

رشد سرمایه‌گذاری



رئیس انجمن کارفرمایی فناوری دیجیتال و هوشمندسازی ایران

ساختمان‌های هوشمند مشکلات و معضلات آن

The Head of Iran's Digital Technology and Intelligence Employer Association
Smart building definitions, problems and dilemmas

رئیس جمعیت اصحاب العمل في مجال التكنولوجيا الرقمية والاستخبارات في إيران

تعريفات البناء الذي مشاكله ومعضلاته

با آثار و گفتاری از:

علی اصغر شالبافیان

امیر علی طاهرزاده

جمشید حمزه زاده

محمود مادرشاهیان

کامیار اسکندریون

سید محمد عزیزی

ابوالفضل علیان نژاد

سیف اله نیک نامی

حمید رضامنایی

حمید پور کلباسی

رامتین اصغر پور

چوادمخلباف

بیتاباغستانی

مهدی حسینی

امین قریبی

میثم امینی

دزیی

WORLD OF INVESTMENT

رشد سرمایه گذاری



مدیر عامل چاپ و تبلیغات چیستا مطرح کرد

مطالبه گری

لازمه رفع مشکلات صنعت چاپ

The director of printing and advertising Chista raised
**Demanding is necessary to solve the problems of
the printing industry**

أثارت مديرة الطباعة والإعلان تشيستا
المطالبة ضرورية لحل مشاكل صناعة الطباعة

گل گهر

رویش باورها در دل کویر



شرکت معدنی و صنعتی گل گهر
GOL GOHAR MINING & INDUSTRIAL COMPANY

روابط عمومی و امور بین الملل

www.geg.ir



✓ هر روز بهتر از ديروز

صنعت تجهيزات پزشکی صايران
متنوع ترين سبد محصولات
گسترده ترين شبکه خدمات



Patient Monitors



Telemedicine Solutions



Orthopedic Products



Laparoscopy System



Smart Hospital Solutions



Surgical Lights



Medical Suctions



Defibrillators



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





مرکز مدیریت راه‌های کشور چشم‌بیدار جاده‌ها

هفته حمل و نقل، رانندگان
وراهداری گرامی باد
۲۶ آذر تا ۱ دی



سازمان راه‌آبی و
حمل و نقل جاده‌ای



جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی



Tensioners and Idlers

شرکت صنعتی پیگ افروز غرب

PEYKA FROOZ GHARB



www.peykafrooz.com



پایگ افروز با ما سوده باش

دجلم

Djam Hotel

JAM HOTEL



09031021290

09155835320

051-38590041-5

051-38590041-5

خیابان پاسداران بین پاسداران 4 و چهار ممیز یک



07635244977



09177698482



09177698482



arta_hotel



استان هرمزگان. قشم. بلوار شهید بهشتی. هتل ارتا

هتل پارک



024-33333533

024-33326798

زنجان میدان آزادی هتل پارک - کدپستی: 4516663615

@park_hotel_zanjan

@Park_hotel_zanjan

+989202411541

ASEMAN
HOTELS



گروه هتل های آسمان

www.asemangrouphotels.com

هتل آسمان

asemanhotel



۰۳۱-۳۲۳۵۴۱۴۱



اصفهان، خیابان مطهری



www.asemanhotel.com



هتل ستاره

setarehhotel



۰۳۱-۳۲۲۰۷۰۶۰



اصفهان، میدان نقش جهان، خیابان حافظ



www.setarehhotel.com



هتل باران

baranhotelisfahan



۰۳۱-۳۳۸۸۱۰۱۰



اصفهان، خیابان امام خمینی



www.baranhotel.ir



هتل آسمان کیش

به زودی...

کیش، بلوار موج



www.asemankish.com





انجمن صنفی کارفرمایی
فناوری دیجیتال و هوشمندسازی

انجمن صنفی کارفرمایی فناوری دیجیتال و هوشمندسازی

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



WWW.AIDT.IR
info@aidt.ir



آتید

آینده تدبیر یکپارچه دانا

تدبیری هوشمند؛ آینده‌ای روشن



مدلسازی اطلاعات ساخت و ساخته
BIM, CIM, PIM



طراحی سیستم‌های مدیریت
و هوشمندسازی اطلاعات سازمانی



برنامه‌ریزی و کنترل پروژه



طراحی، ساخت، نگهداشت



مشاوره مدیریتی و مهندسی



www.Atyd.ir



[Atyd.ir](https://www.instagram.com/Atyd.ir)



09129312401



Atydco.ir@gmail.com



021-26640335



سکه سهیل



SEKEH SOHEIL

۰۹۱۲ ۳۲۲ ۴۷ ۳۳ ☎ ۰۲۱ ۲۶۶ ۴۵ ۴۲۵

📍 برج رز میرداماد، طبقه همکف، واحد ۱۰



گروه کارآفرینی اهری



SEKEHSOHEIL





RE/MAX
HALLMARK YORK GROUP REALTY LTD.
Brokerage, Independently Owned and Operated | RAISING THE BAR



سمانه اصغریه اهری

SAMANEH ASGHARIEH-AHARI

مشاور مسکن

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

001- 416.887.3027



گروه کارآفرینی اهری



چاپ ستاره کویر

تولید کننده محصولات چاپی ، بروشور ، کاتالوگ ، انواع لیبل و جعبه های فانتزی



● دستگاه GTO چهار رنگ

● دستگاه GTO دورنگ

● ملخی

● برش

آدرس: خیابان شریعتی ، نرسیده به سه راه طالقانی، خیابان شهید طاهریان (آمل) پلاک ۷۱
تلفن: ۷۷۵۲۴۷۰۰-۷۷۶۵۰۳۸۸
۰۹۱۲ ۱۳۹ ۴۴ ۱۲ ابراهیمی

MISSWAKE®

CLINICAL MOUTH & TOOTH CARE

میسویک®



COMPLETE TOOTH PROTECTION

TOTAL CARE
MOUTHWASH

@misswakeiran



دهانشویه توتال
با عملکرد 8 گانه



مجمع صنایع غذایی و کشاورزی



گلها®

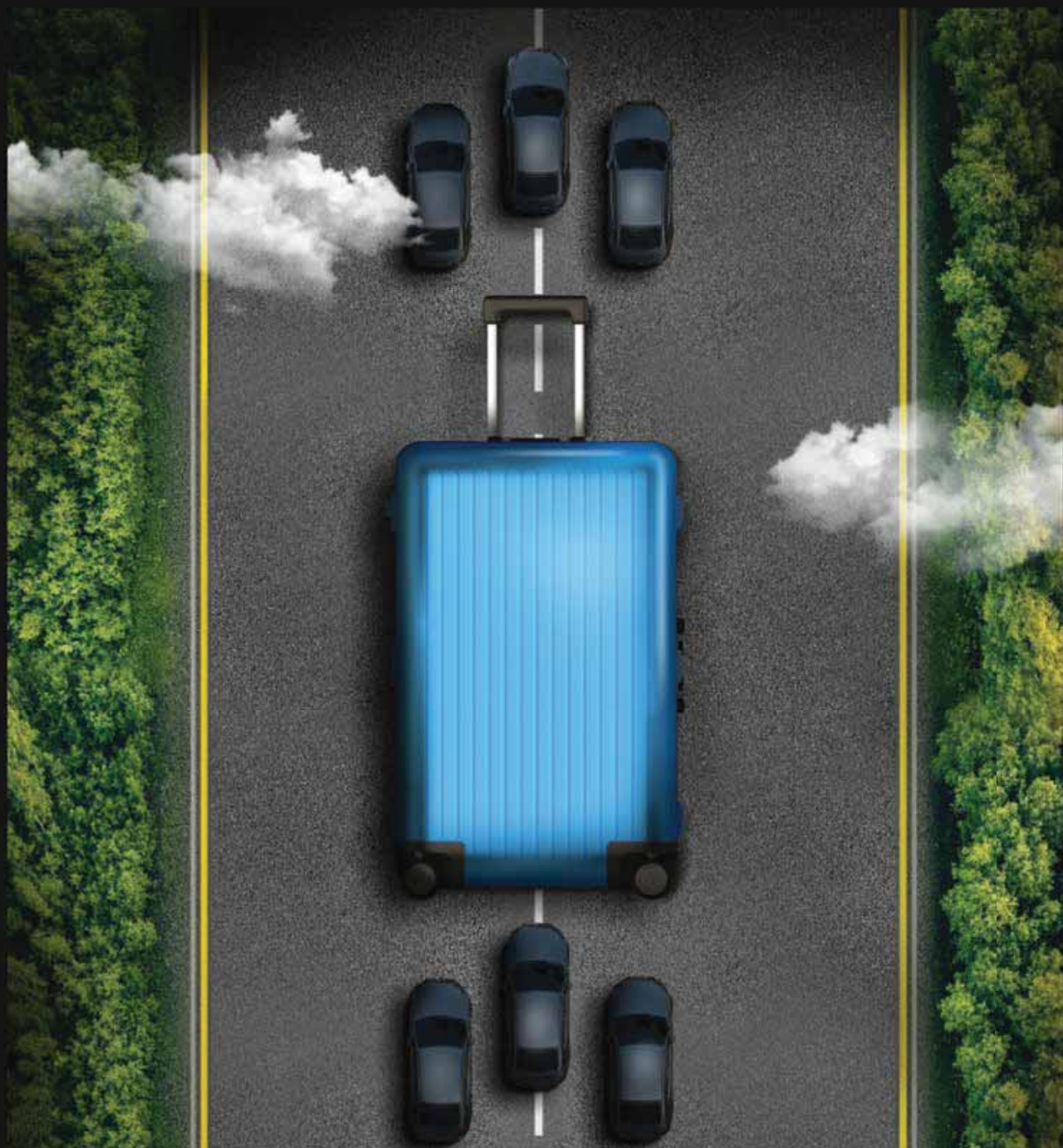


دارنده گواهینامه یونسکو سال
خدمت از یونسکو در ایران



یک قرن از میراث صنایع غذایی و کشاورزی

golhaco



در امنیت کامل سفر کنید!

بیمه توشه بار، بیمه لوازم همراه راننده و سرنشین

www.sarmadins.ir



سامانه پاسخگویی ۲۴ ساعته ۱۵۱۶



رئیس جامعه هتلداران خراسان رضوی

خانه‌های شخصی

بدون پرداخت مالیات فعالیت می‌کنند

۴۴

۴۶

عضو هیات مدیره جامعه هتلداران
ایران

در نرخ‌گذاری
خدمات هتل‌ها
آزادی عمل نداریم



۳۶

مدیر پروژه‌های شهر هوشمند هلدینگ فناپ
(مرکز تحول دیجیتال)

آموزش و فرهنگ‌سازی
نقش مهمی در تحقق شهر
هوشمند دارد



دنیای بسته‌بندی
۹۰ تا ۷۶



دنیای چاپ
۷۴ تا ۶۲



دنیای صنعت
۶۰ تا ۵۴



پرونده ویژه
۵۲ تا ۴۰



اقتصاد بازار
۳۸ تا ۲۴

دنیای سرمایه‌گذاری

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

مرتضی فغانی

قائم مقام مدیر مسئول:

رضا فغانی

سر دبیر:

فرهاد امیرخانی

مدیر هنری:

سعیده نیکبخت

مدیر بازرگانی:

سارا نظری

ویراستار:

مصطفی حاتمی

مترجم:

سعید عدالت‌جو

عکاس:

میثم محملی

اعضای هیات علمی:

- دکتر فریدون حسنوند رئیس کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر علی اصغر عنایتانی عضو کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی
- دکتر پرویز محمدزاده عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر حسین حسین‌زاده عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر غلامعلی جعفرزاده ایمن‌آبادی نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی
- مهندس احمد رویایی مدیر عامل شرکت گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو
- دکتر عزیز الله عساری مدیر ارشد حوزه اقتصاد
- دکتر بهرام شکوری رئیس انجمن مس ایران
- مهندس حسن کریمی سنجر مدیر ارشد صنعت خودرو
- دکتر یاسر فلاح مشاور ارشد رئیس پژوهشکده پولی و بانکی
- دکتر مسعود مرادانیا مشاور مدیر عامل کانون جهاتگردی و اتومبیلرانی ج ۱۱
- دکتر امیرحامد رضایی مشاور امور بین الملل اتاق مشترک بازرگانی ایران و آفریقا
- دکتر محمد دامادی نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی
- مهندس آرش محبی‌نژاد دبیر انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور
- دکتر بهمن آرمان اقتصاددان
- دکتر جمشید حمزه‌زاده رئیس جامعه هتلداران کشور
- دکتر مهدی کریمی تفرشی رئیس کارگروه کسب و کارهای جاذبه‌ایرانشم‌سازمان ملل - یونسکو
- مهندس مهدی حکیمیان کارشناس ارشد حوزه سرمایه‌گذاری و اقتصاد
- مهندس سید محمد مقدسی عضو هیات مدیره جامعه متخصصین نساجی

ایران

گروه دبیران:

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

برای دریافت نسخه پستی ال‌اف ماهنامه به پایگاه خبری زیر مراجعه فرمایید:
www.dsarmaye.ir

نشانی:

تهران، خیابان شهیدمفتح
کوچه مرزبان‌نامه، پلاک ۲۷، واحد ۳

کد پستی: ۱۵۸۸۸۶۶۳۴۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۴۲

واحد تبلیغات: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۲۶

دورنگار: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۷۸۶

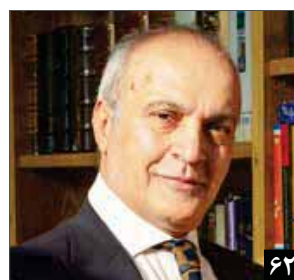
پست الکترونیک: D.sarmayeh@gmail.com

لیتوگرافی، چاپ و توزیع: شرکت خاتم‌نو
تلفن: ۷۷۸۱۳۳۴۹



رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران
واسترالیا

باورهای قدیمی عرصه تجارت را دور اندازیم



بنیان‌گذار و مدیر عامل صحافی
معین مطرح کرد

فقر صنعت صحافی از ماشین آلات مدرن و پیشرفته



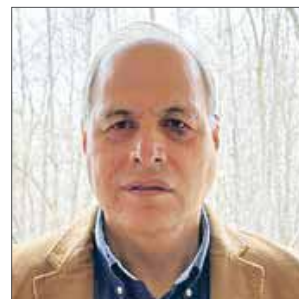
موسس و صاحب امتیاز چاپ رامتین

فضای مجازی بازار آگهی‌ها را از صنعت چاپ ربود



۹۶

مدیر گروه کارآفرینی اهری عنوان کرد



کمبود آموزش مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی



دنیای کارآفرینی
۹۹ تا ۹۶



اقتصاد کلان
۹۴ تا ۹۴

چالش‌های بودجه سال آینده



مرتضی فغانی
عضو اتاق بازرگانی تهران

کلیات لایحه بودجه ۱۴۰۳ در حالی به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید که از نظر کاهش وابستگی به نفت، افزایش سهم مالیات‌ها و همچنین رویکرد انقباضی وضعیتی ویژه دارد. با توجه به آمارهای انتشار یافته، درآمدهای پایدار دولت در بودجه سال پیش رو به ۱۴۹۵ هزار میلیارد تومان رسیده که نسبت به سال گذشته ۴۱/۹ درصد افزایش داشته است. با توجه به این موضوع، سهم این درآمد از کل درآمدهای دولت به ۶۱/۵ درصد رسیده که رشدی در حدود ۱۱ درصد نسبت به سال گذشته را نشان می‌دهد. در بودجه ۱۴۰۳ سهم مالیات با حدود ۱۱۲۲ هزار میلیارد تومان، رشدی در حدود ۴۹/۸ درصدی را نشان می‌دهد که در حدود ۴۶/۱ درصد از منابع بودجه را به خود اختصاص داده، امری که در تاریخ بودجه‌های بعد از انقلاب اسلامی بی‌نظیر است. از سوی دیگر، سهم درآمدهای نفتی در بودجه امسال به ۵۵۴ هزار میلیارد تومان رسیده که نسبت به سال گذشته کاهش در حدود ۸ درصد داشته است. دولت همچنین میزان پیش‌بینی شده برای صادرات نفت را حدود ۵۰ هزار بشکه کاهش داده و آن را معادل یک میلیون و ۳۵۰ هزار بشکه در نظر گرفته و قیمت آن را نیز با کاهشی ۱۰ دلاری نسبت به سال قبل برای هر بشکه ۷۵ دلار در نظر گرفته است. با این ارقام سهم درآمدهای نفتی نسبت به سال گذشته ۶۲/۴ درصد کم شده و به ۲۲/۸ درصد رسیده است. با این اوصاف می‌توان گفت که بودجه ایران دیگر مبتنی بر فروش نفت و گاز نیست، بلکه بخش عمده آن مبتنی بر مالیات است.

به‌طور کلی در بودجه جدید منابع دولت در سال آینده بالغ بر ۳ میلیون و ۷۴۱ هزار میلیارد تومان و جمع مصارف بودجه نیز ۳ میلیون و ۷۴۱ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است. از این میان درآمدهای بودجه به میزان ۳ میلیون و ۱۷ هزار میلیارد تومان و هزینه‌ها ۲ میلیون و ۸۴۴ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شده است. همچنین افزایش حقوق کارکنان و بازنشستگان به ترتیب ۱۸ و ۲۰ درصد در نظر گرفته شده، امری که با توجه به نرخ تورم اعلام شده در حدود نیمی از رقم افزایش تورم است. از سویی منابع بودجه عمومی دولت نیز در حدود ۱۶/۷ درصد افزایش یافته که به معنای رویکرد انقباضی در قبال تورم است. با توجه به بودجه امسال چند چالش عمده‌رانی می‌توان در میزان درآمدها و هزینه‌ها و همچنین نگاهی به افزایش دستمزدها مطرح کرد. نخستین مورد افزایش مالیات به بیش از نصف سهم درآمدها باید همراه با تقویت شفافیت دولت و لزوم مشارکت مردم در حکمرانی باشد، در غیر این صورت این سیاست نمی‌تواند ادامه یابد و ما شاهد پیامدهای ناگوار اجتماعی و همچنین افزایش فرار مالیاتی خواهیم بود. از سویی، افزایش درآمدهای مالیاتی و کاهش وابستگی به نفت باید پیامدهای اقتصادی خود را نیز نشان دهد. علاوه بر این، افزایش ۲۰ درصدی حقوق و مزایای کارکنان دولت با توجه به تورم حداقل ۴۵ درصدی، به معنای افزایش مشکلات معیشتی خواهد بود، امری که باید با کنترل تورم بر آن غلبه کرد؛ در غیر این صورت با تداوم سیاست‌های انقباضی باز خورد منفی در جامعه ایجاد خواهد کرد. ■

توسعه حمل و نقل پیش شرط رونق گردشگری



فرهاد امیر خانی
سر دبیر

ایران، ظرفیت زیاد و آینده‌ای روشن در صنعت گردشگری دارد که می‌تواند دستاوردهای چشمگیری، هم برای داخل و هم برای صنعت توریسم جهانی داشته باشد. در واقع کشورمان با توجه به پهناوری زمین، تنوع اقلیمی و قدمت کهن و تاریخی که دارد، می‌تواند مقصدی جذاب برای گردشگرانی که قصد سفر به منطقه شمال آفریقا و خاور میانه را دارند، قلمداد شود. ظرفیت عظیم گردشگری ایران به دلایل بسیار، تاکنون مغفول مانده و هر آینه در انتظار توجه و از قوه به فعل رسیدن به سر می‌برد. بارها مجامع بین‌المللی، از جمله سازمان جهانی گردشگری و یونسکو، کشورمان را به دلیل برخورداری از جاذبه‌های متعدد گردشگری، جزو ۱۰ کشور بالقوه اول دنیا به لحاظ ورود گردشگر معرفی کرده است. این مجامع بر این باورند که کشورمان می‌تواند به قطب گردشگری آسیا تبدیل شود و با ارائه خدمات مناسب، گوی رقابت را از آن خود کرده و جهش عظیمی را در اقتصاد متأثر از صنعت گردشگری پدید آورد. با این حال تحقق این آرزو، فارغ از ملاحظات سیاسی، قبل از هر چیز نیاز به یک زیرساخت مناسب و حرفه‌ای در صنعت حمل و نقل دارد؛ زیرا در صورت نداشتن یا نقص داشتن در حوزه ارتباطات حمل و نقل، امکان توسعه صنعت گردشگری در این دوران که به عصر ارتباطات شهره است، وجود ندارد!

بر اساس تجربه ملل پیشرو در صنعت گردشگری، ثابت شده که توسعه و بهره‌مندی از این صنعت بدون در نظر گرفتن شبکه حمل و نقل امکان‌پذیر نخواهد بود. در حقیقت، عمده جاذبه‌های گردشگری کشورها، پس از آنکه قابل دسترس شده و به شبکه حمل و نقل متصل می‌شوند، دیدنی و مورد توجه گردشگران واقع می‌شوند. این جاذبه‌های گردشگری که بسیاری از آن‌ها در مناطق غیر شهری واقع شده‌اند، در ابتدای هر طرح و اقدامی، نیاز به شبکه حمل و نقل اعم از جاده‌ای، هوایی، ریلی و دریایی و حتی پیاده‌رو داشته‌اند؛ زیرا همواره گردشگران در تصمیمات خود عوامل هزینه و زمان را مدنظر قرار می‌دهند و فراهم نبودن امکانات حمل و نقل ایمن و آسان آن‌ها را به رخ مناسب، مانع از هر گونه توسعه گردشگری در کشورها محسوب می‌شود. اکنون کشورمان نیز بیش از هر زمان دیگر، در کنار توسعه ترانزیت و تقویت روابط حسنه با سایر ملل، نیاز مبرم به توسعه شبکه حمل و نقل گردشگری محور خود دارد. در سال‌های گذشته، بیش از نیمی از گردشگران خارجی، مسافرت خود را از طریق خطوط هوایی انجام داده و از عبور در مسیرهای زمینی خودداری کرده‌اند. عمده مسافرت گردشگرهای داخلی نیز از طریق جاده و به میزان کمتر از طریق ریل انجام شده است. هر چند به تازگی، تحولات جدی در صنعت گردشگری و شبکه حمل و نقل کشورمان به وجود آمده؛ اما این واقعیت را نباید از یاد برد که مهمترین ضعف این صنعت، نبود زیرساخت مناسب برای انجام سفرها است. موضوعاتی نظیر انتخاب وسیله سفر، خرید بلیت، هزینه ثابت، زمان حرکت و توقف و... که در کشورها گردشگرپذیر به موضوعی بدیهی تبدیل شده‌اند، در کشور ما همچنان به عنوان یک معضل جدی مطرح است که باید از هم‌اکنون در کنار احداث زیرساخت‌ها و اماکن اقامتی، بیش از پیش به آن توجه شود تا حداقل، گردشگران اعم از داخلی و خارجی بتوانند از ظرفیت‌های کشورمان به خوبی استفاده کنند و سفری به یادماندنی را تجربه نمایند. ■

تدوین و تنظیم اسنادی چون سند چشم‌انداز با افق بلندمدت، با ترسیم آینده‌پیش‌رو، جهت‌گیری راهبردها و اقدامات دولت‌ها را مشخص می‌کند. حرکت تمامی اجزای فعال در امر توسعه گردشگری حول محورهای مشخص به منظور تحقق هدف ترسیم شده از کارکردهای این گونه اسناد است. در خلال سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۴ و هم‌راستی سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران، سند چشم‌انداز گردشگری کشور تدوین شد. این سند برای نخستین بار مقوله سفر و گردشگری را به یکی از بخش‌های مهم در اسناد بالادستی توسعه کشور تبدیل کرد. در این سند، چالش‌های این بخش شناسایی و با تعیین اهداف کمی، راهبردهایی برای دستیابی به این اهداف تنظیم گردید.

با ارتقای جایگاه صنعت گردشگری در اسناد بالادستی توسعه کشور، راهبردها و اقدامات اجرایی در دوره‌های مختلف اتخاذ شد که موجب به حرکت در آمدن جریان توسعه گردشگری در کشور شد. تغییرات ساختاری مدیریت دولتی این صنعت از یک سازمان وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به سازمان مستقل زیر نظر رئیس‌جمهور و تشکیل ادارات کل استانی در سطوح پایین‌تر و پس از آن به عنوان یک وزارتخانه مستقل، تصویب قوانین و آیین‌نامه‌های حمایتی از این صنعت، افزایش همکاری‌های بین‌بخشی و بین‌دستگاهی، توسعه سرمایه‌گذاری و حمایت از سرمایه‌گذاران در بخش گردشگری، توسعه زیرساخت‌ها در مناطق دارای ظرفیت توسعه گردشگری، افزایش ظرفیت و تنوع تأسیسات اقامتی، پذیرایی و مراکز سرگرمی و تفریحی، تدوین و تصویب برنامه‌های توسعه گردشگری در استان‌های مختلف، تنوع بخشی به محصول گردشگری کشور و توسعه انواع گردشگری از جمله گردشگری سلامت، طبیعت‌گردی، گردشگری جامعه‌محور و... توسعه بازارهای گردشگری و ایجاد تنوع در بازارهای هدف، برخی از این برنامه‌ها و اقدامات بوده‌اند.

از آنجایی که ماهیت این سند از نوع راهبردی است، تغییرات محیط خرد و کلان بر آن بسیار تأثیرگذار است. در طی دوره منتهی به اهداف سند چشم‌انداز، تغییرات زیادی در محیط صنعت گردشگری رخ داده و متناسب با این تغییرات محیطی در دوره‌های مختلف، راهبردها و اقدامات مختلفی اتخاذ شده تا حصول به اهداف را میسر سازد. بحران‌های سیاسی، تغییر مناسبات و ارتباطات منطقه‌ای، تغییرات نرخ ارز، ناآرامی‌های سیاسی و اجتماعی، حوادث طبیعی، شیوع بیماری و... نمونه‌هایی از این موارد هستند. برخی از این تغییرات بسیار اساسی بوده و ماهیت اقدامات را بیشتر تحت تأثیر قرار می‌دهند. یکی از مهمترین این تغییرات محیطی یعنی شیوع پاندمی کرونا در سطح جهان به صورت ناگهانی، گردشگری بین‌المللی و در ادامه، گردشگری ورودی به ایران را به شدت تحت تأثیر قرار داد و در نتیجه آن، گردشگری ورودی به کشور که قبل شیوع پاندمی حدود ۹ میلیون نفر بود، با بسته شدن مرزهای کشور متوقف گردید و پس از آن و حتی با پایان پاندمی رشد آهسته‌ای را در سطح جهان و ایران آغاز کرد. در سال ۱۴۰۱ تعداد گردشگران ورودی به کشور حدود ۴ میلیون نفر بوده که در مقایسه با سال قبل از آن بیش از ۱۳۰ درصد تغییر مثبت داشته، اما هنوز به وضعیت قبل از شیوع کرونا بازنگشته است؛ این امر به عنوان یک چالش محیطی، دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز را به تأخیر می‌اندازد. تغییر در جهت‌گیری‌های راهبردی و انتخاب بازارهای هدف و همچنین تمرکز بر محصولات گردشگری کمتر آسیب‌پذیر در برابر تغییرات محیط کلان، از جمله راهبردهایی است که به منظور کاهش اثرات تغییرات محیطی و در جهت حصول به اهداف سند چشم‌انداز اتخاذ گردیده است. ■

چشم‌انداز صنعت گردشگری ایران تا افق ۱۴۰۴



دکتر علی اصغر شالبافیان
معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی



یادداشت اختصاصی از حسین موسوی

در این بخش می‌خوانیم:

- مصائب یک مشاور تحول دیجیتال
- بررسی صنعت ساخت در عصر دیجیتال
- ساختمان‌های هوشمند؛ مشکلات و معضلات آن

ساختمان های هوشمند مشکلات و معضلات آن

دکتر سیفاله نیک نامی
رئیس انجمن کارفرمایان فناوری دیجیتال و هوشمندسازی ایران



مدل های هوش مصنوعی می توانند از الگوهای خطای انسانی یاد بگیرند و نقص های مجموعه های داده را رفع کنند. این مدل ها با بررسی تعاملات کاربران با برنامه های تحلیلی، ناهنجاری ها و بینش های جدید را در داده های بزرگ شناسایی می کنند

۲۲

آذر ۱۴۰۳ • شماره ۸۵
ماهنامه دنیای سرمایه گذاری

ساختمان نصب می شوند. اصطلاح ساختمان های هوشمند در ابتدا به عنوان ساختمان هایی که «طراحی و ساخت آن ها مستلزم ادغام فناوری های جدید پیچیده در بافت ساختمان است» تعریف شد و در دهه های میانی، گسترش پیدا کرد، اما در هسته اصلی این نیاز برای ادغام تنوع فناوری های جدید از جمله فناوری هایی که هنوز توسعه نیافته اند، باقی مانده است. پیش بینی یادگیری آینده منجر به کاربردهای قابل توجه هوش مصنوعی و یادگیری ماشین در این حوزه شده است. با توجه به فوریت تغییرات آب و هوا و مدیریت انرژی تمرکز ویژه ای در این کاربردها با تمرکز فرعی بر نظارت، تشخیص عیب و مشکلات زمان بندی بوده است. پیشرفت هادرم سازی اطلاعات ساختمان (BIM) برای یکپارچه سازی اطلاعات مورد نیاز برای پشتیبانی از چنین برنامه های کاربردی ساختمان هوشمند در طول چرخه عمر ساختمان ایجاد شده که راه حل های قابل توجهی برای جریان سازی سیستم اتوماسیون ساختمان (BAS) و دیگر داده های شبکه حسگر ایجاد کرده است. با این حال، سیستم های BAS قدیمی یک چالش مهم برای ادغام ایجاد می کنند. پیچیدگی بیشتر این چالش، تنوع روزافزون دستگاه ها و برنامه های کاربردی اینترنت اشیا (IoT) است که عملیات ساختمان هوشمند را قادی می سازد. به خاطر ادغام سیستم های پیچیده و ناهمگن در ساختمان های هوشمند، بهینه سازی مداوم عملکرد ساختمان یک چالش مهم است. ساختمان های هوشمند یک فرصت سرمایه گذاری رو به رشد برای آینده هستند که منجر به صرفه جویی در هزینه های نگهداری و بهره برداری، افزایش رضایت مشتریان و کارکنان، کاهش تاثیرات زیست محیطی و افزایش ارزش بازار ساختمان می شوند. بر اساس گزارش های مختلف، بازار جهانی ساختمان های هوشمند در حال رشد است و پیش بینی می شود تا سال ۲۰۲۵ به بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار برسد. بنابراین سرمایه گذاری می تواند با شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدات و همچنین رقبا و مشتریان در این حوزه، استراتژی های مناسب را برای حضور در این بازار پویا و رقابتی تعیین کنند.

سیستم های اتوماسیون و مدیریت ساختمان (BAMS)

سیستم های اتوماسیون و مدیریت ساختمان (BAMS) سیستم های هوشمند سخت افزاری و نرم افزاری، برای اتصال سیستم های تهویه مطبوع (HVAC)، روشنایی، امنیت و سایر سیستم های ارتباطی روی یک پلت فرم واحد هستند. با این حال، BAMS ها اطلاعات مهمی را در مورد عملکرد عملیاتی ساختمان ها به اپراتورها و کاربران ارائه می دهند که هدف آن ها، ارتقای بهره وری انرژی و بهینه سازی مصرف آب، افزایش ایمنی و راحتی ساکنان، کاهش هزینه های نگهداری، افزایش چرخه عمر ساختمان، خدمات شهری و غیره است. این دستاوردها و وسیله شبکه بندی حسگرها و اجزای کنترل مسئول نظارت و کنترل سیستم های مکانیکی، امنیتی، مدیریت حریق، نورپردازی، HVAC، مدیریت رطوبت و سیستم های تهویه به امکان پذیر می شود.

بهره گیری از فناوری های اطلاعات و ارتباطات (ICT)، فناوری های سنجش و اندازه گیری همراه با محاسبات ابری، ذخیره سازی داده های حجیم و تحلیل این داده ها، باعث تحول BAMS ها گردیده است. مقادیر زیادی از داده های

تحولات و روند صنعتی در حوزه ساختمان ها، از تبدیل خانه های مسکونی موجود به ساختمان های هوشمند و ایجاد ساختمان های هوشمند جدید شکل گرفت. پیش از اختراع کامپیوتر، انسان ها همواره به بهبود زندگی افراد در خانه از طریق هوشمندسازی و تحقیقات محاسباتی می پرداختند که می توان به انتقال انبار سوخت از بیرون به داخل خانه، استفاده از کاه گل و پنجره های کوچک در نواحی کوهستانی برای جلوگیری از نفوذ سرما و خروج گرما اشاره کرد. با توسعه کامپیوتر و شبکه های کامپیوتری، مفاهیم ساختمان های هوشمند بر پایه سیستم های کامپیوتری و ارتباطات الکتریکی شکل گرفت. این تحول به هماهنگی بین سیستم های مختلف مانند روشنایی، امنیت، دما، و استفاده از لوازم برقی منجر شد و به ظهور کلیدها و سنسورهای دیجیتالی انجامید و ادغام دنیای فیزیکی با کامپیوتر، دنیای جدیدی را با ذهنیت کامپیوتری ایجاد کرد. این تحولات نه تنها باعث راحتی، اطمینان، امنیت و دسترسی آسان تر و سریع تر شده اند، بلکه موجب ایجاد بازارهای جدید و رشد سریع در این حوزه، از هوشمندسازی سیستم های روشنایی و امنیتی گرفته تا استفاده از دیجیتالی سازی در مدیریت دما و سیستم های الکتریکی شده اند.

خانه هوشمند

خانه هوشمند، با تجهیزات و زیرساخت های خود، امکان مانیتورینگ و کنترل از راه دور را در خانه فراهم می کند و این فناوری شامل چهار بخش اصلی است: زیرساخت های اندازه گیری پیشرفته؛ این زیرساخت ها با تبدیل کنتورهای الکتریکی به کنتورهای دیجیتالی سیستم های AMR را به وجود آورده و دارای کنتور هوشمند، شبکه خانگی (HAN) و سیستم مدیریت داده هستند.

نمایشگرها: با زیرساخت های اندازه گیری پیشرفته، مصرف کنندگان می توانند اطلاعات مصرف و نرخ برق را از طریق نمایشگرهای طراحی شده مشاهده کنند.

تجهیزات اتوماسیون خانگی: با هدف مشارکت مؤثر مشتری کان در برنامه مدیریت مصرف انرژی خانه خود و امکان نظارت و کنترل از راه دور تجهیزات برای آن ها به وجود آمدند که شامل سنسورها، کلیدهای اتوماتیک، وسایل برقی هوشمند، پریزها و شاخه های هوشمند تر موتات هوشمند می شود.

سیستم مدیریت انرژی خانگی: قابلیت تعریف سناریوهای مختلف برای مدیریت مصرف انرژی خانه مانند کنترل نورپردازی، پخش موسیقی، تر موتات، دزدگیر، کنترل امکانات ریموت دار خانه، سردارها هستند این سیستم باعث صرفه جویی در مصرف انرژی و کاهش هزینه های برق خانه می شود. علاوه بر این، با افزایش راحتی و امنیت خانه، ارزش افزوده خانه را بالاتر و برای خریداران محتمل جذاب تر می کند. در نتیجه، سرمایه گذاری در خانه هوشمند یک سرمایه گذاری با بازده بالا و پایدار است.

ساختمان های هوشمند

ساختمان های هوشمند با سیستم مدیریت هوشمند، ترکیبی از سخت افزارها و نرم افزارها هستند که برای مانیتورینگ و کنترل یکپارچه بخش های حیاتی

اتوماسیون و مدیریت ساختمان تولید، جمع‌آوری و ذخیره می‌شود. این شرایط به‌عنوان یک فرصت برای پیاده‌سازی داده‌کاوی و تجزیه و تحلیل گسترده در BAMS ها ارائه می‌شود. با توجه به حجم بالای داده‌های جمع‌آوری شده در BAMS ها، پدیده «داده‌های بزرگ» ظاهر شده و از ابزارهای تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ هوش مصنوعی برای تغییر شیوه مدیریت داده‌ها بهره‌مند می‌شود. داده‌های بزرگ در ساختمان‌های همی‌تواند به بهبود تصمیم‌گیری در مراحل مختلف پروژه کمک کند، اما برای استفاده از این داده‌ها، باید با مشکلات فنی و ابزاری موجود در ساختمان‌های قدیمی روبه‌رو شویم. با استفاده از روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها، می‌توانیم سیستم‌های جدید و نوسازی شده را طراحی و اجرا کنیم که به نیازهای ساختمان منطبق باشند.

راه‌حل‌های هوشمندی را با چهار مسأله اصلی از جمله «پیش‌بینی اشغال ساختمان»، «پیش‌بینی آسایش حرارتی»، «افزایش صرفه‌جویی در انرژی» و «فعال کردن پاسخ سمت تقاضا» می‌توان معرفی کرد. با توجه به این که مردم می‌توانند تا ۹۰ درصد از زندگی خود را در ساختمان‌ها بگذرانند؛ نقش ورودی کاربر، داده‌های رفتاری و تجزیه و تحلیل رفتاری را برای بهینه‌سازی و خودکارسازی عملیات ساختمان پرچشمه می‌شود.

مدل‌های هوش مصنوعی می‌توانند الگوهای خطای انسانی یا دیگریند و نقص‌های مجموعه‌های داده را رفع کنند. این مدل‌ها با بررسی تعاملات کاربران با برنامه‌های تحلیلی، ناهنجاری‌ها و بینش‌های جدید را در داده‌های بزرگ شناسایی می‌کنند. ادغام تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ هوش مصنوعی، عملکرد و کارایی را در زمینه‌های مختلف بهبود بخشید. از برخی مزایای این روش می‌توان به بهینه‌سازی انرژی و عملیات، کنترل خودکار با پلت فرم‌های بی‌سیم، تصمیم‌گیری سریع و دقیق، کنترل هوشمند تسهیلات و کاهش ریسک شکست، کاهش هزینه چرخه عمر و افزایش ایمنی و امنیت اشاره کرد. بنابراین، BAMS ها می‌توانند به افزایش صرفه‌جویی در انرژی، کاهش هزینه‌های عملیاتی، افزایش رضایت کاربران و ارزش ساختمان منجر شوند. در نتیجه، BAMS ها چشم‌انداز قابل توجهی برای سرمایه‌گذاران هستند.

تکامل BAMS ها و تعریف منابع کلان داده

از دهه ۱۹۵۰ تا ۱۹۹۰ میلادی، BAMS ها از سیستم‌های پنوماتیک به سیستم‌های الکترونیکی و پروتکل‌های باز مانند BACnet تغییر کردند. BAMS ها سیستم‌هایی هستند که کنترل و نظارت بر عملکرد ساختمان‌ها را انجام می‌دهند. این سیستم‌ها در طول زمان با استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته‌تر و هوش مصنوعی بهبود یافته‌اند. برای استفاده از هوش مصنوعی، BAMS ها به داده‌های بزرگ و ناهمگن نیاز دارند که از حسگرها، کنتورها و دستگاه‌های اندازه‌گیری در ساختمان‌ها جمع‌آوری می‌شوند. این داده‌ها به BAMS ها کمک می‌کنند تا رویدادهای مختلف در ساختمان‌ها را شناسایی و بهینه‌سازی کنند. BAMS ها می‌توانند فرصت‌های سرمایه‌گذاری را در زمینه افزایش کارایی، کاهش مصرف انرژی و بهبود رضایت‌مندی کاربران فراهم کنند. شکل زیر معماری کلی یک BAMS و منابع داده اصلی آن را نشان می‌دهد.



محیط‌های خودمدیریتی SOCx

ساختمان‌ها برای ۳۲ درصد از مصرف انرژی جهانی و ۱۹ درصد از انتشارات CO₂ مسئول هستند. مدیریت بهینه ساختمان‌ها برای کاهش این مقادیر حیاتی است. پیشرفت‌ها در یادگیری ماشین و محاسبات ابری، فرصت‌های جدیدی برای پیاده‌سازی راه‌اندازی هوشمند و مداوم (SOCx) فراهم می‌کند. IBM محاسبات خودمختار را این گونه معرفی کرد: «محیط محاسباتی که قابلیت مدیریت خود،

سازگاری با تغییرات بر اساس سیاست‌ها و اهداف تجاری را دارند. این محیط‌ها خودپیکربندی، خوددرمانی، خودبهینه‌سازی و محافظت از خود هستند.» سیستم‌های ساینترتیک خودمختار یک محیط محاسباتی است که قادر به تشخیص و پاسخ به تغییرات در ویژگی‌های عملکرد داخلی خود است. یا محیط عملیاتی خارجی با کمترین مداخله انسانی و قابلیت ارتباط با سایر انسان‌ها یا سیستم‌های خودمختار مطابق با اهداف، قوانین یا سیاست‌های تجاری، SOCx، فرآیندهای راه‌اندازی سنتی را با نظارت آنلاین و تجزیه و تحلیل داده‌ها از دستگاه‌های اینترنت اشیا و سیستم‌های ساختمان سنتی مانند BAS ادغام می‌کند تا عملکرد بهینه ساختمان را حفظ کند. SOCx همچنین با سایر سیستم‌های خودمختار و انسان‌ها در تعامل است. SOCx یک فرصت سرمایه‌گذاری جذاب برای کسب و کارهایی است که به کاهش اثرات زیست‌محیطی ساختمان‌ها علاقه‌مند هستند. مزیت‌های سیستم‌های SOCx برای اپراتورهای ساختمان و مدیران تأسیسات کاهش هشدارهای مزاحم و تصحیح خودکار آن‌ها، بینش جدید در مورد تشخیص عیب، از جمله حل آن‌ها در مواقعی که نیازی به مداخله انسانی نیست و بهبود عملکرد انرژی تأسیسات است.

مصرف خودمصرفی در ساختمان

مصرف انرژی ساختمان‌ها تقریباً ۴۰ درصد انرژی جهانی را تشکیل می‌دهد که بیش از نیم آن به سیستم‌های تهویه مطبوع (HVAC) اختصاص دارد. استراتژی‌های مدیریت انرژی پیشرفته برای پذیرش سیستم‌های انرژی یکپارچه (IES) شامل منابع انرژی تجدیدپذیر (RES) مانند سیستم فتوولتائیک (PV) و ذخیره‌سازی انرژی باتری (BESS) ضروری است. سیستم (BESS) که هدف آن بهبود مصرف خودمصرفی (SC) انرژی تولید شده در محل از PV است. ساختمان‌ها می‌توانند از منابع اعطاف‌پذیری دیگر مانند ذخیره‌سازی انرژی حرارتی (TES) و اینرسی حرارتی ساختمان استفاده کنند که امکان تغییر یا کاهش تقاضای انرژی برای HVAC را فراهم می‌کند. با این حال، IES به دلیل نیاز به انطباق عملکرد آن‌ها با عوامل بیرون‌زا که به‌طور مداوم در حال تغییر هستند، مانند شرایط آب‌وهوایی، الگوهای اشغال یا تعارف‌های برق، به مدیریت مناسب نیاز دارد. اگرچه راهبردهای کنترلی Proportional-Integral-Derivative (PID) (grative-Derivative) که معمولاً در ساختمان‌ها اجرا می‌شوند، می‌توانند به راحتی اجرا کرد و عملکرد دقوی را نشان داده‌اند، اما واکنش‌پذیر هستند و قادر به انطباق با تغییرات محیطی که باید کنترل شوند نیستند. استراتژی‌های کنترلی پیشرفته مانند کنترل پیش‌بینی مدل (MPC) می‌توانند به مدیریت سیستم‌های انرژی کمک کنند تا شرایط آسایش داخل ساختمان را بهبود بخشند و در عین حال مصرف انرژی را کاهش دهند. این افزونه‌ها فرصت سرمایه‌گذاری در ساختمان‌هایی با این ویژگی‌ها برای کاهش اثرات زیست‌محیطی ساختمان‌ها و کاهش هزینه‌های آن ایجاد می‌کند.

نتیجه‌گیری

با توجه به موضوعات مطرح شده، ۴ مولفه اساسی از جمله ایمنی در سازه و تأسیسات، امنیت در داخل و پیرامون ساختمان، مدیریت امکانات به صورت هوشمندانه و انرژی در بخش هوشمندسازی ساختمان‌ها در نظر گرفته می‌شوند. این موارد اصلی‌ترین موضوعات در بخش خودمدیریتی، هوشمندسازی در مجموعه‌های یکپارچه‌سازی کلیه سیستم‌های مختلف داخل یک ساختمان هستند که افزایش رفاه، ایمنی، امنیت، کاهش مصرف انرژی و هزینه‌های بهره‌برداری را به دنبال دارند. در مجموع همه این‌ها با سرمایه‌گذاری درست، ارزش افزوده برای خود ساختمان ایجاد می‌کنند و هزینه‌های بهره‌برداری در آینده را با کاهش مواجه می‌کنند. تأسیسات و زیرساخت‌ها می‌توانند مقدمه‌ای بر شبکه‌سازی و یکپارچه‌سازی ساختمان‌ها و شهرهای هوشمند با هم دیگر باشند. اگر این موضوع به‌حوزه شهر و شهرسازی تعمیم داده شود، از شبکه کردن ساختمان‌ها، مناطق و شهرها؛ شهرهای هوشمندی که در کنار خود تأسیسات هوشمندی خواهند به‌جود می‌آورد. ایجاد زیرساخت‌های هوشمند شهری مثل بسترهای FTTH یا FTTB (فیبر نوری) و انتقال اطلاعات سیستم‌های مش‌نورک و مواردی از این قبیل در استفاده و پایش بهتر دیتا در یک شهر هوشمند و ساختمان هوشمند تأثیرگذار است و ما برای آینده بهتر باید روی این موضوعاتی که مطرح شد، بیشتر متمرکز شویم. ■

ساختمان‌های
هوشمند با
سیستم مدیریت
هوشمند ترکیبی
از سخت‌افزار و
نرم‌افزارها هستند
که برای مانیتورینگ
و کنترل یکپارچه
بخش‌های حیاتی
ساختمان نصب
می‌شوند

مصائب یک مشاور تحول دیجیتال

حامد شب‌آبیان
مشاور تحول دیجیتال

مختلف سازمان که مانی برای رسیدن به اهداف مسیر شما خواهند بود و چه بسا کل این مسیر را برای شما و سازمان مذکور به پایانی تلخ و یا به تلخی بی‌پایانی تبدیل کنند! ریشه برخی از این تعارض‌ها سهم‌خواهی و جنگ‌قدر تمندمدعیان دیجیتال است.

بالاخره داستان این است که افتخار اجرایی کردن تحول دیجیتال در سازمان به اسم چه کسی یا دپارتمانی سند می‌خورد. این عزیز مقتدر باید مدیر ارشد فناوری اطلاعات سازمان باشد؟ یا مدیر ارشد کسب و کار؟ یا مدیر ارشد تحقیق و توسعه؟ و یا شاید هم مدیر ارشد تعالی سازمانی. همین جاست که شاهد مدیرانی هستم که در جلسات قربان صدقه همدیگر می‌روند، اما بیرون از جلسه پنبه همدیگر را حسابی می‌زنند. ریشه برخی از تعارضات هم در به خطر افتادن منافع افراد است. منفعت این عزیزان در عدم شفافیت در سازمان است و تحول دیجیتال شفافیت در عملکرد، داده‌ها، بهروری و فرهنگ سازمانی را به دنبال خواهد داشت؛ لذا در مسیر تان سنگ‌اندازی خواهند کرد. البته برخی از این عزیزان اغلب سنتی که واژه دیجیتال حتی به گوش‌شان هم نخورده است، ترس از تنزل جایگاه و یا حذف شدن دارند و برخی نیز نگرانند که مسئولیت‌ها و وظایف‌شان بیشتر شود. البته ماجرا به همین جا هم ختم نمی‌شود. تعارض با مدیر عامل و هیات‌مدیره (در صورت نداشتن حمایت آن‌ها در این مسیر) و حتی تعارض با نهادهای ناظر و بازیگران اکوسیستم آن صنعت (تامین‌کنندگان، شبکه فروش و...) را هم فراموش نکنید. خلاصه اینکه لباس رزم بر تن کنید و آماده مواجهه با این چالش‌ها و تعارضات باشید و برای هر یک از این‌ها تمهیدی بیاندیشید.

به قول حضرت حافظ: «گویند سنگ لعل شود در مقام صبر... آری شود، ولیک به خون جگر شود»

پرده سوم - لمپنیسم دیجیتال

چند وقتی است به پدیده عجیبی برخورد کردم که نامش را لمپنیسم دیجیتال می‌گذارم. ماجرا از این قرار است که در صنایع و سازمان‌هایی که بلوغ چندانی در تحول دیجیتال ندارند، عده‌ای کاسب معلوم الحال از ناگجا پیدا شده‌اند که به اسم مشاور و یا کوچ (همان مربی خودمان!) تحول دیجیتال و با استفاده از رابطه و رانت و زیرمیزی یا سوءاستفاده از شناخت ناکافی مدیران این سازمان‌ها، به سراغشان می‌روند و به اسم تحول دیجیتال، میلیون‌ها تومان پول سازمان را بابت خرید سخت‌افزار و برگزاری یک دوره سطح پایین آموزشی و فروش یک محصول یا خدمت نرم‌افزاری به جیب می‌زنند؛ یعنی کل ابعاد تحول دیجیتال (مدل کسب و کاری، فرآیندها، تجربه مشتری، تجربه کارکنان، حکمرانی و رهبری، استراتژی، اکوسیستم، فرهنگ و سواد دیجیتال، داده و...) خلاصه شده در چند



پرده اول - فخر فروشی دیجیتال

ساده‌ترین راه تحول دیجیتال برای مدیران و رهبران بعضی از سازمان‌ها آن است که بلافاصله با صدور دستورالعملی، سازمان را به سمت به کارگیری فناوری‌های نوین و دهان‌پُرکنی مثل بلاکچین، هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و واقعیت افزوده هل می‌دهند. برای خالی نبودن عریضه، یک مرکز نوآوری عریض و طویل لوکس و استارت‌آپ‌طوری هم در طبقه آخر شرکت درست می‌کنند.

در تمام ملاقات‌ها، جلسات و همایش‌های رسمی یا خودمانی هم با این دستاوردها پُر می‌دهند که ایها الناس! سازمان تحت امر ما با درایت و مدیریت همایونی ما به منتهاالیه تحول دیجیتال رسیده است! سوالی که باید از این عزیزان پرسید آن است که مدل کسب و کاری تان چقدر پرسودتر و بهرورتر شده؟ فرآیندهای تان چقدر چابک‌تر و کارآمدتر شده؟ چه بهبودی در تجربه مشتریان تان حاصل شده؟ میزان رضایت کارکنان تان چقدر بیشتر شده؟

دوستان خوب! تحول دیجیتال یک سفر بی‌انتهاست که باید تمرین کنیم کلمه "تحول" آن را چند برابر درشت‌تر از واژه "دیجیتال" ش بنویسیم. تحول دیجیتال با تکان دادن چوب جادوی فناوری در سازمان اتفاق نمی‌افتد و نیاز به رهبرانی دارد که در نگرش‌ها، رفتارها و تصمیمات خود تغییر ایجاد کنند تا به الگویی برای دیگران تبدیل شوند.

پرده دوم - مدعیان دیجیتال

وقتی به عنوان مشاور و یا راهبر تحول دیجیتال در یک سازمان فعالیت می‌کنیم، باید حواسمان به موضوع مهمی به اسم تعارض باشد. دیدگاه‌های متضاد و اختلاف نظرها و سلیقه‌ها بین افرادی از سطوح

سخت‌افزار و سایت و ستو و اینستاگرام! اینجاست که نقش فرهنگ‌سازی دیجیتال و آگاه شدن مدیران از این مقوله، بسیار مهم خواهد شد. ای کاش مدیران و تصمیم‌گیران سازمان‌های مابه‌جای اینکه برای متحول شدن یک شبه سازمان‌شان شتاب‌زده عمل کنند و یا بخواهند به هر قیمتی که شده یک نمایش مدرک‌ایانه از دیجیتال را اجرا کرده و در بوق و کرنا کنند، قدری مطالعه و تعمق کنند و روی بلوغ تحول دیجیتال در سازمان‌شان سرمایه‌گذاری کنند. البته تکلیف آن دسته از مدیرانی که غرض و منفعتی در همکاری با این مشاورانها و کوچ‌ها ندارند؛ معلوم است: «ترود میخ آهنین در سنگ»

پرده چهارم - بحران فرهنگ نوآوری

مثل روز روشن است که برای ساختن سازمان و شرکتی پیشرو و شکست‌ناپذیر در عصر دیجیتال، نیازمند ایجاد فرهنگ نوآوری هستیم. البته این فرهنگ را نمی‌توان به صورت مکانیکی و دستوری طراحی کرد. ایجاد فرهنگ نوآوری همچون پرورش باغ است. رهبران باغبان آن باغ، رفتارهای سازمانی چونان درختان و نتایج حاصل از این فرهنگ هم میوه‌های باغند. رشد و شکوفایی باغ‌مان با شعبده‌بازی میسر نمی‌شود و به عواملی توانمندساز مثل آب کافی و مراقبت از درختان نارس باغبان نیاز داریم. علف‌های هرز نیز که مانع رشد نهال‌های باغبان هستند، باید از بین بروند. متأسفانه یکی از ده‌ها چیزی که در نقشه راه و مسیر تحول دیجیتال سازمان‌ها نادیده گرفته می‌شود، ایجاد فرهنگ نوآوری است و کاملاً طبیعی است که این مسیر با شکست مواجه خواهد شد، زیرا رهبران و مدیران در سازمان‌های کوچک و بزرگ ما:

- اسیر مدل‌های کسب و کار سنتی هستند و نگاهشان به نوآوری پسان یک جعبه سیاه است.
- ایجاد فرهنگ نوآوری را معادل راه‌انداختن یک مرکز آر.آند.دی یا همان تحقیق و توسعه می‌دانند.
- نوآوری را چندان ضروری نمی‌دانند و لذا نوآوری مشروعیت و قدر و منزلتی برایشان ندارد.
- در نتیجه:
- مدیران نوآوری (اگر وجود داشته باشند!) چند سطح با راس هرم سازمان فاصله دارند.
- دسترسی به منابع برای تیم‌های نوآوری محدود و مناقشه‌آمیز است و آن‌ها عملاً در غل و زنجیر محدودیت‌ها هستند.
- کارکنان سراغ نوآوری نمی‌روند، چون از تنبیه و به خطر افتادن جایگاه شغلی‌شان می‌ترسند.
- برخورد سازمان با معهوده‌های نوآوری همچون میکروبی است که باید از بین برده شود!
- کارکنان مستعد و نوآور، شرکت را ترک می‌کنند و به سراغ شرکت‌های رقیب یا استارت‌آپ‌های می‌روند.
- پس بیابید پیش از اینکه داد سخن از تحول دیجیتال سر دهیم، جنبه‌های منفی که مانع از ایجاد نوآوری است را از معادلات سازمان حذف کنیم.
- به نوآوری قدرت و مشروعیت بدهیم و باغبان رشد فرهنگ نوآوری در سازمان مان باشیم.

پرده پنجم - تحت تعقیب: مشاور تحول دیجیتال!

امان از روزی که مشاور سازمانی باشی (آن هم از جنس تحول و نوآوری و این واژه‌های دیر هضم برای برخی مدیران عزیز) و یک شب بخوابی و صبح ناگهان ببینی مدیر ارشد آن سازمان عوض شده است. مدیر جدید همچون شوالیه‌ای سفیدپوش، با چوب جادوی حل یک شبه تمام مشکلات و کاستی‌ها، از راه می‌رسد و با قدم گذاشتن وی در سازمان، متهمان ردیف اول کاستی‌ها به احتمال زیاد مدیر عامل قبلی و مشاورینش هستند، به خصوص

از جنس دیجیتالش. پس باید سرشان را به تاقی کوفت! در این حد که حاضر به دادن رخصتی چند دقیقه‌ای به شما برای شنیدن صحبت‌های تان نیستند و حتی نمی‌پرسند که ای مشاور نما! بگو ببینم تو که این همه پول از سازمان ما گرفته‌ای، چه کرده‌ای و خروجی‌ات تا الان چه بوده؟ داستان این است که سازمان‌ها و شرکت‌های ما، مثل همه جای دنیا، اگر بخواهند در مسیر تحول دیجیتال موفق شوند، باید علاوه بر تغییر نگاهشان به این مقوله، مساله حکمرانی را نیز جدی بگیرند. تحول از بالای سازمان شروع می‌شود.

مدیر عامل عزیز و اعضای محترم هیات مدیره:

نقش شما در موفقیت یا شکست سفر تحول دیجیتال سازمان تان بسیار مهم است. تحول دیجیتال فقط نصب شعار روی در و دیوارها، خریدن میز پینگ‌پنگ و بیلارد، جشن چهارشنبه سوری و تولد گرفتن و یا برگزاری بازی‌های مارشمالو تاور و طناب کشی نیست. شبیه استیو جابز لباس پوشیدن و مثل ایلان ماسک حرف زدن هم باعث متحول شدن سازمان تان نمی‌شود. آنچه می‌گویید را زندگی کنید. تغییر از خود شما آغاز می‌شود.

مشاوران عزیز تحول دیجیتال:

تحول دیجیتال حداقل در ایران هنوز یک دالان تاریک است. شوربختانه، سازمانی با تفکرات منجمد و فرهنگ مریض را نمی‌توان متحول کرد. این‌ها دچار بیماری نابینایی دیجیتال هستند! پس لطفاً خودمان و آن‌ها را سر کار نگذاریم و آرامش‌شان را خراشیم و برای سازمان‌های مستعد تحول هم قرار نیست یک شبه طوفان تغییر به پا کنیم. لطفاً وعده سر خرمن ندهیم، به شرایط سازمان در خلاء نگاه نکنیم و بالا تا پایین را ضربتی به هم نریزیم. فرهنگ‌سازی کنیم. جنبه‌های انسانی در تحول دیجیتال خیلی خیلی مهم هستند. آن‌ها را جدی بگیریم. مدیران ما نیاز به اقناع در تحول دیجیتال دارند تا نه تنها در برابر آن مقاومت نکنند، بلکه رگ گردنشان برای ارزش‌های این تحول بیرون بزنند.

جمع‌بندی

تحول دیجیتال واقعی به انعطاف‌پذیری، تجربه‌گری و در یک کلام، چابکی در اجرای راهکارهای تحول دیجیتال نیاز دارد. دیگر دوران نوشتن مسترپلن‌ها، اسناد راهبردی چندساله و نقشه راه‌های سالانه برای برنامه‌ریزی تحول دیجیتال گذشته است. مسیر در ست بلوغ تحول دیجیتال در یک سازمان، داشتن نگاه چابک در جهت‌گیری راهبردی نسبت به حوزه‌های مختلف تحول و اجرای مکرر برنامه‌های کوتاه‌مدت چندماهه است. در سازمان‌های مان به دنبال نوشتن برنامه‌های حجیم و بلندمدت تحول دیجیتال نباشیم. در عوض بدون داشتن نگاه سلسله‌مراتبی، تیمی از باورمندان و مشتاقان تحول دیجیتال را از لایه‌های مختلف سازمان تشکیل دهیم که دغدغه تحول دیجیتال داشته باشند. با کمک آن‌ها اقدامات مان را بر اساس شرایط و ضروریات سازمان برنامه‌ریزی کرده و این اقدامات را در سازمان اجرا کنیم. تحول دیجیتال تلفیقی متوازن از منابع دیجیتالی و فیزیکی است. وقتی در مدل کسب و کار مان نوآوری و همکاری با اکوسیستم استارت‌آپی را ببینیم، در فرآیندهای سازمان مان ظرفیت‌های فناوری را به درستی به کار بگیریم و راهبردی داده‌محور (و نه داده‌گریز و بعضاً داده‌سبزی) داشته باشیم، آنگاه می‌توانیم تجربه جذاب و دلچسبی را برای مشتریان مان رقم بزنیم و در نتیجه وفاداری‌شان به محصولات، خدمات و برندها مان نهایت کسب درآمد پایدار را محقق کنیم. این گونه است که شرکت‌های شکست‌ناپذیر روال‌های جافته‌ده سنتی صنعت‌شان را برهم می‌زنند و به موفقیتی بزرگ دست پیدا می‌کنند. ■

برای ساختن سازمان و شرکتی پیشرو و شکست‌ناپذیر در عصر دیجیتال نیازمند ایجاد فرهنگ نوآوری هستیم. البته این فرهنگ را نمی‌توان به صورت مکانیکی و دستوری طراحی کرد

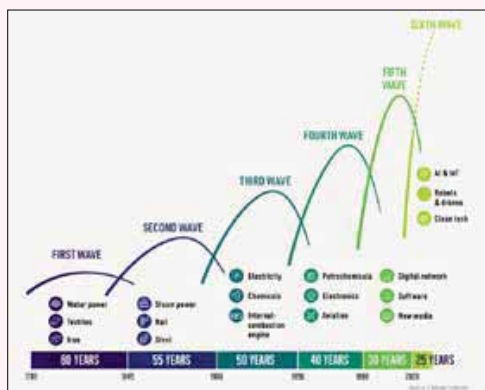
بررسی صنعت ساخت در عصر دیجیتال

حسین موسوی
پژوهشگر حوزه مدل سازی اطلاعات ساخت



در دنیای امروز که به سرعت در حال تغییر است، ظهور فناوری های دیجیتال، خود کار سازی و هوش مصنوعی از مهمترین عوامل موج ششم اقتصادی می باشد

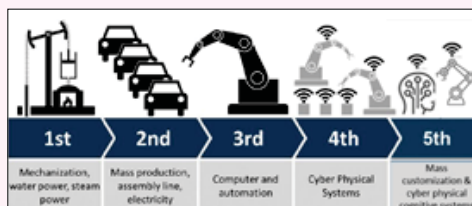
هر موج نوآوری نسبت به موج بعدی دوره کوتاه تری را سپری می کند که این نشان دهنده شتاب هر چه بیشتر بشر برای پیشرفت و نوآوری است. از موج اول که عمر ۶۰ ساله را تجربه کرده تا موج آخر که پیش بینی می شود، بعد از ۲۵ سال اتمام و موج بعدی نوآوری جایگزین آن گردد. برای الگوبرداری از نظریه مذکور برای بهبود اقتصاد کلان کشور حتما باید از نوآوری های عصر حاضر مانند دیجیتال سازی هوش مصنوعی کلان داده استفاده کرد.



در دنیای امروز که به سرعت در حال تغییر است، ظهور فناوری های دیجیتال، خود کار سازی و هوش مصنوعی از مهمترین عوامل موج ششم اقتصادی می باشد. با پیش بینی روندهای فناوری، شرکت ها می توانند از نظریه چرخه های نوآوری برای شناسایی فناوری های جدیدی که ممکن است در آینده روند ساز باشند، استفاده کنند. با الگوبرداری از نظریه مذکور برای بهبود اقتصاد کلان کشور نیز حتما باید از نوآوری های عصر حاضر مانند دیجیتال سازی هوش مصنوعی کلان داده استفاده کرد.

گزارشی از PWC نشان می دهد که ۷۱ درصد شرکت های ساخت و ساز بر این باورند که به کار گرفتن فناوری های دیجیتال در ۵ سال آینده، عامل اصلی رشد این صنعت خواهد بود. فناوری های دیجیتال می تواند منجر به کاهش زمان برنامه های پروژه تا ۲۰ درصد و همچنین افزایش بهره وری تا ۳۰ درصد شود. یک مطالعه از سوی موسسه NIST نشان

دیجیتال سازی یکی از مهمترین روندهای نوظهور در جهان معاصر است. از زمان انقلاب صنعتی سوم و بعد از آن با شکل گیری انقلاب صنعتی چهارم (i4.0) جهان معاصر به شکل فزاینده ای به سوی دیجیتال سازی حرکت کرده است.



در همین راستا مفاهیمی چون ساخت چهارم (Construction 4.0) با محوریت صنعت ساخت و جامعه پنجم (Social 5.0) با محوریت جامعه هوشمند نیز شکل گرفته اند. این فناوری ها مفهوم جدیدی به نام اقتصاد دیجیتال را بنا نهاده اند.

اصطلاح «اقتصاد دیجیتال» اولین بار در سال ۱۹۹۰ توسط یک استاد و پژوهشگر اقتصاد ژاپنی به نام ماساهیرو ناکایاما (Masahiro Nakayama) مطرح شد. اصطلاح «اقتصاد دیجیتال» سپس توسط اقتصاددانان و پژوهشگران غربی نیز پذیرفته شد و به سرعت در محافل علمی و تجاری رواج یافت. در سال ۱۹۹۵، دان تاپسکات (Don Tapscott) کتابی با عنوان «اقتصاد دیجیتال» و عده و خطر در عصر اطلاعات شبکه منتشر کرد.

یکی از بهترین نظریه ها برای درک بهتر تاثیر فناوری دیجیتال در عصر معاصر بر اقتصاد نظریه نوآوری شومپیتر می باشد. با بررسی نظریه چرخه های نوآوری یوزف شومپیتر می توان به اهمیت عصر دیجیتال در تحول اقتصادی پی برد. شومپیتر یکی از برجسته ترین اقتصاددانان قرن ۲۰م بود و با بیان نظریه چرخه نوآوری نشان داد که موج های نوآوری مهمترین عامل ایجاد اختلاف بین کشورهای پیشستاز در زمینه توسعه پایدار اقتصادی در هر عصر بوده است. با بررسی این روندها مشخص می شود که کشور های پیشستاز مانند آلمان، فرانسه و مخصوصا انگلستان یکی از دلایل پیشبرد اهداف سیاسی و اقتصادی خود را مدیون داشتن فناوری های به روز هر دوره بوده اند. جالب اینجاست که

می‌دهد که استفاده از تجهیزات خودکار در پروژه‌های ساخت‌وساز می‌تواند به افزایش بهره‌وری تا ۳۰ درصد منجر شود. بر اساس گزارش شرکت مشاوره مدیریتی EY حدود ۹۰ درصد شرکت‌های ساختمانی در سراسر جهان برای بهبود عملیات خود در فناوری‌های دیجیتال سرمایه‌گذاری می‌کنند.

گزارشی از مجمع جهانی اقتصاد نشان می‌دهد که صنعت ساخت‌وساز می‌تواند با اتخاذ فناوری‌های دیجیتال تا سال ۲۰۲۵ به‌طور جهانی تا ۱.۲ تریلیون دلار صرفه‌جویی داشته باشد و همچنین می‌تواند منجر به کاهش ضایعات مواد مصرفی تا ۹۰ درصد شود. از عوامل اصلی که موجب شتاب بیشتر در پیاده‌سازی فناوری دیجیتال است، می‌توان به مواردی مانند مدیریت یکپارچه اطلاعات، استفاده از کلان‌داده‌ها، استفاده از هوش مصنوعی برای استخراج و تحلیل داده، واقعیت مجازی، واقعیت افزوده، هوش مصنوعی و بلاک‌چین، انقلاب صنعتی چهارم و تحول در ساخت و نگهداری زیرساخت‌ها اشاره کرد. فناوری‌هایی همچون هم‌زاد دیجیتال، اینترنت اشیا، طراحی مولد، پرینترهای سه‌بعدی، بهره‌گیری از پهپادها، اسکنرهای لیزری، تولید انبوه ساختمان و ساخت مودلار و مدل‌سازی اطلاعات ساخت (BIM) از مهمترین روندهای موجود در آینده صنعت ساخت می‌باشد. پیاده‌سازی دیجیتال‌سازی در صنعت ساخت‌وساز به چند دلیل حائز اهمیت است که اولین آن نقش به‌سزای صنعت ساخت‌وساز در تجارت جهانی است.

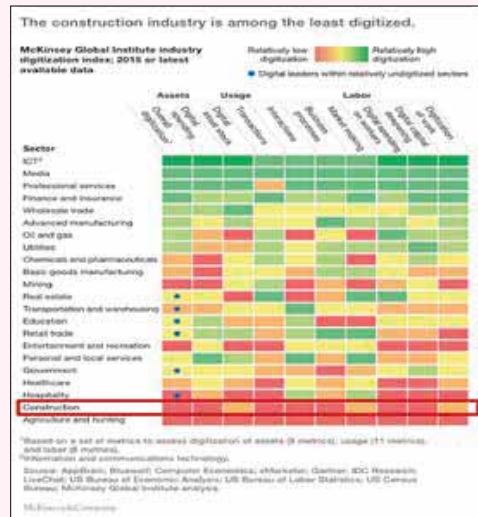
بر اساس گزارش سازمان تجارت جهانی، در سال ۲۰۲۲، ارزش تولید ناخالص داخلی صنعت ساخت در جهان به بیش از ۱۲ تریلیون دلار رسید. این میزان تولید، ۷ درصد از کل تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهد. همچنین در سال ۲۰۲۲، ارزش صادرات محصولات ساختمانی در جهان به بیش از یک تریلیون دلار رسید. این میزان صادرات، ۲ درصد از کل صادرات جهان را تشکیل می‌دهد. اما چالش‌ها و مسائل خاص صنعت ساخت‌وساز موجب کاهش بهره‌وری این صنعت و عدم رشد مناسب آن نسبت به دیگر صنایع شده است.

با توجه به مطالعات دانشگاه استنفورد روی بهره‌وری صنایع مختلف در بازه زمانی سال‌های ۱۹۶۶ تا ۲۰۰۴، برخلاف صنایع دیگر که افزایش ۱۰۰ درصد در بهره‌وری را تجربه کردند، صنعت ساخت با کاهش ۲۰ درصد مواجه شده است. (Flyvbjerg, 2015)



همچنین بر اساس گزارش شرکت مکنزی، صنعت ساخت یکی از

کمترین میزان دیجیتال‌سازی را در بین تمامی صنایع دارا است و همچنان با دوران بلوغ خود فاصله دارد.



یکی از مهمترین دلایل آن این است که صنعت ساخت‌وساز یک صنعت سنتی است و به روش‌های قدیمی و اثبات‌شده خود متکی است. بسیاری از افراد در این صنعت معتقدند که فناوری‌های جدید غیر ضروری هستند و ممکن است، باعث پیچیدگی و افزایش هزینه‌ها شوند. ضمناً فناوری‌های جدید اغلب هزینه‌های بالایی دارند و ممکن است که برای شرکت‌های کوچک و متوسط ساخت‌وساز مقرون به‌صرفه نباشند. همچنین پیاده‌سازی فناوری‌های جدید در صنعت ساخت‌وساز می‌تواند چالش برانگیز باشد. این فناوری‌ها اغلب نیاز به تغییرات اساسی در فرآیندهای کاری خود دارند که می‌تواند زمان‌بر و پرهزینه باشد. با وجود این چالش‌ها، دیجیتال‌سازی در صنعت ساخت‌وساز در حال افزایش است. فناوری‌های جدید می‌توانند به بهبود بهره‌وری و کاهش دوباره کاری، کاهش هزینه‌ها و افزایش ایمنی در این صنعت منجر شود.

