other actions of the board of directors and said: God willing and according to the president's orders, the construction of 4 million housing units The purpose of getting the honorable members home will be implemented.

This trade union activist, pointing out that nowadays big companies have linked their technical number to the product ID under the pretext of implementing the product ID, said: Considering the issues that have arisen, the request of this union is that with more interaction in specialized meetings and discussions with the executives Respected, including the minister of silence and the officials of the judiciary, this issue should be resolved.

The government should have more supervision regarding imports as well as domestic production and be ready by forming classes to acquire scientific qualifications in order to produce high-quality parts. ■

Chairman of the Board of Directors of Part Aria Niroo Paanir knowledge-based company

Increasing Iran's exports depends on the facilitation of international relations



In the last few years, domestic manufacturers have found many capabilities to localize the required products. In the meantime, some companies produce special examples of this part, which has a very limited production in the countries of the world. In a conversation with engineer Hossein Saberian, the chairman of the board of directors of the Part Aria Niroo Paanir knowledge-based, we investigated this issue. We read parts of this interview.

With a new initiative, Paanir Company focused on the manufacturing and production of bearings, focusing on the needs of related industries, i.e. oil and gas and petrochemicals. Of course, it should be known that the products of this company, despite their wide variety, are limited to sliding bearings used in rotating equipment and the labyrinth of complementary seals.

In the research and development (R&D) department, the Paanir Company has gradually added various products such as aluminum bearings and bearings with special geometrical shapes to its product range.

Relying on the creation of knowledge, this company has the technology to produce aluminum bearings, the number of companies producing which are few in the whole world. After two and a half years of research, Paanir has produced parts that were imported before. For example, there was a compressor in the oil-rich areas of the south with the Borsig brand, which was faced with a challenge in supplying its parts due to the embargo. To prevent gas burning, which was a waste of resources and environmental pollution, in Karaj unit.

Paanir Company designs bearings not only by reverse engineering method, but also by relying on its own design knowledge. Research and development unit of Paanir Company is ahead of the market and is on the path of obtaining technology and using modern technologies.

Since 2005, Paanir Company has increased its activity space from 120 meters to 4 thousand meters and has

multiplied its production. Therefore, the development plan is also on the agenda of Paanir Company, and while doing its preparations, this company intends to purchase new machinery and add to its production capacity.

In this regard, Paanir has signed a contract with the oil company in the amount of 250 thousand dollars to export bearings to Venezuela and has previously exported its products to European countries as second hand.

Currently, this company supplies the needs of all refineries, petrochemicals, power plants, pipelines and telecommunications, gas companies, gas transmission companies, railway industry, all locomotive or repair companies and 20% of cement industries.

If you pay close attention, the parts produced by this company will be effective in destroying a refinery, just as it is effective in setting up a refinery. In other words, the production of these parts has a very high risk, and this issue makes the importance of paying attention to how it is produced multiplied. On the other hand, in the past, the market's attraction and trust was towards foreign parts, which fortunately has changed today and domestic parts have a good position, so that even if the sanctions are lifted, 10% of the market will go to foreign parts.

In the early days of its activity, this company has operated without using any facilities, but today, due to the need for high fixed capital for the development and purchase of equipment, it needs to receive facilities. One of the other requirements for growth and development is the working capital required by companies, which has experienced a great growth due to the sharp decrease in monetary value.

Among these challenges is the change in exchange rate and inflation, which will impose unforeseen costs on Paanir Company. For example, since the process of production to supply is time-consuming, sometimes the increase in the inflation rate makes this company a challenge in covering the principal costs. Fluctuations in the exchange rate have led to the complete loss of profitability of this company, and all the money of some projects is also spent on the purchase of raw materials. It should be remembered that production requires planning and economic instability definitely prevents it. Another point is related to the sanctions that have hampered the process of trade and foreign interactions. If the path of interactions was open, there would be better conditions for product supply to other countries.

Fortunately, the future of this activity is bright and it is under less risk than other activities. Cases like Corona have the least impact on parent industries such as oil, gas and petrochemicals. In fact, it must be said, these industries are the last industries that are affected by bad economic events.■

The CEO of Urmia Petrochemical Company talks about production obstacles

Liquidity limitations are the most important challenge of the country's industry



Although the petrochemical industry is considered one of the large industries with the country's capacity to generate income, it faces many challenges. Considering this issue, we went to Pejman Asadi, CEO of Urmia Petrochemical Company, and talked with him. We read parts of this interview.

