

رشد سرمایه‌گذاری

مدیر عامل شرکت جهان اروم آیاز مطرح کرد

تولید کنندگان

گرفتار قوانین خلق الساعه دولتی

CEO of Jahan Orum Oyaz Company

Manufacturers are caught up in rapidly
changing government regulations

الرئيس التنفيذي لشركة جهان أروم إياز

المصنعون متورطون في اللوائح الحكومية المتغيرة بسرعة

با آثار و گفتمانی از:

رامین مهمان پرست

هادی تیزهوش تابان

علی یکه‌فلاح

محمود پیشعلی

شاهرخ جعفری

علی همتی

جلال شمسی نسب

عبدالحمید سرودلیر

سید رضایعی

محسن فهیمی پور

صدرالدین شریعتمداری

علیر ضاموسوی

فرزان قاسم‌لو

پریس فرزانه

سید محمود محمدی

دنیای

WORLD OF INVESTMENT

رژیم سرمایه گذاری



رئیس هیات مدیره شرکت پارت ارتباط آوا

نظام پرداخت

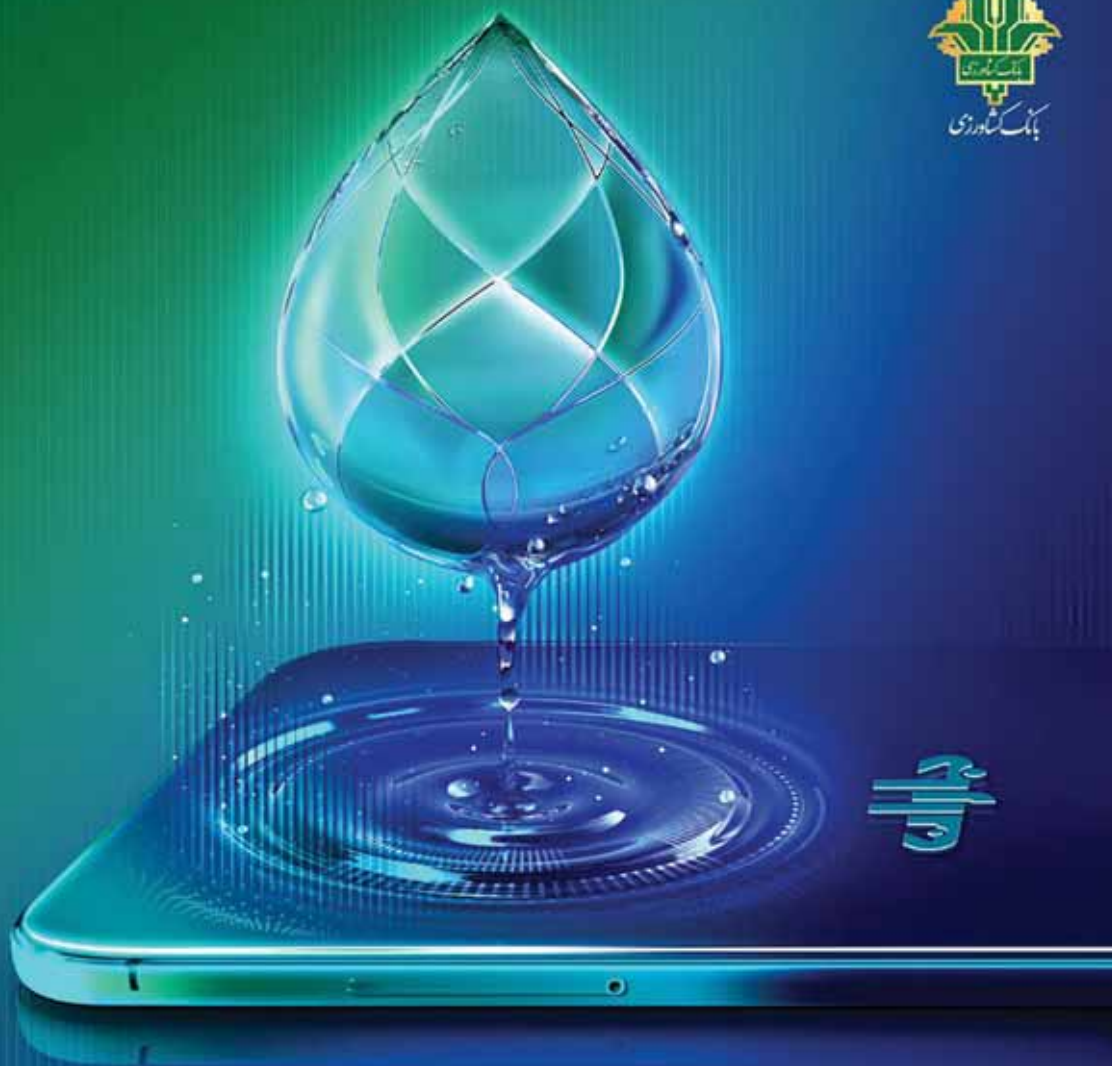
تغییرات ملموسی نداشته است

The Chairman of the Board of Directors of the Part Ertebat Ava Company

The payment system has not changed significantly

رئیس مجلس إدارة شركة بارت ارتباط آوا

نظام الدفع لم يتغير بشكل كبير



با جابه

درگاه خدمات غیر حضوری بانک کشاورزی

اداره کل روابط عمومی
مرکز ارتباطات: ۰۲۱-۸۱۳۰۱
www.bki.ir





باشما همیشه اول هستیم

رتبه نخست صنعت پرداخت الکترونیک کشور



www.behpardakhtm.com

TP50

دستگاه پوز کلاسیک و امن

قابل حمل ، راحت برای استفاده و قدرتمند
کارت نوار مغناطیسی و پرداخت با QRcode
سرعت بالای پرینت رسید ، دارای امضای الکترونیکی
قابل استفاده در همه جا به راحتی



P30

عصر جدید دستگاه پوز هوشمند

دارای نور پس زمینه و لمس چندگانه
صفحه ۵ اینچی
دارای اتصال
استاندارد امنیتی PCI6
کارت نوار مغناطیسی ، IC کارت با تماس و بی تماس
پرداخت از طریق QRcode





هرکجا و هر وقت

برای صدور بیمه نامه
صندوق امانات



فناوران اطلاعات خبره
بزرگ ترین مجموعه فناوری اطلاعات صنعت بیمه در کشور



آکادمی راهبرد کسب و کار ایرانیان



مرکز ارتقاء رهبران ملی و فراملی

اکوسیستم جامع انتقال دانش :

♦ آموزش مبتنی بر گیمیفیکیشن (GLS)

♦ آموزش سطح بالای حضوری و آنلاین

♦ کلوب مدیران ملی و فراملی

تلفن دفتر مرکزی : ۰۳۱-۶۶۷۳۲۹۰

تلفن دفتر تهران : ۰۲۱-۶۶۹۰۸۷۸۰

www.elearnever.com



CELEBON

دفتر مرکزی:

تهران، خیابان شریعتی، روبروی پارک کوروش، نبش کوچه آریایی
شماره تماس: ۰۲۱-۲۶۷۱۱۴۱۶



www.celebon.ir



CYRUS THE GREAT ARCHEOFASHION

SADRA SHARIATMADARI
ARCHEOFASHION.IR | INFO@ARCHEOFASHION.IR



SEVIX

تولیدکننده و عرضه کالاهای
مردانه، زنانه و بچه گانه

- اعطای نمایندگی
- فروش سازمانی
- فروش عمده
- همکاری در حوزه صادرات

کیفیت، هدیه ما به اعتماد شما



☎ 09122374150- 09362125997

📷 sevixland

🌐 www.sevixstyle.com

📍 خیابان ظفر، بعد از گوی آبادی
پلاک ۷۹ واحد ۱۶

تلفن: ۰۲۱-۹۱۶۹۳۶۶۴

MANUFACTURED IN IRAN



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



خروس

سلامت - بائید

www.mmc.ir



اسکن کنید



کیما سر و
KIMIA SARV KIAN



ادویه جات استریل شده



KIMIA SARV KIAN



021 55813911

WWW.KIMIASARVKIAN.COM

@KIMIASARV

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



گهر زمین تولید و گهر نبض تپنده توسعه

Goharzmin

is the pulsating
pulse of production
and development

شرکت معدنی و صنعتی گهر زمین
Goharzmin Mining and Industrial Company
روابط عمومی و امور بین الملل



Goharzmin Mining and Industrial Company



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 تعالی 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 صنعت



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

شرکت جهان فولاد سیرجان

بزرگترین تولید کننده شمش فولادی و میلگرد در جنوب شرق کشور

دکتر محمد کریمی‌باد

شرکت جهان فولاد سیرجان (سای نام)
روابط عمومی و امور بین الملل



دفتر تهران: میدان ونک - بزرگراه حقانی - بعد از چهار راه جهان کودک - خیابان شهیدی (دیدار جنوبی)

نوش کوچه ژوبین - پلاک ۲

کدپستی: ۱۵۱۸۶۱۲۳۴۵

تلفن: ۸۶۰۸۴۶۳۳ - ۸۶۰۸۵۸۳۴ - ۸۶۰۸۶۳۵۷ - ۰۲۱ - فروش: ۸۶۰۸۴۶۴۲ - ۰۲۱

کارخانه: سیرجان - کیلومتر ۵۰ جاده شیراز - جنب شرکت معدنی و صنعتی گل گهر

تلفن: ۳۱۲۵۷۶۰۰ - ۴۲۳۶۰۴۷۸ - ۴۱۴۲۳۶۲۵ - ۰۳۴ - فکس: ۴۲۳۷۳۸۰۵ - ۰۳۴

ایمیل: info@sjesco.ir

سایت: www.sjesco.co

گل گهر

رویش باورها در دل کویر



شرکت معدنی و صنعتی گل گهر
GOLDCOAT MINING & INDUSTRIAL COMPANY

روابط عمومی و امور بین الملل

www.geg.ir

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





موسس و مدیر عامل مجموعه محصولات غذایی برتر مطرح کرد

زنگ خطر تعدیل نیرو در واحدهای تولیدی

۴۳

۴۶

مدیر عامل شرکت کیمیا سرو

عنوان کرد

پرنودهی

تضمینی برای افزایش

ماندگاری مواد غذایی



۳۲

رئیس هیات مدیره شرکت کیان پرداز زاگرس

مطرح کرد

تضعیف تولید کنندگان داخلی

با ورود دستگاه‌های

پوز قاجاق



دنیای صنعت
۷۴ تا ۵۶



دنیای خودرو
۵۴ تا ۵۲



پرونده ویژه
۵۰ 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 محمدنژاد عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر حسین حسین‌زاده عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر غلامعلی جعفرزاده ایدن آبادی نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی
- مهندس احمدروایی مدیرعامل شرکت گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو
- دکتر عزیزالله 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 مرادنی مشاور مدیرعامل 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:

سیدقاسم قاری، مصطفی حاتمی، عرفان فغانی
سعید عدالت‌جو، محمدجعفری، احمدرضا صباغی
مینا افتخاری، سهیلا زمانی، المیرا اکرمی

برای دریافت نسخه‌های الکترونیکی به پایگاه خبری زیر مراجعه فرمایید:
www.dsarmaye.ir

نشانی:

تهران، خیابان شهیدفتح
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



مدیرعامل شرکت به‌پرداخت ملت
مطرح کرد

خدمات مالی غیر متمرکز کلید حل مشکلات نظام‌های مالی سنتی



رئیس هیات مدیره چاپ نگارستان

دور شدن صنعت چاپ از امکان سرمایه‌گذاری‌های جدید



رئیس اتاق بازرگانی مشترک ایران
وروسیه

فراهم نبودن زیرساخت‌ها کاهش مبادلات تجاری را در پی دارد



۶۶

از سوی مالک و مدیرعامل برند «سالیان»
عنوان شد

حذف قیمت‌گذاری دستوری خواسته اصلی فعالان صنعت پوشاک



اقتصاد کلان
۸۶ تا ۸۲



دنیای چاپ
۸۰ تا ۷۶

روز چهارم دی‌ماه ۱۴۰۲ موافقتنامه اقتصادی میان ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا از سوی عباس علی‌آبادی، وزیر صنعت، معدن و تجارت به نمایندگی از جمهوری اسلامی ایران و میخائیل ولادیمیروویچ میاسنیکوویچ، رئیس هیات مدیره کمیسیون اقتصادی اوراسیا امضا شد. گفته می‌شود که این موافقتنامه حاصل بیش از دو سال مذاکره و کار کارشناسی است. بر مبنای این توافقنامه ۸۷ درصد اقلام کالایی در مبادلات تجاری طرفین به‌طور کامل مشمول حذف تعرفه‌ها خواهند بود. با این حال فهرستی از سوی طرفین تنظیم می‌شود که فهرست منفی نام دارد و شامل کالاهایی می‌شود که امکان حذف تعرفه‌ها برای آن‌ها وجود ندارد.

بنابر آمارهای منتشرشده از ابتدای سال ۱۴۰۲ تا پایان آبان‌ماه، مبادلات اقتصادی بین ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا از نظر وزنی بالغ بر ۵ میلیون و ۱۶۸ هزار تن کالا بوده که ارزش آن از نظر دلاری بالغ بر ۲ میلیارد و ۳۴۴ میلیون دلار است که این میزان نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۳۳/۵ درصد در وزن و ۱۴ درصد در ارزش، افزایش داشته است. از این میزان ۲ میلیون و ۷۷۸ هزار تن کالا به ارزش یک میلیارد و ۷۴ میلیون دلار از ایران به کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا صادر شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته از نظر وزنی ۴۵ درصد و از نظر ارزش دلاری ۲ درصد افزایش یافته است. در بخش واردات نیز ۲ میلیون و ۳۹۰ هزار تن کالا به ارزش یک میلیارد و ۲۷۰ میلیون و ۴۰۰ هزار دلار از کشورهای این اتحادیه وارد ایران شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر وزنی ۲۲ درصد و از نظر ارزشی ۱۰ درصد افزایش یافته است. در این میان تراز تجاری ایران با چهار کشور ارمنستان، بلاروس، قزاقستان و قرقیزستان مثبت و با روسیه منفی بوده است.

صادرات ایران به کشورهای اوراسیا در سال گذشته نیز نسبت به سال ۱۴۰۰، رشد ۲۸ درصدی داشته، به‌طوری که از یک میلیارد و ۱۶۵ میلیون دلار در سال ۱۴۰۰ به یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار در سال ۱۴۰۱ افزایش یافته است.

با وجود برآوردهای مثبت از این موافقتنامه تا زمان انتشار فهرست منفی و همچنین کالاهای معاف از تعرفه، نمی‌توان بر آورد دقیقی از پیامدهای آن برای اقتصاد کشور داشت. ایران از دیرباز یکی از مهمترین تامین‌کنندگان فولاد در کشورهای آسیای مرکزی بوده است. از طرفی، صادرات گوگرد و قیر در کنار محصولات کشاورزی، بخش مهمی از صادرات ایران به این منطقه را تشکیل می‌داده است. از سوی دیگر، با توجه به عدم دسترسی ایران به بازارهای اروپایی، کشورهای بازیرساخت‌های صنعتی قوی مانند روسیه و بلاروس می‌توانند، منبع مهمی برای نوسازی و بهینه‌سازی زیرساخت‌های کشور به‌ویژه از طریق انتقال فناوری باشند. علاوه بر این، از آنجایی که این دو کشور با تحریم‌های گسترده غربی مواجه هستند، با دادن تخفیف‌های زیاد می‌توانند رقیب مهمی برای کالاهای صادراتی ایران به‌ویژه در حوزه مواد نفتی و فولادی به‌شمار روند. از این رو می‌توان گفت، این موافقتنامه در صورتی که فهرست منفی ذکر شده در آن به خوبی تنظیم شود، می‌تواند به فرصتی برای شکوفایی صادرات و نوسازی زیرساخت‌های صنعتی کشور تبدیل شود. این موافقتنامه پس از امضا نیازمند تصویب در مجالس ۶ کشور (مجلس شورای اسلامی و مجالس پنج کشور عضو اتحادیه اوراسیا) است تا به قانون تبدیل و لازم‌الاجرا شود. ■

توافقنامه اوراسیا فرصت یا تهدید؟



مرتضی فغانی
عضو اتاق بازرگانی تهران

مجهول تورم در سال ۱۴۰۳



فرهاد امیرخانی
سر دبیر

سال ۱۴۰۳ در شرایطی از راه می‌رسد که بسیاری از مردم نگران تورم و افزایش قیمت‌ها در سال جدید هستند. کمتر جایی را می‌توان یافت که در آن دغدغه و نگرانی‌های اقتصادی مطرح نباشد و مردم نگاهی خوشبینانه به وضعیت اقتصاد در سال پیش رو داشته باشند. اکنون این پرسش نزد بسیاری از مردم و فعالان کسب و کار مطرح است که آیا با آغاز سال جدید؛ قیمت کالاها، مسکن، ارز و... همچنان افزایش پیدا خواهند کرد؟ این افزایش چه میزان خواهد بود؟ نرخ تورم در سال جدید چگونه است؟ و اینکه با توجه به حذف نام ایران از ذیل توصیه شماره هفت FATF از سوی کارگروه اقدام مالی، آیا رونقی در کسب و کار و گردش سرمایه ایجاد خواهد شد؟

مروری بر آنچه اکنون در سپهر اقتصاد ایران می‌گذرد، مشخص می‌سازد که مطابق لایحه بودجه سال ۱۴۰۳، منابع بودجه عمومی دولت در سال جدید بالغ بر ۲ هزار و ۷۳۵ میلیارد تومان، منابع عمومی بالغ بر ۲۴۶۲ هزار میلیارد تومان و همچنین درآمدهای اختصاصی وزارتخانه‌ها و مؤسسات دولتی بالغ بر ۲۷۵ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شده است. آنچه در این لایحه قابل تامل است، مربوط به پیش‌بینی دستیابی این درآمدها از محل مالیات و گمرک است. مطابق برنامه اعلام شده، دولت تصمیم دارد که برای تامین درآمدهای خود در سال آینده، درآمدهای مالیاتی و گمرک رانسیبت به کل درآمدها به بیش از ۵۰ درصد و به‌طور دقیق به ۵۱ درصد برساند و بیش از ۵۰ درصد از درآمدهای جاری را نیز از محل مالیات و گمرک تامین نماید. در واقع بر اساس این لایحه، عدد یک هزار و ۱۲۲ هزار میلیارد تومان برای درآمدهای مالیاتی و ۱۳۰ هزار میلیارد تومان برای درآمدهای گمرکی پیش‌بینی شده که این موضوع نشانگر فشار مضاعف به فعالان کسب و کار خواهد بود.