در ایران با توجه به تأسیس «انجمن صنفی کارفرمایان فناوری دیجیتال و هوشمندسازی» تلاش‌های قابل توجهی به منظور هدفمندسازی و ایجاد سازوکار صنفی برای هوشمندسازی خدمات عمومی، هدفمند کردن دیجیتال‌سازی در بازارهای مالی، ساختمان، خدمات شهری و سایر تخصص‌ها شده است. این امید وجود دارد که با تمرکز روی خدمات ظرفیت‌های بالقوه دیجیتال‌سازی مانند صدور خدمات مهندسی و تخصصی در زمینه دیجیتال‌سازی، انتقال تجربه از کشورهای پیشرو، ترغیب وزارت علوم و تحقیقات و فناوری به منظور به‌روزرسانی سرفصل‌های رشته‌های تحصیلات تکمیلی با آموزش برنامه‌نویسی، استفاده از کلان‌داده در کسب و کارها، هوش مصنوعی، واقعیت افزوده و مجازی و غیره، بتوان زیربنای این تحول را پایه‌ریزی کرد.

در همین راستا جلسه‌ای با حضور آنجلا مرکل و دونالد ترامپ در تاریخ ۱۴ مارس ۲۰۱۷ در کاخ سفید واشنگتن با حضور شرکت‌های

گزارشی از PWC
نشان می‌دهد که ۷۱
درصد شرکت‌های
ساخت‌وساز بر این
باورند که به کار گرفتن
فناوری‌های دیجیتال
در ۵ سال آینده، عامل
اصلی رشد این صنعت
خواهد بود

۱۲ میلیون شغل جدید ایجاد کند. این رشد عمدتاً به دلیل عواملی مانند افزایش جمعیت، رشد اقتصادی و نیاز به زیرساخت‌های جدید است. دیجیتال سازی نقش مهمی در این رشد ایفا خواهد کرد. فناوری‌های جدید مانند واقعیت مجازی، واقعیت افزوده و هوش مصنوعی در حال تغییر نحوه طراحی، ساخت و نگهداری ساختمان‌ها هستند. این فناوری‌ها می‌توانند بهره‌وری را افزایش، هزینه‌ها را کاهش و ایمنی را بهبود بخشند.

در عین حال، به دلیل دیجیتال سازی، برخی از مشاغل در صنعت ساخت‌وساز کاهش می‌یابد. این مشاغل عمدتاً مشاغلی مانند کارگران ساختمانی، کارگران تولید و کارگران دفتری هستند که می‌توانند به‌طور خودکار انجام شوند. کارگرانی که در این مشاغل مشغول به کار هستند، باید برای یادگیری مهارت‌های جدید آماده باشند تا در مشاغل جدیدی که در صنعت ساخت‌وساز ایجاد می‌شوند، کار پیدا کنند. از جمله مهارت‌های مورد نیاز نیروی کار در دنیای دیجیتال می‌توان به مواردی از جمله توسعه مهارت‌های فنی و تحلیلی، دانش در زمینه فناوری‌های جدید در صنعت ساخت‌وساز، شبکه‌سازی و تعامل با افراد دیگر در این صنعت اشاره کرد.

طراحان ساختمانی با استفاده از واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، مدیران پروژه با استفاده از هوش مصنوعی، مهندسان ساخت‌وساز با استفاده از فناوری‌های جدید، متخصصان تحلیل داده، متخصصان امنیت سایبری، کارگران ساختمانی با مهارت‌های جدید در استفاده از فناوری، از جمله مشاغلی هستند که در آینده‌ای نه چندان دور در این صنعت به وجود می‌آیند با دیجیتال سازی منجر به رشد آن‌ها می‌شود. این مشاغل به دلیل تغییر در نحوه طراحی، ساخت و نگهداری ساختمان‌ها به وجود خواهند آمد.

پروژه «تدوین سند ملی تحول دیجیتال و نقشه راه اجرای آن در سطح ملی» نیز با هدف ایجاد درک مناسب و مشترک در ارکان سیاست‌گذاری و اجرایی کشور از فناوری‌های تحول دیجیتال، شناسایی فرصت‌ها، چالش‌ها، قابلیت‌های موجود و مشخصات زمینه‌های کاربردی این فناوری‌ها در صنایع و بخش‌های مختلف اقتصادی تعریف شده است. این نقشه راه، اهداف و راهبردهای دولت در حوزه تحول دیجیتال را مشخص می‌کند و همچنین اقدامات گسترده‌ای نیز برای ایجاد دولت الکترونیک انجام شده است. همچنین یکی از نقطه قوت‌های کشور در آینده عصر دیجیتال برای صنعت ساخت، تدوین قوانین کشوری مدل سازی اطلاعات ساخت در سطح کشوری توسط سازمان مدیریت استان تهران، تصویب قانون مناطق آزاد مدل سازی اطلاعات ساخت در هیأت دولت و ابلاغیه سند چشم‌انداز مدل سازی اطلاعات ساخت در دبیرخانه هیأت دولت است.

با تلاش شهرداری‌های استان‌های مختلف برای یکپارچه سازی خدمات شهری، استفاده از کنترل ضوابط برای تسهیل در کنترل نقشه و دادن تسهیلات برای سازندگان که از مدل سازی اطلاعات ساخت استفاده کنند، موجب شده تا آینده روشنی برای این تخصص ترسیم شود. ■

زیمنس، گروه شفلر، BMW، Dow Chemical، IBM بر گزار شد. این جلسه در پی دعوت ترامپ از مرکل به ایالات متحده برای شرکت در نشست گروه هفت (G7) ترتیب داده شده بود. یکی از موضوعات مورد بحث در این جلسه، آینده اشتغال بود. در این نشست، مرکل و ترامپ هر دو موافقت کردند که همکاری گسترده در جهت بررسی مشکلات اشتغال و آمادگی جهت تغییرات امروز و آینده داشته باشند. فناوری‌های جدید مانند علم داده‌ها، زیست فناوری، هوش مصنوعی و خودکارسازی صنعتی، تاثیر قابل توجهی بر بازار کار خواهند داشت. فناوری‌های جدید منجر به ایجاد مشاغل جدید و از بین رفتن برخی از مشاغل قدیمی خواهند شد. آن‌ها همچنین موافقت کردند که همکاری بین ایالات متحده و آلمان برای آماده سازی نیروی کار صورت گیرد.

در بیانیه‌ای مشترک، دو کشور روی همکاری در زمینه‌های زیر توافق کرده‌اند:

آموزش و پرورش: دو کشور روی توسعه برنامه‌های آموزشی برای کمک به نیروی کار در جهت کسب مهارت‌های جدید مورد نیاز در اقتصاد دیجیتالی توافق کردند.

بازار کار: دو کشور روی همکاری برای ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در زمینه‌های فناوری توافق کردند.

رفاه اجتماعی: دو کشور روی همکاری برای اطمینان از اینکه نیروی کاری که شغل خود را به دلیل فناوری‌های جدید از دست می‌دهند، از حمایت‌های اجتماعی مناسب برخوردار شوند، توافق کردند.

در آن جلسه به نقل از رئیس جمهور وقت آمریکا؛ «بر اساس تحقیقات صورت گرفته، نیمی از مشاغل فعلی تحت تاثیر فناوری‌های جدید قرار خواهند گرفت و بر اساس یک تخمین آماری دیگر ۶۵ درصد شغل کودکان دبستانی در ایالات متحده آمریکا هنوز به وجود نیامده‌اند. در کشور آمریکا، در حال حاضر بیشتر از ۵۰۰ هزار فرصت شغلی جدید در زمینه‌های مرتبط با دیجیتال سازی ایجاد شده که خروجی دانشگاه‌ها فقط جوابگو ۵۰ هزار شغل آن تخصص‌ها است؛ بنابراین باید برای تربیت نیروی کار متخصص متناسب با شرایط پیشرو برنامه‌ریزی مناسب صورت دهند.

در همین راستا برای انجام اقدامات زیر بین طرفین توافقاتی صورت گرفت:

● دو کشور جهت آماده سازی نیروی کار خود برای اقتصاد دیجیتالی همکاری می‌کنند که این همکاری شامل ایجاد یک کارگروه مشترک به منظور توسعه برنامه‌های آموزشی، حمایت از سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه و همچنین توسعه سیاست‌های حمایتی برای نیروهای متخصصی است که شغل خود را به دلیل فناوری‌های جدید از دست می‌دهند.

● جلسه مرکل و ترامپ نشان دهنده تمایل دوره‌بر جهان برای همکاری در زمینه‌ای است که تاثیر قابل توجهی بر آینده اقتصاد و جامعه جهانی خواهد داشت. اقداماتی که دو کشور تاکنون انجام داده‌اند، نشان دهنده درک آن‌ها از اهمیت مهارت‌های نیروی متخصص و سیاست‌های حمایتی دولتی در آینده اشتغال در دنیای دیجیتال است. بر اساس گزارش «آینده اشتغال» مجمع جهانی اقتصاد ۲۰۲۳، دیجیتال سازی و صنعت ساخت‌وساز دارای آینده‌ای روشن است. این گزارش پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۲۵، صنعت ساخت‌وساز حدود

بر اساس گزارش سازمان تجارت جهانی، در سال ۲۰۲۲، ارزش تولید ناخالص داخلی صنعت ساخت در جهان به بیش از ۱۲ تریلیون دلار رسید. این میزان تولید، ۷ درصد از کل تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهد.

گفت و گوی اختصاصی با دکتر میثم امینی

در این بخش می خوانیم:

- تامین انرژی قابل اعتماد با استفاده از شبکه های هوشمند
- آموزش و فرهنگ سازی نقش مهمی در تحقق شهر هوشمند دارد

مدیر کارگروه انرژی در انجمن فناوری دیجیتال و هوشمندسازی عنوان کرد

تامین انرژی قابل اعتماد با استفاده از شبکه‌های هوشمند

رضا فغانی

«راه‌حل‌های مبتنی بر انرژی هوشمند، مزایای کوتاه‌مدت و بلندمدتی را برای صاحبان کسب‌وکار فراهم خواهد آورد که کاهش هزینه‌های انرژی، افزایش بهره‌وری عملیاتی و بهبود مدیریت دارایی از جمله این موارد است. در واقع این راه‌حل‌ها در عمل به کسب‌وکارها اجازه می‌دهند که در برنامه‌های پاسخگویی به تقاضا شرکت کنند و در نتیجه مصرف انرژی خود را در دوره‌های اوج تقاضا کاهش داده و در عوض حمایت‌های تشویقی از سمت نهادهای حاکمیتی دریافت کنند.» این بخش از صحبت‌های دکتر میثم امینی، مدیر پروژه‌های بهینه‌سازی انرژی در صنایع نفت و گاز، نیروگاهی و ساختمانی و مدیر کارگروه انرژی در انجمن فناوری دیجیتال و هوشمندسازی است که در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» مطرح کرده است. وی که دکترای تبدیل انرژی دارد، معتقد است: پیاده‌سازی راه‌حل‌های انرژی هوشمند نیازمند به یک رویکرد جامع است که برنامه‌ریزی استراتژیک، توسعه زیرساخت‌ها و یکپارچه‌سازی فناوری را در بر می‌گیرد. ماحصل این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

با یکدیگر وابسته است. دیجیتالی‌سازی (digitalization) در اینجا عملاً به معنی استفاده از کنتورهای هوشمند، سیستم‌های هوشمند مدیریت انرژی (iEMS) و پلتفرم‌های تجزیه و تحلیل داده به صورت لحظه‌ای است که در تلفیق با بحث اینترنت اشیا (IoT)، سنسورها و دستگاه‌ها به صورت یکپارچه در بستر اینترنت متصل بوده و شمای دقیقی از الگوهای مصرف انرژی را ارائه داده و امکان نظارت و کنترل از راه دور را فراهم می‌سازند.

چرا بحث انرژی هوشمند اهمیت دارد و مورد توجه است؟

یکی از اهداف سیستم‌های انرژی هوشمند، اطمینان از مدیریت بهینه منابع انرژی است، چراکه بسیاری از منابع انرژی ماهیاتی محدود هستند. علاوه بر این، می‌توان شبکه‌های هوشمند را به طور یکپارچه با منابع انرژی تجدیدپذیر مانند خورشیدی و بادی ادغام کرده و یکپارچگی سیستم را در بحث پاسخگویی بار تسریع کرد. این امر به ویژه با توجه به تمرکز فزاینده بر منابع انرژی تجدیدپذیر و نیاز به کاهش اتکال به سوخت‌های فسیلی بسیار حائز اهمیت است. این موارد در کنار تمرکز بر بحث کارایی و مدیریت بهینه منابع، می‌تواند از لحاظ کاهش انتشار کربن و کاهش اثرات تغییرات اقلیمی بسیار مهم باشد. از طرفی، شبکه‌های هوشمند می‌توانند اختلالات را سریع‌تر شناسایی کرده و به آن پاسخ دهند؛ یعنی انعطاف‌پذیری شبکه را افزایش داده، موارد قطع برق را به حداقل برسانند و تامین انرژی قابل اعتماد را تضمین می‌کنند. انرژی هوشمند عملاً کاربر را قادر می‌سازد تا به طور فعال مصرف انرژی خود را مدیریت کرده و هزینه‌های انرژی خود را کاهش دهند. بر اساس گزارش آژانس بین‌المللی انرژی (IEA)، سیستم‌های انرژی هوشمند می‌توانند تا سال ۲۰۴۰ مصرف انرژی جهانی را تا ۱۵ درصد کاهش دهند. از سوی دیگر، ادغام منابع انرژی تجدیدپذیر در شبکه‌های هوشمند می‌تواند تا سال ۲۰۳۰ منجر به تولید حدود ۳۰ درصد از برق جهانی از منابع تجدیدپذیر شود.

چگونه انرژی هوشمند بر مصرف انرژی در بخش مسکونی تاثیر می‌گذارد؟



انرژی هوشمند چیست و چه تفاوتی با رویکردهای رایج انرژی دارد؟

بحث سیستم‌های مدیریت انرژی هوشمند یا Smart Energy یک رویکرد نوآورانه برای مدیریت انرژی است که از فناوری‌های پیشرفته برای بهینه‌سازی مصرف انرژی، کاهش اثرات زیست محیطی و بهبود پایداری شبکه استفاده می‌کند. این بحث نوعی تغییر پارادایم نسبت به روش‌های رایج انرژی است که اغلب بر تولید و توزیع متمرکز انرژی متمرکز دارند. انرژی هوشمند اساساً رویکرد غیرمتمرکز مبتنی بر توزیع منابع انرژی و مدیریت هوشمندانه آن در سطح محلی دارد و از داده‌های لحظه‌ای (real-time) برای پیش‌بینی مصرف انرژی و بهینه‌سازی عملیات شبکه استفاده می‌کند. این رویکرد آنالیز داده و هوش مصنوعی (AI) را برای بهینه‌سازی الگوهای مصرف انرژی و تخصیص منابع به کار برده و امکان فعالیت مصرف‌کنندگان در مدیریت انرژی، اتخاذ تصمیمات آگاهانه و کنترل منابع انرژی را فراهم می‌کند. از سوی دیگر، بحث انرژی هوشمند اساساً به استفاده از فناوری‌های دیجیتال پیشرفته و تلفیق آن‌ها

همان گونه که اشاره شد، بدیهی است که فناوری های انرژی هوشمند تاثیر قابل توجهی بر مصرف انرژی مسکونی دارند و ساکنان را قادر می سازند که مصرف انرژی را بهینه کنند که اولین تاثیر آن در قبوض برق و گاز نمایان خواهد شد. استفاده از ترموستات های هوشمند، تجهیزات و سیستم های روشنایی هوشمند در یک بستر اینترنت یکپارچه، به صاحبان خانه امکان کنترل و نظارت بر مصرف انرژی حتی از راه دور (remote) را ارائه می دهد. این ها مواردی است که در گذشته شاید جنبه تجمعاتی داشت، ولی عملاً در بسیاری از کشور ها از جمله کشور های حوزه خلیج فارس به یک الزام در شماری از ساخت و ساز ها تبدیل شده است. در همین راستا، بر اساس گزارش دپارتمان انرژی آمریکا (DOE) و بر پایه گزارش های مدیریت انرژی در پروژه های انجام شده، استفاده از کنتور های هوشمند، می تواند مصرف انرژی را تا ۲۰ درصد دهد. همچنین به کار گیری سیستم های HVAC و lighting هوشمند می تواند مصرف انرژی یک ساختمان را گاهی تا ۴۰ درصد کاهش دهد.

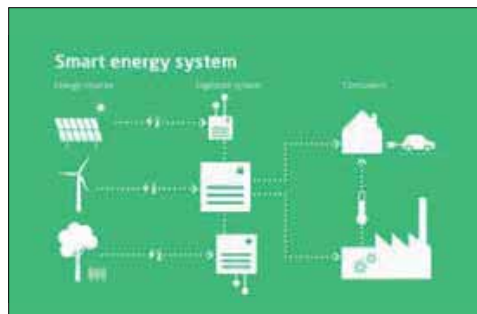
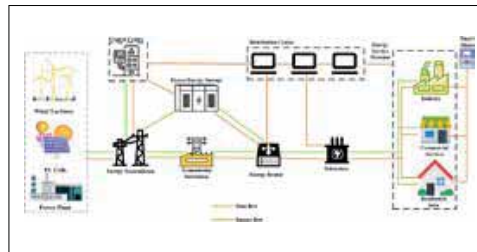
کسب و کار ها از چه طریق می توانند از راه حل های انرژی هوشمند بهره ببرند؟

اساساً راه حل های مبتنی بر بحث انرژی هوشمند مزایای کوتاه مدت و بلندمدتی را می تواند برای صاحبان کسب و کار فراهم آورد که از جمله آن می توان به کاهش هزینه های انرژی، افزایش بهره وری عملیاتی و بهبود مدیریت دارایی اشاره کرد. این راه حل ها در عمل به کسب و کار ها اجازه می دهند که در برنامه های پاسخگویی به تقاضا شرکت کنند و در نتیجه مصرف انرژی خود را در دوره های اوج تقاضا کاهش داده و در عوض حمایت های تشویقی از سمت نهادهای حاکمیتی دریافت کنند. مثلاً شرکت های Walmart (در بحث زنجیره تامین، در سطح بین المللی توانست با اجرای راه حل های انرژی هوشمند سالانه به بیش از یک میلیارد دلار عایدی از محل صرفه جویی انرژی دست یابد. جانسون و جانسون (Johnson & Johnson) فقط در آمریکا با جایگزینی و هوشمندسازی تاسیسات، ۳۰ درصد مصرف انرژی خود را کاهش داد یا مثلاً در گزارش شرکت پپسی آمده که شرکت توانسته با اتخاذ راهکار های انرژی هوشمند در تاسیسات تولیدی خود بیش از ۹۰ میلیون دلار صرفه جویی سالانه انرژی را رقم بزند. البته در این بین و به موازات بحث تولید هوشمند، بحث کارخانه هوشمند (smart factory) هم مطرح می شود که باید در مجال دیگری به طور مفصل به آن پرداخت. در کل، این موارد برخی از مزیت های مالی و عملیاتی در دسترس است که می توان از طریق راه حل های انرژی هوشمند به مشاغل مختلف و در هر سطحی ارائه کرد.

به صورت کلی و عملیاتی، انرژی هوشمند چه تحولاتی می تواند در بخش صنعت ایجاد کند؟

حوزه سیستم های انرژی هوشمند در تعامل با بخش صنعت نیز بسیار موثر واقع شده که عمده اثر بخشی آن بحث افزایش بهره وری عملیاتی، کاهش هزینه های تعمیر و نگهداری (O&M) و استفاده بهینه از منابع و دارایی ها بوده است. الگوریتم های پیشرفته AI در بحث تعمیر و نگهداری پیش بینی کننده (predictive maintenance) بسیار کاربرد دارند و عملاً می توانند داده های مربوط به سنسور های تجهیزات صنعتی را به دقت بررسی، خطاهای احتمالی را مشخص کرده و پیش از وقوع حادثه، به کاربر هشدار دهد؛ بنابراین تعداد و زمان از کار افتادگی (downtime)، قطع یا عدم دسترسی سیستم (trip) به شدت کاهش می یابد. به عنوان

مثال، می دانیم که تمام واحدهای پتروشیمی، جهت یک بهره برداری مستمر، وابستگی صد درصدی به تامین حامل های اولیه انرژی یا یوتیلیتی (utility) شامل برق، سوخت، آب، بخار و... دارند. اگر به واسطه ی ایجاد مشکل در تجهیزات مربوطه به هر یک از این بخش ها و عدم تامین جریان یوتیلیتی مورد نیاز فرایند، با خاموشی اجباری کارخانه مواجه شویم، هزینه عدم النفع آن بسیار سنگین خواهد بود. به طور خاص، مثلاً اگر یک واحد پتروشیمی تولید کننده محصول اوره و آمونیاک با ظرفیت متوسط، به واسطه ایجاد مشکل در تامین یوتیلیتی و یا حتی از کار افتادن تجهیزاتی مثل کمپرسور، مجبور به خاموشی شود، عدم النفع آن روزانه رقمی در حدود ۵/۵ تا ۱/۵ میلیون دلار (بسته به تغییرات نرخ های جهانی و ظرفیت عملیاتی واحد) خواهد بود؛ بنابراین اجرای یک سیستم یکپارچه مبتنی بر IoT، همراه با یک سیستم مانیتورینگ قابل اعتماد و تلفیق آن با آنالیز لحظه ای داده های مربوط به انرژی، می تواند عملکرد مدیریتی تولید و دارایی را از دیدگاه عملیاتی بسیار بهبود بخشد. این موارد در سطح دنیا به شکل جدی در حال عملیاتی شدن است و خیلی از شرکت ها پیش از این به آن پرداخته اند. به عنوان مثال، یکی از شرکت های معروف فولاد در چین توانسته کاهش ۱۵ درصد در مصرف انرژی و افزایش ۱۰ درصد در تولید را از طریق اجرای راهکار های انرژی هوشمند محقق کند. یاد ر گزارش یکی از کارخانه های پتروشیمی در هند ادا کرده که با اتخاذ راه حل های انرژی هوشمند توانسته اند به صرفه جویی قابل توجهی در هزینه انرژی سالانه به میزان بیش از ۲ میلیون دلار دست یابند.



انرژی هوشمند چگونه به یک حمل و نقل پایدار کمک می کند؟

بحث برقی سازی (electrification) هر روز جدی تر می شود و ما شاهد گسترش آن در بسیاری از کشور های پیشرفته هستیم. امروزه بحث وسایل نقلیه الکتریکی (EV) در دنیا در حال تبدیل شدن به یک فرهنگ عمومی است، به نحوی که خود مردم دغدغه استفاده از آن ها را دارند؛ به خصوص که عمدتاً به سمتی در حرکت است که از منابع انرژی تجدیدپذیر

آژانس بین المللی
انرژی (IEA)
پیش بینی می کند که
توسعه خودرو های
برقی می تواند تا
سال ۲۰۵۰ انتشار
جهانی بخش
حمل و نقل را تا ۴۴
درصد کاهش دهد

می تواند نقشی محوری در نظارت و کنترل مصرف انرژی در سراسر شبکه ایفا کند. اولین خروجی این کار کاهش حداقل ۱۰ درصدی تقاضای انرژی در سراسر شبکه خواهد بود. اگر خواست واقعی از طرف تمامی نهادها و قانون گذار وجود داشته باشد، قطعاً می توان بحران انرژی ایران را به طور موثر مدیریت و با ارتقاء بهره‌وری انرژی به سمت توسعه پایدار حرکت کرد.

چگونه باید راهکارهای انرژی هوشمند را اجرایی کرد؟

پیاده‌سازی راه‌حل‌های انرژی هوشمند نیازمند یک رویکرد جامع است که برنامه‌ریزی استراتژیک، توسعه زیرساخت‌ها و یکپارچه‌سازی فناوری را در بر می‌گیرد. بدین معنی که:

برنامه استراتژیک: باید اهداف اصلی مانند صرفه‌جویی انرژی، کاهش هزینه یا انعطاف‌پذیری شبکه به وضوح تعریف شوند. وضعیت فعلی به طور دقیق ارزیابی شده و مواردی از جمله مصرف انرژی، زیرساخت‌ها و امکان به کارگیری فناوری مشخص شود. بخش‌های هدف مانند مسکونی، تجاری یا صنعتی، شناسایی و اولویت‌بندی شوند.

توسعه زیرساخت: ارتقای شبکه برق موجود به صورت غیر متمرکز و بهسازی آن جهت جلوگیری از اتلافات شبکه انتقال و توزیع. استقرار دستگاه‌ها بر بستر IoT در سراسر شبکه برای جمع‌آوری داده‌های انرژی. ایجاد بستر ارتباطی قوی جهت امکان تبادل داده بین دستگاه‌ها، توسعه الگوریتم AI، سیستم‌های مدیریت انرژی و پلت‌فرم‌های تجزیه و تحلیل داده.

برنامه‌های پاسخگویی بار: ایجاد اهرم‌های تشویقی ملموس برای مشترکان کم‌مصرف در دوره‌های اوج تقاضا. توسعه مدل‌های قیمت‌گذاری پویا به نحوی که به مشترکان برای تغییر مصرف انرژی به ساعات غیر اوج مصرف پاداش دهد.

بحث انرژی هوشمند دائماً در حال پیشرفت است و هم‌اکنون بحث‌هایی نظیر دوقلوی دیجیتال (digital twin) و اینترنت انرژی (IoE) نیز جزو مواردی است که مرز دانش این حوزه است. اساساً در راستای تأمین راه و آرامش جامعه با ترویج راه‌حل‌های انرژی هوشمند، ایجاد یک خواست حاکمیتی همراه با سیاست‌های حمایتی و محیط نظارتی، افزایش آگاهی عمومی، ارائه برنامه‌های آموزشی، اجرای پروژه‌های آزمایشی، تقویت همکاری و تعهد بلندمدت به پتانسیل انرژی هوشمند برای آینده انرژی مطمئن و پایدار ضروری است. گام‌های ذکر این نکته ضروری است که بدون واقعی‌سازی قیمت حامل‌های انرژی و بدون سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت (به خصوص سرمایه‌گذاری خارجی) به کارگیری فناوری‌ها و سیستم‌های انرژی هوشمند اثرگذاری لازم را نخواهد داشت. ■



استفاده شود و اثر آن مهار و کاهش قابل توجه آلاینده‌های مرتبط با حمل و نقل خواهد بود. هم‌اکنون برخی از ایستگاه‌های شارژ هوشمند با فعال کردن برنامه‌های شارژ بهینه بر اساس تقاضای انرژی و بحث در دسترس بودن، در حال ایجاد تحول در بحث جایگاه‌های شارژ هستند. آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) پیش‌بینی می‌کند که توسعه خودروهای برقی می‌تواند تا سال ۲۰۵۰ انتشار جهانی بخش حمل و نقل را تا ۴۴ درصد کاهش دهد. در عین حال پیش‌بینی می‌شود، استقرار ایستگاه‌های شارژ هوشمند تا سال ۲۰۳۰، هزینه مربوط به مالکیت خودروهای برقی را تا ۵۰ درصد کاهش دهد. این موارد نشان می‌دهند که در اکوسیستم انرژی هوشمند، پتانسیل قابل توجهی برای افزایش بهره‌وری و صرفه‌جویی در هزینه‌ها در بخش حمل و نقل وجود دارد. خوشبختانه در ایران توجه به این بخش از سمت وزارت صمت جدی‌تر شده است. جدا از بحث کیفیت سوخت و عملکرد خودروها که باید بهبود یابند، به نظر می‌رسد که ایجاد زیرساخت‌های هوشمندانه در بحث حمل و نقل می‌تواند علاوه بر حل بخشی از مشکل آلاینده‌گی در کلان‌شهری مثل تهران، هزینه‌های جانبی این بخش را نیز تا حد زیادی کاهش دهد؛ هر چند در این بین از بحث تأمین باتری و چالش‌های آن غافل نباید بود.

چه چالش‌هایی در چشم‌انداز انرژی ایران وجود دارد و بحث انرژی هوشمند چگونه می‌تواند به مشکلات انرژی در کشور مانع کمک کند؟

در این خصوص بحث‌های زیادی مطرح شده و تقریباً همه متوجه هستند که چه مقدار وضعیت انرژی در ایران بحرانی است؛ هم در بحث برآورده کردن تقاضای فزاینده انرژی و هم ارائه منابع انرژی قابل اعتماد و پایدار. از ناترازی در مصرف گاز و بنزین گرفته تا مشکلات تأمین برق و آب که اعداد و ارقام آن در گزارش‌های متعدد منتشر شده است. شاخص شدت مصرف انرژی در ایران بیش از ۳ برابر متوسط جهانی است که نشان می‌دهد کشور مادر قیاس با سایر کشورها، انرژی بسیار بیشتری را به ازای خلق هر واحد تولید ناخالص داخلی (GDP) مصرف می‌کند. علاوه بر این، اتکای ایران به منابع محدود انرژی که عمدتاً بر پایه نفت و گاز است، ما را با اعمال محدود و با اختلالات تأمین مواجه کرده است. در بعد زیرساخت نیز، فرسودگی و ناکارآمدی شبکه برق در ایران به دلیل عدم سرمایه‌گذاری‌های جدید در این بخش، منجر به تلفات انتقال و قطع برق شده و چالش‌های انرژی را تشدید می‌کند. از سویی، با وجود پتانسیل قابل توجه انرژی تجدیدپذیر در کشور، این بخش همچنان چندان مورد توجه نیست، چرا که اساساً هزینه‌های انرژی همچنان غیر واقعی است و بحث بازگشت سرمایه در این بخش کماکان با چالش مواجه است. از طرفی، نگاه حاکمیتی و نظارتی دولت به عنوان رگولاتور در ایران موانعی را برای پذیرش گسترده فناوری‌های انرژی هوشمند ایجاد کرده و شرایط را پیچیده‌تر کرده است. این بحران چندوجهی است و واقعاً باید با در نظر گرفتن منافع مردم و آیندگان، هم از حیث تقویت زیرساخت‌های انرژی ایران و هم تضمین تأمین منابع انرژی پایدار در آینده به آن پرداخت. در این بین، رجوع به تجربه مشابه در سایر کشورها و الگوبرداری از آن می‌تواند بسیار کمک کند. پذیرش استراتژی‌های مبتنی بر انرژی هوشمند، با پیاده‌سازی تجهیزات بعضاً کم‌هزینه نظیر کنتورهای هوشمند و سیستم‌های مانیتورینگ حتماً می‌تواند در بهینه‌سازی مصرف انرژی در محیط‌های مسکونی و تجاری موثر باشد. همچنین یک مدیریت انرژی یکپارچه

پیاده‌سازی
راه‌حل‌های انرژی
هوشمند نیازمند
یک رویکرد جامع
است که برنامه‌ریزی
استراتژیک، توسعه
زیرساخت‌ها و
یکپارچه‌سازی
فناوری را
در بر می‌گیرد



انجمن صنفی کارفرمایی
فناوری دیجیتال و هوشمندسازی

انرژی هوشمند

اندازه گیری • پایداری • تحلیل • پایش

- AI-powered Analytics
- IoT-based Solution
- Data-driven Insight
- All-in-One Energy Solution

انرژی خود را هوشمندانه
مدیریت کنید!



www.aidt.ir



energy@aidt.ir



(021) 91550 551

مدیر پروژه‌های شهر هوشمند هلدینگ فناپ (مرکز تحول دیجیتال)

آموزش و فرهنگ سازی نقش مهمی در تحقق شهر هوشمند دارد

سعید عدالت‌جو

کشور ما با چالش‌های بسیار زیادی در زمینه تحقق هوشمندسازی و شهر هوشمند مواجه است که در این میان، چالش‌های مربوط به مسائل فرهنگی و عدم به کارگیری نفقات متخصص، بیش از مسائل دیگر نمود دارد. این موضوعی است که امین قربی، مدیر پروژه‌های شهر هوشمند هلدینگ فناپ (مرکز تحول دیجیتال) و معاون فنی و کمیسیون‌های تخصصی انجمن فناوری دیجیتال و هوشمندسازی به آن اشاره می‌کند. مدیر پروژه‌های شهر هوشمند هلدینگ فناپ در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» معتقد است که در ایران از نظر زیرساختی و بحث‌های فناوری اطلاعات، مشکل خاصی برای عملیاتی‌شدن هوشمندسازی و شهر هوشمند وجود ندارد و تقریباً هم‌پای کشورهای دیگر هستیم، اما در بحث استفاده از این فناوری‌ها، بهره‌مندی از تیم‌هایی که در این زمینه در حال فعالیت هستند و عملیاتی‌شدن اقدامات، فاصله بسیاری نسبت به سایر کشورها وجود دارد. به گفته وی، در ایران برای این موضوع مهم، برنامه مدونی وجود ندارد و مجموعه متولی این کار، مشخص نیست. مشروح این مصاحبه را می‌خوانیم.

رادر اتاق بازرگانی ایران برگزار کرده و سعی کردیم که فضا و بستری فراهم شود تا در آنجا اکوسیستم حوزه شهر هوشمند و هوشمندسازی، کنار یکدیگر قرار بگیرند و یک گفت‌وگو سازی و هم‌افزایی شکل بگیرد. در عین حال بخش خصوصی، بخش دولتی و مجموعه‌های مختلفی که در حال کار هستند، حرف یکدیگر را بشنوند و متوجه اقدامات در حال انجام شوند. در این رویداد از کشورهای اسپانیا، آمریکا، اوکراین و رومانی هم چهار سخنران خارجی دعوت کردیم که البته به دلیل شیوع کرونا، به صورت آنلاین سخنرانی کردند. در واقع هدف این بود که از سوی سخنرانان خارجی، انتقال تجربه انجام شود و ما بتوانیم از آن‌ها کسب تجربه کنیم و در جریان اقدامات مختلف در سایر کشورها قرار بگیریم. از جمله اقدامات دیگری که در آنجا انجام شد و به صورت جداگانه پیگیری می‌کنیم، راه‌اندازی سامانه‌ای بود که امکان ارزیابی از اقدامات انجام شده در حوزه شهر هوشمند در کشور را داشته باشد. در همین راستا سامانه رتبه‌بندی شهر هوشمند را طراحی و پیاده‌سازی کردیم که در چهارم آذرماه سال ۱۴۰۰ رونمایی شد. همچنین سال گذشته در سفری که به کره جنوبی و شهر سئول داشتیم، به مجموعه‌هایی که در شهر هوشمند در حال کار بودند و با آن‌ها آشنایی و ارتباط داشتیم، پیشنهاد دادیم که بتوانیم این سامانه را به صورت بین‌المللی با مشارکت آن‌ها پیاده‌سازی کنیم که با مجموعه WeGO و شهرداری سئول، این کار را تا حدی پیش برده‌ایم و این کار ادامه دارد. اقدام دیگر این بود که در جلسات متعددی که در بازه زمانی سال ۲۰۲۳ داشتیم، سامانه رتبه‌بندی شهر هوشمند را برای اتحادیه بین‌المللی مخابرات و با مجموعه‌ای که ذیل آن در حوزه شهر هوشمند پایدار کار می‌کند یک سری شاخص‌ها در مورد ارزیابی شهر هوشمند دارد و همچنین سازمان جهانی استاندارد ایزو، پوزنت کردیم و برای آن‌ها بسیار جالب بود که چنین کاری در حال انجام است و شاخص‌های مهم در آن به صورت مشخص وجود دارد و سازمان‌هایی که به هر کدام از



**در ابتدا به تشریح فعالیت‌های خود در حوزه هوشمندسازی
پیردازد.**

از حدود سال ۱۳۹۴ با موضوع شهر هوشمند آشنا شدم و در سال ۱۳۹۷ به صورت شخصی استارت مجموعه‌ای را زدم و در سال ۱۳۹۸ با همکاری دانشگاه تهران این مجموعه به صورت رسمی به عنوان مرکز تحقیقات شهر هوشمند ایران مصوب شد که حدود چهار سال از ۱۳۹۸ تا اوایل ۱۴۰۲ در آن مجموعه فعالیت داشتیم. در این مرکز اقدامات و پروژه‌های مختلفی به انجام رسید و یکی از پیشنهادات بنده این بود که روز ملی شهر هوشمند را در تقویم ملی کشور ثبت کنیم که در نهایت چهارم آذرماه، روز بزرگداشت فارابی که واعظ نظریه آرمان شهر بوده و مرتبط با موضوعات هوشمندسازی و شهر هوشمند است، به مجموعه شورای عالی انقلاب فرهنگی، پیشنهاد داده شد تا این روز به تصویب برسد و در تقویم کشورمان گنجانده شود که البته هنوز تصویب نشده است. همچنین در سال ۱۴۰۰ اولین بزرگداشت روز ملی شهر هوشمند

این شاخص‌ها دسترسی دارند می‌توانند اقداماتی که انجام داده‌اند را اعلام کنند.

یکی از اقدامات شاخصی که در این انجمن انجام داده‌اید، شناسایی اکوسیستم شهر هوشمند است. فرآیند انجام این کار چگونه و به چه شکل بوده است؟

شناسایی اکوسیستم شهر هوشمند با همکاری ستاد اقتصاد دیجیتال معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مجموعه سایتک و مجموعه فب لب ایران برای اولین بار در سال ۱۴۰۰ انجام شد تا مشخص شود که چه افراد و نهادهایی در حال ایفای نقش هستند. این شناسایی در لایه‌های مختلف استارت‌آپ‌ها، دانش‌بنیان‌ها و فناوری‌ها، حمل‌ونقل و انرژی، اقتصاد، بهداشت و سلامت، زندگی، گردشگری، کشاورزی و حوزه‌های مختلف ورتیکال‌های ذیل شهر هوشمند صورت گرفت. همچنین در ابعاد دیگر، شناسایی مجموعه‌های قانون‌گذار و رگولاتور، مجموعه‌های کمک‌کننده به شتاب‌دهی و توانمندسازی تیم‌ها، مجموعه‌هایی مانند حوزه‌های مالی و VC‌های سرمایه‌گذاری صورت گرفت و در مجموع تمام لایه‌های مختلف، شناسایی شد. اواخر سال ۱۴۰۱ هم نسخه بعدی آن با همکاری ستاد اقتصاد دیجیتال معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و به‌خصوص مجموعه سایتک کامل شد که البته هنوز رونمایی نشده است. یکی از اقدامات دیگر، برنامه‌ریزی جهت برگزاری یک رویداد در حوزه شهر هوشمند در ایران است که هم حاوی نمایشگاه تخصصی به‌صورت داخلی است و هم از شرکت‌های بین‌المللی دعوت به عمل آمده است. در این رویداد بنا داریم که نقشه اکوسیستم شهر هوشمند را با ساختاری جدید رونمایی کنیم که تاکنون بازیگران را شناسایی کرده‌ایم و قرار است در یک سامانه، ارتباط بین مجموعه‌های مختلف را ایجاد و تسهیل کنیم.

در خصوص وظایف معاونت فنی و کمیسیون‌های تخصصی انجمن فناوری دیجیتال و هوشمندسازی توضیح دهید.

انجمن دیجیتال و هوشمندسازی چند سالی است که شروع به فعالیت کرده و زیرساخت‌ها و بستر بسیار خوبی را فراهم کرده تا بتواند به‌عنوان یک مجموعه تخصصی در حوزه فناوری دیجیتال و هوشمندسازی فعالیت و بازیگران مختلف را شناسایی کند. بنده هم چند ماهی است که در معاونت فنی و کمیسیون‌های تخصصی همکاری دارم و تلاش ما بر این است تا بازیگران از ابعاد و لایه‌های مختلف را شناسایی کنیم. در واقع بخشی از فعالیت‌هایی که در این انجمن صورت می‌گیرد، در این راستا است که به ما کمک کند تا یک اکوسیستم کامل و یک جریان مناسب در حوزه هوشمندسازی در کشور ایجاد شود. در این انجمن، کمیسیون‌های مختلفی وجود دارد که موضوعاتی مانند هوشمندسازی راندن‌بال می‌کند که ذیل آن مسائلی اعم از شهر هوشمند و ابعاد دیگر شهر هوشمند قرار می‌گیرد. همچنین مسائل دیگری در حوزه‌های علمی، پژوهشی و آموزشی مورد توجه قرار دارد که نگاه جدی به موضوعات آموزشی، چه در بحث صنایع و چه در بحث مدیران شهری داریم. حتی به سراغ موارد پایه‌ای‌تر رفته‌ایم که مورد نیاز این اکوسیستم است و شامل مسائلی مثل حوزه‌های مالی، بیمه و بحث‌های حقوقی می‌شود تا بتوانیم به دغدغه و نیازهای شرکت‌ها، فعالان و بازیگران حوزه شهر هوشمند و

هوشمندسازی پاسخ دهیم و کمک کنیم تا این اکوسیستم با کمترین چالش بتواند بهترین کارها را انجام دهد. در حال حاضر این انجمن در حال تقویت کمیسیون‌ها و ساختارهای خود است و در همین راستا افرادی که در بخش‌های مختلف تجارب خوبی داشته‌اند و افراد موفق و نخبه در حوزه هوشمندسازی و شهر هوشمند را شناسایی کرده‌ایم و با تک‌تک آن‌ها وارد تعامل شده‌ایم و یک جریان جدی شکل گرفته است. علاوه بر این‌ها، یک سری رویدادهای تخصصی و عمومی هم جهت هم‌افزایی و شبکه‌سازی، طراحی و برنامه‌ریزی کرده‌ایم. در واقع هدف این است که بازیگران و فعالان این اکوسیستم کنار هم جمع شوند، صحبت و تعامل کنند و از تجارب و تخصص و ظرفیت‌های یکدیگر استفاده کنند تا پروژه‌های آن‌ها با بهترین کیفیت و سرعت شکل بگیرد.

آیا برنامه‌ای برای برگزاری رویدادها به شکل بین‌المللی در سایر کشورها دارید؟

بله، رویدادها در مقیاس‌های بزرگ‌تر و در سایر کشورها برنامه‌ریزی شده است. به عنوان مثال، در کشورهای عمان و آلمان برنامه‌ریزی‌هایی برای برگزاری برخی از رویدادها در حوزه هوشمندسازی انجام شده است. در واقع هدف این است که از تجارب کشورهای دیگر به روش‌های مختلف بهره‌بریم و ارزیابی کنیم که آن‌ها چه اقداماتی انجام داده‌اند و ما می‌توانیم چه کمک‌هایی از آن‌ها بگیریم. حتی به این فکر کرده‌ایم که مجموعه‌هایی که در کشور داریم، بتوانند ظرفیت و مسیری برای صادرات محصولات و خدمات خود داشته باشند.

در حال حاضر انجمن فناوری دیجیتال و هوشمندسازی چه اهدافی را دنبال می‌کند؟

هدف این انجمن این است که اکوسیستم شهر هوشمند و هوشمندسازی و فناوری دیجیتال را در کمیسیون‌های مختلف و با تخصص‌های مختلف کنار یکدیگر جمع کند. پس از ایجاد این فضا و هم‌افزایی لازم، پروژه‌های مختلف را با همکاری شرکت‌هایی که هر کدام در این زمینه تخصص دارند، چه در لایه صنعت و چه در لایه شهر به‌انجام برساند. البته بخش‌های مختلف از این هدف‌گذاری و موضوع استقبال کرده‌اند. در حال حاضر چند پروژه اجرایی در حوزه صنایع مختلف مانند مس، آلومینیوم و حوزه مناطق ویژه و آزاد اقتصادی در دست اقدام است. همچنین در حوزه کشاورزی، چند پروژه معطوف بر کشاورزی هوشمند با همکاری بخش‌های دولتی و خصوصی در حال انجام است.

به واسطه هوشمندسازی قرار است که چه تحولاتی ایجاد شود؟

هوشمندسازی با استفاده از فناوری اطلاعات و فناوری‌های نوینی مانند اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و جمع‌آوری دیتا، به چالش‌های موجود در صنایع و همچنین شهرهای مختلف پاسخ داده و آن‌ها را رفع می‌کند تا در نهایت هم بهره‌وری افزایش پیدا کند و هم هزینه‌هایی که در سطح شهر و یا حتی در صنایع و مجموعه‌های مختلف وجود دارد، کاهش یابد. در واقع هوشمندسازی بارش‌های نوین و دیتاهایی که جمع‌آوری می‌شود، تصمیمات مناسبی را برای رفع چالش‌ها و مشکلاتی که هم شهرها و هم صنایع با آن مواجه هستند، اتخاذ می‌کند. بر اساس اعلام سازمان ملل

اگر ما یک کار اصولی بر اساس یک نگاه درست و مطالعاتی برای اجرای پروژه‌ها نداشته باشیم و فاقد نقشه راه درست برای اجرای آن‌ها باشیم، پروژه‌ها با درصد خطای بسیار بالایی اجرا می‌شود

هوشمندسازی با استفاده از فناوری اطلاعات و فناوری های نوینی مانند اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و جمع آوری دیتا، به چالش های موجود در صنایع و همچنین شهر های مختلف پاسخ داده و آن ها را رفع می کند

متحد، یکی از مشکلات شهری در جهان، افزایش جمعیت شهرنشین در سال های گذشته است. هم اکنون جمعیت شهرنشین در ایران حدود ۷۰ درصد است که تا سال ۲۰۵۰ این میزان به حدود ۸۶ درصد خواهد رسید. این موضوع یک خطر جدی است؛ زیرا اگر بخواهیم باروش های سنتی و فعلی پاسخگوی نیازهای شهروندان برای ارائه خدمات شهری باشیم، قطعاً شهرها با چالش های جدی مواجه می شوند. این روند در شهرها و کشورهای مختلف از سال های گذشته احصا شده بود؛ به خصوص از سال ۱۹۹۰ میلادی برنامه ریزی های متعددی در شهرهایی مانند سئول و بارسلون انجام شد تا بر اساس تحولاتی که در سطح شهر و کشورشان اتفاق می افتد و چالش های موجود، چه مسیری را طی کنند، چه فناوری هایی را مورد استفاده قرار دهند و چه اصلاحاتی در عملکردها و فرآیندها داشته باشند تا بتوانند به بهترین شکل ممکن پاسخگوی نیاز کاربر باشند؛ حال آن کاربر، کاربر صنعت باشد یا کاربر شهر که شهر وندمی شود.

در مقایسه با سایر کشورها که این مسیر را پیموده اند، وضعیت ایران در حال حاضر چگونه است؟

متاسفانه ما عقب هستیم؛ البته از نظر زیرساختی و بحث های فناوری اطلاعاتی مشکل خاصی در کشور نداریم و تقریباً همپای کشورهای دیگر هستیم، اما در بحث استفاده از این فناوری ها، استفاده از تیم هایی که در این زمینه در حال فعالیت هستند و عملیاتی شدن اقدامات، فاصله زیادی داریم. مسئولان شهر های هوشمند دنیا از جمله زوریخ، سئول، دبی، بارسلون و غیره تاکید دارند که در ابتدای راه شهر هوشمند، هوشمندسازی و تحول هوشمند هستند و با آرمانی که در نظر گرفته اند، فاصله بسیاری دارند. البته هیچ گاه آن آرمان به صورت صد درصد وجود ندارد و نخواهد داشت، زیرا به حدی تحولات و ترندها در حال تغییر است که آن ها مجبورند خود را با این تحولات و فرآیندها به روز کنند. در مجموع نکته این است که قیاس مکتوبی در مورد ایران نسبت به سایر شهرها و کشورهای حوزه هوشمندسازی وجود ندارد و فقط شهرداری مشهد در بازه دو سال گذشته سعی کرده، اقدامات ارزشمندی که در حوزه هوشمندسازی انجام داده است را ارزیابی کند. شهرداری مشهد تلاش کرده، بر اساس شاخص های ITU اقداماتی که انجام داده را مکتوب کند و ارزیابی هایی را صورت دهد، ولی از آنجایی که در کشورمان، لایحه مدیریت یکپارچه شهری نداریم و مجموعه ای وجود ندارد که به صورت یکپارچه کل شهر را اداره کند و به دیتاهای مختلف دسترسی داشته باشد، در گزارش شهرداری مشهد هم برخی از شاخص ها، بدون پاسخ باقی مانده است. در گزارش مربوط به رتبه بندی شهر های هوشمند دنیا که حدود ۵۰ شهر برتر را مورد ارزیابی قرار داده، کشور ما هیچ جایگاهی ندارد. متاسفانه در ایران برخلاف سایر کشورهای دنیا، نه برنامه مدونی وجود دارد و نه مجموعه متولی این کار مشخص است. در سال ۱۴۰۰ هیأت دولت مصوباتی داشت که به موجب آن، وزارت کشور متولی حوزه هوشمندسازی شهرها تعیین شد و وظایفی از سمت دولت به این وزارتخانه سپرده شد که چندان تحقق پیدا نکرد. مجموعه های دیگری مانند پژوهشگاه فضای مجازی و وزارت ارتباطات

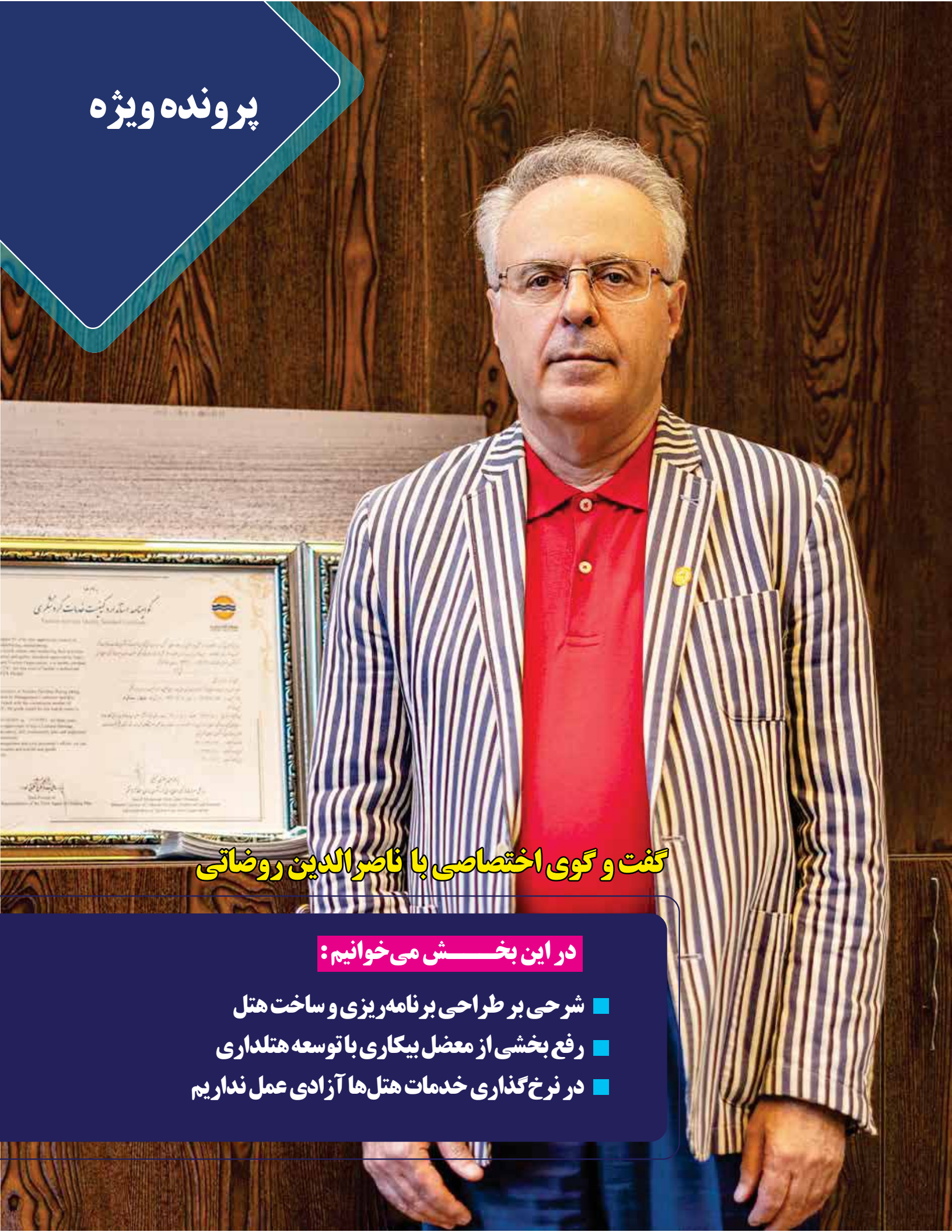
و فناوری اطلاعات، هر کدام در حوزه ها و بازه های زمانی مختلف از سمت دولت وظیفه داشتند که حوزه هوشمندسازی و شهر هوشمند را پیگیری کنند، ولی هنوز چالش بر سر این است که مادر کشور مسیر را درست نمی روییم. نکته دیگر، عدم هماهنگی دستگاه ها با یکدیگر است و هر چند وقت یکبار متوجه می شویم که فلان وزارتخانه یا ارگان در حال تهیه سند شهر هوشمند است که این مسیر واقعا اشتباه است و تحقق شهر هوشمند و تدوین اسناد مربوطه بدون در نظر گرفتن نقش و مسئولیت سایر دستگاه ها به صورت یکپارچه، باعث عدم تحقق شهر هوشمند می شود. این در حالی است که در سایر کشورها به ویژه کره جنوبی، از حدود ۳۰ سال پیش در زمینه تحول دیجیتال و تحول هوشمند خود برنامه ریزی کرده اند، بازیگران و ذی نفعان به صورت مشخص و منظم نسبت به نقش و مسئولیت شان در راستای تحقق شهر هوشمند آگاه هستند و در بازه های مختلف با چشم اندازهای آینده و تحولاتی که در حال رخ دادن است، آن را به روزرسانی کرده اند و با یک برنامه ریزی مشخص و ارزشمند پیش رفته اند. متاسفانه چالش های مادر زمینه تحقق شهر هوشمند بسیار زیاد است که یکی از این چالش ها مربوط به مسائل فرهنگی است که نقش جدی در عدم تحقق موضوع شهر هوشمند و هوشمندسازی ایفا می کند. موضوعات دیگری هم هستند که هر کدام در صدی را به خود اختصاص دادند، ولی نکته بسیار پررنگ این است که در لایه مدیران شهری، آنچه که مانع از عملیاتی شدن شهر هوشمند می شود، عدم به کارگیری نفرات متخصص در این زمینه بوده است.

به نظر شما چه اقداماتی باید انجام شود تا در مسیر صحیح هوشمندسازی و شهر هوشمند قرار بگیریم؟

اگر ما یک کار اصولی بر اساس یک نگاه درست و مطالعاتی برای اجرای پروژه ها نداشته باشیم و فاقد نقشه راه درست برای اجرای آن ها باشیم، پروژه ها با درصد خطای بسیار بالایی اجرا می شود و در شرایطی که هزینه های مالی و زمانی زیاد به ما تحمیل شده است، در نهایت شکست می خورد. همچنین باید آموزش های لازم به مدیران و شهروندان داده شود و باید بیاموزند که موضوعاتی مانند شهر هوشمند، هوشمندسازی و فناوری های نوین چه هستند و باید چگونه از آن ها بهره گیری کنند، نیروها و کارمندهای زیرمجموعه و شهروندان به چه شکل باید درگیر شوند و شهروند و کاربر را به عنوان شهروند هوشمند، در این مسیر همراه کند. همچنین مجموعه های دولتی باید از مجموعه های بیرونی که تجربه و محصول داشته اند و در حال ارائه سرویس هستند، کمک بگیرند تا فرآیندهای آن ها زودتر در این مسیر قرار گیرد.

پیشنهاد بنده این است که شهرها باید بر اساس اینکه وضع موجودشان چیست، چه پتانسیل ها و چه چالش هایی دارند، یک نقشه راه مشخص در حوزه هوشمندسازی طراحی کنند، در این مسیر به درستی قدم بردارند، در مرحله بعدی بتوانند بر اساس این نقشه راه در مقیاس کوچک، کاری انجام دهند، کاربران بتوانند با آن ارتباط برقرار کنند و خدمات مورد نیاز خود را دریافت کنند و پس از آنکه چالش ها و پتانسیل ها مشخص شود و اصلاحات لازم صورت گرفت، آن را در مقیاس های بزرگ تر به انجام برسانند.

پرونده ویژه



گفت و گوی اختصاصی با ناصرالدین روضائی

در این بخش می خوانیم:

- شرحی بر طراحی برنامه ریزی و ساخت هتل
- رفع بخشی از معضل بیکاری با توسعه هتلداری
- در نرخ گذاری خدمات هتل ها آزادی عمل نداریم

رئیس جامعه حرفه‌ای هتلداران ایران و مجمع تشکل‌های گردشگری کشور تاکید کرد

ضرورت تشکیل کمیسیون گردشگری در مجلس شورای اسلامی

سارا نظری

به اعتقاد بسیاری از فعالان صنعت گردشگری، این صنعت نیازمند یک باور ملی است و همه دستگاه‌های اجرایی باید نگاه ویژه‌ای به آن داشته باشند، ولی آن‌طور که باید توجه خاصی به صنعت گردشگری کشورمان صورت نگرفته است. به منظور توسعه و رشد این صنعت، باید حمایت‌های مشوقانه و تسهیل شرایط برای سرمایه‌گذاری انجام شود تا سرمایه‌گذاران با خیالی آسوده به فعالیت در این حرفه بپردازند. ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» در گفت‌وگو با دکتر جمشید حمزه‌زاده، رئیس جامعه حرفه‌ای هتلداران ایران و مجمع تشکل‌های گردشگری کشور به بررسی جایگاه صنعت گردشگری و موانع چالش‌های پیش روی آن پرداخته که مشروح آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

گردشگری می‌تواند درآمدزاترین صنعت کشور باشد و این باید به یک باور عمومی تبدیل شود؛ به این معنا که از سطح شعارها، سخنرانی‌ها و مصاحبه‌ها فراتر برود و در عمل شاهد آن باشیم که ظرفیت‌های بالقوه صنعت گردشگری به سوی بالفعل شدن حرکت می‌کند. موانع دست و پاگیر و بازدارنده باید از پیش پای فعالان و سرمایه‌گذاران صنعت گردشگری کنار برود. مثلاً در زمینه ساخت هتل‌های جدید و مدرن با وجود سرمایه‌گذاران علاقه‌مند و توانایی که دوست دارند در این حوزه سرمایه‌گذاری کنند، چندان توفیقی نداشته‌ایم؛ چرا؟ دلیلش همین موانع و مشکلاتی است که به لحاظ قانونی وجود دارد و موانع بروکراتیکی که خیلی وقت‌ها انگیزه سرمایه‌گذاری را از بین می‌برد. در تمام دنیا دولت‌ها تلاش می‌کنند که بسترها را برای بازدهی هر چه زودتر سرمایه‌های بخش خصوصی فراهم کنند و انگیزه‌های سرمایه‌گذاری را در صنعت گردشگری بالا ببرند، ولی در این جا موانعی وجود دارد که گاهی سرمایه‌گذار را پشیمان هم می‌کند. این‌ها بخشی از مشکلات جامعه حرفه‌ای هتلداران است. سایر حوزه‌ها هم مشکلات خودشان را دارند. گردشگری زنجیره‌ای از بخش‌های مختلف است. مثلاً در زمینه تورهای ورودی یا incoming مشکلاتی وجود دارد که نه تنها پیش‌بینی‌ها در خصوص آمار ورود گردشگران خارجی در سال ۱۴۰۴ را محقق نکرد، بلکه روندی نزولی به این بخش داد. همکاران ما در جامعه حرفه‌ای تورگردانان ایران بارها درباره این مشکلات توضیحات مبسوطی را ارائه و بزنگاه‌های اصلی مشکل را نشان داده‌اند. ضمن اینکه در سال‌های اخیر ما شاهد اتفاقات ناگوار زیادی بودیم که آسیب‌های سنگینی را پی‌درپی به صنعت گردشگری کشور وارد کرد. از تحریم‌هایی که در بهار ۱۳۹۷ شکل جدی‌تری به خودش گرفت تا سیل سنگین در روزهای آغاز سال ۱۳۹۸ و بعد از آن، وقایع مربوط به بنزین در



صنعت گردشگری در جهان، یکی از اصلی‌ترین راه‌های درآمدزایی به شماره می‌آید و در بسیاری از کشورها، این صنعت جایگاه دوم یا سوم را در ارزیابی به خود اختصاص می‌دهد. وضعیت این صنعت در کشورمان از نظر درآمدزایی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

واقعیت قضیه این است که وضعیت صنعت گردشگری در ایران از نظر درآمدزایی نسبت به پتانسیل‌ها و ظرفیت‌هایی که کشور عزیزمان دارد، خوب نیست. ما اگر چه به لحاظ برخورداری از جاذبه‌های گردشگری در زمره چند کشور غنی دنیا هستیم، اما هنوز نتوانسته‌ایم از داشته‌های خود در حوزه گردشگری استفاده کنیم. ایران قابلیت آن را دارد که به یکی از مقاصد مهم گردشگری توریست‌های جای جای دنیا تبدیل شود؛ مشروط بر اینکه تغییر نگرشی اساسی نزد یکایک ما در ارتباط با صنعت گردشگری به وجود بیاید. این تغییر نگرش، یک پیش‌نیاز برای تصمیم‌گیری‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات بعدی است.

پاییز همان سال و شیوع ویروس منحوس کرونا در زمستانش که منجر به تعطیلی کامل هتل هادر نوروز ۱۳۹۹ شد. به هر حال سال‌های سختی را پشت سر گذاشتیم و این سختی در کنار مشکلات دیگری که به آن‌ها اشاره شد، بسیاری از ظرفیت‌ها را همچنان بلااستفاده گذاشته و ذهن و وقت فعالان گردشگری را صرف ترمیم خسارت‌ها و آسیب‌های به وجود آمده کرده است.

به اعتقاد اغلب فعالان صنعت هتلداری، این حوزه از شرایط نامطلوبی برخوردار است. به نظر شما به منظور رشد و توسعه این صنعت چه اقدامات اساسی باید صورت گیرد؟

این پرسش موضوعات مختلفی را در بر می‌گیرد و پاسخ به آن در این مجال کوتاه نمی‌گنجد، با این حال سعی می‌کنم که به چند مورد کلی و اساسی در این زمینه اشاره کنم. همان‌طور که در پاسخ به سوال قبل هم گفتم، بخش زیادی از مشکلات صنعت هتلداری به حوزه تقنینی بازمی‌گردد؛ یعنی ما نیازمند قوانینی هستیم که شرایط سرمایه‌گذاری در صنعت هتلداری و به‌طور کلی فعالیت در این عرصه را تسهیل کند. قوانین فعلی در بعضی از زمینه‌ها موجب تحمیل هزینه‌های مادی و معنوی به هتلداران می‌شود. متأسفانه هنوز تعلق‌هایی وجود دارد که مانع توسعه اقتصادی از جمله رشد صنعت گردشگری و هتلداری در کشور می‌شود. نگاهی وجود دارد که می‌گوید، چون صنعت هتلداری یک صنعت به اصطلاح «لوکس» است، با عدالت اجتماعی تعارض دارد؛ در حالی که عدالت اجتماعی و بهره‌مندی مردم از امکانات و رفاه بیشتر در گروی توسعه اقتصادی است. صنعت گردشگری می‌تواند منجر به ارتقاء سطح رفاه عمومی شود، چرا که با ورود گردشگر خارجی به ایران در واقع ارزآوری کشور رشد پیدا می‌کند. یکی از راه‌های برون‌رفت از مشکلات موجود بر سر راه توسعه صنعت گردشگری، توجه ویژه به مسأله خصوصی‌سازی و اصل ۴۴ قانون اساسی است. بر اساس سیاست‌های کلی نظام، دولت‌ها باید کوچک و چابک‌سازی شوند و تصدی امور مختلف را به بخش خصوصی واگذار کنند. در واقع نقش دولت‌ها باید نظارتی و حامیانه باشد. این بخش خصوصی است که می‌تواند مشکلات اقتصادی کشور را حل کند و آینده‌ای درخشان برای میهن و مردم رقم بزند. تأکید بر این امر و جدی‌تر گرفتن اصل ۴۴ قانون اساسی و جلب سرمایه‌های بخش خصوصی، موضوعی است که همواره مورد تأکید مقامات مختلف نظام و از جمله مقام معظم رهبری بوده است. این به ما می‌گوید که تفویض اختیارات بیشتر به تشکلهای بخش خصوصی، منافاتی با سیاست‌های کلی نظام ندارد، اما در عمل عزمی در مسئولان نمی‌بینیم که به ایجاد شرایط لازم و مساعد برای رونق و توسعه فعالیت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی کمک کند.

موضوع دیگر، توجه به فرابخشی بودن صنعت گردشگری است. گردشگری نیازمند یک باور ملی است؛ به این معنا که همه دستگاه‌های اجرایی باید نگاه ویژه‌ای به گردشگری داشته باشند که متأسفانه این‌طور نیست. با خیلی از نهادهای دولتی دچار مشکل هستیم. اگر می‌خواهیم صنعت گردشگری رشد کند، باید به فکر حمایت‌های مشوقانه و تسهیل شرایط برای سرمایه‌گذاری باشیم. این حمایت‌ها با در نظر گرفتن سال‌های سختی که گردشگری پشت سر گذاشته، طبعاً باید بیشتر و جدی‌تر هم باشد. در حالی که خیلی وقت‌ها عملاً عکس این حمایت را شاهد هستیم! اشاره به یکی دو نمونه شاید موضوع را روشن‌تر کند. به‌طور مثال، با وجود مصوبه هیأت دولت مبنی بر اینکه هزینه گاز تأسیسات گردشگری در بودجه سال ۱۴۰۲ باید بر اساس تعرفه خدماتی در نظر گرفته شود، پس از گذشت دو ماه اول سال؛ یعنی بعد از خردادماه از این مصوبه به کلی تمرد شد. البته با ریزنی‌های جامعه حرفه‌ای هتلداران این مشکل به زودی حل خواهد شد، اما آنچه در این میان هدر می‌رود، وقت و انرژی و تمرکز فعالان صنعت هتلداری است. چرا این وقت و انرژی باید صرف توضیح دادن در مورد مسائل بدیهی شود؟ هیأت‌مدیره جامعه حرفه‌ای هتلداران ایران در جلسه اخیر خود با وزیر محترم، مطالبات به‌حق خود از جمله الزامی شدن امضای رئیس تشکلهای استانی برای صدور پروانه بهره‌برداری هتل‌ها، تفویض اختیار نرخ‌گذاری برای هتل‌ها به تشکل، صدور کارت مدیریت برای مدیران هتل‌ها توسط جامعه حرفه‌ای هتلداران، نظارت صفر تا ۱۰۰ بر فرآیند ساخت هتل‌ها از اخذ موافقت اصولی نقشه‌ها تا نظارت بر فرآیند ساخت‌وساز و پایان کار و... را به صورت شفاف مطرح کرد. همچنین ما نیازمند کمیسیونی مستقل با عنوان کمیسیون گردشگری در مجلس شورای اسلامی هستیم. در حال حاضر مافقط یک فراکسیون گردشگری در مجلس داریم که برای صنعت بزرگی مانند گردشگری به‌هیچ‌وجه کفایت نمی‌کند. با قرار دادن گردشگری ذیل کمیسیون فرهنگی که خود امور بسیار گسترده و پر دامنه‌ای را در بر می‌گیرد، در واقع اولویت‌های این صنعت - فرهنگ مهم را در حوزه قانون‌گذاری

صنعت گردشگری می‌تواند منجر به ارتقاء سطح رفاه عمومی شود، چرا که با ورود گردشگر خارجی به ایران در واقع ارزآوری کشور رشد پیدا می‌کند



نادیده گرفته‌ایم. با ایجاد کمیسیون گردشگری مجلس می‌توانیم جایگاه واقعی‌اش را در قوه قانون‌گذاری کشور به آن بازگردانیم.

آیا به منظور معرفی مقاصد جدید برای سفرهای نوروزی، اقدام خاصی از سوی مسئولان مربوطه انجام شده است؟

خارج شدن سفر از شکل سنتی و معرفی مقاصد کمتر شناخته‌شده، مساله بسیار مهمی است. در واقع این موضوع باید در سطح کلان و نه فقط برای مقطعی خاص مورد توجه قرار بگیرد؛ یعنی مهمتر از آن است که فقط برای یک سفر نوروز به آن توجه کنیم. در تمام دنیا کار تبلیغات و اطلاع‌رسانی در خصوص جاذبه‌های گردشگری و مقاصد سفر بر عهده دولت‌ها است. یکی از انگیزه‌ها و اهداف دولت‌ها برای حمایت از سرمایه‌گذاران‌شان و ترغیب آن‌ها به شرکت در نمایشگاه‌های بزرگ گردشگری دنیا همین است. دولت‌ها از طریق امکانات تبلیغاتی و ابزارهای اطلاع‌رسانی، جاذبه‌ها را به گردشگران معرفی می‌کنند. طبیعتاً در کشور ما هم این بخش را دولت باید بر عهده بگیرد. کار تاسیسات گردشگری، ارائه خدمات و کار دولت حمایت، نظارت و ایجاد زیرساخت‌ها و بسترهای لازم برای رونق صنعت گردشگری است. دولت باید زمینه‌ای فراهم کند تا جاذبه‌های کمتر دیده شده گردشگری در نقاط مختلف کشور عزیزمان که تعدادشان بسیار هم زیاد است، در کانون توجه قرار بگیرند، ولی متأسفانه اطلاع‌رسانی و تبلیغات لازم در ارتباط با این مقاصد صورت نگرفته است. به‌طور مثال، ما ظرفیت‌های بسیار بالایی در زمینه گردشگری طبیعی، فرهنگی، تاریخی، علمی، درمانی و... در نقاط مختلف کشور داریم که متأسفانه مغفول واقع شده‌اند و در نتیجه توجه گردشگران اعم از داخلی و خارجی صرفاً معطوف به چند شهر و مقصد خاص است. در حالی که در جای‌جای ایران ظرفیت‌ها و جاذبه‌هایی وجود دارد که در حکم سرمایه‌های بالقوه کشور در صنعت گردشگری هستند و اگر درست روی آن‌ها کار شود، در آینده می‌توانند گردشگران زیادی را جذب کنند و ارزش قابل‌اعتنایی از این طریق وارد کشور شود. در واقع این‌ها مقاصد بالقوه گردشگری هستند. پیش از این طرحی را با نام «اتاق ایران» در هتل‌های کشور مطرح کردید تا صنایع دستی کشور در آن‌ها عرضه شود.

این موضوع را به اطلاع معاون صنایع دستی وزارت گردشگری هم رسانده‌اید. سرانجام این طرح به کجا رسیده است؟

در ارتباط با «اتاق ایران»، یک کار گروه مشترک بین جامعه حرفه‌ای هتلداران ایران، معاونت صنایع دستی و معاونت گردشگری وزارتخانه در معاونت صنایع دستی تشکیل شد. در جلسات این کار گروه استانداردهای مربوط به صنایع دستی که بناسست در «اتاق ایران» مورد استفاده قرار بگیرد، مورد بحث و بررسی قرار گرفت و قرار شد که لحاظ شود. تاکنون به این صورت عمل شده است؛ ولی هنوز این

ایران قابلیت آن را دارد که به یکی از مقاصد مهم گردشگری توربست‌های جای‌جای دنیا تبدیل شود؛ مشروط بر اینکه تغییر نگرشی اساسی نزدیک‌ایک ما در ارتباط با صنعت گردشگری به وجود بیاید

استانداردها به صورت عملی از کار گروه بیرون نیامده است. لازم است که این جلسات ادامه پیدا کند و مرتب برگزار شود تا پس از مشخص شدن استانداردهای مربوطه «اتاق ایران» هم در هتل‌ها برقرار شود.