This company was established with the focus on expanding the petrochemical industry in West Azarbaijan province with the aim of producing chemical fertilizer and melamine crystal, and now, in addition to melamine crystal and ammonium nitrogen sulfate fertilizer, it includes sulfuric acid, potassium sulfate, and hydrochloric acid in its product portfolio. . On the other hand, in its latest development project, Urmia Petrochemical Company has on its agenda the construction of a new polyaluminum chloride unit as a new product.

In the petrochemical industry, Urmia Petrochemical Company is the only company that produces potassium fertilizer and in the family of nitrogen fertilizers, it is the only producer of the important ammonium sulfate fertilizer, and in this context, it plays an important role in providing the country's food security, which from this point of view, the model It has a unique business that is different from the well-known models of this industry.

Urmia Petrochemical Company has received a license to export ammonium sulfate fertilizer, while it still does not have a license to export potassium sulfate. We hope that these problems will be solved this year.

According to the measures taken in Urmia Petrochemical Company, it seems that we will have better conditions this year and next year and with the launch of the pack unit, we will be able to operate more stable than before. Currently, this company is the most important producer of ammonium sulfate and the second most important producer of potassium sulfate in the whole country and has an important position in the chemical fertilizer industry.

I hope that from now on, the conditions for the artisans will turn out in such a way that the shareholders can also breathe easy. We industrialists are trying to get the best profit for companies and shareholders. Although it can be said, not all the necessary tools for stock pricing are under the control of the industrialists, and maybe at times, these issues are more effective on the stock market pricing. In general, I personally expected that the share price of Sharum in the stock market would be determined more than this, but it seems that the market conditions have not yet allowed these predictions to be realized, and these issues can cause the annoyance and disappointment of respected shareholders, which of course the issue is their natural right.■

CEO of Tavan Pajooohan Fanavar Pasargad Engineering Company

Capacity building in the field of electronics production is very simple and inexpensive

Designing and manufacturing various types of solar inverters for the purpose of export is one of the cases in which Iran has a very high comparative advantage, provided that the export barriers are removed and Iran's interaction with other



countries is normalized. To learn more about this issue, we have conducted an interview with Ahmad Nikravesh, the CEO of T Tavan Pajooohan Fanavar Pasargad Company. I want parts of this interview.

It is very important to separate knowledge-based production from assembly work. The most important feature of a product made in Iran is the design process, which must be done internally and its documents must be available. In my opinion, if this issue is not paid attention to, the importing companies will import the electronic boards of the Chinese device separately and install it with SKD assembly instead of manufacturing it inside, and the knowledge-based companies that have worked hard for years to design and localize the product. They will not benefit from this market.

The strength of Tavan Pajooohan Fanavar Pasargad Engineering Company is its approach in acquiring technical knowledge in depth as well as the correct understanding of the necessity of technical standards and quality management and design in product production. We can safely say that these two important principles have been in place in this company for more than 20 years, and we design and produce our products under the processes of quality management systems, and we have followed this path many times in more than 30 large projects and We have also gone through many times in our continuous production.

In the current government's four-year plan, the production of 10,000 megawatts of electricity through renewable energy, as well as the establishment of 550,000 solar power plants with a capacity of 5kW each, is on the agenda, which is expected to be successful. However, the biggest challenge in this direction is the cheapness of energy in the country.

So far, we have installed and launched about 600 solar inverters manufactured by Tavan Pajooohan Fanavar Pasargad Engineering Company in 2020 and 2021 in the country, and we have received very promising feedback from the power injection of inverters manufactured by this company compared to European brands that are in the same regions.

We have no problem in supplying solar inverters under the condition of reasonable support, and with proper planning, we will achieve significant success in exporting.■

The CEO of Parham Seyd Romak Company in explaining the reasons for the high price of fish

There is no control over the selling price of fish



The significant increase in the price of fish has removed this essential food item from the basket of many families. On the other hand, the insufficient catch of fish, which is rooted in the use of traditional methods by the fishermen of our country, has created problems. In order to learn more about this situation, we have conducted an

interview with Mohsen Sarhadi, the CEO of Parham Seyd Romak. We read parts of this interview.

The decrease in fish catch causes a sharp increase in the price of fish and, consequently, canned fish. On the other hand, sanctions and the problem of supplying can lids, which have been known as an imported product since 2015, have also had a negative effect on the production process of canned fish.