در واقع بسیاری از کارشناسان بر این گمانند که در سال ۱۴۰۳ بخش اعظمی از درآمدهای مالیاتی با توجه به تورم، به‌طور خودکار افزایش یافته و قیمت‌ها به‌طور سرسام‌آور بالا خواهند رفت. البته در این زمینه، پیش‌بینی مرکز پژوهش‌های مجلس خوشبینانه است، زیرا این مرکز اعلام کرده که نرخ تورم در کشور که در سال ۱۴۰۲ عدد ۴۱ درصد بوده، در سال ۱۴۰۳ به عدد ۳۵ درصد کاهش پیدا می‌کند. از سوی دیگر، رییس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی بر این باور است که دلیل گرانی‌های رخ داده در کشور، ناترازی برخی از ساختارها و تحقق نیافتن بعضی از درآمدها در بودجه کشور بوده که باعث افزایش پایه پولی، حجم نقدینگی و در نهایت افزایش تورم شده است.

اکنون به نظر می‌رسد که دولت و مجلس به‌طور خواسته و شاید ناخواسته، در حال تغییر ساختار کهنه «دولت - نفت» به سمت ساختار مدرن «دولت - مردم» باشند. ساختار جدیدی که تأثیر و ابعادش هنوز در ایران شناخته شده نیست و این دل‌کندن و جدایی از رفاه نسبی، فربادهایی را بلند خواهد کرد و برای مردم دردآور می‌باشد، به‌طوری که در سال ۱۴۰۳ و سال‌های پس از آن، در کنار تغییرات اقتصادی، شاهد تغییرات فرهنگی خواهیم بود. هر چند سایر ملل نیز چنین تغییراتی را در عرصه اقتصاد و فرهنگ خود تجربه کرده‌اند؛ اما هنوز کمتر کشوری را می‌توان یافت که ساختار اقتصادی و فرهنگی کشورش را از تار و پود درآمدهای ناپایدار نفتی رها نکرده باشد؛ موضوعی که در سال جدید، آثارش را برای اولین بار شاهد خواهیم بود. ■

صنعت نساجی و پوشاک حوزه بزرگی است؛ صنعتی کاملاً خصوصی در ساختار، تولید، عرضه و... که البته به رغم ادعاهایی که مطرح می شود، حمایت چندانی از بدنه دولتی ندارد از صنعت پوشاک می توان به عنوان لو کوموتیو صنعت نساجی نام برد و با رونق و توسعه این بخش صنعتی است که تمامی زنجیره تولید صنعت بزرگ نساجی به حرکت در می آید؛ لذا این رشته صنعتی ارزش توجه بیشتر در تمامی ابعاد را دارد. بنابراین، نهادهای فرهنگی جامعه نیز باید همپا با نهادهای صنعتی، در رشد و توسعه این صنعت در کشور کوشا باشند.

اخیراً مجدداً شاهد موج جدید قاچاق پوشاک به کشور هستیم؛ آن هم در سطحی گسترده و بسیار عیان با قابلیت تبلیغ و انتشار آن به ویژه در فضای مجازی که خود بیانگر حمایت پنهان و هموار کردن بستر انجام آن است. قاچاق، سمی برای تولید داخلی است. قاچاق با ممنوعیت واردات، دو مقوله متفاوت هستند که نباید آن ها را با هم اشتباه گرفت. قاچاق امری ناپسند است و سال ها و بارها در میادین مختلف از آن سخن گفته شده و حتی ارگان و نهادهای تعریف شده با عنوان مبارزه با آن هم تشکیل شده است. ممنوعیت واردات نیز امری اشتباه است که خود باعث عدم رشد و ارتقای کیفی محصول می شود و در عرصه نبود رقابت برای تولید کنندگان داخلی نیز مطلوب نبوده و نتیجه ای عکس را در بر دارد، اما چرا مجدداً قاچاق پوشاک در این ایام رشد پیدا کرده است؟ قابل ذکر است که هیچ گاه قاچاق کالا حذف نشده و به صفر نرسیده است. چرا فضای کنترل، ردیابی و جلوگیری از انجام آن کند و غیر مسئولانه شده است؟ موضوع مهم که شاید منجر به رخداد فعلی شده، وضعیت نامطلوب اقتصادی کشور و به ویژه قدرت خرید مردم است که بسیار معیشت را سخت تر کرده است.

به اعتقاد بنده، باید از صنعت پوشاک حمایت های ویژه صورت گیرد؛ در غیر این صورت شاهد مشکلاتی از قبیل انحصار، کاهش کیفیت محصولات و همچنین عدم ایجاد بستر مناسب جهت رقابت با برندهای مطرح منطقه ای و جهانی که خود امکان عرضه را در عرصه صادرات آن تحت الشعاع قرار می دهد و در نهایت، ایجاد فضای غیر رقابتی برای این رشته صنعتی، به گونه ای که با تلنگری همچون قاچاق لرزه بر اندامش می افتد، خواهیم بود.

این موضوع نشان می دهد که سیاست و خواستگاه مسئولان صنعتی کشور، انتظار ارزآوری و توسعه صادرات و رشد و ارتقای این صنعت نیست، بلکه آنچه مدنظر دارند، این است که این صنعت قادر باشد تا نیازهای داخلی کشور را تامین کند تا از خروج ارز از کشور هم جلوگیری به عمل آورد؛ یعنی روند داخلی سازی صنعتی در کشور بدون رشد و ارتقاء که منجر به حالت سکونی می شود که بسیار آسیب پذیر خواهد بود. صنعت پوشاک به تنهایی تمامی مزیت های موجود در سایر صنایع از جمله ارزش افزوده بالا، ارزآوری بالا به صورت بالقوه، توان اشتغال زایی قابل توجه، نیاز به حداقل سرمایه گذاری جهت ایجاد آن، دوستانه و سازگار با محیط زیست، دارای ابعاد مختلف توجه و کاربری اعم از اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و... را دارد و در واقع، تامین کننده نیاز اول انسان برای زندگی اجتماعی است. ■

قاچاق پوشاک سمی برای تولید داخل



مهندس سید محمد مقدسی
عضو هیات مدیره جامعه متخصصین
نساجی ایران



شرکت توسعه ارتباطات حراج
نماینده انحصاری برند تی‌ام‌اس در ایران

گفت‌وگوی اختصاصی با جلال شمس‌نسب

در این بخش می‌خوانیم:

- سبک‌های جدید آموزش؛ راهبرد موفق کسب و کارها
- خدمات مالی غیر متمرکز؛ کلید حل مشکلات نظام‌های مالی سنتی
- تقویت اعتماد به بازار سرمایه با افزایش قدرت عمل کارگزاری‌ها

مدیرعامل شرکت توسعه جراج شمس تاکید کرد

عدم حمایت دولت مشکل اصلی صنعت پرداخت

محمد جعفری

جلال شمسی‌نسب که مدیرعاملی شرکت توسعه جراج شمس را بر عهده دارد، از حدود ۸ سال پیش فعالیت خود را در صنعت توزیع و ارائه خدمات دستگاه‌های کارتخوان و راهکارهای مالی و بانکی آغاز کرد. این شرکت حدود ۲ سال است که فعالیت خود را در عرصه تولید این دستگاه‌ها استارت زده است. رویکرد شرکت توسعه جراج شمس تا سال ۱۳۹۹ پوشش خدمات دستگاه‌های کارتخوان بوده، اما از سال ۱۳۹۹ وارد حوزه تحقیق و بررسی در صنعت تولید کارتخوان شد. این مجموعه اواخر سال ۱۴۰۰ بررسی و تحقیق خود را به پایان رساند و در سال ۱۴۰۱ با شرکت چینی مذاکره را انجام داد که منجر به انعقاد قرارداد با شرکت تیانیو شد و در نهایت، آغاز کارهای توسعه‌ای و راه‌اندازی کارخانه در سال گذشته صورت گرفت. گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با این فعال صنعت پرداخت را در ادامه می‌خوانید.

در مجموع چند نوع محصول توسط این شرکت به بازار عرضه می‌شود؟

به‌طور کلی ۴ محصول داریم که هم‌اکنون یک محصول در بازار عرضه می‌شود و یک محصول هم تقریباً تا یک‌ماه دیگر وارد بازار خواهد شد که مجوزهای آن نیز اخذ شده و در فرآیند توسعه آن قرار داریم. در نظر داریم که برای نخستین بار، یک محصول بسیار جذاب به نام موبایل پوز را وارد بازار کنیم که قابلیتی مانند دستگاه موبایل دارد و کار کردن با آن بسیار آسان است. موبایل پوز دقیقاً مانند موبایل، کم‌حجم است، ولی قابلیت پرداخت را دارد و قابل استفاده برای شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات در کشور است. از سوی دیگر، یک پایانه فروشگاهی و صندوق‌های فروشگاهی دو منظوره هم تولید کرده‌ایم که توسعه آن برای رستوران‌ها و فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای تقریباً تمام شده است. همچنین یک محصول دیگر در صنعت خودپرداز داریم که فعلاً به صورت پایلوت جلو می‌بریم و هنوز در حال کار روی آن هستیم تا سال آینده آن را در بازار ارائه دهیم.

به منظور تولید دستگاه‌های کارتخوان با چه شرکت‌هایی همکاری دارید؟

در این زمینه، با یک مجموعه چینی با نام شرکت تیانیو به توافقاتی دست یافته‌ایم و ضمن عقد قرارداد انحصاری، نماینده انحصاری این شرکت در ایران هستیم. حدود یک‌سال و نیم است که با این شرکت همکاری داریم و به تدریج در زمینه کارت‌های بانکی هم با آن‌ها وارد فاز همکاری خواهیم شد. شایان ذکر است، یکی از برنامه‌های ما این است که به سمت واردات و تولید کارت‌های بانکی برویم و با همکاری شرکت چینی، این صنعت را به ایران هم وارد خواهیم کرد.

شرکت توسعه جراج شمس چه ویژگی‌هایی نسبت به مجموعه‌های مشابه دارد؟

یکی از ویژگی‌های ما که از ابتدا مورد توجه قرار دادیم، این بود که در بحث خدمات و نزدیک بودن خدمات به مشتریان بیشتر مانور دهیم. همچنین در دستگاه‌های کارتخوان، نوآوری خاصی را در نوع خدمات‌رسانی به



در خصوص چگونگی ورود شرکت توسعه جراج شمس به عرصه تولید دستگاه‌های کارتخوان توضیحاتی ارائه فرمایید.

پس از شروع تولید دستگاه‌های کارتخوان، در اوایل سال جاری به‌طور رسمی وارد بازار شدیم و با تولید ۲ محصول اندروید و کلاسیک در حوزه کارتخوان کار خود را آغاز کردیم که در صنعت پرداخت کشور فعال و به شدت مورد نیاز بازار است. پس از شروع فعالیت، کارهای توسعه‌ای محصولات دیگری مانند صندوق‌های فروشگاهی را استارت زدیم که مختص مشتریان خاص و در حجم‌های بزرگ‌تر است. تلاش ما بر این است که کار را گسترش دهیم تا با شعار نوآوری در صنعت پرداخت، سهم بهتری از بازار را در اختیار بگیریم. هدف ما این است که به سمت دانش‌بنیان شدن برویم؛ یعنی به تدریج دانش فنی کار را به ایران منتقل کنیم، چون در این صنعت کمبودها و نقص‌هایی وجود دارد. در حال حاضر برخی از شرکت‌ها در این زمینه پیش قدم شدند، ولی ما هم به تدریج در حال عملیاتی کردن انتقال دانش فنی این صنعت هستیم تا با اتکا به این دانش، محصولات داخلی را تولید کنیم.

نیاز بازار داخلی
بسیار بیشتر از
میزان تولیدات
است و اگر
حمایت‌های
ارزی و مالی از
شرکت‌های
تولیدکننده داخلی
صورت گیرد،
قطعا عملکرد
بهتری را از خود
ارائه خواهند داد

صورت پایلوت در کشور اجرا می کنیم تاکنون شرکت های کمی آن را اجرا کرده اند و در حال اخذ مجوزهای مرتبط دیگر هستیم. در رابطه با قابلیت های دستگاه ها هم سعی ما بر این بوده که روی سیستم خدمات پس از فروش و ارائه خدمات مناسب، بیشتر تمرکز کنیم. دستگاه های تولیدی ما هم قطعا از کیفیت بسیار خوبی برخوردار هستند و هم اکنون این دستگاه ها در بازار توزیع شده و در حال استفاده است. در مورد خدمات پس از فروش هم نوآوری خاصی را در این دستگاه ها اجرا کرده ایم که تقریبا در این صنعت نوپا است. از طرفی، با توجه به توزیع دو پارت تعداد بالا از مدل مذکور، تاکنون کمترین خرابی ممکن به شرکت گزارش شده که جزو افتخارات ما به شمار می رود.

هم اکنون صنعت پرداخت کشور با چه چالش هایی مواجه است؟

عدم حمایت از تولید کننده، یکی از مشکلات اصلی است که اندکی بهبود یافته است. تولید کنندگان داخلی صنعت پرداخت کشور، از موضوع قاجاق به شدت رنج می برند. البته به تدریج اتفاقات خوبی در حال رخ دادن است، اما کافی نیست. فرض کنید، تولید کننده ای با سرمایه میلیاردی کارخانه ای را تأسیس کرده و برای انتقال یک دانش به کشور دو سال وقت گذاشته است، به یک باره با حجم بالای کالای قاجاق مواجه می شود که در چنین شرایطی هیچ کس به سمت تولید داخلی نمی آید. این در حالی است که دستگاه های تولید داخل، واقعا کیفیت بسیار عالی دارند و خدمات پس از فروش، در دسترس است، ولی یک باره حوزه قاجاق انقدر گسترده می شود که برای تولید کننده خسته کننده شده و ایجاد دلزدگی می کند. البته در این راستا، بانک مرکزی و شرکت شاپرک، قدم هایی را برداشته اند و اتفاقات خوبی در حال رخ دادن است که امیدواریم ادامه دار باشد و به یک باره، این اقدامات متوقف نشود که اگر این اتفاق رخ دهد، باز هم این صنعت با پستی و بلندی های شدیدی روبه رو خواهد شد.

آیا تولیدات صنعت پرداخت، نیاز بازار داخل را به طور کامل تامین می کند؟

نیاز بازار داخلی بسیار بیشتر از میزان تولیدات است و اگر حمایت های ارزی و مالی از شرکت های تولید کننده داخلی صورت گیرد، قطعا عملکرد بهتری را از خود ارائه خواهند داد. هم اکنون صنعت پرداخت نیاز به حمایتی دارد که بتواند در بحث واردات سریع تر و پر جنب و جوش تر عمل کند، ولی بعضا در بحث های ارزی و مالی عقب می ماند. قطعا این موضوع نیاز کشور است و صنعت پرداخت یک صنعت امنیتی هم به شمار می رود. به هر حال دستگاه های قاجاق حساسیت لازم را نسبت به تراکنش ها و انجام امور مالی مردم ندارند. دستگاهی که به صورت قاجاق وارد می شود، نمی تواند از لحاظ امنیتی و تراکنش مالی، استانداردها و گواهینامه های امنیتی را پاس کند و نظارتی هم بر آن اعمال نمی شود.

نگاه مجموعه شاپرک به مجموعه های تولیدی فعال در صنعت پرداخت چگونه است؟

ما در فرآیند تولید و در بحث نرم افزاری، یکی از مجوزهای مورد نیاز را از شاپرک دریافت می کنیم. شرکت های psp یا پرداخت الکترونیک به سبب فعالیت دستگاه روی سوئیچ پرداخت را فراهم می کنند، زیرمجموعه شرکت شاپرک هستند. در خصوص بحث قاجاق دستگاه های کارخوان، به صورت مکرر نامه نگاری کرده ایم

و درخواست ما از شرکت شاپرک این بوده که این دستگاه ها امکان فعال شدن نداشته باشند. شرکت شاپرک با همکاری psp ها می تواند از فعال سازی دستگاه های قاجاق جلوگیری کند، البته در حال حاضر اتفاقات خوبی در این رابطه در جریان است و امیدواریم که ادامه دار باشد.