با توجه به نزدیکی پایان سال و همچنین فرارسیدن ایام نوروز، آیا جامعه هتلداران ایران برنامه‌ای به منظور افزایش ورود گردشگران خارجی به کشور دارد؟ چه خدماتی را به آنان و گردشگران ایرانی ارائه خواهید داد. می‌دانید که بحث تورآوری در حیطه وظایف و کارهای هتلداران نیست. البته هتلداران طبیعی است که تلاش خود را صرف کمک به افزایش تورآوری خواهند کرد، چرا که خودشان هم ذی‌نفع هستند و این موضوع قطعاً همراهی هتلداران با تورگردانان را به دنبال خواهد داشت. آنچه در این زمینه بسیار تأثیرگذار است، سیاست‌های خود وزارتخانه در این زمینه و نیز عملکرد آژانس‌های یعنی دفاتر خدمات مسافرت هوایی با محوریت جامعه حرفه‌ای تورگردانان ایران به عنوان شبکه فروش و بازاریابی در بازارهای جهانی و نمایشگاه‌های خارج از کشور است. ضمن اینکه نباید از یاد برد که تورآوری در کشور ما بسیار متأثر از وضعیت سیاسی و نوع ارتباطات دولت‌ها با کشورهای دیگر است. یک روز این ارتباط‌ها مثلاً با کشورهای غربی خوب است، به همان میزان تورهای بیشتری از آن کشورها وارد ایران می‌شوند و بالعکس، زمان‌هایی که این ارتباط‌ها کمرنگ‌تر است، شاهد ورود تورهای کمتری هستیم و گاهی هم خیلی کمتر؛ بنابراین عوامل مختلفی در این زمینه دخیل هستند.

به منظور جذب سرمایه‌گذاران خارجی در جهت ساخت هتل در کشور چه تدابیری باید اتخاذ شود؟

سرمایه‌گذاران داخلی یا خارجی، پیش از هر چیز امنیت سرمایه می‌خواهند؛ به این معنا که وقتی تصمیم می‌گیرند در حوزه‌ای سرمایه‌گذاری کنند، خاطر جمع باشند که اولاً خطری متوجه سرمایه آن‌ها نیست و جایی که در آن سرمایه‌گذاری می‌کنند از امنیت کامل اقتصادی برخوردار است که این خود البته به عوامل متعددی بستگی دارد. بعد از این، نوبت به برآورد بازدهی سرمایه می‌رسد. هیچ‌کس دوست ندارد، سرمایه‌اش را جایی هزینه کند که نسبت به جاهای دیگر بازدهی طولانی‌مدتی دارد. ساخت هتل به خودی خود فرآیندی طولانی است و بازدهی آن در بهترین شرایط حدود ۱۰ سال به طول می‌انجامد. حال اگر قوانین دست و پاگیر و عوامل بازدارنده و سخت‌گیری‌های ناملزوم اداری و بروکراتیک نگذارند که کار شکل طبیعی خود را طی کند و انجام شود، چنانکه در کشور ما همواره با این مشکل مواجه بوده‌ایم، این بازدهی مدت زمان طولانی‌تری پیدا می‌کند. روشن است که این موانع موجب دلسردی و انصراف سرمایه‌گذار می‌شود، چرا که او ترجیح می‌دهد در شرایطی آسان‌تر کار کند. در تمام دنیا دولت‌ها تلاش‌شان بر این است که سرمایه‌گذار را تشویق و جذب کنند، نه اینکه با سخت‌گیری‌های ناملزوم، فرصت‌ها را به سمت کشورهای دیگر هدایت کنند. به نظر من تا حد زیادی به این پرسش شما پاسخ داده‌ام. ■

مدیرعامل هتل آرتا قشقم مطرح کرد

رفع بخشی از معضل بیکاری با توسعه هتلداری

محمد جعفری

طبیعت بکر، آثار تاریخی، امکانات تفریحی و مراکز خرید، موقعیت گردشگری خاصی را برای جزیره قشم به وجود آورده است. ناصرالدین روضاتی، مدیرعامل هتل آرتا قشقم در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» گفت: این جزیره با بهره‌مندی از جاذبه‌ها و ذخایر طبیعی می‌تواند به قطب گردشگری برای افراد با درآمد متوسط تبدیل شود. وی دارای مدارک DBA در رشته مدیریت بازرگانی و DBA در رشته مدیریت هتلداری است و بیش از ۴۵ سال تجربه در مدیریت بازرگانی، بازاریابی و مدیریت عملی شرکت‌های مختلف در داخل و خارج از کشور را در کارنامه کاری خود دارد. روضاتی، پس از اخذ لیسانس مدیریت، آموزش‌های خود را در زمینه صنعت هتلداری و پذیرایی در شرکت‌های هیلتون، هاردیز و سیزیلین در آمریکا گذارنده و از سال ۱۳۹۶ مدیریت هتل آرتا قشقم را عهده دار است. مشروح این مصاحبه را می‌خوانید.



هتل آرتا قشقم در چه موقعیتی مکانی قرار دارد و چه امکانات و خدماتی را در اختیار مهمانان خود قرار می‌دهد؟

این هتل که در بلوار شهید بهشتی جزیره قشم واقع شده، در رده ۴ ستاره است و دارای ۴۸ باب واحد اقامتی شامل ۴۴ اتاق و ۴ سوئیت می‌باشد. هر کدام از سوئیت‌ها حدود ۴۰ متر مربع مساحت داشته و کاملاً دارای دید دریا هستند و امکاناتی نظیر یک تخت دابل در اتاق خواب و دو تخت توئین در سالن، برای آن‌ها پیش‌بینی شده است. اسپیلیت، هیتز، یخچال، مینی بار، تلویزیون و... از دیگر امکانات سوئیت‌ها است. اتاق‌های هتل هم با ترکیب تخت‌های دبل و توئین هستند که بعضاً قابلیت تبدیل شدن به سه تخته را هم دارد. تعدادی از اتاق‌ها دارای دید دریا و تعدادی دارای دید شهر هستند. در اتاق‌ها؛ چای کیسه‌ای، قهوه، دمنوش، آب معدنی رایگان به صورت شارژ روزانه و بشقاب میوه فصل در روز ورود، در اختیار مهمانان قرار می‌گیرد. همچنین پذیرش مهمانان با خوشامدگویی و ارسال پیامک برای استفاده از وای‌فای رایگان صورت می‌پذیرد. مهمانان هتل از خدمات رستوران جهت صرف نهار و شام، کافی‌شاپ، اتاق ماساژ، اتاق ورزش و لباسشویی با پرداخت هزینه بهره‌مند می‌شوند. در این هتل، روم سرویس و ارائه بعضی از خدمات خانه‌داری، در طول شب نیز امکان پذیر است. شایان ذکر است، فروش و رزرو اتاق از طریق آنلاین و سایت هتل به نشانی artahotel.com صورت می‌گیرد. مهمانان هتل می‌توانند غیر از خرید اتاق، بسته‌های هاف برد اقامت به همراه یک وعده غذا و فول برد اقامت به همراه نهار و شام رانیز انتخاب و خریداری کنند. یکی دیگر از آفرها این است که در بهار و تابستان مهمانان هتل، از ۵۰ درصد و در پاییز و زمستان از ۲۰ درصد تخفیف بهره‌مند می‌شوند.

به منظور جذب مشتریان بیشتر و رضایت‌مندی آنان چه برنامه‌هایی دارید؟

رضایت و کرامت مهمانان، اولویت اصلی هتل آرتا است و حرف نخست را برای ما می‌زند؛ به طوری که در همین راستا، آموزش‌های لازم و دستورالعمل‌های مکفی به پرسنل داده و صادر شده است. در واقع از آنجا که رعایت اصول مهمانداری با کیفیت، در صدر اصول کاری هتل آرتا قرار دارد، ترتیبی اتخاذ کرده‌ایم تا تمامی پرسنل هتل، پیش از آغاز به کار آموزش‌های لازم را ببینند.

هتل آرتا چه مزیتی نسبت به سایر هتل‌های قشقم دارد؟

این هتل از نظر موقعیت مکانی در مناسب‌ترین منطقه قشقم قرار دارد و

در نزدیکی دریا و مراکز خرید واقع شده که این موضوع مزیت بزرگی برای هتل محسوب می‌شود. به منظور توسعه، پیشرفت و ارائه خدمات مناسب‌تر نیز به روزرسانی و ارتقای کیفیت عملکرد پرسنل در ابعاد گوناگون، مدنظر قرار دارد. همچنین مدیریت هتل، بهبود مستمر از منظر ساخت‌افزایی و نرم‌افزاری را در دستور کار روزانه خود گنجانده است.

فعلان صنعت هتلداری با چه مشکلات و موانعی مواجه هستند؟

کمبود نیروی انسانی علاقه‌مند و ماهر و فقدان زیرساخت گردشگری در کل کشور را می‌توان از جمله مشکلات صنعت هتلداری در ایران برشمرد؛ این در حالی است که فقدان زیرساخت گردشگری در ارتباط مستقیم با صنعت هتلداری قرار دارد. همچنین عدم بخشودگی مالیاتی و نبود حمایت لازم از سوی بانک‌ها در ارائه تسهیلات ساخت هتل و... از دیگر مشکلات این صنعت است.

دولت مردان و به ویژه وزارت میراث فرهنگی و گردشگری، باید چه عملکردی نسبت به صنعت هتلداری داشته باشند؟

وزارت میراث فرهنگی می‌تواند با اعمال سیاست‌های درست، بستر صنعت گردشگری و هتلداری را در کشور پایه‌ریزی کند. در صورت اتخاذ تصمیمات درست از سوی دولت‌مردان، این صنعت بخش بزرگی از معضل بیکاری کشور را حل خواهد کرد و موجب اشتغال‌زایی خواهد شد. صنعت هتلداری می‌تواند با ایجاد طیف وسیعی از مشاغل، سهم به‌سزایی در رونق اقتصادی کشور داشته باشد. ■

رئیس جامعه هتلداران خراسان رضوی خانه‌های شخصی

بدون پرداخت مالیات فعالیت می‌کنند

مهدیه شهسواری

امروزه صنعت هتلداری کشورمان؛ به لحاظ ساختار، تجهیزات و امکانات در مقایسه با دنیا از وضعیت مطلوب و مناسبی برخوردار و پاسخگوی نیازهای مسافران است. علاوه بر این، مزیت رقابتی نرخ بسیار پایین سفر به ایران در حوزه اقامت و دیگر حوزه‌ها، امتیاز بسیار مناسبی است که در کنار جاذبه‌های زیارتی، طبیعی و تاریخی ایران، می‌توان از آن به عنوان عامل ایجاد انگیزه برای سفر به ایران نام برد. ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» در گفت‌وگو با محمود مادرشاهیان، رئیس جامعه هتلداران خراسان رضوی، به بررسی فعالیت‌ها و اقدامات این تشکل و همچنین وضعیت کنونی صنعت گردشگری و هتلداری ایران پرداخته که ماحصل آن را می‌خوانیم.

عنوان یک سرمایه‌گذار و نماینده و منتخب اعضای بزرگ‌ترین تشکل هتلی کل کشور، دغدغه خاطر ویژه‌ای دارم و تلاش کلیه مجموعه را به کار بسته‌ایم که به‌رغم شرایط اقتصادی دشوار کشور و تحریم‌ها؛ گام‌های مثبت، سازنده و رو به جلو برای صنعت هتلداری استان برداریم. **با توجه به رونق گردشگری مذهبی در مشهد، هتلداری در این شهر چه مزایا و ویژگی‌های خاصی دارد و مقابلاً با چه مشکلات و چالش‌هایی مواجه است؟**

استان خراسان رضوی به لحاظ جاذبه‌های تاریخی و جغرافیایی پتانسیل‌های زیادی دارد، البته به دلیل وجود بارگاه ملکوتی حضرت ثامن الحجج (ع)، عمده مسافران ورودی به استان به قصد زیارت ولی‌نعمت‌مان حضرت رضا (ع) به این استان سفر می‌کنند، لیکن مسیرهای گردشگری بسیاری در حال حاضر وجود دارد و تعریف شده که مسافران در مسیر سفر به استان از آن بهره می‌برند. همچنین تأسیسات گردشگری بسیار خوبی هم در استان ایجاد شده، از جمله اینکه مادر بیشتر شهرهای پرجمعیت استان، هتل‌های مناسب و قابل قبول داریم و در روستاها و شهرهای کوچک هم اقامت‌های بوم‌گردی بسیار مناسب وجود دارد. این حوزه با مشکلات و چالش‌های زیادی مواجه است، اما چالش اصلی این روزها در سفر به مشهد، بحث حمل‌ونقل و کمبود پروازها است که با توجه به موقعیت جغرافیایی شهر مشهد و بُعد مسافت از بسیاری از شهرها، نیاز به وجود پروازهای مستمر و پرتعداد از شهرهای مختلف کشور به مقصد مشهد ضروری است.

اجاره دادن خانه و سوییت در مشهد که به تازگی بسیار مرسوم شده، چه تاثیری بر کار هتلداری در این شهر گذاشته است؟

متأسفانه معضل خانه‌های شخصی در تمام کشور از مشکلات صنعت گردشگری و بخش اقامت و به ویژه از دغدغه‌های مهم هتلداران سراسر کشور به شمار می‌رود. این خانه‌ها بدون اینکه هیچ ضوابط قانونی را رعایت کنند یا نهاد نظارتی بر کار آن‌ها نظارت کند یا در قبال وجوه نجومی که از مهمان دریافت می‌کنند، مالیات و عوارضی به



با توجه به اقدامات انجام‌شده در جامعه هتلداران خراسان رضوی، تا چه اندازه به اهداف و برنامه‌های مدنظر دست یافته‌اید؟

تشکل صنفی هتلداران در شهر مشهد و استان خراسان رضوی از قدیمی‌ترین تشکل‌های گردشگری در سطح کشور بوده و قدمتی بسیار طولانی دارد. فلسفه وجودی تشکل‌ها اساساً شامل دو بخش بوده و هر دو حائز اهمیت می‌باشند. در بخش اول، دفاع و حمایت از حقوق قانونی اعضاء و تلاش همه‌جانبه برای ایجاد فضای مناسب برای فعالیت و کسب و کار است که ما این مهم و این رسالت را با تمام توان و به کارگیری ظرفیت‌های قانونی، شناسایی مسائل و دغدغه‌ها و آسیب‌ها، جلسات با مسئولان در بالاترین سطوح اجرایی و تلاش جهت رفع مشکلات و تسهیل شرایط برای همکاران، پیگیری می‌کنیم. در بخش دوم نیز، وظیفه تشکل‌ها از جمله جامعه هتلداران در حوزه نظارت، نرخ‌گذاری و مجوزها و... بوده که به ارائه خدمات مناسب به مهمان و زائر نظارت می‌کند و این بخش مسئولیت حرفه‌ای و اخلاقی ما برای نظارت بر ارائه بهترین خدمات با کیفیت و قیمت مناسب به مهمانان است. بنده به

صنعت هتلداری در کشورمان، به لحاظ ساختار و تجهیزات و امکانات در مقایسه با دنیا از وضعیت مطلوب و مناسبی برخوردار است و پاسخگوی نیازهای مسافران است



آن به عنوان عامل ایجاد انگیزه برای سفر به ایران نام برد. به هر حال مشکلات و مسائل متعددی هم وجود دارد که متأسفانه باعث شده مادر مقایسه با بسیاری از کشورهای همسایه از لحاظ تعداد مسافران ورودی و حجم سرمایه گذاری در حوزه گردشگری و به ویژه زیرساخت‌ها در حوزه حمل و نقل بسیار عقب‌تر باشیم که امیدواریم با نگاه مثبت‌تر و سازنده‌تر مسئولان به گردشگری به عنوان صنعتی که می‌تواند اقتصاد کشور را متحول کند، شاهد تغییر نگرش و تحول در این عرصه باشیم. در چنین شرایطی امید به آینده صنعت هتلداری بیشتر خواهد بود و سرمایه‌گذاری جدید در این صنعت توجیه خواهد داشت، در غیر این صورت با توجه به حجم زیاد سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای ساخت هتل به ویژه در شهر مشهد، زمان بازگشت سرمایه اصلی و سوددهی کسب و کار بسیار طولانی بوده و چه بسا سرمایه‌گذاری در سایر زمینه‌ها ریسک و خطرپذیری کمتر و بازگشت سرمایه سریع‌تری داشته باشد. با توجه به عدم توجیح اقتصادی هتلداری و هتل‌سازی، یکی از وظایف جامعه هتلداران تلاش در جذب سرمایه و سرمایه‌گذار به سمت این صنعت و ساخت هتل‌های جدید با خدمات به‌روز جهت اقامت زائرین حضرت رضا (ع) می‌باشد. ■

دولت پرداخت کنند، فعالیت می‌کنند. البته آسیب‌های اجتماعی بسیاری هم ایجاد می‌کنند. در حالی که هتل‌ها و سایر واحدهای اقامتی دارای مجوز با سرمایه‌گذاری هنگفت و با بیشترین نظارت از سوی نهادهای مختلف، ایجاد اشتغال می‌کنند و هر روز با مشکلات اقتصادی متعدد روبه‌رو هستند.

آیا جامعه هتلداران خراسان رضوی برای ایام پیک گردشگری در این استان و از جمله شهر مشهد، تدابیر خاصی جهت مدیریت بهتر و ارائه خدمات با کیفیت اتخاذ کرده‌است؟

در ایام پیک همواره جامعه هتلداران خراسان رضوی، برنامه‌های خاص و ویژه‌ای را برای ارائه بهترین خدمات به مهمانان در دستور کار قرار می‌دهد. به ویژه در دو سال اخیر که رویکردی را در حوزه نظارت بر نرخ و جلوگیری از دو نرخ بودن اتاق‌ها در ایام پیک و غیر پیک و خدمات ایجاد کرده‌ایم. علاوه بر اینکه در ستادهای ویژه خدمات سفر حضور فعال و پررنگ داریم، تیم‌های تخصصی بازرسان جامعه در طول مدت پیک حضور مسافر به صورت مستمر به کار هتل‌ها نظارت می‌کنند و شکایات مهمانان و زائران در کمترین زمان ممکن رسیدگی و حل و فصل می‌شود. یکی از اهداف جامعه هتلداران، تعامل با اعضا در جهت اخذ تخفیفات ویژه در ایام پیک و غیر پیک به جهت مدیریت هزینه‌های زائر و نیز ماندگاری آن‌ها در هتل‌ها می‌باشد.

آیا سرمایه‌گذاری در صنعت هتلداری در کشورمان توجیه اقتصادی دارد و می‌تواند سودآور باشد؟

صنعت هتلداری در کشورمان، به لحاظ ساختار و تجهیزات و امکانات در مقایسه با دنیا از وضعیت مطلوب و مناسبی برخوردار است و پاسخگوی نیازهای مسافران است؛ ضمن اینکه مزیت رقابتی نرخ بسیار پایین سفر به ایران چه در حوزه اقامت و چه در سایر حوزه‌ها، امتیاز بسیار مناسبی است که در کنار جاذبه‌های زیارتی، طبیعی و تاریخی ایران، می‌توان از



عضو هیات مدیره جامعه هتلداران ایران

در نرخ‌گذاری خدمات هتل‌ها آزادی عمل نداریم

محمد جعفری

با توجه به جاذبه‌های بی‌شمار گردشگری که در ایران وجود دارد، کشورمان می‌تواند یکی از مقاصد اصلی توریست‌های خارجی باشد؛ ضمن اینکه رونق بخشی به گردشگری داخلی با وجود این جاذبه‌ها، دور از ذهن نیست. اقامت از مسایل بسیار مهم در موضوع گردشگری است و در این میان هتل‌ها، نقش پررنگی را برای فراهم آوردن یک اقامت باکیفیت و آسوده برای گردشگران دارند. البته برخی از مشکلات و چالش‌ها مانع از آن شده که صنعت هتلداری در کشورمان، به جایگاه واقعی خود دست پیدا کند. کامیار اسکندریون، عضو هیات مدیره جامعه هتلداران ایران که سابقه‌ای طولانی در این صنعت دارد، در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» نرخ‌گذاری دستوری، محدودیت در آندزایی از بخش‌های مختلف هتلداری، واحدهای غیرمجاز استیجاری در شهرهای مختلف، ایران‌هراسی برای توریست‌های خارجی و... را از جمله مشکلاتی می‌داند که هتلداری را در ایران، سخت و چالش‌زا کرده است. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانید.

کنیم و در زمینه احیای حقوق حقه همکاران خود در سراسر کشور اقداماتی را انجام دهیم. همه ساله به عنوان عضو اصلی، در جلسات نرخ‌گذاری‌ها حضور داریم و می‌توانیم مدافع صنف باشیم. در بخش سرمایه‌گذاری و تخصیص اعتبارات برای سرمایه‌گذاری، رئیس جامعه هتلداری هم حضور دارد. بنده معتقدم که جامعه هتلداران ایران به عنوان یک تشکل ملی که ادعا دارد بزرگ‌ترین تشکل ملی در سطح کشور است، موفق عمل کرده و صدرصد موفق شده که انسجام و یکپارچگی را در سطح استان‌ها و بین همکاران حفظ کند و این انسجام و یکپارچگی به ما کمک بسیاری کرده است. بعضاً دیده‌ایم که در تشکل‌های ملی، به صورت دو سه و سه سو حرکت‌های موازی انجام می‌گیرد که خوشبختانه ما از این قاعده مستثنی هستیم.

فعالان صنعت هتلداری در کشورمان با چه مشکلاتی مواجه هستند؟

آنچه که با توجه به میزان و حجم سرمایه‌گذاری در این حوزه، برای سرمایه‌گذار متصور است، عملیات تحقق‌پیدانمی‌کند. در عین حال هتلداران با چالش‌های بسیاری در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فروش، تاسیس و سایر مسایل مواجه هستند و عمده سود هتلداری در ایران از فروش غذا و خدمات اقامتی است. به عبارت دیگر، به دلیل موقعیتی که در کشورمان داریم، نمی‌توانیم به بسیاری از درآمدهایی که هتل‌ها در دنیا و در کشورهای توریست‌پذیر دارند، دست پیدا کنیم. ما هم این موضوع را پذیرفته‌ایم که فقط باید در سه یا چهار حوزه مجاز فعالیت کنیم و این در حالی است که در دنیا، ۱۸ بخش درآمدزایی برای هتلداری وجود دارد. چالش دیگر گرانی اقلام است؛ چرا که هتل یک محیط اقامتی است و مانند یک مغازه یا فروشگاه نیست و مرتب نیاز به بازبینی، به‌روزرسانی و بازسازی دارد که بسیار هزینه‌بر است و درآمدی که از این بخش حاصل می‌شود، جوابگو نیست؛ بنابراین نمی‌توان هتل‌ها را به‌روز نگه داشت. البته معتقدم که هتل‌های ما نسبت به بسیاری از کشورهای دیگر، حتی امکانات لازم را هم دارند و با گرانی اقلام هتلی هم مواجه هستند. شرایط بسیار خوبی دارند. اعتقاد دارم که هتلداری ما در حال حاضر با توجه به شرایطی که به وجود



لطفاً گزارشی از عملکرد جامعه هتلداران ایران ارائه فرمایید.

این جامعه، یک تشکل صنفی است و اعضای مجمع آن، روسای جوامع هتلداری استان‌ها و مناطق آزاد مانند کیش، قشم، اروند و چابهار هستند. جامعه هتلداران ایران هر سال مجمع عمومی دارد و گزارش کار، گزارش عملکرد مالی و گزارش عملیاتی در این مجمع ارائه می‌شود و به این ترتیب، اعضای مجمع در جریان گزارش‌ها قرار می‌گیرند. همچنین اگر موضوعی هم باشد، به پیشنهاد هیات‌مدیره به تصویب می‌رسد. جامعه هتلداران هر چهار سال یک بار انتخابات برگزار می‌کند که به موجب آن، هیات‌مدیره و بازرسان جدید انتخاب می‌شوند.

به نظر شما آیا این تشکل به اهداف مورد نظر خود دست یافته است؟

به نظر بنده، به اهداف مورد نظرمان دست یافته‌ایم؛ زیرا طرف ما یک بخش حاکمیتی است و نظرات و تصمیمات بخش حاکمیتی بر اساس قوانین است و تا حدودی توانسته‌ایم، مغایرت‌های قوانین را حل و فصل

آمده تا این لحظه خوب پیش رفته، اما اگر حمایت نشود، ما همین موقعیت را هم در معرض خطر می بینیم. چنانچه چند سال دیگر به همین صورت بگذرد، سیاست درهای باز اجرا نشود و تنش های منطقه ای برداشته نشود، با خطر جدی مواجه می شویم و نمی توان به آینده این صنعت خوشبین بود.

آیا می توانیم در حال حاضر از واژه ورشکستگی برای صنعت هتلداری استفاده کنیم؟

زمانی که یک هتل نتواند بنا به موقعیت، خدمات و میزان سرمایه ای که دارد، بازدهی لازم را داشته باشد، عملاً چیزی در حدود ورشکستگی می شود و شاید بهتر است بگوییم که دست و پا زدن برای ورشکست نشدن است. البته امیدوارم که رونق بیشتر و حمایت های بیشتری حاصل شود و کار به ورشکستگی نکشد. چالشی که در کشور ما وجود دارد، این است که سرمایه گذاران خارجی وجود دارند و رغبت هم برای سرمایه گذاری نشان می دهند، اما تنها چیزی که مانع از انجام این کار می شود، نرخ گذاری دستوری است که باعث فرار سرمایه گذار از این حوزه می شود و عملاً این امکان ایجاد نمی شود که سرمایه گذار خارجی، اقدامی انجام دهد و رونقی ایجاد شود؛ یعنی جایی که نرخ دستوری و نظارت های ناهق وجود داشته باشد، هیچ سرمایه گذاری ورود نمی کند. حال نخستین سوالی که پیش می آید این است که با وجود تمام این مسایل، چرا ما به این صنعت ورود کرده ایم؟ در پاسخ به این پرسش باید گفت که حدود ۹۰ درصد از هتل های بخش خصوصی، موروئی است و در واقع این شغلی ارثی است که از اجداد و پدران ما به ارث رسیده است؛ از همین رو می خواهیم این شغل را همیشه سرپا نگه داریم و نمی خواهیم به نابودی کشیده شود. شاید خیلی راحت می شد، سرمایه و بنای یک هتل را به گونه و با کاربری دیگری مورد استفاده قرار داد، ولی ما بلد نیستیم؛ یا باید هتل ها را اجاره دهیم و جلوی چشم های مان هر آنچه که ساخته ایم، تبدیل به خاکستر شود یا باید بمانیم و تحمل کنیم.

در صنعت هتلداری کشورمان، چه میزان سرمایه گذاری صورت گرفته است؟

در کشور حدود ۲ هزار و ۲۰۰ هتل داریم که حدود ۱۵ درصد از آن ها، دولتی و ۸۵ درصد باقی بخش خصوصی هستند. خیلی سخت می توان این را تخمین زد، زیرا هتل هایی در زمین هایی با متر اژ متفاوت داریم و عموماً در سراسر کشور پراکنده هستند و نمی توان قیمت آن ها را تخمین زد و قطعاً قیمت یک هتل در رینگ یک حرم امام رضا (ع) با قیمت همان هتل در یکی از شهرهای حاشیه ای تهران، یکی نیست. ماسترسی به عرصه و اعیان، تعداد اتاق ها و ستاره هتل ها داریم، ولی به قیمت آن ها و میزان سرمایه گذاری، و اقعا دسترسی نداریم؛ مگر اینکه هر یک از هتل ها کارشناسی و جمع بندی شود که آن هم در شرایط حال حاضر ممکن نیست. دلیلش هم این است که از زمان آغاز کارشناسی تا پایان آن، قیمت زمین ۳ برابر می شود.

تاثیرات اعمال نرخ دستوری بر صنعت هتلداری چه بوده است؟

به نظر بنده، نرخ دستوری قیمت خدمات هتلینگ را بالا می برد و قطعاً پایین نمی آورد. این در حالی است که اگر در هتلداری نرخ ها آزاد باشد، در ایام پیک سال می توانیم ارائه خدمات با قیمت تمام شده داشته باشیم و در ایام غیر پیک، قیمت ها را تعدیل کنیم؛ البته مشروط به اینکه این هزینه ها را در

ایام پیک جبران کرده باشیم که این موضوع، موجب پایین آمدن قیمت سفر می شود. ما شعاری داریم که سفر را به واسطه آن تعریف کرده ایم؛ همه زمانی، همه مکانی و همگانی که تحقق این شعار بانرخ دستوری امکان پذیر نیست. به فرض اگر یک هتلدار در شمال، در پیک سفر و رونق مسافر نتواند به قیمت بفروشد، طبیعتاً در فصول و ایام غیر پیک نمی تواند آن را جبران کند؛ بنابراین در این ایام هم نرخ را پایین نمی آورد و در نتیجه، عملاً میدان را به واحدهای غیر مجاز و گذار می کنیم که از شمول نرخ گذاری و مالیات و سایر مسایل معاف هستند. در واقع ما عملاً با این کار، مهمان ها و مسافران را به سمت واحدهای غیر مجاز سوق می دهیم، چرا که آزادی عمل در نرخ گذاری نداریم.

آیا راهکاری وجود دارد که واحدهای غیر مجاز استیجاری، یا برچیده یا سازماندهی شوند؟ اصولاً اقدامی در این زمینه انجام شده است؟

راهکار این است که قیمت گذاری دستوری حذف شود. سوال ما این است که مگر هتل یک کالای اساسی است که دولت روی آن نرخ می گذارد؟ اصلاً مگر هتل برای استفاده عموم است که روی آن قیمت گذاری دستوری اعمال شود؟ در واقع هر کسی حق انتخاب دارد و هتل و اقامت یک کالای متنوع برای اقشار مختلف جامعه است؛ بنابراین راهکار برچیده شدن واحدهای غیر مجاز استیجاری هم حذف نرخ گذاری دستوری است. البته سال ها پیش شعارهایی در خصوص ساماندهی خانه های استیجاری داده شد، اما اجرایی نشد. البته بنده اعتقاد دارم که کار خلاف را نباید ساماندهی کرد و اگر یک نفر خانه اش را به صورت غیر مجاز اجاره می دهد، کار خلافی است و اصلاً معنی ندارد که کار خلاف را ساماندهی کنیم، بلکه باید آن را جمع آوری کرد و این به معنای دلسوزی برای گردشگری کشور است.

در حال حاضر بحث ورود و خروج گردشگر و صنعت هتلداری به چه صورت است؟

نظر بنده این است که عموماً در ورودی های خارجی ما گردشگران پولساز را از دست داده ایم و توان خود را در زمینه آمار توریست گذاشته ایم؛ بدون اینکه توجه کنیم که این توریست ها از کجای می آیند؟ ورودی گردشگر به ایران، از کشورهای چین، روسیه و عراق هستند که این ها گردشگران پولساز نیستند و به اندازه کافی، ارز وارد کشور نمی کنند. متأسفانه ایران هراسی و تبلیغات ضد ایرانی که در آن طرف مرز ها وجود دارد، موجب شده که توریست ها از آمدن به کشورمان منصرف شوند.

آیا شرایط بازار برای صنعت هتلداری مناسب است؟

خیر مناسب نیست؛ در واقع تمام ما محتاج و اقلامی که خریداری می کنیم، بانرخ دلار است و باید به نرخ ریال بفروشیم. این در حالی است که با توجه به افت ارزش ریال در برابر دلار، اگر خواهان ورود ارز به کشورمان و رونق اقتصادی هستیم، باید دست هتلداران باز گذاشته شود تا از توریست های خارجی دلار دریافت کنند. اصلاً بگویند، هتل هایی که گواهی استاندارد دارند از مهمانان خارجی، نرخ ارزی دریافت کنند و این نه تنها به صنعت گردشگری آسیب نمی زند، بلکه با درآمد حاصل از این کار، کیفیت خدمات هتلداری افزایش می یابد. ■

هتلداران با چالش های بسیاری در حوزه های مختلف اجتماعی فروش، تأسیس و سایر مسایل مواجه هستند و عمده سود هتلداری در ایران از فروش غذا و خدمات اقامتی است

شرحی بر طراحی برنامه‌ریزی و ساخت هتل

دکتر مهدی حسینی

نایب رییس هیات مدیره گروه هتل‌های کوثر

که سرمایه‌گذاران، طراحان و سازندگان، اطلاعات کامل و همه‌جانبه‌ای را نسبت به جنبه‌های مختلف این صنعت پویا و دایما در حال تغییر داشته باشند. در سال ۱۳۷۵ دفتر تحقیقات و معیارهای فنی سازمان برنامه و بودجه که در آن سال مسئولیت تهیه معیارها و استانداردهای مربوط به پروژه‌های عمرانی را بر عهده داشت، با همکاری برخی از مهندسين مشاور، کتاب اصول طراحی هتل‌ها را ترجمه کردند که این کتاب توسط «والتر روتز» و «ریچارد اچ پتر» از اعضای انستیتوی معماری آمریکا تالیف شده بود. با توجه به پیشرفت‌های گسترده‌ای که در بیست سال گذشته در عرصه اقتصاد فناوری گردشگری و سبک‌های معماری و طراحی در جهان صورت گرفته است، نیاز به ترجمه و انتشار این کتاب که در برگیرنده کلیه تحولات و پیشرفت‌های صورت گرفته در این صنعت رو به رشد می‌باشد، احساس می‌شد. کتاب طراحی برنامه‌ریزی و ساخت هتل‌ها، نسخه جدیدتر و کامل‌تری از کتاب غربی است که علاوه بر دو نویسنده مذکور، لارنس آدامز نیز در تالیف آن مشارکت داشته است. در این یادداشت، شرحی بر بخش‌های مختلف این کتاب صورت گرفته که بخش اول آن، توجه به ملاحظات زیست‌محیطی و سبک معماری و آداب و رسوم بومی هر منطقه است. آگاهی از گرایش‌های نوظهور و روند آتی بازار هتل‌ها و روش‌های سرمایه‌گذاری، طراحی، برنامه‌ریزی و ساخت هتل‌ها از جمله موارد مهمی است که به همراه نمونه‌های واقعی و توصیه‌های عملی ارائه خواهند شد. روند تکامل تاریخی و ۱۲ گروه اصلی از انواع هتل‌ها و زیرگروه‌های آن‌ها که در مجموع به بیش از ۵۰ نوع بالغ می‌شوند، معرفی و تفاوت‌های آن‌ها به تفصیل توضیح داده می‌شوند.

در بخش دوم، راهنمای طراحی هتل که در آن روش‌های نقشه‌کشی، طراحی، برنامه‌ریزی، استفاده از سیستم‌های ویژه تهیه طرح جامع و دستورالعمل‌های کلیدی برای ایجاد هتل موفق ارائه می‌شوند و در بخش سوم درک صحیح از فرآیند ساخت، اهداف مالی، عملیاتی، بازاریابی و سازمانی برای موفقیت نهایی پروژه، چگونگی شکل‌گیری ایده اولیه ساخت، تجزیه و تحلیل امکان‌سنجی پروژه و چگونگی تشکیل تیم طراحی و ساخت و در قسمت آخر نیز، پیش‌بینی‌هایی در مورد آینده صنعت پویا و رو به رشد هتلداری صورت می‌گیرد.

شاید در چند دهه آتی شاهد گسترش ایده‌های هیجان‌انگیز و جدیدی



گروه هتل‌های کوثر

صنعت گردشگری بیش از هر زمان دیگری توسعه یافته که از جمله عوامل موثر بر این توسعه می‌توان به رشد اقتصادی کشورها و اقشار متوسط جوامع، به ویژه افراد مسن‌تر در دهه‌های پایانی قرن بیستم، تنوع روزافزون و سرمایه‌گذاری مطمئن و آسان‌تر در زمینه طراحی و ساخت هتل‌ها، افزایش گزینه‌های متنوع موجود از لحاظ قیمتی، افزایش سفرهای هوایی نسبت به گذشته، پیدایش هتل‌های تفریحی، اکوتوریستی و دارای امکانات ورزشی و بالاخره جهانی شدن صنعت هتلداری اشاره کرد. طبیعتاً با توجه به گستردگی علایق و سلايق گردشگران، نیاز کشورهاى مختلف به داشتن هتل‌های مناسب برای میزبانی از مهمانان داخلی و خارجی نیز نسبت به گذشته بسیار تفاوت کرده است. امروزه، هتل‌ها تنها محلی برای اقامت گردشگران به شمار نمی‌آیند و خدمات متنوع‌تری را ارائه می‌کنند. هتل‌های جدید، محلی برای استراحت و تمدد اعصاب، تفریح، خرید، صرف غذا و نوشیدنی انجام امور کاری و تجاری، آموزش کارکنان شرکت‌ها، برگزاری مراسم‌ها و همایش‌های مختلف، استفاده از امکانات ورزشی و تعامل با طبیعت و غیره هستند.

با توجه به افزایش قابل توجه تعداد و تنوع هتل‌ها در کشورهای مختلف جهان و رقابت شدید موجود در میان آن‌ها برای جذب مسافران لازم است

مانند هتل‌های فضایی، اسپیس‌تل‌ها و هتل‌های دریایی، مارینتل‌ها در نقاط مختلف جهان باشیم. با توجه به توسعه روزافزون ساخت‌وساز هتل‌ها در سراسر جهان و پیدایش گرایش‌های جدید در عرصه این صنعت، به‌طور کامل در حال تغییر ماهیت اساسی این صنعت هستیم.

امروزه خواسته و سلاطین مهمانان بیش از هر زمان دیگری موجب نوآوری، خلاقیت و تنوع در سبک طراحی و ساخت هتل‌ها شده است. از این دست، ابر هتل‌های صد طبقه تا انواع هتل‌های تفریحی جدید در مکان‌های معروفی همچون میدان تایمز در نیویورک و مجموعه ورزشی و استادیوم اسکای دووم در تورنتو کانادا طراحی و احداث شده‌اند. از جمله سایر ایده‌های جدید نیز می‌توان به هتل بوتیک‌ها که در پاسخ به تمایل مهمانان به استفاده از خدمات اختصاصی و افزایش سطح آگاهی زنان در زمینه سلامت و تناسب اندام به گرایش روزافزون به ریزورت‌های شهری دارای امکانات اسپا و باشگاه‌های ورزشی ساخته شده، اشاره کرد. قدرت تخیل، تصور و کارایی مانیز به مانند سایر آرشیکت‌ها، طراحان، مریبان، مجریان و مقامات هتل‌ها پیشرفت کرده است، ولی در یک نقطه با یکدیگر هم عقیده‌ایم که هرگز قبل از مشورت و دیدن نمونه‌های متعددی از طراحی‌های فوق‌العاده و نوآورانه که حاصل همکاری و همفکری مالکان و سازندگان، معماران و طراحان، مشاوران و گردانندگان هتل‌ها است، هیچ تصمیم عجولانه‌ای نگیریم. همگی آن‌ها به خوبی می‌دانند که موفقیت در این عرصه مستلزم ارائه طرح‌های پرفرمدار و آینده‌نگرانه است. صنعت هتلداری نیز مانند تمام صنایع روبه‌رشد دیگر که به تحقیقات اجتماعی - اقتصادی نیازمندند، تنها در صورتی به موفقیت‌های بزرگ و قابل توجه دست می‌یابد که مطالعه درست و دقیقی از گرایش‌های حاکم بر بازار صورت پذیرد تا بر مبنای آن‌ها بتوان روند توسعه آتی را به درستی شناسایی و تعیین کرد.

از جمله مهمترین گرایش‌های موجود می‌توان به جهانی شدن بازار هتل‌ها در سطح گسترده و از همه مهمتر، افزایش روزافزون مشتریان سختگیر، خبره و آگاه اشاره کرد که خواهان استفاده از خدمات سطح بالای شخصی و مورد علاقه خود هستند. تمایل روزافزون به اکوتوریسم (گردشگری در طبیعت) حفظ محیط زیست، محافظت از مناطق و بناهای تاریخی، علاقه

به یادگیری و پیشرفت و افزایش آگاهی عمومی درباره روش‌های حفظ و بهبود سلامتی نیز از جمله عوامل مهم دیگری هستند که باید در بازار هتل‌ها مورد توجه قرار گیرند. دو عامل دیگر نیز در این بازار مشهودند که نخستین آن، افزایش تعداد سفرهای خانوادگی در تعطیلات که بخشی از آن ناشی از معرفی سیستم مالکیت اشتراکی در تعطیلات است و دیگری، افزایش سفرهای کاری تجاری و تفریحی که منجر به رونق سفر و توسعه گردشگری شده است. مهمانان هتل‌ها تمایلات و سلاطین گوناگون و متفاوتی دارند، ولی برخی از خواسته‌های آن‌ها مشترک است. به عنوان نمونه، بیشتر مهمانان به نحو بارزی دکوراسیون غیررسمی، ولی دارای سبک مسکونی و بهره‌وری بالاتر را در اتاق‌ها و سوئیت‌های هتل‌ها ترجیح می‌دهند و خواهان غذای خوب و با کیفیت، تفریحات گوناگون و هیجان‌انگیز، فروشگاه‌های موضوعی متنوع و دیدنی، سالن‌های بازی دارای بازی‌های مختلف (ترجیحا خارجی) و امکانات ورزشی منحصر به فرد شامل زمین‌های گلف تماشایی، پیست‌های اسکی قابل استفاده در تمام فصول سال و قایق‌های تفریحی تحت مالکیت اشتراکی هستند.

در چند سال اخیر ایده‌های جدیدی در عرصه صنعت هتلداری معرفی شده و مورد استفاده قرار گرفته که از جمله معروف‌ترین نمونه‌های آن‌ها می‌توان به کشتی‌های تفریحی و واحدهای تحت مالکیت اشتراکی در تعطیلات، پارک‌های تفریحی حومه شهری و مجموعه‌های چندمنظوره کم تراکم و مناطق تفریحی و ریزورت‌های اکوتوریستی اشاره کرد.

در بخش‌های بعدی این یادداشت، علاوه بر مطالب ذکر شده در کتاب، بیشتر بر گرایش‌های نوظهور و پرفرمدار در بازار امروز هتل‌ها تمرکز خواهد شد و پدیده‌هایی مانند سبک‌های طراحی موضوعی بدیع را که موجب تحولات عظیمی در بازار هتل‌ها شده‌اند، مورد مطالعه قرار می‌دهیم. مسلم است که بسیاری از محصولات و ایده‌های امروزی حتی تا یکی دو دهه پیش نیز وجود نداشتند. امروزه، بازار هتل‌ها پیچیده‌تر از قبل شده و بسیاری از ایده‌های پرفرمدار قدیمی کاملاً به فراموشی سپرده شده‌اند، در حالی که خیلی از ایده‌ها و ویژگی‌هایی که قبلاً با واکنش منفی روبه‌رو شده بودند، حالا از جمله جاذبه‌های مثبت و پرفرمدار به شمار می‌آیند. ■



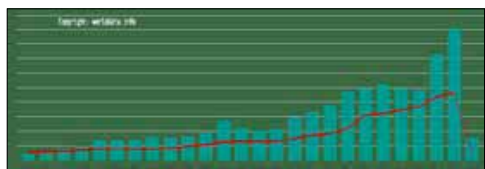
بررسی بحران مالی در صنعت هتلداری کشور

دکتر فاطمه دکامینی
مدرس دانشگاه



ایران تا آگوست ۲۰۱۷ دارای ۲۱ مکان در فهرست میراث فرهنگی جهان بود که گردشگران فرهنگی زیادی را به خود جذب کرد

اسلام و آسیای وسیع تر باید از پایه پایین شروع شود. حدود سه چهارم کسانی که در سال ۱۹۹۹ میلادی وارد ایران شدند، از اروپا بودند. به گزارش نیویورک تایمز، برخلاف اکثر آمریکایی هایی که پس از انقلاب از ایران دین نکرند، گردشگران اروپایی پس از انقلاب نیز به تعداد مشابهی از این کشور بازدید کردند. این عمدتاً به دلیل بود که انقلاب، ماهیت ضد آمریکایی داشت، اما نه چندان ضد اروپایی. سالانه چندین تور سازماندهی شده از آلمان، فرانسه، انگلستان و سایر کشورهای اروپایی برای بازدید از مکان ها و آثار باستانی به ایران می آیند. ایران تا آگوست ۲۰۱۷ دارای ۲۱ مکان در فهرست میراث فرهنگی جهان بود که گردشگران فرهنگی زیادی را به خود جذب کرد. تعداد ورودی های بین المللی به طور پیوسته در حال افزایش بوده: از ۲/۲ میلیون نفر در سال ۲۰۰۹ به ۳/۶ میلیون نفر در سال ۲۰۱۱، به هزینه سرانه ۱۸۵۰ دلار برای هر بازدید به طور متوسط. این رشد روزافزون که در شکل ۱، به تصویر کشیده شده، با ورود کووید ۱۹ - به شکل قابل ملاحظه ای به چالش کشیده شده است.



شکل ۱. وضعیت افول گردشگری در ایران پس از پاندمی

در شرایط همه گیر شدن بیماری کرونا در سطح دنیا، گردشگری و هتلداری جزو صناعی هستند که بسیار تحت تاثیر شرایط قرار گرفته اند و در آمارهای جهانی اعلام شده که بحران های ایجاد شده به دلیل بیماری کرونا در صنعت گردشگری و هتلداری موجب می شود که پنج تا هفت سال از رشد این صنعت از بین رفته و از آنجایی که بسیاری از مشاغل مرتبط با این صنعت از جنس استارت آپ ها و کسب و کارهای کوچک هستند، درصد بالایی از آن ها توان حفظ خود را ندارند و مدیریت گردشگری و هتلداری ایجاب می کند که مدیران و مسئولانی که در این عرصه فعال هستند، استراتژی های مناسبی برای گذر از این دوران سخت داشته باشند.

● صنعت گردشگری و هتلداری تاکنون بحران های متعددی را تجربه کرده و خبر بد بحران ها در حال افزایش هستند و گردشگری به شدت در

گسترش ویروس کرونا اثرات غیر قابل جبرانی بر ابعاد مختلف از جمله اقتصاد نشان داد و باعث کاهش درآمد و سوددهی صنایع هتلداری و گردشگری شد. صنعت هتلداری به عنوان شاخه قابل توجهی از صنعت گردشگری کشور، دچار آسیب های جدی شد و بسیاری از نیروهای جذب شده در این صنعت شغل خود را از دست دادند.

در پژوهش انجام شده توسط بنده، به طور خاص به بحران ایجاد شده در حوزه مالی هتل های ۴ و ۵ ستاره کشور، در شرایط پاندمی کووید ۱۹ - با کمک روش شناسی نوین و ترکیبی پرداخته شد. ابتدا مطالعات اولیه برای شناخت بهتر مساله انجام شد و سپس داده های مصاحبه های انجام شده با خبرگان دانشگاهی و مدیران صنعت هتلداری، جمع آوری و تحلیل گردید. تلاش بر این بود که با استفاده از روش داده بنیاد به یک نظریه زمینه ای با رویکرد علمی در این خصوص دست یابیم. نقطه عطف نتایج در این مرحله «شناسایی و بررسی ابعاد بحران مالی» است که اجزای آن شامل حمایت دولت از صاحبان هتل ها، معافیت یا بخشودگی هزینه های خدمات شهری هتل ها در شرایط بحرانی، بازاریابی الکترونیک جهت جذب گردشگر، بررسی مداوم شاخص های مالی در این صنعت و همچنین بررسی و اجرایی کردن راه های فروش آنلاین خدمات هتلداری بود. سپس دو گروه از مصاحبه شوندگان با استفاده از رویکرد اکتشافات سیستم های انتقادی مورد مطالعه عمیق قرار گرفتند و نظرات انتقادی و پنهان آنان مشخص و تبیین شد و با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری تحلیل های کمی برای تایید مطالب فوق انجام گرفت.

در این تحقیق، ضرورت معرفی مدلی بر اساس مدیریت بحران مالی برای حل این چالش ها پیش از پیش احساس می شد، زیرا این طور به نظر می رسد که صنعت گردشگری و به طبع آن هتل ها در خطر بحران های محیطی بسیاری بوده و همواره در جریان عملکرد مالی، سطح اطمینان مورد قبول برای مدیران و امتداد حیات کسب و کار، حفظ خواهد شد. مدلی که منطبق بر آخرین استانداردهای متداول در دنیا بوده و موجب حل بهتر بحران مالی می شود. به خصوص، برای هتل های ۴ و ۵ ستاره در ایران که از لحاظ تفاوت ساختاری به دلیل تنوع اهداف و فعالیت های متعدد و چه بسا، نقش چشم گیری که در رشد و توسعه فرهنگ و گردشگری دارند، باید به گونه ای عمل شود که با برنامه ریزی دقیق تری، رسالت خود را به ظهور رسانند.

ارقام سال ۲۰۰۸ میلادی سازمان جهانی گردشگری در مورد مبدأ بازدید کنندگان از ایران نشان می دهد که جذب بازدید کنندگان از جهان

مقابل بحران‌ها آسیب‌پذیر است، از این رو باید فعالان حوزه گردشگری و هتلداری همواره مدیریت بحران را مورد توجه قرار دهند. هر چند ابعاد بحران و ویروس کرونا نسبت به سایر بحران‌های سال‌های اخیر که گریبان‌گیر صنعت مهمان‌نوازی شده، متفاوت‌تر به نظر می‌رسد، اما مقابله با آن از سوی هتل‌ها همچنان تابع پیروی از اصول مدیریت بحران است.

● اهمیت مطالعات در حوزه مدیریت بحران، زمانی ضرورت دوچندان می‌یابد که بدانیم «ایران جزو ۱۰۰ کشور بلاخیز دنیا است و از نظر تنوع حادثه نیز در زمره پنج کشور دنیا قرار دارد و از مجموع ۴۱ سانحه شناخته‌شده در جهان ۳۱ تا ۳۳ نوع آن در ایران سابقه وقوع دارد».

● یکی از دلایل مهمی که ممکن است سبب تغییر در سیاست‌های سرمایه‌گذاری و به تبع آن ارزش و سود کسب‌شده شرکت شود، بحران‌های مالی هستند که اخیراً گریبان‌گیر شرکت‌های بسیاری شده و مشکلات زیادی را برای آنان فراهم آورده‌اند. از سوی دیگر باید گفت که تصمیمات مالی مدیریت برای بهبود وضع مالی شرکت مهم و حیاتی است، اما تصمیمات نابخرانه می‌تواند در نهایت منتج به بحران مالی سازمان شود.

● نبود الگوی جامع عارضه‌یابی مدیریت بحران مالی در این صنعت باعث به وجود آمدن خسارات مالی بسیاری شده است. این خسارت ممکن است ناشی از کار حسابداران، مشکل بنیادی در صنعت، مشکلی به غیر از نیروی انسانی در واحد مالی و یا حتی خود مدیریت باشد. عارضه‌یابی مالی روشی است برای یافتن ریشه این قبیل مشکلات. در این روش با مطالعه و تحقیق عمیق در یک صنعت، ریشه مشکلات مالی اعم از مشکلات موجود در ثبت و سیستم و گزارش‌گیری، مشکلات مالیاتی و هر موردی که با واحد مالی درگیر است، شناسایی شده و مورد بررسی بیشتر قرار می‌گیرد تا به رفع کامل این مشکل منجر شود.

تشریح رکود صنعت هتلداری در دوره کرونا

به نقل از سایت جامعه هتلداران و بر اساس اظهار نظر رییس جامعه هتلداران ایران؛ با توجه به افزایش تعرفه‌های انرژی و شرایط رکود ناشی از همه‌گیری کرونا، عملاً میزان درآمد حاصله توسط هتل‌ها جوابگوی پرداخت هزینه‌های مربوط به هتل‌ها نیست. میزان این خسارت مالی، ۲۲ هزار میلیارد تومان است. وی با بیان اینکه هتل‌ها در برخی از ایام سال با توجه به کاهش بلندای موج کرونا و رفع محدودیت‌های ناشی از آن با اعمال تخفیفاتی در حدود ۶۰ درصدی هم نتوانست مورد استقبال مسافران قرار بگیرد، گفت: کمبود گردشگر در هتل‌ها موجب شد، اغلب هتلداران برای کاهش زیان حاصل از این امر، از حجم نیروی کاری خود کاسته و با کمترین ظرفیت کارکنان، هتل خود را اداره کنند تا هزینه‌های جاری را تا حد امکان کاهش دهند.

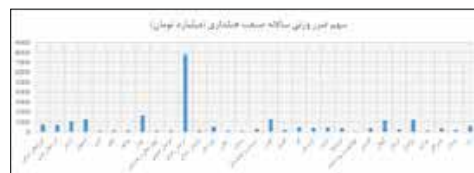
به دلیل رکود شدید صنعت گردشگری و وابستگی انکارنشدنی هتلداری به این صنعت، می‌توان بر آوردی از این ضرر را به تفکیک هر استان مشخص نمود. جدول ۱، نشان می‌دهد که هر استان شامل چند هتل، آپارتمان، مهمان‌پذیر، مجتمع و پانسیون برای پذیرش گردشگران می‌باشد. بر این اساس می‌توان درصد کل را محاسبه کرد. پس از این محاسبه، با استفاده از یک ترکیب وزنی که با کمک دو تن از خبرگان به دست آمده است، جمع و درصد وزنی سهم هر استان

از گردشگری محاسبه می‌شود و این مقدارهای به دست آمده، در ضرر کلی سالانه ضرب شده تا سهم هر استان به دست آید که در این جدول قابل مشاهده است.

ردیف	نام استان	هتل	آپارتمان	مهمان‌پذیر	مجتمع	پانسیون	جمع	درصد کل	درصد وزنی	مجموع ضرر وزنی
۱	آذربایجان شرقی	۵۵	۸	۸۷	۵	۵	۱۵۵	۲.۵۹%	۳.۳۳%	۳۸۵.۳۹۶۷
۲	آذربایجان غربی	۵۲	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳	خراسان	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴	اصفهان	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۵	ایلام	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۶	ایران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۷	خراسان جنوبی	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۸	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۹	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۱۰	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۱۱	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۱۲	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۱۳	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۱۴	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۱۵	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۱۶	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۱۷	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۱۸	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۱۹	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۲۰	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۲۱	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۲۲	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۲۳	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۲۴	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۲۵	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۲۶	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۲۷	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۲۸	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۲۹	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳۰	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳۱	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳۲	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳۳	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳۴	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳۵	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳۶	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳۷	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳۸	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۳۹	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴۰	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴۱	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴۲	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴۳	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴۴	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴۵	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴۶	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴۷	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴۸	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۴۹	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵
۵۰	تهران	۵۵	۵	۵۵	۵	۵	۱۱۷	۱.۸۹%	۲.۸۵%	۳۳۳.۰۱۴۵

جدول ۱. سهم هر استان از هتل‌ها و واحدهای پذیرنده گردشگر و سهم ضرر وزنی به تفکیک استان‌ها

همچنین شکل ۲، نشان می‌دهد که سهم ضرر هر استان به چه ترتیب است و مقایسه را آسان‌تر می‌کند. همان‌طور که مشخص شده، سهم استان خراسان رضوی با توجه به تعداد واحدهای فعال بیش از سایرین بوده و تقریباً برابر با سهم کل ضرر استان‌های تهران، فارس، اصفهان، اردبیل، گیلان و مازندران می‌باشد.



شکل ۲. سهم ضرر صنعت هتلداری به تفکیک استان‌ها

نتایج پژوهش انجام‌شده، نشان داد که معیار درآمد، معیار شرایط تسهیل‌کننده و معیار سیاست‌های حمایتی از جمله معیارهای موثر بر بحران مالی صنعت هتلداری در شرایط بحرانی هستند و پیامدهای این معیارها، تاثیر به‌سزایی در افزایش هزینه و به تبع آن، شکل‌گیری بحران مالی در این صنعت دارد.

دیدگاه کاربردی پژوهش انجام‌شده، می‌تواند برای مدیران هتل‌های کشورمان و سایر کشورهای دنیا، راهگشای خوبی باشد تا وضعیت فعلی خود را بررسی کرده و بتوانند گامی در جهت کاهش و حذف بحران مالی، به‌ویژه در شرایط بحرانی بردارند. امید است، به‌زودی شاهد افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها در صنعت هتلداری کشورمان باشیم. ■

صنعت گردشگری
و هتلداری تاکنون
بحران‌های متعددی را
تجربه کرده و خبرهای
بد آن در حال افزایش
است و گردشگری
به شدت در مقابل
بحران‌ها آسیب‌پذیر
است

مدیر عامل هتل جم مشهد مطرح کرد

رونق هتلداری با معرفی جاذبه‌های گردشگری ایران

عارف فغانی

محمدتقی مجاور زرگر، مدیرعامل شرکت سهامی خاص هتل جم مشهد، ۲۹ سال سابقه مدیریت در صنعت هتلداری دارد. وی که دارای مدرک کارشناسی مدیریت بازرگانی است، سابقه مدیریت در چند هتل دولتی را در کارنامه کاری خود دارد و معتقد است که به‌رغم وجود جاذبه‌های متعدد و مختلف گردشگری در ایران، در جذب توریست بسیار ضعیف عمل کرده‌ایم که این موضوع، بر صنعت هتلداری هم تأثیر گذاشته است. مجاور زرگر، یکی از زبان‌های جدی به این صنعت را افت گردش مالی هتل‌ها به دلیل شیوع کرونا و محدودیت‌های ناشی از آن می‌داند. ماحصل گفت‌وگو با این فعال و پیشکسوت صنعت هتلداری به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

در چنین شرایطی انتظاری می‌رود که هتل‌ها تخفیف‌ها یا خدمات ویژه ارائه دهند تا باعث جذب زائران به هتل‌ها شوند.

شیوع بیماری کرونا چه تأثیری بر کار هتل‌ها داشت و چه میزان ضرر و زیان به فعالان این صنعت وارد کرد؟

به دنبال شیوع این بیماری و محدودیت‌های ناشی از آن، تعداد مسافران هتل‌ها افت پیدا کرد و به تبع آن، گردش مالی هتل‌ها نیز کاهش بسیاری یافت که موجب ضرر و زیان بالای صاحبان این صنعت شد. البته پس از مدتی، با اتخاذ تدابیر مدیریت بحران و رعایت کردن پروتکل‌های بهداشتی و آموزش مردم، به تدریج شرایط رو به بهبود رفت.

پایین بودن کیفیت، قدیمی بودن تجهیزات و فقدان مهارت لازم در بین کارکنان هتل‌ها برای ارائه خدمات، از انتقادات وارد شده است. چه نظری در این رابطه دارید؟

باتوجه به رشد صنعت گردشگری در دنیا، افزایش سطح استانداردها، تغییر انتظارات و سلیقه مشتریان، قاعده‌تأیین بودن کیفیت تجهیزات و قدیمی بودن آن‌ها موجب از دست رفتن مشتریان وفادار خواهد شد؛ لذا هتل‌ها باید تا سطح مقبولی به تجهیزات مطابق با استانداردها مجهز باشند. در خصوص فقدان مهارت لازم در بین کارکنان هتل‌ها هم باید بگوییم که با ارائه خدمات آموزشی به پرسنل، ارائه دانش کافی در جهت ارتباط با مخاطب، آشنایی با زبان خارجه و آگاهی کافی پرسنل از جغرافیای ایران، قطعاً آن‌ها خدمات بهتری را ارائه خواهند داد.

آیا آن‌طور که باید در جذب توریست اقدامات لازم انجام شده است؟

با آنکه در ایران جاذبه‌های فراوان و متعدد گردشگری وجود دارد، اما باید بپذیریم که از نظر جذب توریست بسیار ضعیف عمل می‌کنیم که این موضوع بر صنعت هتلداری هم تأثیر دارد. در این شرایط اگر در مورد تبلیغات و معرفی جاذبه‌های توریستی کشورمان کار نکنیم، می‌توانیم در آینده عملکرد بهتری را در صنعت هتلداری در سطح بین‌المللی بر جای بگذاریم. ■

هتل جم مشهد از چه امکانات و ویژگی‌هایی برخوردار است؟

این هتل با ۴ دهه سابقه خدمت‌گذاری، دارای ۱۵۴ باب اتاق شامل سوئیت وی‌آی‌پی، اتاق‌های کانکت، آپارتمان یک خوابه، اتاق‌های دو، سه، چهار و پنج تخته و دارای ۵۵۰ نفر ظرفیت اقامت با منوی غذایی صبحانه، ناهار و شام به صورت بوفه آزاد است. همچنین وجود ۵ دستگاه آسانسور، ۴ رستوران، سالن همایش و گردمایی از دیگر امکاناتی است که می‌توان بر شمر. اختصاص یک دستگاه اتوبوس جهت رفت‌و برگشت به حرم مطهر و اینترنت وایرلس رایگان در تمامی نقاط هتل با حجم نامحدود، از سایر امکانات در نظر گرفته شده برای این مجموعه است. شایان ذکر است، هتل جم مشهد سالانه حدود ۱۷ هزار نفر مسافر دارد و در ۶ ماهه نخست سال به خصوص فصل تابستان که مصادف با تعطیلی مدارس است، بیشترین تعداد مسافر به این هتل مراجعه می‌کنند. همچنین در ایام تعطیلات رسمی آخر ماه صفر و شهادت امام رضا (ع) که شهر مشهد میزبان زوار بسیاری است، تعداد قابل توجهی مسافر، هتل جم را برای اقامت انتخاب می‌کنند.

هتلداری در مشهد چه مزایا و ویژگی‌های خاصی دارد و اجاره دادن خانه و سوئیت به زوار و مسافران که به تازگی بسیار مرسوم نشده، چه تأثیری بر کار هتلداری در این شهر گذاشته است؟

یکی از دلایل اصلی رونق گردشگری در مشهد، موضوع مذهبی بودن شهر و وجود حرم مطهر امام رضا (ع) است که مشهد را به قطب گردشگری مذهبی در کشورمان تبدیل کرده است، بر همین اساس هتل‌های این شهر هم متأثر از این رونق گردشگری مذهبی هستند. در خصوص اجاره خانه و سوئیت هم باید بگوییم که با توجه به وجود امکانات پخت‌وپز در سوئیت‌ها، قیمت‌های پایین، مقرون به صرفه و نزدیک بودن به حرم، توجه عده زیادی از زائران به این اماکن جلب شده است؛ بنابراین





شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر
GOLGOHAR MINING & INDUSTRIAL COMPANY



در این بخش می‌خوانیم:

- چادرملو در زمره سودآورترین شرکت‌ها
- کاهش واردات با بومی‌سازی تجهیزات پزشکی
- نگاهی به مدل اقتصاد چرخشی و اجرای آن در شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر

در معدن خوشنام کویر مرکزی ایران چه می گذرد؟

چادرملو در زمره سودآورترین شرکتها

سارا نظری



«کچاد» در دوره ۸

ماهه امسال با وجود اعمال محدودیت های ناشی از کمبود انرژی، بیش از ۱۱ میلیون و ۱۰۶ هزار تن انواع محصولات زنجیره فولاد تولید کرده تا علاوه بر تضمین سوددهی سهامداران، نقش ارزنده خود را در رشد اقتصادی کشور ایفا نماید

چادرملو، شرکتی خوشنام در عرصه صنعت و معدن کشورمان است که به عنوان نماد توسعه پایدار، از پیشگامان تکمیل زنجیره تولید به شمار می رود. معدن سنگ آهن چادرملو که در قلب کویر مرکزی ایران قرار دارد، بادر اختیار داشتن زنجیره تولید فولاد، همواره در زمره سودآورترین فعالان صنعت فولاد و بازار سرمایه کشور بوده است.

رشد ۳۶ درصدی درآمد چادرملو نسبت به ۸ ماهه سال گذشته

شرکت معدنی و صنعتی چادرملو در ۸ ماهه امسال با درآمد جذاب ۳۷۳ هزار میلیارد ریال، درآمد چشمگیری ثبت کرد. این میزان در آمد نسبت به مدت مشابه سال ۱۴۰۱ که حدود ۲۷۵ هزار و میلیارد ریال بوده، بیانگر رشد ۳۶ درصدی درآمد این شرکت خوشنام بازار سرمایه می باشد. این در حالی است که حدود ۵۰ هزار میلیارد ریال از این درآمد، تنها در آبان ماه ۱۴۰۲ محقق شده که نسبت به مدت مشابه سال ۱۴۰۱ از رشد ۲۲ درصدی برخوردار بوده است. بر اساس همین گزارش، «کچاد» در دوره ۸ ماهه امسال با وجود اعمال محدودیت های ناشی از کمبود انرژی، بیش از ۱۱ میلیون و ۱۰۶ هزار تن انواع محصولات زنجیره فولاد تولید کرده تا علاوه بر تضمین سوددهی سهامداران، نقش ارزنده خود را در رشد اقتصادی کشور ایفا نماید.

تمرکز بر ارتقای بهره وری و افزایش تولید

به گفته امیرعلی طاهرزاده، مدیرعامل شرکت معدنی و صنعتی چادرملو، عملکرد این شرکت در بخش های مختلف تولید کنسانتره، گندله، آهن اسفنجی و فولاد فراتر از برنامه تدوین شده است.

وی اظهار کرد: سال گذشته با وجود کاهش قیمت هادر بازار جهانی، محدودیت های انرژی و رشد شدید هزینه های تولید، چادرملو توان خود را بر ارتقای بهره وری و افزایش تولید متمرکز کرد که این روند در سال جاری نیز ادامه یافت و عملکرد قابل قبولی از خود به جا گذاشت.

به نظر می رسد که سرمایه گذاری های چادرملو در توسعه متوازن حلقه های زنجیره، موجب شده تا این شرکت با کمترین دغدغه و چالش، روند تولید فولاد را دنبال کند. در همین رابطه، طاهرزاده معتقد است: عزم چادرملو در حفظ یا رشد تولید در بخش های مختلف زنجیره و توسعه هدفمند در صنایع پایین دستی فولاد در جهت ایجاد ارزش افزوده بیشتر است.

بهره برداری از عصر نوین بهاباد تا پایان امسال

بهره برداری از طرح کنسانتره عصر نوین بهاباد تا پایان امسال، خبری است که به تازگی توسط مدیرعامل چادرملو اعلام شده است. عصر نوین بهاباد یکی از ده ها طرح توسعه در راستای تکمیل زنجیره فولاد و صنایع پایین دستی این شرکت است که با سرمایه گذاری بالغ بر ۲۲۰۰ میلیارد تومان به بهره برداری خواهد رسید.

به گفته طاهرزاده، در حال حاضر حدود ۳۵ طرح با سرمایه گذاری بالغ بر ۵ میلیارد یورو از سوی چادرملو در حال اجراست که نقش قابل توجهی در اشتغال زایی خواهد داشت.

وی با اشاره به اینکه تمام تلاش مجموعه تحت مدیریت بنده، تکمیل زنجیره فولاد به ویژه در صنایع پایین دستی است، گفت: توسعه هوشمند شرکت را با بهره گیری از دانش، نوآوری و ایده های مرکز علمی و پژوهشی و شرکت های دانش بنیان محقق خواهیم کرد.

اقدامات کلیدی چادرملو برای تامین زیرساخت ها

مدیرعامل شرکت معدنی و صنعتی چادرملو، یکی از گلوگاه های اصلی اجرای طرح های توسعه در شرایط فعلی را مسائل مربوط به زیرساخت ها عنوان کرد و افزود: یکی از مهمترین این زیرساخت ها، برق است و از همین رو در سال های اخیر، چادرملو گام های مثبتی را در جهت تامین این نیاز اساسی برداشته که از جمله آن ها می توان به نیروگاه ۵۴۶ مگاواتی جدید که به صورت EPC در مجتمع صنعتی این مجموعه اجرایی شده، اشاره کرد.

ظاهرا تلاش مدیران چادرملو بر این موضوع متمرکز است که نیروگاه جدید را تا قبل از پیک برقی سال آینده، وارد مدار تولید کنند و بخشی از برق مورد نیاز خود را به شکل خودتامین، تدارک ببینند. این مجموعه احداث نیروگاه خورشیدی ۱۰۰ مگاواتی جدیدی را هم در دستور کار دارد که به تازگی کلنگ احداث آن در منطقه خضرآباد یزد به زمین زده شده است. علاوه بر تمام این موارد، ۲ نیروگاه خورشیدی ۱۰ مگاواتی جدید نیز در منطقه های بهاباد و اردکان در دست اجرا است. همچنین در حال حاضر یک نیروگاه ۵۰۰ مگاواتی سیکل ترکیبی و یک نیروگاه خورشیدی ۱۰ مگاواتی در مجتمع صنعتی اردکان در حال فعالیت هستند.

مدیرعامل شرکت معدنی و صنعتی چادرملو، تکنولوژی تولید فولاد در این

مجموعه را تقریباً به روز و مدرن ارزیابی کرد و گفت: تلاش ما بر این است که مصرف انرژی در بخش های مختلف به خصوص برق، گاز و آب را به حداقل ممکن برسانیم. در همین راستا مجموعه چادرملو در قالب شرکت واسکو در انتقال آب خلیج فارس به منطقه اردکان مشارکت کرده که به موجب این طرح، آب مورد نیاز این مجموعه تا جای ممکن، بیشتر از طریق آب شیرین شده تامین می شود.

طاهرزاده همچنین به دو پروژه معدنی که به تازگی در مجموعه چادرملو استارت آن زده شده، اشاره و تصریح کرد: در عملیات باطله برداری از معدن دی ۱۹ حدود ۱۳۰ میلیون تن باطله برداری انجام شده و طبق پیش بینی ها تا اواخر سال جاری به سنگ آهن معدن دی ۱۹ دسترسی پیدا می کنیم. همچنین آغاز عملیات اکتشاف آنومالی ۱۰ در منطقه ساغند، دومین منبع تامین خوراک کارخانه های چادرملو در آینده خواهد بود.

چادرملو؛ فرصتی برای تحقق اقتصاد غیر نفتی

اما ایران، اقتصادی نفتی دارد که این وابستگی همواره عاملی برای افزایش آسیب پذیری کشورمان از چالش ها و بحران های مختلف بوده است. در همین حال بخش معدن و صنایع معدنی و توسعه آن می تواند نقش مهم و پررنگی در توسعه اقتصاد غیر نفتی داشته باشد. به نظر می رسد که چادرملو، یکی از همان فرصت هایی است که می تواند به تحقق اقتصاد غیر نفتی کمک شایانی کند.

مدیرعامل چادرملو معتقد است: با توجه به روند پر سرعت جهانی شدن و افزایش فضای رقابتی در صنعت فولاد، ارتقای بهره وری و بهبود عملکرد از اهمیت ویژه ای برخوردارند که دستیابی به آن ها نیز صرفاً از طریق اقتصاد دانش محور و نوآورانه ممکن خواهد بود.

طاهرزاده در عین حال تأکید کرد: استراتژی توسعه چادرملو بر پایه هوشمندسازی، انتقال تکنولوژی، بومی سازی و توسعه زیست بوم فناورانه استوار است.