Since canned fish is one of the basic commodities of people's lives, there should be a lot of support from the government in the process of supplying raw materials and its production.

The increase in the price of fish has made the situation difficult for many producers and the domestic market of this product is also shrinking, while the government should support this healthy and economical food and prevent the over-selling of fish or arbitrary increase in its price.

One of the red lines of Parham Seyd Romak Company is compliance with quality standards, in line with which many programs have been put on the agenda. This company intends to advance and implement part of its development goals by the production of meat and non-meat canned foods such as bean feed, types of stew and the construction of juice and beverage production units by the end of the year, which I hope will have a positive impact on the activities of Parham Seyd Romak Company.

These products have been exported to countries such as Afghanistan, Pakistan, Iraq, and Qatar and recently to the United Arab Emirates and are also sold domestically through sales agents.

Among the features of Parham Seyd Romak company's products is the good taste of its produced tuna, which in most cases is in accordance with the taste and opinions of customers. Another point is the uniformity and absence of darkness in the fish meat used in canned fish.

Countries such as Oman use industrial practices with significant fishing capacity. The use of traditional methods in our country has caused a small number of fish to be caught and caused a big blow to the tuna industry.

Since the tastes of Iranians are different from the people of other countries, usually foreign tunas are not welcomed in the domestic market. ■

The secretary of the Iran Aquatic Production and Trade Union emphasized

We promote the country's aquaculture export production culture



In recent years, the Fisheries Organization and the private sector have taken great strides in the development of aquaculture, and these measures have made Iran a powerful country in the field of exporting aquatic products to world markets. We discussed this issue in a conversation with Ali Akbar Khodayi, the secretary of the Iranian Aquatic Production and Trade Union. We read parts of this interview.

This union was established in 1996 in the Chamber of Commerce under the title of Iran Aquatic Exporters, then we changed the name of the union to "Iran Aquatic Production and Trade". The members of this union are exporters, importers of all kinds of aquatic products, canning industries, producers of aquatic feed and related industries such as peat weaving and manufacturers of sea cages, cold stores, processing units and domestic distributors. Among livestock protein products, only the aquatic products industry can Export to the European Union. Reaching this position and getting the EC code involved a lot of costs for the owners of the processing units, and the union also supported these measures. Of course, there are still many unfinished ways, the most important of which is the creation of an export and production consortium with a brand, which we are seeking to realize.

In 2020, we exported about 130 thousand tons, which increased to 150 thousand tons in 2021. In the first quarter of this year, we faced a 39% growth in weight and 80% in the value of aquatic exports, which is a significant growth. However, the statistics of production of fishery products in the last two years has reached one million and 270 thousand tons. The value of export of products is about 500 million dollars, compared to 5 billion dollars of export of agricultural products, the share of fisheries is 10%, which is a significant share.

In the field of shrimp farming, we produced 57 thousand tons last year, and this year this figure will increase to 65 thousand tons. In the sector of fish farming in cages, we are not facing significant growth.

Investments are also being made in the sector of fish breeding in cages. Meanwhile, there are loopholes that enthusiasts can invest in.

We can hope to increase the country's aquatic exports by developing the cultivation of this fish, shrimp and fish in cages, in addition to providing domestic needs. ■

CEO of Donya zireab Company

Ornamental fish is a suitable capacity for the country's export



Considering the problem of unemployment in the society, creating employment through the establishment of ornamental fish breeding and breeding workshops in the form of quick-yielding workshops is of great importance. In order to get to know more about this field, we have conducted a conversation with Mohammad Saeed Asadi, the CEO Donya zireab Company. We read parts of this interview.

The foundation of this company's activities is based on scientific research. Personally, by attending all the exhibitions in the world, I have been looking for new technologies, innovation and more creativity in the field of filtration, propagation and breeding of fish.

Currently, one of the development plans of this company is the establishment of a company called "Aquacenter" in Oman.

Currently, we are somewhat active in the field of export, but due to some problems, we do not export much, while there is a very good potential for discus fish export. It is possible to export this type of fish through the land borders to Turkey and Iraq, but we are considering that this should be done by air. So far, Iran has been an importer of ornamental fish and has almost the 10th rank among countries, but we do not have a good place for export.