چند درصد از محصولات صنعت پرداخت به صورت قاجاق وارد می شوند؟

میزان نیاز داخلی به دستگاه کارخوان بسیار بالاست و هم اکنون حدود ۸۰ درصد از دستگاه های مورد استفاده داخلی، قاجاق هستند که یک فاجعه است و تمام شرکت های تولید کننده و ارائه دهنده خدمات هم از این موضوع ناراضی هستند. بیشتر این دستگاه ها از کشورهای چین و ترکیه وارد می شوند که ۹۹ درصد آن ها هم دست دوم هستند. در واقع دستگاه هایی که در کشورهای دیگر به مدت ۱۰ تا ۱۵ سال استفاده شده و دورریز هستند را وارد سیستم پرداخت کشور می کنند و مورد استفاده قرار می دهند؛ این در حالی است که صنعت پرداخت، حساس ترین سیستم برای کسب و کارها محسوب می شود. متأسفانه دستگاه هایی وارد این سیستم می شوند که با عمل نمی توانند گواهینامه های امنیتی را پاس کنند و یا دستگاه های دست دوم می هستند که به واسطه قدیمی بودن، نظارتی روی آن ها به اندازه کافی وجود ندارد. این دستگاه های کارخوان در شرایطی وارد می شوند که کیفیت لازم را ندارند و مصرف کننده نهایی از اتفاقات پشت پرده آن ها اطلاعی ندارد. در نهایت، بی کیفیتی و امنیت پایین این دستگاه ها؛ ناراضیتی پذیرنده، افزایش معایرت های مالی و تراکنشی و به تبع آن، افزایش تماس های خرابی برای شرکت های ارائه دهنده خدمات پرداخت را به دنبال دارد.

و سخن آخر...

با توجه به سرمایه گذاری عظیمی که تولید کنندگان در این حوزه انجام داده اند، اشتغال زایی برای تعدادی زیادی از جوانان کشور و همچنین عمل به شعار ابلاغی سال ۱۴۰۲ توسط مقام معظم رهبری با عنوان «مهار تورم و رشد تولید»، از سازمان ها و ارگان های ناظر کشور به ویژه ارگان های مربوطه، انتظار حمایت و تسهیل بیشتری داریم. ■

میزان نیاز داخلی به دستگاه کارخوان بسیار بالاست و هم اکنون حدود ۸۰ درصد از دستگاه های مورد استفاده داخلی، قاجاق هستند که یک فاجعه است و تمام شرکت های تولید کننده و ارائه دهنده خدمات هم از این موضوع ناراضی هستند



مدیرعامل شرکت به پرداخت ملت مطرح کرد

خدمات مالی غیر متمرکز

کلید حل مشکلات نظام‌های مالی سنتی

مصطفی حاتمی

مدیرعامل به پرداخت ملت ادامه داد: مشکل بعدی، دسترسی‌های بسیار محدود و حتی ناعادلانه در حوزه‌های مختلف است که می‌توان از اخذ وام تا فرصت‌های سرمایه‌گذاری و دریافت منابع مالی زیاد برای آربیتراژ و سرمایه‌گذاری مجدد اشاره کرد. همچنین در این میان، شرکت‌های نوآور و سودآوری هم داریم که به‌رغم اثبات ظرفیت‌ها و قابلیت‌های خود، دسترسی بسیار کمی به سرمایه دارند. وجود محدودیت‌های جغرافیایی برای یک‌سری دارایی‌های خاص نیز همواره در این خصوص، مزید بر علت شده است.

تقی‌پور با اشاره به ناکارآمدی سیستم‌های مالی سنتی به دلیل روش‌های غیر بهینه و هزینه‌های مالی و زمانی تامین سرمایه از طریق آن‌ها گفت: علاوه بر نرخ بهره غیر بهینه وام‌ها که از هزینه‌های انباشته ناشی می‌شود، نیاز به وجود دو طرف برای تسویه معاملات مشکل ساز است. از سوی دیگر، با مشکل خرید و تبدیل دارایی‌های بزرگ روبه‌رو هستیم که سرمایه‌گذاران را با ریسک ورود به استخر نقدینگی زیاد مواجه می‌کند.

وی عدم تعامل‌پذیری صنایع مالی سنتی با هم و با سیستم‌های مالی نوین را مشکل بعدی عنوان کرد و افزود: دشواری استفاده بی‌واسطه از توکن‌های وابسته به ریال و دلار حتی خودریال و دلار در قراردادهای هوشمند، عدم امکان استفاده از وثایق اضافه برای وام‌ها، مشکل تبدیل دارایی‌ها در صرافی‌ها در پلتفرم‌های مالی از دیگر چالش‌های موجود است که باید بحث ترکیب دارایی‌های مختلف در پلتفرم‌های DEFI و ارائه محصولات و خدمات مالی جدید را به آن افزود که در سیستم‌های سنتی کمتر دیده می‌شود. در نهایت نیز باید به عدم شفافیت در حوزه مالی سنتی اشاره کرد که مشکلاتی را از نظر رگولاتوری و همچنین برای سرمایه‌گذاران در این حوزه ایجاد کرده است. به عنوان مثال، از دیدگاه رگولاتوری در بسیاری از مواقع، وثیقه‌های موسسات مالی فاقد شفافیت لازم است. علاوه بر این، با مشکلاتی همچون نامشخص بودن حدود ریسک‌ها و عدم قطعیت برخی معاملات، عدم شفافیت در بازارهای مشتقه سنتی و عدم اطلاع از وضعیت تفکیک دارایی‌ها در صندوق‌های ETF مواجه هستیم که تصمیم‌گیری برای ورود یا خروج از این صندوق‌ها را برای سرمایه‌گذاران مشکل می‌کند.



نشست تخصصی "DEFI" و دنیای پرجاذبه رمزارزها در دومین روز فعالیت نهمین نمایشگاه تراکنش ایران با پشتیبانی و حمایت مالی شرکت به پرداخت ملت در سالن آمفی‌تاتر مرکز آفرینش‌های کانون پرورش فکری برگزار شد.

دشواری استفاده بی‌واسطه از توکن‌های وابسته به ریال

محمد مهدی تقی‌پور، مدیرعامل شرکت به پرداخت ملت که مدیریت این نشست تخصصی را بر عهده داشت، در خصوص خدمات مالی غیر متمرکز گفت: بسیاری از سرویس‌های جدیدی که امروزه در دنیا توجه فعالان حوزه بانکداری، فین‌تکی و فناوری را به خود جلب کرده، مبتنی بر DEFI یا خدمات مالی غیر متمرکز است، اما آنچه موجب شد که این خدمات تا این اندازه مورد توجه قرار گیرد، مشکلات موجود در سیستم‌های مالی سنتی و مبتنی بر کنترل متمرکز بوده است.

وی افزود: در این زمینه با تأثیر سیاست‌های بانک مرکزی بر نرخ‌های بهره در دوره‌های مختلف، کنترل نرخ وام‌گیری و وام‌دهی توسط موسسه‌های مالی، آزادی عمل محدود و کنترل جفت‌های معاملاتی پشتیبانی شده توسط صرافی‌ها، محدودیت‌های اعمال شده بر ابزارهای درآمد ثابت از سوی سازمان‌ها و موسسات مالی بزرگ و کنترل وجوه در صندوق‌های ETF (قابل معامله در بورس) به‌رغم علاقه سرمایه‌گذاران به دانستن پرتفوی این صندوق‌ها، مواجه هستیم.



مدیرعامل به پرداخت ملت با بیان اینکه DEFI برای بسیاری از مشکلاتی که گریبانگیر نظام مالی سنتی بوده، راهکارهایی ارائه کرده است، اظهار داشت: بنا بر آمارهای منتشر شده از سوی شرکت پنتا که یک شرکت ایرانی در حوزه رگولاتوری رمزارزها است، ایران از لحاظ رونق رمزارزها با ضریب نفوذ ۱۳.۴۶ درصد، نه تنها در ردیف ۱۰ کشور نخست، بلکه در جمع ۵ کشور اول دنیا است؛ یعنی از هر ۸ نفر در کشور ما یک نفر اقدام به خرید رمزارز و تملک آن کرده است. این موضوع نشان دهنده علاقه مندی مردم کشور به ورود به حوزه های جدید مالی و آمادگی بالای آن ها برای پذیرفتن ریسک های مترتب بر آن است. تقی پور ابراز امیدواری کرد: مباحث قانونی مربوط به DEFI، باید هر چه سریع تر تعیین تکلیف شود تا بسیاری از استارت آپ ها و جوانان متخصصی که در این حوزه مشغول به کار هستند، بتوانند خدمات خود را به مردم و موسسات مالی ارائه دهند تا این موضوع محرکی برای حوزه های استارت آپی و کارآفرینی و چرخه اقتصاد دیجیتال کشور باشد.

بانکداری بدون بانک محقق نمی شود

حسین یعقوبی، مدیر گروه بلاک چین شرکت خدمات انفورماتیک نیز با بیان اینکه انقلاب بلاک چین می تواند تغییرات زیادی را رقم بزند، بانک ها را بازیگر اصلی این بخش به عنوان نهاد واسطه دانست و اظهار داشت: به نوعی می توان گفت، کر بانکنینگ ناموس هر بانک است و اهمیت بسیاری از لحاظ کنترل بیشتر مشتریان و آزادی عمل آن ها در امور مالی دارد و در سال های اخیر نیز بیش از پیش مورد توجه و تقدیر قرار گرفته است.

وی ادامه داد: با ظهور اینترنت، کانال های دسترسی از انحصار بانک ها خارج شد و با مفهوم بانکداری باز مواجه شدیم که سرویس های بانکی را از بدنه خارج کرده و از لایه اعتماد ساز بانک استفاده می کند و بدین ترتیب انحصار بانک روی سامانه بانکداری متمرکز را به چالش می کشد.

یعقوبی با طرح این پرسش که آیا در سال های آینده بانکی وجود خواهد داشت، گفت: بله؛ بانکداری بدون بانک محقق نمی شود؛ حتی تا سال ۲۰۵۰ نیز بانک ها به کار خود ادامه خواهند داد، اما نقششان تغییر می کند، همان گونه که امروز سرویس های DEFI بسیار فراگیر شده و زنجیره نوین بانکداری را شکل داده اند.

دنیای استارت آپ ها ریسک پذیر است

احمد وطنی، مدیرعامل پلتفرم توثیق ونسی نیز در این نشست با بیان اینکه دنیای استارت آپ ها ریسک پذیر است، اظهار داشت: فرآیند سپرده پذیری و وام پذیری مانند سایر خدمات از روز اول پیدایش بار شد همراه بوده است.

وی افزود: در فضای سنتی وام دهی که مبتنی بر وثایق است، معوقات بانکی به ۳۰ تا ۴۰ همت رسیده و این در حالی است که همچنان طبق

دستورالعمل های موجود، لندتک ها حق اعطای وام ندارند و اجازه ایفای نقش به بازیگران نوین این حوزه نمی دهند.

سرعت، تمرکز و امنیت؛ چالش اساسی تمام پلتفرم های بلاک چینی

فرهاد اینالویی، متخصص حوزه بانکداری دیجیتال با یادآوری اینکه بر خلاف پیش بینی ۱۵ سال پیش بیل گیتس مبنی بر حذف بانک ها، این نهادهای مالی باهوش، خودشان را با تغییرات هماهنگ کردند و حذف نشدند، به مسائل و مشکلات پیاده سازی DEFI اشاره کرد و گفت: یکی از این مشکلات، ریسک های قرارداد هوشمند است، چرا که هر کد نرم افزاری امکان هک شدن دارد. همچنین امکان اشتباه در کدنویسی قراردادهای هوشمند وجود دارد. از سوی دیگر، در برخی توکن ها، شخصی با خرید ۵۱ درصد، صاحب رأی حاکمیتی می شود که منجر به ریسک حاکمیتی برای دیگر سرمایه گذاران می شود. البته شبکه بلاک چین برای جلوگیری از این موضوع راهکارهای مختلفی دارد، امادر برخی از پلتفرم ها شاهد وجود رأی حاکمیتی و مجاز بودن خرید و فروش آن هستیم. ریسک های دیگری مانند ریسک مقیاس پذیری هم وجود دارد.

وی سه چالش اساسی تمام پلتفرم های بلاک چینی را سرعت، تمرکز و امنیت دانست و افزود: هیچ پلتفرمی نتوانسته که هر سه این ها را با هم داشته باشد و دست کم در یکی از آن ها ضعف دارد. همچنین به این موارد می توان ریسک زیست محیطی، ریسک نگهداری و ریسک رگولاتوری را هم افزود.

اینالویی تصریح کرد: اینکه آیا رمزارز یک دارایی از جنس کالا و پول است، هنوز جای بحث دارد و اگر رگولاتورها سرناسازگاری دارند، از آن جهت است که نمی توانند نظارت لازم را به عمل آورند، زیرا در صورتی که رگولیشن سفت و سخت برخورد کند، نوآوری از حد و مرزهای ما خارج می شود و اگر محکم و سختگیر نباشد، حق مصرف کننده ضایع می شود. ■

بنا بر آمارهای منتشر شده از سوی شرکت پنتا که یک شرکت ایرانی در حوزه رگولاتوری رمزارزها است، ایران از لحاظ رونق رمزارزها با ضریب نفوذ ۱۳.۴۶ درصد، نه تنها در ردیف ۱۰ کشور نخست، بلکه در جمع ۵ کشور اول دنیا است



معاون اجرایی کارگزاری بانک آینده عنوان کرد

تقویت اعتماد به بازار سرمایه با افزایش قدرت عمل کارگزاری‌ها

عرفان فغانی

افرادی که علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه هستند، باید درخواست‌های خریدوفروش خود را از یکی از شرکت‌های کارگزاری دارای مجوز از سازمان بورس و اوراق بهادار، به هسته معاملات ارسال نمایند. در واقع کارگزاری‌ها به عنوان نماینده سرمایه‌گذاران، اطلاعات خریدوفروش را به نهادهای ناظر ارائه کرده و در صورت تطابق درخواست‌های خریدوفروش، معاملات صورت می‌پذیرد؛ در این صورت بخشی از مبلغ معامله، به عنوان کارمزد به کارگزاران پرداخت می‌شود. از سوی دیگر، با گسترش بازار سرمایه و وارد شدن سرمایه‌گذاران جدید، اهمیت فعالیت کارگزاری‌ها بیش از پیش نمایان شده است. در سال‌های اخیر به دنبال افزایش آگاهی مردم نسبت به سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه، در کشور ما هم کارگزاری‌های متعددی ایجاد شده است. با توجه به اهمیت این موضوع، در گفت‌وگویی که با عبدالحمید سرودلیبر، معاون اجرایی کارگزاری بانک آینده داشتیم، ابعاد مختلف فعالیت کارگزاری‌ها در بازار سرمایه را مورد بررسی قرار دادیم که ماحصل آن را در ادامه می‌خوانید.

موثرتری نسبت به حال حاضر انجام دهند، ولی به دلیل ایجاد نهادهای موازی مانند سیدگردان‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بخشی از عملیات شرکت‌های کارگزاری از آن‌ها جدا شد. در واقع این تغییرات با صلاحدید نهاد ناظر و به لحاظ کنترل‌ها و نظارت بهتر اتفاق افتاده، ولی سبب کاهش قدرت شرکت‌های کارگزاری شده است. از طرفی، شرکت‌های کارگزاری می‌توانند با همراهی نهادهای دیگر، گروه‌های مالی تشکیل داده و قدرت عمل بیشتری پیدا کنند. در مقایسه شرکت‌های کارگزاری کشورها، پیشرفته‌تر به شرکت‌های کارگزاری ایران خواهید دید که آن‌ها دارای ارائه پیشنهاد، ایجاد، اجرای عملیات و مدیریت محصولات جدید و به کارگیری ابزارهای نوین مالی، پیشروتر هستند.

چنانچه در کنار ارائه ابزارهای نظارتی مناسب، قدرت عمل بیشتری در اختیار شرکت‌های کارگزاری قرار گیرد، ارائه خدمات به سرمایه‌گذاران با سهولت بیشتری انجام خواهد گرفت که در نتیجه آن تقویت اعتماد به بازار سرمایه صورت خواهد پذیرفت.

آیا بین کارگزاری‌های دولتی و خصوصی شرایط یکسانی وجود دارد؟

با توجه به اینکه بخش قابل توجهی از اقتصاد به شکل دولتی و نیمه دولتی مدیریت می‌شود، می‌توانم بگویم که خیر، یکسان نیست. برای بعضی از کارگزاری‌های کوچک موضوع وارد شدن به حوزه معاملات کالایی مفهومی ندارد، زیرا نمی‌توانند در رقابت انجام معاملات عرضه یا خرید کالایی شرکت‌های بزرگ قرار گیرند. همچنین کارگزاری‌های دولتی به پشتوانه بانک‌های متبوع خود، می‌توانند در حوزه کالایی تسهیلات خوبی دریافت کرده و در اختیار مشتریان کالایی بزرگ قرار بدهند و از این طریق آن‌ها را جذب مجموعه خود کنند.