اما چادرملو در راستای تحول دیجیتال، از دو سال پیش همکاری و مشارکت خود با مراکز علمی را در جهت طراحی و شناسایی فرصت های هوشمندسازی در زنجیره ارزش فولاد آغاز کرده است. در همین رابطه این شرکت، طرح تحول دیجیتال را در دستور کار خود قرار داده است. آن طور که مدیران چادرملو می گویند: این طرح، عملکرد بخش های مختلف از جمله تولیدات صنعتی را بهبود می بخشد، به گونه ای که با اجرای طرح تحول دیجیتال در صنایع فولاد و فلزات، در عین افزایش ۴۰ درصدی سطح تولید، هزینه های تولید تا حداقل ۲۵ درصد کاهش می یابد.

دیجیتال سازی در صنعت فولاد اجتناب ناپذیر است

به اعتقاد فعالان صنعت فولاد دنیا، احیای روش های گذشته از راه دیجیتال سازی این حوزه می گذرد. با استفاده از فناوری های دیجیتال می توان نیازهای بازار در دو بخش عرضه و تقاضا را با کمترین هزینه ارزیابی اطلاعات، تجزیه و تحلیل کرد. ضمن اینکه بهره گیری از روش های جدید، موجب افزایش ۴۰ درصدی دقت پیش بینی می شود.

بنا به گفته مدیران چادرملو، استراتژی اصلی این شرکت استفاده از ظرفیت های دانش بنیان و نهادینه سازی و رسوب این دانش در مراکز علمی و اجرایی است.

در دنیای امروز نوآوری تنها راه رویارویی با تهدیدها و عدم قطعیت های پیش روی اکوسیستم معدن و صنایع معدنی است. به عبارت دیگر، راهکار افزایش تاب آوری و حفظ مزیت رقابتی، پیش گامی در مسیر نوآوری است. مدیران چادرملو هم با درک عمیق از ضرورت توجه عملیاتی به این مقوله، یک مرکز نوآوری به نام «نوچاد» راه اندازی کرده اند. «نوچاد» یک پلتفرم است که سبد کامل نوآوری شامل توسعه کسب و کار، توانمندسازی، تسهیل گری، شبکه سازی و سرمایه گذاری در آن طراحی و پیاده سازی شده است.

حضور در بیستمین نمایشگاه ایران متافو

چادرملو و شرکت های زیرمجموعه آن، حضور فعال و پررنگی در بیستمین نمایشگاه ایران متافو داشتند. طی ۴ روز برگزاری این نمایشگاه، غرفه چادرملو میزبان مقامات و مسئولان کشور و فعالان حوزه صنایع معدنی و فولاد بود. در جریان برگزاری این نمایشگاه که روزهای سوم تا ششم آذرماه امسال در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار شد، امیرصادقی، معاون وزیر دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح؛ سردار نجار، رئیس قرارگاه اقتصادی؛ سفیر عربستان در ایران و مدیران عامل شرکت های فولادی از غرفه چادرملو بازدید کردند. در جریان این بازدیدها معاون وزیر دفاع، چادرملو را نامی شناخته شده و از موفق ترین و منظم ترین شرکت های معدنی و فولادی کشور و مایه افتخار صنایع ایران پرشمرد.

چادرملو؛ پر قدرت و پیشرو

در جریان برگزاری ایران متافو، مدیرعامل چادرملو نیز بازدید مفصلی از این رویداد بزرگ و غرفه های مختلف و از جمله شرکت های زیرمجموعه چادرملو داشت.

طاهرزاده در حاشیه این بازدید، چادرملو را پر قدرت، پیشرو و رو به جلو توصیف و تأکید کرد: این مجموعه در تولید کنسانتره، گندله، آهن اسفنجی و فولاد، با قدرت به فعالیت خود ادامه می دهد، به طوری که در تولید آهن اسفنجی و گندله سازی با رشد تولید نسبت به مدت مشابه سال گذشته، مواجه بوده است.

وی با اشاره به رشد یک درصدی تولید آهن اسفنجی و ۳ درصدی در گندله سازی گفت: در بخش کنسانتره و فولاد، باید با توجه به محدودیت برق و گاز، تا پایان سال را طی کنیم، اما پیش بینی ها حاکی از این است که با حفظ تولید می کنیم یا رکوردشکنی در تولید خواهیم داشت.

مدیرعامل چادرملو در حالی امیدوار به رکوردشکنی تا پایان سال جاری است که این شرکت سال ۱۴۰۱ را هم با کسب رکوردهای تولید سالانه در کارخانه احیا و شمش فولادی به پایان رساند؛ موضوعی که نویدبر جا گذاشتن عملکردی موفق تر از گذشته برای چادرملو در سال ۱۴۰۲ را می دهد. ■

با توجه به روند
پرسرعت جهانی
شدن و افزایش
فضای رقابتی در
صنعت فولاد، ارتقای
بهره وری و بهبود
عملکرد از اهمیت
ویژه ای برخوردارند که
دستیابی به آن ها نیز
صرفاً از طریق اقتصاد
دانش محور و نوآورانه
ممکن خواهد بود

نگاهی به مدل اقتصاد چرخشی و اجرای آن در شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

رضا بهالدینی

رئیس تحقیق و توسعه شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

فرآیندهای تولید، محصولات جانبی تولید شده به عنوان دورریز محسوب می شود. اقتصاد چرخشی از نظام اقتصاد خطی پایدارتر است، چرا که به استفاده مجدد از محصولات جانبی به منظور افزایش سودآوری می پردازد. همچنین به کاهش آلودگی های زیست محیطی کمک می کند. با این اوصاف استفاده از مدل های اقتصاد چرخشی به یک ضرورت در آینده تبدیل خواهد شد. در شکل های یک و دو شماتیک اقتصاد خطی و چرخشی نشان داده می شود. اقتصاد چرخشی مبتنی بر سه اصل زیر است:

- بازیابی محصولات جانبی و حذف آلاینده
- چرخش محصولات و مواد
- بازآفرینی طبیعت

پیاده سازی اقتصاد چرخشی

موضوع اقتصاد چرخشی اکنون یکی از محورهای مهم برنامه های اقتصادی جهان و کشورها محسوب می شود که هدف اصلی آن، کمینه کردن ضایعات و بیشترین استفاده از منابع است. بسیاری از کشورهای توسعه یافته مانند چین و کشورهای عضو اتحادیه اروپا، اقدامات موثری را در زمینه اقتصاد چرخشی انجام داده اند. چین از اوایل دهه ۲۰۰۰ میلادی، این مفهوم را در سیاست های صنعتی و زیست محیطی خود ادغام کرد. این کشور ۳/۲ میلیارد تن محصولات جانبی صنعتی در سال ۲۰۱۴ ایجاد کرد که ۲ میلیارد تن از آن در قالب برنامه های اقتصاد چرخشی باروش های مختلفی بازیافت شد. همچنین به منظور تحقق اقتصاد چرخشی در اتحادیه اروپا، یک برنامه عملیاتی با عنوان «بستن حلقه» تدوین شده است. این برنامه عملیاتی روی اقدامات مرتبط با اقتصاد چرخشی و ارزش افزوده بالا در سطح اروپا متمرکز است. همچنین در حوزه کشورهای خلیج فارس برنامه های اجرایی در حوزه توسعه اقتصاد چرخشی در صنایع معدنی و فلزی، از سال ۲۰۱۰ به صورت جامع آغاز شده است. استراتژی امنیت امارات متحده عربی تا سال ۲۰۳۶ با هدف کاهش مصرف آب آشامیدنی تا ۲۰ درصد و افزایش استفاده مجدد از آب تصفیه شده به ۹۵ درصد تا سال ۲۰۳۶ تدوین شده است. با این اوصاف به نظر می رسد که استفاده از مدل های اقتصاد چرخشی به یک ضرورت در آینده تبدیل خواهد شد.

در سال های اخیر در تحقیقی به بررسی مزایای قابلیت بازیافت فولاد جهت تحقق اقتصاد چرخشی پرداخته شده است. روش ارائه شده نشان داد



اقتصاد چرخشی مدل جدیدی برای تولید و مصرف است که تضمینی بر رشد پایدار در طول زمان محسوب می شود. در واقع به کارگیری این مدل؛ بهره وری منابع، کاهش مصرف مواد خام و بازیابی ضایعات را از طریق بازیافت به دنبال دارد. گفتنی است، مزایای پیاده سازی این مدل تنها به حفظ محیط زیست که خود ارزش بزرگی به جهان اضافه می کند، محدود نمی شود و تأثیر به سزایی بر توسعه اقتصاد محلی، ایجاد شغل و کاهش وابستگی به منابع دارد. شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر نیز در مسیر جاری سازی این رویکرد گام نهاده و به نتایج قابل توجهی در این زمینه دست یافته است. نتایج مثبت حاصل شده از به کارگیری اقتصاد چرخشی در شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر، چشم انداز روشنی را برای این شرکت ترسیم می کند.

امروزه جوامع بشری با روندها و چالش هایی مانند محدودیت های برخی از منابع، آلاینده های زیست محیطی و رشد نامتوازن جمعیت مواجه هستند؛ موضوعی که موجب شده، مفهومی مانند اقتصاد چرخشی و حرکت به سمت آن در جهان اهمیت یابد. در دهه های اخیر، اقتصاد چرخشی به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار در حوزه های مختلف صنعت و جامعه بسیار مورد توجه قرار گرفته است. بسیاری از کشورهای توسعه یافته مانند چین و اتحادیه اروپا اقدامات موثری را در این زمینه انجام داده اند. اقتصاد چرخشی در مقابل رویکرد سنتی اقتصاد خطی قرار می گیرد. در مدل اقتصاد خطی، مواد اولیه و خام در یافت می گردد و پس از اجرای



که در هر یک کیلوگرم قراضه فولادی که در پایان عمر محصول بازیافت می‌شود، میزان ۱/۵ کیلوگرم در انتشار گاز دی‌اکسید کربن، ۱۳/۴ مگاژول انرژی اولیه و ۱/۴ کیلوگرم کانی سنگ آهن صرفه‌جویی ایجاد می‌شود. با توجه به بررسی تحقیقات گذشته می‌توان گفت که توسعه دانش اقتصاد چرخشی و اکولوژی صنعتی در کشور از سه جنبه اقتصادی، محیط‌زیستی و اجتماعی بسیار حائز اهمیت است.

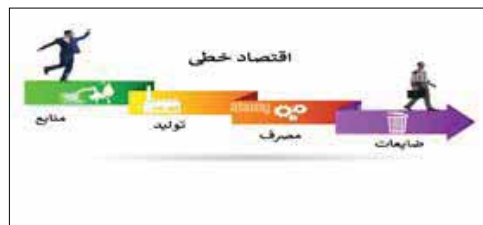
یک تغییر حیاتی

در شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر، سند اقتصاد چرخشی تدوین شده که در ابتدا محصولات جانبی در کارخانجات احیا، فولادسازی، نورد گرم پیوسته و اکسیژن شامل نرمه آهن اسفنجی، لجن آهن اسفنجی، ریزدانه گندله، آب سباب صنعتی، سرباره فولادسازی، پوسته‌های اکسیدی، ته‌تاندیش و خرسک، حرارت اتلافی، نیتروژن و نت شده در کلد باکس و... شناسایی و نقشه راه برای بازیافت آن‌ها ارائه شده است. به عنوان مثال، در این شرکت به منظور بازیافت محصولات جانبی و تحقق اقتصاد چرخشی، ابتدا با مطالعات در حوزه بازیافت ریزدانه گندله و لجن آهن اسفنجی که از جمله محصولات جانبی کارخانجات احیا هستند، آغاز گردید که پس از انجام فاز مطالعاتی، تولید نمونه از این محصولات جانبی در مقیاس آزمایشگاهی انجام گرفت. پس از اخذ نتایج مطلوب از بررسی نمونه‌ها در آزمایشگاه‌های مرجع، فاز بعدی در مقیاس پایلوت احداث شد. در فاز پایلوت، با استفاده از تجهیزات خط تولید بریکت‌سازی با ظرفیت ۵ تن در ساعت به صورت پیوسته، بریکت‌های اکسیدی از ریزدانه گندله و لجن آهن اسفنجی با ابعاد و درصد ترکیب‌های متفاوت تولید گردید. بریکت اکسیدی تولیدشده در کوره احیا مستقیم می‌در کس شارژ شد و پس از طی فرآیند احیا، بریکت احیا شده از پارامترهای کیفی مطلوب برخوردار بود. با توجه به موفقیت آمیز بودن نتایج فاز پایلوت، خط صنعتی این طرح در حال احداث می‌باشد که توانایی تبدیل این محصولات جانبی را به محصول با

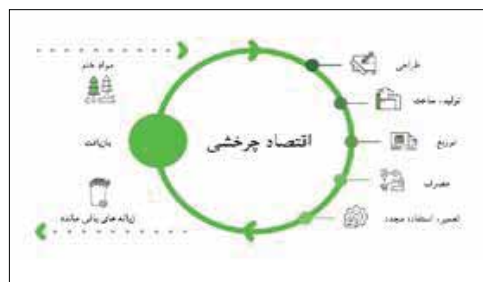
ارزش افزوده در مقیاس صنعتی دارد. با بهره‌برداری از این طرح، علاوه بر اشتغال‌زایی و سودآوری قابل توجه، از صادرات این محصولات جانبی با قیمت پایین جلوگیری می‌شود و همچنین مشکلات زیست‌محیطی این محصولات رفع می‌شود.

امید است با توسعه سند اقتصاد چرخشی در شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر، اصول و چهارچوب اقتصاد چرخشی در تمامی امور و فرآیندهای این شرکت جاری شود تا این مجموعه بتواند از دستاوردهای اقتصادی، محیط‌زیستی و حفظ منابع استفاده لازم را ببرد و به عنوان اولین مجموعه صنعتی پایدار در کشور شناخته شود. ■

شکل ۱. تصویر شماتیک از فرآیند اقتصاد خطی



شکل ۲. تصویر شماتیک از فرآیند اقتصاد چرخشی



در دهه‌های اخیر
اقتصاد چرخشی به
عنوان رکن اصلی
توسعه پایدار در
حوزه‌های مختلف
صنعت و جامعه
بسیار مورد توجه
قرار گرفته است.
بسیاری از کشورهای
توسعه یافته مانند
چین و اتحادیه اروپا
اقدامات موثری را
در این زمینه انجام
داده‌اند



مدیر فروش صنعت تجهیزات پزشکی صایران عنوان کرد

کاهش واردات بابومی سازی تجهیزات پزشکی

مینا افتخاری

صنعت تجهیزات پزشکی صایران از سال ۱۳۷۵ کار خود را با طراحی مانیتورهای علائم حیاتی و ساکشن جراحی آغاز کرد و با به عرصه تولید تجهیزات پزشکی گذاشت. این مجموعه در ابتدا توانست نیاز بازار را پوشش دهد و با مهندسی معکوس، گام موثر و بزرگی در بومی سازی تجهیزات پزشکی بردارد. محصول بعدی این شرکت، میکروسکوپ های آزمایشگاهی بود که به واسطه این محصول، توسعه سبد تجهیزات پزشکی آغاز شد. در حال حاضر و پس از گذشت حدود سه دهه از فعالیت این مجموعه، سبد محصولات آن بسیار گسترده شده، به طوری که علاوه بر تامین نیاز داخل، بخشی از تولیدات این شرکت به سایر کشورها هم صادر می شود. گفت و گوی ما با سید محمد عزیزی، مدیر فروش صنعت تجهیزات پزشکی صایران را می خوانید.

در بیمارستان ها، شوک دستی با تشخیص پزشک برای احیای بیمار انجام می شود، اما اگر در اماکن عمومی و مراکز پرجمعیت و پر تردد، فردی دچار حمله قلبی شود، تا زمانی که اورژانس برسد و رسیدگی های لازم را انجام دهد، زمان طلایی نجات بیمار از دست خواهد رفت؛ بنابراین در دنیا دستگاهی به نام AED یا دستگاه شوک اتوماتیک و خودکار طراحی شده که بر اساس علائمی که دریافت می کند، به صورت اتوماتیک تشخیص می دهد که آیا شوک، مورد نیاز است یا خیر و اگر هم لازم است، باید به چه میزان باشد. این محصول نیز به لطف خدا و تلاش محققان در صنعت تجهیزات پزشکی صایران بومی سازی، تولید و عرضه شده است. سیستم لاپاروسکوپی ایرانی نیز دستگاه بسیار پیچیده ای است که از چند بخش دمنده گاز یا اینسافلیتور، منبع نور سرد، دوربین و تلسکوپ و سیستم تصویر تشکیل شده است. سیستم تصویر، اصلی ترین کارکرد این دستگاه است و باید تصویری که پزشک و جراح با چشم خود می بیند را عیناً روی مانیتور منتقل کند. خوشبختانه ما موفق شدیم، این دستگاه را که در عمل های کم تهاجمی از آن استفاده می شود، بومی سازی و تولید کنیم که افتخاری دیگر برای صایران و کشور محسوب می شود.

آیا محصولات دیگری هم توسط این شرکت به بازار عرضه شده است؟

بله، یکی دیگر از محصولات صایران، دستگاه تله مدیسین یا دستگاه دورا پزشکی است که در نوع خود بی نظیر از زیبایی می شود و برای نخستین بار توسط این مجموعه تولید شده است. هنوز دستگاهی با این قابلیت را در کشور نداریم که بعد فیزیکی پزشک و بیمار را از بین ببرد و این سطح از امکانات را دارا باشد؛ به این معنا که برای مناطق محروم و صعب العبور و مناطقی که امکان تردد برای پزشک و جراح وجود ندارد، این دستگاه قابل استفاده است. با یک آموزش کاربری ساده برای بهورز یا بهیار، می توان این دستگاه را در بیمارستان یا هر جای دیگری قرار داد که بیمار در آن محل ساکن است و پزشک از طریق ویپور یا دریافت کننده در محل دیگری که پزشک در آنجا قرار دارد، ارتباط صوتی و تصویری برقرار می کند، علائم را به صورت آنالین دریافت می کند، مشاوره می دهد و شرح حال بیمار را می بیند. در واقع ۱۵ آپشن به این دستگاه متصل می شود که می تواند به صورت کامل اطلاعات مورد نیاز را به پزشک بدهد و بیمار را از راه دور ویزیت کند. از محصولات دیگر در حوزه تلوپدی، تولید اولین پروتز جایگزین مفصل زانو است و اولین شرکتی



سید کالای شرکت صایران شامل چه محصولاتی است و چه تمایزی با نمونه های مشابه دارد؟

سبد کالایی صنعت تجهیزات پزشکی صایران، بسیار گسترده است که شامل حوزه های گوناگون از جمله کار دیووسکولار یا قلب و عروق، اندوسکوپی یا تصویربرداری درون بین، مغز و اعصاب، ارتوپدی، تله مدیسین و تجهیز بیمارستان ها، تجهیز ناوگان آمبولانس، هوشمندسازی بیمارستان ها و ماژولار سازی اتاق های عمل می شود. طراحی و تولید انواع مانیتورهای علائم حیاتی، انواع ساکشن های جراحی، پرتابل، نوزادی و آمبولانسی در سبد محصولات این مجموعه قرار دارد. همچنین صنعت تجهیزات پزشکی صایران در کارنامه کاری خود، عنوان اولین و تنها تولید کننده دستگاه الکترو شوک قلبی را دارد. این مجموعه پس از ۴ سال تحقیق، مطالعه، بررسی و انجام تست های بالینی افتخار تولید دستگاه الکترو شوک قلبی را کسب کرد که تعداد بسیار زیادی از این دستگاه در مراکز مختلف درمانی توزیع شده و در حال استفاده است. صنعت تجهیزات پزشکی صایران یازدهمین شرکت در دنیا می باشد که موفق به تولید دستگاه الکترو شوک قلبی شده است. محصول بعدی این مجموعه، دستگاه شوک اتوماتیک است که صرفاً تا صد طراحی تا تولید آن در مجموعه صایران انجام شده است.

در خصوص کاربرد دستگاه شوک اتوماتیک و همچنین سیستم لاپاروسکوپی ایرانی که توسط صنعت تجهیزات پزشکی صایران کاملاً مهندسی معکوس شده، توضیح دهید.

هستیم که بخش اعظم پروسه تولید این محصول را به میزان ۹۵ درصد در کشور انجام می‌دهیم. در واقع آنجایی که بخشی از مواد اولیه مورد نیاز تولید پروتز زانو در داخل وجود ندارد و جوابگوی استاندارد نیست، مواد اولیه مورد نیاز را وارد می‌کنیم، ولی سایر فرآیند تولید را در داخل کشور انجام می‌دهیم. ناگفته نماند، طیف گسترده‌ای از محصولات ارتوپدی و اسپاین (ایمپلنت‌های ستون فقرات) را با کیفیت بسیار مطلوب تولید می‌کنیم و این محصولات از دیگر فعالیت‌های تجهیزات پزشکی صایران محسوب می‌شود که چندین سال است در بازار و مراکز درمانی عرضه و مورد استفاده قرار می‌گیرد. از سوی دیگر، تولید چراغ سیالیتیک از سایر محصولات این مجموعه است که در انواع تک‌قمر، دو قمر، سه قمر، دوربین دار و بدون دوربین با کیفیت بالا تولید شده است. تله، هولتر، ویوور و سنسور نیز از دیگر تولیدات این شرکت به شمار می‌روند. هولتر قلب و فشارسنج ECG دستگاهی است که از بیماران قلبی مراقبت و اطلاعات آن‌ها را پردازش می‌کند و از راه دور اطلاع‌رسانی می‌شود تا مشکلات آن‌ها برطرف شود. البته محصول EEG یا سیستم مانیتورینگ سیگنال‌های مغزی و علائم مغزی در حال توسعه و قابلیت‌های بسیار ویژه دیگری به آن اضافه می‌شود.

ایا صایران با شرکتهای دانش بنیان نیز همکاری می‌کند؟

سیاست اصلی صایران این است که به جای آنکه ظرفیت خود را به عنوان یک شرکت دولتی توسعه دهد، از ظرفیت بخش خصوصی و دانش بنیان‌ها استفاده کند و هیچ‌گونه تولیدی را به مفهوم تولید کامل در داخل مجموعه خود ندارد. در حقیقت با بهره‌مندی از ظرفیت بسیار خوب شرکتهای دانش بنیان و بخش خصوصی، نسبت به تولید محصولات خود اقدام می‌کند؛ بدون اینکه سهامی را از این شرکتهای دانش بنیان مطالبه کند یا سهامدار آن‌ها باشد. در واقع، یک شبکه بسیار عظیمی از دانش بنیان‌ها و تولیدکنندگان بخش خصوصی در کنار ما هستند که با پیش‌پرداخت‌ها، در اختیار گذاشتن محل مناسب یا واگذاری برخی از تجهیزات و همچنین ارائه آموزش، از آن‌ها حمایت می‌کنیم تا توسعه یابند و خود را ارتقاء دهند. حتی به برخی از شرکتهای وام داده و به آن‌ها کمک کرده‌ایم تا رشد و توسعه پیدا کنند. در کنار تمام این موارد، کنترل کیفیت، طراحی و نظارت دقیق روی فرآیند تولید محصول را خودمان انجام می‌دهیم تا همیشه از کیفیت مطمئن باشیم. باید بگویم که همکاری بسیار نزدیکی با شبکه گسترده‌ای از دانش بنیان‌ها داریم و به نظر بنده، نقش کلیدی در توسعه تولید در بخش خصوصی و کارآفرینی است که توسط صنعت تجهیزات پزشکی ایفا شده است.

تکنولوژی ساخت و تجهیزات مورد نیاز این صنعت تا چه

میزان داخلی سازی شده است؟

تمام طراحی و تکنولوژی ساخت توسط همکاران و مهندسان مجرب در صنعت تجهیزات پزشکی صایران انجام می‌شود. در واقع مهندسان نخبه‌ای که از دانشگاه‌ها فارغ التحصیل شده‌اند و در این سازمان مشغول به کار هستند، این کار را انجام داده‌اند. هیچ‌گاه نماینده هیچ برند خارجی نبوده‌ایم و سعی کرده‌ایم که روی پای خودمان بایستیم.

صایران تاکنون موفق به کسب چه جوایز و دستاوردهایی شده است؟

دستگاه الکترو شوک این مجموعه، رتبه دوم جشنواره خوارزمی را کسب کرده است. کسب جوایز سلمان و جوایز مختلف در حوزه صادرات و انتخاب صایران به عنوان شرکت برتر در حوزه صادرات، از دیگر افتخارات ما به شمار می‌رود. جوایز ایده‌پردازی هوش مصنوعی و نوآوری از دیگر جوایز متعددی است که موفق به کسب آن شده‌ایم. ضمن اینکه صنعت تجهیزات پزشکی صایران جزو برترین شرکتهای ایرانی است که توانسته برای محصولات

خود بیشترین مجوز را از اداره کل تجهیزات پزشکی تحت نظر سازمان غذا و دارو، دریافت کند. دریافت حدود ۶۰ مجوز تولید محصول یکی دیگر از افتخارات این صنعت می‌باشد.

صایران تاکنون به چه میزان از اهداف خود دست یافته است؟

به اهدافی که برای این مجموعه ترسیم شده دست یافته و در رشد فروش و سیاست‌گذاری‌ها، به شکل عالی عمل کرده‌ایم. ایجاد و توسعه شبکه همکار یکی از اهداف ما بود که به خوبی به آن رسیده‌ایم، آن را در کنار خودمان ایجاد کرده و توسعه داده‌ایم. صادرات محصولات هم از دیگر اهداف ما بوده که خوشبختانه به این مهم هم دست یافته‌ایم. به عنوان مثال، یکی از این موفقیت‌ها، راه‌اندازی خط تولید تله مدیسین در کشور اندونزی بوده و این افتخار نصیب ما شد که ریاست محترم جمهوری در کنار بابت سینا، خط تله مدیسین صایران را در این کشور افتتاح کرد و رئیس جمهور و وزیر بهداشت اندونزی، به خاطر این همکاری، از جمهوری اسلامی ایران تشکر کردند.

به منظور توسعه فعالیت‌های خود چه برنامه‌هایی را در نظر گرفته‌اید؟

برنامه‌های آینده ما بسیار گسترده است. برای نمونه، طراحی و تولید محصولات مختلفی در دستور کار ما قرار دارد که برخی از آن‌ها را آغاز کرده و بناداریم که هر سال دستاوردهای خوبی را رونمایی کنیم. یکی دیگر از برنامه‌ها این است که به عنوان یکی از قوی‌ترین شرکتهای به عنوان یک بازو در کنار وزارت بهداشت باشیم و به این وزارتخانه برای حل مشکلات سلامت کشور و تجهیزات پزشکی کمک کنیم؛ به این معنا که گام کوچکی در این راستا داریم تا وزارت بهداشت سریع‌تر و بهتر به اهداف خود دست پیدا کند و از طرفی، مردم هم خدمات درمانی حوزه سلامت بهتری را دریافت کنند.

داخلی سازی تجهیزات پزشکی تا چه اندازه کشورمان را از واردات بی نیاز کرده است؟

در بسیاری از موارد به گونه‌ای ایفای نقشی کرده‌ایم که نیازی به واردات نباشد و به این ترتیب، تاثیر مستقیم در کاهش ارزیابی داشته‌ایم؛ به این معنا که میزان خروج ارز از کشور بابت واردات برخی از تجهیزات پزشکی بسیار کمتر شده است. به عنوان مثال، یکی از محصولات که قبلاً وارد می‌شد، مانیتور علائم حیاتی بود که در حال حاضر نیاز به واردات آن اصلاً محسوس نیست و کاملاً نیاز داخلی را پوشش داده و می‌توانیم به صادرات این دستگاه هم فکر کنیم. از طرفی، با تولید محصول الکترو شوک قلبی، نیاز به واردات این محصول هم محسوس نیست و یا به میزان کمتری واردات انجام می‌شود که تاثیر خود را در کاهش خروج ارز از کشور و بی‌نیازی از واردات گذاشته است.

شرکت صایران و سایر شرکتهای فعال در این حوزه با چه چالش‌هایی مواجه هستند و چه انتظاراتی از مسئولان دارند؟

چالش‌ها و مشکلات ما بیشتر از جنس حمایت‌های مورد نیاز برای تولید است و درخواست داریم که مسئولان حمایت‌های بیشتری را انجام دهند. یکی از خواسته‌های ما این است که مهندسی مجدد روی قیمت‌گذاری‌های دستوری صورت پذیرد البته منظور ما این نیست که قیمت‌ها کاملاً باز گذاشته شود، اما این موضوعات باید نگاه دیگری، بررسی و تصمیمات دقیق‌تری گرفته شود. در واقع انتظار داریم که در نحوه قیمت‌گذاری ما بررسی مجددی انجام شود و تسهیل در صدور مجوزها صورت گیرد. همچنین حمایت‌هایی که در تخصیص ارز ترجیحی برای واردات می‌شود، با گسترش تولید داخل تعدیل گردد. ■

یکی دیگر از محصولات صایران دستگاه تله مدیسین یا دستگاه دورا پزشکی است که در نوع خود بی‌نظیر ارزیابی می‌شود و برای نخستین بار توسط این مجموعه تولید شده است



توسعه باور ماست

Development is Our Belief



“شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر”

GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.

- 01 کسب تندیس بلورین از بیستمین جایزه ملی سازمانی 
- 02 کسب رتبه ۳۹ در بین ۱۰۰ شرکت برتر ایران 
- 03 صادرکننده برتر کشور 
- 04 شرکت برگزیده و پیشرو در توسعه فن آوری و رشد اقتصادی از وزارت صمت 
- 05 واحد نمونه صنعتی استان کرمان از خانه صنعت، معدن و تجارت استان کرمان 
- 06 واحد نمونه جشنواره امتنان از نخبگان جامعه کار و تولید استان کرمان 
- 07 اخذ ISO17025 مدیریت کیفیت و ISO50001 مدیریت انرژی 
- 08 کسب تندیس زرین یک ستاره از پنجمین جشنواره ملی صنعت سلامت محور 

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



@tose.e_ahan_foolad www.gisdco.com

گفت و گوی اختصاصی با حمید پور کلباسی

در این بخش می خوانیم:

- مطالبه گری؛ لازمه رفع مشکلات صنعت چاپ
- بی توجهی در معرفی و تبلیغات صنعت چاپ
- فقر صنعت صحافی از ماشین آلات مدرن و پیشرفته

بنیان گذار و مدیر عامل صحافی معین مطرح کرد

فقر صنعت صحافی از ماشین آلات مدرن و پیشرفته

سعید عدالت جو

دنیای چاپ

صحافی از جمله صنایع با قدمت و پرسابقه در کشورمان است که در مقاطع مختلف تاریخی و زمانی، فراز و نشیب‌های زیادی را از سر گذرانده است. در شرایطی که صنعت صحافی کشورمان، سودآور است و می‌تواند جایگاه بسیار خوبی در دنیا داشته باشد، برخی از مشکلات و چالش‌ها، مانع پیشرفت این صنعت جذاب شده است. حمید پور کلیاسی، بنیان‌گذار و مدیر عامل صحافی معین و از کارآفرینان برتر کشور در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» نبود اتحاد میان صحافان، دریافت دستمزدهای بسیار پایین از سوی صحافی‌ها، ماشین‌آلات فرسوده و قدیمی، عدم حمایت وزارت ارشاد و فقدان حمایت‌های بیمه‌ای، مالیاتی و غیره از سوی سایر نهادها را از مهمترین مشکلات این صنعت عنوان کرد. وی معتقد است که صنعت صحافی به شدت نیازمند سرمایه‌گذاری اصولی و منطقی است و اگر این اتفاق رخ دهد، می‌تواند در سطح جهانی در جایگاه بسیار خوبی قرار گیرد. مشروح این مصاحبه از نظر خوانندگان ارجمند می‌گذرد.

کتاب‌های نفیس هم کار می‌کنیم و در مورد کارهای خاص با ناشران خاص و علاقه‌مند همکاری داریم.

آیا در زمینه فعالیت خود با کشورهای دیگر هم همکاری دارید؟

به صورت رابط با سلیمانیه عراق، پاکستان و دبسی کار می‌کنیم و توانایی کار بیشتر را هم داریم، ولی به دلیل محدودیت روابط با سایر کشورها نمی‌توان فراتر از آن رفت و در صورت اصلاح قوانین و ریزنی با بازرگانی‌های سایر کشورها و همچنین امکان صادرات آسان، خیلی راحت می‌توانیم به کشورهای همجوار و حتی کشورهای اروپایی سرویس ارائه دهیم و این توانایی در ما وجود دارد.

صحافی معین چه ویژگی نسبت به سایر صحافی‌ها دارد؟

از آنجا که بنده تک جلدساز بودم و سپس وارد سری‌سازی شدم، از شیوه‌های تک جلدسازی که مادر رشته صحافی است، در سری‌سازی گنجاندیم و توانستیم کار را به صورت حرفه‌ای انجام دهیم؛ از همین رو برای انجام کارهای نفیس، افراد زیادی به ما مراجعه می‌کنند و بسیاری از کتاب‌های نفیس از اساتید فاخر و چهره‌های ماندگار و نامدار کشور از مجموعه ما خارج شده است. در واقع اصلی‌ترین ویژگی ما این است که اصول، فن و کیفیت کار را هیچ‌گاه فدای کمیت و نرخ روز و قیمت بازار نکرده‌ایم. نگاه بنده این است که هیچ‌گاه با کسی رقابت نکنم و همیشه خودم را رقیب خودم می‌دانم. مزیت کار بنده نسبت به بقیه این است که از بهترین متریاها استفاده می‌کنم و طراح نیستم، اما ایده‌پرداز هستم. انجام هر کاری را برای خود غیرممکن نمی‌دانم و اصولاً به دنبال کارهای سخت هستیم که این کارها را با ایده و کیفیت خوب در حد بضاعت و با کمترین امکانات و ماشین‌آلات انجام دهیم. تلاش ما در صحافی معین بر این است که کار را برای کار انجام دهیم و به همین دلیل کمتر جایی در صنعت چاپ و نشر وجود دارد که ما را نشناسند.



در ابتدا بفرمایید، چگونه وارد حرفه صحافی شدید؟

اوایل انقلاب تصمیم داشتم که برای ادامه تحصیل به خارج از کشور بروم، اما پس از قطع روابط با کشور مورد نظر، نتوانستم به این سفر بروم و به رغم میل باطنی وارد کار صحافی شدم. در ادامه در سال ۱۳۶۲ در رشته تک جلدسازی شروع به کار و در سال ۱۳۷۲ صحافی معین را تاسیس کردم. البته در ابتدا شریک کاری داشتم، ولی در سال ۱۳۸۰ از یکدیگر جدا شدیم و با رضایت وی، امتیاز صحافی معین را به دست آوردم.

مجموعه صحافی معین چه نوع خدماتی را ارائه می‌دهد؟

تا سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۸۰ درصد کار صحافی معین روی کتاب بود که با رعایت کامل اصول انجام می‌شد. از همان سال کار نشر به دلیل قیمت کاغذ و پایین آمدن تیراژ رو به افول رفت و سپس به سمت تولید جعبه‌سازی‌های فانتزی رفتیم. در حال حاضر بین ۶۰ تا ۷۰ درصد تولیدات ما مربوط به جعبه‌های نفیس است. البته همچنان روی



۶۲

آذر ۱۴۰۳ • شماره ۸۵
ماهنامه دنیای سرمایه‌گذاری

عین حال به خاطر اینکه اطلاعات و دانش این کار را به صورت کامل در اختیار داریم، اصولاً برای انجام صفر تا صد کار، مراجعه زیادی به ما می شود و سعی می کنیم که کار را به نحو احسن انجام دهیم. همچنین اگر قرار باشد، بخشی از کار مانند چاپ و تجاری را برون سپاری کنیم، این موضوع را خیلی شفاف به مشتری می گوئیم. از مزایای دیگر صحافی معین، تنوع کار بسیار زیاد است، به طوری که کار با چرم، گالینگور، شومیز و جعبه سازی های خاص از هر نوع جنسی که باشد را انجام می دهیم و فراتر از آن رفته و از روکش فلز، چرم، پارچه های عرفی و پارچه های غیر عرفی هم استفاده می کنیم.

در حال حاضر شرایط بازار کار صحافی چگونه است و آیا توصیه می کنید که افراد در این بخش سرمایه گذاری کنند؟

وضعیت بازار چندان خوب نیست و سرمایه گذاری در کار صحافی دشوار است. از عمده مشکلات آن می توان به تعدد صحافی های بسیار با دستمزدهای نازل اشاره کرد که باعث شده این صنعت در راستای تکنولوژی و علم روز دنیا حرکت نکند. البته اگر شخصی سرمایه قابل توجهی داشته باشد و یک صحافی بسیار مدرن و پیشرفته در کشور با ماشین آلات جدید و نوره اندازی کند، با همین وضعیت کساد و گرانی بازار، نوسانات بازار، کمبود کارگر، بالا بودن مالیات ها و موارد دیگر مانند شهر داری، بیمه و غیره، باز هم فضای بسیار خوبی برای موفقیت در پیش رو دارد و می تواند با سرمایه گذاری هدفمند، مانع از تعدد این کسب و کار شود. علاقه مندان به این صنعت هم می توانند کارشان را بهبود و با کیفیت نمایند. واقعیت این است که فضای خالی در زمینه صحافی زیاد است و بنده که نسبت به دیگران، دستمزد گران تری دریافت می کنم، اگر ماشین آلات مدرن و پیشرفته داشته باشم، از نظر قیمتی برای مصرف کننده و ما به صرفه می شود. در چاپ و لیتوگرافی سرمایه گذاری بالا و اقدامات اساسی انجام شده، ولی متأسفانه تاکنون بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در صحافی وارد نشده تا مشکل بازار را حل کند. البته چاپخانه های دولتی مانند چاپخانه های بانک های ملی، ملت، سپه و غیره وجود دارند که در این راستا سرمایه گذاری کرده اند، اما متأسفانه رشد قابل توجهی نداشته اند که دلیل آن هم، ناشی از محدودیت تایم کاری و سیستم آقا بالاسری است. در بخش خصوصی به دلیل تنوع بالای صحافی، قابلیت و فضاهای خالی بزرگ برای سرمایه گذاری وجود دارد؛ البته منظورم سرمایه گذاری اصولی، منطقی و با خرد جمعی است و نه آن چیزی که در حال حاضر قابل مشاهده است.

آیا صنعت صحافی کشورمان قابلیت رقابت با سایر کشورها را دارد؟

در صورت تامین ماشین آلات مورد نیاز، رتبه صحافی ایران را در عرصه بین المللی، حتی از کشورهای اروپایی کمتر نمی بینم. این صنعت در ایران می تواند با تهیه امکانات لازم، حرفی برای گفتن حتی در سطح جهانی داشته باشد. البته این امر نیازمند مدیریت صحیح و اصولی، ماشین آلات مدرن و پیشرفته و اجازه صادرات است، با این حال قوانین دست و پاگیر بسیاری در کشور داریم.

آیا ماشین آلات مورد استفاده در صنعت صحافی وضعیت خوبی دارند؟

اصلاً ماشین آلات به روز شده نداریم و دستگاه های بهترین صحافی در بخش دولتی، مربوط به ۱۵ تا ۲۰ سال پیش است. در بسیاری از صحافی ها، ماشین آلات با قدمت ۷۰ تا ۸۰ سال در حال کار هستند؛ با این شرایط چگونه چنین صحافی ای با این ماشین آلات می تواند با دنیا رقابت کند؟ واقعیت این است که ما از نظر ماشین آلات در بخش های صحافی و نشر بسیار فقیر هستیم و این فقط یکی از نقاط ضعف ما به شمار می رود و عدم کیفیت صحافی در کشورمان به دلیل همین کهنوت ماشین آلات است.

با توجه به اینکه صنعت صحافی، از قدمت بالایی برخوردار است، پس چرا نتوانسته به جایگاه واقعی خود دست پیدا کند؟

یکی از دلایل این موضوع، استفاده نکردن از دانش روز دنیا است. دستمزد ها بسیار پایین و صحافی ها، اجرت واقعی کار را دریافت نمی کنند، بر همین اساس هیچ کس برای سرمایه گذاری در این کار اقدامی نکرده است. تعداد بسیار کمی از افراد هستند که این حرفه را از صفر و از کارگری شروع کرده و ادامه دادند، ولی بعد از مدتی که فرسودگی و کهنه بودن ماشین آلات و نیاز بالا به سرمایه گذاری را می بینند، از این صنعت گریزان می شوند. اگر صحافی هایی وجود داشته باشند که بتوانند ماشین آلات روز دنیا را وارد کنند، در این زمینه سرمایه گذاری مطلوبی انجام دهند و نیروی انسانی فعال داشته باشند، بدون شک جزو انسان های نخبه ای به شمار می روند که این کار را به صورت حرفه ای انجام دهند.

نگاه وزارت ارشاد به صنعت صحافی چگونه است؟ آیا حمایت های لازم را از این وزارتخانه و سایر نهادهای ذی ربط دریافت می کنید؟

متأسفانه اصلاً نگاه خوب و حمایتی نسبت به این صنعت وجود ندارد. ناشرانی که کتاب ارائه می کنند، از مالیات معاف می شوند، ولی صحافان که در واقع کتاب را احیاء می کنند، هیچ حمایتی از طرف وزارت ارشاد دریافت نمی کنند. تنها حمایت هایی که داریم، فقط مشمول بخشودگی در بیمه و برق است؛ در صورتی که سخت ترین جایگاه در صنعت نشر در بخش صحافی است. تعدد، تنوع و درست کردن یک کتاب، زمان بر و سختی های خودش را دارد و متأسفانه فقط یک حمایت جزئی از طرف بیمه داریم. مالیات ها نیز بسیار سرسام آور بوده و به گونه ای شده که بسیاری از صحافی ها با ضرر کار می کنند و دلشان به ارزش افزوده سرمایه های شان خوش است. به عنوان مثال، به این موضوع دلخوش هستند که ملکی را خریداری کرده اند و به مرور زمان گران شده که این بزرگترین سمی است که در جامعه و به خصوص در صحافی وجود دارد. یکی از بزرگترین چالش ها این است که مثلاً بنده فکر می کنم که سرمایه ام افزایش یافته، در صورتی که این، مرگ کاری است. باید تاکید کنم که اگر مدیران این صنعت درست کار کنند، متحد باشند و ارزش این هنر صنعتی را بدانند، صنعت صحافی قطعاً سودآور است. ■



از سوی مدیرعامل چاپ ستاره کویر عنوان شد

بی توجاهی در معرفی و تبلیغات صنعت چاپ

عرفان فغانی

صنعت چاپ در ایران مهجور و مظلوم است؛ این موضوعی است که کامران ابراهیمی، مدیرعامل چاپ ستاره کویر به آن اشاره می کند و بر این نکته تاکید دارد که متأسفانه به دلیل غفلت چاپخانه داران و مسئولان، هیچ طرح و ایده ای برای معرفی و تبلیغات صنعت چاپ وجود ندارد و همچنین قدیمی و فرسوده بودن ماشین آلات چاپخانه ها در مقایسه با شرکت های بسته بندی که از ماشین آلات مدرن و به روز استفاده می کنند، مانع از دیده شدن این صنعت شده است. وی از سال ۱۳۸۱ و به دنبال ازدواج با همسرش، تمایل به فعالیت در صنعت چاپ پیدا کرد؛ چراکه علی پیوندی، مدیرعامل چاپ کویر، پدر همسر وی، از قدیمی های صنعت چاپ بود و همین موضوع موجب شد که به تدریج جذب این صنعت شود. این فعال صنعت چاپ، در ابتدا در مجموعه متعلق به پدر همسرش، فعالیت می کرد، اما از سال ۱۳۸۶ چاپ ستاره کویر را تأسیس کرده است. ابراهیمی تحصیل کرده صنایع است. گفت و گوی ما با این فعال صنعت چاپ معطوف به مسایل مختلف مرتبط با این صنعت شد که ماحصل آن را می خوانید.

جمله صنعت چاپ بها داده نمی شود، به همین دلیل رشد واقعی در این صنعت، اتفاقی نیفتاده و قاعدتا ما هم از اهداف مورد نظر خود فاصله داریم. واقعیت این است که در کشور ما، صنعت چاپ مهجور و مظلوم است و صدای چاپخانه داران به بالادستی ها نمی رسد. صنعت چاپ در دنیا، یکی از صنایع ویژه است، بهای خاصی به آن داده می شود و تسهیلات بسیار خوبی در اختیار فعالان این صنعت گذاشته می شود، ولی ما از این حمایت ها محروم هستیم و فقط افرادی که دارای رابطه هستند، می توانند از این تسهیلات برخوردار شوند. در واقع ما فرصت و امکانی برای استفاده از این حمایت ها و تسهیلات نداریم و فقط تلاش و کوشش، باعث رشد این مجموعه شده است.

چاپ ستاره کویر چه ویژگی ها و امتیازاتی نسبت به سایر مجموعه ها دارد؟

اصولا موفقیت چاپخانه هایی که کارهای فانتزی و کوچک انجام می دهند، در کیفیت کار آن ها است. برای بنده هم از همان ابتدا مهم بود که کارهای باکیفیت و دقیق ارائه دهیم و مشتریان را راضی نگه داریم که خوشبختانه همین اتفاق هم رخ داد و مشتریانی داریم که از ابتدای تأسیس چاپخانه با ستاره کویر کار می کنند. در واقع ارائه سرویس خوب، جلب رضایت مشتری و کیفیت بالا از ویژگی های اصلی ستاره کویر است.

به منظور توسعه فعالیت های چاپ ستاره کویر چه برنامه هایی دارید؟

یکی از طرح های توسعه مورد نظر این است که تمام ماشین آلات را به روز کنیم، اما نوسان و افزایش قیمت ارز شرایطی را به وجود آورده که اگر قصد ورود ماشین آلات جدید و مدرن را داشته باشیم، حدود ۱۵ میلیارد تومان هزینه نیاز است که همین موضوع باعث شده، به سمت نوسازی ماشین آلات نرویم و با ماشین های قدیمی و فرسوده ادامه فعالیت دهیم. همچنین رشد قیمت ها، چندین برابر افزایش قیمت و اجرت چاپ بوده که همین مساله موجب شده، درآمد صنعت چاپ از درآمد سرانه کشور که به واسطه تورم بالا رفته، عقب بیفتد که این عقب افتادگی باعث کاهش بازدهی تولیدی چاپخانه ها شده؛ بنابراین



در خصوص عمده فعالیت های چاپ ستاره کویر توضیح دهید.

چاپ ستاره کویر فعالیت خود را با ماشین چاپ کوچکی آغاز کرد و طی سال ها تلاش، رشد و توسعه پیدا کرد؛ به طوری که هم اکنون ماشین چاپ پی ام چهار رنگ و دو رنگ، دستگاه ملخی و دستگاه برش در این چاپخانه مستقر است. در حال حاضر این مجموعه با سه کارخانه لوازم خانگی قرارداد چاپ برشور، کاتالوگ و دفترچه های مخصوص لوازم خانگی دارد. چاپ انواع پوشه ها و فرم های اداری بیمارستانی برای چند بیمارستان در تهران، دزفول، اندیمشک و اهواز از دیگر فعالیت های ستاره کویر است. کار برای سازمان انتقال خون، تولید حدود ۱۰۰ مدل لیبل محصولات و انجام کارهای اداری و نمایشگاهی برای شرکت های خصوصی، از دیگر فعالیت های این مجموعه به شمار می رود.

آیا از ابتدای فعالیت تاکنون، به اهداف مورد نظر خود دست یافته اید؟

اصولا هدف ما رشد کردن در زمینه فعالیت خود بوده و چاپ ستاره کویر پله پله رشد کرد، اما متأسفانه در ایران به تولیدکنندگان و از

امکان سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در صنعت چاپ محقق نشده است.
عملکرد اتحادیه چاپخانه‌داران تهران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

روسای قبلی این اتحادیه، از کهنه کارها و قدیمی‌های این صنعت بودند و هر چند که در صنعت چاپ قوی بودند، ولی در زمینه مدیریت ضعیف عمل می‌کردند، چرا که مقوله مدیریت، جدا از بحث تجربه است و اگر یک فرد باتجربه، مدیر نباشد، در انتقال تجربیات و انعکاس مشکلات موفق نخواهد بود. البته به نظر می‌رسد که با انتخاب احمد ابوالحسنی به عنوان رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران که سال‌ها در این صنعت کار کرده و روابط عمومی قوی در سیستم‌های دولتی دارد، در آینده شاهد اتفاقات خوبی باشیم. وی با اقدامات و رایزنی‌هایی که انجام داده، کانال‌های ارتباطی خوبی با نمایندگان مجلس شورای اسلامی، وزارت صنعت و... برقرار کرده و قوی بودن صنعت چاپ و ضرورت توجه به آن را به این نهادها انتقال داده و می‌دهد.

آیا با این نگاه که صنعت چاپ از صنعت بسته‌بندی عقب‌تر است، موافق هستید؟

با این نظر موافق نیستیم؛ به عقیده بنده صنعت چاپ موفق است و عقب‌افتادگی ندارد، اما اگر احساس می‌شود که صنعت بسته‌بندی مقداری موفق‌تر است، به علت واردات و به کارگیری پیشرفته‌ترین و به‌روزترین ماشین‌آلات است. این در حالی است که در تمام دنیا چاپخانه‌ها و بسته‌بندی‌ها متصل به هم هستند و در کشور ما جدایی شرکت‌های بسته‌بندی از صنعت چاپ، ضعف بزرگی است. تمام مجموعه‌ها در دنیا، چاپ و بسته‌بندی را به صورت توأمان دارند، ولی در ایران، مجموعه‌های بسیار اندکی به این شکل هستند و اغلب شرکت‌های بسته‌بندی از چاپخانه‌ها جدا شده، ماشین‌آلات جدید بسته‌بندی وارد کرده و مورد استفاده قرار می‌دهند، از همین رو عملکرد آن‌ها دیده می‌شود. صنعت چاپ در کشورمان اصلاً عقب نمانده، ولی دیده نمی‌شود؛ به دلیل اینکه باید تمام تجهیزات این صنعت به‌روز شود، امان‌رخ دلار و قیمت بالای ماشین‌آلات، اجازه به‌روزرسانی را نمی‌دهد.

برخی معتقدند، کار کردن در صنعت چاپ به حدی بحرانی شده که تعدادی از چاپخانه‌ها، فعالیت خود را متوقف کرده‌اند یا رو به تعطیلی هستند. دیدگاه شما در این خصوص چیست؟

می‌توان گفت که ۲۰ تا ۳۰ درصد چاپخانه‌ها در ۴ سال گذشته تعطیل شده‌اند و شاید مجوز کار دارند و حتی به ظاهر دایر هستند، اما از نظر کاری فعالیت‌ی ندارند. یکی از دلایل اصلی این موضوع شیوع کرونا بود که موجب افت ۵۰ درصدی کار شد و ضربه سختی به صنعت چاپ و چاپخانه‌ها وارد کرد. این اتفاق در حالی رخ داد که چاپخانه‌ها با هزینه‌های بالایی هم مواجه بودند و آنجا که در کشور ما چیزی به نام حمایت وجود ندارد، ضربه سنگینی به بسیاری از چاپخانه‌ها وارد شد. البته چاپخانه‌هایی مانند ستاره کویر لطافت زیادی ندیدند، زیرا شیوه کار ما در ظرفیت کاری، فانتزی کاری و کارهایی مانند لیبیل‌ها، بروشورها و کاتالوگ‌ها است که دامنه گسترده‌تری در چاپ دارد، اما چاپخانه‌های بزرگ، ضرر و زیان بسیاری دیدند و حتی برخی از آن‌ها تعطیل شدند. پس از آن هم بحران دلار و چند برابر شدن قیمت ارز باعث شد که بسیاری از چاپخانه‌های زبان دیده، نتوانند مجدداً شروع به کار کنند و

همچنین موجب شد که دیگر امکان واردات ماشین‌آلات جدید چاپ به وجود نیاید.

با شرایط اقتصادی فعلی، مجموعه‌های چاپ چه وضعیتی دارند و چشم‌انداز صنعت چاپ را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
 به‌طور کلی زمانی که چرخ تولید بچرخد، صنعت چاپ هم رونق می‌گیرد. حتی سال پیش که تورم شدیدی حاکم بود، هزینه‌ها بالا بود، دلار گران شد و قیمت کاغذ هم به یک‌باره دو برابر شد، اما وضعیت کار چاپخانه‌ها خوب بود و درآمد نسبتاً مناسبی حاصل می‌شد. در ابتدای سال ۱۴۰۲ هم وضعیت خوب بود، ولی از تیرماه ر کودی که جامعه را دربر گرفت، به صنعت چاپ هم ضربه وارد کرد که این موضوع باعث شد، اغلب چاپخانه‌ها با حدود ۶۰ درصد ظرفیت خود کار کنند. البته برخی از چاپخانه‌ها که به شرکت‌های تولیدی و صنایع غذایی وصل شده‌اند، همیشه کار دارند، اما در مورد دیگر فعالان این صنعت این‌طور نیست. در مورد چشم‌انداز هم امیدوارم که با حمایت‌ها و رفع تحریم‌ها، در آینده اتفاقات خوبی رخ دهد؛ شاید این اتفاقات، به کندی پیش برود، اما قطعاً موجب رشد و پیشرفت صنعت چاپ خواهد شد. باید به این نکته اشاره داشته باشم که متأسفانه در سال‌های اخیر توجهی به آموزش نیروی انسانی نشده و هم‌اکنون صنعت چاپ با کمبود نیرو مواجه است و آن‌هایی هم که در این صنعت در حال فعالیت هستند، آموزش‌ها را به صورت صحیح و اصولی فرا نگرفته‌اند. از طرفی، در زمینه تعمیرات و نگهداری هم اقدامات خوبی انجام نشده و تعداد کمی از افراد به صورت صحیح و اصولی به فعالیت در این حرفه مشغول هستند. از سوی دیگر، بی‌توجهی دولت‌مردان، وزارتخانه‌های ارشاد و صمت و همچنین تسهیل نکردن روند صادرات محصولات چاپی، باعث شده بازار بزرگی که در کشورهای عراق، آذربایجان، افغانستان، ترکیه و... وجود دارد را از دست بدهیم و در زمینه صادرات موفق نباشیم. به عنوان مثال، هم‌اکنون حدود ۳ درصد از محصولات چاپی کشورمان صادر می‌شود، در حالی که می‌توانستیم تا حدود ۲۵ درصد صادرات داشته باشیم.

و سخن آخر...

در کشور ما توانایی تولید کاغذ وجود دارد، ولی مافیای اجازه انجام این کار را نمی‌دهد. هم‌اکنون در استان مازندران، کاغذ تولید می‌شود، اما به دلیل بی‌کیفیت بودن، مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. این در حالی است که با وجود دارا بودن شرایط، امکانات، تکنولوژی، دانش و نیروی انسانی لازم می‌توانیم بزرگ‌ترین کارخانه تولید کاغذ را تأسیس و کاغذ باکیفیت در کشور تولید کنیم. باید به جای اعطای ارز به افراد رانتی برای واردات کاغذ، کارخانه بزرگی احداث شود که علاوه بر تأمین نیاز داخلی، پاسخگوی نیاز کشورهای همسایه هم باشد. احداث چنین کارخانه‌ای، ضمن جلوگیری از خروج ارز، کمک شایانی به صنعت چاپ خواهد کرد، زیرا موجب پایین آمدن نرخ کاغذ و قیمت تولید خواهد شد. ■



از مهمترین
مسائل و معضلات
در صنعت چاپ،
می‌توان به عدم
توجه به آموزش
نیروی انسانی فعال،
آموزش نیرو جهت
تعمیرات و نگهداری
ماشین‌آلات چاپی و
صادرات اشاره کرد

مدیرعامل چاپ و تبلیغات چیستا مطرح کرد

مطالبه‌گری لازمه رفع مشکلات صنعت چاپ

محمد جعفری

۱۴ سال پیش در شهر اهواز فعالیت خود را در صنعت چاپ آغاز کرد؛ زمانی که در این شهر هیچ بانویی در این حوزه کار نمی‌کرده است. دو سال بعد از شروع به فعالیت، موفق به دریافت لوح تقدیر از اداره ارشاد خوزستان به عنوان اولین بانوی کارآفرین در صنعت چاپ در جنوب کشور، شد. خانم شکوه فریدفر، مدیرعامل چاپ و تبلیغات چیستا که از کارآفرینان موفق محسوب می‌شود، معتقد است که صنعت چاپ با روحیات بانوان، بسیار سازگار است و در عین حال اعتقادی به مردانه بودن صنعت چاپ ندارد. به گفته وی، در ایران چاپ دیجیتال جای رشد بسیاری دارد؛ البته مشروط به آنکه حمایت دولت و اتحادیه‌ها برقرار باشد. فریدفر در عین حال باور دارد که دلیل عدم حمایت دولت از صنعت چاپ، نقش کم‌رنگ اتاق اصناف و اتحادیه‌ها و فقدان مطالبه‌گری از دولت است. گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با این بانوی فعال صنعت چاپ و تبلیغات را در ادامه می‌خوانید.

مجموعه چاپ چیستا از ابتدا تاکنون چه فعالیت‌ها و تولیداتی داشته است؟

در ابتدا با دستگاه بنر شروع به کار کردم و پس از آن به تدریج دستگاه‌های دیگری مانند چاپ دیجیتال و پلاتر جهت چاپ روی کاغذ، دستگاه چاپ روی اجسام و دستگاه چاپ کاغذدیواری به مجموعه افزوده شد. در ادامه دستگاه‌های مختلف لیزر و سازه‌های نمایشگاهی (اسپیس فریم) را جهت برپایی غرفه‌های نمایشگاهی، ایستگاه صلواتی، مواکب و... نیز به این مجموعه افزودم. در حال حاضر چاپ و تبلیغات چیستا شامل بخش‌های چاپ، آتلیه طراحی گرافیک، تولید محتوا، سازه‌های نمایشگاهی، برگزاری همایش و مشاوره کسب و کار (کوچینگ) می‌باشد. همچنین این مجموعه از حضور پرسنل مستعد، خلاق و متخصص هر بخش برخوردار است و هم‌اکنون با تیم‌های فوتبال پرسپولیس، ذوب آهن اصفهان و فولاد خوزستان در حال همکاری است. در شهرآورد تهران بین تیم‌های پرسپولیس و استقلال، چیستا پروژه‌ای اختصاصی برنامهریزی کرد و طراحی، چاپ و نصب پرچم‌های فضاسازی استادبوم را به عهده داشت. همچنین آتلیه طراحی مجموعه با طراحی پیراهن تیم فوتبال ذوب آهن با محوریت و هویت بصری این تیم (تولید آهن و تاریخ شهر اصفهان) اقدام کرده است. لازم به ذکر است، کلیه فعالیت‌های باشگاه فولاد خوزستان اعم از رنگ‌آمیزی نیمکت‌های ورزشگاه تا طراحی پرچم‌ها، تیشترهای هواداری، میکسون و نیمکت‌های بازیکنان فوتبال توسط این مجموعه انجام شده است. به لطف خداوند بزرگ ۸ سال متوالی است که برپایی بزرگ‌ترین فعالیت فرهنگی استان خوزستان با محوریت آیین تعزیه‌خوانی، عزاداری، نمایشگاه فرهنگی و پذیرایی با نام یادمان شب‌های بین‌الحرمین در شهر اهواز به عهده تیم همدل چیستا بوده که این مراسم همه‌ساله مصادف با دهه اول ماه محرم در شهر اهواز برگزار می‌گردد. برگزاری جشن و آیین‌های مذهبی و تبلیغات شهری از عمده فعالیت‌های این مجموعه به سفارش شهرداری کلان‌شهر اهواز می‌باشد. اعتماد سرپرستی شعب بیش از ۵ بانک دولتی و خصوصی



در باره نحوه ورود خود به صنعت چاپ و چگونگی تاسیس چاپ و تبلیغات چیستا توضیحاتی ارائه فرمایید.

پیش از آغاز فعالیت در این صنعت، اقدام به تاسیس انتشارات کردم و یک‌سال در آن حرفه فعالیت داشتیم، اما از آنجا که درآمد چندانی نداشت، تصمیم به تغییر شغل گرفتم و در نهایت به دنبال اتفاقاتی که رخ داد و علاقه‌مندی که در بنده ایجاد شد، وارد کار چاپ شدم و چاپ و تبلیغات چیستا را تاسیس کردم. البته در ابتدا سرمایه کافی نداشتیم، بر همین اساس اقدام به دریافت وام بانکی کردم که با این پول، مکانی را اجاره و دستگاه چاپ اوت دور را خریداری کردم. در دو سال ابتدایی آغاز کار، روزانه ۱۶ ساعت برای پرداخت اقساط و حفظ مجموعه کار می‌کردم و پس از مدتی و با تلاش فراوان، چیستا به عنوان یکی از چاپخانه‌های برتر در سطح استان خوزستان شناخته شد. در حال حاضر این مجموعه یکی از کامل‌ترین مجموعه‌های چاپ دیجیتال بوده که در بین مشتریان، ارگان‌ها و سازمان‌ها به عنوان مجموعه‌ای خوشنام شناخته شده است.



کشور به چيست، افتخاری است که به آن می‌بالیم. ناگفته نماند، مجموعه چيست از سال ۱۳۹۹ با هدف ارائه خدمات به کل کشور، شعبه تهران خود را تاسیس و بخش جعبه‌سازی اختصاصی را با همکاری چاپخانه‌های حرفه‌ای این حوزه در تهران راه‌اندازی کرده که ناظر چاپی این بخش شخصا به عهده بنده است.

چاپ و تبلیغات چيست چه ویژگی‌ها و امتیازات خاصی نسبت به سایر رقبا دارد؟

کیفیت و سرعت در مجموعه چيست، مهمترین تمایز و مزیت رقابتی به شمار می‌رود. اگر چه معتقدم که کیفیت جزو وظایف تمام چاپخانه‌ها است، ولی متأسفانه در مواردی شاهد کاهش قیمت ارائه محصول با عدم رعایت کیفیت در بین همکاران هستیم، از این رو برای مجموعه‌هایی مانند چيست که کار با کیفیت ارائه می‌دهند، کیفیت تبدیل به مزیت شده است. علاوه بر این، موضوعی که همواره از فرم‌های نظرسنجی که در اختیار مشتریان، ارگان‌ها و شرکت‌های دریافت‌کننده خدمات استخراج می‌کنیم، تجمیع تمام خدمات چاپی در یک مجموعه و نظم حاکم بر اجرای فرآیندها است که باعث رضایت مشتریان ما شده است؛ بنابراین کیفیت، سرعت و نظم از مزایای چيست محسوب می‌شود.

آیا طرح توسعه خاصی برای مجموعه چيست در نظر دارید؟

چشم‌انداز بنده، به رغم سختی‌هایی که می‌تواند داشته باشد، این است که تا سال آینده یک شعبه چاپخانه دیجیتال چيست در تهران تاسیس و با دستگاه‌های به‌روز صنعت چاپ دیجیتال آن را تجهیز کنم. برنامه دیگر این است که مجموعه مستقر در اهواز را گسترش دهم تا موضوعات و آیت‌های جدیدی را به آن اضافه کنم که به این منظور، در حال افزایش ارتباطات خود هستیم. به عنوان مثال، در حال حاضر همکاری‌هایی با اتاق بازرگانی مشترک ایران و قطر داریم و در حال برنامه‌ریزی جهت گسترش ارائه خدمات به کشورهای امارات، کویت و عمان هستیم. در واقع برنامه بلندمدتی را مدنظر داریم که می‌خواهیم با ارتباطاتی که برقرار می‌کنیم، فعالیت جغرافیایی مجموعه را گسترش دهیم.

شما به عنوان یکی از بانوان فعال و موفق این عرصه، صنعت چاپ را چگونه تعریف می‌کنید و آیا توصیه می‌کنید که بانوان وارد این صنعت شوند و در آن سرمایه‌گذاری کنند؟

به نظر بنده چاپ، صنعتی است که باید به آن علاقه داشت و سپس وارد آن شد، زیرا در عین حال که کار بسیار زیبا و جذابی است و می‌توان همواره در آن خلاقیت به کار برد، سختی‌های خاص خود را دارد. همچنین صنعت چاپ، حرفه‌ای است که اصطلاحاً یک‌جانبه‌ای نیست و اگر امروز آشنایی کامل به کار داشته باشید، فردا موضوعات جدیدی به آن اضافه می‌شود و تغییرات با سرعت بالا در این صنعت اتفاق می‌افتد؛ بنابراین برای اینکه از بقیه عقب‌نمانیم، باید با مطالعه و تحقیق، اطلاعات خود را به‌روز نگه‌داریم و در نمایشگاه‌های تخصصی این صنعت شرکت کنیم تا پویایی لازم را به دست آوریم. در پاسخ به دیگر پرسش شما باید بگویم که اگر بانویی علاقه‌مند به این کار باشد و در کار خود خلاقیت به خرج دهد، صنعت چاپ می‌تواند کار بسیار جذابی برای او باشد. در مجموع این صنعت با روحیات بانوان، بسیار سازگار است. اگر بانویی علاقه‌مند باشد و در زمینه چاپ سرمایه‌گذاری کند، حتماً در این کار موفق می‌شود.

نگاه عموم جامعه بر این است که صنعت چاپ، اصولاً صنعتی مردانه است. آیا ورود بانوان به این صنعت، می‌تواند باعث رونق و تحول شود؟

همان ابتدا که بنده وارد این کار شدم، همه می‌گفتند که این صنعت مردانه است و تو چرا وارد این کار شده‌ای؟ به دلیل اینکه یک زن بودم، حتی دریافت مجوز از اداره ارشاد یک سال طول کشید و حاضر نبودند که به من مجوز بدهند، اما تصور من این است که ورود بانوان به تمام قسمت‌های صنعت چاپ به خصوص چاپ دیجیتال، می‌تواند منشا رونق و تحول بسیاری شود. به اعتقاد بنده، بانوان منظم‌تر، خلاق‌تر و ریزبین‌تر از مردان هستند و اگر زنان وارد این صنعت شوند، موجب رشد بیشتر این صنعت و به تبع آن، پیشرفت کشورمان خواهد شد. واقعیت این است که یک‌سری از کارها توسط مردان بهتر انجام می‌شود و برخی از کارها را زنان بهتر به انجام می‌رسانند. صنعت چاپ ریزه‌کاری‌هایی دارد که وجود زنان، دوشادوش مردان باعث چاپکی کار می‌شود.

ارزیابی شما از وضعیت فعلی چاپ دیجیتال در کشورمان چیست؟

چاپ دیجیتال جای رشد بسیار زیادی در ایران دارد، زیرا تعداد بسیار کمی چاپخانه دیجیتال داریم که کامل باشند؛ البته در تهران، پیشرفت این چاپخانه‌ها نسبت به سایر مناطق بهتر بوده، ولی در شهرستان‌ها خیلی جای رشد دارد. به اعتقاد بنده، در این رابطه باید حمایت دولت و اتحادیه‌ها وجود داشته باشد و این در حالی است که ما حتی در اهواز، اتحادیه مستقل و همدلی نداریم که حمایت لازم را از توسعه چاپ دیجیتال در این شهر انجام دهد.

آیا صنعت چاپ به سمت دیجیتال شدن رفته و چاپ دیجیتال موجب تغییر و تحول در صنعت چاپ شده است؟

ظهور و گسترش شبکه‌های اجتماعی فضا را به سمتی برده که صنعت چاپ، دیجیتالی شود. در نمایشگاهی هم که اخیراً برگزار شد، مشهود و مشخص بود که آیت‌ها و موضوعات جدیدی آمده که باعث دیجیتالی‌تر شدن صنعت چاپ می‌شود، ولی باید از آن‌ها استفاده کنیم تا زودتر و سریع‌تر گسترش پیدا کند. به نظرم، یکی از شغل‌هایی که در آینده خیلی گسترش پیدا می‌کند و می‌توان از آن درآمدزایی کرد، همین چاپ دیجیتال است. صنعت چاپ یک کار تقریباً خدماتی است و برخلاف برخی از مشاغل دیگر در آینده از بین نمی‌رود و حتی گسترش

یکی از دلایل اصلی پیشرفت در صنعت بسته‌بندی ورود ماشین‌آلات حرفه‌ای است ولی مشخص نیست، کسانی که از بسته‌بندی حمایت می‌کنند، چرا حمایت لازم را از صنعت چاپ ندارند



بسیاری معتقدند که در صنعت بسته‌بندی، خیلی جلوتر از صنعت چاپ هستیم. آیا پیشرفت در صنعت بسته‌بندی را می‌توان به دلیل ورود ماشین‌آلات حرفه‌ای دانست؟

بله درست است؛ کارهایی که در زمینه بسته‌بندی انجام می‌شود، با کارهایی که در سایر کشورها صورت می‌گیرد، برابری می‌کند. دقیقا یکی از دلایل اصلی پیشرفت در صنعت بسته‌بندی، ورود ماشین‌آلات حرفه‌ای است، ولی مشخص نیست، کسانی که از بسته‌بندی حمایت می‌کنند، چرا حمایت لازم را از صنعت چاپ ندارند. در نمایشگاه‌ها، شاهد نمایش و عرضه برخی از ماشین‌آلات بسته‌بندی به‌روز و مدرنی هستیم که مشابه آن‌ها فقط در کشورهای پیشرفته وجود دارد. در مجموع معتقدم که اگر به صنعت چاپ و بسته‌بندی رسیدگی خوبی شود، مدل کشورمان را تغییر می‌دهد و می‌تواند درآمذایی فوق‌العاده را به دنبال داشته باشد.

نظر برخی هم بر این است که گمرک کشور، در رابطه با واردات ماشین‌آلات، سنگ‌اندازی و مانع‌تراشی می‌کند. در این خصوص چه نظری دارید؟

نه تنها در زمینه ماشین‌آلات، بلکه گمرک حتی در زمینه مواد اولیه چاپ هم این‌گونه عمل می‌کند و حتی اجازه ورود یک کاغذ ساده را هم نمی‌دهد که این عملکرد موجب شده، قیمت کاغذ بسیار بالا برود. به عنوان مثال، حتی به بنری که وارد می‌کردیم، دیگر اجازه ورود نمی‌دهند و بنر ایرانی با استفاده از مواد نفتی تولید کرده‌اند که هم از نظر بویی که در فرآیند تولید از خود ساطع می‌کند و هم از لحاظ آسیبی که به طبیعت وارد می‌کند، به شدت آسیب‌زا است. این عملکرد گمرک در عدم ترخیص کالاها و ماشین‌آلات چاپ، به نوبه خود مانع از به‌روز شدن این صنعت می‌شود.