Unfortunately, it is currently not possible to transport living organisms by air, while doing this is considered one of the international duties. It is worth mentioning that there are about 4,600 species of fish known in the world in the freshwater basin, and there are about 250 species of fish in Iran, which is a good opportunity to carry out export activities. Of course, it goes without saying that the fisheries officials, especially in Fars and Shiraz provinces, have had good cooperation in this field, and we should thank them.

Unfortunately, the relevant officials who are active in the field of ornamental fish in veterinary medicine, have no knowledge about ornamental fish, and they implement all the rules related to chicken, sheep, etc. for ornamental fish, and this issue has caused many problems. For example, the export of ornamental fish in a country like Singapore is very high and is an important source of income for this country. We hope that managers will have a special look at this field so that the activists of this industry will continue their work with more effort. ■



The CEO of Abzian Tejarat Motaf raised

The instability of foreign exchange policies reduces shrimp exports



Despite the fact that our country has a lot of capacity in the field of aquaculture production and breeding, the platforms for the growth of this sector have not been provided due to the lack of comprehensive policies and the lack of support from government institutions. To further investigate this issue, we went to Ismail Momeni, the CEO of Abzian Tejarat Motaf Company and had a conversation with him. We read parts of this interview.

The most important geographical area of activity of Abzian Tejarat Motaf Company is Chabahar, Minab, Bandar, Bushehr, etc., and in this way, it has provided employment for 280 people on a permanent basis and about 800 people on a temporary basis in the southern region.

This company did not plan on the domestic market from the beginning and was launched with the aim of exporting. As mentioned, the main export destinations of this company are countries such as Thailand, Malaysia, China and East Asia, and during the last few years it has established good relations with Russia, Armenia and Georgia. In addition, this company exports to Turkey, Spain, UAE, Qatar, Oman, Bangladesh and Sri Lanka.

Since the domestic market is more inclined towards the use of salmon and similar things and on the other hand, it is not familiar with southern fish, most of the farmed fish of Abzian Tejarat Motaf Company are exported to other countries, therefore, as mentioned, the main focus its activities are related to export.

We are trying to perform better every year than the previous year in the supply of our products and increase its quality. On the other hand, Abzian Tejarat Motaf Company carries out product packaging in any country according to its needs.

One of these achievements is the export of aquatic products to European countries, which is also considered a valuable measure. Another point is related to the cooperation of this company with Russian companies and efforts to export to it, because the shipment of goods to Russia takes place in a shorter period of time.

One of the important discussions of Tejarat Mataf Aquatic Company is the move towards knowledge-based activities and shrimp production based on the standards and patterns of this sector. Accordingly, it has entered into negotiations with two knowledge-based companies to reduce the quality of shrimps such as red shrimp, which fortunately is well received. These companies have also faced.

To move in the direction of production growth, it is definitely necessary to solve the challenges and problems ahead. The policies and laws related to shrimp and aquaculture should be modified, otherwise there will be no tangible change in the situation of this sector, and in a pessimistic state, a bad situation will await it. ■

A bitter joke in the name of digital economy in the country



Alireza Bozorgmehri
Chairman of the Association of Electronic Payment Companies

In the last days of his of his ministry, Javad Azari Jahormi announced the share of the country's digital economy as 4.6 percent of GDP, which

was later stated to be 4 to 5 percent in the presence of the ministry chair, in order to achieve the 10 percent goal in the final year of Mr. Raisi's government. At the same time, the Iranian Students' Opinion Center (ISPA) conducted a survey in the summer of 2021, according to which, in the country's population over 18 years of age, about 80% use an international virtual social network. In another survey by the same center, 20% of these social network users said that they earn money from it, and 55% said that they make purchases through these social networks. Converting the high percentages to population statistics shows that 48 million Iranian people are users of these networks and about 9 million people use these networks to earn money, and in other words, 13 million Iranian households are customers of these virtual networks.

It has sometimes been suggested that people transfer their businesses to domestic platforms, regardless of which platform has such facilities or capacity, and with the reduction of social capital of people's trust in these platforms, with this situation, businesses on this platform are damaged and shaky and disrupted, and they can invest in the digital economy. When have the decision makers gone to related organizations for such decisions and heard their words once in these crises?

In my opinion, the condition to have a serious contribution in the digital age from the digital economy, like developed countries even in the region, is to first create a stable internet platform in the country for citizens and businesses so that people can connect their businesses to global platforms and benefit from platform-based markets.

If we want to shout slogans about the digital economy this time, it is better to review its foundations and indicators in reports such as the UNDP annual report and see which of those indicators we have improved during our tenure, which speaks of increasing the share of the digital economy in the country.