هم‌اکنون چند نوع کارگزاری در کشور وجود دارد و تفاوت فعالیت این کارگزاری‌ها در چیست؟

در حوزه بازار سرمایه، در اصل مجوز و عنوان کارگزاری تفاوتی وجود ندارد و موضوع مهم، مجوزهای داخلی است که شرکت‌های کارگزاری از نهادهای ناظر بازار سرمایه دریافت کرده‌اند. به عنوان مثال، شرکت کارگزاری بانک آینده عمده مجوزهای شرکت‌های کارگزاری را دارد که از جمله آن می‌توان به مجوز مشاوره پذیرش و عرضه اوراق بهادار، مجوز انجام معاملات کالایی و مجوز انجام معاملات بورس انرژی اشاره کرد. در واقع مجوزها وجه تمایز شرکت‌های کارگزاری در ارائه خدمات آن‌ها را تعیین می‌کند.

به نظر شما چگونه می‌توان دامنه فعالیت کارگزاری‌ها را در بازار سرمایه افزایش داد؟

در گذشته، کارگزاری‌های می‌توانستند فعالیت‌های بسیار گسترده‌تر و



به نظر شما کارگزاری‌هایی که تحت نظارت بانک‌ها هستند، تا چه اندازه می‌توانند در زمینه بازارسازی و بازارگردانی اوراق بهادار و کالاها موفق باشند؟

اگر بازار سرمایه و بازار پول را دو برادر دوقلو در نظر بگیریم، تمامی رفتارهای این برادران دوقلو روی هم تأثیر دارد و در واقع کارگزاری‌های بانکی می‌توانند حلقه واسطه بازار پول و بازار سرمایه باشند و به جریان وجه نقد در این بازارها کمک کنند. به عنوان مثال، برخی از کارگزاری‌ها مجوز مرتبط با تأمین مالی، یعنی مشاوره پذیرش و عرضه اوراق بهادار را دارند. در این راستا و با انجام عملیات پذیرش و عرضه اوراق بهادار در بازار سرمایه، منابع مرتبط با تأمین مالی مذکور را از بازار سرمایه جذب و جهت توزیع در عملیات تولید شرکت‌های ذی‌نفع، در اختیار بازار پول قرار می‌دهند. حضور کارگزاری‌های بانکی با پشتوانه قوی بانک متبوع خود، در این عملیات می‌تواند به چرخه کامل تأمین مالی از طریق بازار سرمایه کمک شایانی نماید.

ابزارهای نوین مالی چگونه به جذب سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه کمک می‌کند؟

همزمان با رشد تکنولوژی‌ها و به کارگیری ابزارهای نوین در بازارهای مختلف، بازار سرمایه هم در این راستا رشد داشته و ابزارهای جدیدی وارد آن شده است. این ابزارها اغلب در راستای تکمیل و رفع ایراد ابزارهای قبلی و پر کردن خلأهای مشتریان این بازارها توسعه یافته‌اند. رشد بازار سرمایه در سال‌های اخیر و به دنبال آن، استقبال سرمایه‌گذاران از این بازار، به ویژه در دوره‌های پربازده، نشان‌دهنده ظرفیت این بازار در تراکنش‌های مالی با حجم بالا است، ولی فقدان ابزارهایی که بتواند اطمینان‌رایی سرمایه‌گذاران به خصوص سرمایه‌گذاران خرد بدهد، می‌تواند موجب بی‌اعتمادی به این بازار و آسیب به ساختار اقتصادی کشور شود.

چه اقداماتی به کاهش ریسک‌های بازار سرمایه کمک خواهد کرد تا امنیت خاطری برای مشتریان به وجود بیاید؟

ریسک‌های بازار سرمایه، ابعاد بسیار متنوعی دارند. به عنوان مثال، بعضی از ریسک‌ها داخلی و مربوط به خود عملیات بازار سرمایه هستند و بعضی از ریسک‌ها هم محیطی و از جنبه‌های دیگر بر بازار سرمایه اثر می‌گذارند. ابزارهای نوینی که در حال حاضر در بازار سرمایه به کار گرفته شده است، عمدتاً ریسک‌های داخلی بازار را مدیریت می‌کنند. برخی از ریسک‌های موجود در بازار سرمایه، مربوط به انجام معاملات است که ابزارهای جدید انجام معاملات مانند معاملات الگوریتمی می‌تواند بخشی از این قبیل ریسک‌ها را برطرف و در بحث مدیریت زمان سرمایه‌گذاران، برای آن‌ها مفید واقع شوند. همچنین این ابزار، خطاها و تخلفاتی که ممکن است، به دلیل محدودیت‌های انسانی در انجام معاملات به وجود بیاید را پوشش می‌دهد. جهت کاهش ریسک معاملات افراد غیر حرفه‌ای و جلوگیری از آسیب‌های ناشی از این ریسک می‌توان از ابزارهای جدیدی مانند کپی تریدینگ و میروور تریدینگ استفاده کرد. در این روش‌ها، افراد غیر حرفه‌ای می‌توانند با الگو گرفتن از افراد حرفه‌ای که در بازار

سرمایه شناخته شده هستند، معاملات خود را انجام دهند. در این راستا سرمایه‌گذاران غیر حرفه‌ای از طریق انعقاد قراردادها قانونی با افراد حرفه‌ای، ضمن الگوبرداری از معاملات ایشان، معاملات خود را با ریسک‌های پذیرفته شده‌ای انجام می‌دهند.

با توجه به نوسانات بازار سرمایه، در کارگزاری بانک آینده از چه روش‌هایی استفاده می‌شود تا انجام معاملات، کمترین میزان ریسک و زیان را داشته باشد؟

تازمانی که مجوزهای مربوط به ابزارهای نوین برای کمک به سرمایه‌گذاران غیر حرفه‌ای صادر نشود، بهترین گزینه، سرمایه‌گذاری غیر مستقیم در بازار سرمایه است. در حال حاضر سبک‌های مختلف سرمایه‌گذاری غیر مستقیم از جمله صندوق‌های سرمایه‌گذاری وجود دارد که با توجه به میزان ریسک‌پذیری هر مشتری، سرمایه‌گذاری در انواع آن جهت کسب بهره مناسب پیشنهاد می‌شود. کارگزاری بانک آینده نیز صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت از نوع صدور و ابطال و قابل معامله در بورس را تحت مدیریت خود دارد که دارای مزایایی از جمله بازدهی روزشمار بالاتر از سپرده بانکی، نقدشوندگی بالا، معاف از مالیات و باریسک پایین هستند.

دوره‌های آموزشی و به روز کردن پرسنل، یکی از موضوعات مورد توجه در کارگزاری‌ها است. آیا این موضوع در کارگزاری بانک آینده هم مورد توجه قرار گرفته است؟

بله، این موضوع در کارگزاری بانک آینده از اهمیت بالایی برخوردار است و در پیاده‌سازی سیستم جدید منابع انسانی کارگزاری بانک آینده نیازسنجی براساس جایگاه سازمانی هر فرد صورت گرفته و ارزیابی عملکرد افراد با توجه به میزان تسلط در حوزه فعالیت و شرح وظایف مشخص شده است. همچنین در جهت بهبود عملکرد حوزه‌های تخصصی، دوره‌های آموزشی تخصصی برای کارمندان برگزار و دوره‌های آموزشی عمومی و رفتاری که بتواند محیط کار را برای همکاران جذاب کند، در برنامه کاری گنجانده شده است. قابل ذکر است، در آموزش‌های تخصصی به دنبال حذف خطاهای ناشی از عدم دانش هستیم تا ریسک‌های داخل سازمان کاهش یابد و در قبال آن، خدمات بهتری را به مشتریان ارائه دهیم.

و سخن آخر...

یکی از مسایل بسیار مهمی که باید در بازار سرمایه و در حوزه کارگزاری‌ها اتفاق بیافتد، کمک به وضعیت نقدینگی شرکت‌های کارگزاری است. بخش زیادی از هزینه‌های شرکت‌های کارگزاری مربوط به هزینه‌های نیروی انسانی است و به دلیل شرایط اقتصادی موجود، هزینه‌های این حوزه افزایش بسیاری پیدا کرده است. در مقابل، شرکت‌های کارگزاری به دلیل محدودیت منابع، در تأمین معیشت همکاران خود شرایط چندان خوبی ندارند که این موضوع به ویژه در مورد کارگزاری کوچک بیشتر صدق می‌کند و ممکن است که در آینده، تعدیل نیروی انسانی در این صنعت را به همراه داشته باشد؛ لذا کمک کردن به این حوزه می‌تواند در توسعه بازار سرمایه و کمک به فرهنگ مناسب سرمایه‌گذاری صحیح و اصولی، بسیار اثر بخش باشد. ■

فقدان ابزارهایی که بتواند اطمینان را به سرمایه‌گذاران به خصوص سرمایه‌گذاران خرد بدهد، می‌تواند موجب بی‌اعتمادی به این بازار و آسیب به ساختار اقتصادی کشور شود

سبک‌های جدید آموزش راهبرد موفق کسب و کارها

پریس فرزانه
عضو هیات مدیره و مدیر توسعه سازمانی آکادمی راهبرد کسب و کار ایرانیان



ما در آستانه یک
انقلاب صنعتی
جدید هستیم که
اساساً قادر است
نحوه زندگی،
کار و ارتباطات را
تغییر دهد

هستیم و با ترکیب نوآوری‌ها و تجربه دهه‌ها دوره MBA و DBA و همکاری با موسسات داخلی و خارجی و در نهایت، کمک گرفتن از ایده برخی بازی‌های آموزشی بین‌المللی در سطوح بالای مدیریت، کارگاه مهارت‌های رهبری استراتژیک مبتنی بر بازی مدیریتی «نبرد پادشاهان» یا «Battle of Kings» معرفی شد. تاکنون صدها مدیر کسب و کار از شهرها و کشورهای مختلف در قالب رقابت‌های جدی و پراثری، در این کارگاه پرهیجان حضور داشته‌اند. این کارگاه رقابت به دو صورت حضوری و آنلاین برگزار می‌شود. تیم‌ها از سوی شرکت‌ها و سازمان‌ها به صورت آزاد و درون سازمانی در این دوره شرکت و یادگیری سطح بالا را با تفریح، هیجان به صورت همزمان تجربه می‌کنند. کلمه گیمیفیکیشن در دنیای منابع انسانی، بسیار مطرح می‌شود. اما فقط به این دلیل که درباره بازی مدیریتی زیاد صحبت می‌شود، به این معنی نیست که ما واقعاً ماهیت یا ارزش آن آگاه هستیم. گیمیفیکیشن می‌تواند به تیم‌های منابع انسانی تقریباً در تمام استراتژی‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی (ERP) کمک کند و رضایت کارکنان را بهبود بخشد. گیمیفیکیشن هنر تعبیه کردن مکانیزم‌های بازی در فضاهایی است که به صورت پیش‌فرض برای بازی طراحی نشده‌اند. کلمه گیمیفیکیشن در دنیای منابع انسانی، بسیار مطرح می‌شود. گیمیفیکیشن (Gamification) یا بازیوارسازی (که گاهی هم به بازی آفرینی هم ترجمه می‌شود) از جمله زیرمجموعه‌های دانش طراحی برای تغییر رفتار سازمانی است که طی سال‌های اخیر، در محیط‌های کسب و کار مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. روش آموزشی که در شرکت‌های بزرگی مانند Samsung, Bluewolf, Cisco, NIKE و بسیاری دیگر به صورت دوره‌ای برای کسب نتایج خاص و کار در سازمان‌های کوچک و بزرگ مورد استفاده بوده و پس از پایان دوره، این نتایج به صورت محرمانه در اختیار مدیران سازمان قرار می‌گیرد.

بخش‌هایی از خروجی دوره آموزشی:

- کمک به مدیران برای استفاده درست از توانایی‌های کارکنان
- یادگیری خلق و استفاده از استراتژی‌های منحصر به فرد
- مدیریت بحران در موقعیت‌های مختلف

مرکز پژوهشی هدایتگران اندیشه پارس (تاسیس ۱۳۷۶) به عنوان زادگاه آکادمی راهبرد کسب و کار ایرانیان پس از موفقیت در زمینه طراحی، تولید و توسعه پلتفرم‌های علم الکترونیکی، در بهار ۱۳۷۷ فعالیت خود را در حوزه آموزش اینترنتی با اجرای موفق دوره‌های عمومی و تخصصی آغاز کرد و در ادامه، آکادمی راهبرد کسب و کار ایرانیان متولد شد. با مشارکت مرکز EBS سوند، (فعال در زمینه گسترش آموزش مجازی) بخشی از برنامه جهانی، گسترش دانش در کشورهای در حال توسعه و برندی بین‌المللی در آموزش مجازی ایران است که فعالیت برون مرزی نیز دارد. ماموریت آکادمی، آموزش رهبران ملی و فراملی در بخش‌های مختلف صنایع و بازرگانی و... با ابزار آموزش پیوسته و توزیع شده است. همیشگی کردن آموزش به مفهوم حذف محدودیت‌های زمانی و مکانی در این مدل تازه از کسب و کار، باعث شد تا آکادمی ایرانیان از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به عنوان "کارآفرین برگزیده ملی" معرفی شود.

آکادمی راهبرد کسب و کار ایرانیان فعالیت خود را در چند بخش اصلی متمرکز کرده است:

- آموزش سطوح مختلف مدیران به شیوه گیمیفیکیشن در قالب رویدادهای آنلاین و حضوری نبرد پادشاهان
- برگزاری کارگاه‌های حضوری و آنلاین با محوریت آماده‌سازی مدیران برای رهبری بر صنعت نسل ۴
- آموزش و پرورش رهبران ملی و فراملی از طریق برگزاری دوره آموزش عالی DBA آنلاین، MBA آنلاین در چهار گرایش اجرایی، بازاریابی، استراتژیک و سلامت
- توسعه ابزارهای انتقال محتوای دانشی مانند سوپر اپلیکیشن استاداپ، اپلیکیشن‌های رایگان رادیو پارسه
- دیارتمان حل چالش‌های سازمانی

گیمیفیکیشن یا بازیوارسازی

همان‌طور که می‌دانیم، روش‌های آموزشی موجود دیگر کارایی گذشته را ندارند. چالش‌های کسب و کارها پیچیده شده‌اند و نیازمند حال، انرژی و سبک‌های جدید و کار در آموزش و راهبرد کسب و کارها

- افزایش دانش تخصصی و مدیریت منابع
- افزایش انگیزه کاری و قدرت یادگیری
- توانایی شبکه سازی
- امکان تجزیه و تحلیل در شرایط مختلف
- ارتقاء خلاقیت تاکتیکی
- بالا رفتن توانایی مذاکره
- درک نقاط قوت و ضعف
- افزایش عملکرد کار تیم
- آمادگی برای ارتقای شغلی در سازمان

در طول دوره به صورت همزمان بخش های زیر اجرا خواهند شد:

- ۱۵ ساعت کارگاه های آنلاین، محتوا و کوچینگ آموزشی با مدرسان برجسته در مباحث رهبری، مدیریت استراتژی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت عملیات، فنون مذاکره و... برگزار می شود. سرفصل های آموزشی با توجه به نیاز سازمان طراحی و اجرا می شود.
- ۹ ساعت بازی مدیریتی نبرد پادشاهان با مربیان کارآزموده و تیم کوچینگ و آنالیز شرکت کنندگان دوره
- در هر دوره، شرکت کنندگان وارد یک اکوسیستم جامع آموزشی می شوند که هیجان و یادگیری سطح بالا را تجربه کرده و نتایج و آنالیز دوره علاوه بر تاثیرات آن در کارایی کارکنان به سازمان در استفاده درست از توانایی های نیروها کمک فراوانی می کند. شرکت کنندگان در پایان، مدرک حضور در کارگاه و همچنین موسسه EBS (eLearnEver Business School) سوئد را دریافت خواهند کرد.
- کارگاه های دوره ای با محوریت آماده سازی مدیران برای حضور آگاهانه و توانمند در آینده صنعت نسل ۴:
- برای به روز ماندن مدیران در سطوح مختلف در سازمان، کارگاه هایی به صورت آنلاین و حضوری با محوریت موضوعات روز برگزار می شود که عبارتند از:

- هوش مصنوعی و تحول دیجیتال، تحلیل بازار
- زنجیره تامین بر مبنای صنعت نسل ۴
- پنج گانه تجارت خارجی
- استراتژی دیجیتال و راه های گذار از سیستم سنتی به مدرن
- رهبری بر صنعت نسل ۴ و چگونگی برخورد و حل چالش های آن
- خلق محصول ناب در کلاس جهانی

آموزش و پرورش رهبران ملی و فراملی از طریق برگزاری دوره آموزش عالی DBA و MBA آنلاین

مادر آستانه یک انقلاب صنعتی جدید هستیم که اساسا قادر است؛ نحوه زندگی، کار و ارتباطات را تغییر دهد. انقلاب صنعتی چهارم دارای مقیاس بسیار بزرگ تری از گستردگی و پیچیدگی و امکانات نسبت به سایر انقلاب های صنعتی است و بیش از آنکه یک تحول فناورانه باشد، یک انقلاب در رهبری استراتژیک است. پیشرفت های تکنولوژیک ناشی

از این انقلاب، نه تنها مدل های کسب و کار، بلکه حاکمیت، اقتصاد، کل جامعه و حتی زندگی افراد را تغییر داده است؛ لذا اهمیت ورود کسب و کارها به این حوزه و آموزش افراد به ویژه مدیران، بر هیچ کس پوشیده نیست. مدل آموزشی ما در آکادمی راهبرد کسب و کار ایرانیان با همکاری مرکز EBS سوئد به شما کمک می کند تا ترکیبی از دانش، مهارت، جسارت و توانایی را در رهبری و مدیریت کسب و کار خود ایجاد کنید که علاوه بر تحول در جایگاه شخصی و حرفه ای شما، منجر به افزایش سطح درآمد و بهره وری سازمان تان نیز می شود.