سی‌امین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته چندی پیش برگزار شد. دیدگاه شما در رابطه با برگزاری این نمایشگاه و نتایج حاصل از آن چیست؟

برگزاری نمایشگاه واقعا تاثیر گذار است و اگر آن زمان که بنده آغاز به کار کردم، نمایشگاهی وجود نداشت، نمی‌توانستم رشد کنم. در آن مقطع که شبکه‌های اجتماعی وجود نداشت، نمایشگاه تنها جایی بود که امکان ارتباط گرفتن وجود داشت. در حال حاضر نیز که همه، امکان سفر به سایر کشورها و آشنایی با سیستم‌های چاپی مدرن و به‌روز را ندارند، یکی از راه‌هایی که می‌توانیم با بیرون از ایران ارتباط بگیریم، همین برگزاری نمایشگاه است. البته بنده فکر می‌کنم که این نمایشگاه باید دو بار در سال برگزار شود، ولی نه دو بار پشت سر هم. درست است که یکی نمایشگاه تبلیغات و برندسازی و دیگری چاپ و بسته‌بندی است، اما همان‌طور که می‌دانید، بسیاری از افراد در هر دو نمایشگاه شرکت می‌کنند؛ بنابراین پیشنهادم این است که یک نمایشگاه در اول سال و دیگری در ۶ ماهه دوم سال برگزار شود تا زودتر در جریان تغییرات روز دنیا قرار بگیریم. همچنین اگر اتحادیه شرایط را به گونه‌ای فراهم کند که فعالان صنعت چاپ با هزینه خودشان و در قالب تور مسافرتی، امکان بازدید از نمایشگاه‌های خارجی را داشته باشند، باعث می‌شود که صنعت چاپ در کشورمان، سریع‌تر به‌روز شود. ■

هم پیدا می‌کند. به نظر می‌رسد که صنعت چاپ را می‌توان جزو کارهای تولیدی هم محسوب کرد و هر چه رو به جلو می‌رویم، کارهای تولیدی و خدماتی، گسترش بیشتری پیدا می‌کنند و می‌توان در آن‌ها پیشرفت افزون‌تری داشت.

آیا ماشین‌آلات چاپ دیجیتال به سمت به‌روز شدن رفته‌اند و به‌طور کلی وضعیت این دستگاه‌ها به چه صورت است؟

در ایران به دلیل اینکه به‌درستی واردات انجام نمی‌شود، به‌روز شدن ماشین‌آلات چاپ دیجیتال هم رخ نداده است. به عنوان مثال، در اهواز اصلا از دستگاه‌های به‌روزی استفاده نمی‌شود و از ماشین‌آلاتی که از گذشته دارند، بهره می‌برند. در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران هم کماکان بسیاری از دستگاه‌هایی که بنده چند سال پیش در کشور چین دیدم، هنوز به چشم نمی‌خورد. این در حالی است که اگر این



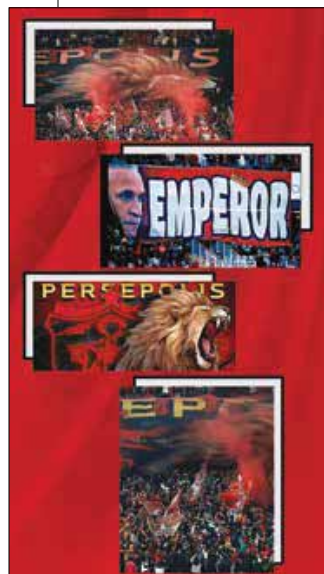
دستگاه‌های مدرن وارد شوند، هم می‌تواند مشاغل بسیاری را در کشور ایجاد کند و هم موجب تولید ثروت خواهد شد؛ بنابراین همان‌طور که اشاره کردم، جای رشد بسیاری برای چاپ دیجیتال به ویژه از جهت استفاده از ماشین‌آلات مدرن و به‌روز وجود دارد.

مهمترین مشکلات و چالش‌های چاپ دیجیتال شامل چه مواردی می‌شود؟

مهمترین مشکلی که چاپ دیجیتال دارد، این است که از طرف اتحادیه و اتاق اصناف مورد حمایت قرار نمی‌گیرد، این در حالی است که بعضا افرادی در این حوزه فعالیت می‌کنند که مجوز ندارند و زیر نظر اتحادیه‌ها نیستند و اگر اتحادیه‌های مرتبط، به فعالان این عرصه نظم دهند و افرادی که در این کار زحمت می‌کشند را طبقه‌بندی کنند، می‌تواند موجب رشد بیشتری در این صنعت شود. نکته این است که اگر ما رشد کرده‌ایم، بدون حمایت و کمک دولت و اتحادیه بوده و فقط با تلاش خود ما این موضوع شکل گرفته است.

به نظر شما دلیل اینکه دولت به صنعت چاپ نگاه حمایتی ندارد، چیست؟

فکر می‌کنم که اگر افراد پیگیر در اتحادیه باشند، حمایت دولت هم محقق می‌شود و شاید تاکنون کسی نبوده که واقعا دلش برای این صنعت بسوزد که بخواهد از آن حمایت کند یا مشکلات آن را پیگیری کند و هر کسی هم که وارد این صنعت شده، صرفا به فکر خودش بوده است. به اعتقاد بنده، باید چند فرد دلسوز در اتاق اصناف و اتحادیه‌ها باشند که دلشان برای صنعت چاپ بسوزد و مطالبات این صنعت را از دولت پیگیری کنند.



SEYLANEH
SABZ

گفت و گوی اختصاصی با مهندس علی جناب

در این بخش می خوانیم:

- تلفیق علم و صنعت مهمترین رکن پیشرفت است
- سیاست زدگی و عدم ثبات اقتصادی مهمترین چالش تولیدکنندگان

طراح بسته‌بندی هلدینگ سیلانه سبز

تلفیق علم و صنعت مهمترین رکن پیشرفت است

مهدیه شهسواری

مهندس علی جناب، دانش‌آموخته رشته گرافیک از استرالیا است و پس از اتمام تحصیلات به ایران بازگشت و در صنعت بسته‌بندی مشغول به کار شد و در حال حاضر نیز طراح بسته‌بندی و کارشناس چاپ در هلدینگ سیلانه سبز است. وی در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» بر این نکته اظهار داشت که تبلیغات، مارکتینگ و خلاقیت در ارائه محصولات، مهمترین وجه تمایز این هلدینگ نسبت به سایر رقبا است. در این مصاحبه در مورد اهمیت ادغام صنعت چاپ و طراحی و مهمترین چالش‌های طراحان به بحث و بررسی پرداختیم که مشروح آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

کشورهای مختلف و سرمایه‌گذاری در حوزه مارکتینگ از دیگر محاسن این مجموعه بود که باعث می‌شد، از رقیبان خود بسیار جلوتر باشد. البته در حال حاضر دیگر نمی‌توان گفت که این موارد باعث تمایز است، زیرا دیگر همکاران هم متوجه اهمیت مساله طراحی شده‌اند. امروز دیگر نمی‌توان صرفاً با طراحی گرافیکی زیبا و خلاقانه ادعای برتری داشت و مسائلی مانند مارکتینگ، تبلیغات و استراتژی شرکت باعث تمایز نسبت به رقیبان می‌شود.

در حال حاضر این هلدینگ چه برنامه‌ای در مورد بسته‌بندی و طراحی دارد؟

مساله اساسی در هلدینگ سیلانه سبز که مدیر عامل مجموعه بر آن تاکید دارد، خلاقیت و خاص بودن است که طی این سال‌ها استراتژی خود را دنبال کرده است. در قسمت ایونت مجموعه با تاکید بر خلاقیت دو برنامه را دنبال می‌کنیم؛ نخست، هدایایی که محصول را در قالب یک بسته‌بندی خلاقانه پوزنت می‌کند و دیگری، برگزاری ایونت‌های مختلف است. برای مثال، در هم‌اکنون برند کامان با تلفیقی از کریسمس و شب یلدا ایونتی برگزار کرده که به اعتقاد بنده هر برندی جرات برگزاری ایونت‌های این‌چنینی و در مقیاس بزرگ را ندارد. در این‌جا باید از تلاش‌های بی‌دریغ خانم آزاده محمودی، مدیر هنری این هلدینگ کمال تشکر را داشته باشیم.

وضعیت کشورمان در زمینه طراحی و بسته‌بندی چگونه است و آیا امکان رقابت با دیگر کشورها را داریم؟

در بخش طراحی و دیزاین در جایگاه خوبی قرار داریم و به راحتی می‌توانیم با سایر کشورها رقابت کنیم. در تولید در بخش‌های خاصی از جمله ظروف پت تا حدی پیشرفت کرده‌ایم، ولی به علت عدم سرمایه‌گذاری و در دسترس نبودن مواد اولیه هنوز جای پیشرفت وجود دارد. در بخش لیبل مثلاً در حوزه آرایشی-بهداشتی همگام با دنیا پیش می‌رویم. در بخش تیوپ هم تا حدی خوب عمل کرده‌ایم و در برند آرایشی-بهداشتی دافی این مساله به خوبی اجرا شده است. این برند



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

ورود به حوزه چاپ به خصوص در آن سال‌ها که ظهیر الاسلام تنها منطقه کاری بود، سخت و فضا به نحوی بود که دانشجویان و بسیاری از دوستان و همسالان بنده جرات ورود به آن را نداشتند، اما از آنجایی که صنعت چاپ در آن زمان بسیار پولساز بود و نسبت به بقیه صنایع برگشت سرمایه و سوددهی در کوتاه‌ترین زمان اتفاق می‌افتاد، ترغیب به ایستادگی و فعالیت در این حرفه شدم و سختی‌اش را به جان خریدم. در حال حاضر در هلدینگ سیلانه سبز که شامل ۱۲ برند از جمله برندهای کدکس، کامان، دافی، پیکسل، آمبرلا و... است، به عنوان طراح بسته‌بندی فعالیت دارم.

تمایز طراحی و بسته‌بندی هلدینگ سیلانه سبز نسبت به رقیبان چیست؟

حدود ۱۰ سال پیش که وارد این مجموعه شدم، طراحی بسته‌بندی آن بسیار پیشرفته بود و برگ برنده این هلدینگ هم، فهم نقص و کاستی این حوزه بود. البته کیفیت خوب محصولات، داشتن سرتیفیکیت از



۷۰

آذر ۱۴۰۳ • شماره ۸۵
ماهنامه دنیای سرمایه‌گذاری

برای اولین بار در کرم عطری، تیوپی را استفاده کرد که در حال حاضر در اروپا استفاده می‌شود. در بخش جعبه هم، تکنولوژی در دنیا وجود ندارد که در ایران وارد نشده باشد. در نهایت اگر کمی مرزها باز شود و مسائل مالی و انتقال ارز به راحتی اتفاق بیافتد، می‌توان با کشورهای دیگر تعامل داشت و تجارت کرد. در حوزه تیوپ و قالب‌های تزریقی به علت عدم سرمایه‌گذاری بسیار عقب هستیم، اما مثلاً در تولید کارتن وضع خوبی داریم.

چشم انداز این صنعت را چطور می بینید؟

سرمایه گذاران
چاپخانه هیچ گاه
به دنبال تحصیلات
آکادمیک نرفته‌اند
و تعداد بسیار کمی
در این حوزه دانش
و سواد دارند که
دائماً با هم درگیرند
و در نتیجه آموزش
درستی اتفاق
نمی‌افتد

مدیرعامل شرکت پرتو کیهان طوس عنوان کرد

سیاست زدگی و عدم ثبات اقتصادی مهمترین چالش تولیدکنندگان

مینا افتخاری

صنعت چاپ یکی از مهمترین و اساسی ترین صنایع در ایران و جهان است که نقش مهمی در انتقال اطلاعات و ارتباطات دارد. این صنعت شامل چاپ کتب، مجلات، تبلیغات، بسته بندی و مواردی از این دست می شود. صنعت چاپ در ایران در دهه های اخیر تحولات زیادی را تجربه کرده و با چالش های زیادی هم مواجه بوده است. در همین خصوص با جواد مخملباف، مدیرعامل شرکت پرتو کیهان طوس گفت وگویی انجام دادیم تا ضمن آشنایی با فعالیت های این شرکت، از مشکلات و موانع موجود در این حوزه در خراسان و دیگر نقاط ایران مطلع شویم. ماحصل این مصاحبه را می خوانیم.

همچنین برای طرح توسعه آینده، در حال آماده سازی ساختمان جدید با زیربنای حدود ۵ هزار متر در شهرک تخصصی چاپ و بسته بندی مشهد هستیم و امیدواریم که در طرح توسعه خود، ماشین آلات جدیدتری را با سرعت بیشتر و تکنولوژی به روزتر خریداری کنیم تا تولیدات بیشتر و با کیفیت بهتری ارائه دهیم.

صنعت چاپ در خراسان رضوی با چه چالش هایی مواجه است و اتحادیه صنعت چاپ این استان برای رفع مشکلات چه برنامه هایی در نظر گرفته است؟

در مدت هشت سالی که به عنوان عضو هیات مدیره اتحادیه صنعت چاپ خراسان در حال فعالیت هستیم، در رفع مشکلات همکاران با سازمان ها و ادارات دولتی و در بخشنامه هایی که گاهی چالش فعالیت واحدهای تحت پوشش بوده، به همراه هیات مدیره در صدد تسهیل این مسائل بوده ایم. از جمله فعالیت های مفیدی که طی هشت سال گذشته صورت گرفت، می توان به ایجاد شهرک تخصصی چاپ در شهر مشهد اشاره کرد که برای اولین بار در کشور در سال ۱۳۹۲ در مشهد به نتیجه رسید. با گذشت حدود ۱۰ سال از تخصیص زمین، ۷۰ درصد از این شهرک به مرحله بهره برداری رسیده است. اقدام دیگری که در اتحادیه خراسان طی سال های اخیر صورت گرفت، تنظیم نرخ نامه با تبیین هزینه های واحدهای چاپی بود. نرخ نامه قبلی تناسبی با فعالیت واحدهای چاپ و بسته بندی نداشت؛ در نتیجه همکاران و مشتریان در تعیین اجرت سفارشات دچار سرگردانی می شدند. به همین جهت در سال ۱۳۹۴ نرخ نامه ای با توجه به هزینه های واحد چاپی تهیه کردیم که مورد توجه همکاران و مشتریان قرار گرفت. در سال گذشته این نرخ نامه تلخیص داده شد تا به راحتی در چاپخانه ها قابل استفاده باشد و قیمت ها به صورت واضح در معرض دید مشتریان قرار گیرد. شایان ذکر است که این نوع نرخ گذاری مورد توجه اتحادیه های تهران و سراسر کشور قرار گرفت. همچنین امسال با تایید تمامی اتحادیه ها در سراسر کشور، اجرت



شرکت پرتو کیهان طوس

در باره چگونگی ورود خود به این صنعت و نحوه تاسیس شرکت پرتو کیهان طوس توضیحاتی ارائه فرمایید.

از سال ۱۳۶۰ و اوایل نوجوانی به مدت ۶ سال در شهر مشهد و در چاپخانه های زوار، پارس، سعدی و سپاه پاسداران مشغول به کار بودم و در این مدت تمام کارهای مربوط به چاپ افسست ورقی را به خوبی آموختم. از سال ۱۳۶۵ تا ۱۳۷۵ چاپخانه ای با دو نفر از همکارانم به صورت مشارکتی راه اندازی کردیم و از سال ۱۳۷۵ چاپخانه فعلی را با نام چاپ کیهان و با عنوان شرکت پرتو کیهان طوس به ثبت رساندم. از ابتدا رویکردمان تامین بسته بندی واحدهای تولیدی بود و در حوزه تولید جعبه های مقوایی با ۵ نفر پرسنل فعالیت داشتیم. با توجه به نیاز بازار، فعالیت مان روز به روز بیشتر شد و در سال های گذشته توانستیم ماشین آلات موجود را نوسازی کنیم. در حال حاضر صرفا تصد کلیه محصولات که سفارش می گیریم، در کارگاه خودمان تولید می شود و هیچ بخشی از فرآیند تولید برون سپاری نمی شود. حدود ۲۸ سال است که مدیریت این مجموعه را به عهده دارم و با بهره گیری از ماشین آلات چاپ ورقی افسست، به همراه ۵۰ نفر پرسنل مشغول به فعالیت هستیم.



با توجه به نبود ثبات
اقتصادی ناشی از
تحریم‌ها و عدم
ثبات مالی کشور،
در اکثر بخش‌های
اجتماعی، اقتصادی
و صنعتی مشکلاتی
رایج است که
صنعت چاپ از این
مساله مستثنی
نیست

اقدام به سرمایه‌گذاری و خرید ماشین‌آلات دست دوم و قدیمی کند. امیدوارم با همراهی متولیان صنعتی و دولتی و همچنین بانک‌ها زمینه‌ای ایجاد شود تا همکاران ما از تکنولوژی روز و با سرعت و کیفیت بالا استفاده کنند که از جهت کمی و کیفی روی محصولات تاثیر گذار خواهد بود.

چه نظری نسبت به آیین‌نامه‌های موجود در صنعت چاپ دارید؟

متأسفانه دولت، واحدهای چاپ و بسته‌بندی را از واحدهای صنعتی جدا دانسته و زیر مجموعه وزارت ارشاد قرار داده، در صورتی که مجموعه‌های چاپ و بسته‌بندی هم واحدهای صنعتی هستند و باید زیر مجموعه وزارت صمت قرار گیرند. وزارت ارشاد می‌تواند نظارت بر محتوا داشته باشد، نه متولی کل صنعت چاپ. مگر واحدهای تولید محصولات غذایی و دارویی زیر نظر وزارت بهداشت هستند؟ محدودیت‌های غیر ضروری از طرف وزارت ارشاد باعث سردرگمی صنعت چاپ است و دستاوردی نخواهد داشت.

ورود تولیدات و کالاهای چاپی به خصوص از کشور چین چه اثراتی بر این صنعت گذاشته است؟

امروزه با تلاش و سرمایه‌گذاری همکاران مان در سراسر کشور، تمام امکانات و شرایط از جمله نیروی کار متخصص، ماشین‌آلات و مواد اولیه که برای تولید محصولات چاپ و بسته‌بندی مورد نیاز است، در کشور وجود دارد و ضرورتی برای واردات محصولات چاپی نیست. در کشور چین با توجه به وجود شرایط مطلوب توسط مسئولان و صاحبان صنعت و حمایت‌های دولت، صادرات به آسانی انجام می‌شود و کالاهای تولیدی با حداقل قیمت را به کشورهای دیگر صادر می‌کنند. قانون‌گذاران باید هوشمندانه شرایطی فراهم کنند که محصولاتی که در کشور تولید می‌شود، تعرفه‌های بالایی داشته باشند تا تهدیدی برای فعالیت صاحبان صنایع در زمینه چاپ و بسته‌بندی نباشد. ■

چاپ و خدمات جانبی به صورت سراسری تنظیم و مورد استفاده قرار گرفت. از دیگر اقدامات مهم اتحادیه، ایجاد کمیسیون‌های تخصصی بود که شامل کمیسیون حل اختلاف، کمیسیون رسیدگی به شکایات، کمیسیون آموزش و کمیسیون فنی می‌باشد. در زمینه آموزش در تعامل با هنرستان چاپ مشهد، زمینه بورسیه هنر جوانان از طریق چاپخانه‌های مشهد ایجاد شد که از این طریق این افراد در دوران تحصیل و پس از فارغ‌التحصیلی تحت پوشش مالی و کاری چاپخانه‌ها قرار خواهند گرفت. کمیسیون فنی، صلاحیت فنی صاحبان واحدها در رشته‌های مختلف را بررسی و اعلام نظر می‌کند و کمیسیون حل اختلاف نیز، مشکلات فنی مابین واحدها و مشتریان را حل و فصل می‌کند.

با توجه به شرایط اقتصاد و بازار، وضعیت فعالیت مجموعه‌های چاپ در خراسان رضوی چگونه است؟

با توجه به نبود ثبات اقتصادی ناشی از تحریم‌ها و عدم ثبات مالی کشور، در اکثر بخش‌های اجتماعی، اقتصادی و صنعتی مشکلاتی رایج است که صنعت چاپ از این مساله مستثنی نیست. برای مثال، با توجه به نوسان قیمت کاغذ و مقوا و عدم اطمینان از ثبات قیمت‌ها، تولیدکننده قادر به عقد قرارداد طولانی مدت با مشتریان داخلی و خارجی نیست. طبیعتاً مشتری هم تمایل به قرارداد بلندمدت دارد تا کالای مورد نیازش تامین شود، اما متأسفانه به قدری تحت تاثیر نوسانات قیمت هستیم که نمی‌توان چنین قراردادهایی با مشتریان منعقد کرد. شرایط فعالیت در بخش تولید بسته‌بندی مشتریان داخلی هم کم و بیش تحت تاثیر نوسانات قیمتی است، اما به هر حال مشتریان داخلی با مشکلات آشنا هستند، از وضع موجود آگاهی دارند و نوسانات قیمت برایشان کاملاً ملموس است؛ با این حال مشکلاتی مانند عدم اطمینان به ثبات قیمت و عدم امکان آینده‌نگری وجود دارد. از طرفی، اگر چاپخانه‌ای توان سرمایه‌گذاری برای انجام سفارشات و فروش به صورت اقساطی داشته باشد، جرات سرمایه‌گذاری در این زمینه را ندارد، چرا که بعد از برگشت سرمایه متوجه می‌شود که افزایش قیمت‌ها، بیش از سود عایدی در تولید محصول ارائه شده بوده است.

ماشین‌آلات قدیمی و فرسوده چه تاثیری بر روند تولیدات این صنعت داشته است؟

از آنجایی که ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی جزو دستگاه‌های گران قیمت هستند، خرید محصولات روز دنیا نیاز به سرمایه‌گذاری هنگفت دارد و این امر باعث شده که چاپخانه‌ها در بهترین شرایط ماشین‌آلاتی را خریداری کنند که بیش از ۱۰ سال از عمرشان می‌گذرد. البته محدود چاپخانه‌هایی که سرمایه‌گذاری دولتی دارند یا وابسته به شرکت‌های خاصی هستند، ماشین‌آلات نواز کارخانه‌های اروپایی خریداری می‌کنند. عدم همراهی دولت در تامین منابع مورد نیاز برای سرمایه‌گذاری و عدم تخصیص تسهیلات مورد نیاز برای سرمایه‌گذاری با اقساط بلندمدت باعث شده، سرمایه‌گذار در بخش چاپ و بسته‌بندی،

گروه پرتو کیهان



اسکانت بخش چاپ:

دستگاه چاپ افست ۴ رنگ ۷۷ x ۱۰۴ CM
دستگاه چاپ افست ۲ رنگ دورو چاپ ۷۷ x ۵۴ CM
دستگاه چاپ افست یک رنگ ۷۷ x ۵۴ CM
دستگاه چاپ افست یک رنگ ۷۴ x ۱۰۴ CM
دستگاه چاپ افست ۴ رنگ ۷۷ x ۵۴ CM

قدرت به اجزای:

چاپ رنگی تک‌رنگی و ترکیبی با تراکم LPI 200 STAIN, FM, AM
چاپ متال اف ایکس (با استفاده از مرکب‌های خاص)
چاپ بر روی سطوح PVC
چاپ متالایز موضعی و یا تمام سطوح
انجام تکنیک‌های متنوع در کار جهت ایجاد افکت‌های مختلف در محصول چاپی

بخش گرافیک: آتلیه عکاسی صنعتی و تبلیغاتی، آتلیه طراحی، مهندسی بسته‌بندی، بخش IT، اینتوگرافی

تجهیزات بسته‌بندی:

دستگاه دایکات (ساخت جعبه)، دستگاه پرش کاغذ و مقوا، دستگاه جعبه چسبانی (لاک باتم) عرض ۹۰ CM
دستگاه جعبه چسبانی (بغل چسب) عرض ۸۰ CM
تجهیزات لمینت سلفون

تجهیزات صحافی:

دستگاه پانچ و قتر دیول، دستگاه دوخت مفتولی، دستگاه دوخت لوب



شرکت پرتو کیهان طوس

گرافیک، چاپ و بسته‌بندی

آدرس: مشهد، شهرک صنعتی توس، فاز ۲، بلوار اندیشه، اندیشه ۴، طبقه ۱۰، شرکت پرتو کیهان توس | تلفن: (خط) ۰۵۱-۳۵۴۱۴۰۰۴ | شماره: ۰۵۱-۳۵۴۱۰۳۳۲ | Email: print.keyhangroup@gmail.com

۰۹۳۹ ۳۳۰ ۵۸۴۵

print.keyhann



کارهای جامع
بسته‌بندی
ی
بهداشتی
غذایی

گفت‌وگوی اختصاصی با رامتین اصغرپور

در این بخش می‌خوانیم:

- چاپ و بسته‌بندی بیانگر هویت کالا است
- مالیات باید عادلانه از فروشندگان کاغذ اخذ شود
- فضای مجازی بازار آگهی‌ها را از صنعت چاپ ربود

رئیس اتحادیه فروشندگان کاغذ و مقوای تهران

مالیات باید عادلانه از فروشندگان کاغذ اخذ شود

عارف فغانی

موضوع مالیات به چالش بزرگی برای فروشندگان کاغذ و مقوا تبدیل شده است. هر چند که یک مرتبه تعدیل مالیاتی برای این صنف اعمال شده، اما برای آن‌ها اقناع‌کننده نبوده و از همین رو معتقدند که باید تعدیل مالیاتی بیشتری اعمال شود. در عین حال، سخت‌گیری‌های بانک مرکزی و بعضاً قوانین من‌درآوردی، به معضل بزرگی برای فعالان این عرصه تبدیل شده است. در همین رابطه گفت‌وگویی را با حمید نیک‌دل، رئیس اتحادیه فروشندگان کاغذ و مقوای تهران انجام داده‌ایم. وی که در انتخابات آبان‌ماه ۱۴۰۱ این اتحادیه برگزیده شده، حدود یک سال است که سکان هدایت این تشکل را بر عهده دارد. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

برای تعدیل مالیاتی چه اقداماتی انجام می‌شود؟

موضوع مالیات تبدیل به یک چالش بزرگ برای فروشندگان کاغذ و مقوا شده است. واقعیت این است که این صنف نمی‌خواهد از پرداخت مالیات امتناع کند، اما متأسفانه برخی از اقدامات بخش دولتی موجب فرار مالیاتی می‌شود. حتی کار به جایی کشیده که چون سود کار کم است و میزان مالیات هم متناسبی با سود ندارد، برخی از همکاران ما از این شغل خارج شده‌اند. به عنوان مثال، یک بسته کاغذ A4 بالغ بر ۱۳۸ هزار تومان برای ما تمام می‌شود، در حالی که در مواقعی حتی ۱۴۰ هزار تومان هم نمی‌توانیم به فروش برسانیم؛ یعنی با ۲ هزار تومان سود هم امکان فروش نداریم. با توجه به این مسایل، باید مکاتباتی با اتاق اصناف داشته باشیم و از طریق این اتاق، پیگیری‌های لازم را برای برگزاری جلساتی با دارایی انجام دهیم. امیدواریم که در بهمن‌ماه بتوانیم اقداماتی را انجام دهیم. در واقع بنا داریم که سود عمده‌فروشی را به یک و نیم درصد و خرده‌فروشی را هم به ۳ درصد برسانیم و مالیات آن را پرداخت کنیم.

به منظور سهولت فعالیت فروشندگان کاغذ، چه انتظاری از دولت دارید؟

کاغذ، یک کالای فرهنگی است و تمام مشاغل به نوعی به آن وابستگی دارند. در واقع تمام افراد جامعه به شکلی با کاغذ ارتباط دارند و جزو سرانه مصرف خانوارها به شمار می‌رود. این در حالی است که این اعداد، مالیات کاغذفروش‌ها نیست؛ بنابراین دولت باید در مواردی از گرفتن مالیات چشم‌پوشی کند یا مالیات بر ارزش افزوده را کاهش دهد و در مجموع فشار مضاعفی به اعضای صنف و فروشندگان کاغذ و مقوا وارد نکند. انتظار ما این است که از فروشندگان کاغذ، مالیات عادلانه اخذ شود.

وضعیت تولیدکنندگان کاغذ و مقوا در زمینه تامین کتاب‌های درسی را چطور ارزیابی می‌کنید؟

طبق آماری که کاغذپارس و کاغذمازندران ارائه داده‌اند، ۸۰ هزار تن



از زمان قبول مسئولیت به عنوان رئیس اتحادیه فروشندگان کاغذ و مقوای تهران، چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

نخستین اقدامی که به عنوان رئیس این اتحادیه انجام دادم، ساماندهی اعضای اتحادیه بوده است. در دومین اقدام هم گام‌هایی در مورد تعدیل مالیات برداشتیم که البته ما را اقناع نکرد. در توضیح باید بگوییم که استدلال وزارت امور اقتصادی و دارایی و سازمان امور مالیاتی این است که فروشندگان کاغذ به عنوان عمده‌فروش، ۵ درصد سود و به عنوان خرده‌فروش نزدیک به ۱۰ درصد سود می‌کنند؛ در صورتی که این طور نیست، بلکه ما در عمده‌فروشی نیم تا یک درصد و در خرده‌فروشی نهایتاً ۳ درصد سود داریم. سال گذشته با تلاش‌ها و نامه‌نگاری‌های متعدد، یک تعدیل مالیاتی انجام دادیم و مقرر شد که سود عمده‌فروشی از ۵ درصد به ۳/۵ درصد و سود خرده‌فروشی از ۱۰ درصد به ۸/۵ درصد برسد که البته ما را اقناع نکرد، بر همین اساس باید اقدامات جدید را انجام دهیم.

کاغذ تحریر جهت کتاب‌های درسی تولید کرده‌اند. قابل ذکر است که ما تقریباً در تامین کتاب‌های درسی و دفاتر دانش‌آموزان به خودکفایی رسیده‌ایم.

در مورد کتاب‌های درسی این انتقاد وارد است که کاغذ استفاده شده، با کیفیت نیست. شما این انتقاد را وارد می‌دانید؟

این انتقاد را چندان به‌جای نمی‌دانم. کاغذ تحریر برای کتاب درسی و دفتر دانش‌آموزان واقعا خوب است، زیرا رنگ آن تقریباً کدر است، براقی کمی دارد و چشم را نمی‌زند. کتاب‌های درسی و دفتر حدود یک سال مورد استفاده قرار می‌گیرد و کیفیت این نوع کاغذ برای آن، بسیار عالی است. **با توجه به موارد اشاره شده، این گونه برداشت می‌شود که در حال حاضر در بازار، کمبود کاغذ نداریم؟**

درست است با کمبود کاغذ مواجه نیستیم، ولی مشکلاتی برای واردکنندگان کاغذ به وجود آمده که ثبت سفارش‌ها را بسیار سخت کرده است، به‌طوری که واردکنندگان کاغذ پول می‌گذارند و بعد از سه چهار ماه موفق به دریافت ارز می‌شوند.

سیاست‌های بانک مرکزی به وضعیت تخصیص ارز برای کاغذ را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

متأسفانه بانک مرکزی سیاست‌های بسیار سخت‌گیرانه‌ای در این رابطه دارد. مسئولان این بانک در صحبت‌های خود عنوان می‌کنند که ارز را تخصیص می‌دهند، اما به ۱۰۰ تاجر واردکننده کاغذ گفته شده که زمان تحویل ارز به آن‌ها سه چهار ماه طول می‌کشد که بسیار طولانی است. در واقع به نظر می‌رسد، با اجرای یک قانون من درآوردی از حدود دو ماه پیش، به نوعی سهمیه‌بندی کرده‌اند. برخی از تاجران ۳۰ سال سابقه فعالیت دارند و با محدودیت واردات، دست آن‌ها برای انجام کار بسته می‌شود. به عنوان مثال، اگر ۳ هزار تن محصول در سال ۱۴۰۱ وارد کرده، امسال باید ۲ هزار تن وارد کند. متأسفانه این قانون من درآوردی باعث می‌شود، افرادی که هیچ تخصیصی در زمینه واردات ندارند، وارد این بازار شوند و تعادل آن را برهم بزنند.

نیاز کشورمان به کاغذ چقدر است و چه میزان وارد می‌شود؟

بیش از یک میلیون و ۳۰۰ هزار تن کاغذ در کشور مصرف می‌شود و ۸۰ درصد محصولات سلولزی، وارداتی است. البته ما این موضوع را قبول داریم که باید تولید داخلی کاغذ انجام شود، ولی از آنجا که کشور ما در مرز جغرافیایی خشک‌سالی قرار دارد، با مشکل آب و کمبود جنگل مواجه هستیم، بر همین اساس صلاح بر این است که همان‌روال واردات انجام شود. البته اگر درختکاری انجام شود و سرمایه‌گذاری روی آن صورت گیرد، می‌توانیم در تولید کاغذ پیشرفت‌های بیشتری داشته باشیم، ولی در شرایط فعلی به هیچ عنوان نمی‌توانیم در این عرصه، با چین و اندونزی رقابت کنیم. در همین حال هفت کارخانه در کشورمان داریم که می‌توانند در زمینه تولید ورق، کارتن و کرافت حرفی برای

گفتن داشته باشند. در خصوص کرافت پیشرفت‌های خوبی داشته‌ایم و به کشورهای همسایه هم می‌توانیم صادرات داشته باشیم؛ البته در صورتی که دولت، حمایت لازم را انجام دهد.

سیاست و برنامه‌ریزی نهادهای وزارتخانه‌های مرتبط با صنعت کاغذ و مقو را به چه شکل می‌بینید؟

وزارت ارشاد و شخص وزیر، تلاش بسیاری می‌کنند که برای تولید کاغذ، جذب سرمایه اتفاق بیافتد. در همین رابطه پیشنهادهایی شده که در جنوب کشور و سمت دریا، درختکاری برای گونه‌های خاصی از درخت‌ها انجام شود که در آینده برای تولید کاغذ مورد استفاده قرار گیرد؛ بنابراین در صورت تداوم این حمایت‌ها و توجهات، می‌توان چشم‌انداز خوبی را برای صنعت کاغذ متصور بود.

میزان استفاده چاپخانه‌داران از کاغذهای تولید داخل را قابل قبول می‌دانید؟

وضعیت تولیدات داخلی در زمینه کرافت، کارتن و ورق خوب است و در این رابطه پیشرفت‌های خوبی داریم، اما کاغذهای ایندربرد و کاغذهای گلاسه‌ای تولید داخل، مورد استقبال چاپخانه‌داران قرار نمی‌گیرد. به عنوان مثال، چاپخانه‌ای در ماه یک‌هزار تن مصرف کاغذ دارد که سالانه ۱۲ هزار تن می‌شود، اما شاید در یک ماه، ۵۰ تن کاغذ داخلی مصرف نکند؛ به این دلیل که کاغذ داخلی پرز دارد، استاندارد خوبی ندارد و دستگاه‌های چاپخانه‌ها بسیار گران است، از همین رو کمتر از کاغذ داخلی استقبال می‌کنند و بیشتر به دنبال کاغذهای چینی، اندونزی و کره‌ای هستند. در این میان، شرکت‌های دانش‌بنیان نیز هنوز آن‌طور که باید و شاید به صنعت کاغذ ورود نکرده‌اند و نتوانسته‌اند کیفیت را به جایی برسانند که چاپخانه‌ها از کاغذ تولید داخل استقبال کنند.

آیا قیمت کاغذهای تولید داخل مناسب است؟

ما وضعیت خوبی از نظر قیمت کاغذ داریم، به‌طوری که اوایل سال یک‌بند کاغذ تحریر یک میلیون و ۶۰۰ هزار تومان قیمت داشت، اما هم‌اکنون قیمت آن، یک میلیون و ۲۵۰ هزار تومان است. این در حالی است که در مورد تمام کالاها تورم داشته‌ایم، ولی در شرایط کنونی کاغذ قیمت بسیار خوبی دارد، زیرا واردات انجام شده و تجار توانسته‌اند بازار را تامین و تنظیم کنند.

با توجه به وضعیت فعلی، چه چشم‌اندازی برای صنعت کاغذ متصور هستید؟

چشم‌انداز صنعت کاغذ می‌تواند بسیار خوب و روشن باشد؛ مشروط بر آنکه حمایت‌های لازم از این صنعت انجام شود. چنانچه امکانات و تسهیلات در اختیار تولیدکنندگان قرار گیرد، آن‌ها بتوانند دستگاه‌های خود را به‌روز کنند و دستگاه‌های مدرنی در اختیار داشته باشند، می‌توانند با استفاده از خمیر کاغذ وارداتی با چین و اندونزی هم‌رقابت کنند؛ در غیر این صورت با شرایط فعلی، تولید کاغذهای گلاسه، فانتزی و ایندربرد به هیچ عنوان مقرون به صرفه نخواهد بود. ■

مشکلاتی برای واردکنندگان کاغذ به وجود آمده که ثبت سفارش‌ها را بسیار سخت کرده است، به‌طوری که واردکنندگان کاغذ پول می‌گذارند و بعد از سه چهار ماه موفق به دریافت ارز می‌شوند

موسس و صاحب امتیاز چاپ رامتین

فضای مجازی بازار آگهی‌ها را از صنعت چاپ ربود

جواد همت‌خواه

رکود اقتصادی حاکم بر کشور و تورم، تاثیر خود را بر صنعت چاپ و فعالیت چاپخانه‌داران هم گذاشته است. معمولاً ۶ ماهه دوم سال برای چاپخانه‌ها، فصل پویایی و حجم کار بالاست، اما آن‌طور که رامتین اصغرپور؛ موسس، سرمایه‌گذار و صاحب امتیاز چاپ رامتین می‌گوید: در ۶ ماه دوم امسال، شرایط به‌گونه دیگری رقم خورده و رکودی که در تمام بخش‌های تولیدی وجود دارد، گریبان‌گیر صنعت چاپ هم شده است؛ به‌طوری که با وجود گذشت ۳ ماه از نیمه دوم سال، رونق چندانی در چاپخانه‌ها وجود ندارد. به گفته وی، افزایش نرخ دلار در سال‌های اخیر، گران شدن پالپ و کاغذ در دنیا، ظهور و گسترش فضای مجازی، چندرسانه‌ای‌های جدید و... هر کدام به نوبه خود صنعت چاپ و اقتصاد چاپخانه‌ها را تحت تاثیر قرار داده است. گفت‌وگوی ما با این فعال صنعت چاپ را می‌خوانید.

چاپخانه، مربوط به محصولات بسته‌بندی است. در همین ارتباط سعی کرده‌ایم که در چاپخانه، ماشین‌آلات مربوط به بسته‌بندی را تجهیز و آماده‌سازی کنیم. به عنوان مثال، ماشین چاپ ما بعد از چاپ، این قابلیت را دارد که پوشش ورنی و واتر بیس روی کار قرار دهد که باعث می‌شود مرکب یا کاغذ، تماسی با مواد غذایی و محصولات آرایشی و بهداشتی پیدا نکند. برای اینکه محصولات آرایشی و بهداشتی و مواد غذایی، موفق به اخذ تاییدیه سیب سلامت شوند، نباید در تماس با کاغذ یا مرکب، بسته‌بندی شده باشند و به عبارتی باید بهداشتی باشند. این کار هم مستلزم آن است که حتماً روی محصول چاپی، یک ورنی و واتر بیس که پایه آب است و شیمیایی نیست، کشیده شود و در پایان، بسته‌بندی انجام شود. با توجه به اهمیت این موضوع، ماشین‌آلات مورد استفاده در چاپ رامتین و به خصوص ماشین چاپ، دارای ورنی و واتر بیس است تا بتوانیم در بسته‌بندی محصولات آرایشی و بهداشتی و مواد غذایی، به بهترین شکل فعالیت کنیم. اقدام دیگر ما تجهیز قسمت طراحی بوده و کار را به طراحی که نووغ و نوآوری دارند و بابت بسته‌بندی محصولات آرایشی و بهداشتی، راهکارهای جامع و جدیدی ارائه می‌دهند، سپرده‌ایم. از همین رو با شرکت‌های بزرگ و معروف آرایشی و بهداشتی و دارویی همکاری می‌کنیم که همواره سعی می‌کنند، محصولات تولیدی خود را با بسته‌بندی‌های نوآورانه وارد بازار کنند.

دلیل خاصی دارد که بر بسته‌بندی محصولات آرایشی و بهداشتی و مواد غذایی متمرکز هستید و آیا برنامه‌ای برای ورود به سایر صنایع و صنوف دارید؟

بسته‌بندی یا پکیجینگ در کل دنیا، بحث اول چاپ است. صنعت چاپ در ۳۰ تا ۴۰ سال گذشته جزو ۱۰ صنعت برتر دنیا بود، اما با ظهور فضای مجازی، مولتی‌مدیاهای جدید و کتاب‌های الکترونیک، این صنعت تا حدودی از قسمت نشر جدا شده و نشریات و کتاب‌ها در بحث چاپ



در خصوص چگونگی تاسیس چاپ رامتین و ورود خود به صنعت چاپ توضیح دهید.

چاپ رامتین از سال ۱۳۷۶ به صورت خانوادگی و با حضور پدرم، برادرم و بنده آغاز به کار کرد. در آن زمان نسبت به شرایط فعلی، تکنولوژی ضعیف‌تر و محدودتر بود و از سال ۱۳۸۹ چاپخانه را توسعه دادیم و از همان زمان، "باما پک" به عنوان برند تحت لیسانس چاپ رامتین شروع به فعالیت کرد. همزمان با توسعه چاپخانه، این موضوع را در یافتیم که در دنیا چاپ و بسته‌بندی رونق بیشتری دارد؛ بنابراین ما هم تلاش کردیم که خودمان را با بازار وفق دهیم و بسته‌بندی را در هدف کاری چاپخانه قرار دادیم و با این هدف پیش رفتیم و ماشین‌آلات خود را هم با همین رویکرد تجهیز کردیم.

مجموعه چاپ رامتین به طور مشخص بر انجام چه اقدامات و فعالیت‌هایی متمرکز است؟

در ۵ سال گذشته تمرکز کاری ما روی بسته‌بندی محصولات دارویی، آرایشی و بهداشتی و مواد غذایی بوده و تقریباً ۹۰ درصد تولیدات این

سهم کمتری دارند. به همین دلیل پکیجینگ یا بسته‌بندی در صنعت چاپ، رشد بسیاری کرده و شاید بتوان گفت که این بخش در صنعت چاپ ماندگارتر است، به همین دلیل ما هم تمرکز خود را بر پکیجینگ گذاشته‌ایم. پکیجینگ متناسب با هر محصولی، یک مدل بسته‌بندی را دارد. بسته‌بندی محصولات حجیم مانند تلویزیون و یخچال نیاز به ماشین‌آلات خاص خود دارد که حجم بزرگ این ماشین‌آلات، فضای بسیار زیاد را هم می‌طلبد. ما هم در چاپ رامتین تمرکز خود را بر محصولات کم‌تیراژ، لوکس و کم حجم گذاشته‌ایم؛ به دلیل اینکه چاپخانه در مرکز شهر قرار دارد و تهیه فضاهای بزرگ در داخل شهر با محدودیت‌هایی مواجه است. محصولات کم حجم بیشتر شامل محصولات آرایش و بهداشتی و به خصوص محصولات بهداشتی می‌شود که نیاز به یک بسته‌بندی لوکس و لاکچری دارند که این نوع بسته‌بندی، ماشین‌آلات خاص خود را هم می‌طلبد. همچنین تلاش می‌کنیم تا کارهای نوآورانه را در ایده‌های خودمان بگنجانیم.

آیا چاپ رامتین برای سال جاری برنامه خاصی را هدف‌گذاری کرده و تاکنون چه میزان از اهداف و برنامه‌های این مجموعه محقق شده است؟

بازار چاپ به‌طور کلی به دو بخش ۶ ماهه اول و ۶ ماه دوم تقسیم می‌شود که معمولاً در ۶ ماه اول سال، چاپخانه‌ها به دلیل تعطیلات مدارس، کاهش تولید برخی کارخانه‌ها و همچنین تعطیلات تابستانی کارخانه‌های تولیدی، کم کار هستند. این در حالی است که ۶ ماه دوم، بازار کار رونق می‌گیرد و ما هم بعد از شهر یورما انتظار داشتیم که بازار پر جنب‌وجوش شود، اما متأسفانه رکودی که در تمام بخش‌های تولیدی وجود دارد، به صورت ناخواسته گریبان ما را هم گرفته است. تمام این‌ها موجب شده، هم‌اکنون که آذرماه است و باید اوج کار یک چاپخانه باشد، شرایط این‌گونه نباشد و از هدفی که برای امسال معین کرده بودیم، بسیار دور بمانیم.

این چاپخانه چه ویژگی‌هایی نسبت به دیگر چاپخانه‌ها دارد؟

سعی کرده‌ایم که دلسوزی در انجام کار را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار دهیم؛ منظورم این است که اگر سفارشی را دریافت می‌کنیم، تلاش مدیریت و کارکنان چاپ رامتین این است که آن سفارش را به بهترین نحو، بالاترین کیفیت و بیشترین سرعت، تحویل مشتری دهند؛ بنابراین کیفیت و سرعت بالا از ویژگی‌های اصلی فعالیت‌مان است. موضوع دیگر اینکه به دلیل قرار گرفتن مجموعه مادر مرکز شهر تهران، کار با چاپ رامتین برای مشتریان به لحاظ هزینه و زمان حمل‌ونقل بسیار به صرفه‌تر است.

به منظور توسعه فعالیت‌های خود، چه برنامه‌هایی در نظر دارید؟

چنانچه در سال‌های آینده وضعیت و شرایط کار اندکی بهبود پیدا کند، هدف‌گذاری کرده‌ایم که چاپخانه فعلی را به عنوان دفتر اصلی

یا چاپخانه شماره یک، حفظ کنیم و خارج از شهر تهران، چاپخانه بزرگ‌تری را تأسیس کنیم. در واقع در نظر داریم که در صورت مساعد بودن شرایط، بازار هدف‌مان همین محل فعالیت فعلی باشد و برخی از کارهای پرتیراژ را خارج از تهران و در چاپخانه شماره ۲ خود انجام دهیم.

آیا تاکنون در زمینه صادرات، اقدامی انجام داده‌اید و مشتری خارجی داشته‌اید؟

بنده ارتباط خوبی با تعدادی از شرکت‌های آلمانی دارم و در مقطعی نسبت به واردات ماشین‌آلات چاپ از این کشور اقدام کردم. این ارتباط خوب باعث شد که با چند شرکت آلمانی که نیاز به برخی محصولات داشتند، همکاری کنیم و کماکان در حال انجام سفارشات آن‌ها هستیم و هر ماه، کارها به چاپ می‌رسد و سپس بسته‌بندی و صادر می‌شود. این در حالی است که هزینه تولید در ایران به مراتب از کشورهای همسایه و کشورهای اروپایی پایین‌تر است و چاپ و بسته‌بندی کارها در کشورمان، برای شرکت‌های اروپایی به مراتب به صرفه‌تر از سایر کشورهاست.

هم‌اکنون که شرایط خاص اقتصادی در کشورمان حاکم است، مجموعه‌های صنعت چاپ چه وضعیتی دارند؟

قیمت دلار در ۳ تا ۴ سال اخیر، رشد بسیار زیادی در کشورمان داشت که این موضوع به صورت مستقیم و غیرمستقیم در قیمت تمام‌شده محصولات چاپی تأثیر گذاشته که البته تأثیر مستقیم آن بسیار بیشتر است؛ زیرا اغلب مواد اولیه محصولات چاپی مانند کاغذ وارداتی هستند. این در حالی است که در دنیا، نرخ دلاری پالپ که ماده اولیه تولید کاغذ است، گران شده که موجب افزایش قیمت کاغذ در دنیا و همچنین در ایران شده است. دومین موضوع موثر در محصولات چاپی، مرکب است؛ البته در گذشته قیمت مرکب برای چاپخانه‌ها، تأثیرگذار نبود، اما رشد نرخ مرکب در ۵ سال گذشته به یکی از مولفه‌های محاسبه قیمت در چاپخانه‌ها تبدیل شده است. از سوی دیگر، مساله دیگری که به شکل غیرمستقیم بر اقتصاد چاپخانه‌ها تأثیر گذاشته، تأمین نیروی انسانی و همچنین تربیت نیروی انسانی متخصص است که دشواری‌های بسیاری دارد. با رشد استارت‌آپ‌ها و اپلیکیشن‌هایی مانند اسنپ، بسیاری از افراد هدف کاری خود را روی این موضوعات گذاشته‌اند و درآمد خیلی خوبی هم دارند، به همین دلیل تأمین نیروی انسانی در چاپخانه خیلی سخت شده است. از طرفی، تورم و گرانی موجود در جامعه، کار را به جایی رسانده که کارگران واقعا تمایلی ندارند با این حقوق‌ها در چاپخانه کار کنند و برای چاپخانه هم پرداخت دستمزد بیش از این، توجیه اقتصادی ندارد. علاوه بر این، در دانشگاه‌ها هم چندان روی رشته چاپ کار نشده و فارغ‌التحصیل این رشته از مراکز دانشگاهی خارج نشده که جذب صنعت چاپ شوند. در همین حال عدم ورود نیروی متخصص در این صنعت، موجب شده که چاپخانه‌داران متحمل ضرر و زیان بسیاری شوند، زیرا در چاپخانه‌ها، نیروی تخصصی تحصیل کرده بسیار کم داریم.

پیش از انقلاب
اسلامی، شاید
چاپخانه‌های ایران از
چاپخانه‌های ترکیه و
چین هم بهتر بودند،
ولی متأسفانه با رشد
قیمت ارز، تأمین
کردن ماشین‌آلات
مدرن پله به پله
سخت‌تر شد و ترکیه
توانست خود را در
بازار جهانی برای
چاپ و بسته‌بندی جا
بیاندازد.

بسیاری از مدیران و فعالان صنعت چاپ معتقدند که شرایط بسته‌بندی نسبت به چاپ بهتر است. نظر شما در این خصوص چیست؟

در ۱۰ سال گذشته بازار بسته‌بندی رشد پیدا کرده و به خصوص طی ۵ سال گذشته هدف بسیاری از چاپخانه‌ها از جمله چاپ رامتین هم همین بوده است. قطعاً در این مدت تمام چاپخانه‌ها، ماشین‌آلات مورد نیاز برای بسته‌بندی را تهیه کرده‌اند و این موضوع، رشد بسیار خوبی داشته است. همان‌طور که اشاره کردم، بخش نشر که در ۳۰ سال گذشته سهم بسیار بالایی از بازار چاپ را داشت، به دلیل ظهور مولتی‌مدیاها یا چند رسانه‌ای‌های جدید مانند کتاب‌های الکترونیک، گوشی‌های هوشمند و امکان خواندن و پیگیری اخبار از طریق این گوشی‌ها، دیگر شرایط گذشته را ندارد و انتشار کتاب یا روزنامه به خصوص در تیراژ بالا، فاقد صرفه اقتصادی است. اگر بخواهیم در مورد دلایل عقب ماندن صنعت چاپ هم صحبت کنیم، باید مسایلی مانند رشد مولتی‌مدیاها، گوشی‌های هوشمند و فضای مجازی مانند اینستاگرام و صفحه‌های تبلیغاتی را مورد توجه قرار دهیم. به عنوان مثال، تبلیغی که مردم در فضای مجازی و به صورت تصویری می‌بینند، خیلی تأثیر گذارتر از تبلیغی است که در یک مجله یا روزنامه یا به عنوان یک بروشور تبلیغاتی مشاهده می‌کنند. در همین حال، هزینه تبلیغات چاپی و مسایل مرتبط با آن، بسیار بالاتر از هزینه تبلیغات در پیج‌های تبلیغاتی فضای مجازی است؛ ضمن اینکه تبلیغات در فضای مجازی، تأثیر گذارتر و ماندگارتر است. در مجموع باید بگوییم که فضای مجازی بازار آگهی‌ها را از صنعت چاپ گرفته که البته در کل دنیا این اتفاق رخ داده است. نشریات هم با ظهور کتاب‌های صوتی، کتاب‌های الکترونیک مانند ای‌بوک‌ها یا pdfهای داخل گوشی‌ها یا برخی وبسایت‌ها، تحت تأثیر قرار گرفته‌اند. به عبارتی، ظهور فضای مجازی خیلی تأثیر گذار بوده و در کل حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد بازار را از صنعت چاپ گرفته است. استدلالم این است که کتابخوان‌های حرفه‌ای ترجیح می‌دهند کتاب را در دست

قیمت دلار در ۳ تا ۴ سال اخیر، رشد بسیار زیادی در کشورمان داشت که این موضوع به صورت مستقیم و غیر مستقیم در قیمت تمام شده محصولات چاپی تأثیر گذاشته که البته تأثیر مستقیم آن بسیار بیشتر است

بگیرند، آن را لمس و بوی کاغذ را حس کنند؛ بنابراین نظر بنده این است که فضای مجازی، ۲۰ تا ۳۰ درصد باقی مانده را نمی‌تواند از صنعت چاپ بگیرد.

صنعت چاپ در علم و تکنولوژی روز و مسایلی مانند هوش مصنوعی و دانش بنیان‌ها تا چه اندازه پیشرفت کرده است؟

اگر بخواهیم فقط چاپ افست را در نظر بگیریم، طی ۴۰ سال گذشته ماشین‌آلات صنعت چاپ خیلی پیشرفت نکرده است. البته دنیای دیجیتال به آن وارد شده و مدل قدیمی و شاسی‌های آن تغییر یافته، اما تکنولوژی دنیای چاپ افست که بحث انتقال مرکب به روی کاغذ است، عوض نشده، ولی مدل چاپ خیلی تغییر نکرده است. البته بسیاری انتظار داشتند که با ظهور چاپ دیجیتال در ۱۰ تا ۱۵ سال گذشته و پیشرفت کردن ماشین‌آلات چاپ دیجیتال، این نوع چاپ به لحاظ کیفیت نمی‌تواند جایگاه چاپ افست را بگیرد، اما این اتفاق رخ نداد؛ زیرا مواد مصرفی ماشین‌آلات چاپ دیجیتال بسیار گران است و نمی‌تواند خود را جایگزین چاپ افست کند. چاپ دیجیتال در کارهای کم تیراژ توجیه اقتصادی دارد، ولی در کارهای پر تیراژ فاقد توجیه اقتصادی است. در بخش بسته‌بندی هم، ماشین‌آلات چاپ دیجیتال نتوانستند خود را جا بیاورند که مثلاً در بسته‌بندی کارتن یا مقوایی، خیلی پیشرفت کنند؛ در صورتی که انتظار بسیار زیادی در این رابطه وجود داشت.

فرسودگی و مستهلک بودن ماشین‌آلات، چه تأثیری بر روند فعالیت چاپخانه‌داران گذاشته است؟

تمام ماشین‌آلات وارداتی و با ارز وارد کشور می‌شود، تأمین ارز بسیار سخت است، سرمایه‌گذاری در صنعت چاپ بسیار هزینه‌بر است و واردات ماشین‌آلات مدرن و به‌روز، هزینه بسیار بالایی دارد. از سوی دیگر، میزان بهره‌وری پایین است و وقتی بهره‌وری و تولید مقرون به صرفه نباشد، خیلی‌ها وارد صنعت نمی‌شوند؛ افرادی هم که در حال حاضر در صنعت چاپ فعالیت دارند، همه قدیمی هستند و سایر افراد وارد حوزه تأسیس چاپخانه و واردات ماشین‌آلات جدید نمی‌شوند. متأسفانه ماشین‌آلات موجود در بازار ایران، مدرن نیستند و خریداری و واردات ماشین‌آلات مدرن هم توجیه اقتصادی ندارد، زیرا هزینه‌بری آن خیلی بالاست و اصلاً یک مدیر چنین سرمایه‌ای را برای این کار ندارد و تأمین منابع هم برای آن، فاقد توجیه اقتصادی است.

آیا در صنعت چاپ امکان رقابت با سایر کشورها را داریم؟
پیش از انقلاب اسلامی، شاید چاپخانه‌های ایران از چاپخانه‌های ترکیه و چین هم بهتر بودند، ولی متأسفانه با رشد قیمت ارز، تأمین کردن ماشین‌آلات مدرن پله به پله سخت‌تر شد و ترکیه توانست خود را در بازار جهانی برای چاپ و بسته‌بندی جایبندازد. در ایران اگر محصول را تولید کنید، درگیری صادر کردن آن به کشور دیگر بسیار بیشتر از درگیری‌های ورود همان کالا به ایران است، از همین رو تولید در این شرایط، برای یک چاپخانه‌دار به صرفه نخواهد بود و صادرات هم معنای خود را از دست می‌دهد. ■



باماپک

۰۲۱ ۶۶۴۰ ۳۱۱۱

WWW.BAMAPACK.COM

راهکارهای جامع
بسته بندی
دارویی
آرایشی بهداشتی
مواد غذایی



تهران، خیابان انقلاب،
خیابان ۱۲ فروردین، پایین
تر از روانمهر، پلاک ۲۳۸
تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۰۳۱۱۱

www.bamachap.com

raminlitho2@gmail.com

09120327041

- طراحی و پیش از چاپ
- سلفون حرارتی
- ماشین چاپ Heidelberg CD74_4_LX
- با قابلیت تولید بسته بندی های امنیتی
- جعبه چسبانی دهانه ۷۰
- دستگاه لترپرس (طلاکوب و برجسته)
- یووی ساده و برجسته (مات و براق)

مشاور شرکت سایکو

چاپ و بسته‌بندی بیانگر هویت کالا است

المیرا اکرمی

چاپ و بسته‌بندی، از جمله صنایع بسیار مهم و تاثیرگذاری محسوب می‌شوند که در دنیا از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. در سال‌های اخیر در کشور ما نیز این صنعت پیشرفت‌های خوبی داشت، اما همچنان جا دارد که برای توسعه و پیشرفت آن، اقدامات جدی‌تری انجام شود. اهمیت این صنعت از آن جهت است که عرضه و فروش کالا، نیازمند بسته‌بندی ایده‌آل و چاپ خوب است و در واقع بسته‌بندی و چاپ بیانگر هویت یک کالا است. غلامرضا فتاحی نجوکاری که بیش از ۲۵ سال در حوزه چاپ، بسته‌بندی و صادرات فعالیت کرده، حدود ۲۰ سال به عنوان رئیس بسته‌بندی و مدیر لجستیک و بسته‌بندی انبارهای شرکت طراحی مهندسی و تامین قطعات ایران خودرو (سایکو) فعالیت داشته است. وی که هم‌اکنون در شرکت سایکو، سمت مشاور را دارد، در حوزه تدریس بسته‌بندی در شرکت ایسیکو به عنوان یکی از شرکت‌های مجموعه ایران خودرو فعالیت دارد و در شرکت سایپا و چند شرکت دیگر هم، تدریس در این زمینه را انجام می‌دهد. گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با فتاحی را در ادامه می‌خوانید.

ردیابی یا لیبلینگ است که در این زمینه هم جای کار بسیار زیادی داریم. لیبلینگ به ما کمک می‌کند تا بتوانیم کالایی را که از مبدأ به مقصد می‌رود، شناسایی، ردیابی و کنترل کنیم. البته در صنعت خودرو تا حدودی این کارها انجام شده و تعداد زیادی از قطعات قابل ردیابی هستند. در واقع باید گفت، ردیابی و لیبلینگ یکی از موضوعات بسیار مهم در چاپ و بسته‌بندی است.

گزارشی از وضعیت ایران خودرو در حوزه چاپ و بسته‌بندی ارائه دهید.

شرکت ایران خودرو در حوزه چاپ و بسته‌بندی، چند فعالیت انجام می‌دهد که بخشی از آن در شرکت ایساکو انجام می‌شود که کار آن، فروش قطعات یدکی مجموعه ایران خودرو است. ما در ایران خودرو به دنبال این بودیم که تنوع چاپ را پایین بیاوریم؛ زیرا تعداد قطعات خودرو زیاد است و اگر بخواهیم برای هر قطعه یک چاپ بزنیم، هزینه آن بالا می‌رود؛ بنابراین لوگویی را برای شرکت ایران خودرو، ایساکو و سایکو انتخاب کردیم که تمام قطعات با این لوگو چاپ و بسته‌بندی می‌شوند. به همین منظور در ایران خودرو، کمیته‌ای برای طراحی این لوگو تشکیل شد و در نهایت لوگویی طراحی شد که مطابق با استانداردهای روز باشد، تنوع قطعات خودرو را پوشش دهد، برای هر قطعه‌ای قابل استفاده باشد، نیاز نباشد که برای هر قطعه، زینک و فیلم جداگانه‌ای را در نظر بگیریم و در نتیجه، هزینه چاپ افزایش پیدا نکند. همچنین این لوگو به شکلی طراحی شده که به هر شکل جعبه را در دست بگیرید، این طرح خوانا باشد.

آیا فکر نمی‌کنید، این لوگو به گونه‌ای است که احتمال سوء استفاده را افزایش می‌دهد؟

در دنیای امروز، هولوگرام بحث بسیار مهمی است و هر قطعه‌ای که بسته‌بندی، چاپ و به بازار عرضه می‌شود، باید هولوگرام مختص



در حال حاضر صنعت چاپ و بسته‌بندی کشورمان در چه وضعیتی قرار دارد؟

با وجود آنکه چاپ از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، متأسفانه در ایران در این زمینه کمتر کار شده و ماشین‌آلات چاپ با کیفیت بالا در کشورمان، کمتر وجود دارند. به عبارتی، ماشین چاپ‌های موجود، معمولاً ۲ رنگ، ۴ رنگ و ۶ رنگ هستند و ماشین‌های آمریکایی اصلاً وارد کشور نشده است و اکثر ماشین‌های چاپ، اروپایی هستند. برای اینکه بتوانیم کالایی را به فروش برسانیم، نیازمند بسته‌بندی ایده‌آل و چاپ خوب هستیم و بسته‌بندی و چاپ، بیانگر هویت یک کالا است. همچنین اولین چیزی که در زمان برخورد با یک کالا به چشم مشتری می‌آید، بسته‌بندی و چاپ آن است؛ بنابراین اگر دانش خود را در این صنعت به روز نکنیم، به طور حتم در حوزه صادرات با مشکل مواجه می‌شویم؛ لذا نیاز داریم که در حوزه چاپ و بسته‌بندی فعالیت بیشتری انجام دهیم. یکی دیگر از مباحثی که در این حوزه به آن نیاز داریم،



آن شرکت را دارا باشد. ما هم برای حل این مشکل و ممانعت از سوء استفاده‌های احتمالی از لوگو و چاپ ایران خودرو، هولوگرام را مورد استفاده قرار دادیم. در شرکت ایران خودرو هم هولوگرام مخصوص این گروه خودروسازی روی بسته‌بندی‌ها وجود دارد که این هولوگرام نشان‌دهنده اصالت آن قطعه یا کالا است. در عین حال، بسیار امیدواریم که مردم با هولوگرام آشنا شوند و کالاهایی که فاقد هولوگرام است را به عنوان یک کالای اصیل و استاندارد نشناسند و خریداری نکنند. هولوگرام، یونیک است و از آنجا که یک چاپ لیزر است، امکان تولید تقلبی آن وجود ندارد.

اما به نظر می‌رسد که راه برای سوء استفاده و تقلب همچنان باز است و دیده‌ایم که این اتفاق رخ می‌دهد.

درصد آن بسیار کم و در دنیا هم همین‌طور است که امکان کپی‌برداری از هولوگرام، به ندرت اتفاق می‌افتد. مسلماً در قطعات خودرو هم تقلب وجود دارد و هولوگرام نمی‌تواند به صورت صددرصد این تقلب را به صفر برساند. در واقع به این شکل نیست که اگر هولوگرام باشد، دیگر هیچ تقلبی شکل نمی‌گیرد، ولی می‌توان بالای ۹۵ درصد اطمینان حاصل کرد که مانع از تقلب می‌شود.

بسته‌بندی و چاپ محصولات ایران خودرو چه ویژگی‌هایی دارند؟

ما در بسته‌بندی‌های ایساکو و ساپکو تکنیکی به نام لاک باتم را در نظر گرفته‌ایم. لاک باتم به نوعی از بسته‌بندی می‌گویند که در آن جعبه‌ها به شکلی هستند که قسمت پایین جعبه قفل شده و دیگر این امکان فراهم نیست که انتهای جعبه را باز کنند و قطعه تقلبی را جایگزین قطعه اصلی کنند و مجدداً در جعبه را ببندند. در این سیستم، اگر جعبه از قسمت انتهایی باز شود، پاره می‌شود؛ بنابراین امکان جابه‌جایی قطعه از زیر جعبه وجود ندارد. شایان ذکر است، یکی از مزیت‌ها در ایران خودرو، استفاده از جعبه‌های لاک باتم جهت بسته‌بندی قطعات است. یکی دیگر از مواردی که در ایران خودرو مورد توجه قرار می‌گیرد، بحث ورنی روی چاپ است. اگر جعبه‌ای را که چاپ شده، در مقابل اشعه یووی یا نور آفتاب قرار دهید، پس از مدتی رنگ جعبه به دلیل نور خورشید و امواج یووی تغییر می‌کند و رنگ پریدگی در آن اتفاق می‌افتد. برای جلوگیری از این کار، راه‌حلی به نام استفاده از یووی یا یووی ورنی در روی جعبه‌ها داریم؛ به این ترتیب زمانی که روی جعبه‌های چاپ‌شده از ورنی یا هات ورنی استفاده می‌کنید، نور خورشید به هیچ‌وجه نمی‌تواند رنگ جعبه را از بین ببرد یا آن را دفرمه یا چاپ آن را مخدوش کند.

آیا چاپ و بسته‌بندی محصولات ایران خودرو از لحاظ کیفیت، قابل رقابت با سایر مجموعه‌های خودروسازی است؟

اگر بحث رقابت داخلی باشد، همیشه ایران خودرو در زمینه چاپ و بسته‌بندی پیش‌تاز است و به جرات می‌توان گفت که به خصوص ساپکو به عنوان شرکت طراحی مهندسی و تامین قطعات ایران خودرو، همواره در کشور پیش‌تاز بوده است. در حقیقت باید گفت، شرکت ایران خودرو به عنوان یک شرکت پیش‌تاز در بسته‌بندی قطعات خودرو چه در حوزه

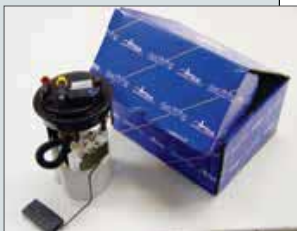
داخلی و چه در حوزه صادرات، مطرح است. در مورد صادرات قطعات خودرو باید توجه کرد که اگر استانداردهای بسته‌بندی رعایت نمی‌شد، این موضوع امکان‌پذیر نبود که قطعه‌ای در ایران تولید و به سایر کشورها ارسال شود؛ بنابراین می‌توان گفت که ایران خودرو چه به عنوان تدوین‌نگر استانداردهای ملی با مشارکت سازمان ملی استاندارد و چه در زمینه بسته‌بندی‌های روز و نوین، پیش‌تاز است. البته در مقام مقایسه با سطح جهانی، هنوز فاصله زیادی داریم؛ لذا باید ارتباط خود را با کشورهای پیشرو در حوزه بسته‌بندی بیشتر کنیم و از دانش آن‌ها بهره ببریم تا بتوانیم خودمان را به آن‌ها برسانیم.

آیا برنامه‌ای برای توسعه چاپ و بسته‌بندی در شرکت ایران خودرو دارید؟

در حوزه چاپ خیر، اما در حوزه بسته‌بندی برنامه‌هایی داریم. به طوری که ایران خودرو در حوزه بسته‌بندی در چند زمینه در حال فعالیت است که یکی از آن‌ها استفاده از ظروف بسته‌بندی مدولار است؛ به این صورت که از یک ظرف برای چند قطعه استفاده کنیم و بتوانیم تنوع ظرف‌های مورد استفاده را پایین بیاوریم. دومین موضوع، استفاده از بست‌ها یا سبدهای گردشی است. در واقع در ایران خودرو، برای جلوگیری از هدر رفتگی منابع و کارتن‌ها از سبدهای پلاستیکی با استانداردهای گالیا استفاده می‌شود که در حال توسعه است. در فاز اول استفاده از سبدهای گالیا برای جابه‌جایی قطعات بین خودرو ساز و قطعه‌ساز تا مسافت زیر ۲۰۰ کیلومتر انجام می‌شود که تا ۱۵۰ دور اتفاق می‌افتد و بعد از ۱۵۰ دور اگر سبدها بشکنند یا آسیب ببینند، مجدداً قابل بازیافت است. پروژه بعدی در ایران خودرو، استفاده از سبدهای تاشو است؛ یعنی ارتفاع سبدها کاهش پیدا می‌کند و در فضایی که فقط یک سبدهای معمولی جامی گرفت، امکان قرار گرفتن ۴ سبدهای هم‌میهی می‌شود و می‌توان قطعات بیشتری را جابه‌جا کرد. استفاده از ظروف برگشت‌پذیر تا شود برنامه‌های آتی گروه صنعتی ایران خودرو قرار دارد.

در بحث چاپ و بسته‌بندی تا چه اندازه همگام با تکنولوژی و علم روز از جمله دانش بنیان بودن و استفاده از هوش مصنوعی پیش‌رفته‌اید؟

یکی از اقداماتی که گروه صنعتی ایران خودرو در حوزه تکنولوژی‌های نوین انجام داده، شرکت در نمایشگاه بین‌المللی و بازدید از نمایشگاه‌های مطرح چاپ و بسته‌بندی دنیا است. به واسطه حضور در این نمایشگاه‌ها، امکان آشنایی با آخرین دستاوردهای کمپانی‌های خارجی در حوزه چاپ، بسته‌بندی و زنجیره تامین مهیا می‌شود؛ بنابراین یکی از روش‌هایی که باعث رشد و تعالی بحث چاپ و بسته‌بندی خودرو سازان می‌شود، شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی است. از سوی دیگر، در حوزه هوش مصنوعی کارهایی را انجام داده‌ایم، اما هنوز در این حوزه عقب هستیم، چرا که پس از شیوع کرونا و کم شدن ارتباط ما با نمایشگاه‌های بین‌المللی مقداری عقب افتادیم. دانش مادر این زمینه هنوز نقص زیادی دارد و باید بیشتر فعالیت کنیم. به طور حتم ایران خودرو و صنعت خودرو هم به این سمت خواهد رفت و از دانش هوش مصنوعی در صنعت چاپ و بسته‌بندی بهره‌مند خواهد شد. ■





طراحی و ساخت

بج سینه

ژورگراف

- طرح های منحصر بفرد
- اتصال سوزنی و مگنتی
- آبنکاری طلا یا کروم
- ساخت تعداد محدود
- برش های خاص
- ثبات رنگ
- روکش پلی استر



0912 846 8001

www.jour.ir

تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان
کوچه چهاردهم، پلاک ۱۸، طبقه همکف، واحد ۱

۸۸۱۷۱۸۹۲ - ۸۸۱۷۱۸۹۴ - ۸۶۰۴۳۸۴۰
۸۸۴۶۸۰۰۱ - ۸۸۵۴۸۳۲۸ - ۸۶۱۲۲۹۳۸

    jourgraph

ما را در شبکه های اجتماعی دنبال کنید

گفت و گوی اختصاصی با ابوالفضل علیان نژاد

در این بخش می خوانیم:

- تولید محصولات با کیفیت بالا شرط موفقیت در رقابت است
- فعالیت مجموعه های غیر مجاز مهمترین دغدغه تولید کنندگان صنعت چاپ

مدیر عامل مجموعه ژورگراف تاکید کرد

فعالیت مجموعه‌های غیر مجاز مهمترین دغدغه تولید کنندگان صنعت چاپ

رضا فغانی

شرکت ژورگراف از سال ۱۳۷۷ با چاپ کارت ویزیت آغاز به کار کرد و رفته‌رفته با گسترش مجموعه خود، وارد حوزه چاپ فرم‌های اداری، کاتالوگ، سرپرگ و سپس تولید جعبه پودر شد. به گفته ابوالفضل علیان‌نژاد، مدیر عامل شرکت ژورگراف، خوش‌قولی در زمان تحویل محصولات، جلب رضایت مشتری و همچنین توجه به کیفیت محصول، وجه تمایز این شرکت با دیگر شرکت‌های فعال در این حوزه است. در گفت‌وگو با این مدیر توانمند، به بررسی فعالیت‌های این شرکت و مهمترین مشکلات و موانع موجود در صنعت چاپ پرداخته‌ایم. مشروح این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

فلش مموری چینی می‌شود که پس از واردات فقط روی آن چاپ زده و عرضه می‌کنیم.