Finally, I hope that the trustees and decision-makers will take a look at these indicators, make serious changes in their slogans or in their actions. ■

The third law of banking does not work either

Hamid Tehrani

The plan to reform the banking system, which was discussed in the Islamic Council, now some of its clauses have passed the approval of the representatives and the steps of its implementation are on the agenda of the open floor of the parliament. In this regard, the representatives have undertaken the task of compiling and writing this plan and have written a legal text, which, of course, has not been agreed upon by those involved in the banking system. What is called the usury-free banking system was defined and implemented after the Islamic revolution in Iran. However, it is interesting that some provisions of the first law of the country's banking system, which was approved by the parliament in 1973, were also considered and applied in the first law of the banking system of the Islamic Republic of Iran. Based on this, the new law can be seen as a completion, modification or rewriting of the usurious banking law that was approved before the revolution.

After the first law of the banking system, once again the law of banking without usury was written and approved, but this law also as an independent law; it was not perfect and recognized as a reference, but this law was placed next to the previous two laws and complemented them. In the current period, it was expected that the representatives, and in fact the Central Bank of the Islamic Republic, would prepare and approve a comprehensive law that would allow the Islamic Republic to discard the previous two laws and implement this new law, not as the third law of the banking system, but as known as the only banking law of the country. In this case, it is clear that this law would be the complete reference for the monetary and banking activities of the country, and the banking of the country would be freed from the many confusions that were visible due to the contradictions and internal contradictions of the past laws, but in practice, this was not the case in all countries where the system have applied Islam to their bank, one or two banks have an Islamic system, and other banks in the country use the same international and global banking system, and citizens have the right to choose and trust the banking system based on their preferences. This can be seen in countries like Malaysia and Qatar, and in these countries, most or all of the banks, except for one or two banks, follow the global banking system and use global laws. And he has worried, so that they don't really know how to have a stable and stable behavior and how to write strategies and set goals for managing affairs, developing work and monetary activities, banking interaction inside and outside the country, and other things. ■

The necessity of export-oriented production in the field of aquatics



Dr. Ali Khatibi tabar
*Chairman of the Board
of Directors of the Iran
Aquatic Production and
Trade Union*

With the efforts of the private sector investors, the country's fishery production has been organized in such a way that now the aquatic production and trade industry can be mentioned as an effective pillar in the country's economy. All geographical areas of the country are the field of fishing activities.

All kinds of products produced by farms and caught from the seas are transformed into packaging products for supply in domestic and foreign markets in more than 250 fish processing units and canning industries, and these units are scattered in all 31 provinces of the country. This wide level of employment has led to the production of 1.280 million tons of products, which has placed our country in the first place in the Middle East region in terms of fisheries production. Although this amount is only one percent of the total 128 million tons of production of the country's agricultural sector, this one percent of production has a 10 percent share of the export of the agricultural sector, which shows the export capacity of this sector of the country's economy. On the other hand, this sector has directly and indirectly created a lot of employment, which has made an effective contribution in reducing and curbing the unemployment rate.

In addition to providing the best products in the domestic market, the efforts of the private sector of the country's fisheries also sell fish, shrimp and caviar to 55 countries of the world and import more than 500 million dollars in foreign currency. One of the reasons for these successes is that, unlike the industry, other sectors of the country's agricultural economy, from the very beginning, the fisheries sub-sector has been completely private and the share of government support has been very small. This has caused the private sector to bear any costs and the government's foot is out of the space of this business and cannot interfere in the life and death of the fishing industry with mandatory pricing and similar cases that have become the bane of other industries. There is also an expectation from the government that by strengthening the culture of eating from the sea for Iranian citizens, it will not only improve the health of Iranian citizens, but also improve domestic trade and the share of domestic income of breeders and fishermen.

It can be boldly emphasized that until now no kind of rental currency has been distributed in this industry and no subsidy support has been provided, therefore the producers and breeders of aquatic animals and the activists of the industrial and commercial sector have endured all kinds of hardships and stood on their feet. This sector deserves recognition and needs infrastructure support, and the most important infrastructure lies within the industry; Updating software and hardware of breeders for export production.■

**A conversation with the most
customer-oriented manager of the
insurance agency in the country**

Some startups create unhealthy competition



The conditions of society and the existence of various risks, including high damage from natural disasters such as floods, earthquakes, fires, and other unforeseen events, require that people go to get insurance policies and insurance services before special and emergency

situations arise. Considering this, we went to Mrs. Zahra Salahi, the manager of Sarmad Insurance Code 1673 Agency, who has the first rank of customer-oriented among insurance agencies, and talked with her. We read parts of this interview.