دوره ها بر ایجاد توانایی در چند بخش اصلی استوارند:

- فهم تحولات دنیای پیرامون با درک انواع تحولات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فناوری
- فهم صحیح نقش و جایگاه خودمان در این اکوسیستم
- افزایش توان فرصت جویی هوشمندانه برای غلبه بر رقبا، بازار و صنعت
- توان تجزیه و تحلیل متفاوت شرایط و طرح برنامه ریزی های موفق
- شرکت کنندگان در پایان، مدرک مورد تایید وزارت علوم و همچنین موسسه EBS (eLearnEver Business School) سوئد را دریافت خواهند کرد.

ابزارهای انتقال محتوای دانشی با اپلیکیشن هایی با محتوای هدفمند

- سوپر اپلیکیشن استاداپ: ابزار اصلی دسترسی به باشگاه آنلاین ویژه رهبران فراملی است. این باشگاه با پشتیبانی ۳ مرکز معتبر ملی و بین المللی در قالب یک سوپر اپلیکیشن، اکوسیستم جامعی را برای کمک به ارتقاء جایگاه مدیران و رهبران ملی و فراملی شکل می دهد. در حال حاضر ۲۴ هزار کاربر در سطوح مختلف به ۹۰۰ دوره آموزشی دسترسی دارند. دوره های مدیران و برگزاری سمینارها و وبینارها برای اعضای باشگاه.

- اپلیکیشن رادیو پارسه رادیوی مدیران: رادیو پارسه ابزاری است، برای انتقال این دانش از مسیر صدا و با پشتیبانی آکادمی راهبرد کسب و کار ایرانیان، سابقه ای ۲۰ ساله در اجرای رادیو زنده اینترنتی، تولید پادکست و کتاب صوتی دارد. محتوای روزانه تولیدی این رادیو با نگاه تخصصی به مسائل روز به عنوان منبع آموزشی و کمک آموزشی و تحلیلی مورد استفاده قرار می گیرد. در حال حاضر رادیو پارسه با تجهیزات کامل شامل استودیو، سیستم های ضبط و تدوین محتوا، نیروهای متخصص و... در حال فعالیت می باشد.
- دپارتمان حل چالش های سازمانی بر اساس Ind 4.0، با کمک مشاوران برجسته داخلی و خارجی پس از عرضه یابی، بهترین و کوتاه ترین راه حلها را برای چالش های سازمان ها ارائه می دهد.
- طراحی و اجرای دوره های آموزشی بر مبنای نیاز سازمان
- مشاوره بر اساس شرایط سازمانی
- نیازسنجی و حل چالش های سازمانی ■

انقلاب صنعتی
چهارم دارای مقیاس
بسیار بزرگ تری
از گستردگی و
پیچیدگی و امکانات
نسبت به سایر
انقلاب های صنعتی
است و بیش از آنکه
یک تحول فناورانه
باشد، یک انقلاب در
رهبری استراتژیک
است

رئیس هیات مدیره شرکت کیان پرداز زاگرس مطرح کرد

تضعیف تولید کنندگان داخلی با ورود دستگاه‌های پوز قاچاق

عارف فغانی

شرکت کیان پرداز زاگرس از سال ۱۳۹۵ فعالیت خود را در عرصه صنعت پرداخت کشور آغاز کرد و در نخستین پروژه با فروش شارژ مشارکتی به کار خود ادامه داد، به طوری که موفق به جذب حدود ۸۰۰ پذیرنده شد و پس از گذشت یک سال که پروژه‌های هدایت تراکنش این مجموعه فعال شد، توانست این عدد را به ۳ هزار پذیرنده افزایش دهد. این شرکت با اخذ لایسنس سویچ و تولید دستگاه کارتخوان، هم‌اکنون بالغ بر ۱۲۰ هزار پذیرنده فعال در کلیه پروژه‌های طرف قرارداد خود دارد. به منظور بررسی فعالیت‌های این شرکت، گفت‌وگویی با داراب حیرانی، رئیس هیات مدیره شرکت کیان پرداز زاگرس و کارشناس ارشد رشته فناوری اطلاعات از دانشگاه تهران انجام داده‌ایم. وی تحریرها و و فور دستگاه‌های پوز قاچاق و تقلبی را از مشکلات اصلی صنعت پرداخت در کشورمان می‌داند. ماحصل این مصاحبه از نظر خوانندگان ارجمند می‌گذرد.

کارت‌های اعتباری و فروش شارژ موبایل و در ادامه اقدام به فروش دستگاه‌های کارتخوان مطابق قانون و الزامات شرکت شاپرک کردیم. البته از سمت برخی شرکت‌ها اقداماتی صورت گرفته بود که باعث به وجود آمدن بازار قاچاق دستگاه کارتخوان در کشور شد، از همین رو نهادهای رگولاتوری تصمیم گرفتند که بر دستگاه‌های کارتخوان نظارت بیشتری داشته باشند و بررسی کنند که دستگاه‌ها از مبادی قانونی وارد کشور شده و چه بسا تولید داخلی باشد. به همین دلیل تصمیم گرفتیم که به حوزه تولید دستگاه کارتخوان و ابزارهای بانکی هم ورود کنیم و در سال ۱۴۰۰ شروع به فعالیت در این زمینه کردیم. در نهایت در سال ۱۴۰۱ با یک شرکت چینی قرارداد انتقال تکنولوژی و ساخت دستگاه‌های کارتخوان هوشمند را منعقد کنیم و در حال حاضر محصولات خود را در بازار در خدمت پذیرندگان قرار می‌دهیم.

این مجموعه چه نوع محصولاتی و با چه ویژگی‌هایی را به مشتریان خود ارائه می‌دهد؟

شرکت کیان پرداز زاگرس محصولات متنوعی را به مشتریان خود ارائه می‌کند که شامل دستگاه کارتخوان، ملزومات دستگاه‌های کارتخوان مانند کاغذ رول، کیف محافظ و پایه دستگاه کارتخوان است. همچنین تولید دستگاه کارتخوان، ارائه خدمات مربوط به تعمیرات و نگهداری این دستگاه‌ها و انعقاد قرارداد هدایت تراکنش با سایر شرکت‌های زیرمجموعه، از جمله خدمات ما محسوب می‌شود. در زمینه تولید دستگاه کارتخوان که نیاز امروز کشور است، این مجموعه موفق شد که دستگاه‌هایی از برند Urovo را تولید انبوه کند که مدل‌های ۵۰۰۰i و ۹۱۰۰i هستند. این دستگاه‌ها با مشخصات سخت‌افزار و نرم‌افزار بسیار خوب و با کیفیت تولید شده‌اند و گواهی‌های امنیتی جدید از جمله PCI6 را دارند. همچنین ما توانسته‌ایم، با شرکت‌ها و بانک‌های مختلف مذاکره کنیم و این دستگاه را به بانک‌ها و مشتریان متفاوت و متنوعی تحویل دهیم. ویژگی این دستگاه‌ها کارآرایی ۱۸ ماهه است



شرکت کیان پرداز زاگرس با هدف انجام چه فعالیت‌هایی تاسیس شد؟

شرکت توسعه فناوری کیان پرداز زاگرس با هدف ورود به صنعت پرداخت الکترونیک کشور تاسیس شد. از سال‌ها پیش فرهنگ استفاده از ابزار آلات پرداخت الکترونیک به جای پول نقد، در کشور نهادینه شده بود و شرکت‌هایی که در این زمینه فعالیت داشتند، توان پوشش دهی تمام نیازهای موجود را نداشتند و بعضاً مشکلاتی از جهت تامین سخت‌افزار و نگهداری از دستگاه‌های کارتخوان وجود داشت. همین ضعف باعث شده بود که پروژه‌ای به نام هدایت تراکنش از طرف شرکت‌های فعال در این حوزه برای کمک به شرکت‌های پرداختی راهاندازی شود. ما هم از سال ۱۳۹۵ به دنبال شناسایی این نیاز و با هدف پاسخگویی به آن، این شرکت را تاسیس کردیم.

از ابتدای فعالیت این شرکت تاکنون چه اقداماتی صورت گرفته است؟

از ابتدای فعالیت شروع کردیم به پرداخت‌های باشگاه مشتریان،



و ما به عنوان تولید کننده می توانیم کیفیت را تضمین کنیم و خدمات پس از فروش ارزان تر و گسترده تر را به مشتریان خود ارائه دهیم. در کنار آن، دفاتر متعدد ما در سراسر ایران پهناور پاسخگوی کلیه نیازهای مشتریان است. علاوه بر این، سعی ما بر این بوده تا زیست بومی ایجاد کنیم که از تولید کار تخوان تا پشتیبانی، سوییچ های پرداختی و خدمات پس از فروش را به صورت یک جا در شرکت داشته باشیم تا مشتریان ما که همان پذیرندگان هستند، بتوانند با خیال راحت و بدون هیچ دغدغهای ابزار پرداخت خود را تامین کنند و از نظر خدمات و گارانتی، رضایت و اطمینان کامل داشته باشند. همچنین برند wizarPOS را هم به تعداد محدودی تولید کردیم و هم اکنون در حال گرفتن تست عملکرد از دستگاه ها هستیم. در واقع هدف ما داشتن سهم بیشتر از بازار پرداخت الکترونیک کشور است؛ بنابراین چشم انداز ما این است که حداقل ۲۵ درصد از بازار تولید دستگاه های پوز در کشور را در اختیار داشته باشیم. برای رسیدن به این مهم، زیر ساخت های متنوعی از جمله زیر ساخت های سخت افزاری مانند خط تولید به روز و منابع انسانی آموزش دیده و متخصص، نرم افزار های متنوع، خدمات گارانتی، سایت استعلام گارانتی و پاسخگویی به امور مشتریان به صورت ۲۴ ساعته را ایجاد کرده ایم.

ضمن اشاره به دستاوردهای شرکت کیان پرداز زاگرس، در رابطه با مهمترین برنامه های توسعه ای شرکت توضیح دهید.

مرکزیت این شرکت در استان کرمانشاه قرار دارد که متاسفانه برابر آمار های موجود در طول چند سال اخیر از نظر اقتصادی در مضیقه بوده و شرایط مطلوبی ندارد. در چنین شرایطی تعداد بسیار زیادی پایانه فروشگاهی را عرضه و پرستاری کرده ایم که موجب اشتغال زایی برای ۴۶ نفر به صورت مستقیم و حدود ۵۰۰ نفر به صورت غیر مستقیم شده و بازار کار مناسبی را در این استان به وجود آورده ایم. از مهمترین دستاوردها می توان به تولید دستگاهی اشاره کرد که مزیت آن نسبت به تولیدات شرکت های همکار، انتقال تکنولوژی و انجام کاری متفاوت از دیگران است و برنامه ما این است که میزان تولیدات خود را به عدد مناسبی افزایش دهیم. مهمترین برنامه ما ورود به صنعت تولید پایانه های فروشگاهی و بومی سازی در زمینه تولید دستگاه های کار تخوان بود که خوشبختانه این برنامه اجرا شده است. طرح توسعه ما هم به همین موضوع بازمی گردد و در نظر داریم تا سهم بازارمان را در سال آینده به مقدار قابل توجهی افزایش دهیم.

این مجموعه در حوزه پرداخت چه فعالیت های منحصر به فردی را انجام می دهد؟

یکی از کار های منحصر به فرد کیان پرداز زاگرس در زمینه پرداخت الکترونیک، ایجاد یک زیست بوم است تا بر مبنای آن، پذیرنده ای که قصد استفاده از سیستم پرداخت به صورت الکترونیکی دارد، تمام موارد مورد نیاز خود را به صورت یک جا در اختیار داشته باشد. از آنجا که تولید کننده هستیم، خدمات پس از فروش مناسبی را ارائه می کنیم و برنامه های ارزش افزوده را توسعه می دهیم.

نظر شما در مورد برگزاری نمایشگاه تراکنش چیست؟

ما از سال های قبل در نمایشگاه تراکنش به عنوان بازدید کننده حضور داشتیم و امسال به دلیل اعتبار بسیار خوب و برند بودن این نمایشگاه، به عنوان غرفه دار در این رویداد حاضر شدیم. شاهد این بودیم که مجموعه های حاضر در سال های پیش این نمایشگاه، پیشرفت های قابل توجهی در زمینه برند سازی داشته اند؛ لذا مفید بودن این رویداد به ما اثبات شد. همچنین افراد حاضر در میدان کار و اشخاص صاحب نظر، تصمیم گیر و بسیار توانمند در نمایشگاه تراکنش حضور پیدا می کنند، بر همین اساس به این نتیجه رسیدیم که اگر در کنار این افراد قرار بگیریم، می توانیم ایده های جدیدی داشته باشیم و شبکه سازی خوبی را انجام دهیم تا برای ما پر ثمر باشد؛ همان طور که نمایشگاه امسال برای ما آورده های بسیار خوبی داشته است.

به اعتقاد شما مهمترین ایراداتی که در حال حاضر می توان به تولیدات صنعت پرداخت وارد کرد، چیست؟

تولیدات صنعت پرداخت رو به رشد و با کیفیت روز افزون و مطابق با استانداردهای جهانی هستند، اما متاسفانه به دلیل اعمال تحریم ها علیه کشورمان، شرکت های تولید کننده نمی توانند برخی از استانداردهای بین المللی و گواهینامه های بین المللی از جمله PCI را دریافت کنند که این مساله باعث شده تا تولیدات داخلی در یک نقطه متوقف شوند؛ یعنی عمق تولید به معنایی که باید، اتفاق نیفتد. از طرفی، قانونگذار هم برای ارائه مجوز فعال سازی محصولات در سیستم پرداخت به شرکت های تولید کننده، همین استانداردهای جهانی را طلب می کند که البته این یک خواسته به حق است، ولی بنا به محدودیت هایی که وجود دارد، تولیدات عمق کمتری داشته است. انتقاد دیگر اینکه که صرفا دستگاه هایی تولید می شوند که قیمت، تنها مزیت رقابتی آنها است و چه بسا کیفیت بالایی ندارند و از برندها و شرکت های ناشناخته هستند و صرفا چون قیمت مناسبی دارند، در بازار محصولات کشورمان توسعه پیدا کرده اند. تولید و عرضه این محصولات آسیب زیادی را در بلندمدت به پذیرنده وارد می کند، زیرا کیفیت مناسب را ندارد.

در خصوص حمایت بانک مرکزی و شرکت شاپرک از مجموعه های نظام پرداخت چه نظری دارید؟

حمایت شاپرک از شرکت های حوزه پرداخت می تواند در قالب همکاری برای آسان تر کردن فعالیت در حوزه پرداخت و نه صرفا ترس از انجام تخلف باشد، چرا که این دیدگاه باعث سخت شدن کارها می شود، از چابکی حوزه پرداخت کم می کند و بعضی از مجموعه ها مجبور می شوند که عصبه دست پیش ببرند. البته این بدان معنی نیست که نظارت وجود نداشته باشد، استانداردها رعایت نشود یا اینکه شرکت شاپرک، چشم انداز یا برنامه ریزی خودش را در نظر نگیرد. به نظر بنده، شاپرک و بانک مرکزی باید با شرکت های پرداخت یک هماهنگی را ایجاد کنند تا کارها با سهولت بیشتری انجام شود، زیرا این مساله موجب استقبال جامعه از حوزه پرداخت الکترونیک می شود و می توانیم

شاپرک و بانک
مرکزی باید با
شرکت های پرداخت
یک هماهنگی را
ایجاد کنند تا کارها
با سهولت بیشتری
انجام شود، زیرا این
مساله موجب استقبال
جامعه از حوزه
پرداخت الکترونیک
می شود و می توانیم
پرداخت های موبایلی
را راه اندازی کنیم

قانونگذار
یا مجری
قانون، باید
تصمیم‌گیری
را زمانی انجام
دهد که نظرات
کارشناسان
حوزه پرداخت را
اخذ کرده باشد

پرداخت‌های موبایلی را راه‌اندازی کنیم و از سمت سخت‌افزار به سوی نرم‌افزار پیش برویم. البته همه این‌ها با حمایت و یاری شرکت‌های حاکمیتی، شرکت‌های ناظر و شرکت‌های پرداخت محقق می‌شود که بتوانند در همکاری با یکدیگر و با برنامه‌ریزی منسجم و با رعایت تمام استانداردها و حفظ چابکی، کارها را پیش ببرند.