در حال حاضر چه محصولاتی تولید می‌کنید و تمایز شما نسبت به سایر برندها چیست؟

محصولات زیادی از جمله بچ سینه برای برندینگ، اتیکت سینه برای کادر درمان، سررسید، تقویم، جعبه خرما و شیرینی، جعبه دستمال کاغذی، پاکت‌های رادیولوژی، لیبل مایع ظرفشویی و دستشویی تولید می‌کنیم. در واقع هر آنچه روی کاغذ و به صورت شیت قابل چاپ باشد، در حوزه کاری ما قرار می‌گیرد. به جرات می‌گوییم که خوش‌قولی، ما را از بقیه همکاران متمایز می‌کند. برادر بنده، آقای اکبر علیان‌نژاد مغز متفکر مجموعه هستند که از یک جایی به بعد پیشنهاد دادند، کار بازاریابی انجام ندهیم. در حال حاضر بیشتر مشتریان در صورتی که از کار رضایت داشته باشند، ما را به یکدیگر معرفی می‌کنند. با توجه به کیفیت محصول و ارائه خدمات در کمترین زمان، نتیجه خوبی هم گرفته‌ایم. به‌طور کلی رضایت مشتری همواره برای ما در اولویت است و بدون تأیید از سمت آن‌ها کار را شروع نمی‌کنیم.

آیا محصولات خود را قابل رقابت با نمونه‌های خارجی می‌دانید؟

تا حدی بله، ولی به خاطر مساله تحریم مشکلات زیادی داریم. برای مثال، نمی‌توان از اروپا کاغذ وارد کرد، چون با توجه به قیمت بالا توجیه اقتصادی ندارد و بیشتر همکاران در حال حاضر از چین کاغذ وارد می‌کنند. یکی از مشکلاتی که همه تولید کنندگان با آن مواجه هستند، عدم حمایت از سوی دولت و وزارت ارشاد است. به عنوان مثال، برای خرید مرکب، الکل و کاغذ باید ۹ درصد ارزش افزوده بدهیم، در صورتی که کار ما تولیدی است و از آنجایی که صنعت چاپ یک صنعت مادر است، نباید با مسائلی از این دست مواجه باشد، چرا که با این روند هیچ‌گاه به جایگاه اصلی خود نخواهد رسید.

دلیل پیشرفت کشورهای چین و ترکیه در صنعت چاپ چیست؟



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

به رغم میل باطنی پدرم، در رشته برق، در رشته حسابداری تحصیل کردم و پس از آن در مقطع فوق لیسانس تحصیلات خود را در رشته روابط عمومی ادامه دادم. از سال ۱۳۷۷ با همراهی برادرم در حوزه چاپ کارت ویزیت شروع به کار کردیم و رفته‌رفته کارمان را گسترش دادیم و با فاصله گرفتن از چاپ کارت ویزیت، کارهای گسترده‌تری از جمله چاپ فرم‌های اداری، کاتالوگ و سرپرگ را انجام می‌دادیم و کم‌کم پس از آشنایی با شرکت‌های شوینده شروع به تولید جعبه پودر و لیبل زدن در تیراژ بالا کردیم. در ابتدا با ۴ نفر کار خود را شروع و پس از مدتی تعداد کارکنان به ۱۷ نفر افزایش یافت. هم‌اکنون فقط کار طراحی و چاپ را انجام می‌دهیم و بسته‌بندی به مجموعه‌های دیگر واگذار می‌شود، اما تا چند ماه آینده با خرید ماشین آلات جدید از جمله ماشین طلاکوب و جعبه چسبانی، کار بسته‌بندی را هم انجام خواهیم داد. از طرفی، هدایای تبلیغاتی هم عرضه می‌کنیم که بخشی از آن‌ها مثل پرچم، سررسید، تقویم دیواری و رومیزی و ساک دستی تولید مجموعه خودمان است و برخی از محصولات دیگر شامل خودکار، پاور بانک و

این کشورها از سوی دولت خود حمایت می‌شوند. در حال حاضر قیمت تمام‌شده بسیاری از محصولات در چین ارزان‌تر از ایران است، به همین دلیل مشتریان ترجیح می‌دهند که کالاهای مورد نیاز خود را از این کشور سفارش دهند، چون دولت چین نه تنها عوارض و مالیاتی از تولیدکنندگان نمی‌گیرد، بلکه به آن‌ها یارانه هم می‌دهد. متأسفانه در کشور ما این طور نیست و باید برای کالای صادراتی، مالیات و عوارض خروج از کشور بدهیم. با توجه به شعار هر سال مبنی بر رشد و حمایت از تولید، باید گفت که در صنعت چاپ و بسیاری از صنایع دیگر این شعارها محقق نشده است. علاوه بر این، ماشین‌آلات موجود در چاپخانه‌ها قدیمی است و نوسازی آن و استفاده از دستگاه‌های روز دنیا از توان تولیدکننده خارج است، ولی با اختصاص تسهیلات می‌توان با بسیاری کشورها از جمله ترکیه به راحتی رقابت کرد. برخی مشتریان کارهای ساده را به ما و کارهای پیشرفته را به ترکیه می‌سپارند، چون حتی با وجود هزینه بالای نیروی کار در ترکیه در نهایت قیمت محصول برایشان ارزان‌تر تمام می‌شود.

در مورد نقش اتحادیه در چاپخانه‌ها و موانع و مشکلات موجود توضیح دهید.

آقای ابوالحسنی، رییس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران رونق خوبی به اتحادیه دادند و از زمان ورود ایشان، همبستگی اعضا بهتر شده است. همچنین توانستند تا اندازه‌ای موانع و مسائل را حل کنند. بزرگ‌ترین چالش حرفه ما این است که دقیقاً نمی‌دانیم، زیرمجموعه وزارت ارشاد یا صنایع هستیم. به اعتقاد بنده، کل صنعت چاپ باید تبدیل به یک وزارتخانه شود. ما تنها صنعتی هستیم که یک روز خاص در تقویم با عنوان روز ملی صنعت چاپ (۱۱ شهریور) به نام ما ثبت شده است، به طوری که در سایر صنایع این گونه نیست و این نشان از اهمیت این صنعت دارد. یکی از مشکلات دیگر در این حرفه، نوشتن آیین‌نامه‌هایی است که به نظر بنده، هیچ فایده‌ای ندارد. بهتر است، همه مسئولان و تصمیم‌گیرندگان این حوزه یک دوره چندماهه در چاپخانه حضور یابند و فرآیند تولید، دریافت مجوز و... را از نزدیک ببینند و با مشکلات آشنا شوند، چرا که آیین‌نامه‌های نوشته‌شده، قدرت اجرایی ندارند و بیشتر بازدارنده هستند. از دیگر مشکلات می‌توان به وارد کردن

محصول توسط مرز نشینان اشاره کرد که بیشتر محصولات بی کیفیت و تاریخ مصرف گذشته وارد می‌کنند. در نظر بگیرید که کل خیابان ظهیرالاسلام بیش از ۲۰۰ فروشنده ندارد، در صورتی که برای ۲ هزار نفر مجوز برای وارد کردن کاغذ وجود دارد. به عبارتی، کسانی که هیچ تخصصی در این زمینه ندارند، به راحتی وارد این حوزه می‌شوند و جنس وارد می‌کنند. وجود این افراد و مجموعه‌های غیر مجاز ضربه زیادی به این صنعت زده است.

چه توصیه‌ای به همکاران و فعالان این صنعت دارید؟

کالای تولیدی و خدمات را ارزان نفروشند؛ مثلاً در بحث پوشاک گاه تا ۳۰ درصد سود گرفته می‌شود، در صورتی که صنعت چاپ این گونه نیست. اگر بتوان برخی که اتحادیه تعیین کرده را دریافت کرد هم خیلی عالی است. با مدیریت و پیگیری آقای ابوالحسنی، کارشناسان نرخ ثابتی را برای فعالان حوزه چاپ تعیین کردند، ولی بعضاً همکاران قیمت‌های بسیار پایین‌تر از نرخ تعیین شده اتحادیه می‌گیرند که در این حرفه ماندنی نیستند و بازار کار ما را خراب می‌کنند.

بسیاری معتقدند که در صنعت بسته بندی پیشرفته تر از چاپ هستیم. نظر شما در این مورد چیست؟

بله درست است، چون در حوزه بسته‌بندی مواد اولیه تولیدی زیادی داریم و بازار هدف هم زیاد است. برای مثال، برخی از شرکت‌ها زعفران و خرما را از ایران خریداری کرده و جعبه و لیبل در کشور چاپ می‌کنند و در عمان بسته‌بندی کرده و به عنوان کالای کشور عمان می‌فروشند؛ جالب اینکه این کار با مجوز وزارت ارشاد انجام می‌شود. در کل به نظر بنده، صنعت بسته‌بندی چشم‌انداز روشن‌تری دارد که بخشی از آن به علت استفاده از ماشین‌آلات به‌روزتر است.

و سخن آخر...

بنده همیشه امیدوارم و در بدترین شرایط هم امیدم را از دست ندم. به نظر، با عزم جمعی و تلاش شرایط بهتر خواهد شد. این را بدانید که رکود هیچ وقت وارد این صنعت نمی‌شود و کار همیشه وجود دارد، چون شرکت‌های بزرگ و کوچک، وزارتخانه‌ها، دولت و مجلس شورای اسلامی برای کوچک‌ترین کارهای روزانه خود جهت مکاتبات و... به این صنعت احتیاج دارند. ■



مدیرعامل شرکت باکسیچی

تولید محصولات با کیفیت بالا شرط موفقیت در رقابت است

ابوالفضل علیزاده

شرکت باکسیچی با هدف تولید محصولات باکیفیت مشابه محصولات وارداتی تاسیس شد و مأموریت اصلی آن داخلی سازی محصول باکیفیت و در دسترس بودن این کالا طبق سلیقه مشتریان بازار ایران است. هر چند به گفته محمد چناعتی فرد، مدیرعامل شرکت باکسیچی چالش‌های بسیاری از جمله مکانیزه نبودن کامل فرآیند تولید، نبود مواد اولیه مناسب و عدم ساز و کار مناسب جهت کسب مجوزهای مربوطه در این حوزه وجود دارد، اما به طور کلی بازار مصرف قابل قبولی را می‌توان برای این شغل در نظر گرفت که ارزش سرمایه‌گذاری را دارد. در گفت‌وگو با این مدیر جوان، به بررسی فعالیت‌ها و اقدامات انجام شده در این شرکت پرداخته‌ایم که ماحصل آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

بارزترین ویژگی‌های مجموعه ما کیفیت بالا و مثال زدنی محصولات است که عمدتاً از طرف مشتریان اعلام شده و جایگاه خاص و ویژه‌ای بین سایر همکاران ایجاد کرده که امیدواریم، پیوسته و با تلاش روزافزون در این موقعیت باقی بمانیم.

این شرکت چند نوع محصول تولید می‌کند و محصولات آن تا چه اندازه قابل رقابت با سایر تولیدات در این صنعت است؟

شرکت باکسیچی در چند گروه متفاوت محصول تولید می‌کند که به طور خلاصه می‌توان به تولید جعبه‌های کادویی با جنس ضخیم یا به اصطلاح هارد باکس در سایزهای متنوع و همچنین رنگ‌بندی و طرح‌های مختلف اشاره کرد که این موضوع باعث ایجاد تنوع وسیعی در زمینه تولید جعبه شده و حتی در مواقعی شامل بیش از ۴۰۰ مدل می‌شود. ساک دستی، محصول دیگری است که در این شرکت تولید می‌شود که آن هم در سایز و رنگ‌های متنوع بوده که خود شامل صدها مدل می‌شود. از محصولات دیگر می‌توان از مکمل‌های بسته‌بندی مانند انواع پوشال‌های کاغذی در رنگ‌های متنوع از جنس کاغذ مرغوب و به صورت معطر و در بسته‌بندی‌های متفاوت و نفیس که تقریباً در کشور بی‌رقیب است، نام برد که شامل برخی از محصولات جانبی جهت تکمیل بسته کادویی می‌شود. همچنین مکمل‌هایی مثل گل خشک‌های معطر تزئینی هم از دیگر محصولات باکسیچی است. البته محصولات دیگری هم در این شرکت عرضه می‌شود که در بعضی مواقع از خارج شرکت و به جهت تکمیل سبد محصول و نیز حمایت از سایر همکاران تامین می‌شود.

هدف از راه‌اندازی شرکت باکسیچی چه بوده و آیا تاکنون به اهداف مورد نظر خود دست یافته‌اید؟

یکی از اهداف این شرکت در زمان راه‌اندازی، تولید محصولات باکیفیت مشابه سایر محصولات وارداتی بود تا منجر به داخلی سازی محصول باکیفیت و در دسترس بودن این کالا طبق سلیقه مشتریان بازار ایران شود، به نحوی که کالا به طور مداوم در دسترس مشتری باشد که همین



در خصوص عمده فعالیت‌های شرکت باکسیچی از ابتدای فعالیت تاکنون توضیحاتی ارائه فرمایید.

این شرکت حدود ۲۵ سال سابقه فعالیت دارد که در ابتدا به صورت محدود و در قالب کار خانگی شروع شد و در طی سال‌های متمادی به مرور زمان رشد کرد و در حال حاضر در یک سوله به مساحت ۶۰۰ متر مشغول به فعالیت است. مشتریان ما اکثر افراد خاص‌پسند و حساس به کیفیت هستند که تمام تلاش ما در طول این سال‌ها بر این بوده تا با دقت و ظرافت، اعتماد بین ما و مشتریان حفظ شود و خوشبختانه تا حدود زیادی نیز به نتیجه مطلوب دست یافته‌ایم، به طوری که بسیاری از مشتریان ما بسیار قدیمی هستند؛ البته با گذشت زمان به تعداد مشتریان افزوده می‌شود. همچنین از ویژگی‌های محصولات تولیدی شرکت باکسیچی می‌توان به کیفیت بالا و طراحی و ترکیب رنگ مناسب محصولات نسبت به سایر محصولات موجود در بازار اشاره کرد که در این سال‌ها ضامن پایداری و محبوبیت بین مشتریان شده است. باید به این نکته اشاره داشته باشیم که به دلیل قیمت‌محور بودن محصولات سایر همکاران که باعث ضعف در کیفیت می‌شود، از



۸۸

آذر ۱۴۰۳ • شماره ۸۵
ماهنامه دنیای بسته‌بندی

امر، یکی از مزایای رقابتی با محصولات وارداتی است. از طرفی، با توجه به بالا بودن نرخ ارز و همچنین نبود ثبات قیمت در این نرخ، همواره مشکلات فراوانی در واردات کالا وجود داشته که قابل توجه است. البته از مساله اشتغال زایی و کار آفرینی هم نباید غافل شد. در مورد دسترسی به اهداف باید عرض کنم که مشکلات سر راه تولید در کشور ما بسیار است و متأسفانه یک تولید کننده در مسیر کاری خود چالش های بسیار زیادی را تجربه می کند که از مهمترین آن ها می توان به نبود مواد اولیه مناسب یا کم بودن آن، عدم حمایت جهت تامین سرمایه در گردش، نبود ساز و کار مناسب جهت کسب مجوزهای مربوطه و... اشاره کرد که بعضا باعث شده، یک مجموعه تولیدی از اهداف خود دور شود. البته به لطف خدا این شرکت تا به امروز توانسته نسبت به مشکلات پیش رو به نحو مطلوب واکنش نشان دهد؛ البته در مواقعی یک ضعف تبدیل به فرصت شده که این را مدیران پرسنل وفادار و سایر اطرافانی هستیم که همیشه به بنده لطف داشته اند. امیدوارم که هر روز بتوانیم یک قدم به اهداف مان نزدیک تر شویم.

مهمترین اقدام توسعه ای این شرکت چه بوده است؟

یکی از موارد در خصوص توسعه شرکت باکسیچی، انتقال مجموعه در سال های اخیر از یک فضای کوچک به یک سوله ۶۰۰ متری بوده که از نظر پتانسیل تولید قابل توجه است. ضمن اینکه بعضی از کارهای دستی و وقت گیر با تجهیز شدن این شرکت به خط تولید مکانیزه سرعت عمل بیشتری به خود گرفته است؛ البته تا رسیدن به هدف راه زیادی باقی است و امیدوارم با تلاش و همت سایر افراد هر روز مان بهتر از دیروز باشد.

شرکت باکسیچی تا چه اندازه از تکنولوژی روز در تولیدات خود استفاده می کند؟

با توجه به اینکه عمده دستگاه های این شرکت، ساخت کشور چین و تعداد آن بسیار کم است، خدمات پس از فروش مطلوبی برای آن ها در دسترس نیست و به عنوان یکی از معضلات این حرفه به شمار می رود. شایان ذکر است، در سال های اخیر به همت مهندسین ایرانی تا حدودی شرایط بهتر شده، اما راه طولانی تا وضعیت ایده آل داریم، به همین دلیل این مجموعه تا مکانیزه شدن کامل و مجهز شدن به تکنولوژی روز دنیا هنوز فاصله دارد.

شرایط بازار و قیمت ها برای این نوع فعالیت را چگونه می بینید؟

این شغل به مانند هر شغل دیگری نقاط ضعف و قدرت خودش را دارد. به عنوان مثال، فصلی بودن این کار یکی از معایب آن است و به دلیل اینکه اکثر مناسب ها در سه ماهه پایان سال است، در طی سال فروش ضعیف بوده و هزینه ها در بعضی مواقع بالاتر از میزان درآمد می شود. در اوج کار نیز به دلیل حجم بالای درخواست، نیاز برخی از مشتریان به طور کامل مرتفع نمی شود. از مزیت های این شغل می توان به مصرفی بودن آن اشاره کرد، چرا که عمدتاً هر شخصی برای هدیه دادن نیاز به بسته بندی مناسب با آن هدیه را دارد و این مساله بارها برای هر شخصی اتفاق می افتد. بازار مصرف مناسب و خوبی برای این شغل می توان در نظر گرفت که ظرفیت نامحدودی ایجاد می کند و پتانسیل بالایی برای

این پیشه می توان در نظر گرفت. عوامل متفاوتی در مورد قیمت ها تاثیر گذار است که شامل متر یا مصرف شده، سایز محصول، شکل هندسی محصول (به دلیل ظرافت و سختی در ساخت)، کیفیت، تعداد در بسته بندی و حجم سفارش مشتری می شود.

مجموعه باکسیچی و سایر مجموعه های مشابه با چه مشکلاتی مواجه هستند؟

مشکلات همیشه و برای هر کسب و پیشه ای وجود داشته و دارد و این مورد انکار ناپذیر است. عملاً وقتی شخصی تصمیم به ایجاد یک کسب و کار می گیرد، از ابتدا باید بپذیرد که در راه دشواری قدم گذاشته است. یکی از مشکلات، نبود کاغذ های فانتزی مناسب برای روکش کردن جعبه ها است که متأسفانه با توجه به تعدد تولید کنندگان این محصول، تعداد تامین کننده بسیار کم است و در بعضی از مواقع، همان چند توزیع کننده محدود هم بسیاری از کاغذ ها و رنگ های مناسب را در اختیار ندارند که یکی از دلایل آن، لوکس شمردن این کالا در گمرک می باشد که همین امر باعث شده، در بسیاری از مواقع کاغذ با رنگ مناسب موجود نباشد که در روند کار بسیار تاثیر منفی دارد. از موارد دیگر می توان به ناقص بودن روبان های قابل نصب روی درب جعبه ها اشاره کرد که هیچ وقت به طور کامل و با رنگ بندی متنوع در دسترس نیست.

آیا شرایط سرمایه گذاری در این صنعت فراهم است؟

در این شغل به مانند هر شغل دیگری امکان موفقیت یا شکست وجود دارد که به مواردی مثل شناخت بازار، رقبا، بازاریابی و... مرتبط است. پیچیدگی های این حرفه را هرگز نباید دست کم گرفت، اما با این حال هر کسب و کاری با بررسی موارد فوق و رعایت کردن آن ها به نتیجه مطلوب خواهد رسید.

چه توصیه ای به همکاران خود در سایر مجموعه ها دارید؟

توصیه بنده به سایر همکاران این است که همگی در راستای رشد و پیشرفت تولید قدم برداشته و یکدیگر را به صورت صنف در کنار هم بپذیرند، چرا که این امر باعث رشد و شکوفایی محصولات تولیدی شده و یک رقابت سالم به وجود می آورد که خود منجر به مطرح شدن این دست محصولات در منطقه شده و فرصت صادرات را بیش از پیش افزایش می دهد که نتیجه این کار برد-برد برای همه خواهد بود. دوم اینکه، باید یک بازار هدف مشخص برای خود داشته باشند و از ورود به چند حوزه پراکنده در این حرفه پرهیز کنند، زیرا این عملکرد باعث ایجاد سردرگمی و در نهایت عدم تمرکز بر محصول و کیفیت می شود.

و سخن آخر...

امیدوارم این صنعت نو پا هر روز شکوفاتر شود و فعالان صنعت، توجه بیشتری به این حوزه داشته باشند، زیرا این حرفه از زیر مجموعه های صنعت بسته بندی بوده و چندین سال است که تقریباً تمامی صنایع متوجه تاثیر شگرف بسته بندی در ارائه محصولات شان شده اند، به طوری که در بعضی موارد مبلغ بسته بندی یک محصول از خود محصول ارائه شده بالاتر است که نشان از آگاهی تولید کنندگان و دید بازشان نسبت به این موضوع دارد. در نهایت از نشریه خوب شما به دلیل فرصتی که به بنده داد تا بتوانم به عنوان یک عضو کوچک در این صنعت رو به رشد نظرات خود را بیان کنم، نهایت تشکر را دارم. ■





باکسیچی
Boxichi

باکسیچی تولیدکننده محصولات کادویی

و ملزومات مرتبط (جعبه کادو، ساک دستی و ...)



www.boxichi.com



021-44447259



boxichi



09029524951

اقتصاد کلان



دستچین شده از بهترین باغات چای
هندوستان و سیلان



در این بخش می خوانیم:

- باورهای قدیمی عرصه تجارت را دور اندازیم
- فساد که بهای آن را سفره های مردم باید بپردازند

رییس اتاق مشترک بازرگانی ایران و استرالیا

باورهای قدیمی عرصه تجارت را دور اندازیم

مصطفی حاتمی

با توجه به تنوع قومی و نژادی کشور استرالیا و ارتباطات گذشته کشورمان با آن، افق مثبتی پیش روی روابط تجاری ایران با این کشور می‌توان متصور بود که با همکاری همه فعالان اقتصادی و سیاسی دو کشور فراهم شده است، اما با توجه به پیشرفت‌های فناوری و تکنولوژی، ادامه این راه منوط به فاصله گرفتن از نگرش‌ها و روش‌های سنتی است. با توجه به این موضوع به سراغ دکتر حمیدرضا مناقبی، رییس اتاق مشترک بازرگانی ایران و استرالیا رفته و با وی گفت‌وگویی داشتیم که مشروح آن در ادامه می‌آید.

همکاری اقتصادی دو کشور که در جابه‌جایی کالا منحصر بوده، در حال جابه‌جایی با شیوه‌های نوین است که نیازمند همکاری و تعامل و سرمایه‌گذاری مشترک در زمینه نیروی انسانی، فرهنگی و سخت‌افزار است که شرایط آن در کشور استرالیا مهیا شده است.

آیا روابط تجاری بین دو کشور در زمینه اقلام دارویی به صورت مطلوبی برقرار شده است؟

کشور استرالیا در زمینه مواد خام دارویی مزیت فراوانی دارد، اما محدودیت‌های قانونی داخلی در مقابل واردات دارو و مواد مکمل غذایی و بهداشتی موجب شده در این خصوص با فراز و نشیب‌های زیادی روبه‌رو باشیم. اگرچه مواد اصلی دارو به لحاظ حجم پایین و از نظر ارزش بسیار بالا است، اما قوانین سخت‌گیرانه داخلی مانع از جابه‌جایی و تبادلات آزاد مواد دارویی می‌شود. از این‌رو تجارت به سمت شیوه‌های چمدانی و غیر رسمی غیرمستقیم برای تجارت این کالا می‌روند. با این وجود در سال ۲۰۲۲ میلادی حدود ۲۶ میلیون دلار دارو استرالیایی وارد کشور شده که امید است، در آینده این نوع همکاری‌ها توسعه پیدا کند. شایان ذکر است، بر اساس اعلام منابع غیر رسمی ۶۰ هزار ایرانی مهاجر به کشور استرالیا وجود دارد که به جهت محاسبه زاد و ولد مهاجرین، این آمار دقیق نیست. از سوی دیگر، حدود ۳۰ سال از مهاجرت برخی از ایرانی‌ها به این کشور می‌گذرد که همین موضوع، نشان از حل شدن آن‌ها در فرهنگ استرالیایی دارد که مزیت زیادی در توسعه روابط بازرگانی میان دو کشور است.

آیا استرالیا در بازار داخلی ایران سرمایه‌گذاری کرده است؟

تا سال ۲۰۱۰ کشور استرالیا به صورت مستقیم در ایران سرمایه‌گذاری داشت، اما از آن پس به دلیل تحریم‌ها این ارتباط قطع شد که به زبان هر دو کشور بود، از این‌رو امید است با استقرار ثبات در بازار، همکاری دو کشور تقویت شود. از سال ۲۰۱۳ که کشور استرالیا تحول چشمگیری در اکتشاف و حمل‌ونقل ایجاد کرد، سنگ آهن موجود را بدون دخالت انسان بهره‌برداری و ارسال می‌کرد. در رقابت با این شیوه صادرات، سنگ آهن ایران زمین گیر شد و قادر به رقابت با تولیدات این کشور نبود، بر این اساس شاهد تعطیلی بسیاری از معادن بودیم و حتی کشور چین نیز مایل به خرید سنگ آهن ایران نبود. پیشرفت‌های کشور استرالیا در این زمینه ادامه داشته و هم‌اکنون دستگاه‌های پیشرفته



لطفاً آماری از میزان صادرات و واردات ایران و استرالیا ارائه دهید.

کشور استرالیا به واسطه موقعیت سیاسی خاص خود در بلوک غرب به شدت از سیاست‌های بانکی و تحریمی کشور ایالت متحده پیروی کرده که در این شرایط آمار واقعی صادرات و واردات به دلیل درگیری با بانک‌ها، بیمه و کشتیرانی همواره مخفی نگه داشته می‌شود. از سوی دیگر، روند تجاری موجب شده تا کشورهایی به عنوان واسطه، کالاهای استرالیایی را از بنادر این کشور تحویل گیرند و بعد از آن به صورت ساخته‌شده یا فرآوری‌شده به ایران ارسال نمایند که این موضوع نیز از آمار صادرات استرالیا به ایران خارج است، با این حال بر اساس آمار وزارت خارجه استرالیا در سال ۲۰۲۲ میلادی حدود ۲۶۲ میلیون دلار حجم صادرات استرالیا به ایران و ۱۳۰ میلیون دلار نیز حجم واردات استرالیا از ایران بوده است. موضوع مهم اینکه به دلیل شرایط جغرافیایی خاورمیانه و نیازهای غذایی و فناوری آن که ایران نیز قسمتی از آن را تشکیل می‌دهد، همواره یک بازار جذاب برای کشور استرالیا به شمار رفته است. با توجه به این موضوع حتی در اوج تحریم‌ها روابط ایران و استرالیا و مراودات بازرگانی در حوزه مواد غذایی به قوت خود برقرار بوده و در قالب‌های جدید نیز همچنان ادامه خواهد یافت. در شرایط فعلی؛ یعنی عصر دیجیتال قالب‌های کهنه و قدیمی

اکتشاف و حفاری خودکار مشغول فعالیت در آن است. با این حال کشور ایران از نظر جغرافیایی و اقلیمی شبیه استرالیا است و انتظار می‌رود که سرمایه‌گذاران استرالیایی با توجه به منابع و مزایای موجود در کشورمان سرمایه‌گذاری کرده و از ظرفیت‌های داخلی ما بهره‌برداری کنند تا نوع دیگر همکاری جایگزین رقابت شود.

چه جذابیت‌هایی در ایران برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی وجود دارد؟

قطعا زمینه‌ها و جذابیت‌های زیادی وجود دارد، هر چند کشورمان طی ۳۰ سال اخیر از کاروان سرمایه‌گذاری و رشد و توسعه تجاری جا مانده است. مبادلات کالا و همکاری مشترک بین المللی در زمینه تولید و عرضه کالا شکل جدیدی پیدا کرده است. به عنوان مثال، در حالی که سخت‌گیری نسبت به بهداشت و سلامت کالاها در کشورهای دنیا بیشتر شده، در گذشته ایران سمومی به کشور وارد کرده که از سلامت و کیفیت لازم برخوردار نبوده و معضل باقی مانده سموم در این محصولات، موجب بدنامی محصولات ما شده است. بر اساس قوانین سخت‌گیرانه اروپایی، در هر جایی محصول نامناسب یافت شود، زنجیروار آن را به فروشنده و نهایتاً به کشور مبدا باز می‌گردانند، در حالی که در کشورمان به منظور پیشگیری و درمان این مشکل، اقدامی انجام نشده و حتی آزمایشگاه‌های مجهز برای بررسی سلامت و کیفیت محصولات کشاورزی به وفور وجود ندارد. با توجه به گسترش این نوع از همکاری‌ها میان کشورهای، در حال حاضر مهمترین شریک تجاری استرالیا، کشور چین است. شایان ذکر است، استرالیا صرف نظر از جایگاه سیاسی و اقتصادی در دنیای غرب و حجم همکاری‌های اقتصادی با چین، یک کشور مهاجرپذیر است و اقلیت‌های گوناگون آن، تنوع‌پذیری را در این کشور باب کرده‌اند که همین موضوع، روند تجاری را راحت‌تر کرده است، از این روی یکی از مهمترین رسالت‌های اتاق بازرگانی ایران و استرالیا، انتقال فرهنگ حاکم بر فضای اقتصادی این کشور به تجار ایرانی است.

حضور شرکت‌ها در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی چه نتایجی دارد؟

در همه حوزه‌ها بستر برای برگزاری نمایشگاه و یا اعزام هیات‌های تجاری فراهم است. از آنجایی که تجارت در حال نزدیک شدن با صنعت است و درست مانند صنعت نیازمند واردات و صادرات به موقع و برنامه‌ریزی شده است، نمایشگاه‌ها این فرآیند را تسهیل خواهد کرد. هر چند ممکن است که شیوع یک بیماری تمام نقشه‌های تجاری را بر هم بزند. برنامه‌ریزی صحیح و بهره‌برداری از فناوری اطلاعات از چنین آسیب‌هایی خواهد کاست که بخشی از آن از مسیر شرکت در نمایشگاه‌های محلی در منطقه خاور میانه و شمال آفریقا می‌گذرد.

آیا می‌توان به سرمایه‌گذاری در صنعت خودروی استرالیا یا عرضه قطعات ایرانی به این کشور امیدوار بود؟

کشور استرالیا با توجه به ارتباطات پیوسته و نزدیک با کشورهای غربی، مزیتی برای تولید خودرو ندارد، چون منعی برای واردات آسان از کشورهای پیشروی منطقه نیز ندارد، از این رو اقلیتی برای سرمایه‌گذاری در صنعت خودرو و سازی این کشور قابل مشاهده نیست. از سوی دیگر، ماشین‌آلات و قطعاتی از این کشور به ایران وارد می‌شود که مبتنی بر تکنولوژی و فناوری روز است. با این اوصاف چطور می‌توان کشوری که هم از نظر فناوری از ما قوی‌تر بوده و هم صنعت خودروسازی را از خود دور کرده، توقع سرمایه‌گذاری دوباره در این صنعت را داشت؟ چطور ماشین‌آلات قدیمی و کهنه ما، قطعاتی با کیفیت مورد انتظار این

کشورها به عنوان پیشران توسعه ایجاد کند؟ در شرایط کنونی کشوری مانند چین با ماشین‌آلات بسیار پیشرفته مشغول تولید قطعه با قیمت رقابتی است که کشورمان توان رقابت با آن را ندارد.

در شرایط فعلی روند فعالیت‌های تجاری و بازرگانی چه تغییری کرده است؟

در گذشته به واسطه اینکه شکل تجارت و همکاری‌های بین‌المللی با شرایط کنونی فرق داشت، شرایط تجارت دو کشور نیز متفاوت بود. به واسطه تغییرات در محیط بازرگانی و ورود فرهنگ صحیح مراودات و گفت‌وگوها و انتظارات، اتاق‌های مشترک بازرگانی موظفند که به عنوان تسهیل‌گر میان شرکت‌ها و افراد ارتباط برقرار کرده و علم و دانش و مهارت بازرگانی را در اختیار افراد قرار دهند. از نمونه این اقدامات می‌توان به برگزاری کلاس‌های مهارت‌افزایی با پشتیبانی سفارت این کشور و دوره‌های بین‌المللی دانش‌افزایی اشاره کرد که در اتاق مشترک بازرگانی ایران و استرالیا انجام شده است.

وزارت امور خارجه چه اقداماتی برای افزایش مبادلات تجاری انجام داده است؟

قطعا نگرش تیم دیپلماتیک کشور گشودن بازارهای خارجی به سوی کالاهای ایرانی است، اما مساله این است که امکانات و زیرساخت‌های این امر باید فراهم شده و بازارها مایل به پذیرش این کالاهای باشند. قطعا به دلیل نبود زیرساخت‌ها، فعالیت‌های دیپلماتیک کم شده است. هنوز محدودیت‌ها بسیار پررنگ است. البته دولت آیت‌الله رئیسی، برنامه توسعه روابط با همسایگان را در اولویت قرار داده، از این رو سرمایه‌گذاری در توسعه روابط با استرالیا که در آن سوی آب‌ها قرار دارد، سخت است. مساله این است که آیا وزارت خارجه بدون توجه به ملاحظات بین‌المللی و بلوک‌های اقتصادی و سیاسی تشکیل شده در سطح جهان، در توسعه روابط تجاری با همسایگان به‌طور کامل موفق بوده است؟

بخش تجارت نیازمند چه تغییرات و تحولاتی است؟

باورهای کهنه و قدیمی در خصوص تجارت را باید دور انداخت و به الگوهای جدید ارتباطی نظر داشت. امید است، با مهیا شدن شرایط، محدودیت‌های تجاری برطرف شود. بعد از شیوع کرونا نوع روابط تغییر کرده و امروز شرایطی ایجاد شده که مادر دنیای مجازی با یک کلیک در جلسات دیگر کشورها حاضر می‌شویم که مصداق آن، حضور در جلسات آنلاین با کشور استرالیا است. در حال حاضر تمرکز همه بر تولید کالاهایی با ارزش افزوده بالا است، نه حمل و ارسال مواد خام، بنابراین ما هم باید در این مسیر تلاش کنیم تا شاهد باز خورد مطلوب این فعالیت‌ها در عرصه بازرگانی بین‌المللی باشیم. امروز تعداد زیادی ایرانی در استرالیا تحصیل کرده و در بازگشت به کشورمان، طرح‌های استارت‌آپی، علمی، پژوهشی و کشت و زرع را به نحو مطلوبی در کشور اجرا کرده‌اند که قطعا آثار ماندگاری را برای اقتصاد کشور ما به همراه دارد.

و سخن آخر...

همان‌طور که گوشی‌های همراه امروزه ده‌ها فناوری و تکنولوژی را در دل خود به عنوان یک وسیله ارتباطی جای داده‌اند، از یک گوشی ساده فاصله گرفته‌اند و جریان ارتباطات و انتقال علم و آگاهی را به شدت تسهیل کرده‌اند، نسل باید باور کنند که فناوری، فرصت‌های زیادی را در اختیار آن‌ها و ملت ایران قرار می‌دهد، به شرط آنکه به درستی شناخته شده و مورد استفاده صحیح قرار گیرد. به همه اقشار و صنوف توصیه می‌کنم که با در اختیار قرار دادن آموزش و ابزار مناسب، فرزندان خود را به سمت استفاده از فناوری‌های نوین تشویق کنند. ■

در حالی که سخت‌گیری نسبت به بهداشت و سلامت کالاها در کشورهای دنیا بیشتر شده، در گذشته ایران سمومی به کشور وارد کرده که از سلامت و کیفیت لازم برخوردار نبوده و معضل باقی مانده سموم در این محصولات، موجب بدنامی محصولات ما شده است

فسادی که بهای آن را سفرهای مردم باید بپردازند

دکتر مهدی کریمی تفرشی
رییس کارگروه کسب و کارهای جاده ابریشم سازمان ملل - یونسکو

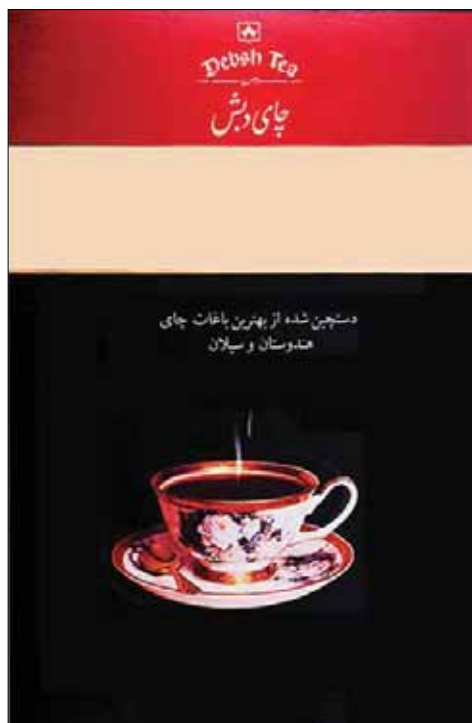


آنچه در موضوع
فساد واردات چای
اتفاقی افتاده ورقمی
که در این فساد مالی
جابه جاشد، معادل
نیمی از دارایی‌های
بلوکه شده ایران در
کره جنوبی است

حاشیه امن و رده‌های مدیریتی و سمت و جایگاه برخورد کرد. اما سوال اساسی اینجاست: جایی که تخصیص ارز و کنترل گردش حساب‌ها با دقت و وسواس انجام می‌شود، چطور ممکن است که چنین تخصیص ارزی بی‌مهابا و بدون دقت و بررسی صورت گرفته باشد؟ پس این فرآیندها هستند که باید اصلاح شوند، نه فقط متخلفان و سودجویان. بدیهی است که اقتصاد آزاد، شفافیت و انحصار، فساد می‌آورد. آیا زمان آن فرانسیده که در مسیر شفاف‌سازی نظام اقتصادی شروع به برداشتن گام‌هایی اساسی و سازنده نماییم؟ آنچه در موضوع فساد واردات چای اتفاقی افتاده ورقمی که در این فساد مالی جابه جاشد، معادل نیمی از دارایی‌های بلوکه شده ایران در کره جنوبی است. اتفاقی که هر چند شوکه کننده، اما خیلی جدید نیست. ریشه این تخلف وارداتی به سال ۱۳۸۹ بازمی‌گردد. نمونه این فسادهای مالی باعث شده که ایران در میان ۱۸۰ کشور از لحاظ گستردگی فساد مالی در جایگاه ۱۴۷ قرار بگیرد؛ جایگاه تاسف‌برانگیزی که نیاز به اندکی تأمل دارد. شاید لازم است، کتاب فرهنگ و تمدن این سرزمین را که با خون جوانمردان پاک‌باخته این آب و خاک رنگین شده، تورقی دوباره زد. آیا تحریم ما را به این روز انداخت؟ یا روش‌های دور زدن تحریم‌ها راه را برای سوءاستفاده گروهی باز کرده است؟ اما اگر نگاهی عمیق به تاریخ این سرزمین بیاندازیم، خواهیم دید که کشورمان روزهایی سخت‌تر از تحریم‌ها را از سر گذرانده و همچنان پابرجا و مقتدر ایستاده است. پس شاید باید جاهایی بپذیریم که کوتاهی از خودمان است. ضعفی انکارناپذیر در مدیریت داخلی ما و سیستم‌های نظارتی کشور وجود دارد که زخمی عمیق‌تر از تحریم‌ها بر پیکره اقتصادی کشور وارد کرده است. مقابله با چنین ضربه‌هایی نیاز به یک ریشه‌یابی اساسی، بازنگری در نظام مدیریتی کشور و نقطه ضعف‌های برطرف نشده دارد.

امید است، دولت محترم که پرچمدار مقابله با فساد در تمامی رده‌های مدیریتی است، بدون در نظر گرفتن ملاحظات محدود کننده، مقتدرانه با عوامل این گونه فسادها برخورد کند تا شاهد ضربه‌های اقتصادی بیشتر بر پیکره نظام که قطعا بهای آن را مردم شریف ایران و سفره‌های اقشار آسیب‌پذیر و از طرفی تولید و تولیدکنندگان غیرتمند این سرزمین که با چنگ و دندان چرخ تولید این کشور را پابرجا نگه داشته‌اند باید بپردازند، نباشیم. ■

میزان چای مورد نیاز کشور حدود ۱۰۰ هزار تن در سال است که از این میزان حدود ۷۰ درصد آن وارداتی است، در حالی که نزدیک به یکصد شرکت تولیدی و بازرگانی، در حوزه واردات چای مشغول هستند، عمده واردات توسط یک گروه تجاری خاص صورت می‌گیرد. بر اساس بررسی‌های سازمان بازرسی، کل ارز دریافتی یک شرکت خاص از سال ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱، در قالب واردات چای و ماشین‌آلات، معادل ۳ هزار و ۳۷۰ میلیارد دلار بوده که از این مبلغ حدود یک میلیارد و ۴۷۲ میلیون دلار از ارزش نیمایی تامین شده برای ماشین‌آلات و بقیه آن برای واردات چای بوده است. اینکه چطور ۲ میلیارد و ۸۷۲ میلیون دلار کالایی که هنوز وارد نشده، ثبت سفارش شده، جای تعجب و حاکمی از تخلفی انکارناپذیر است. در واقع رقمی است که می‌تواند صرف آبادانی کشور شود و در مسیر رشد و توسعه تولید و افزایش توان تولیدکنندگان در تامین مایحتاج مردم و تهیه ماشین‌آلات مدرن و به‌روز هزینه شود. البته که باید با متخلفان بدون هیچ‌گونه اغماض و بدون در نظر گرفتن



دنیای کارآفرینی



در این بخش می‌خوانیم:

- کمبود آموزش مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی
- چالش‌های فرهنگی سد راه فعالیت در عرصه سلامت بانوان

مدیر گروه کارآفرینی اهری عنوان کرد

کمبود آموزش مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی

سارا نظری

یکی از نکات مهم و کلیدی در ارتباط با کارآفرینی در دنیای امروز، ورود فناوری‌ها و تکنولوژی‌های روز است که ضمن افزایش درآمدهای، به تسهیل امور این بخش کمک کرده است. هر چند که هنوز موانع دولتی و مدیریتی در عرصه تصمیم‌گیری‌های کلان و عدم آگاهی‌های کافی از فعالیت‌های این بخش، به عنوان مانع شناخته می‌شود. مهندس حسین اصغریه، مدیر عامل گروه کارآفرینی اهری، فارغ‌التحصیل رشته نساجی با گرایش تکنولوژی از دانشگاه امیرکبیر تهران در گفت‌وگویی با «دنیای سرمایه‌گذاری» در این خصوص توضیحاتی ارائه می‌دهد. وی در رده‌های مدیریتی صنایع نساجی فعالیت داشته و ضمن کارآفرینی در زمینه هتلداری و ارز، سکه و صراف، در زمینه واردات مواد اولیه، نساجی و مدیریت پروژه بازرسی فنی ساخت پالایشگاه نیز فعالیت‌هایی داشته است. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

و مهارت‌های افراد، جذب طرح‌های کارآفرینی گروه کارآفرینی اهری می‌شوند که نمونه آن پروژه‌های عمرانی، مالی و نساجی است. از سوی دیگر، با توجه به ظرفیت کاری طرح‌ها، تعدادی از افراد باردهای کاری مختلف جذب آن شده که خروجی آن ایجاد شغل و کارآفرینی است. البته آماری مشخص در این خصوص وجود ندارد، اما میزان توسعه آن به عنوان تراز و نشانگر موضوع مطرح می‌شود. از آنجایی که مشتری، آخرین و مهمترین بخش هر فعالیت اقتصادی است، نمی‌توان میزان استقبال مشتریان را با شکل، آمار و عدد بیان کرد؛ هر چند میزان توسعه و رشد هر مجموعه اقتصادی می‌تواند به میزان استقبال آنان پی‌برد که این امر به افزایش درآمد، سودآوری و توسعه شرکت منتهی می‌شود. مصداق آن نیز توسعه گروه کارآفرینی اهری به یمن استقبال مشتریان است.

فعالیت شرکت‌های کارآفرینی چه کمکی به تسهیل موانع این حوزه خواهد کرد؟

کارآفرینی در جهان فناوری، مهمترین مقدمه ورود به توسعه یافتگی، جبران عقب‌ماندگی‌های اقتصادی و گذر از رکود بازار کسب و کار است. ضمن اینکه این امر به پر شدن خلأها و شکاف‌های بازار کار در توسعه و رشد کشور کمک می‌کند. البته برای گذر از مرحله سنتی به صنعتی باید به ظرفیت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینان در به کارگیری روش‌های جدید در بازار و خلق نوآوری‌ها اهتمام ورزید تا این قشر به منظور توسعه اقتصادی، افزایش درآمد سرانه و گسترش فرصت‌های شغلی کمک‌حال بخش دولتی باشند.

گروه کارآفرینی اهری چه اقداماتی در تسهیل شرایط کسب و کارها ایجاد کرده است؟

این گروه با شناساندن کسب و کارها به یکدیگر و ایجاد پنج مارکتینگ بسیاری از موانع پیش روی کسب و کارها را مرتفع کرده است. در حال حاضر شرکت‌های کارآفرینی به عنوان فعالان بخش خصوصی، بدون



گروه کارآفرینی اهری از چه سالی و با چه هدفی تاسیس شد؟

این گروه از سال ۲۰۱۷ میلادی با هدف ایجاد تیم‌های تخصصی کسب و کار در همه جای دنیا تاسیس شد و اهداف آن به منظور اشتغال‌زایی همگام با توسعه صنعت نساجی در کشورهای ایران، ترکیه و برزیل با رویکرد توجه به دانش و فناوری نوین در دستور کار گرفته است. مهمترین فعالیت‌های گروه کارآفرینی اهری، از دید ساخت‌افزایی، تمرکز بر بازارهای مالی و انتقال پول و از دیدگاه نرم‌افزاری، اولویت قرار دادن دانش روز جهانی در بحث مدیریت، منابع انسانی و تولید است.

از خدمات این گروه در سطح جامعه تا چه اندازه استقبال شده است؟

این خدمات برای ایرانیان به ویژه تازه‌واردان جذاب است. به نوعی باید گفت، بخشی از شرکت‌کنندگان نسبت به سوابق کاری، علایق

بهره بردن از رانت‌ها و یارانه‌های دولتی و ضمن بهره‌برداری بهینه از سرمایه‌های انسانی و منابع، علاوه بر درآمدزایی و ایجاد شغل، بار کار آفرینی با هزینه بالایی دولتی را از دوش دولت برداشته و در نهایت، به رشد و تقویت اقتصاد کشور کمک کرده‌اند؛ هرچند در این مسیر همواره چالش‌هایی وجود داشته است.

مهمترین این چالش‌ها در شرایط کنونی چیست؟

موانع متعددی در مسیر کار آفرینی وجود دارد، اما از نگاه بنده با توجه به مولفه‌های دنیای امروز ۳ مانع اصلی وجود دارد که شامل عدم توجه به دانش روز، عدم تربیت نیروی کارآمد انسانی و وجود قوانین نامناسب و مسئولان ناکارآمد است. گروه کار آفرینی اهری باتمیز روی این بخش‌ها سعی در تسهیل مسیر کار آفرینی به ویژه برای نسل جوان داشته است. شایان ذکر است، روزگاری به دلیل کم بودن برندها و شرکت‌ها، دسترسی به اهداف تنها با تلاش و سرمایه امکان پذیر بود، اما در دنیای امروز علم، دانش و منابع انسانی موثرتر از سرمایه است و به همین دلیل رشته‌های متعدد دانشگاهی در حوزه کسب و کار راه اندازی شده؛ هرچند موضوع منابع انسانی از حیثه اختیار شرکت‌ها خارج است.

چه افقی را پیش روی بخش کار آفرینی کشور می‌توان متصور بود؟

امروزه هر حرکت به سمت توسعه و پیشرفت است و نسل دهه ۸۰ و ۹۰ جایگزین نسل دهه ۶۰ و ۷۰ شده است. نسل‌های قبلی کمتر می‌توانستند در این زمینه فعالیت کنند، اما نسل امروز با ورود تکنولوژی‌های پیشرفته و تحولات حوزه‌های علم، فناوری و نوآوری، ابزارهای مختلفی در دست دارد که برای رسیدن به اطلاعات روز و دانش مضاعف، کارها را تسهیل می‌کند. به طور کل باید گفت افق هر فعالیت به میزان قدرت ذهنی، اشتیاق بی‌پایان و استمرار در تلاش وابسته است. در این مسیر اگر یک کار آفرین افق شفاف‌تری تصویر کند، در جهت بخشی به افق کسب و کار موفق خواهد بود، اما نباید به افق ترسیم‌شده تصمیم گیران کشور تکیه کرد، چرا که در واقع افق کار آفرینی هر کشور را کار آفرینان آن کشور تعیین می‌کنند. در حال حاضر دلسردی و بی‌انگیزگی صاحبان مشاغل متجر به فرار کار آفرینان و سرمایه‌ها شده است.

آیا برای حل چالش‌های کار آفرینی در این گروه اقدامی صورت گرفته است؟

مهمترین چالش گروه کار آفرینی کم بودن قدرت تحمل و ابهام از طرف دست‌اندرکاران بیزینس‌های نو پا است. البته چالش‌ها و ابر چالش‌های زیادی مانند نوسانات قیمت ارز، تورم لحاظ گسیخته، عدم حمایت عملی و غیر شعاری دولت، مالیات‌های سنگین، عدم همکاری در اعطای تسهیلات و... وجود دارد که چالش‌های کار آفرینی با افق نه چندان روشن و مدیریت‌های کوتاه مدت را می‌توان به آن اضافه کرد که درست مثل راه رفتن بر روی لبه تیغ است. سیاست‌های دولتی هم نه تنها تشویق کننده سرمایه‌گذاری و کار آفرینی نبوده، بلکه باعث فراری دادن سرمایه‌های مادی و معنوی شده است. عدم اطلاع از قوانین، تولید، نیازهای جامعه، مدیریت مالی و مالیاتی و... نیز از نمونه دیگر این چالش‌ها است.

موضوع کار آفرینی به طور عمده با چه مسائل و ریسک‌هایی روبه‌رو است؟

این موضوع در تمام دنیا مفهوم عمیق و پرچالشی است. حتی در تعریف کار آفرینی هم به این نکته اشاره شده که مواجهه با ریسک مالی امکان پذیر است، گرچه چالش‌های پیش روی یک کار آفرین تنها در مسائل مالی خلاصه نمی‌شوند. یکی از مهمترین مسائل پیش روی کار آفرینی کمبود آموزش مهارت‌های مرتبط با کار آفرینی است که از مهارت‌های فنی تا مهارت‌های مدیریتی را شامل شده و در بیشتر مواقع دلیل عمده چالش‌های کار آفرینان است. البته برای کسی که از این مرحله عبور کرده و آموزش‌های لازم را دریافت کرده، اولین چالش پیش رو انتخاب حوزه فعالیت است که علاوه بر علاقه‌مندی، برای کار آفرینی لازم است. علاوه بر این، فرد باید به درستی خدمات یا محصولات مورد نظر جامعه را شناسایی کند که معمولاً افرادی که وارد این حوزه می‌شوند، از پیچیدگی مراحل قانونی و اداری متعدد برای دریافت مجوزهای مختلف، شکایت دارند. برای همین سختی این مراحل، دلسردی بسیاری از افراد را در ابتدای مسیر در پی دارد. مورد دیگر به بحث بودجه و امور مالی مرتبط است. امروز راه اندازی یک کسب و کار جدید هزینه‌های زیادی نیاز داشته و در مقابل گزینیهایی هم برای حل این مشکل مثل دریافت وام، تسهیلات بانکی، همکاری با شرکت‌های شتاب‌دهنده به فرد کار آفرین کمک می‌کند. البته ممکن است این مرحله زمان و انرژی زیادی از فرد بگیرد که به این منظور میزان انگیزه و صوری کار آفرین بسیار مهم است.

تأمین نیروی انسانی چند در صد از دغدغه‌های کار آفرینان را تشکیل می‌دهد؟

یکی از چالش‌های مطرح استخدام نیروی انسانی است که هم اکنون حدود ۴۰ درصد آن را کار آفرینان، خانم‌ها و جوان‌ها تشکیل می‌دهند. به عنوان مثال، بسیاری از کار آفرینان در ابتدای مسیر، بودجه کافی برای استخدام نیروهای متخصص ندارند و ممکن است که همین امر از او سلب انگیزه کند. در چنین مواردی صحبت کردن از داستان شروع این کار و توجه داشتن به تاثیر الهام بخش رشد این کسب و کار کمک بخش افراد است تا با امید و انگیزه بیشتری مسیر را ادامه دهند. بازاریابی و موفقیت در عرصه رقابت با دیگر شرکت‌ها چالش مهم دیگر است. شرکت‌ها باید با نام تجاری و اسم برند خود شناسانده و شناخته شوند؛ هرچند شیوه‌های متنوعی از بازاریابی وجود دارد که این راه را هموار می‌کند، اما آنچه که مهم است، شناخت دقیق بازار هدف، کانال‌های ارتباطی و تبلیغات موثر است. **سیاست‌های دولت طی چند سال اخیر رانسبت به کار آفرینی چطور ارزیابی می‌کنید؟** دولت با سیاست‌های اقتصادی غلط و غیر کارشناسانه و با وجود تنش‌های سیاسی و تحریم‌های کمرشکن، نه تنها کمکی به پیشرفت این بخش نکرده، بلکه باعث فراری دادن کار آفرینان و فعالان این حوزه شده است. با این حال با وجود تمامی ناملایمات، سوء مدیریت‌ها و سیاست‌های غلط، هنوز هم باید به تغییرات و آمدن روزهای خوب امید داشت و دست از کار نکشید، چرا که آدمی به امید زنده است. ■

روزگاری به دلیل کم بودن برندها و شرکت‌ها، دسترسی به اهداف تنها با تلاش و سرمایه امکان پذیر بود، اما در دنیای امروز علم دانش و منابع انسانی موثرتر از سرمایه است

مدیرعامل شرکت مسیر سبز بیتا (لیوفا فارما) عنوان کرد

چالش‌های فرهنگی سدر راه فعالیت در عرصه سلامت بانوان

مینا افتخاری

بیتا باغستانی، مدیرعامل شرکت مسیر سبز بیتا (لیوفا فارما) که دارای مدرک کارشناسی مهندسی صنایع و کارشناسی ارشد کارآفرینی از دانشگاه تهران است، بعد از فراغت از تحصیل در صنایع مختلف فعالیت کرده و در نهایت به صورت تخصصی فعالیت در حوزه سلامت را انتخاب کرد. وی دوره MBA تخصصی مدیریت دارویی را گذرانده و پس از تجربه کار در چند شرکت و تأسیس استارت‌آپ، شرکت لیوفا فارما را در سال ۱۳۹۷ تأسیس کرده است. این مجموعه که با هدف ارتقای سطح سلامت و بهداشت بانوان در دوران قاعدگی تأسیس شده، در عین حال نگاهی هم به محیط‌زیست و توسعه پایدار دارد. این فعال حوزه سلامت، در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» مسایل فرهنگی و برخی تابوها را بزرگ‌ترین چالش پیش روی شرکت‌های فعال در این عرصه می‌داند و مشکلات قانونی و بوروکراسی اداری را از دیگر موانع فعالیت ارزش‌یابی می‌کند. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانید.

به‌زودی وارد بازار می‌شوند. مواد اولیه این محصولات هم وارداتی است، ولی در کشورمان تولید می‌شود.

چه انگیزه یا مسأله‌ای موجب شد که به عنوان اولین تولیدکننده کاپ قاعدگی، فعالیت خود را آغاز کنید؟

قبل از اینکه ما وارد بازار شویم، دو برند خارجی از فنلاند و آلمان در کشورمان حضور داشتند و استراتژی قیمت‌گذاری آن‌ها به گونه‌ای بود که خیلی عامه مردم را درگیر نمی‌کرد و متعلق به قشر خاصی بود. در عین حال مشکلات موجود در زمینه واردات هم باعث شد به این فکر کنیم که تولید داخلی این محصول را داشته باشیم تا تأمین آن را راحت‌تر انجام دهیم و دسترسی اقشار مختلف جامعه به این محصولات ضروری را فراهم کنیم.

تکنولوژی ساخت و مواد اولیه محصولات را از کجا و چگونه تأمین می‌کنید؟

مواد اولیه مورد نیاز را از واکر شیمی آلمان که جزو بهترین و مطرح‌ترین شرکت‌های تولیدکننده سیلیکون پزشکی در دنیا است، وارد می‌کنیم. تکنولوژی تولید را هم با استفاده از مهندسی معکوس از نمونه‌های خارجی به دست آوردیم و فرآیند را در اختیار گرفتیم. تکنولوژی، قالب، دستیابی به یک سیستم بهینه و حل و فصل موارد قانونی تقریباً دو سال طول کشید؛ یعنی در سال ۱۳۹۷ شرکت را تأسیس کردیم، ولی اولین محصول ما در مرداد ماه ۱۳۹۹ وارد بازار شد و در این مدت، بر بازار، دانش فنی و مسایل قانونی تمرکز داشتیم.

برای اینکه تولیدات مجموعه از کیفیت مناسبی برخوردار باشد، چه پارامترهایی را در نظر می‌گیرید؟

مهم‌ترین موضوع، مواد اولیه است و ما از بهترین و باکیفیت‌ترین مواد استفاده می‌کنیم. در واقع یکی از ارزش‌های اصلی ما حفظ کیفیت است و هیچ‌گاه کیفیت را فدای قیمت نکردیم. در عین حال وقتی مواد اولیه از بهترین سیلیکون پزشکی باشد، در ادامه راهی به‌جز خوب بودن نداریم. این در حالی است که شاید می‌توانستیم از مواد اولیه ارزان‌تر و با کیفیت پایین‌تر بهره ببریم؛ همان‌طور که برخی از برندها به منظور پایین آوردن



سید کالای شرکت لیوفا فارما شامل چه محصولاتی می‌شود؟

محصول اصلی ما، کاپ قاعدگی است که در واقع لیوفا فارما با همین محصول آغاز به کار کرد. ما اولین تولیدکننده کاپ قاعدگی در ایران هستیم و زمانی که شروع به کار کردیم، هنوز در منطقه هم هیچ تولیدکننده‌ای وارد نشده بود. در واقع کاپ قاعدگی، جایگزین نوار بهداشتی و تامپون بوده و گزینه‌ای سالم، راحت، دوست‌دار محیط‌زیست و البته مقرون به‌صرفه است؛ زیرا تا ۱۰ سال قابلیت استفاده دارد. پس از آن یک سری محصولات جانبی جدید برای استفاده راحت‌تر از کاپ قاعدگی وارد سبد محصولات کردیم. به‌تازگی هم محصولات دیگری را مانند لباس‌های زیر مخصوص دوران قاعدگی و پدهای گرمایی که به کاهش دردهای این دوران کمک می‌کند، عرضه کرده‌ایم تا به واسطه آن‌ها دامنه مشتریان هدف‌مان را بزرگ‌تر کنیم. البته عرضه محصولات بیشتری را در دستور کار داریم که

هزینه‌های تولید، این کار را انجام می‌دهند. همچنین با تکنولوژی‌ای که در اختیار داریم، می‌توانیم تزریق و قالب‌سازی را انجام دهیم و در نهایت با اعمال استانداردهای سخت‌گیرانه، اگر کوچک‌ترین لکه یا مشکلی روی محصولات باشد، چندین مرتبه بازبینی می‌شود تا مطمئن شویم، محصولی که به دست مشتری می‌رسد، بهترین است.

با توجه به اینکه نخستین شرکت فعال در این زمینه هستید، تمایز شما نسبت به رقبای چیست؟

اولین تمایز ما، مزیت قیمت مناسب است که در عین حفظ کیفیت، کاملاً قابل رقابت با نمونه‌های اروپایی، آمریکایی و استرالیایی است. در کنار آن سعی کرده‌ایم که دسترسی پذیری محصولات را افزایش دهیم. شاید قبلاً فقط امکان خرید آنلاین محصولات مازا از طریق برخی از پلتفرم‌ها وجود داشت، اما سعی کردیم که آن‌ها را کاملاً وارد جامعه کنیم. هم‌اکنون در بیش از ۱۵۰۰ داروخانه در سراسر کشور محصولات لیوآفار ما عرضه می‌شود و این فقط شامل تهران یا شهرهای بزرگ نیست، بلکه در دورافتاده‌ترین نقاط و شهرها هم محصولات ما به صورت فیزیکی عرضه می‌شوند. در واقع به دلیل اینکه محصولات ما جدید است، به عرضه فیزیکی توجه بسیاری کردیم تا مردم این محصولات را ببینند و با آن‌ها آشنا شوند. مزیت بعدی، به آگاهی بخشی و فرهنگ‌سازی بازی می‌گردد که اهمیت بسیاری به آن داده‌ایم و صرفاً این گونه نبوده که محصولی را وارد بازار کنیم و نگاهمان فقط به فروش آن باشد. این موضوع باعث شده که برند لیوآفار در دوران قاعدگی گره بخورد و بعد از چند سال فعالیت، برند شناخته شده‌ای باشد. آخرین مزیتی که به تازگی روی آن کار می‌کنیم، تنوع سبد کالایی به عنوان اولین شرکت تخصصی است که روی موضوع پر بود بانوان کار می‌کند. البته شرکت‌های دیگری هستند که محصولات متنوعی هم دارند، اما شرکت لیوآفار ما به صورت تخصصی در زمینه بهداشت و سلامت قاعدگی کار می‌کند و محصولات جدیدی که وارد بازار کرده‌ایم، موجب شده که سبد محصولات مان کامل تر شود و بتوانیم افراد بیشتری را تحت پوشش قرار دهیم و در این زمینه شناخته شده‌تر شویم.

مسائل فرهنگی که اشاره کردید، تا چه اندازه موجب ایجاد چالش برای لیوآفار ما شده و به صورت اختصاصی چه اقداماتی برای فرهنگ‌سازی و از بین بردن این چالش‌ها انجام داده‌اید؟

یکی از چالش‌های بزرگ، تابوی موجود در مورد قاعدگی و صحبت کردن درباره آن است. به غیر از این، افراد سال‌ها از یک روش دیگر در این دوران استفاده کرده‌اند و قاعدتا اگر بخواهید این روش را کاملاً تغییر دهید، مقاومت زیادی را در آن‌ها ایجاد می‌کند؛ البته من همیشه چالش را دوست دارم و برایم خیلی جذاب است. هر چند که شناساندن این ارزش‌ها به افراد که می‌توانند انتخاب‌های سالم‌تری برای خود رقم بزنند، می‌توانند زندگی راحت‌تری داشته باشند و به محیط زیست احترام بگذارند، شاید کمی سخت باشد؛ اما راه آن تولید محتوا است و با تولید محتوای خلاقانه می‌توانیم کار را پیش ببریم. همچنین همکاری با سایر برندها و کسب و کارها در این زمینه به ما کمک کرده و بسیار تاثیر گذار بوده است.

علاوه بر چالش فرهنگی، با چه مشکلات دیگری روبه‌رو بوده‌اید؟

برخی از چالش‌های قانونی هم در این عرصه وجود دارد. ما به عنوان اولین تولیدکننده این محصولات، چالش‌های بسیاری را از سر گذرانده‌ایم. آن زمان که ما آغاز به کار کردیم، رویه‌ای در سازمان‌ها و به خصوص اداره تجهیزات پزشکی در این رابطه وجود نداشت و در واقع این رویه‌ها با ما ساخته شد و بالاخره اولین بودن همیشه چالش‌ها را به همراه دارد. البته هنوز هم این مشکلات وجود دارد و همان قدر که چالش فرهنگی و تابو در خصوص دوران قاعدگی و در بطن جامعه وجود دارد، متأسفانه در سازمان‌ها هم وجود دارد. بسیاری از اوقات برای ارائه در سازمان‌ها و ادارات حضور پیدا می‌کنیم، ولی از مافزار می‌کنند و دوست ندارند بشنوند که این موضوع، مقداری کار را برای ما سخت می‌کند. قاعدتا به دلیل اینکه آدم‌ها از این موضوع فرامی‌کنند، نمی‌توانیم چندان حمایت خاصی دریافت کنیم. در حقیقت ما از زمان آغاز به کار از هیچ ارگانی حمایتی نشده‌ایم و همه مسایل را خودمان جلو برده‌ایم. ضمن اینکه در کشور ما شرکت‌هایی که تازه کار هستند، به خصوص اگر فناور باشند، با برخی از خلأهای قانونی در رابطه با مجوزها، موارد قانونی و مالیاتی مواجه هستند که تبدیل به چالشی برای تمام تولیدکنندگان شده است. در مجموع، بوروکراسی اداری طولانی، بسیار اذیت‌کننده است.

آیا لیوآفار ما با شرکت‌های دانش‌بنیان هم همکاری دارد؟

با توجه به اینکه خودمان تولیدکننده هستیم و از آن سمت مواد اولیه مورد نیاز را وارد می‌کنیم، عملاً در بحث تولید مرادده خاصی با سایر شرکت‌ها نداریم؛ مگر در مورد بحث‌های مربوط به فروش محصولات که با تعدادی پلتفرم همکاری داریم که تعدادی از آن‌ها دانش‌بنیان هستند.

به منظور توسعه فعالیت‌های خود چه برنامه‌ها و استراتژی‌هایی را در نظر گرفته‌اید؟

همزمان چند استراتژی داریم؛ اولین استراتژی این است که با توجه به آنکه هنوز هم نیاز به فرهنگ‌سازی وجود دارد، در این زمینه اقدامات لازم را انجام دهیم، دامنه فعالیت‌های خود را اندکی افزایش دهیم و سعی کنیم تا بیشتر در بطن جامعه باشیم. ضمن اینکه فعالیت‌های اسپانسر و فعالیت‌های تبلیغاتی در راستای فرهنگ‌سازی را به صورت موازی با توسعه سبد محصولات پیش می‌بریم؛ چرا که هر چقدر سبد محصولات بزرگ‌تر باشد، به همان اندازه می‌توانیم به افراد و مشتریان بیشتری دسترسی داشته باشیم. همچنین در نظر داریم تا وارد بازارهای خارجی شویم؛ آن‌ها که در حال حاضر در عراق و افغانستان اقداماتی را به صورت محدود انجام داده‌ایم، ولی دورنمای ما این است که وارد بازارهای اروپایی هم بشویم.

آیا در خصوص تأسیس شعبه با سایر کشورها همکاری دارید؟

محصولات ما به لحاظ میزان استاندارد و کیفیت کاملاً قابل رقابت با نمونه‌های اروپایی است و به همین دلیل تصمیم گرفتیم که وارد قلب اروپا شویم. در همین رابطه به زودی، شعب و نمایندگی‌های لیوآفار ما در اروپا و به خصوص کشور سوئد آغاز به کار خواهند کرد. به هر حال وقتی وارد بازار آزاد شویم، از آن سمت احتمال اینکه بتوانیم وارد بازار سایر کشورها شویم، افزایش می‌یابد. من به شخصه علاقه‌مند به حضور در بازار کشورهای حوزه خلیج فارس هستم و قاعدتا پس از حضور در اروپا، دسترسی به حوزه خلیج فارس بسیار راحت‌تر خواهد شد و امیدواریم که ظرف یک تا دو سال آینده لیوآفار بیشتر ببینید. ■



الاختـيار

باحث في مجال نمذجة المعلومات الإنشائية
دراسة صناعة البناء والتشييد في العصر الرقمي



صرح الرئيس التنفيذي لفندق أرتا قشم
حل جزء من مشكلة البطالة مع التطوير الفندقي



نائب رئيس مجلس إدارة مجموعة فنادق كوثر
وصف لتصميم الفندق والتخطيط والبناء



رئيس جمعية أصحاب الفنادق خراسان الرضوية
تعمل المنازل الخاصة دون دفع الضرائب



مصمم التعبئة والتغليف لشركة سيلانه سبز القابضة
إن الجمع بين العلم والصناعة هو أهم ركائز التقدم



المدير العام لمجموعة جورجراف
يعد نشاط المجموعات غير المصرح بها من أهم اهتمامات منتجي صناعة الطباعة



الرئيس التنفيذي لشركة باكسيجي
يعد إنتاج منتجات عالية الجودة شرطاً للنجاح في المنافسة



وقال مدير مجموعة اهري لريادة الأعمال
نقص التدريب على المهارات المتعلقة بريادة الأعمال



عالم الاستثمار اختيار ذكي لدخول سوق الأعمال الإيرانية

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

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

صاحب الامتياز والرئيس التنفيذي:

مرتضى فغانى

رئيس التحرير: فرهاد اميرخانى

المدير التجارى: سارة نظرى

المترجم: سعيد عدالت جو

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

رقم ٢٧، الوحدة الثامنة

رقم الهاتف: +٩٨٢١ ٨٨٨٦٤٨٤٢

رقم الفاكس: +٩٨٢١ ٨٨٨٦٤٧٨٦

الرمز البريدي: ١٥٨٨٨٦٣٤٤

رقم الهاتف المحمول: +٩٨ ٩١٣٧٧٠٧٧٤٥

البريد الإلكتروني: d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

تحديات ميزانية العام المقبل



مرتضى فغاني
عضو غرفة تجارة طهران

عموميات مشروع قانون موازنة ٢٠٢٤ تمت الموافقة عليها من قبل المجلس الإسلامي، الذي يتمتع بوضع خاص من حيث تقليل الاعتماد على النفط، وزيادة حصة الضرائب، وأيضاً النهج الانكماشى. وبحسب الإحصائيات المنشورة فإن الدخل المستقر للحكومة في موازنة العام المقبل بلغ ١٤٩٥ ألف مليار

تومان، أي زيادة قدرها ٤١,٩٪ مقارنة بالعام الماضي. وبحسب هذا العدد، فقد بلغت حصة هذا الدخل من إجمالي الدخل الحكومي ٦١,٥٪، وهو ما يمثل ارتفاعاً بنحو ١١٪ مقارنة بالعام الماضي. وفي الموازنة ٢٠٢٣ حصة ضريبية بنحو ١١٢٢ ألف مليار تومان تظهر نحو ٤٩,٨٪، تشكل نحو ٤٦,١٪ من موارد الموازنة، وهو أمر فريد في تاريخ الموازنات بعد الثورة الإسلامية. من ناحية أخرى، بلغت حصة إيرادات النفط في موازنة هذا العام ٥٥٤ ألف مليار تومان، بانخفاض نحو ٨٪ مقارنة بالعام الماضي. كما خفضت الحكومة الكمية المقدرة لصادرات النفط بمقدار ٥٠ ألف برميل واعتبرتها مليون و٣٥٠ ألف برميل، كما انخفض سعره بمقدار ١٠ دولارات مقارنة بالعام السابق إلى ٧٥ دولاراً للبرميل. وبهذه الأرقام انخفضت حصة الإيرادات النفطية بنسبة ٦,٢٪ مقارنة بالعام الماضي لتصل إلى ٢٣,٨٪. وبعد قولي هذا، يمكن القول إن ميزانية إيران لم تعد تعتمد على بيع النفط والغاز، بل أصبح معظمها يعتمد على الضرائب.