Sarmad insurance agent with code 1673 is trying to provide the necessary information of the requested insurance to the customers in the first stage and then to explain all the terms of this insurance and the rights related to it. Also, if during the period of receiving this insurance policy, there is a need to provide services or clarify any ambiguity in the process of using it, a suitable answer will be given immediately. Cases subject to damage and other similar cases are also examined without receiving a fee. On the other hand, this agency has always been trying to accompany and support customers and policyholders, on this basis, as an honest, caring and trustworthy advisor, if an policyholder chooses a type of insurance by mistake due to lack of knowledge about the insurance process, will negotiate with the relevant officials and managers to solve and compensate for the damage.

In addition, the management and the active team of the Sarmad insurance agency with code 1673 in public places and spaces have taken purposeful talks and behaviors to resolve questions and ambiguities when faced with them. In this regard, even gaps and deficiencies will be resolved in cases where a person suffered damage or did not receive the expected services.

Currently, the insurance market has many limitations. For example, in the insurance industry, instead of the insurance culture for individuals, the issue of selling insurance policies has been taken into consideration, while the increase in insurance policy sales branches does not simply mean an increase in the amount of sales. The insurance culture should be adapted in such a way that everyone is able to buy an insurance policy.

One of the essentials of the insurance industry is to eliminate unhealthy competition so that from now on we will not see unconventional and harmful discounts for insurance industry companies and agencies. The amount of discounts should not be deducted from the fee.■

Iran's foreign trade is at an equal point



Morteza Faghani
Member of Tehran
Chamber of Commerce

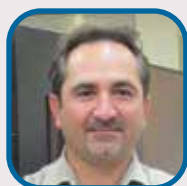
Despite the many sanctions, Iran's economy has had an acceptable performance in terms of exchanges and trade balance in the first six months of the year. According to the statistics announced by the country's customs officials, the country's exports amounted to 44 million tons of goods until the end of August, which reached about 21 billion dollars, considering that last year Iran's exports in the same period amounted to 17 billion dollars this amount has increased by 21.2% in terms of value. China, Iraq, United Arab Emirates, Turkey and India have been Iran's biggest export destinations, respectively. Liquid propane, methanol, liquefied natural gas, polyethylene, steel and iron ingots, and copper cathode have the largest share among Iran's export goods portfolio.

On the other hand, on the other end of this scale, that is, in the import sector, in the first five months of the country, the total value of the import of goods to Iran has reached 14 million tons in terms of weight, which has a value equal to 21 billion and 665 million dollars. Since in the same period last year, 18 billion and 175 million dollars of goods were imported into the country, this amount has increased by 19.2 percent.

Although at first glance, the country's exports and imports have increased proportionally, but a close look at the statistics shows shortcomings in this field. For example, despite the increase in Iran's exports in terms of value, we have seen a 3.5% decrease in exports in terms of weight. In other words, the increase in imports in terms of value is more than the result of the growth of production in the country and as a result of the increase in employment and its other positive consequences, it is more the result of the increase in the global price of Iran's export goods; And this price increase is also caused by changes such as the war in Ukraine and the increase in demand after the recession of Corona. On the other hand, by comparing imported and exported goods in terms of weight and value (14 million tons of imports compared to 44 million tons of exports, which were equal in terms of dollar value), it can be seen that more expensive goods have entered the country and cheaper goods have left the country. On the other hand, most of Iran's export goods are mineral raw materials and they are imported into the country compared to goods such as machinery, livestock inputs, and basic goods.

These points clearly show that the depth of production in the country is low and the production of goods in Iran is largely dependent on the import of foreign machinery, on the other hand, there has not been much growth in the country's production. In order to correct this situation, the production of machines and goods with high added value should be put on the agenda, which is not possible except with access to wider markets than the domestic market and extensive attention to real knowledge-based companies. ■

The seventh development plan; an opportunity for progress and justice



Farhad Amirkhani
Chief Editor

Before 1948, there was no specific and organized plan for development in our country, Iran, and most plans and programs were proposed and implemented according to orders, feelings and personal tastes. However, since the American representatives of "Morrison Knudsen" company came to Iran with the financial support of the World Bank,

for the first time a seven-year scientific development plan was written in our country, which is used as a guide and a framework for activities in our country. Since then, 12 development programs have been approved in our country, 6 of which belong to before the revolution and 6 to after the victory of the Islamic Revolution. Now, following the approval of the general policies of the 7th Development Plan system on September 20, 2022, the 13th development plan of the country has been placed on the agenda of the Program and Budget Organization after a one-year delay.