آیا شرایط سرمایه‌گذاری در حوزه صنعت پرداخت فراهم است؟

بر خلاف بسیاری از حوزه‌های دیگر که رکود را تجربه می‌کنند یا سودآور نیستند و حتی زیان‌انباشته هم دارند، خوشبختانه صنعت پرداخت به صورت پویا در حال فعالیت است. حوزه پرداخت همواره دستخوش تغییراتی بوده و البته همیشه جای کار داشته است؛ بنابراین سرمایه‌گذاری در حوزه پرداخت الکترونیک بسیار موثر و سودده و حتی زودبازده هم است. در واقع سرمایه‌گذاری در این حوزه می‌تواند برای بنگاه‌هایی که می‌خواهند سودآوری کوتاه‌مدت داشته باشند، بسیار جذاب باشد. در حال حاضر مادر شرکت‌زاگرس می‌توانیم در حوزه تولید دستگاه‌های کارتخوان، اقدام به جذب سرمایه‌گذار کنیم و در زمینه پرداخت‌های موبایل بانکی و تولید اپلیکیشن‌های پرداخت و ارزش افزوده هم سرمایه‌گذار جذب کنیم و اگر شرکتی تمایل داشته باشد، با آن‌ها همکاری خواهیم داشت.

برای رفع مشکلات مربوط به محصولات تقلبی و قاچاق در کشورمان، چه پیشنهادی دارید؟

محصولات تقلبی یا قاچاق از زمانی وارد بازار ایران شد که هنوز حوزه هدایت ترانکشن به بلوغ نرسیده بود و مادر خصوص تولید و ارائه خدمات در صنعت پرداخت به خودباوری لازم دست نیافته بودیم. در همان مقطع زمانی بود که محصولات قاچاق با قیمت بسیار کمتری وارد ایران شدند و متأسفانه کماکان هم این موضوع ادامه دارد. در واقع به‌رغم وضع قوانین بسیار و نظارت‌های زیاد، همچنان محصولات تقلبی بسیاری در بازار وجود دارند که موجب متضرر شدن شرکت‌های تولیدکننده از جمله شرکت‌زاگرس شده است، زیرا تولید یک دستگاه کارتخوان، مستلزم هزینه‌های مختلفی است که تمام این‌ها باعث می‌شود قیمت تمام‌شده دستگاه‌ها از دستگاه‌های قاچاق بیشتر شود، ولی متأسفانه دستگاه‌های قاچاق بدون هیچ تشریفاتی وارد کشور

می‌شوند و با قیمت بسیار کمتری به فروش می‌رسند. پذیرنده‌ها هم از این موضوع اطلاع ندارند که دستگاهی که خریداری می‌کنند، آیا قاچاق است یا خیر؛ بنابراین آسیب و ضربه‌ای که این موضوع به سیستم بانکی و تولیدکنندگان وارد می‌کند، بسیار زیاد است. به عنوان مثال، پذیرنده‌ها بعضاً دستگاه‌های بی‌کیفیت و دست‌چندم با سال ساخت بسیار بالا را خریداری می‌کنند و چنانچه این دستگاه‌ها دچار خرابی شوند، تقریباً پشتیبانی اصولی از آن انجام نمی‌شود. از طرفی، خدمات و گارانتی خاصی وجود ندارد و اگر هم وجود داشته باشد، با قیمت بسیار گزاف و غیر معقولی انجام می‌شود.

پیشنهاد بنده این است که به موجب قوانینی که توسط شرکت شاپرک وضع شده؛ در مرحله اول، اصالت فنی دستگاه‌ها بررسی شود و در مرحله دوم، شرکت‌هایی که می‌خواهند از این دستگاه‌ها استفاده کنند، مجوز فعالیت بگیرند و طبق اسناد موجود، سریال‌ها را از تأمین‌کننده داخلی درخواست کنند. باید همت لازم از سوی همه، حتی مشتریانی که می‌خواهند دستگاه‌ها را تهیه کنند تا نهادهای نظارتی، حاکمیتی، شرکت‌های همکار، تولیدکنندگان و شرکت‌های پرداخت وجود داشته باشد و چنانچه این همت را همه با هم و در کنار هم داشته باشیم، دستگاه‌های قاچاق از سیستم بانکی کشور حذف خواهد شد و در نهایت سود آن به جامعه و تولیدکنندگان بازمی‌گردد.

هم‌اکنون صنعت پرداخت کشور با چه مشکلاتی مواجه است و برای رفع آن‌ها چه راهکارهایی وجود دارد؟

همان‌طور که اشاره کردم، وجود دستگاه‌های قاچاق و تقلبی، مهمترین مشکل صنعت پرداخت در شرایط فعلی است. بهترین راهکار هم این است که دستگاه‌های پرداخت تقلبی و قاچاق را از سیستم پرداخت حذف کنیم؛ البته نه به این معنا که دستگاه‌هایی که از قبل فعال شده‌اند و پذیرنده‌ها برای آن هزینه‌ای را پرداخت کرده‌اند، حذف شوند. به هر حال پذیرنده‌ها مبلغی را جهت خرید دستگاه‌های قاچاق یا تقلبی پرداخت می‌کنند و چنانچه این دستگاه‌ها غیر فعال شوند، نارضایتی بسیاری زیادی را به وجود خواهد آورد، زیرا تاکنون احتمالاً چند صد هزار دستگاه قاچاق در سیستم پرداخت فعال شده است. به نظر می‌رسد که می‌توان کاری انجام داد و برنامه‌ریزی داشت تا دستگاهی که تولید داخل نیست و قاچاق یا تقلبی است، فعال نشود.

مشکل بعدی این است که با هدف انگیزه نظارت و بحث امنیت شبکه، قوانینی وضع می‌شود که نهایتاً این قوانین شاید امنیت را در سیستم پرداخت تضمین کند، اما از آن طرف باعث زیان و خسارت‌هایی به کسب و کارهای حوزه پرداخت الکترونیک می‌شود. فکر می‌کنم، برای اینکه از این قوانین دست و پاگیر جلوگیری کنیم، باید تعامل بیشتری با نهادهای رگولاتوری و شرکت‌های پرداخت وجود داشته باشد که این دو مجموعه در کنار هم قرار بگیرند و قوانین را با مشورت و همفکری یکدیگر وضع کنند. قانونگذار یا مجری قانون، باید تصمیم‌گیری را زمانی انجام دهد که نظرات کارشناسان حوزه پرداخت را اخذ کرده باشد. ■



زاگرس پی

با ما در اوج پرداخت کنید



- تولید کننده پایانه های فروشگاهی هوشمند
- توسعه دهنده نرم افزارهای پرداخت متناسب با نیاز سازمان
- برنامه نسخه وب مدیریت پذیرندگان زاگرس پی
- سامانه پایش و مدیریت از راه دور دستگاه های منصوبه
- سوئیچ اختصاصی هدایت تراکنش

ما با ایجاد خط تولید دستگاه کارتخوان هوشمند از طریق انتقال تکنولوژی و توسعه نرم افزارهای پرداخت بصورت تخصصی و مطابق با نیاز مشتری و ایجاد زیر ساخت ها و سامانه های بسیار متنوع برای خدمات پس از فروش، تجربه **پرداخت هوشمند و ایمن** را از طریق محصولات با کیفیت برای شرکای تجاری و مشتریان ارزشمند خود خلق می کنیم.



ریس هیات مدیره شرکت پارت ارتباط آوا نظام پرداخت تغییرات ملموسی نداشته است

محمد جعفری

آن‌طور که شهریار کریمی، رئیس هیات مدیره شرکت پارت ارتباط آوا می‌گوید: واردات دستگاه‌های کارتخوان استوک، فاقد استاندارد و ایمنی و از رده خارج، ارزشی بالایی دارد، به‌طوری که این ارزشی با ارزش تخصیص یافته به شرکت‌های تولیدکننده، برابری می‌کند. وی در عین حال قاچاق دستگاه‌های پوز را یکی از مشکلات و چالش‌های اصلی صنعت پرداخت کشور می‌داند و معتقد است که ورود این دستگاه‌ها به کشور، نه تنها اقتصادی، بلکه عقلانی هم نیست. کریمی در ادامه به عدم فرهنگ‌سازی استفاده از دستگاه‌های کارتخوان در کشور اشاره کرد و گفت: به منظور انجام این کار باید اقدامات لازم انجام شود. مشروح گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با این فعال عرصه صنعت پرداخت را بخوانید.

اختیار پذیرنده‌ها قرار می‌گیرد که مشکلاتی را به دنبال دارد. بر همین اساس تصمیم گرفتیم که روال و سیستم خودمان را تغییر دهیم و در سال ۱۳۹۸ نمایندگی برند مورفان را دریافت کردیم و با تلاش و کوشش فراوان در دی ماه ۱۳۹۹ در نمایشگاه تراکنش برند و دستگاه آن را رونمایی کردیم.

در زمان فعالیت خود چه مشکلاتی بر سر راه شما قرار داشت؟

در مدتی که به دنبال راه‌اندازی دستگاه بودیم، مشکلات زیادی داشتیم و حتی با مقاومت برخی از PSPها مواجه بودیم، زیرا تمایل نداشتند که برند جدیدی به بازار ورود کند. البته با وجود تمام سختی‌ها، مشکلات و مقاومت‌ها، موفق شدیم تا برند را رونمایی کنیم و استارت کار ما با شرکت معظم پرداخت الکترونیک پاسارگاد بود. به مرور زمان PSPهای دیگر مانند پرداخت نوین، فن آوا کارت، سپهر، سداد و ایران کیش هم اضافه شدند. اواخر سال ۱۳۹۹ پس از استارت کار، همزمان پیگیر انجام واردات هم شدیم، ولی از آنجا که قانون، اجازه واردات دستگاه کامل را نمی‌داد، به پیشنهاد وزارت صمت وارد پروسه مونتاژ شدیم؛ به این معنا که قطعاتی را وارد کنیم و به مرور ضریب نفوذ تولید داخل را افزایش دهیم و به تدریج علم و فناوری مورد نیاز را به کشور بیاوریم. در سال ۱۴۰۰ بعد از تلاش و دوندگی‌های بسیار و رفع مشکلات و معضلات موجود، استارت کار را زدیم و موفق شدیم که در منطقه ویژه اقتصادی پیام، مجوز واردات را دریافت کنیم و استارت تولید دستگاه H9 برند مورفان دستگاه لینوکس را زدیم. در سال ۱۴۰۱ پس از افزایش حجم کار، استارت کار دستگاه اندرویدی را هم زدیم و به بازار ارائه دادیم.

چطور شد که به فکر دریافت نمایندگی افتادید و برای توسعه فعالیت‌های خود در چه مناقصه‌هایی حضور داشتید؟



در خصوص چگونگی آغاز به کار شرکت پارت ارتباط آوا و زمینه فعالیت آن توضیح دهید.

این شرکت در سال ۱۳۸۷ ثبت شد و استارت کار آن با پیمان کاری مخابرات و ارائه اینترنت در استان کردستان شروع شد. در واقع ما اولین شرکت ISP استان کردستان بودیم و در ادامه، به تامین اینترنت و خدمات مربوطه پرداختیم. همچنین برنده مناقصه تحویل اینترنت به کل مدارس این استان شدیم و در ادامه به حوزه کابل هوایی و پشتیبانی مخابرات ورود کردیم. علاوه بر این، کارگزار شرکت سایان کارت و شرکت PSP فن آوا کارت در استان کردستان بودیم. در ادامه دست تقدیر ما را به تهران آورد و با توجه به پیشینه‌ای که در زمینه کار با شرکت‌ها و همچنین آشنایی با دستگاه‌های پوز، کارتخوان و پذیرنده‌ها و... داشتیم، پس از آغاز فعالیت در تهران، برای هدایت تراکنش و تامین دستگاه، با شرکت فن آوا قراردادی را منعقد کردیم. البته پس از گذشت یک سال متوجه شدیم که ۹۹ درصد از دستگاه‌های وارداتی؛ باز یافتی، بی کیفیت و از رده خارج هستند و پس از اورهال کردن، در



اواخر سال ۱۴۰۱ با پیشنهاد دوستان، موفق به اخذ نمایندگی شرکت پکس شدیم و به دنبال تحقق این موضوع، هم اکنون ۴ مدل از دستگاه‌های پکس را به صورت انحصاری در اختیار داریم. در سال ۱۴۰۲ برنده یکی از بزرگ‌ترین مناقصات دولتی کشور؛ یعنی مناقصه ۱۲۰ هزار عددی بانک ملی بادی نفعی شرکت پرداخت الکترونیک سداد با برند پکس و دو مدل دستگاه ثابت و سیار شدیم. برای اینکه تداخلی ایجاد نشود و مشکلات و مسایلی به وجود نیاید، سیاست شرکت این بود که نمایندگی این دو برند را در داخل مجموعه تفکیک شود. به دلیل عملکرد صادقانه و خوب و لطفی که مسئولان محترم در منطقه ویژه پیام به ما داشتند، مجوز بهره‌برداری دوم را هم به ما دادند؛ به این ترتیب از تیرماه سال ۱۴۰۱ با در نظر گرفتن دو مکان و تیم جداگانه برای دو برند، استارت کار را زدیم. شایان ذکر است، طبق آمار موجود، در این سال‌ها حدود ۳۰۰ هزار دستگاه منصوبه از برند مورفان را داشتیم و ۱۲۰ هزار دستگاه تعهد شده به سداد از برند پکس را هم در اختیار داریم که بخشی از آن تحویل شده و بخش دیگر هنوز تحویل نشده است. علاوه بر این، دستگاه D210 Combo که بسیار محبوب و مطمئن است را وارد شبکه پرداخت کرده‌ایم. در مجموع، تمام این اقدامات و تلاش‌ها منجر به ایجاد ۲ کارگاه شده که به همراه دفتر مرکزی، اشتغال‌زایی برای ۲۵۰ نفر را به دنبال داشته است.

یکی از اهداف مهم پارت ارتباط آوا، ارتقای سطح نظام پرداخت کشور است. آیا در دستیابی به این هدف موفق بوده‌اید؟

سال‌هاست که نظام پرداخت در ایران، بر پایه کارت مغناطیسی است و تغییرات ملموسی در زمینه پرداخت نداشته‌ایم و اقداماتی هم که نظام بانکی روی دستگاه‌ها انجام می‌دهد، شامل ۴ عمل اصلی بوده و تفاوت و تغییری نکرده است. ما به عنوان یک مونتاژکننده و تولیدکننده، دستگاه‌های روز دنیا را وارد و تولید کرده‌ایم و حتی آپشن‌هایی که در صورت اعمال تغییراتی در نظام پرداخت مورد نیاز خواهد بود را پیش‌بینی و روی تمام دستگاه‌ها بارگذاری کرده‌ایم و چنانچه در آینده تغییراتی در نظام پرداخت ایجاد شود، دستگاه‌های پارت ارتباط آوا این قابلیت را دارند که آن تغییر و روش پرداخت را پشتیبانی کنند. در عین حال تلاش ما بر این بوده که نه تنها برای بالا رفتن قیمت، کیفیت دستگاه‌ها کاهش نیابد، بلکه به مرور سخت‌افزار دستگاه‌ها را با آپشن‌های مختلف مورد نیاز جامعه، تقویت و افزایش دهیم تا محصولات کیفی و مورد رضایت مصرف‌کنندگان را ارائه دهیم.

آیا آماری از میزان رضایت‌مندی مشتریان خود دارید؟

یکی از سیاست‌های ما ارائه خدمات پس از فروش و گارانتی واقعی بوده که تاکنون به خوبی انجام شده است. در واقع سیاست شرکت این بوده که ثبات کنیم، گارانتی در ایران، فقط یک کلمه نیست و واقعاً قابل تحقق است. می‌توانم با افتخار بگویم، پارت ارتباط آوا تنها شرکتی است که

تعویض و تعمیر دستگاه‌ها را بدون اخذ هیچ هزینه‌ای انجام می‌دهد. طبق آمار موجود، در مقایسه با منسوخ‌های بازار، تعداد برگشتی دستگاه‌های اندروید سه دهم در صد و دستگاه‌های لینوکس چهار دهم در صد است و حتی به نیم درصد هم نمی‌رسد. با توجه به این موارد، رضایت‌مندی بالای ۹۰ درصدی مشتریان را داریم و برای دستیابی آن، هزینه زیادی انجام داده و خواهیم کرد، زیرا رضایت مشتریان اهمیت زیادی برای ما دارد. ۱۰ درصدی هم که ناراضی هستند، به دلیل عدم همکاری ما نیست، بلکه به این دلیل است که دستگاه از زمانی و مکانی که آسیب می‌بیند تا به تهران بیاید و به مناطق دورتر بازگردد، مقداری زمان بر است که همین مساله، موجب ناراضیاتی پذیرنده می‌شود. متأسفانه در کشور ما، قانون کپی رایت رعایت نمی‌شود و برخی از دوستان ابزاری که از این دستگاه‌ها داشتند را در اختیار افراد غیر، قرار دادند که موجب سوءاستفاده‌هایی مانند واردات دستگاه‌های از رده خارج شد.