وبشكل عام، تقدر في الموازنة الجديدة لموارد الحكومة للعام المقبل ٣ ملايين ٧٤١ ألف مليار تومان، كما يبلغ إجمالي نفقات الموازنة ٣ ملايين ٧٤١ ألف مليار تومان. منها إيرادات الموازنة ٣ ملايين ١٧٥ ألف مليار تومان والنفقات ٢ مليون ٨٤٤ ألف مليار تومان. كما تعتبر الزيادات في رواتب الموظفين والمتقاعدين ١٨٪ و٢٠٪ على التوالي، وهو ما يعادل نحو نصف معدل التضخم بحسب معدل التضخم المعلن. ومن ناحية أخرى، ارتفعت أيضاً موارد الموازنة العامة للحكومة بنسبة ١٦,٧٪ في المائة، وهو ما يعني اتباع نهج انكماشى تجاه التضخم. وبحسب موازنة هذا العام، يمكن طرح بعض التحديات الكبرى في حجم المداخيل والنفقات، وكذلك النظر في زيادة الأجور. الحالة الأولى المتمثلة في زيادة الضرائب إلى أكثر من نصف حصة الإيرادات يجب أن يصاحبها تعزيز شفافية الحكومة وضرورة مشاركة الشعب في الحكم، وإلا فإن هذه السياسة لا يمكن أن تستمر وسنشهد عواقب اجتماعية مؤسفة فضلاً عن زيادة في التهرب الضريبي. ومن ناحية أخرى، فإن زيادة الإيرادات الضريبية وتقليل الاعتماد على النفط ينبغي أن تظهر أيضاً عواقبها الاقتصادية. كما أن زيادة رواتب ومزايا موظفي الحكومة بنسبة ٢٠٪ مع الأخذ في الاعتبار أن معدل التضخم لا يقل عن ٤٥٪، سيعني زيادة المشاكل المعيشية، والتي يجب التغلب عليها من خلال السيطرة على التضخم؛ وإلا فإن استمرار السياسات الانكماشية سيخلق ردود فعل سلبية في المجتمع. ■

تطوير النقل؛ شرط أساسي لازدهار السياحة



فرهاد أميرخاني
رئيس التحرير

تمتّع إيران بقدرة كبيرة ومستقبل مشرق في صناعة السياحة، والتي يمكن أن تحقق إنجازات كبيرة، سواء بالنسبة لصناعة السياحة المحلية أو العالمية. في الواقع، يمكن اعتبار بلادنا وجهة جذابة للسياح الذين يعتزمون السفر إلى شمال أفريقيا والشرق الأوسط بسبب اتساع أراضيها وتنوع مناخها وتاريخها العريق. لقد تم إهمال القدرة السياحية الهائلة لإيران لأسباب عديدة وكل مرة تنتظر الاهتمام وأن تتحقق. في كثير من الأحيان، قامت المنظمات الدولية، بما في ذلك منظمة السياحة العالمية واليونسكو، بتقديم بلادنا كواحدة من أفضل ١٠ دول محتملة في العالم من حيث عدد السياح الوافدين بسبب مناطق الجذب السياحي العديدة التي تتمتع بها. تعتقد هذه المجتمعات أن بلادنا يمكن أن تصبح مركزاً سياحياً لآسيا

ومع ذلك، فإن تحقيق هذه الرغبة، بغض النظر عن الاعتبارات السياسية، يتطلب في المقام الأول وجود بنية تحتية مناسبة ومهنية في صناعة النقل؛ لأنه لا توجد إمكانية لتطوير صناعة السياحة في هذا العصر الذي يعرف بعصر الاتصالات إذا لم يكن هناك أو خلل في مجال وسائل النقل والمواصلات!

إن تطوير هذه الصناعة والاستفادة منها لن يكون ممكناً دون النظر في شبكة النقل. وفي الواقع فإن المعالم السياحية الكبرى في الدول، بعد أن أصبحت متاحة ومتصلة بشبكة المواصلات، تصبح مذهلة وتجذب انتباه السياح. تحتاج هذه المعالم السياحية، التي يقع الكثير منها في مناطق غير حضرية، في بداية كل خطة وعمل، إلى شبكة مواصلات، بما في ذلك الطرق البرية والجوية والسكك الحديدية والبحرية، وحتى المشاة؛ لأن السائح يأخذ في الاعتبار دائماً عاملي التكلفة والوقت في قراراته، كما أن عدم توفر وسائل نقل آمنة وسهلة وبسعر معقول يعتبر عائقاً أمام أي تنمية سياحية في الدول. الآن، أكثر من أي وقت مضى، إلى جانب تطوير النقل وتعزيز العلاقات الجيدة مع الدول الأخرى، تحتاج بلادنا بشكل عاجل إلى تطوير شبكة النقل ذات التوجه السياحي. وفي السنوات الماضية، سافر أكثر من نصف السياح الأجانب جوا ورفضوا السفر برا. يتم سفر غالبية السياح المحليين عن طريق البر وبدرجة أقل عن طريق السكك الحديدية. على الرغم من حدوث تطورات خطيرة في الآونة الأخيرة في صناعة السياحة وشبكة النقل في بلادنا؛ من الآن فصاعداً، إلى جانب تشييد البنية التحتية ومرافق الإقامة، ينبغي إيلاء المزيد من الاهتمام لها، حتى يتمكن السياح المحليون والأجانب على الأقل من الاستفادة من قدرات بلادنا وتجربة رحلة جيدة لا تنسى. ■



الدكتور علي أصغر شالبافان
نائب وزير السياحة بوزارة التراث
الثقافي والسياحة والصناعات
التقليدية

رؤية صناعة السياحة في إيران حتى أفق عام ٢٠٢٥

إن تجميع وتنظيم الوثائق مثل وثائق الرؤية ذات الأفق طويل المدى، من خلال رسم المستقبل، يحدد اتجاه استراتيجيات الحكومات وأعمالها. إن حركة جميع المكونات الفاعلة في التنمية السياحية تدور حول محاور محددة لتحقيق الهدف المستمد من وظائف هذه الوثائق. خلال الأعوام من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٤ وتمشيا مع وثيقة رؤية ٢٠٢٥ لجمهورية إيران الإسلامية، تم تجميع وثيقة الرؤية السياحية للبلاد. ولأول مرة، جعلت هذه الوثيقة فئة السفر والسياحة أحد الأجزاء المهمة في الوثائق الأولية لتنمية البلاد. وفي هذه الوثيقة تم تحديد التحديات التي يواجهها هذا القطاع ومن خلال تحديد أهداف كمية تم وضع الاستراتيجيات لتحقيق هذه الأهداف.

من خلال تعزيز مكانة صناعة السياحة في الوثائق الأولية لتنمية البلاد، تم اعتماد الاستراتيجيات والتدابير التنفيذية في فترات مختلفة، مما أدى إلى حركة التنمية السياحية في البلاد. التغييرات الهيكلية للإدارة الحكومية لهذه الصناعة من منظمة تابعة لوزارة الثقافة والإرشاد الإسلامي إلى منظمة مستقلة تحت إشراف الرئيس وتشكيل مكاتب عامة في المحافظات في المستويات الأدنى ثم كوزارة مستقلة، الموافقة على القوانين واللوائح الداعمة لهذه الصناعة، ومن بين هذه البرامج والتدابير زيادة التعاون بين الإدارات والمؤسسات، وتطوير الاستثمار ودعم المستثمرين في قطاع السياحة، وتطوير أسواق السياحة، وتنويع الأسواق المستهدفة. وبما أن طبيعة هذه الوثيقة استراتيجية، فإن التغييرات البيئية الجزئية والكلية لها تأثير كبير عليها. خلال الفترة التي سبقت تحقيق أهداف وثيقة الرؤية، حدثت العديد من التغييرات في بيئة صناعة السياحة، ووفقاً لهذه التغييرات البيئية، تم اعتماد استراتيجيات وتدابير مختلفة لتحقيق الأهداف. ومن الأمثلة على هذه الحالات الأزمات السياسية، والتغيرات في العلاقات والاتصالات الإقليمية، وتغيرات أسعار الصرف، والاضطرابات السياسية والاجتماعية، والكوارث الطبيعية، وتفشي الأمراض، وما إلى ذلك. بعض هذه التغييرات أساسية للغاية وتؤثر على طبيعة الإجراءات بشكل أكبر. ومن أهم هذه التغييرات البيئية، أي انتشار وباء كورونا في العالم، أثر فجأة على السياحة الدولية وبالتالي على السياحة الداخلية إلى إيران، ونتيجة لذلك، على السياحة الداخلية إلى البلاد، التي كانت قبل تفشي الوباء حوالي ٩ ملايين شخص، وتوقف عندما أغلقت حدود البلاد، وبعد ذلك، حتى مع انتهاء الوباء، بدأ ينمو ببطء في العالم وفي إيران. وفي عام ٢٠٢٢، سيبلغ عدد السائحين الداخلين إلى البلاد نحو ٤ ملايين شخص، وهو ما يمثل تغيراً إيجابياً يزيد عن ١٣٠٪ مقارنة بالعام السابق، لكنه لم يعود بعد إلى ما كان عليه قبل تفشي كورونا؛ وباعتباره تحدياً بيئياً، فهو يؤخر تحقيق أهداف وثيقة الرؤية. إن التغيير في التوجهات الاستراتيجية واختيار الأسواق المستهدفة، فضلاً عن التركيز على المنتجات السياحية الأقل عرضة للتغيرات في البيئة الكلية، من بين الاستراتيجيات التي تم اعتمادها من أجل الحد من آثار التغيرات البيئية وتحقيق الأهداف. من وثيقة الرؤية. ■

تعريفات البناء الذكي مشاركه ومعضلاته



سيف الله نامي
رئيس جمعية أصحاب العمل
في مجال التكنولوجيا الرقمية
والاستخبارات في إيران

وتشكلت التطورات والاتجاهات الصناعية في مجال المباني من تحويل المنازل السكنية القائمة إلى مباني ذكية وإنشاء مباني ذكية جديدة. ومع تطور أجهزة الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر، تشكلت مفاهيم المباني الذكية بالاعتماد على أنظمة الكمبيوتر والاتصالات الكهربائية. وأدى هذا التطور إلى التنسيق بين الأنظمة المختلفة مثل الإضاءة والأمن ودرجة الحرارة واستخدام الأجهزة الكهربائية، وأدى إلى ظهور

المفاتيح وأجهزة الاستشعار الرقمية، وتكامل العالم المادي مع الكمبيوتر خلق عالماً جديداً مع عقلية الكمبيوتر. ولم تؤدي هذه التطورات إلى توفير الراحة والأمن والأمان وسهولة الوصول والسرعة فحسب، بل خلقت أيضاً أسواقاً جديدة ونمواً سريعاً في هذا المجال، بدءاً من صناعة أنظمة الإضاءة والأمن الذكية وحتى استخدام الرقمنة في إدارة درجة الحرارة والأنظمة الكهربائية.

المباني الذكية

المباني الذكية ذات نظام الإدارة الذكي عبارة عن مزيج من الأجهزة والبرامج المثبتة للمراقبة والتحكم المتكاملين في الأجزاء المهمة من المبنى. تم تعريف مصطلح المباني الذكية في الأصل على أنه المباني التي "يتطلب تصميمها وتشبيدها دمج التقنيات الجديدة المعقدة في نسيج المبنى" وتوسعت في العقود الفاصلة، ولكن في جوهرها تكمن الحاجة إلى دمج مجموعة متنوعة من التقنيات الجديدة، بما في ذلك تلك أنها لم يتم تطويرها بعد، لا يزال قائماً. وقد أدى التنبؤ بالتعلم المستقبلي إلى تطبيقات مهمة للذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في هذا المجال. نظراً للحاجة الملحة لتغير المناخ، كانت إدارة الطاقة موضع تركيز خاص لهذا البحث مع التركيز الثانوي على المراقبة وتشخيص الأخطاء ومشكلات الجدولة. أدى التقدم في نمذجة معلومات البناء (BIM) لدمج المعلومات اللازمة لدعم تطبيقات البناء الذكية طوال دورة حياة المبنى إلى إنشاء حلول مهمة لنظام التشغيل الآلي للمبنى (BAS) وتدفق بيانات شبكات الاستشعار الأخرى.

ووفقاً للقضايا المطروحة، يتم مراعاة ٤ مكونات أساسية، بما في ذلك السلامة في الهياكل والمرافق، والأمن داخل المبنى وحوله، والإدارة الذكية للمرافق والطاقة، في قسم المباني الذكية. هذه هي المواضيع الرئيسية في قطاع الإدارة الذاتية، والذكاء في المجموعات وتكامل جميع الأنظمة المختلفة داخل المبنى، مما يؤدي إلى زيادة الرفاهية والسلامة والأمن وتقليل استهلاك الطاقة وتكاليف التشغيل. يقومون بإنشاء المبنى بأنفسهم وتقليل تكاليف التشغيل في المستقبل. ■

دراسة صناعة البناء والتشييد في العصر الرقمي



حسن موسى
باحث في مجال نمذجة
المعلومات الإنشائية

تعتبر الرقمنة واحدة من أهم الاتجاهات الناشئة في العالم المعاصر. منذ الثورة الصناعية الثالثة ثم مع تشكيل الثورة الصناعية الرابعة (٤٠،١)، تحرك العالم المعاصر بشكل متزايد نحو الرقمنة. وفي هذا الصدد، تم أيضًا تشكيل مفاهيم مثل البناء الرابع (البناء ٤.٠) الذي يمحور حول صناعة البناء والمجتمع الخامس (الاجتماعي ٥.٠) الذي يتمحور حول المجتمع الرقمي. وقد أسست هذه التقنيات لمفهوم جديد يسمى الاقتصاد الرقمي.

تم اقتراح مصطلح «الاقتصاد الرقمي» لأول مرة في عام ١٩٩٠ من قبل أستاذ وباحث اقتصادي ياباني يدعى ماساهيرو ناكاياما. وقد حظي مصطلح «الاقتصاد الرقمي» بعد ذلك بقبول الاقتصاديين والباحثين الغربيين، وسرعان ما انتشر في الأوساط العلمية والتجارية. في عام ١٩٩٥، نشر دون تابسكوت كتابًا بعنوان «الاقتصاد الرقمي» (الوعد والخطر في عصر المعلومات الشبكية).

واحدة من أفضل النظريات لفهم تأثير التكنولوجيا الرقمية في العصر المعاصر على الاقتصاد بشكل أفضل هي نظرية الابتكار لشومبيتر. ومن خلال دراسة نظرية جوزيف شومبيتر حول دورات الابتكار، يمكننا أن نفهم أهمية العصر الرقمي في تطور الاقتصاد الوطني. كان شفايتزر أحد أبرز الاقتصاديين في القرن العشرين، ومن خلال التعبير عن نظرية دورة الابتكار، أظهر أن موجات الابتكار كانت العامل الأكثر أهمية في خلق الاختلافات بين الدول الرائدة في مجال التنمية الاقتصادية المستدامة في كل عصر. ومن خلال دراسة هذه الاتجاهات، فمن الواضح أن الدول الرائدة مثل ألمانيا وفرنسا، وخاصة إنجلترا، تدين بأحد أسباب تعزيز أهدافها السياسية والاقتصادية إلى امتلاكها للتكنولوجيات الحديثة في كل فترة. ومن أجل تقليد النظرية المذكورة لتحسين الاقتصاد الكلي للبلاد، من الضروري استخدام ابتكارات العصر الحالي مثل رقمنة البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي.

وفي عالم اليوم سريع التغير، يعد ظهور التقنيات الرقمية والأتمتة والذكاء الاصطناعي من أهم عوامل الموجة الاقتصادية السادسة. ومن خلال التنبؤ باتجاهات التكنولوجيا، يمكن للشركات استخدام نظرية دورات الابتكار لتحديد التقنيات الجديدة التي قد تكون رائدة في المستقبل. باتباع النظرية المذكورة، لتحسين الاقتصاد الكلي للبلاد، من الضروري استخدام ابتكارات العصر الحالي، مثل رقمنة الذكاء الاصطناعي للبيانات الضخمة.

ويظهر تقرير صادر عن شركة PWC أن ٧١٪ من شركات البناء تعتقد أن استخدام التقنيات الرقمية سيكون المحرك الرئيسي لنمو الصناعة في السنوات الخمس المقبلة. يمكن للتقنيات الرقمية تقليل وقت خطط المشاريع بنسبة ٢٠٪ وزيادة الإنتاجية بنسبة ٣٠٪. أظهرت دراسة أجراها معهد NIST أن استخدام المعدات الآلية في مشاريع البناء يمكن أن يؤدي إلى زيادة الإنتاجية بنسبة تصل إلى ٣٠٪. وبحسب تقرير شركة الاستشارات الإدارية EY، فإن حوالي ٩٠٪ من شركات البناء حول العالم تستثمر في التقنيات الرقمية لتحسين عملياتها. ■

وقال مدير مجموعة عمل الطاقة في جمعية
التكنولوجيا الرقمية والذكاء

إمدادات طاقة موثوقة باستخدام الشبكات الذكية



ستوفر الحلول الذكية القائمة على الطاقة فوائد قصيرة وطويلة المدى لأصحاب الأعمال، والتي تشمل تقليل تكاليف الطاقة وزيادة الكفاءة التشغيلية وتحسين إدارة الأصول. في حوار مع الدكتور ميثم أميني، مدير مشاريع تحسين الطاقة للنفط والغاز ومحطات توليد الكهرباء والصناعات الإنشائية، ومدير مجموعة عمل الطاقة في جمعية التكنولوجيا الرقمية والاستخبارات، لقد بحثنا في هذه القضية، ونحن نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تعتبر مناقشة أنظمة إدارة الطاقة الذكية أو الطاقة الذكية نهجًا مبتكرًا لإدارة الطاقة يستخدم تقنيات متقدمة لتحسين استهلاك الطاقة وتقليل التأثيرات البيئية وتحسين استقرار الشبكة. تمثل هذه المناقشة نوعًا من التحول النموذجي مقارنة بأساليب الطاقة الشائعة التي غالبًا ما تركز على إنتاج الطاقة وتوزيعها مركزياً. تتمتع الطاقة الذكية بشكل أساسي بنهج لامركزي يعتمد على توزيع موارد الطاقة وإدارتها الذكية على المستوى المحلي وتستخدم البيانات في الوقت الفعلي للتنبؤ باستهلاك الطاقة وتحسين عمليات الشبكة. يستخدم هذا النهج تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي لتحسين أنماط استهلاك الطاقة وتخصيص الموارد، وتمكين المستهلكين من المشاركة في إدارة الطاقة، واتخاذ قرارات مستنيرة، والتحكم في موارد الطاقة.

أحد أهداف أنظمة الطاقة الذكية هو ضمان الإدارة المثلى لموارد الطاقة، لأن العديد من موارد الطاقة محدودة بطبيعتها. بالإضافة إلى ذلك، يمكن دمج الشبكات الذكية بسلاسة مع مصادر الطاقة المتجددة مثل الطاقة الشمسية وطاقة الرياح وتسريع تكامل النظام في سياق استجابة الأحوال.

كما ذكرنا، من الواضح أن تقنيات الطاقة الذكية لها تأثير كبير على استهلاك الطاقة السكنية وتمكن السكان من تحسين استهلاك الطاقة. أصبح مجال أنظمة الطاقة الذكية فعالاً للغاية في التفاعل مع قطاع الصناعة، وتمثلت فعاليته الرئيسية في مناقشة زيادة الكفاءة التشغيلية، وتقليل تكاليف الصيانة والإصلاح (O&M)، والاستخدام الأمثل للموارد والأصول. تعد خوارزميات الذكاء الاصطناعي المتقدمة مفيدة جدًا في الصيانة التنبؤية.

يبلغ مؤشر كثافة الطاقة في إيران أكثر من ٣ أضعاف المتوسط العالمي، مما يدل على أنه مقارنة بالدول الأخرى، تستهلك بلادنا طاقة أكبر بكثير للشخص الواحد لكل وحدة من الناتج المحلي الإجمالي. إضافة إلى ذلك، فإن اعتماد إيران على مصادر محدودة للطاقة، والتي تعتمد بشكل أساسي على (النفط والغاز)، أدى عملياً إلى تقييدنا وواجهنا انقطاعاً في الإمدادات.

يتطلب تنفيذ حلول الطاقة الذكية اتباع نهج شامل يتضمن التخطيط الاستراتيجي وتطوير البنية التحتية والتكامل التكنولوجي. ■

اقترح الرئيس التنفيذي لفندق جم مشهد ازدهار الفنادق من خلال التعريف بالمعالم السياحية في إيران



في محادثة مع محمد تقى مجاور زرجر، الرئيس التنفيذي لشركة جم مشهد الخاصة المحدودة، قمنا بالتحقق من الجوانب المختلفة لصناعة السياحة في إيران. نقرأ أجزاء من المحادثة مع هذا الناشط والمخضرم في صناعة الفنادق.

ومن الأسباب الرئيسية لازدهار السياحة في مشهد هو تدين المدينة ووجود مرقد الإمام الرضا المقدس، وهو ما حول مشهد إلى قطب للسياحة الدينية في بلدنا. وعليه فإن فنادق هذه المدينة تتأثر أيضاً بهذا الطفرة في السياحة الدينية. وفيما يتعلق باستئجار منزل وجناح، لا بد لي من القول إنه بسبب وجود مرافق الطبخ في الأجنحة، وانخفاض الأسعار، وأسعارها المعقولة، وقربها من الحرم، فقد لفتت انتباه الكثير من الحجاج إلى هذه الأماكن. ولذلك، في مثل هذه الحالة، من المتوقع أن تقدم الفنادق خصومات أو خدمات خاصة لجذب الحجاج إلى الفنادق.

وبعد انتشار هذا المرض والقيود الناجمة عنه، انخفض عدد ركاب الفنادق ونتيجة لذلك انخفض حجم التداول المالي للفنادق كثيراً، مما تسبب في خسائر فادحة لأصحاب هذه الصناعة. وبالطبع، بعد مرور بعض الوقت، ومن خلال اعتماد إجراءات إدارة الأزمات واتباع البروتوكولات الصحية وتثقيف الناس، تحسن الوضع تدريجياً.

بالنظر إلى نمو صناعة السياحة في العالم، وزيادة مستوى المعايير، وتغيير توقعات وأذواق العملاء، فعادةً ما يؤدي انخفاض جودة المعدات وقدمها إلى خسارة العملاء الأوفياء؛ ولذلك يجب أن تكون الفنادق مجهزة بالمعدات وفق معايير بمستوى مقبول. فيما يتعلق بنقص المهارات اللازمة لدى موظفي الفندق، يجب أن أقول أنه من خلال توفير خدمات التدريب للموظفين، وتوفير المعرفة الكافية للتواصل مع الجمهور، والإلمام باللغات الأجنبية والمعرفة الكافية بجغرافية إيران، فإنهم بالتأكيد سيقدمون أفضل خدمات.

على الرغم من وجود العديد من مناطق الجذب السياحي في إيران، إلا أنه علينا أن نعتزف بأن أدائنا سيئ للغاية فيما يتعلق بجذب السياح، مما يؤثر أيضاً على صناعة الفنادق. في هذه الحالة، إذا عملنا على الإعلان والتعريف بالمعالم السياحية في بلدنا، فيمكننا أن نترك أداءً أفضل في صناعة الفنادق على المستوى الدولي في المستقبل. ■

صرح الرئيس التنفيذي لفندق أرتا قشم حل جزء من مشكلة البطالة مع التطوير الفندقي



صرح الرئيس التنفيذي لفندق أرتا قشم أن حل جزء من مشكلة البطالة من خلال تطوير الفنادق ذات الطبيعة البكر والمعالم التاريخية والمرافق الترفيهية ومراكز التسوق قد خلق مكانة سياحية خاصة لجزيرة قشم. في محادثة مع ناصر الدين روضائي، الرئيس

التنفيذي لفندق أرتا قشم، قمنا بدراسة حالة هذه الصناعة في جزيرة قشم. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة

أين يقع فندق أرتا قشم وما هي المرافق والخدمات التي يقدمها لضيوفه؟ يقع هذا الفندق في جادة شهيد بهشتي بجزيرة قشم، وهو من فئة ٤ نجوم ويحتوي على ٤٨ غرفة منها ٤٤ غرفة و٤ أجنحة. تبلغ مساحة كل جناح من الأجنحة حوالي ٤٠ مترًا مربعًا ويتمتع بإطلالة كاملة على البحر، ويتم توفير المرافق مثل سرير مزدوج في غرفة النوم وسريرين توأم في الصالة.

بيع وحجز الغرف عبر الإنترنت وعلى الموقع الإلكتروني للفندق في artahotel. كوم يحدث، وبصرف النظر عن شراء غرفة، يمكن لنزلاء الفندق أيضًا اختيار وشراء باقات الإقامة مع وجبتي طعام بما في ذلك وجبة وعروض الإقامة الكاملة بما في ذلك الغداء والعشاء.

عرض آخر هو أن يحصل نزلاء الفندق على خصم ٥٠٪ في فصلي الربيع والصيف وخصم ٢٠٪ في فصلي الخريف والشتاء. ما هي خططك لجذب المزيد من العملاء وإرضائهم؟ إن رضا وكرامة الضيوف هو الأولوية الرئيسية لفندق أرتا وهي الكلمة الأولى بالنسبة لنا؛ وبهذه الطريقة، تم توفير التدريب اللازم والتعليمات الكافية وإصدارها للموظفين. في الواقع، نظرًا لأن الالتزام بمبادئ الضيافة عالية الجودة يقع على رأس مبادئ العمل في فندق Arta، فقد قمنا بترتيب حصول جميع موظفي الفندق على التدريب اللازم قبل بدء العمل.

. من حيث الموقع، يقع هذا الفندق في منطقة قشم الأكثر ملاءمة ويقع بالقرب من البحر ومراكز التسوق، وهي ميزة كبيرة للفندق. ومن أجل التطوير والتحسين وتقديم المزيد من الخدمات الملائمة، فإنه يراعى أيضاً تحديث وتحسين جودة أداء الموظفين في مختلف أبعاده. كما قامت إدارة الفندق بإدراج التحسين المستمر فيما يتعلق بالأجهزة والبرمجيات في جدول أعمالها اليومي.

يمكن لوزارة التراث الثقافي إرساء أسس صناعة السياحة والفنادق في البلاد من خلال تطبيق السياسات الصحيحة. إذا اتخذت الحكومة القرارات الصحيحة، فإن هذه الصناعة ستحل جزءاً كبيراً من مشكلة البطالة في البلاد وستخلق فرص العمل. يمكن لصناعة الفنادق أن تقدم مساهمة كبيرة في الازدهار الاقتصادي للبلاد من خلال خلق مجموعة واسعة من فرص العمل. ■

رئيس جمعية أصحاب الفنادق خراسان الرضوية تعمل المنازل الخاصة دون دفع الضرائب



اليوم صناعة الفنادق في بلادنا؛ من حيث الهيكل والمعدات والمرافق، فهي تتمتع بحالة مناسبة ومناسبة مقارنة بالعالم وتلبي احتياجات المسافرين. في محادثة مع محمود مادرشاهيان، رئيس جمعية أصحاب الفنادق في خراسان رضوي، قمنا بالتحقيق في أنشطة هذه المنظمة وتدابيرها

بالإضافة إلى الوضع الحالي لصناعة السياحة والفنادق في إيران. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تعد المنظمة النقابية لأصحاب الفنادق في مدينة مشهد ومحافظة خراسان الرضوية واحدة من أقدم المنظمات السياحية في البلاد ولها تاريخ طويل جداً. تشتمل الفلسفة الوجودية للمنظمات بشكل أساسي على جزأين وكلاهما مهم. في الجزء الأول فإن الدفاع ودعم الحقوق القانونية للأعضاء وبذل الجهود الشاملة لخلق بيئة مناسبة للنشاط والأعمال هو أننا نقوم بهذه المهمة وهذه المهمة بكل ما أوتينا من قوة وباستخدام القدرات القانونية، وتحديد القضايا والمخاوف والأضرار، لقاءات مع المسؤولين في تابع أعلى المستويات التنفيذية ونحاول حل المشاكل وتسهيل الأوضاع على الزملاء. وفي الجزء الثاني فإن واجب المؤسسات بما في ذلك مجتمع أصحاب الفنادق هو في مجال الإشراف والتسعير والتراخيص، وهو الذي يشرف على تقديم الخدمات المناسبة للضيوف والمُعتمدين، وهذا القسم مسؤوليتنا المهنية والأخلاقية للإشراف توفير أفضل الخدمات عالية الجودة بالسعر المناسب لك كمستثمر وممثل وعضو منتخب في أكبر منظمة فندقية في البلاد بأكملها، لدي اهتمام خاص وقد بذلنا جهود المجموعة بأكملها للعمل على الرغم من الظروف الاقتصادية الصعبة للبلاد والعقوبات؛ دعونا نتخذ خطوات إيجابية وبناءة ومتقدمة لصناعة الفنادق في المحافظة.

تتمتع محافظة خراسان الرضوية بالكثير من الإمكانيات من حيث المعالم التاريخية والجغرافية، وللأسف، تعد مشكلة استئجار الشقق دون تصريح في جميع أنحاء البلاد إحدى مشاكل صناعة السياحة وقطاع الإقامة، وخاصة أحد الاهتمامات المهمة. من أصحاب الفنادق في جميع أنحاء البلاد. وتعمل هذه الدور دون الالتزام بأي لوائح قانونية أو هيئة تنظيمية تراقب عملها أو تدفع الضرائب والرسوم للحكومة على دخلها. بينما توفر الفنادق ووحدة الإقامة المرخصة الأخرى فرص عمل باستثمارات ضخمة وأكثر إشراف من قبل المؤسسات المختلفة، وتواجه مشاكل اقتصادية عديدة كل يوم.

تعتبر صناعة الفنادق في بلادنا، من حيث الهيكل والتجهيزات والمرافق، في وضع مناسب ومناسب مقارنة بالعالم، وهي تلبي احتياجات المسافرين؛ بالإضافة إلى ذلك، فإن الميزة التنافسية المتمثلة في معدل السفر المنخفض جداً إلى إيران، سواء في منطقة الإقامة أو في مجالات أخرى، تعد نقطة جيدة جداً. ■

عضو مجلس إدارة جمعية أصحاب الفنادق الإيرانية

ليس لدينا حرية التصرف في تسعير الخدمات الفندقية



بالنظر إلى مناطق الجذب السياحي العديدة في إيران، يمكن أن تكون بلادنا واحدة من الوجهات الرئيسية للسياح الأجانب؛ في محادثة مع كاميار إسكندريون، عضو مجلس إدارة جمعية أصحاب الفنادق الإيرانيين، الذي يتمتع بتاريخ طويل في هذه الصناعة، ناقشنا الفرص والمشاكل التي تواجهها هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. وهذه الجمعية منظمة نقابية وأعضاء جمعيتها هم رؤساء الجمعيات الفندقية بالمحافظات والمناطق الحرة. في كل عام، تعقد جمعية أصحاب الفنادق في إيران جمعية عامة، ويتم تقديم تقرير العمل وتقرير الأداء المالي والتقرير التشغيلي في هذه الجمعية.

في رأيي أننا حققنا أهدافنا المنشودة، لأن جهتنا دائرة حكومية وآراء وقرارات الدائرة الحكومية مبنية على القوانين، وإلى حد ما يمكننا من حل تناقضات القوانين واستعادة حقوق زملائنا في جميع أنحاء البلاد. أبدي فعل. في كل عام، باعتبارنا العضو الرئيسي، نحضر اجتماعات الأسعار ويمكننا أن نكون المدافعين عن النقابة. ويتواجد أيضاً رئيس مجتمع الفنادق في قسم الاستثمار وتخصيص الائتمان.

في الوقت نفسه، يواجه أصحاب الفنادق العديد من التحديات في مختلف المجالات الاجتماعية والمبيعات والتأسيس وغيرها من القضايا، والربح الرئيسي لأصحاب الفنادق في إيران هو من بيع خدمات الطعام والإقامة. بمعنى آخر، بسبب موقعنا في بلادنا، لا نستطيع تحقيق الكثير من الإيرادات التي تحققها الفنادق في العالم وفي الدول السياحية.

التحدي الموجود في بلادنا هو أن هناك مستثمرين أجانب ويظهرون الرغبة في الاستثمار، ولكن الشيء الوحيد الذي يمنعهم من ذلك هو التسعير الإجبارية التي تجعل المستثمر يهرب من هذه المنطقة ويخلق عملياً إمكانية لا يمكن للمستثمر الأجنبي أن يتحرك ويحقق الرخاء؛ أي أنه عندما يكون هناك معدل إلزامي وإشراف غير عادل، فلن يدخل أي استثمار

في رأيي أن السعر الإلزامي يزيد من سعر الخدمات الفندقية وبالتأكيد لا يخفضه. هذا على الرغم من أنه إذا كانت الأسعار مجانية في صناعة الفنادق، فيمكننا تقديم الخدمات بالسعر الكامل خلال أيام الذروة من العام وتعديل الأسعار خلال غير أيام الذروة؛ وبالطبع بشرط أن نقوم بتعويض هذه التكاليف في أوقات الذروة مما يؤدي إلى انخفاض سعر الرحلة. الحل هو إلغاء الأسعار الإلزامية. ■

ثققال مدير مبيعات شركة صايران لصناعة المعدات الطبية

تقليل الواردات عن طريق توطين المعدات الطبية



بدأت شركة صايران لصناعة المعدات الطبية عملها عام ١٩٩٧ بتصميم أجهزة مراقبة العلامات الحيوية والشفط الجراحي ودخلت مجال إنتاج المعدات الطبية. في البداية، تمكنت هذه المجموعة من تغطية احتياجات السوق، ومن خلال الهندسة

العكسية، اتخذت خطوة فعالة وكبيرة في توطين المعدات الطبية. وكان المنتج التالي لهذه الشركة هو المجاهر المخبرية، والتي بدأت في تطوير مجموعة المعدات الطبية بسبب هذا المنتج. الآن، بعد حوالي ثلاثة عقود من نشاط هذه المجموعة، توسعت مجموعة منتجاتها، بحيث يتم تصدير جزء من منتجات الشركة أيضًا إلى بلدان أخرى، بالإضافة إلى تلبية الاحتياجات المحلية. نقرأ أجزاء من المقابلة مع سيد محمد عزيزي، مدير المبيعات في شركة صايران لصناعة المعدات الطبية. مجموعة منتجات صناعة المعدات الطبية في شركة صايران واسعة جدًا، والتي تشمل مجالات مختلفة مثل أمراض القلب والأوعية الدموية والتنظير الداخلي أو التصوير الداخلي، وطب الأعصاب، وجراحة العظام، والتطبيب عن بعد وتجهيز المستشفيات، وتجهيز أساطيل سيارات الإسعاف، وكذا المستشفيات، وتقسيم غرف العمليات. إن تصميم وإنتاج أجهزة مراقبة العلامات الحيوية، وأجهزة الشفط الجراحية، والمحمولة، وأجهزة الرضع وسيارات الإسعاف موجودة في مجموعة منتجات هذه المجموعة. كما أن شركة صايران لصناعة المعدات الطبية هي الشركة الأولى والوحيدة المصنعة لأجهزة الصدمات الكهربائية للقلب في البلاد. وبعد ٤ سنوات من البحث والدراسة والتحقيق وإجراء الاختبارات السريرية، نالت هذه المجموعة شرف إنتاج جهاز الصدمات الكهربائية للقلب، ويتم توزيع عدد كبير منه في المراكز العلاجية المختلفة ويتم استخدامه. تعتبر شركة صايران لصناعة المعدات الطبية الشركة الحادية عشرة في العالم التي نجحت في إنتاج جهاز الصدمات الكهربائية للقلب. المنتج التالي لهذه المجموعة هو جهاز الصدمات الأوتوماتيكي، والذي تم تصميمه من الصفر إلى المائة حتى إنتاجه في مجموعة صايران.

تمثل السياسة الرئيسية لشركة صايران في استخدام قدرات القطاع الخاص وقواعد المعرفة بدلاً من تطوير قدرتها كشركة مملوكة للدولة، وليس لديها أي إنتاج بمعنى الإنتاج الكامل داخل مجمعها. في الواقع، من خلال الاستفادة من القدرات الجيدة جدًا للشركات القائمة على المعرفة والقطاع الخاص، فإنها تنتج منتجاتها الخاصة؛ دون المطالبة بأسهم من هذه الشركات القائمة على المعرفة أو أن تكون مساهمًا فيها. وفي كثير من الحالات، لعبنا دورًا ببحث لا داعي للاستيراد، وبهذه الطريقة، كان لنا تأثير مباشر على تقليل النقد الأجنبي؛ وهذا يعني أن كمية العملات الأجنبية الخارجة من البلاد بسبب استيراد بعض المعدات الطبية قد انخفضت. على سبيل المثال، أحد المنتجات التي كان يتم استيرادها هو جهاز مراقبة العلامات الحيوية، وهو حاليًا لا يحتاج إلى استيراده إطلاقًا وقد غطى الاحتياجات المحلية بشكل كامل، ويمكننا أيضًا التفكير في تصدير هذا الجهاز. ■

وصف لتصميم الفندق والتخطيط والبناء

تطورت صناعة السياحة أكثر من أي وقت مضى، ومن العوامل المؤثرة على هذا التطور النمو الاقتصادي للدول والطبقات الوسطى من المجتمعات، وخاصة كبار السن في العقود الأخيرة من القرن العشرين، وزيادة التنوع والاستثمار الأسهل والموثوق في السياحة. مجال تصميم وبناء الفنادق. وزيادة الخيارات المتنوعة المتاحة من حيث السعر، وزيادة السفر الجوي مقارنة بالمحلي، وظهور الفنادق الترفيهية والسياحية البيئية والمرافق الرياضية، وأخيرًا عولمة صناعة الفنادق. في عام ١٩٩٦ قام مكتب البحوث والمعايير الفنية التابع لمنظمة البرنامج والميزانية، والذي كان مسؤولاً عن إعداد المعايير والمقاييس لمشاريع البناء، بالتعاون مع بعض المهندسين الاستشاريين، بترجمة كتاب مبادئ تصميم الفنادق الذي ألفه «والتر رويتز» و«Richard H. Penner» من تأليف أعضاء المعهد الأمريكي للهندسة المعمارية، ونظرًا للتطورات الواسعة التي حدثت في العشرين سنة الأخيرة في مجال الاقتصاد والتكنولوجيا والسياحة والأساليب المعمارية والتصميمية في العالم، فإن هناك حاجة لترجمة ونشر هذا الكتاب الذي يتضمن كافة التطورات والتطورات في هذا المجال. صناعة متنامية. كان محسوسًا. يتم عرض عملية التطور التاريخي ١٢ مجموعة رئيسية من أنواع الفنادق ومجموعاتها الفرعية، والتي يبلغ مجموعها أكثر من ٥٠ نوعًا، ويتم شرح الاختلافات بينها بالتفصيل.

وفي الجزء الثاني دليل تصميم الفندق الذي يتم فيه عرض طرق رسم الخرائط والتصميم والتخطيط واستخدام الأنظمة الخاصة لإعداد خطة شاملة والتعليمات الرئيسية لإنشاء فندق ناجح، وفي الجزء الثالث الفهم الصحيح للعملية الإنشائية والمالية والتشغيلية والتسويقية والتنظيمية للنجاح النهائي للمشروع، وكيفية تكوين الفكرة الأولية للبناء، وتحليل جدوى المشروع وكيفية تشكيل فريق التصميم والبناء، وفي الجزء الأخير، يتم إجراء تنبؤات حول مستقبل صناعة الفنادق الديناميكية والمتنامية. ومن بين أهم الاتجاهات الحالية، يمكننا أن نذكر عولمة سوق الفنادق على نطاق واسع، والأهم من ذلك، العدد المتزايد من العملاء الصارمين والخبراء وذوي المعرفة الذين يرغبون في استخدام الخدمات الشخصية والمفضلة عالية المستوى. إن الرغبة المتزايدة في السياحة البيئية (السياحة الطبيعية)، والحفاظ على البيئة، وحماية المواقع والمعالم التاريخية، والاهتمام بالتعليم والتقدم، وزيادة الوعي العام حول طرق الحفاظ على الصحة وتحسينها، هي أيضًا من بين العوامل المهمة الأخرى التي ينبغي الاهتمام بها. تعتبر في سوق الفنادق. ■



الدكتور مهدي الحسيني
نائب رئيس مجلس إدارة
مجموعة فنادق كوثر

ماذا يحدث في المنجم المعروف بالصحراء

الوسطى في إيران؟

تشادرمولو من بين الشركات الأكثر ربحية

تشادرمولو هي شركة معروفة في مجال الصناعة والتعدين في بلدنا، والتي باعتبارها رمزاً للتنمية المستدامة، تعتبر واحدة من الشركات الرائدة في استكمال سلسلة الإنتاج.

زيادة بنسبة ٣٦٪ في دخل شادورمالو مقارنة ٨ أشهر من العام الماضي سجلت شركة تشادرمولو للتعدين والصناعة دخلاً ملحوظاً في الأشهر الثمانية من هذا العام بدخل جذاب قدره ٣٧٣ ألف مليار ريال. ويمثل هذا المبلغ من الدخل مقارنة بنفس الفترة من عام ٢٠٢٢ والذي بلغ نحو ٢٧٥ ألف ومليار ريال زيادة بنسبة ٣٦٪ في دخل هذه الشركة المعروفة في سوق رأس المال.

وبحسب أمير علي طاهر زاده، الرئيس التنفيذي لشركة تشادرمولو للتعدين والصناعة، فإن أداء هذه الشركة في مختلف قطاعات إنتاج الحديد المركز والكربات والحديد الإسفنجي والصلب قد تجاوز الخطأ.

استغلال عهد بهاباد الجديد حتى نهاية العام الجاري إن استغلال مشروع مركز عصر نوفين بهاباد حتى نهاية هذا العام هو خبر أعلن عنه مؤخراً الرئيس التنفيذي لشركة تشادرمولو. ويعد «عصر نوفين بهاباد» واحداً من عشرات المشاريع التنموية التي تهدف إلى استكمال سلسلة الصناعات الفولاذية والصناعات التحويلية لهذه الشركة، والتي سيتم تشغيلها باستثمار قدره ٢٢٠٠ مليار تومان.

التدابير الرئيسية في تشادرمولو لتوفير البنية التحتية صرح الرئيس التنفيذي لشركة تشادرمولو للتعدين والصناعة أن إحدى الاختناقات الرئيسية في تنفيذ خطط التنمية في الوضع الحالي هي قضايا البنية التحتية وأضاف: من أهم هذه البنية التحتية هي الكهرباء، ولذلك في السنوات الأخيرة، تشادرمولو وقد اتخذت خطوات إيجابية نحو توفير هذه الحاجة الأساسية، ومن بينها يمكننا أن نذكر محطة توليد الكهرباء الجديدة بقدرة ٥٤٦ ميجاوات والتي يتم تنفيذها كـ EPC في المجمع الصناعي لهذا المجمع.

خيمة كاملة فرصة لتحقيق اقتصاد غير نفطي يمكن للتعدين والصناعات المعدنية وتطويرها أن يلعب دوراً مهماً وبارزاً في تنمية الاقتصاد غير النفطي. ويبدو أن تشادرمولو هي إحدى تلك الفرص التي يمكن أن تساعد في تحقيق الاقتصاد غير النفطي.

وفي الوقت نفسه، أكد طاهر زاده: تعتمد استراتيجية التنمية في شادورمالو على الذكاء ونقل التكنولوجيا والتوطين وتطوير النظام البيئي التكنولوجي. الرقمنة أمر لا مفر منه في صناعة الصلب

. ووفقاً لمديري تشادرمولو، فإن الاستراتيجية الرئيسية لهذه الشركة هي استخدام القدرات القائمة على المعرفة ومأسسة هذه المعرفة وتعزيزها في المراكز العلمية والتنفيذية.

خيمة كاملة قوية وتقديمية خلال معرض إيران ميناكو، قام الرئيس التنفيذي لشركة تشادرمولو أيضاً بزيارة تفصيلية لهذا الحدث الكبير وأكشاك مختلفة، بما في ذلك الشركات التابعة لشركة تشادرمولو.

وعلى هامش هذه الزيارة، وصف طاهر زاده تشادرمولو بأنه قوي وتقدمي ومتطلع إلى الأمام وأكد: تواصل هذه المجموعة العمل بقوة في إنتاج المركبات والكربات والحديد الإسفنجي والصلب، بحيث يتم إنتاج الحديد الإسفنجي والصلب. وقد واجه إنتاج الكربات نمواً في الإنتاج مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي. ■

نظرة على نموذج الاقتصاد الدائري وتطبيقه في شركة غل غهر لتطوير الحديد والصلب



رضا بهاء الديني

مدير البحث والتطوير بشركة غل

غهر لتطوير الحديد والصلب

يعد الاقتصاد الدائري نموذجاً جديداً للإنتاج والاستهلاك، وهو ضمان للنمو المستدام مع مرور الوقت، في الواقع، باستخدام هذا النموذج؛ تؤدي كفاءة الموارد إلى تقليل استهلاك المواد الخام واستعادة النفايات من خلال إعادة التدوير. إن النتائج الإيجابية التي تم الحصول عليها من تطبيق الاقتصاد الدائري في شركة تطوير الحديد والصلب جونغار ترسم منظوراً واضحاً لهذه الشركة.

وفي شركة غل غهر لتطوير الحديد والصلب، تم إعداد وثيقة الاقتصاد الدائري، والتي تشمل في البداية المنتجات الثانوية في الاستصلاح وصناعة الصلب والدرفلة المستمرة على الساخن ومصانع الأكسجين، بما في ذلك الحديد الإسفنجي الناعم، وحمأة الحديد الإسفنجي، والكربات الدقيقة، ومياه الصرف الصناعي، يتم عرض خبث صناعة الصلب، والحرارة المهذرة لأصداف الأكسيد، والنيتروجين المنفوخ في صندوق بارد، وما إلى ذلك، وتحديد وخريطة الطريق لإعادة تدويرها. على سبيل المثال، في هذه الشركة، من أجل إعادة تدوير المنتجات الثانوية وتحقيق الاقتصاد الدائري، بدأت أولاً بدراسات في مجال إعادة تدوير الكربات الدقيقة وحمأة الحديد الإسفنجي، وهي من المنتجات الثانوية لمصانع الاستخلاص، وبعد ذلك في مرحلة الدراسة، تم إنتاج عينات من هذه المنتجات الجانبية على نطاق مختبري. وبعد الحصول على نتائج إيجابية من فحص العينات في المختبرات المرجعية، تم بناء المرحلة التالية على نطاق تجريبي. وفي المرحلة التجريبية، وباستخدام معدات خط إنتاج المساحيق بطاقة ٥ طن في الساعة بشكل متواصل، تم إنتاج قوالب الأكسيد من الكربات وحمأة الحديد الإسفنجي بأبعاد ونسب مختلفة. تم شحن قوالب الأكسيد المنتجة في فرن التجديد المباشر ميدركس وبعد عملية التجديد، كانت القوالب المعاد توليدها تتمتع بمعايير الجودة الجيدة. ونظراً لنجاح نتائج المرحلة التجريبية، فإنه يتم بناء الخط الصناعي لهذا المشروع والذي لديه القدرة على تحويل هذه المنتجات الجانبية إلى منتجات ذات قيمة مضافة على المستوى الصناعي. وباستخدام هذه الخطوة، بالإضافة إلى توفير فرص عمل وربحية كبيرة، سيتم منح تصدير هذه المنتجات الثانوية بسعر منخفض، كما سيتم حل المشاكل البيئية لهذه المنتجات.

ومن المأمول أنه مع تطوير وثيقة الاقتصاد الدائري في شركة غل غهر لتطوير الحديد والصلب، سيتم تطبيق مبادئ وإطار الاقتصاد الدائري في جميع شؤون وعملات هذه الشركة، حتى تتمكن هذه المجموعة من الاستفادة اللازمة من الاقتصاد الدائري. وإنجازات الحفاظ على البيئة والموارد باعتبارها المجموعة الأولى التي يتم الاعتراف بها كصناعة مستدامة في البلاد. ■

أثارت مديرة الطباعة والإعلان تشيستا

المطالبة ضرورية لحل مشاكل صناعة الطباعة

في محادثة مع السيدة شكوه فريديفر، المديرة التنفيذية لمجموعة تشيستا للطباعة والإعلان، وهي واحدة من رواد الأعمال الناجحين في محافظة خوزستان، قمنا بدراسة حالة هذه الصناعة والتحديات التي تواجهها في مقاطعة خوزستان وإيران. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. تُعرف تشيستا بأنها واحدة من أفضل دور الطباعة في محافظة خوزستان. تعد هذه المجموعة حاليًا واحدة من مجموعات الطباعة الرقمية الأكثر اكتمالاً، والتي تُعرف بأنها مجموعة معروفة بين العملاء والمنظمات والمؤسسات.

حاليًا، تشمل الطباعة والإعلان في تشيستا أقسام الطباعة واستوديو التصميم الجرافيكي وإنتاج المحتوى وهياكل المعارض وعقد المؤتمرات واستشارات الأعمال (التدريب). كما تتمتع هذه المجموعة بوجود موظفين موهوبين ومبدعين وخبراء في كل قسم منذ عام ٢٠٢١، ويهدف تقديم الخدمات للبلاد بأكملها، أنشأت مجموعة تشيستا فرعها في طهران وأطلقت قسمًا مخصصًا لصناعة الصناديق بالتعاون مع دور الطباعة الاحترافية في هذا المجال في طهران، والمشرف على الطباعة في هذا القسم هو شخصيًا مسؤول عني. تعتبر الجودة والسرعة أهم تمييز وميزة تنافسية في مجموعة تشيستا. بالإضافة إلى ذلك، فإن الموضوع الذي نستخرجه دائمًا من نماذج الاستبيان التي نقدمها للعملاء والمنظمات والشركات التي تتلقى الخدمات هو توحيد جميع خدمات الطباعة في مجموعة واحدة والترتيب الذي يحكم تنفيذ العمليات التي ترضي عملائنا؛ ولذلك، تعتبر الجودة والسرعة والنظام من مزايا تشيستا. أعتقد أنه إذا كان هناك أشخاص مثابرون في الاتحاد، فإن دعم الحكومة سيتحقق أيضًا، وربما حتى الآن لا يوجد أحد يهتم حقًا بهذه الصناعة ويريد دعمها أو حل مشاكلها.

العمل المنجز في مجال التعبئة والتغليف يساوي العمل المنجز في بلدان أخرى. أحد الأسباب الرئيسية للتقدم في صناعة التعبئة والتغليف هو إدخال الآلات المهنية، ولكن ليس من الواضح لماذا لا يتمتع أولئك الذين يدعمون التعبئة والتغليف بالدعم اللازم لصناعة الطباعة. ونشاهد في المعارض عرض وتوريد بعض ماكينات التعبئة والتغليف الحديثة والحديثة والتي لا مثيل لها إلا في الدول المتقدمة. بشكل عام، أعتقد أنه إذا تم الاهتمام بصناعة الطباعة والتغليف بشكل جيد، فإنها ستغير نموذج بلدنا ويمكن أن تؤدي إلى توليد دخل غير عادي. اقترحي هو أن يتم إقامة معرض في بداية العام وآخر في السنة أشهر الثانية من العام، حتى نكون على دراية بالتغيرات التي تحدث في العالم عاجلاً. كما أنه إذا وفر الاتحاد الشروط حتى يتمكن نشطاء صناعة الطباعة من زيارة المعارض الأجنبية على نفقتهم الخاصة وعلى شكل جولة سفر، فإن ذلك سيجعل صناعة الطباعة في بلادنا تتجدد بشكل أسرع. ■



مصمم التعبئة والتغليف لشركة سيلانه سبز القابضة

إن الجمع بين العلم والصناعة هو أهم ركائز التقدم



في حوار مع المهندس علي جناب، مصمم الجرافيك ومصمم التغليف وخبير الطباعة في شركة سيلانه سبز القابضة، ناقشنا أهمية تكامل صناعة الطباعة والتصميم وأهم التحديات التي تواجه المصممين. نقرأ أجزاء من هذا الحديث.

أعمل حاليًا كمصمم تعبئة وتغليف في شركة سيلانه سبز القابضة التي تضم ١٢ علامة تجارية.

منذ حوالي ١٠ سنوات، عندما دخلت هذه المجموعة، كان تصميم عبواتها متقدمًا جدًا، وكانت الورقة الراجعة في هذه المجموعة هي فهم عيوب وأوجه القصور في هذا المجال. وبطبيعة الحال، فإن الجودة الجيدة للمنتجات والحصول على شهادات من بلدان مختلفة والاستثمار في مجال التسويق كانت من المزايا الأخرى لهذه المجموعة، مما جعلها تتفوق على منافسيها بفارق كبير.

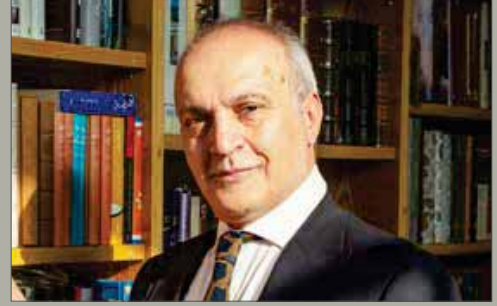
. اليوم، لم يعد من الممكن ادعاء التفوق إلا من خلال التصميم الجرافيكي الجميل والإبداعي، وقضايا مثل التسويق والإعلان واستراتيجية الشركة تميزها عن المنافسين.

إن القضية الرئيسية في سيلانه سبز القابضة، والتي يؤكد عليها المدير العام للمجموعة، هي الإبداع والخصوصية، التي اتبعت استراتيجيتها على مر السنين. في جزء الحدث من المجموعة، تتبع برنامجين مع التركيز على الإبداع؛ أولاً الهدايا التي تقدم المنتج على شكل عبوة إبداعية والآخر عبارة عن فعاليات متنوعة. على سبيل المثال، نظمت العلامة التجارية كامان حدثًا يجمع بين ليلة عيد الميلاد وليلة يلداء، وأعتقد أنه لا توجد علامة تجارية أخرى لديها الشجاعة لعقد مثل هذه الأحداث على نطاق واسع.

نحن في وضع جيد في قسم التصميم ويمكننا التنافس بسهولة مع الدول الأخرى. ففي قطاع الملصقات، على سبيل المثال، في مجال مستحضرات التجميل، نواكب العالم. لقد قمنا بعمل جيد في قطاع الأنابيب وفي قطاع الصناديق، ولا توجد تكنولوجيا في العالم لم يتم استيرادها إلى إيران. أخيرًا، إذا تم فتح الحدود قليلاً وحدثت المشكلات المالية وتحولات العملة بسهولة، فمن الممكن التفاعل والقيام بأعمال تجارية مع بلدان أخرى. يعتمد ذلك على كيفية تعريف التغليف. المشكلة هي أن مصممي التغليف يستخدمون العلم الحديث ويقومون بتحديث أنفسهم باستمرار ويحاولون استخدام البرامج الحديثة، وهي نتاج مصممين محترفين. لسوء الحظ، في صناعة الطباعة، لا يتخذ الأشخاص أي إجراء للتحديث. الناشطون في صناعة التعبئة والتغليف يعملون بجد أكبر، ولكن لا يتم اتخاذ أي إجراء في مجال الطباعة، في حين أعتقد أن هناك أحدث الآلات في دور الطباعة. ■

قال المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة معين للتجليد

عدم توفر الآلات الحديثة والمتطورة في صناعة الصحافة



تعد صناعة تجليد الكتب من أقدم وأقدم الصناعات في بلادنا، والتي مرت بالعديد من التقلبات في فترات مختلفة من التاريخ والأزمة. في مقابلة مع حميد بوركلياسي، المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة معين للتجليد وأحد كبار رجال الأعمال في البلاد، قمنا بدراسة حالة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذا الحديث.

حتى عام ٢٠١٦، تم تنفيذ أكثر من ٨٠٪ من أعمال تجليد الكتب مع الالتزام الكامل بالبيدات. ومن نفس العام بدأت أعمال النشر في التراجع بسبب ارتفاع أسعار الورق وانخفاض حجم التداول، ومن ثم اتجهت إلى إنتاج الصناديق الخيالية. حالياً، ما بين ٦٠ إلى ٧٠ بالمائة من إنتاجنا يتعلق بالصناديق الرائعة. وبالطبع ما زلنا نعمل على كتب رائعة ونتعاون مع ناشرين مميزين ومهتمين في أعمال خاصة.

في حالة تعديل القوانين والتشاور مع شركات الدول الأخرى، بالإضافة إلى إمكانية التصدير السهل، يمكننا بسهولة تقديم الخدمات إلى الدول المجاورة وحتى الدول الأوروبية، ولدينا هذه القدرة.

في الواقع، ميزتنا الرئيسية هي أننا لم نضحي أبداً بمبادئ وتقنيات وجودة العمل من أجل الكمية والمعدل اليومي وسعر السوق. ميزة عملي مقارنة بغيري هي أنني أستخدم أفضل المواد ولست مصمماً ولكني مطور أفكار. لا أعتبر أنه من المستحيل أن أفعل أي شيء بنفسني، وأبحث عن عمل شاق يمكنني القيام به بأفكار جيدة وجودة بقدر ما أستطيع وبأقل المرافق والآلات.

إذا تم توفير الآلية المطلوبة، فإنني لا أرى أن مرتبة إيران في مجال تجليد الكتب على الساحة الدولية أقل حتى من الدول الأوروبية. يمكن لهذه الصناعة في إيران أن يكون لديها ما نقوله حتى على المستوى العالمي من خلال توفير التسهيلات اللازمة. وبطبيعة الحال، يتطلب هذا إدارة صحيحة ومبدئية، وآلات حديثة ومتقدمة، وإذن بالتصدير، ومع ذلك، لدينا العديد من القوانين المرحقة في البلاد.

والحقيقة أننا فقراء جداً من حيث الآليات في قطاعي التجليد والنشر، وهذه ليست سوى إحدى نقاط ضعفنا، ونقص جودة التجليد في بلادنا يرجع إلى قدم الآلية.

وإذا كان هناك مجلدون يستطيعون استيراد الآلات الحديثة، والقيام باستثمارات جيدة في هذا المجال، ولديهم موارد بشرية نشطة، فهم بلا شك من النخبة الذين يقومون بهذا العمل بشكل احترافي. ■

الرئيس التنفيذي لشركة ستاره كوير للطباعة يعتبر فصل الطباعة والتغليف أكبر نقاط الضعف



في محادثة مع أحمد إبراهيمي، الرئيس التنفيذي لشركة ستاره كوير للطباعة، ناقشنا المشاكل الرئيسية لصناعة الطباعة في إيران. وبحسب قوله، فإن آلات الطباعة القديمة والمتهاكة حالت دون ظهور هذه الصناعة مقارنة بشركات التعبئة والتغليف التي تستخدم آلات حديثة ومتطورة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

لسوء الحظ، في إيران، لا يتم تقدير المنتجين، بما في ذلك صناعة الطباعة، ولهذا السبب لم يحدث النمو الحقيقي في هذه الصناعة، وكقاعدة عامة، نحن بعيدون عن أهدافنا المرجوة. الحقيقة هي أن صناعة الطباعة في بلادنا على الهامش. وبينما تعتبر صناعة الطباعة من الصناعات المميزة في العالم، فإنه يتم منحها سعر خاص وتقديم تسهيلات جيدة جداً للناشطين في هذه الصناعة.

في الأساس، نجاح دور الطباعة التي تقوم بالأعمال الفاخرة والصغيرة يعتمد على جودة عملها. منذ البداية، كان من المهم بالنسبة لي تقديم عمل عالي الجودة ودقيق والحفاظ على رضا العملاء، وهو ما حدث لحسن الحظ، ولدينا عملاء يعملون مع ستاره كوير منذ بداية إنشاء المطبعة. في الواقع، تقديم الخدمة الجيدة ورضا العملاء والجودة العالية هي السمات الرئيسية لنجم الصحراء.

في رأيي، صناعة الطباعة ناجحة ولا تتخلف عن الركب، ولكن إذا كان هناك شعور بأن صناعة التعبئة والتغليف أكثر نجاحاً بعض الشيء، فذلك بسبب استيراد واستخدام الآلات الأكثر تقدماً وحداثة. هذا على الرغم من أن دور الطباعة والتعبئة والتغليف متصل في جميع أنحاء العالم، وفي بلادنا يعتبر فصل شركات التعبئة والتغليف عن صناعة الطباعة نقطة ضعف كبيرة. جميع المجموعات في العالم لديها طباعة وتغليف معاً، لكن في إيران، عدد قليل جداً من المجموعات هكذا، ومعظم شركات التعبئة والتغليف منفصلة عن دور الطباعة، فهي تستورد وتستخدم آلات تعبئة جديدة، ولهذا السبب تحسن أدائها. وتسبب تفشي كورونا في انخفاض العمل بنسبة ٥٠٪ ووجه ضربة قاصمة لصناعة الطباعة ودور الطباعة. حدث ذلك بينما كانت المطابع تواجه تكاليف باهظة، وتكبّدت المطابع الكبيرة الكثير من الخسائر، حتى أن بعضها أغلقت أبوابها.

هناك إمكانية لإنتاج الورق في بلادنا، حالياً يتم إنتاج الورق في محافظة مازندران، لكنه لا يستخدم بسبب جودته الرديئة. وعلى الرغم من توفر الظروف والمرافق والتكنولوجيا والمعرفة والقوى العاملة اللازمة، إلا أنه يمكننا إنشاء أكبر مصنع للورق وإنتاج ورق عالي الجودة في البلاد. ■

واقترح مستشار شركة سابكو تشير الطباعة والتغليف إلى هوية البضاعة



تعتبر الطباعة والتغليف صناعة مهمة ومؤثرة جداً ولها مكانة خاصة في العالم، وفي الحقيقة التعبئة والتغليف والطباعة تعبر عن هوية المنتج. في مقابلة مع غلام رضا فتاحي نوجو كامبري، الذي يعمل في مجال الطباعة والتغليف والتصدير منذ أكثر من ٢٥ عاماً، يعمل منذ حوالي ٢٠ عاماً كرئيس التعبئة والتغليف ومدير الخدمات اللوجستية والتعبئة والتغليف في شركة إيران خودرو الهندسية شركة التصميم وتوريد قطع الغيار (سابكو) منذ حوالي ٢٠ عاماً. لقد قمنا بمراجعة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

على الرغم من أن الطباعة مهمة جداً، إلا أنه لسوء الحظ، تم إنجاز قدر أقل من العمل في هذا المجال في إيران وهناك عدد أقل من آلات الطباعة عالية الجودة في بلدنا. بمعنى آخر، آلات الطباعة الموجودة عادة ما تكون ذات لونين، و٤ ألوان، و٦ ألوان، ولم تدخل الآلات الأمريكية إلى البلاد على الإطلاق، وأغلب آلات الطباعة أوروبية. لكي تتمكن من بيع منتج ما، نحتاج إلى تغليف مثالي وطباعة جيدة، كما أن التغليف والطباعة يعبران عن هوية المنتج.

تقوم شركة إيران خودرو بعدة أنشطة في مجال الطباعة والتغليف، يتم تنفيذ جزء منها في شركة إيساكو التي تمثل مهمتها في بيع قطع الغيار لمجموعة إيران خودرو. سعيها في إيران خودرو إلى تقليل تنوع الطباعة، لأن عدد قطع غيار السيارات كبير، وإذا أردنا طباعة قطعة واحدة لكل جزء ستكون التكلفة عالية؛ ولذلك اخترنا شعاراً لشركة إيران خودرو وإيساكو وسابكو، ويتم طباعة وتغليف جميع الأجزاء بهذا الشعار. في عالمنا اليوم، تعتبر الهولوغرام مسألة مهمة للغاية وكل قطعة يتم تعبئتها وطباعتها وتسويقها يجب أن تحتوي على صورة ثلاثية الأبعاد خاصة بتلك الشركة. كما استخدمنا صورة ثلاثية الأبعاد لحل هذه المشكلة ومنع إساءة الاستخدام المحتملة لشعار إيران خودرو وطباعتها. وفي شركة إيران خودرو، توجد صورة ثلاثية الأبعاد خاصة بهذه المجموعة من السيارات على العبوة، مما يدل على أصالة ذلك الجزء أو المنتج.

لقد كانت شركة إيران خودرو دائماً رائدة في مجال الطباعة والتغليف، ويمكننا أن نقول بأمان أن سابكو، باعتبارها شركة تصميم هندسي ومورد لقطع غيار إيران خودرو، كانت دائماً رائدة في البلاد. لا تزال معرفتنا حول استخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة الطباعة ناقصة وعليها أن نفعل المزيد. من المؤكد أن إيران خودرو وسانات خودرو سوف يسيران في هذا الاتجاه وسيستفيدان من معرفة الذكاء الاصطناعي في صناعة الطباعة والتغليف. ■

المدير العام لمجموعة جورجراف

يعد نشاط المجموعات غير المصرح بها من أهم اهتمامات منتجي صناعة الطباعة



وفي مقابلة مع أبو الفضل عليان نجاد الرئيس التنفيذي لشركة جورجراف، والذي له تاريخ في العمل في مجال طباعة النماذج المكتبية والكتالوجات والترويسة ومن ثم إنتاج علب البودرة، ويعمل الآن في مجال التصميم والطباعة، تناول أنشطة هذه الشركة

وأهم المشاكل والمعوقات المتوفرة في صناعة الطباعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تقوم هذه الشركة حالياً بأعمال التصميم والطباعة فقط ويتم ترك التغليف لمجموعات أخرى، ولكن في الأشهر القليلة المقبلة سنقوم أيضاً بالتغليف مع شراء آلات جديدة. ومن ناحية أخرى، نقدم أيضاً هدايا ترويجية، بعضها مثل الأعلام وتواريخ الاستحقاق وتقويم الحائط والطاولات وحقائب اليد يتم إنتاجها من خلال مجموعتنا الخاصة، وبعض المنتجات الأخرى تشمل الأقلام وبنوك الطاقة وذاكرة الفلاش الصينية، والتي بعد الاستيراد تكون عليه فقط تقوم بالطباعة والتوصيل. نحن ننتج العديد من المنتجات، بما في ذلك شارات الصدر للعلامات التجارية، وملصقات الصدر لموظفي العلاج، ورؤوس الإصص، والتقويمات، وعلب التمر والحلوى، وصناديق المناديل، وأظرف الأشعة، وملصقات سائل غسيل الأطباق، وأطباق المرحاض. في الواقع، كل ما يمكن طباعته على الورق وعلى شكل ورقة يتم تضمينه في منطقة عملنا. أجرى على القول إن تلبية طلبات العملاء في الوقت المناسب يميزنا عن زملائنا الآخرين.

لا تقدم الحكومة دعماً كبيراً لصناعة الطباعة، والآلات الموجودة في المطابع قديمة، وتحديثها واستخدام الآلات الحديثة يفوق قدرة المنتج، ولكن من خلال تخصيص المرافق يمكن التنافس بسهولة مع العديد من الدول، بما في ذلك تركيا.

في مجال التعبئة والتغليف، لدينا العديد من المواد الخام الإنتاجية والسوق المستهدف كبير أيضاً. على سبيل المثال، تقوم بعض الشركات بشراء الزعفران والتمور من إيران وطباعة الصناديق والملصقات في البلاد وتعبئتها في بلدان أخرى وبيعها كمنتجات لتلك الدولة؛ ومن المثير للاهتمام أن هذا العمل يتم بإذن من وزارة الإرشاد. بشكل عام، في رأيي، تتمتع صناعة التعبئة والتغليف بمنظور أكثر إشراقاً، ويرجع ذلك جزئياً إلى استخدام آلات أكثر حداثة.

أتمنى دائماً ولم أفقد الأمل حتى في أسوأ الظروف. في رأيي، بالعزيمة والجهد الجماعيين، سيتحسن الوضع. واعلم أن الركود لا يدخل هذه الصناعة أبداً، والعمل موجود دائماً. لأن الشركات الكبيرة والصغيرة والوزارات والحكومة والبرلمان تحتاج إلى هذه الصناعة في أصغر مهامها اليومية من مراسلات وأعمال مماثلة. ■

الرئيس التنفيذي لشركة برتو كيهان طوس

ويعتبر التسييس وعدم الاستقرار الاقتصادي من أهم التحديات التي تواجه المنتجين



تعد صناعة الطباعة واحدة من أهم الصناعات الأساسية في إيران والعالم، والتي تلعب دوراً مهماً في نقل المعلومات والاتصالات. في محادثة مع جواد مخملباف، الرئيس التنفيذي لشركة برتو كيهان طوس، أثناء التعرف على أنشطة هذه الشركة، قمنا بدراسة

المشاكل والعقبات في هذه الصناعة في خراسان وأجزاء أخرى من إيران. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

خلال السنوات الثماني التي عملت فيها كعضو في مجلس إدارة اتحاد صناعة الطباعة في خراسان، حاولت تسهيل هذه القضايا مع مجلس الإدارة في حل مشاكل زملائي مع المنظمات والإدارات الحكومية و في التعاميم التي كانت في بعض الأحيان تحدياً لأنشطة الوحدات المغطاة. ومن بين الأنشطة المفيدة التي تمت خلال السنوات الثماني الماضية، يمكننا أن نذكر إنشاء مدينة طباعة متخصصة في مشهد، والتي تم الانتهاء منها لأول مرة في مشهد في عام ٢٠١٣. ومن الإجراءات المهمة الأخرى التي اتخذها الاتحاد إنشاء لجان متخصصة، والتي تشمل لجنة حل النزاعات، ولجنة التعامل مع الشكاوى، ولجنة التعليم، واللجنة الفنية. وبما أن ماكينات الطباعة والتغليف من الأجهزة باهظة الثمن، فإن شراء المنتجات الحديثة يتطلب استثماراً كبيراً، وهذا ما جعل دور الطباعة تشتري ماكينات في أفضل حالة عمرها أكثر من ١٠ سنوات. أمل أنه بمساعدة الأمناء الصناعيين والحكوميين وكذلك البنوك، سيتم تهيئة بيئة تمكن زملائنا من استخدام التكنولوجيا الحديثة بسرعة وجودة عالية، مما سيكون له تأثير على المنتجات من حيث الكمية والنوعية.