Since the governments' annual budget bills, including the 2023 budget, are compiled and presented to the parliament based on the plan resulting from this policy, it can be acknowledged that the provisions of the general policy approvals and the 7th development plan, as documents upstream from it is of considerable importance. This year, as in the previous programs, in line with paragraph one of Article 110 of the Constitution, the general policies of the 7th Development Plan have been communicated to the Chairman of the Expediency Assessment Council and the Chief of the General Staff of the Armed Forces. This document has 7 headings including "Economic", "Infrastructural Affairs", "Cultural and Social", "Scientific, Technological and Educational", "Political and Foreign Policy", "Defense and Security" and "Administrative, Legal and Judicial".

In fact, with a realistic and accessible view, it is possible to do a great service to the development and improvement of the business environment by relying on the priority raised in the general communicated policy. These measures can be planning for the prosperity of the tourism industry, development and reforms of the energy sector, special attention to science and technology and knowledge-based, promotion of foreign trade and commercial policy, environmental restoration; pollutions, dehydration and desertification as well as financial stability in the country, systematic fight against corruption and strengthening of regulatory institutions and targeting economic growth along with eradicating poverty, unemployment, inequality and employment.

It is hoped that the programmers of the seventh development, more than ever, with the importance of emphasizing the role and position of the people in determining their own destiny, and also by setting the goal of justice and its realization in all areas, will provide conditions so that in the next five years, despite all existing obstacles, let us witness the prosperity of the economy and, accordingly, the progress of the economy throughout our country. ■



“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



Alireza Bozorgmehri

Chairman of the Association of Electronic Payment Companies

A bitter joke in the name of digital economy in the country



The secretary of the Iran Aquatic Production and Trade Union emphasized

We promote the country's aquaculture export production culture



Chairman of the Board of Directors of Part Aria Nirou Paanir knowledge-based company

Increasing Iran's exports depends on the facilitation of international relations



Member of the Board of Directors of Azarin Alborz Industrial Group

It took 9 months to receive our demands from car manufacturers



The head of Tehran Automobile Spare Parts and Machinery Dealers Union

It is necessary to increase the supervision of the government on the production and import of spare parts



CEO of Mihan Carton Company

Worn-out machinery is a challenge in the carton production industry



Chairman of the Board of Directors of “Kimya Naghsh Almas” Holding

The government should get help from expert consultants for the development of the printing industry



Communication and media expert suggested

Metaverse is an opportunity for the future of the world

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



مجتمع صنایع غذایی و کشاورزی



گلها متفاوت در تنوع و کیفیت



in golha-food +989034446542 t.me/golhaco

golhaland.com
golhaco.ir

drmehdikarimi
golhaland
golhaco

@info@golhaco.ir YouTube Golha Food Industries

+ 98 21 6625 2490-4
+ 98 21 6626 2701-5



دارنده گواهینامه یکمصد سال
قدمت از یونسکو در ایران



A.H.A
MAHYAR
پوشاک نانو مهیار
 Mahyar Nano Garment

- تولیدکننده انواع جوراب و لباس زیر آنتی باکتریال - دستکش
- تولیدکننده تی شرت ورزشی با نخ climacool (خنک کننده) و آنتی باکتریال / تی شرت کلاسیک جودون
- کار آفرین نمونه ملی در سال ۱۳۹۵
- صنعتگر نمونه ملی در سال ۱۳۹۷
- صادرکننده برتر پوشاک در تکنولوژی نانو