در مجموعه تحت مدیریت شما، چند محصول تهیه و تامین می‌شود و چه ویژگی‌هایی دارند؟

از برند مورفان ۲ دستگاه را عملیاتی کرده‌ایم که در اختیار psp ها و مصرف‌کنندگان قرار دارد که شامل مدل‌های لینوکسی H9 و اندروید MF919 می‌شود. یک مدل اندرویدی MF960 هم در حال عملیاتی شدن است که به زودی قابل ارائه خواهد بود. از برند پکس هم ۳ مدل لینوکسی Q60، Q58 و D210 را به بازار ارائه داده‌ایم که دستگاه‌های Q60 و Q58 جدید هستند و برای اولین بار وارد کشور شده‌اند که از استاندارد، کیفیت و قطعات بسیار مناسبی برخوردارند و می‌توانند انتظارات مصرف‌کنندگان psp ها را برآورده کنند. دستگاه D210 هم که از گذشته وجود داشته، جزو دستگاه‌های مورد تایید و رضایت psp ها، بانک‌ها و مصرف‌کنندگان است که با توجه به رضایت‌مندی و عملکرد خوب این دستگاه، به پیشنهاد شرکت پکس مجدداً به چرخه تولید بازگشت. همچنین دستگاه اندرویدی A910S نیز به عنوان محصول جدید به سبد محصولات ما اضافه خواهد شد. از بارزترین نکات یا تفاوت‌های دستگاه‌های شرکت پارت ارتباط آوا این است که ۴ اصل را در نظر گرفته‌ایم؛ نخست اینکه، با توجه به شرایط حاکم بر اقتصاد کشور و وضعیت بازار، قیمت دستگاه‌ها باید ایده‌آل و مناسب باشد. دومین مساله هم بحث کیفیت بود که به هیچ وجه پیشنهادی برای تغییرات در قطعات به جهت پایین تر آوردن قیمت نداشته‌ایم، بلکه پیشنهاد بر اساس تقویت قطعات بوده است. سومین موضوع، بحث خدمات پس از فروش است و یکی از اولویت‌های اصلی ما قبل از فروش، ارائه خدمات و گارانتی و رضایت‌مندی مشتری است. چهارمین ویژگی هم بحث حاشیه سودی است که برای کارگزاران، بازاریابان، پشتیبان‌ها و افرادی که در بازار خرد کار می‌کنند، در نظر گرفته‌ایم تا افراد بیشتری بتوانند بر سر این سفره بنشینند.

میزان ارزی که صرف واردات دستگاه‌های استوک فاقد استاندارد، ایمنی و از رده خارج می‌شود، شاید با اندازه ارزی که در اختیار تولیدکنندگان صنعت پرداخت کشور گذاشته می‌شود، برابری کند

سال هاست که نظام پرداخت در ایران، بر پایه کارت مغناطیسی است و تغییرات ملموسی در زمینه پرداخت نداشته ایم و اقداماتی هم که نظام بانکی روی دستگاه‌ها انجام می‌دهد، شامل ۴ عمل اصلی بوده و تفاوت و تغییری نکرده است

ضمن توضیح در خصوص فعالیت‌های شرکت در حوزه نرم‌افزاری، اشاره‌ای هم به عاملان فروش و نمایندگی‌های خود در سطح کشور داشته باشید.

در مجموعه کوچک نرم‌افزاری شرکت، اقداماتی جهت آماده‌سازی نرم‌افزارهای بانکی دستگاه‌های کارتخوان انجام می‌شود و آن را به PSP های مختلف متصل می‌کنند. همچنین کارهایی در مورد نرم‌افزارهای جانبی و عملیاتی در حال انجام است که به زودی دو نرم‌افزار جدید رونمایی خواهد شد. در حال حاضر ۵ عامل فروش و ۲۶ نماینده خدمات پس از فروش در سطح کشور داریم و برنامه ما این است که در سراسر کشور و در تمامی شهرها، حداقل یک نماینده خدمات پس از فروش داشته باشیم که البته شاید حدود یک سال به طول بیانجامد.

آیا از حمایت بانک مرکزی و به ویژه شرکت شاپرک برخوردار هستید؟

از لحاظ کاری، ارتباط چندانی با شاپرک نداریم و از آنجا که تامین کننده هستیم، ارتباط با این شرکت، به عنوان یک مرجع نظارتی سخت‌افزار و نرم‌افزارهای پایه‌ای دستگاه‌ها و جهت اخذ تاییدیه‌های لازم است. از آنجا که نیازهای جامعه بانکی را تامین می‌کنیم، انتظار ما از بانک مرکزی این است که امتیازات بیشتری را برای صنعت پرداخت به عنوان یک صنعت مهم و پولساز قائل شود. به عنوان مثال، سهم ارز تخصیص یافته به تمامی شرکت‌های تولید کننده در این صنعت ۲۰۰ میلیون دلار هم نمی‌شود. جالب است، میزان ارزی که صرف واردات دستگاه‌های استوک فاقد استاندارد، ایمنی و از رده خارج می‌شود، شاید با اندازه ارزی که در اختیار تولیدکنندگان صنعت پرداخت کشور گذاشته می‌شود، برابری کند.

در حال حاضر کشورمان در صنعت نظام پرداخت، چه جایگاهی در سایر کشورها دارد؟

شیوه‌های پرداخت در کشورهای مختلف، متفاوت است و متأسفانه به صورت تخصصی و علمی، در کشور ما علم تولید ال سی دی، بُرد و... وجود ندارد و نمی‌توانیم ضریب نفوذ بالایی را ایجاد کنیم. با این حال مونتاژی که انجام می‌دهیم، بسیار مطلوب است، در حالی که می‌توان دستگاه‌هایی که به صورت قطعات وارد می‌کنیم را از پارت‌تر و نمایندگی اصلی درخواست کنیم و در صورت اجازه قانون، به صورت وارد کنیم. ناگفته نماند، در شرایط فعلی این قطعات را وارد، مونتاژ و کنترل کیفیت می‌کنیم و سپس در اختیار پذیرنده قرار می‌دهیم. در صورت انجام اقدامات مفید، می‌توان باعث اشتغال زایی حدود یک صد نفر شد که البته این امر، منجر به افزایش هزینه‌های ما هم می‌شود، حتی برخی از هزینه‌ها را باید از جیب خود پرداخت کنم، اما نه تنها از این مساله ناراحت نیستیم، بلکه به دلیل کارآفرینی و اشتغال زایی، بسیار خرسند هم هستیم. همچنین این کار در بلندمدت باعث رشد و شکوفایی اقتصادی و منتج به ورود تکنولوژی و فناوری

روز دنیا در کشور خواهد شد. در منطقه، کشورهای زیادی تولید ندارند و فقط مصر و ترکیه اقدام به تولید می‌کنند و مابقی کشورها، دستگاه‌ها را به صورت کامل وارد می‌کنند. در عین حال در کشورهای مختلف، شیوه‌های پرداخت هم فرق می‌کند و مثلاً کشورهایمانند عراق و افغانستان اصلاً این سیستم را ندارند و مثل سابق، از پول نقد استفاده می‌کنند. از نظر بازار هم ایران، بعد از چین یکی از کشورهای مطرح دنیا است و از نظر تعداد دستگاه‌هایی که در کشور راه‌اندازی شده، مقام دوم دنیا را در اختیار دارد؛ بنابراین می‌توانیم بگوییم که از این جهت تحولی در سیستم بانکی و نظام پرداخت ایجاد شده است.

بسیاری از مدیران گالایه دارند که وجود دستگاه‌های کارتخوان قاچاق در بازار مشکلاتی را برای آن‌ها ایجاد کرده است. نظر شما در این رابطه چیست؟

به اعتقاد بنده، راه درست این است که به افراد اجازه داده شود تا دستگاه را به صورت قانونی و آکبند وارد کنند. متأسفانه قاچاق این دستگاه‌ها باعث ایجاد بازار بادی شده است. برای مثال، از لحاظ امنیتی، در این دستگاه‌ها، استانداردهای لازم از جمله PCI Security رعایت نمی‌شود. کشور چین استاندارد شبکه پرداخت با پی سی آی سکوری که در اختیار آمریکا است را قبول ندارد و برای خود، سیستم دیگری را راه‌اندازی کرده است، در حالی که کشور ما استاندارد جهانی را پذیرفته و بر اساس آن، این تشکیلات را راه‌اندازی کرده، ولی دستگاه‌هایی که وارد می‌شود، آن استاندارد را ندارد؛ یعنی عملاً همه چیز زیر سوال رفته است. در عین حال، بخشی از این دستگاه‌ها کار نمی‌کنند و پذیرنده و مصرف کننده باید به صورت میانگین هر دو ماه یک بار ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان برای آن هزینه کند و متأسفانه به علت ناآگاهی نسبت به این صنعت، تصور می‌کنند که چنین چیزی طبیعی است. در مجموع، قاچاق چند اثر منفی دارد که بیش از همه، ارزیابی و مشکلات اقتصادی ناشی از آن، بسیار خانمان سوز است. PSP ها با اجازه دادن به این کار، اشتباه مهلکی می‌کنند و دستگاهی می‌آورند که پس از مدتی باید تعمیر یا تعویض شود و هزینه‌بر خواهد بود. با نگاهی کلان، نه تنها ورود این دستگاه‌ها اقتصادی نیست، بلکه عقلانی هم نیست.

آیا فرهنگ استفاده از دستگاه‌های کارتخوان در کشورمان نهادینه شده است؟

اصلاً ما فرهنگ استفاده از کارتخوان‌ها را نداریم و در این زمینه فرهنگ‌سازی نشده است. در واقع با وفور دستگاه‌های کارتخوان در کشورمان مواجه هستیم که برای فرهنگ‌سازی نحوه صحیح استفاده از آن، هیچ اقدامی صورت نگرفته است. برای مثال، شما در هر کجای دنیا رمز کارت خود را در اختیار فروشنده قرار دهید، باعث تعجب خواهد بود، ولی ما خیلی راحت رمز کارت بانکی خود را در اختیار دیگران قرار می‌دهیم که این موضوع، مشکلات بسیاری را به وجود می‌آورد؛ بنابراین فرهنگ‌سازی بسیار ضروری است. ■

پرونده ویژه



گفت و گوی اختصاصی با سید رضایعی

در این بخش می‌خوانیم:

- تورم بالا؛ اصلی‌ترین چالش تولیدکنندگان
- زنگ خطر تعدیل نیرو در واحدهای تولیدی
- پرتو دهی؛ تضمینی برای افزایش ماندگاری مواد غذایی

بنیانگذار و رئیس هیات مدیره شرکت شار پرتو ایرانیان مطرح کرد

پرتو دهی نقطه عطف کاهش ضایعات منابع غذایی

سارا نظری

بیش از ۶۰ سال است که در دنیا از پرتو دهی اشعه گاما برای جلوگیری از ضایعات محصولات کشاورزی و مواد غذایی استفاده می‌شود؛ روشی که ضمن توجه به تامین امنیت غذایی در دنیای امروز، مهمترین نتیجه استفاده از آن، ارائه محصولات سالم به مصرف کنندگان است و در شرایطی که جهان با رشد روزافزون آلودگی‌های محیط‌زیستی مواجه است، پرتو دهی روشی دوستدار محیط‌زیست به شمار می‌آید که استفاده از آن روز به‌روز بیشتر مورد توجه کشورهای مختلف قرار می‌گیرد. در کشور ما هم مدتی است که پرتو دهی با اشعه گاما مورد اقبال تولید کنندگان و مصرف کنندگان محصولات کشاورزی و مواد غذایی قرار گرفته و شرکت شار پرتو ایرانیان، در این زمینه پیشگام شده است. در همین رابطه گفت‌وگویی را با سید رضا رفیعی، بنیانگذار و رئیس هیات مدیره این شرکت انجام داده‌ایم که مشروح آن را در ادامه می‌خوانید.

مشغول سرویس دهی است. در آن زمان، این سایت با همکاری وزارت امور خارجه، سازمان انرژی اتمی، سازمان ملل و یک شرکت کانادایی و با حمایت مالی سازمان ملل راه اندازی شد. در واقع می‌توانم با قاطعیت بگویم، زمانی که ایران از پرتو دهی برخوردار بوده، بسیاری از کشورهای بزرگ دنیا هنوز آن را در اختیار نداشتند. البته توسعه این صنعت در کشورمان، برای مدتی دچار وقفه شد و متأسفانه ما در این صنعت عقب ماندیم. در حقیقت یکی از وظایف و نقش‌های شار پرتو در کشور این است که جبران عقب‌ماندگی کند و با سرعت فراوان، این زیرساخت را برای کشور توسعه دهد. ما تنها بخش خصوصی هستیم که کشور در زمینه پرتو دهی به آن اعتماد کرده و سایتهای که در شهر کرد احداث کرده‌ایم، در نوع خود بزرگ‌ترین سایت پرتو دهی در کشور است. البته سازمان انرژی اتمی به عنوان سازمانی دولتی، در تهران، شهر بناب و یزد سه مرکز فعال پرتو دهی دارد، اما شرکت شار پرتو ایرانیان به تنهایی نسبت به دیگر مراکز، ظرفیت بیشتری را برای ارائه خدمات و پرتو دهی دارد.

آیا انتخاب چهارمحال و بختیاری دلیل خاصی داشت و در کدام استان‌ها، ظرفیت فراهم کردن زیرساخت برای این کار وجود دارد؟

خیر، دلیل خاصی نداشت و ما ابتدا به عنوان سرمایه‌گذار وارد این حوزه شدیم. این اتفاق برای استان چهارمحال و بختیاری به دعوت استاندار وقت رخ داد و با همکاری سازمان انرژی اتمی این کار را به آن منطقه برده بودند. در واقع اگر پیگیری‌های مجدانه استاندار وقت چهارمحال و بختیاری نبود، این صنعت در شهر کرد پا نمی‌گرفت. در شهر کرد در موقعیت خوبی قرار داریم، اما می‌توانست لوکیشن‌های با اولویت‌تر و بهتری هم مدنظر باشد. در خصوص فعالیت در سایر استان‌ها، سه مجوز برای چهارم در استان فارس، سبزوار در خراسان رضوی و استان البرز دریافت کرده‌ایم. همچنین برای استان سیستان و بلوچستان هم اقداماتی انجام شده، ولی هنوز مجوز آن را دریافت نکرده‌ایم.



در خصوص اهداف تاسیس شرکت شار پرتو ایرانیان و زمینه فعالیت آن توضیح دهید.

این شرکت در سال ۱۳۸۹ با هدف ایجاد سامانه پرتو دهی گاما در استان چهارمحال و بختیاری تاسیس شد و با مرور زمان در سال ۱۳۹۸ مورد بهره‌برداری آزمایشی قرار گرفت. در نهایت هم در سال ۱۳۹۹ توسط رئیس جمهور وقت، دکتر حسن روحانی افتتاح شد. شرکت شار پرتو ایرانیان، بزرگ‌ترین سایت پرتو دهی گاما را در کشور احداث کرده که عنوان آن هم، طرح کلان ملی فناوری سامانه پرتو دهی هسته‌ای گاما است. این شرکت، یک شرکت دانش‌بنیان تولیدی نوع یک است که بالاترین گرید دانش‌بنیان در کشور به شمار می‌رود. یکی از ویژگی‌های برتر این شرکت، همان اجرای طرح کلان ملی فناوری سامانه پرتو دهی گاما است.

استفاده از این سامانه در کشورمان، چه تاریخچه‌ای دارد و از چه میزان قدمت برخوردار است؟

اولین سایت پرتو دهی در ایران طی سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۳ در محل سازمان انرژی اتمی ایران در تهران افتتاح شد و از همان سال تا امروز،



از چه زمانی و با چه انگیزه‌ای استفاده از پر توده‌ی مورد توجه قرار گرفت؟

در جهان ورود تکنولوژی پر توده‌ی به صنعت با این فکر آغاز شد که از خرابی میوه‌های استوایی جلوگیری شود تا در آمریکا مورد استفاده قرار بگیرد. میوه‌های استوایی، بسیار خوش طعم و دلپذیر هستند، اما خیلی زود دچار خرابی می‌شوند؛ بنابراین با این ایده که میوه‌ها در آمریکا هم استفاده شود، پر توده‌ی از سال ۱۹۶۰ میلادی شروع به سرویس دهی و ارائه خدمات کرده است.

صنعت پر توده‌ی چه جایگاهی در کشورمان دارد و تا چه اندازه مورد توجه قرار گرفته است؟

در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، بندهای متعددی وجود دارد که برای توسعه کشور روی آن‌ها تاکید و صحنه‌گذاری شده است. بند ۷ سیاست‌های کلان اقتصاد مقاومتی یکی از آن‌هاست که بر تامین امنیت غذا، امنیت درمان و ایجاد ذخایر راهبردی تاکید دارد. در همین حال، رعایت و اجرای بند ۷ سیاست‌های کلان اقتصاد مقاومتی به طور جدی به توسعه سامانه‌های پر توده‌ی وابسته است.

به امنیت غذایی اشاره کردید. در مورد تاثیر پر توده‌ی بر این مقوله مهم صحبت کنید.