وللأسف قامت الحكومة بفصل وحدات الطباعة والتغليف عن الوحدات الصناعية ووضعتها تحت إشراف وزارة الثقافة، في حين أن وحدات الطباعة والتغليف هي وحدات صناعية أيضاً ويجب أن تكون تابعة لوزارة الصناعة والتعدين والتجارة.

اليوم، وبجهود واستثمارات زملائنا في جميع أنحاء البلاد، تتوفر في البلاد جميع التسهيلات والشروط، بما في ذلك العملة المتخصصة والآلات والمواد الخام اللازمة لإنتاج منتجات الطباعة والتغليف، وليس هناك حاجة للاستيراد للمنتجات المطبوعة. في الصين، وبسبب وجود ظروف مواتية من قبل المسؤولين وأصحاب الصناعة ودعم الحكومة، يتم تنفيذ الصادرات بسهولة ويصدرون السلع المصنعة بأقل سعر إلى بلدان أخرى. يجب على المشرعين أن يوفرُوا بذكاء الشروط اللازمة للمنتجات المنتجة في الدولة للحصول على تعريفات عالية حتى لا يكون هناك تهديد لأنشطة أصحاب الصناعة في مجال الطباعة والتغليف. ■

مؤسس مطبعة رامتين

استحوذت الإنترنت على سوق الإعلانات من صناعة الطباعة



كان للركود الاقتصادي والتضخم تأثير على الطباعة. في محادثة مع رامتين أصغر بور؛ المؤسس والمستثمر وصاحب الامتياز لمطبعة رامتين، قمنا بالتحقيق في وضع هذه المجموعة والمشاكل العامة لصناعة الطباعة في إيران. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

في السنوات الخمس الماضية، انصب تركيزنا على تعبئة المنتجات الصيدلانية ومستحضرات التجميل والأطعمة، ويرتبط ما يقرب من ٩٠٪ من إنتاج دار الطباعة هذه بمنتجات التعبئة والتغليف. وفي هذا الصدد، حاولنا تجهيز وتجهيز الآلات المتعلقة بالتعبئة والتغليف في المطبعة.

عملنا الآخر هو تجهيز قسم التصميم وقد عهدنا بالعمل إلى مصممين لديهم العبقريّة والابتكار ويقدمون حلولاً شاملة وجديدة لتغليف مستحضرات التجميل والمنتجات الصحية. لذلك، نحن نتعاون مع شركات مستحضرات التجميل والأدوية الكبيرة والشهيرة التي تحاول دائماً تقديم منتجاتها إلى السوق بتغليف مبتكر.

التغليف هو الموضوع الأول للطباعة في العالم كله. في الثلاثين إلى الأربعين عاماً الماضية، كانت صناعة الطباعة من بين أفضل ١٠ صناعات في العالم، ولكن مع ظهور الفضاء الافتراضي والوسائط المتعددة الجديدة والكتب الإلكترونية، انفصلت هذه الصناعة إلى حد ما عن قطاع النشر والمطبوعات والكتب. يكون لها حصة أصغر في مناقشة الطباعة. لهذا السبب، تمت التعبئة والتغليف في صناعة الطباعة كثيراً ويمكن القول أن هذا الجزء أكثر ديمومة في صناعة الطباعة ولهذا السبب ركزنا على التغليف. التغليف حسب كل منتج له نموذج تغليف.

تشمل المنتجات ذات الحجم المنخفض في الغالب مستحضرات التجميل ومنتجات النظافة، وخاصة منتجات النظافة، التي تتطلب تعبئة فاخرة، مما يتطلب آلات خاصة بها. نحاول أيضاً دمج العمل المبتكر في أفكارنا. تكلفة الإنتاج في إيران أقل بكثير من الدول المجاورة والدول الأوروبية، كما أن أعمال الطباعة والتغليف في بلدنا أكثر فعالية من حيث التكلفة بالنسبة للشركات الأوروبية مقارنة بالدول الأخرى.

تكلفة الإعلانات المطبوعة والقضايا المتعلقة بها أعلى بكثير من تكلفة الإعلان على صفحات التواصل الاجتماعي؛ بالإضافة إلى ذلك، يعد الإعلان على الإنترنت أكثر فعالية واستدامة. بشكل عام، يجب أن أقول إن الإنترنت قد أخذ سوق الإعلانات من صناعة الطباعة، وهو ما

حدث بالطبع في جميع أنحاء العالم. ■

دعونا نتخلص من المعتقدات القديمة في مجال الأعمال



وبالنظر إلى التنوع العرقي والعرقي لأستراليا والعلاقات السابقة لبلدنا معها، يمكن تصور أفق إيجابي لعلاقات إيران التجارية مع هذا البلد. في محادثة مع الدكتور حميد رضا منقبي، رئيس غرفة التجارة المشتركة بين إيران وأستراليا، بحثنا في وضع العلاقات التجارية بين البلدين. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

ونظراً لموقعها السياسي الخاص في الكتلة الغربية، تتأثر أستراليا بشكل كبير بالسياسات المصرفية، ووفقاً لإحصائيات وزارة الخارجية الأسترالية لعام ٢٠٢٢، بلغ حجم الصادرات الأسترالية إلى إيران حوالي ٣٦٢ مليون دولار وحجم وبلغت الواردات الأسترالية من إيران ١٣٠ مليون دولار. الشيء المهم هو أنه نظراً للظروف الجغرافية للشرق الأوسط واحتياجاته الغذائية والتكنولوجية، والتي تعد إيران جزءاً منها، فقد كانت دائماً تعتبر سوقاً جذابة لأستراليا.

في الوضع الحالي؛ أي أن العصر الرقمي لأشكال التعاون الاقتصادي القديمة والقديمة بين البلدين، والذي كان فريداً في حركة البضائع، يتم استبداله بأساليب جديدة تتطلب التعاون والتفاعل والاستثمار المشترك في مجال الموارد البشرية، الثقافة والأجهزة، والشروط التي يتم توفيرها في أستراليا. وبحسب مصادر غير رسمية، فإن هناك ٦٠ ألف مهاجر إيراني إلى أستراليا، وهو رقم غير دقيق لحساب معدل مواليد المهاجرين، ومن ناحية أخرى، فقد مر نحو ٣٠ عاماً على هجرة بعض الإيرانيين إلى هذا البلد، مما يدل على أنهم استقروا في الثقافة الأسترالية، وهو ما يعد ميزة كبيرة في تطوير العلاقات التجارية بين البلدين.

إن إيران تشبه أستراليا جغرافياً ومناخياً، ومن المتوقع أن يستثمر المستثمرون الأستراليون في بلدنا ويستفيدون من قدراتنا الداخلية، بحيث يحل نوع آخر من التعاون محل المنافسة.

بغض النظر عن الوضع السياسي والاقتصادي في العالم الغربي وحجم التعاون الاقتصادي مع الصين، فإن أستراليا بلد يرحب بالمهاجرين، لذلك فإن إحدى أهم مهام غرفة التجارة الإيرانية الأسترالية هي نقل الثقافة التي تحكم البيئة الاقتصادية لهذا البلد لرجال الأعمال الإيرانيين.

ينبغي التخلص من المعتقدات القديمة حول الأعمال التجارية وبنغي النظر في أنماط الاتصال الجديدة. ومن المأمول أن تتم إزالة القيود التجارية عندما تصبح الظروف جاهزة. اليوم، درس عدد كبير من الإيرانيين في أستراليا، وعند عودتهم إلى بلدنا، نجحوا في تنفيذ مشاريع ناشئة وعلمية وبحثية وزراعية في البلاد، والتي لها بالتأكيد آثار دائمة على اقتصاد بلدنا. ■

الرئيس التنفيذي لشركة باكسيجي

يعد إنتاج منتجات عالية الجودة شرطاً للنجاح في المنافسة

المسعودي



تأسست شركة باكسيجي بهدف إنتاج منتجات في مجال الصناديق عالية الجودة مماثلة للمنتجات المستوردة، ومهمتها الرئيسية هي تدجين المنتجات عالية الجودة وإتاحة هذه المنتجات حسب أذواق العملاء في السوق الإيرانية. في حوار مع محمد قناعتى فرد، الرئيس التنفيذي لشركة باكسيجي، ناقشنا تحديات هذه الصناعة وهذه الشركة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تعمل هذه الشركة منذ حوالي ٢٥ عاماً، والتي كانت محدودة في البداية على شكل واجبات منزلية ونمت مع مرور الوقت على مدار سنوات عديدة وتعمل حالياً في سقيفة بمساحة ٦٠٠ متر. لقد كانت كل جهودنا خلال هذه السنوات هي الحفاظ على الثقة بيننا وبين عملائنا بدقة ودقة، ولحسن الحظ حققنا النتيجة المرجوة إلى حد كبير، حتى أن العديد من عملائنا كبار السن؛ وبالطبع مع مرور الوقت يزداد عدد العملاء.

أيضاً، من بين خصائص منتجات شركة باكسيجي، يمكننا أن نذكر الجودة العالية والتصميم ومزيج الألوان المناسب للمنتجات مقارنة بالمنتجات الأخرى في السوق، مما كان ضماناً للاستقرار والشعبية بين العملاء في هذه السنوات. يجب أن أشير إلى أنه نظراً لطبيعة منتجات الشركاء الآخرين الموجهة نحو السعر، والتي تسبب ضعفاً في الجودة، فإن إحدى السمات الأكثر وضوحاً لمجموعتنا هي الجودة العالية والمثالية للمنتجات، والتي يتم الإعلان عنها بشكل أساسي من قبل العملاء وخلقت مكانة خاصة بين الشركاء الآخرين. ونأمل أن نبقى على هذا الوضع بشكل مستمر وبجهود متزايدة.

نتج شركة باكسيجي منتجات في عدة مجموعات مختلفة، والتي يمكن تلخيصها بإنتاج علب الهدايا ذات المادة السميكة أو ما يسمى بالصندوق الصلب بأحجام مختلفة بالإضافة إلى الألوان والتصاميم المختلفة. حقيبة اليد هي منتج آخر يتم إنتاجه في هذه الشركة، وهي أيضاً بأحجام وألوان مختلفة، وتضم مئات الموديلات. ومن بين المنتجات الأخرى يمكن أن نذكر مكملات التغليف مثل الأكياس الورقية بمختلف الألوان، المصنوعة من ورق عالي الجودة، بشكل معطر، وفي عبوات مختلفة ورائحة، تكاد لا مثيل لها في البلاد.

وكان أحد أهداف هذه الشركة وقت انطلاقتها هو إنتاج منتجات عالية الجودة على غرار المنتجات المستوردة الأخرى مما يؤدي إلى تدجين المنتجات ذات الجودة العالية وتوفير هذه المنتجات حسب ذوق العملاء في السوق الإيراني، بحيث يكون المنتج متاحاً للعميل بشكل مستمر، وهو نفسه. وهي إحدى المزايا التنافسية مع المنتجات المستوردة. ■

وقال مدير مجموعة اهري لريادة الأعمال

نقص التدريب على المهارات المتعلقة بريادة الأعمال



من النقاط الهامة والأساسية المتعلقة بريادة الأعمال في عالم اليوم هو إدخال التقنيات الحديثة، التي ساعدت على تسهيل شؤون هذا القطاع مع زيادة توليد الدخل. وفي حوار مع حسين أصغرية، الرئيس التنفيذي لمجموعة اهري لريادة الأعمال، ناقشنا أنشطة هذه المجموعة بالإضافة إلى موضوع ريادة الأعمال. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تأسست هذه المجموعة في عام ٢٠١٧ بهدف تكوين فرق عمل متخصصة في جميع أنحاء العالم، وتتمثل أهدافها في خلق فرص عمل بالتوازي مع تطور صناعة النسيج في إيران وتركيا والبرازيل مع اتباع نهج الاهتمام بالمعرفة الحديثة والتكنولوجيا. أهم أنشطة مجموعة اهري لريادة الأعمال، من وجهة نظر الأجهزة، هي التركيز على الأسواق المالية وتحويل الأموال، ومن وجهة نظر البرمجيات، إعطاء الأولوية للمعرفة ذات المستوى العالمي في الإدارة والموارد البشرية والإنتاج.

ينجذب جزء من المشاركين إلى المشاريع الريادية لمجموعة اهري لريادة الأعمال بناءً على تاريخ عملهم واهتماماتهم ومهاراتهم، ومن الأمثلة على ذلك مشاريع البناء والمالية والنسيج. ومن ناحية أخرى، وبحسب قدرة الخطط على العمل، فقد تم جذب عدد من الأشخاص من مختلف فئات العمل إليها، مما أدى إلى خلق فرص العمل وريادة الأعمال.

هناك العديد من العوائق في طريق ريادة الأعمال، لكن من وجهة نظري وبحسب مكونات عالم اليوم هناك ٣ عوائق رئيسية، وهي تشمل عدم الاهتمام بالمعرفة الحالية، وعدم تدريب الموارد البشرية الكفؤ، ووجود قوانين غير مناسبة ومسؤولين غير فعالين. وقد حاولت مجموعة اهري لريادة الأعمال تسهيل مسار ريادة الأعمال، وخاصة لجيل الشباب، من خلال التركيز على هذه القطاعات. ومن الجدير بالذكر أنه في يوم من الأيام، وبسبب قلة العلامات التجارية والشركات، لم يكن من الممكن الوصول إلى الأهداف إلا بالجهد ورأس المال، ولكن في عالم اليوم، أصبح العلم والمعرفة والموارد البشرية أكثر فعالية من رأس المال، وللهذا السبب تم إطلاق العديد من الدورات الجامعية في مجال الأعمال. ومع ذلك، فإن مسألة الموارد البشرية هي خارجة عن سيطرة الشركات. أحد التحديات البارزة هو توظيف الموارد البشرية، والتي يشكل رواد الأعمال والنساء والشباب منها ٤٠٪. يعد التسويق والتجارية في التنافس مع الشركات الأخرى تحدياً مهماً آخر. ينبغي تحديد الشركات ومعروفة باسم علامتها التجارية؛ وعلى الرغم من أن هناك طرقاً مختلفة للتسويق تمهد لهذا الطريق، إلا أن المهم هو المعرفة الدقيقة بالسوق المستهدف وقنوات الاتصال والإعلان الفعال. ■

وقال الرئيسة التنفيذية لشركة مسير سبز بيتا
(ليفافارما)

التحديات الثقافية؛ معوقات الأنشطة في مجال صحة المرأة



وفي مقابلة مع بيتا باغستاني، الرئيسة التنفيذية لشركة مسير سبز بيتا (ليفافارما)، التي تعمل في مجال إنتاج المنتجات الصحية المتعلقة بالحض لدى النساء، تناولنا التحديات التي تواجهها الشركات الناشئة في هذا المجال. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

منتج هذه الشركة هو كوب الحوض، وفي الواقع بدأت شركة ليفافارما العمل مع هذا المنتج. نحن المنتج الأول لأكواب الحوض في إيران، وعندما بدأنا العمل، لم يكن هناك منتج في المنطقة بعد. في الواقع، يحل كوب الحوض محل الفوط الصحية والسدادات القطنية، وهو خيار صحي ومريح وصديق للبيئة، وبالطبع ميسور التكلفة، لأنه يمكن استخدامه لمدة تصل إلى ١٠ سنوات. بعد ذلك، أضفنا سلسلة من المنتجات الجانبية الجديدة إلى سلة المنتجات لتسهيل استخدام هذا المنتج. لقد أطلقنا مؤخراً منتجات أخرى مثل الملابس الداخلية المخصصة للحوض ومنصات التدفئة التي تساعد على تقليل آلام هذه الفترة.

وأهم شيء هو المواد الخام ونستخدم أفضل المواد وأعلاها جودة. في الواقع، إحدى قيمنا الرئيسية هي الحفاظ على الجودة ولم نضحي أبداً بالجودة مقابل السعر. وفي الوقت نفسه، عندما تكون المادة الخام هي أفضل السيليكون الطبي، فليس أمامنا خيار سوى أن نكون جيدين.

أول ما يميزنا هو ميزة السعر المعقول، والذي، مع الحفاظ على الجودة، يتنافس تمامًا مع الأمثلة الأوروبية والأمريكية والأسترالية. بالإضافة إلى ذلك، حاولنا زيادة إمكانية الوصول إلى المنتجات. ربما في السابق لم يكن من الممكن شراء منتجاتنا عبر الإنترنت إلا من خلال بعض المنصات، لكننا حاولنا إدخالها بالكامل إلى المجتمع.

أحد أكبر التحديات هو المحرمات المحيطة بالحض والحديث عنه. بصرف النظر عن هذا، كان الناس يستخدمون طريقة أخرى لسنوات في هذا العصر، وإذا كنت تريد تغيير هذه الطريقة تمامًا، فهذا يخلق الكثير من المقاومة لديهم. لقد ساعدتنا العلامات التجارية والشركات في هذا المجال وكان ذلك فعالاً للغاية. ؛ بالطبع، أحب التحدي دائماً وهو أمر جذاب للغاية بالنسبة لي. ومع ذلك، من خلال تقديم هذه القيم للأشخاص الذين يمكنهم اتخاذ خيارات صحية لأنفسهم، يمكنهم الحصول على حياة أكثر راحة واحترام البيئة.

بالإضافة إلى ذلك، تواجه الشركات الجديدة في بلدنا، خاصة إذا كانت تكنولوجية، بعض الثغرات القانونية فيما يتعلق بالتراخيص والمسائل القانونية والضريبية، والتي أصبحت تحدياً لجميع الشركات المصنعة. بشكل عام، البيروقراطية الإدارية الطويلة مزعجة للغاية. ■

فرم اشتراک سالیانه

دنیای سرمایه‌گذاری

Selected owners of capital and trade

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

نوع اشتراک:

نام شرکت: نوع فعالیت: سال تاسیس:
نام و نام خانوادگی:
حقوقه ☐ حقیقیه ☐

نشانی کامل پستی:

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

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

بله ☐ خیر ☐

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

واحد اشتراک: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۳۵

- ۱- واریز مبلغ ۲,۴۰۰,۰۰۰ تومان به حساب شماره ۰۱۰۱۹۶۵۰۲۹۰۰۴ و یا شماره کارت ۶۰۳۷-۹۹۷۳-۲۵۵۰-۹۳۱۴
- و یا شماره شبا ۰۴-۰۲۹۰-۰۱۹۶۵-۰۱۰۱۰۰۰۰-۰۱۷۰-۰۱۴۹ IR بانک ملی ایران به نام آقای مرتضی فخانی.
- 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 اشتراک ۱۲ شماره از مجله (هر ماه یک نسخه) است.



www.dsarmaye.ir



d.sarmayeh@gmail.com



donyaye_sarmaye



@dsarmaye_ir

The director of the Ahari Entrepreneurship Group said Lack of training in skills related to entrepreneurship



One of the important and key points related to entrepreneurship in today's world is the introduction of modern technologies, which has helped to facilitate the affairs of this sector while increasing income generation. In a conversation with Hossein Asgharieh, CEO of Ahari Entrepreneurship Group, we discussed the activities of this group as well as the issue of entrepreneurship. We read parts of this interview.

This group was established in 2017 with the aim of creating specialized business teams all over the world, and its goals are to create jobs in parallel with the development of the textile industry in Iran, Turkey and Brazil with an approach of paying attention to modern knowledge and technology. The most important activities of Ahari Entrepreneurship Group, from a hardware point of view, is focusing on financial markets and money transfer, and from a software point of view, prioritizing world-class knowledge in management, human resources and production.

A part of the participants are attracted to the entrepreneurial projects of the Ahari Entrepreneurship Group based on their work history, interests and skills, examples of which are construction, financial and textile projects. On the other hand, according to the working capacity of the plans, a number of people with different work categories have been attracted to it, which results in job creation and entrepreneurship.

There are many obstacles in the path of entrepreneurship, but from my point of view, according to the components of today's world, there are 3 main obstacles, which include the lack of attention to current knowledge, the lack of training of efficient human resources, and the existence of inappropriate laws and inefficient officials. Ahari Entrepreneurship Group has tried to facilitate the path of entrepreneurship, especially for the young generation, by focusing on these sectors. It is worth mentioning that once upon a time, due to the lack of brands and companies, it was possible to reach goals only with effort and capital, but in today's world, science, knowledge and human resources are more effective than capital, and for this reason, many university courses have been launched in the field of business. However, the issue of human resources is beyond the control of companies.

One of the prominent challenges is the recruitment of human resources, of which 40% are entrepreneurs, women and young people. Marketing and success in competing with other companies is another important challenge. Companies should be identified and known by their brand name; although there are various methods of marketing that pave this way, what is important is the accurate knowledge of the target market, communication channels and effective advertising. ■

The CEO of Masir Sabz Bita Company (Leeva Pharma) said Cultural challenges; Obstacles to activities in the field of women's health



In an interview with Bita Baghestani, CEO of Masir Sabz Bita Company (Leeva Pharma), which operates in the field of production of health products related to women's menstruation, we examined the challenges faced by companies active in this field. We read parts of this interview.

The product of this company is the menstrual cup, which actually Leeva Pharma started working with this product. We are the first producer of menstrual cups in Iran, and when we started working, there was no producer in the region yet. In fact, the menstrual cup replaces sanitary napkins and tampons and is a healthy, comfortable, environmentally friendly option, and of course affordable, because it can be used for up to 10 years. After that, we added a series of new side products to the product basket for easier use of the menstrual cup. We have recently launched other products such as menstrual underwear and heating pads that help reduce the pain of this period.

The most important thing is raw materials and we use the best and highest quality materials. In fact, one of our main values is maintaining quality and we have never sacrificed quality for price. At the same time, when the raw material is the best medical silicone, we have no choice but to be good. Our first distinction is the advantage of a reasonable price, which, while maintaining quality, is completely competitive with European, American and Australian examples. Besides that, we have tried to increase the accessibility of the products. Maybe before it was only possible to buy our products online through some platforms, but we tried to bring them fully into the community.

One of the biggest challenges is the taboo around menstruation and talking about it. Apart from this, people have been using another method for years in this era, and if you want to completely change this method, it creates a lot of resistance in them. Brands and businesses have helped us in this field and it has been very effective. ; Of course, I always like a challenge and it's very attractive to me. However, by introducing these values to people who can make healthier choices for themselves, they can have a more comfortable life and respect the environment.

In addition, in our country, new companies, especially if they are technological, face some legal loopholes in relation to licenses, legal and tax issues, which have become a challenge for all manufacturers. All in all, long administrative bureaucracy, very annoying. ■

CEO of Boxichi Company The high quality of our products is what distinguishes us from other competitors



Boxichi Company was established with the aim of producing products in the field of high-quality boxes similar to imported products, and its main mission is to domesticate high-quality products and make these

products available according to the taste of customers in the Iranian market. In a conversation with Mohammad Ghanatifard, the CEO of Boxichi Company, we discussed the challenges of this industry and this company. We read parts of this interview.

This company has been operating for about 25 years, which was initially limited in the form of homework and grew over time over many years and is currently operating in a shed with an area of 600 meters. All our efforts during these years have been to maintain the trust between us and our customers with precision and delicacy, and fortunately we have achieved the desired result to a large extent, so that many of our customers are very old; Of course, with the passage of time, the number of customers increases.

Also, among the characteristics of Boxichi company's products, we can mention the high quality and design and suitable color combination of the products compared to other products in the market, which has been a guarantee of stability and popularity among customers in these years. I must point out that due to the price-oriented nature of the products of other partners, which causes weakness in quality, one of the most obvious features of our collection is the high and exemplary quality of the products, which is mainly announced by customers and has created a special position among other partners. We hope to stay in this position continuously and with increasing efforts.

Boxichi Company produces products in several different groups, which can be summarized as the production of gift boxes with thick material or the so-called hard box in various sizes as well as different colors and designs. Hand bag is another product that is produced in this company, which is also in various sizes and colors, which includes hundreds of models. Among other products, we can mention packaging supplements such as paper bags in various colors, made of high-quality paper, in a fragrant form, and in different and exquisite packaging, which is almost unrivaled in the country.

One of the goals of this company at the time of its launch was to produce high-quality products similar to other imported products in order to lead to the domestication of high-quality products and the availability of these products according to the taste of customers in the Iranian market, so that the product is continuously available to the customer, which is the same. It is one of the competitive advantages with imported products.■

The Head of the Iran-Australia Joint Chamber of Commerce

Let's throw away the old beliefs of the business field

Considering the ethnic and racial diversity of Australia and our country's past relations with it, a positive horizon for Iran's business relations with this country can be imagined. In a conversation with Dr. Hamidreza Managhebi, head of the joint chamber of commerce of Iran and Australia, we examined the state of trade relations between the two countries. We read parts of this interview.

Due to its special political position in the Western bloc, Australia is heavily influenced by banking policies, according to the statistics of the Ministry of Foreign Affairs of Australia in 2022, the volume of Australian exports to Iran was about 262 million dollars and the volume of Australian imports from Iran was 130 million dollars. The important thing is that due to the geographical conditions of the Middle East and its food and technology needs, of which Iran is a part, it has always been considered an attractive market for Australia.

in current situation; That is, the digital age of the old and old forms of economic cooperation between the two countries, which was unique in the movement of goods, is being replaced with new methods that require cooperation and interaction and joint investment in the field of human resources, culture and hardware, the conditions of which are provided in Australia. Is.

According to unofficial sources, there are 60,000 Iranian immigrants to Australia, which is not accurate in order to calculate the birth rate of immigrants. On the other hand, about 30 years have passed since some Iranians immigrated to this country, which shows that they have settled in the Australian culture, which is a great advantage in the development of business relations between the two countries.

Iran is geographically and climatically similar to Australia, and it is expected that Australian investors will invest in our country and take advantage of our internal capacities, so that another type of cooperation replaces competition.

Regardless of the political and economic position in the western world and the volume of economic cooperation with China, Australia is a country that welcomes immigrants, therefore one of the most important missions of the Iran-Australia Chamber of Commerce is to transfer the culture that governs the economic environment of this country to Iranian businessmen.

Old beliefs about business should be discarded and new communication patterns should be considered. It is hoped that trade restrictions will be removed when the conditions are ready. Today, a large number of Iranians have studied in Australia and upon returning to our country, they have successfully implemented start-up, scientific, research and cultivation projects in the country, which definitely bring lasting effects to our country's economy.■



The consultant of Sapco company suggested

Printing and packaging indicate the identity of the goods



Printing and packaging is considered a very important and influential industry and has a special place in the world, and in fact, packaging and printing express the identity of a product. In the interview of Gholamreza Fatahi Najokavari, who has been working in the field of printing, packaging and export for more than 25 years, he has been working for about 20 years as the head of packaging and manager of logistics and packaging of Iran Khodro Engineering Design and Parts Supply Company (SAPCO) for about 20 years. We have reviewed this industry. We read parts of this interview.

Although printing is very important, unfortunately, less work has been done in this field in Iran and there are fewer high-quality printing machines in our country. In other words, the existing printing machines are usually 2-color, 4-color, and 6-color, and American machines have not entered the country at all, and most of the printing machines are European. In order to be able to sell a product, we need ideal packaging and good printing, and packaging and printing express the identity of a product.

Iran Khodro Company performs several activities in the field of printing and packaging, a part of which is carried out in Isacco Company, whose job is to sell spare parts of Iran Khodro Group. At Iran Khodro, we sought to reduce the variety of printing, because the number of car parts is large, and if we want to print one for each part, the cost will be high; Therefore, we chose a logo for Iran Khodro, Isaco and Sapco, and all parts are printed and packaged with this logo.

In today's world, hologram is a very important issue and every piece that is packaged, printed and marketed must have a hologram specific to that company. We also used hologram to solve this problem and prevent possible misuse of Iran Khodro's logo and print. In Iran Khodro Company, there is a special hologram for this automotive group on the packaging, which shows the authenticity of that part or product.

Iran Khodro has always been a leader in the field of printing and packaging, and we can safely say that Sapco, as an engineering design company and supplier of Iran Khodro parts, has always been a leader in the country.

Our knowledge on the use of artificial intelligence in the printing industry is still lacking and we need to do more. Iran Khodro and Sanat Khodro will certainly go in this direction and will benefit from the knowledge of artificial intelligence in the printing and packaging industry. ■

CEO of Jourgraph Company

The activity of unauthorized collections is the most important concern of the producers of the printing industry



In an interview with Abolfazl Aliannejad, the CEO of Jourgraph Company, who has a history of working in the field of printing office forms, catalogs, letterheads, and then producing powder boxes, and now works in the field of design and printing, he examined the activities

of this company and the most important problems and obstacles in the printing industry. We read parts of this interview.

This company is currently only doing design and printing work and the packaging is left to other groups, but in the next few months we will also do the packaging with the purchase of new machines. On the other hand, we also offer promotional gifts, some of them such as flags, due dates, wall and table calendars and handbags are produced by our own group, and some other products include pens, power banks, and Chinese flash memory, which imported and we only print something on them and deliver.

We produce many products, including chest badges for branding, chest labels for treatment staff, receipt heads, calendars, date and candy boxes, tissue boxes, radiology envelopes, dishwashing liquid labels, and toilet bowls. In fact, everything that can be printed on paper and in sheet form is included in our work area. I dare to say that timely fulfillment of customer orders distinguishes us from other colleagues.

The government does not provide much support to the printing industry, and the machines in the printing houses are old, and its modernization and the use of modern machines are beyond the producer's ability, but by allocating facilities, one can easily compete with many countries, including Turkey.

In the field of packaging, we have many production raw materials and the target market is also large. For example, some companies buy saffron and dates from Iran and print boxes and labels in the country and package them in other countries and sell them as products of that country; interestingly, this work is done with the permission of the Ministry of Guidance. In general, in my opinion, the packaging industry has a brighter perspective, which is partly due to the use of more up-to-date machinery.

I always hope and I did not lose hope even in the worst situation. In my opinion, with collective determination and effort, the situation will improve. Know that recession never enters this industry and work is always there, because big and small companies, ministries, government and parliament need this industry for their smallest daily tasks for correspondence and similar works. ■

Packaging designer of Silaneh Sabz Holding

Combining science and industry is the most important pillar of progress



In a conversation with engineer Ali Jenab, graphic designer and packaging designer and printing expert at Seylانه Sabz Holding, we discussed the importance of the integration of the printing and design industry and the most important challenges for designers. We read parts of this conversation.

Currently, I am working as a packaging designer in Seylانه Sabz Sabz Holding, which includes 12 brands.

About 10 years ago, when I entered this holding, its packaging design was very advanced, and the winning card of this holding was the understanding of the defects and shortcomings of this field. Of course, the good quality of the products, having certificates from different countries and investment in the field of marketing was other merits of this collection, which made it far ahead of its competitors.

Today, it is no longer possible to claim superiority only with beautiful and creative graphic design, and issues such as marketing, advertising and company strategy differentiate it from competitors.

The main issue in Seylانه Sabz Holding, which the managing director of the group emphasizes, is creativity and specificity, which has followed its strategy over the years. In the event part of the collection, we follow two programs with an emphasis on creativity; first, the gifts that present the product in the form of a creative packaging and the other are holding various events. For example, Kaman brand has organized an event with a combination of Christmas and Yalda night, which I believe no other brand has the courage to hold events like this on a large scale.

We are in a good position in the design department and can easily compete with other countries. In the label sector, for example, in the field of cosmetics, we keep pace with the world. We have done well in the tube sector and in the box sector; there is no technology in the world that has not been imported into Iran. Finally, if the borders are opened a little and financial issues and currency transfers happen easily, it is possible to interact and do business with other countries.

It depends on how you define packaging. The problem is that the designers of the packaging field use modern science and constantly update themselves and try to use the latest software, which is the output of professional designers. Unfortunately, in the printing industry, people do not take any action to update. Activists of the packaging industry are working harder, but no action is taken in the field of printing, while I believe that there are the most up-to-date machines in the printing houses.■

World of
INVESTMENT

Founder of Ramtin Printing The Internet took over the advertising market from the print industry

The economic recession and inflation have had an impact on the printing. In a conversation with Ramtin Asgharpour; The founder, investor and franchise owner of Ramtin printing, we have investigated the situation of this collection and the general problems of the printing industry in Iran. We read parts of this interview.

In the last 5 years, our focus has been on the packaging of pharmaceutical, cosmetic, and food products, and almost 90% of the production of this printing house is related to packaging products. In this connection, we have tried to equip and prepare the machinery related to packaging in the printing house.

Our other action is equipping the design department and we have entrusted the work to designers who have genius and innovation and provide comprehensive and new solutions for the packaging of cosmetics and health products. Therefore, we cooperate with large and famous cosmetic and pharmaceutical companies that always try to bring their products to the market with innovative packaging.

Packaging is the first topic of printing in the whole world. In the last 30 to 40 years, the printing industry was among the top 10 industries in the world, but with the emergence of virtual space, new multimedia and electronic books, this industry has been somewhat separated from the publishing sector, and publications and books have a smaller share in the discussion of printing. For this reason, packaging in the printing industry has grown a lot and it can be said that this part is more permanent in the printing industry that is why we have focused on packaging. Packaging according to each product has a packaging model.

Low-volume products mostly include cosmetics and hygiene products, especially hygiene products, which require a luxurious packaging, which requires its own special machinery. We also try to incorporate innovative work into our ideas.

The cost of production in Iran is far lower than neighboring countries and European countries, and printing and packaging works in our country is far more cost-effective for European companies than in other countries.

The cost of print ads and related issues is much higher than the cost of advertising on social media pages; In addition, advertising on the Internet is more effective and lasting. In general, I must say that the Internet has taken the advertisement market from the print industry, which of course has happened all over the world.■



9

World of Investment
No 85 • December 2023

CEO of Partov Keyhan Toos Company Politicization and economic instability are the most important challenges for producers



The printing industry is one of the most important and basic industries in Iran and the world, which plays an important role in the transmission of information and communication. In a conversation with Javad Makhmalbaf, the CEO of Partov Keyhan Toos Company, while familiarizing ourselves with the activities of this company, we have examined the problems and obstacles in this industry in Khorasan and other parts of Iran. We read parts of this interview.

During the eight years that I have been working as a member of the Board of Directors of the Khorasan Printing Industry Union, I have tried to facilitate these issues together with the Board of Directors in solving the problems of my colleagues with government organizations and departments and in the circulars that were sometimes a challenge to the activities of the covered units. Am. Among the useful activities that took place during the last eight years, we can mention the creation of a specialized printing town in Mashhad, which was completed for the first time in Mashhad in 2013. Another important action of the union was the creation of specialized commissions, which include the dispute resolution commission, the complaint handling commission, the education commission, and the technical commission.

Since printing and packaging machines are expensive devices, buying modern products requires a significant investment, and this has made printing houses buy machines that are in the best condition for more than 10 years. I hope that with the help of industrial and government custodians as well as banks, an environment will be created so that our colleagues can use modern technology with high speed and quality, which will have an impact on the products in terms of quantity and quality. Unfortunately, the government has separated printing and packaging units from industrial units and put them under the Ministry of Culture, while printing and packaging units are also industrial units and should be under the Ministry of Industry, Mining and Trade.

Today, with the efforts and investment of our colleagues across the country, all the facilities and conditions, including expert labor, machinery and raw materials required for the production of printing and packaging products, exist in the country, and there is no need to import printed products. In China, due to the existence of favorable conditions by the officials and industry owners and the support of the government, exports are easily carried out and they export manufactured goods at a minimum price to other countries. Legislators should intelligently provide conditions for products produced in the country to have high tariffs so that there is no threat to the activities of industrial owners in the field of printing and packaging. ■

The director of printing and advertising Chista raised Demanding is necessary to solve the problems of the printing industry



In a conversation with Mrs. Shokooh Faridfar, the CEO of Chista Printing and Advertising Group, who is one of the successful entrepreneurs of Khuzestan province, we examined the state of this industry and its challenges in Khuzestan province and Iran. We read parts of this interview.

Chista is known as one of the best printing houses in Khuzestan province. Currently, this collection is one of the most complete digital printing collections, which is known as a well-known collection among customers, organizations and organizations.

Currently, Chista's printing and advertising includes printing departments, graphic design studio, content production, exhibition structures, holding conferences and business consulting (coaching). Also, this collection has the presence of talented, creative and expert personnel in each department. Since 2021, with the aim of providing services to the whole country, Chista Group has established its Tehran branch and launched a dedicated box-making department in cooperation with professional printing houses in this area in Tehran, and the printing supervisor of this department is personally responsible for me.

Quality and speed are considered the most important distinction and competitive advantage in Chista collection. In addition, the subject that we always extract from the survey forms that we provide to clients, organizations and companies that receive services is the consolidation of all print services in one set and the order that governs the implementation of processes that has satisfied our clients; Therefore, quality, speed and order are considered advantages of Chista.

I think that if there are persistent people in the union, the support of the government will also be realized, and maybe until now there has been no one who really cares about this industry and wants to support it or solve its problems.

The work done in the field of packaging is equal to the work done in other countries. One of the main reasons for the progress in the packaging industry is the introduction of professional machinery, but it is not clear why those who support packaging do not have the necessary support for the printing industry. In exhibitions, we see the display and supply of some updated and modern packaging machines that are similar only in developed countries. In general, I believe that if the printing and packaging industry is well taken care of, it will change the model of our country and can lead to extraordinary income generation.

My suggestion is that one exhibition be held at the beginning of the year and another in the second 6 months of the year, so that we can be aware of the changes in the world sooner. Also, if the union provides the conditions so that printing industry activists can visit foreign exhibitions at their own expense and in the form of a travel tour, it will make the printing industry in our country update faster. ■

CEO of Setare Kavir Printing Separation of printing and packaging is the biggest weakness



In a conversation with Ahmad Ebrahimi, CEO of Setare Kavir Printing, we discussed the major problems of the printing industry in Iran. According to him, the old and worn-out machinery of printing houses has pre-

vented this industry from being seen compared to packaging companies that use modern and up-to-date machinery. We read parts of this interview.

Unfortunately, in Iran, the producers, including the printing industry, are not valued, that's why the real growth in this industry has not happened, and as a rule, we are far from our desired goals. The fact is that in our country, the printing industry is on the sidelines. While the printing industry is one of the special industries in the world, a special price is given to it and very good facilities are provided to the activists of this industry.

Basically, the success of printing houses that do fancy and small works is in the quality of their work. From the very beginning, it was important for me to provide high-quality and accurate work and to keep customers satisfied, which fortunately happened, and we have customers who have been working with Setera Kavir since the beginning of the establishment of the printing house. In fact, providing good service, customer satisfaction and high quality are the main features of Star Desert.

In my opinion, the printing industry is successful and does not lag behind, but if it is felt that the packaging industry is a bit more successful, it is because of the import and use of the most advanced and up-to-date machinery. This is despite the fact that printing houses and packaging are connected all over the world, and in our country, the separation of packaging companies from the printing industry is a big weakness. All the collections in the world have printing and packaging together, but in Iran, very few collections are like this, and most of the packaging companies are separated from the printing houses, they import and use new packaging machines, that's why their performance has improved. will be

The outbreak of Corona caused a 50% drop in work and dealt a heavy blow to the printing industry and printing houses. This happened while printing houses were facing high costs, big printing houses suffered a lot of losses and even some of them were closed.

There is the ability to produce paper in our country, currently paper is produced in Mazandaran province, but it is not used due to its poor quality. Despite having the necessary conditions, facilities, technology, knowledge and manpower, we can establish the largest paper factory and produce high-quality paper in the country.■

**The founder and CEO of Moeen
Bookbinding said**

The lack of modern and advanced machinery in the Printing industry

Bookbinding is one of the oldest and oldest industries in our country, which has gone through many ups and downs in different periods of history and time. In an interview with Hamid Poorkalbasi, the founder and CEO of Moeen Bookbinding and one of the country's top entrepreneurs, we examined the state of this industry. We read parts of this conversation.

Until 2016, more than 80% of the book binding work was carried out in full compliance with the principles. From the same year, the publishing business began to decline due to the price of paper and the decrease in circulation, and then I went to the production of fantasy boxes. Currently, between 60 and 70 percent of our production is related to exquisite boxes. Of course, we are still working on exquisite books and we cooperate with special and interested publishers on special works.

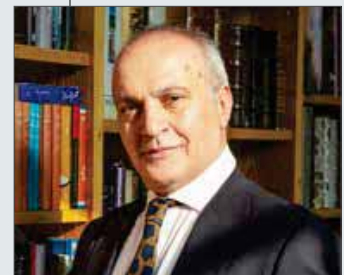
In case of amendment of the laws and consultation with the businesses of other countries, as well as the possibility of easy export, we can very easily provide services to neighboring countries and even European countries, and we have this ability.

In fact, our main feature is that we have never sacrificed the principles, technique and quality of work for the quantity and daily rate and market price. The advantage of my work compared to others is that I use the best materials and I am not a designer, but I am an idea developer. I don't consider it impossible to do anything for myself, and I am looking for hard work that I can do with good ideas and quality as much as I can and with minimal facilities and machinery.

If the required machinery is provided, I don't see Iran's bookbinding rank in the international arena even lower than European countries. This industry in Iran can have something to say even at the global level by providing the necessary facilities. Of course, this requires correct and principled management, modern and advanced machinery, and permission to export, however, we have many cumbersome laws in the country.

The fact is that we are very poor in terms of machinery in the binding and publishing sectors, and this is only one of our weak points, and the lack of binding quality in our country is due to the oldness of the machinery.

If there are bookbinders who can import modern machinery, make good investments in this field and have active human resources, they are undoubtedly among the elite people who do this work professionally.■





The sales manager of Sairan medical equipment industry said

Reducing imports by localizing medical equipment

Sairan medical equipment industry started its work in 1997 with the design of vital sign monitors and surgical suction and entered the field of medical equipment production. Initially, this collection was able to cover the needs of the market and, with reverse engineering, take an effective and big step in the localization of medical equipment. The next product of this company was laboratory microscopes, which started the development of the medical equipment portfolio due to this product. Now, after about three decades of this group's activity, its product portfolio has expanded, so that in addition to meeting domestic needs, part of the company's products are also exported to other countries. We read parts of the interview with Seyed Mohammad Azizi, the sales manager of Sairan medical equipment industry.

The product portfolio of Sairan's medical equipment industry is very wide, which includes various fields such as cardiovascular, endoscopy or internal imaging, neurology, orthopedics, telemedicine and equipping hospitals, equipping ambulance fleets, smartening hospitals and modularizing operating rooms. . The design and production of vital sign monitors, surgical, portable, infant and ambulance suction are in the product portfolio of this collection. Also, Sairan medical equipment industry is the first and only manufacturer of cardiac electroshock devices in the country. . After 4 years of research, study, investigation and conducting clinical tests, this group won the honor of producing a cardiac electroshock device, a large number of which are distributed in different treatment centers and are being used. Sairan medical equipment industry is the 11th company in the world that has succeeded in producing cardiac electroshock device. The next product of this collection is the automatic shock device, which has been designed from zero to one hundred until its production in Sairan's collection.

Sairan's main policy is to use the capacity of the private sector and knowledge bases instead of developing its capacity as a state-owned company, and does not have any production in the sense of complete production within its complex. In fact, by benefiting from the very good capacity of knowledge-based companies and the private sector, it produces its own products; without demanding shares from these knowledge-based companies or being their shareholder.

In many cases, we have played a role in such a way that there is no need to import, and in this way, we have had a direct impact on reducing foreign exchange; This means that the amount of foreign currency leaving the country due to the import of some medical equipment has decreased. For example, one of the products that used to be imported was the vital signs monitor, which currently does not need to be imported at all and has completely covered the domestic needs, and we can also think about exporting this device.■

What is happening in the well-known mine of the central desert of Iran?

Chadormalu is among the most profitable companies

Chadormalu is a well-known company in the field of industry and mining in our country, which as a symbol of sustainable development, is considered one of the pioneers in completing the production chain.

36% increase in income of Chadormalu compared to 8 months of last year

Chadormalu Mining and Industrial Company registered a significant income in the 8 months of this year with an attractive income of 373 thousand billion Rials. This amount of income compared to the same period of 2022, which was about 275 thousand and billion rials, represents a 36% increase in the income of this well-known capital market company.

According to Amir Ali Taherzadeh, the CEO of Chadormalu Mining and Industrial Company, the performance of this company in various sectors of concentrate, pellet, sponge iron and steel production has exceeded the plan.

Exploiting the new era of Behabad until the end of this year The exploitation of Asr Novin Bahabad concentrate project until the end of this year is news that was recently announced by the CEO of Chadormalu. Asr Novin Bahabad is one of dozens of development projects aimed at completing the chain of steel and downstream industries of this company, which will be put into operation with an investment of 2200 billion toman.

Chadormalu's key measures to provide infrastructure

The CEO of Chadormalu Mining and Industrial Company stated that one of the main bottlenecks in the implementation of development plans in the current situation is infrastructure issues and added: One of the most important of these infrastructures is electricity, and therefore, in recent years, Chadormalu has taken positive steps towards providing This basic need has been removed, among which we can mention the new 546 MW power plant that is implemented as EPC in the industrial complex of this complex.

Full tent; An opportunity to realize non-oil economy

Mining and mineral industries and its development can play an important and prominent role in the development of non-oil economy. It seems that Chadormalu is one of those opportunities that can help to realize the non-oil economy.

At the same time, Taherzadeh emphasized: Chadormalu's development strategy is based on intelligentization, technology transfer, localization and technological ecosystem development.

Digitization is inevitable in the steel industry

. According to Chadormalu managers, the main strategy of this company is to use knowledge-based capacities and institutionalize and consolidate this knowledge in scientific and executive centers.

Full tent; Powerful and progressive

During Iran Metafo, the CEO of Chadormalu also had a detailed visit to this big event and various booths, including Chadormalu's subsidiary companies.

On the sidelines of this visit, Taherzadeh described Chadormalu as powerful, progressive and forward-looking and emphasized: this group continues to operate with strength in the production of concentrate, pellets, sponge iron and steel, so that in the production of sponge iron and pellet making with Production growth compared to the same period last year has been faced.■



The CEO of Jam Mashhad Hotel proposed Hotel boom by introducing Iran's tourist attractions



In a conversation with Mohammad Taghi Majaver Zargar, the CEO of Jam Mashhad Private Limited Company, we have investigated various aspects of the tourism industry in Iran. We read parts of the conversation with this activist and veteran of the hotel industry.

One of the main reasons for the boom in tourism in Mashhad is the religiousness of the city and the existence of the Holy Shrine of Imam Reza, which has turned Mashhad into a pole of religious tourism in our country. Accordingly, the hotels of this city are also affected by this boom in religious tourism. Regarding renting a house and suite, I must say that due to the presence of cooking facilities in the suites, low prices, affordable prices and being close to the shrine, the attention of many pilgrims has been drawn to these places. Therefore, in such a situation, hotels are expected to provide discounts or special services to attract pilgrims to hotels.

Following the spread of this disease and the restrictions caused by it, the number of hotel passengers decreased and as a result, the financial turnover of hotels decreased a lot, which caused heavy losses to the owners of this industry. Of course, after some time, by adopting crisis management measures and following health protocols and educating people, the situation gradually improved.

Considering the growth of the tourism industry in the world, increasing the level of standards, changing the expectations and tastes of customers, usually the low quality of the equipment and their oldness will cause the loss of loyal customers; Therefore, hotels should be equipped with equipment according to standards to an acceptable level. Regarding the lack of necessary skills among the hotel staff, I must say that by providing training services to the staff, providing sufficient knowledge to communicate with the audience, familiarity with foreign languages and sufficient knowledge of the geography of Iran, they will definitely provide better services.

Although there are many tourist attractions in Iran, we have to admit that we are doing very poorly in terms of attracting tourists, which also affects the hotel industry. In this situation, if we work on advertising and introducing the tourist attractions of our country, we can leave a better performance in the hotel industry at the international level in the future. ■

Member of the Board of Directors of the Iranian Hoteliers Association We do not have freedom of action in pricing hotel services

Considering the numerous tourist attractions in Iran, our country can be one of the main destinations for foreign tourists; In a conversation with Kamyar Eskandariun, a member of the Board of Directors of the Iranian Hoteliers Association, who has a long history in this industry, we discussed the opportunities and problems of this industry. We read parts of this interview.

This society is a trade union organization and the members of its assembly are the presidents of the hotel societies of the provinces and free zones. Every year, Iran's hoteliers' society has a general assembly, and the work report, financial performance report, and operational report are presented in this assembly. In my opinion, we have achieved our desired goals, because our side is a government department and the opinions and decisions of the government department are based on the laws, and to some extent we have been able to resolve the contradictions of the laws and restore the rights of our colleagues throughout the country. Take action. Every year, as the main member, we are present at the rate meetings and can be the defender of the guild. The head of the hotel community is also present in the investment and credit allocation department.

At the same time, hoteliers face many challenges in various social fields, sales, establishment and other issues, and the main profit of hoteliers in Iran is from the sale of food and accommodation services. In other words, due to our position in our country, we cannot achieve many of the revenues that hotels have in the world and in touristic countries.

The challenge that exists in our country is that there are foreign investors and they show the desire to invest, but the only thing that prevents them from doing this is the mandated pricing that causes the investor to flee from this area and practically creates the possibility of It is not possible for a foreign investor to take action and create prosperity; That is, where there is a mandatory rate and unfair supervision, no investment will enter

In my opinion, the mandated rate increases the price of hotel services and definitely does not decrease it. This is despite the fact that if the rates are free in the hotel industry, we can provide services at the full price during the peak days of the year and adjust the prices during non-peak days; Of course, provided that we have compensated these costs during peak times, which will lower the price of the trip.

The solution is to eliminate prescriptive pricing. ■



The CEO of Arta Qeshm Hotel Solving part of the unemployment problem with hotel development



The CEO of Arta Qeshm Hotel stated that solving part of the unemployment problem with the development of hotels in pristine nature, historical monuments, recreational facilities and shopping centers has created a special tourism position for Qeshm Island. In a conversation with Naseroddin Rovzati, CEO of Arta Qeshm Hotel, we examined the state of this industry in Qeshm Island. We read parts of this interview

Where is Arta Qeshm Hotel located and what facilities and services does it provide to its guests? This hotel, located on Shahid Beheshti Blvd., Qeshm Island, is in the 4-star category and has 48 rooms, including 44 rooms and 4 suites. Each of the suites has an area of about 40 square meters and has a full view of the sea, and facilities such as a double bed in the bedroom and two twin beds in the hall are provided for them.

Selling and booking rooms online and on the hotel website at artahotel.com takes place. Apart from buying a room, hotel guests can also choose and buy half-board packages including a meal and full-board packages including lunch and dinner.

Another offer is that hotel guests get 50% discount in spring and summer and 20% discount in autumn and winter. What plans do you have in order to attract more customers and satisfy them? The satisfaction and dignity of the guests is the main priority of Arta Hotel and it is the first word for us; In this way, necessary training and sufficient instructions have been given and issued to the personnel. In fact, since compliance with the principles of high-quality hospitality is at the top of Arta Hotel's working principles, we have arranged for all hotel personnel to receive the necessary training before starting work.

In terms of location, this hotel is located in the most suitable area of Qeshm and is located near the sea and shopping centers, which is a big advantage for the hotel. In order to develop, improve and provide more appropriate services, it is also considered to update and improve the quality of personnel performance in various dimensions. Also, the hotel management has included continuous improvement in terms of hardware and software in its daily agenda.

The Ministry of Cultural Heritage can establish the foundation of tourism and hotel industry in the country by applying the right policies. If the government makes the right decisions, this industry will solve a large part of the country's unemployment problem and create jobs. The hotel industry can make a significant contribution to the country's economic prosperity by creating a wide range of jobs.■

The Head of Khorasan Razavi Hoteliers Association

Private houses operate without paying taxes



Today, the hotel industry of our country; In terms of structure, equipment and facilities, compared to the world, it has a favorable and suitable condition and meets the needs of travelers. In a conversation with Mahmoud Madarshahian, the head of Khorasan Razavi hoteliers' society, we

investigated the activities and measures of this organization as well as the current state of Iran's tourism and hotel industry. We read parts of this interview.

The trade union organization of hoteliers in Mashhad city and Razavi Khorasan province is one of the oldest tourism organizations in the country and has a very long history. The existential philosophy of organizations basically includes two parts and both are important. In the first part, the defense and support of the legal rights of the members and the all-out effort to create a suitable environment for activity and business is that we do this important and this mission with all our strength and using legal capacities, identifying issues and concerns and damages, meetings with the officials in We follow the highest executive levels and try to solve problems and facilitate conditions for colleagues. In the second part, the duty of the organizations, including the hotelier community, is in the field of supervision, pricing and licenses, which supervises the provision of appropriate services to guests and pilgrims, and this section is our professional and ethical responsibility to supervise the provision of the best quality services at the right price to As an investor and representative and elected member of the largest hotel organization in the whole country, I have a special concern and we have put the efforts of the whole group to work that despite the difficult economic conditions of the country and sanctions; Let's take positive, constructive and forward steps for the hotel industry of the province.

Razavi Khorasan province has a lot of potential in terms of historical and geographical attractions, unfortunately, the problem of renting apartments without permission in the whole country is one of the problems of the tourism industry and the accommodation sector, and especially one of the important concerns of hoteliers all over the country. These houses operate without complying with any legal regulations or regulatory body monitoring their work or paying taxes and fees to the government for their income.

While hotels and other licensed accommodation units create employment with huge investment and the most supervision by various institutions, and they face numerous economic problems every day.

The hotel industry in our country, in terms of structure, equipment, and facilities, is in a favorable and suitable condition compared to the world, and it meets the needs of travelers; In addition, the competitive advantage of the very low rate of travel to Iran, both in the area of residence and in other areas, is a very good point.■

Examining the construction industry in the digital age



Hossein Moosavi
Researcher in the field of construction information modeling

Digitalization is one of the most important emerging trends in the contemporary world. Since the third industrial revolution and then with the formation of the fourth industrial revolution (i4.0), the contemporary world has increasingly moved towards digitalization.

In this regard, concepts such as the fourth construction (Construction 4.0) centered on the construction industry and the

fifth society (Social 5.0) centered on the intelligent society have also been formed. These technologies have established a new concept called digital economy.

The term "digital economy" was first proposed in 1990 by a Japanese economics professor and researcher named Masahiro Nakayama. The term "digital economy" was then accepted by Western economists and researchers and quickly spread in scientific and business circles. In 1995, Don Tapscott published a book titled "The Digital Economy" The Promise and Peril of the Networked Information Age.

One of the best theories to better understand the impact of digital technology in the contemporary era on the economy is Schumpeter's innovation theory. By examining Joseph Schumpeter's theory of innovation cycles, we can understand the importance of the digital age in the evolution of the national economy. Schweitzer was one of the most prominent economists of the 20th century, and by expressing the innovation cycle theory, he showed that waves of innovation have been the most important factor in creating differences between leading countries in the field of sustainable economic development in every era. By examining these trends, it is clear that leading countries such as Germany, France, and especially England owe one of the reasons for advancing their political and economic goals to having up-to-date technologies of each period.

In order to imitate the mentioned theory to improve the macroeconomics of the country, it is necessary to use the innovations of the present age such as digitalization of big data artificial intelligence.

In today's rapidly changing world, the emergence of digital technologies, automation and artificial intelligence are among the most important factors of the sixth economic wave. By predicting technology trends, companies can use the theory of innovation cycles to identify new technologies that may be trendsetting in the future. Following the mentioned theory, to improve the macroeconomics of the country, it is necessary to use the innovations of the present age, such as the digitization of big data artificial intelligence.

A report from PWC shows that 71% of construction companies believe that the use of digital technologies will be the main driver of the industry's growth in the next 5 years. Digital technologies can reduce the time of project plans by 20% and increase productivity by 30%. A study by the NIST Institute shows that the use of automated equipment in construction projects can lead to an increase in productivity of up to 30%. According to the report of management consulting company EY, about 90% of construction companies around the world are investing in digital technologies to improve their operations. ■

The director of the energy working group in the Digital Technology and Intelligence Association said

Reliable energy supply using smart networks

Smart energy solutions will provide short-term and long-term benefits for business owners, which include reducing energy costs, increasing operational efficiency and improving asset management. In a conversation with Dr. Meisam Amini, the manager of energy optimization projects in Oil and gas, power plant and construction industries, and the director of the energy working group in the digital technology and intelligence association, we have investigated this issue. We are reading parts of this interview.

Discussion of smart energy management systems or Smart Energy is an innovative approach to energy management that uses advanced technologies to optimize energy consumption, reduce environmental impacts and improve grid stability. This discussion is a kind of paradigm shift compared to common energy methods that often focus on centralized energy production and distribution. Smart energy basically has a decentralized approach based on the distribution of energy resources and its intelligent management at the local level and uses real-time data to predict energy consumption and optimize network operations. This approach uses data analysis and artificial intelligence (AI) to optimize energy consumption patterns and resource allocation, and enables consumers to engage in energy management, make informed decisions, and control energy resources.

One of the goals of smart energy systems is to ensure the optimal management of energy resources, because many energy resources are inherently limited. In addition, smart grids can be seamlessly integrated with renewable energy sources such as solar and wind and accelerate system integration in the context of load response.

As mentioned, it is clear that smart energy technologies have a significant impact on residential energy consumption and enable residents to optimize energy consumption.

The field of intelligent energy systems has also become very effective in interaction with the industry sector, the main effectiveness of which has been the discussion of increasing operational efficiency, reducing maintenance and repair (O&M) costs, and optimal use of resources and assets. Advanced AI algorithms are very useful in predictive maintenance

. The energy intensity index in Iran is more than 3 times the world average, which shows that compared to other countries, our country consumes much more energy per person per unit of gross domestic product (GDP). In addition, Iran's reliance on limited sources of energy, which is mainly based on (oil and gas), has practically limited us and we face with supply disruptions.

Implementing smart energy solutions requires a comprehensive approach that includes strategic planning, infrastructure development, and technology integration. ■



The perspective of Iran's tourism industry until the horizon of 2025



Dr. Ali Asghar Shalbafian
Deputy Minister of
Tourism of the Ministry of
Cultural Heritage,
Tourism and Handicrafts

Compilation and regulation of documents such as vision documents with a long-term horizon, by drawing the future, determines the direction of the strategies and actions of governments. The movement of all active components in tourism development is around specific axes in order to realize the purpose drawn from the functions of such documents. During the years 2002 to 2004 and in line with the 2025 vision document of the Islamic Republic of Iran, the country's tourism vision document was compiled. For the first time, this document made the category of travel and tourism one of the important parts in the upstream documents of the country's development. In this document, the challenges of this sector were identified and by setting quantitative goals, strategies were set to achieve these goals.

By promoting the position of the tourism industry in the upstream documents of the country's development, strategies and executive measures were adopted in different periods, which caused the movement of tourism development in the country.

Since the nature of this document is strategic, micro and macro environment changes have a great impact on it. During the period leading to the goals of the vision document, many changes have occurred in the environment of the tourism industry, and in accordance with these environmental changes, various strategies and measures have been adopted to achieve the goals. Political crises, changes in regional relations and communications, exchange rate changes, political and social unrest, natural disasters, disease outbreaks, etc. are examples of these cases. Some of these changes are very fundamental and affect the nature of actions more. One of the most important of these environmental changes, i.e. the spread of the Corona pandemic in the world, suddenly affected the international tourism and subsequently, the inbound tourism to Iran, and as a result, the inbound tourism to the country, which before the outbreak of the pandemic was about 9 million people, it stopped when the country's borders were closed, and after that, even with the end of the pandemic, it began to grow slowly in the world and in Iran. In 2022, the number of tourists entering the country will be around 4 million people, which has a positive change of more than 130% compared to the previous year, but has not yet returned to the situation before the outbreak of Corona; As an environmental challenge, this delays the achievement of the goals of the vision document. Change in strategic orientations and selection of target markets, as well as focusing on tourism products that are less vulnerable to changes in the macro environment, are among the strategies that have been adopted in order to reduce the effects of environmental changes and to achieve the goals of the vision document. ■

Smart building definitions, problems and dilemmas



Seifollah Niknami
The Head of Iran's
Digital Technology and
Intelligence Employer
Association

Developments and industrial trends in the field of buildings were formed from the conversion of existing residential houses into smart buildings and the creation of new smart buildings. With the development of computers and computer networks, the concepts of smart buildings were formed based on computer systems and electrical communications. This evolution led

to the coordination between different systems such as lighting, security, temperature, and the use of electrical appliances, and led to the emergence of digital switches and sensors, and the integration of the physical world with the computer created a new world with computer mentality. These developments have not only caused comfort, security, security, and easier and faster access, but also created new markets and rapid growth in this field, from smart making lighting and security systems to the use of digitization in temperature management and electrical systems.

Smart buildings

Smart buildings with intelligent management system are a combination of hardware and software installed for integrated monitoring and control of critical parts of the building. The term smart buildings was originally defined as buildings whose "design and construction require the integration of complex new technologies into the building fabric" and expanded in the intervening decades, but at its core is the need to integrate a variety of new technologies, including those that They are not developed yet, it remains. Predicting future learning has led to significant applications of artificial intelligence and machine learning in this field. Due to the urgency of climate change, energy management has been a special focus for this research with a secondary focus on monitoring, fault diagnosis and scheduling problems. Advances in building information modeling (BIM) to integrate the information needed to support such smart building applications throughout the building lifecycle have created significant solutions for building automation system (BAS) and other sensor network data streaming.

According to the issues raised, 4 basic components, including safety in structures and facilities, security inside and around the building, intelligent management of facilities and energy, are considered in the smart building department. These are the main topics in the self-management sector, intelligentization in the collections and integration of all the different systems inside a building, which lead to increased well-being, safety, security, reduction of energy consumption and operating costs. They create the building themselves and reduce the operating costs in the future. ■

Next year's budget challenges



Morteza Faghani
Member of Tehran
Chamber of Commerce

The generalities of the 2024 budget bill were approved by the Islamic Council, which has a special situation in terms of reducing dependence on oil, increasing the share of taxes, and also a contractionary approach. According to the published statistics, the stable income of the government in the next year's budget has reached 1495 thousand billion tomans, which has increased by 41.9% compared to last year. According to this issue, the share of this income from the total government income has reached 61.5%, which shows an increase of about 11% compared to last year. In the budget, 1403 tax shares with about 1122 thousand billion tomans show a growth of about 49.8%, which accounts for about 46.1% of the budget resources, which is unique in the history of budgets after the Islamic Revolution. On the other hand, the share of oil revenues in this year's budget has reached 554 thousand billion tomans, which has decreased by about 8% compared to last year. The government has also reduced the estimated amount of oil exports by 50 thousand barrels and considered it equal to one million and 350 thousand barrels, and its price has been reduced by \$10 compared to the previous year to \$75 per barrel. With these figures, the share of oil revenues decreased by 6.2% compared to last year and reached 22.8%. Having said that, it can be said that Iran's budget is no longer based on the sale of oil and gas, but most of it is based on taxes.

In general, in the new budget of the government's resources in the coming year, it is estimated to be 3 million 741 thousand billion tomans and the total expenditure of the budget is also 3 million 741 thousand billion tomans. Among these, the budget revenues are 3 million and 17 thousand billion tomans and the expenses are 2 million and 844 thousand billion tomans. Also, salary increases for employees and retirees are considered to be 18% and 20%, respectively, which is about half of the inflation rate according to the announced inflation rate. On the other hand, the government's general budget resources have also increased by 16.7 percent, which means a contractionary approach to inflation. According to this year's budget, some major challenges can be raised in the amount of incomes and expenses, as well as a look at the increase in wages. The first case of increasing taxes to more than half of the revenue share should be accompanied by strengthening the transparency of the government and the need for people's participation in governance, otherwise this policy cannot continue and we will witness unfortunate social consequences as well as an increase in tax evasion. On the other hand, increasing tax revenues and reducing dependence on oil should also show its economic consequences. In addition, a 20% increase in the salaries and benefits of government employees, considering inflation of at least 45%, will mean an increase in livelihood problems, which must be overcome by controlling inflation; Otherwise, with the continuation of contractionary policies, it will create a negative feedback in the society. ■

Transportation development; Prerequisite for tourism boom



Farhad Amirkhani
Chief Editor

Iran has a great capacity and a bright future in the tourism industry, which can have significant achievements, both for the domestic and the global tourism industry. Actually, our country can be considered an attractive destination for tourists who intend to travel to North Africa and the Middle East due to its vastness of land, climate diversity and ancient history. Iran's huge tourism capacity has been neglected for many reasons and every mirror is waiting for attention and to be realized. Many times, international organizations, including the World Tourism Organization and UNESCO, have introduced our country as one of the top 10 potential countries in the world in terms of tourist arrivals due to its many tourist attractions. These societies believe that our country can become the tourism hub of Asia.

However, the realization of this wish, regardless of political considerations, first of all requires a suitable and professional infrastructure in the transportation industry; Because there is no possibility of development of the tourism industry in this era, which is known as the age of communication, if there is no or a defect in the field of transportation communication!

The development and benefit of this industry will not be possible without considering the transportation network. In fact, the major tourist attractions of the countries, after they become accessible and connected to the transportation network, become spectacular and attract the attention of tourists. These tourist attractions, many of which are located in non-urban areas, at the beginning of every plan and action, need a transportation network, including road, air, rail, sea, and even pedestrian; Because tourists always consider the two factors of cost and time in their decisions, and the lack of safe and easy transportation facilities at a reasonable rate is considered to be an obstacle to any tourism development in countries. Now, more than ever, besides developing transit and strengthening good relations with other nations, our country urgently needs to develop its tourism-oriented transportation network. In the past years, more than half of foreign tourists have traveled by air and have refused to travel by land. The majority of domestic tourists travel is done by road and to a lesser extent by rail. Although recently, there have been serious developments in the tourism industry and the transportation network of our country; From now on, along with the construction of infrastructure and accommodation facilities, more attention should be paid to it, so that at least domestic and foreign tourists can make good use of our country's capacities and experience a good and memorable trip. ■



“World of Investment”

A smart choice to enter the Iranian business market

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

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

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

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

Selected Topics In This Number



The CEO of Jam Mashhad Hotel proposed
Hotel boom by introducing Iran's tourist attractions



Member of the Board of Directors of the Iranian Hoteliers Association
We do not have freedom of action in pricing hotel services



CEO of Partov Keyhan Toos Company
Politicization and economic instability are the most important challenges for producers



The founder and CEO of Moeen Bookbinding said
The lack of modern and advanced machinery in the Printing industry



Founder of Ramtin Printing
The Internet took over the advertising market from the print industry



The Head of the Iran-Australia Joint Chamber of Commerce
Let's throw away the old beliefs of the business field



The director of printing and advertising Chista raised
Demanding is necessary to solve the problems of the printing industry



The CEO of Masir Sabz Bit Company (Leeva Pharma) said
Cultural challenges; Obstacles to activities in the field of women's health

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

لیوا فارما

قاعدگی راحت ، سالم و مدرن



اولین برند تخصصی مراقبت های قاعدگی
با رویکرد پایداری در ایران



مسیر سبز بیتا

شماره ثبت شرکت: ۵۳۴۹۴۷ ۰۲۱۸۸۳۵۹۶۷۳ ۰۲۱۹۱۰۱۷۰۴۱

تهران، خیابان کارگر شمالی، خیابان شهید فرشی مقدم، پردیس شمالی

دانشگاه تهران، ساختمان شماره دو پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، ۳۰۳

levvapharma.com info@levvapharma.com



A.H.A.
MAHYAR

پوشاک نانو مهیار



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

زنجان ، شهرک صنعتی شماره یک ، پشت سایت بانوان ، خیابان شقایق ۲ ، قطعه ۵۶۲
کد پستی: ۴۵۱۳۳۵۶۶۶ / ۳-۳۲۲۲۳۱۶۲ / ۰۲۴
تلفن کارخانه :

www.mahayrco.com



صحافی معین

تولید کننده زیباترین هارد باکس

تلفن: ۴۴۹۱۱۱۴

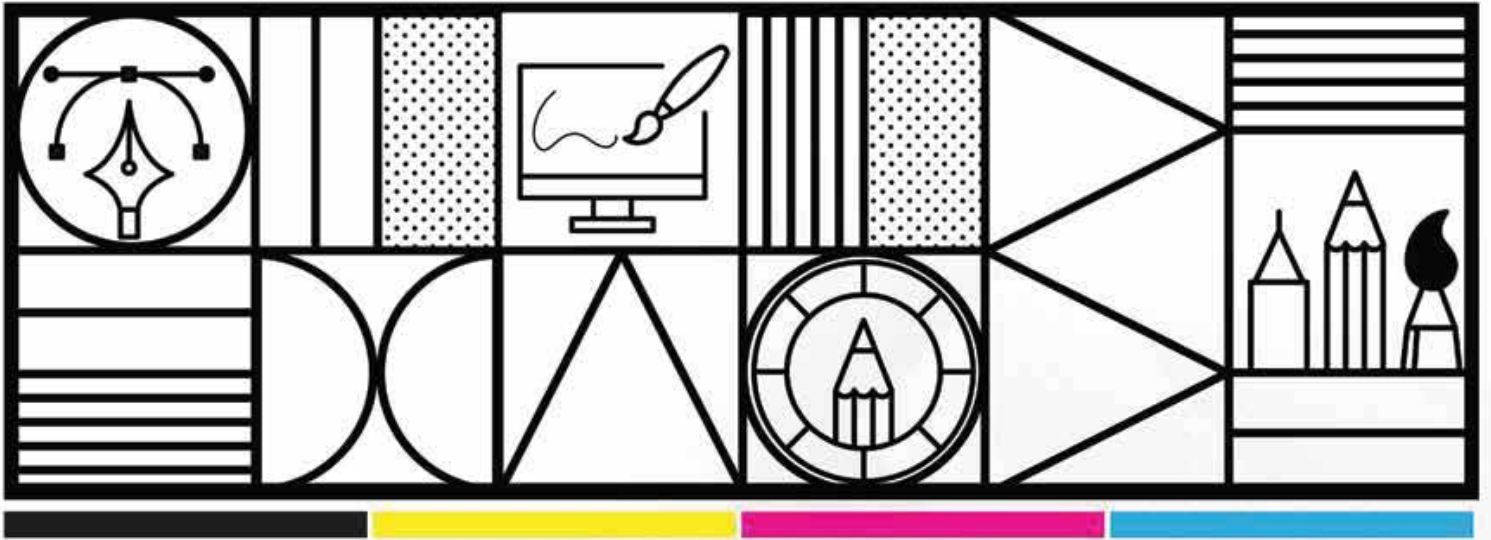
 hamidpourkalbassi_





طراحی و چاپ ایندور و اوتدور

■ بنر، استیکر، کوئد و لمینت
■ کاغذ دیواری، پرده لوردراپه
■ اسپیس فریم، استیج، غرفه سازی



©(061)32931600-1 ☎ 0939 318 4992 - 0916 318 4992

🌐 www.chistaprint.com @chistaprint @chista.sazeh



واردات طلا

بهترین روش ورود سرمایه گذاران خارجی



KHANDAN
Exchange
صرافی خندان
☎ ۰۲۱ - ۹۱۰۷۰۳۵۶