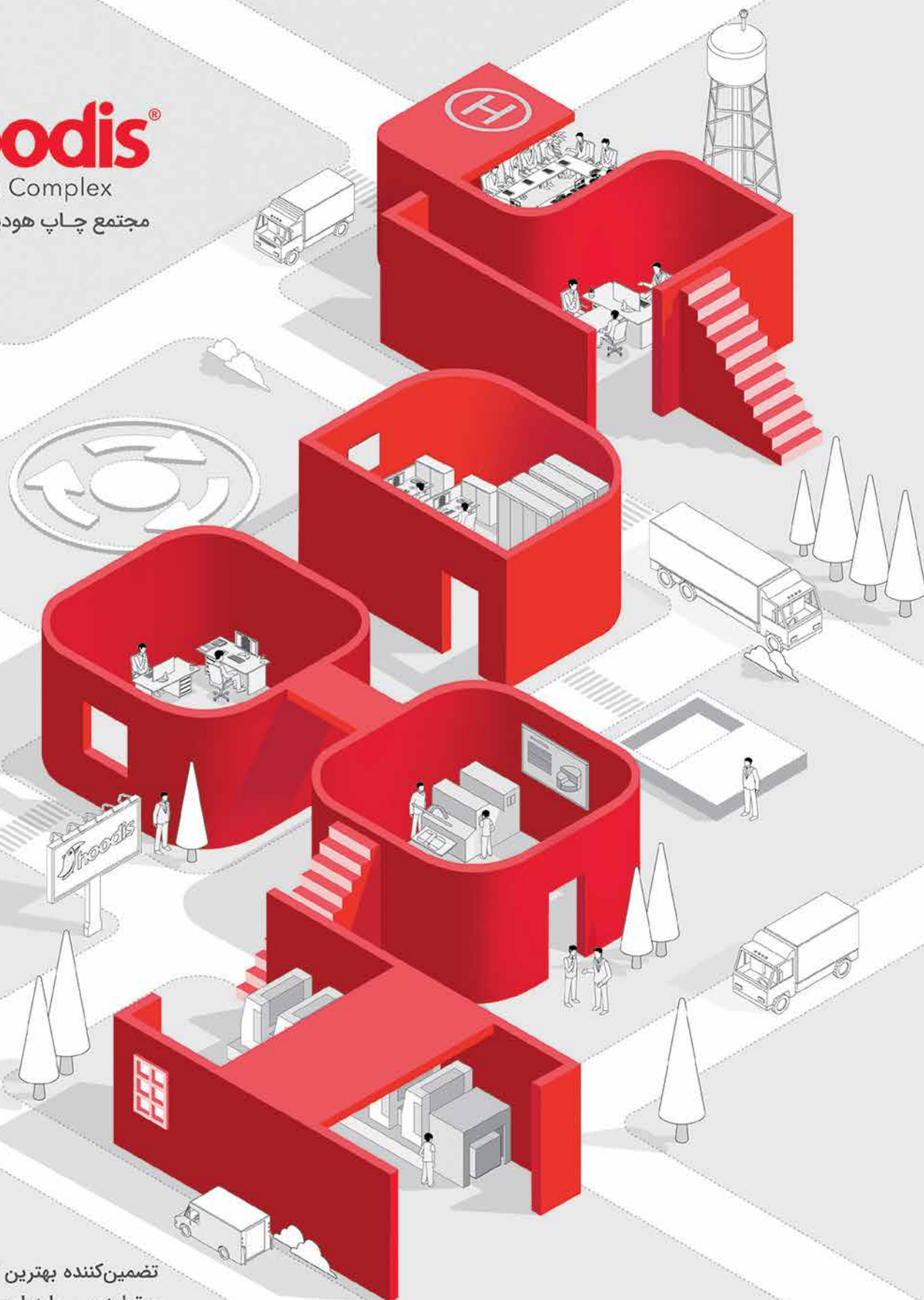
www.mahyarco.com

[T.me/Mahyarco](https://t.me/Mahyarco)

[Mahyarsocks & Nano_Mahyar](https://www.instagram.com/Mahyarsocks)



زنجان - شهرک صنعتی شماره یک - پشت سایت بانوان - خیابان شقایق ۲ - قطعه ۵۶۲
 کدپستی: ۴۵۱۳۳۵۸۵۸۵ - دفتر: ۰۹۸۲۴-۳۳۵۶۷۵۷۶ - کارخانه: ۰۳-۳۲۲۳۱۶۲-۹۸۲۴



تضمین‌کننده بهترین کیفیت در فرآیند چاپ
و تولید بر پایه استانداردهای بین‌المللی

مجهز به پیشرفته‌ترین تکنولوژی
مدیریت رنگ و کنترل فرآیند تولید

Your Brand is OUR PROMISE

تلفن: ۰۲۱ - ۹۱ ۰۰ ۲۴ ۲۴ | مجتمع چاپ هودیس پارس
@ hoodispars | www.hoodis.co