ما سالانه بیش از ۱۰ میلیارد دلار ائتلاف منابع غذایی در کشور داریم؛ یعنی طبق آمارها از ۱۲۰ میلیون تن ظرفیت تولید سالانه کشور حدود ۳۰ درصد آن تبدیل به ضایعات می‌شود. به عنوان مثال، از حدود ۵ میلیون تن سیب‌زمینی تولید شده در کشور، بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن آن تبدیل به ضایعات می‌شود که رقم بالا و آمار وحشتناکی است. در شرایطی که نیاز به جلوگیری از ضایعات داریم، یکی از بهترین روش‌ها، توسعه زیرساخت پرتوی در کشور است، زیرا با پر توده‌ی افزایش طول عمر برای محصولات و مواد غذایی رقم می‌خورد. بخش زیادی از این ضایعات، به دلیل طول عمر کوتاه این محصولات است و افزایش طول عمر محصولات، کمک می‌کند که ضایعات کاهش پیدا کند. قاعدتا زمانی که طول عمر را با روش پر توده‌ی افزایش می‌دهیم، میزان ضایعات کم می‌شود. این در حالی است که پر توده‌ی یک روش کاملاً دوستدار محیط‌زیست، غیر شیمیایی و فاقد پسماند شیمیایی و رادیواکتیو، کاملاً فیزیکی و الگوبرداری شده از شیوه مرسوم مادرها

و مادر بزرگ‌های ما برای خشک کردن سبزی‌ها، میوه‌ها و لواشک، به‌طور طبیعی و در معرض آفتاب است. آفتاب، دارای اشعه گاما است و میکروارگانیسم‌ها را از بین می‌برد، اما دوز اشعه گاما در آفتاب بسیار پایین است؛ بنابراین این مواد غذایی باید چند روز در معرض آفتاب باشند، بر همین اساس در حجم کمی می‌توان خدمت ارائه داد؛ در حالی که سایت‌های پر توده‌ی با بهره‌گیری از روش‌های مدرن و تکنولوژی‌های جدید، حجم زیادی از کالاها و محصولات را پاکسازی می‌کنند. اگر این روش توسعه پیدا کند، ضمن افت حجم ضایعات در کشور، حجم استفاده از مواد شیمیایی تحت عنوان نگه‌دارنده‌ها به‌طور چشمگیری پایین می‌آید. به عنوان مثال، در گذشته در انبارهای خرما برای انبار مانی از گاز متیل بروماید استفاده می‌شد که در حال حاضر این گاز در دنیا و در ایران، ممنوع و منسوخ شده است، چرا که لایه اوزون را سوراخ می‌کرد و محیط‌زیست را تحت تاثیر قرار می‌داد، به همین دلیل بر اساس پروتکل‌های بین‌المللی کشورهای دنیا استفاده از این گاز را ممنوع کردند. البته متأسفانه در کشور ما، برخی از تولید کنندگان خرما از راه‌های عجیب و غریب به این گاز دسترسی پیدا می‌کنند و آن را مورد استفاده قرار می‌دهند تا بتوانند ماندگاری انبار خرما را بالا ببرند، این در حالی است که این گاز برای مصرف کنندگان و محیط‌زیست و طبیعت، آثار زیانباری دارد.

آیا استفاده از این روش به جز تحقق امنیت غذایی، جنبه‌های دیگری هم دارد؟

یک تاثیر دیگر این روش بر امنیت غذایی از جهت جلوگیری از وقوع حملات بیولوژیک است. اگر میوه آلوده به آفت از یک منطقه به منطقه‌ای دیگر وارد شود، آن آفت می‌تواند درخت‌ها یا گیاهان آن منطقه یا کشور را تهدید کند و از بین ببرد که به این، حملات بیولوژیک می‌گویند، اما در حوزه حفظ نباتات، سال‌هاست که مقررات قرنطینه‌ای وجود دارد و در ایران و بسیاری از کشورهای دنیا حساسیت‌های بسیار درست و سخت‌گیرانه‌ای در این رابطه اعمال می‌شود تا از جابه‌جایی آفات جلوگیری شود. ما در تولید برخی از محصولات، شاخص و بسیار خوب هستیم و در گذشته، آفات را با استفاده از سموم از بین می‌بردیم و این سموم با سم‌هایی که در حوزه کشاورزی در حین تولید استفاده می‌کنند، متفاوت است. پر توده‌ی سمی را از بین نمی‌برد، ولی جایگزینی

اگر محصولی پر توده‌ی و بار میکروبی آن صفر شود، تا زمانی که این بسته‌بندی باز نشود یا با دست یا شرایط محیطی آلوده نشود، قاعدتا آلودگی‌ای ندارد. در واقع پر توده‌ی کمک بسیار زیادی به طولانی‌تر شدن زمان ماندگاری محصول می‌کند





برای سم است؛ به خصوص سم‌هایی که در حوزه قرنطینه‌ای استفاده می‌شود. در حال حاضر استفاده از سمومی که قبلاً وجود داشت، ممنوع یا محدود شده و ما در حال از دست دادن تجارت آن کالاها هستیم. در آمریکا قوانین بسیار سخت‌گیرانه‌ای برای ورود محصولات کشاورزی و مواد غذایی وجود دارد و وزارت کشاورزی این کشور مقرر کرده که اگر قرار است، محصولی از کشوری وارد شود، حتماً باید در مبدأ پر تودهی شده باشد و هیچ روش دیگری را هم قبول نمی‌کند.

مهمترین محصولات غذایی که باید از روش پر تودهی استفاده کنند، شامل کدام محصولات می‌شوند؟

مصرف کنندگان مهم خدمات پر تودهی در کشور، صنایع غذایی، صنایع خشکبار و سیفی‌ها و میوه‌ها هستند. به‌طور ویژه توجه همه را جلب می‌کنم به محصولاتی که به صورت روزمره استفاده می‌کنند و شاید هیچ‌گاه برای آن‌ها این سوال مطرح نشود که آیا این محصول یا کالایی که استفاده می‌کنم، نیاز به پاک‌سازی داشته یا خیر؟ به عنوان مثال، ادویه‌ها به‌طور طبیعی، دارای بار میکروبی هستند و در سال‌های گذشته معمول بوده که از سموم مختلف و مواد شیمیایی برای از بین بردن این بار میکروبی، استفاده می‌کردند، اما پس از مدت زمانی متوجه شدند که مواد شیمیایی در ادویه‌ها و محصولات، اصطلاحاً باقی‌مانده دارد که سرطانات و مشکلات تغذیه‌ای از جمله آثار آن است؛ بنابراین مسئولان و سازمان‌ها متوجه شدند که باید مصرف سموم را کاهش دهند و بعد آن‌ها را از پروسه مصرف، حذف کنند. این در حالی است که سازمان‌های غذا و داروی بین‌المللی در تمام دنیا و همچنین سازمان غذا و دارو در ایران حساسیت‌های ویژه‌ای را به خرج می‌دهند تا محصولات سالم به دست مردم برسد؛ لذا تولید کنندگان ادویه، محصولات را پر تودهی می‌کنند و بار میکروبی آن را از بین می‌برند و محصولات را به سلامت و بدون اینکه آلوده به مواد شیمیایی باشند، توزیع می‌کنند و ما مورد استفاده قرار می‌دهیم. تقریباً بخش عمده‌ای از ادویه‌هایی که در کشور و در شبکه خانگی مصرف می‌شود، هیچ نوع آلودگی ندارد. بسیاری از شرکت‌های بزرگ، هزینه می‌کنند و با وجود فاصله زیاد، به سایت ما ارسال می‌کنند تا پر تودهی انجام شود و سپس اقدام به توزیع می‌کنند که این خبر بسیار خوبی برای مردم کشورمان است.

در چه شرایطی ادویه‌ها را پر تودهی می‌کنید؟

محصول نهایی در جعبه یا بسته‌بندی که آماده مصرف است، برای ما ارسال می‌شود و بدون اینکه این محصولات باز شود، کالا در سامانه ما پر تودهی می‌شود، زیرا اشعه گامای ما دارای نفوذ بالایی بوده و از کارتن، جعبه و بسته‌بندی عبور می‌کند. از آنجا که مخاطبان ما متفاوت هستند، ادویه‌های فله‌ای را هم در این سامانه پر تودهی می‌کنیم.

آیا محصولی که پر تودهی شده است، برای همیشه پاک از آلودگی می‌ماند؟

اگر محصولی پر تودهی و بار میکروبی آن صفر شود، تا زمانی که این بسته‌بندی باز نشود یا با دست یا شرایط محیطی، آلوده نشود، قاعدتاً آلودگی‌ای ندارد. در واقع پر تودهی کمک بسیار زیادی به طولانی‌تر شدن زمان ماندگاری محصول می‌کند. در هر صورت پر تودهی، بار میکروبی یک محصول یا ماده غذایی به سلامت از بین می‌رود. نکته قابل توجه اینکه، در دنیا برای مصرف‌کننده مشخص می‌شود

که محصول یا ماده غذایی، پر تودهی شده است. در واقع در دنیا نشانی به نام «رادورا» داریم که توسط بسیاری از شرکت‌های بزرگ دنیا به‌طور روتین روی محصولات استفاده می‌شود و این برچسب به مصرف‌کننده، اطلاع می‌دهد که این محصول با پر تودهی استریل شده است. شعارشان هم این است که ما برای سلامت شما پر تودهی می‌کنیم که نکته بسیار مهمی است.

چقدر موضوع پر تودهی و آثار مثبت آن در کشورهای توسعه یافته شناخته شده است؟

در دنیا لوازم آرایشی را پر تودهی می‌کنند و دلیل گرانی بعضی از برندهای لوازم آرایشی نیز همین موضوع است، اما خانم‌ها که مصرف‌کننده این محصولات هستند، از آن مطلع نیستند. منظورم این است که موضوع مهم، ارائه محصولات سلامت است و شاید چندان مهم نباشد که کسی از این موضوع خبردار باشد، اما این موضوع که کدام محصولات و کالاها پر تودهی شده‌اند، باید برای سازمان‌های غذا و دارو و حفظ نباتات مهم باشد. در حقیقت مخاطب این صنعت افراد عادی نیستند، بلکه یک زیرساخت به وجود آمده تا در خدمت تولیدکننده‌ای باشد که می‌خواهد جنس سلامت به مردم ارائه دهد.

سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی چه حمایت‌هایی را از موضوع پر تودهی انجام می‌دهند؟

امروزه فائو سازمان خواربار و کشاورزی سازمان ملل، WHO سازمان بهداشت جهانی و آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، پیوندی را در دنیا در راستای توسعه سامانه‌های پر تودهی ایجاد کرده‌اند. حتی سازمان فائو اعلام کرده که اگر به میوه‌ها سم زده شود، اعتباری برای جابه‌جایی آن‌ها قایل نخواهد بود. چرا که سم‌دهی ضمن اینکه برای محصول مشکلاتی را ایجاد می‌کند، موجب آلودگی خاک، آب‌وهوا می‌شود و آسیب به لایه اوزون را به دنبال دارد؛ بنابراین همه متعهد شده‌اند که از این زیرساخت به عنوان یک زیرساخت مهم در حوزه امنیت غذا استفاده کنند. ضمن اینکه این روش، شدیداً دوستدار محیط‌زیست است و به ازای هر سایت که راه‌اندازی می‌شود، بخشی از مصرف سموم شیمیایی کاهش می‌یابد.

آیا پر تودهی به محصولات و کالاها می‌تواند ریسکی را هم به دنبال داشته باشد؟

تمام دوزهایی که قرار است به هر کالایی بخورد، قبلاً در سازمان‌های استاندارد و غذا و دارو مطالعه شده و دامنه دوزی را که باید به آن بدهند، مشخص کرده‌اند. در عین حال، یک روش فیزیکی است جای نگرانی ندارد و محصولی که از اتاقک یا سلول پر تودهی بیرون می‌آید، در همان لحظه قابل استفاده است، زیرا وقتی تابش گاما به محصول می‌خورد، از آن عبور می‌کند و آن محصول، پرتو زوا آلوده به رادیواکتیو نمی‌شود و فقط میکروارگانیسم‌های آن از بین می‌رود؛ بنابراین مردم نباید دغدغه‌ای از جهت سرطانات و بیماری‌زا بودن آن داشته باشند. دنیا از تمام این موارد عبور کرده و بیش از ۶۰ سال است که از این تکنولوژی، استفاده تجاری می‌شود. البته این روش محدودیت‌هایی هم دارد و ممکن است که در مورد هر محصولی، نتوان از آن استفاده کرد؛ ضمن اینکه کمی گران‌تر و دسترسی به زیرساخت آن هم اندک است. ■

موسس و مدیر عامل مجموعه محصولات غذایی برتر مطرح کرد

زنگ خطر تعدیل نیرو در واحدهای تولیدی

مینا افتخاری

در شرایطی که تورم افسار گسیخته، بر مشکلات بخش تولید اضافه کرده، عدم همکاری بانکها در ارائه تسهیلات محدودیت‌های جدی را برای تامین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی به وجود آورده است. اکنون این مشکل به اندازه‌ای جدی شده که واحدهای تولیدی مجبور به تعدیل نیرو شده‌اند. در این میان حتی وزارخانه‌ها و بانک‌هایی که باید به شکل تخصصی گره از مشکلات واحدهای تولیدی باز کنند، با اعمال برخی محدودیت‌ها، کار را سخت‌تر هم کرده‌اند. این‌ها گوشه‌ای از سخنان محسن فهیمی‌پور، موسس و مدیر عامل مجموعه محصولات غذایی برتر است که سابقه ۲۵ سال فعالیت در این عرصه را دارد. برنر برتر در ۲ سال ابتدایی فعالیت، در قالب یک واحد سنتی در تهران، کار بسته‌بندی مواد غذایی را انجام می‌داده و سپس با خریداری کارخانه نویدکاران که راکد بوده، فعالیت خود را به این مجموعه انتقال داده است. گفت‌وگوی ما با این فعال صنعت غذا را در ادامه می‌خوانید.

درباره چگونگی تأسیس و ادامه فعالیت شرکت نویدکاران به عنوان تولیدکننده محصولات برنر برتر توضیحاتی ارائه فرمایید.

ورود برنر برتر به صنعت غذا به دنبال دعوت به همکاری توسط یکی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای تامین و بسته‌بندی آجیل شب عید استارت خورد. در واقع فعالیتی که در اسفندماه و شب عید سال ۱۳۷۵ انجام دادیم، آغاز ورود ما به صنعت غذا بود و کار به شکل بسیار موفقی انجام شد. همین موضوع باعث شد که این برنر در بازار مطرح شود و آن‌ها ما را برای ادامه همکاری تشویق کنند. بعد از آجیل، وارد مقوله خشکبار شدیم و سپس به تدریج به حبوبات و ورود پیدا کردیم و در ادامه هم زمانی که مجموعه نویدکاران را خریداری کردیم، ادویه‌جات، آرد، غلات و سبزیجات به فهرست محصولات ما اضافه شد.

آیا فعالیت در ابتدای کار به راحتی امکان پذیر بود و برنر برتر چگونه فعالیت‌های خود را توسعه داد؟

در آن زمان به مانند امروز، فعالیت گسترده‌ای در صنعت غذا انجام نشده بود و تقریباً ما اولین شرکت بسته‌بندی آجیل و خشکبار در ایران بودیم. در واقع تا پیش از آن در کشور مان، هیچ شرکتی در حوزه بسته‌بندی و برنرینگ آجیل و خشکبار فعالیت نکرده بود. می‌توانم بگویم که تقریباً صنعت ناشناخته‌ای بود و تکنولوژی مناسبی برای آن وجود نداشت، از همین رو در آغاز فعالیت با مشکلات موجود در این صنعت مواجه شدیم، ولی استمرار فعالیت باعث شد که برنر برتر در این حوزه به موفقیت برسد. در ادامه، فعالیت ما تا سال ۱۳۷۹ توسعه پیدا کرد، اما در سال ۱۳۸۰ صنعت غذا در ایران دارای ویژگی‌های خاصی شد و بزرگانی وارد این صنعت شدند که واحدهای کوچک را تحت الشعاع قرار دادند و با سرمایه‌گذاری‌های صنعتی بزرگ، واحدهای کوچک دچار چالش‌هایی شدند؛ بنابراین ما هم احساس خطر کردیم و به دنبال این بودیم که تمایزی نسبت به دیگر برندها داشته باشیم تا مقداری برنر برتر را متفاوت کند و آسیب‌پذیری ما را کاهش دهد.



بر همین اساس، در دهه ۸۰ با استفاده از روش برون سپاری و ظرفیت خالی سایر شرکت‌ها، سبد محصولات خود را توسعه دادیم و این موضوع باعث شد که برنر برتر با یک سبد متنوع محصولات، رفته‌رفته به عنوان یک برنر قدرتمند مطرح شود و تا پایان دهه ۸۰ محصولات متنوعی را به بازار عرضه کند. البته در پایان این دهه با مشکلاتی در روش‌های برون سپاری در حوزه رقابت‌پذیری، تامین کیفیت و کمیت مورد نیاز مواجه شدیم، از همین رو اولین طرح توسعه برنر برتر در سال ۱۳۹۰ پایه‌گذاری شد و در سال ۱۳۹۱ مورد بهره‌برداری قرار گرفت. به همین ترتیب زیرساخت‌های کارخانه و سبد کالای ما توسعه پیدا کرد و بخشی از سبد برون سپاری ما کالاهای صنعتی بود که تکنولوژی تولید آن را در این واحد بسته‌بندی نداشتیم و اساساً صنعت متفاوتی بود.

دیگر کارخانه‌های این برنر، بر اساس چه نیازی راه‌اندازی شد؟

مشکلات برون سپاری موجب شد که در سال ۱۳۹۴ یک واحد جدید را خریداری و آنجا را برای صنعت کنسرو آماده‌سازی کنیم. کارخانه دوم ما هم در سال ۱۳۹۶ به بهره‌برداری رسید که گروه محصولات صنعتی

برند برتر چه ویژگی‌هایی نسبت به رقبای سایر برندها دارد و چه برنام‌های توسعه‌ای را در نظر دارد؟

یکی از ویژگی‌های برند برتر، سبد متنوع آن است؛ به این معنا که در حال حاضر در ۲ کارخانه بالغ بر ۳۰ گروه کالایی را تولید می‌کنیم و این ظرفیت تولیدی ۲۰ کارخانه است که این یکی از توفیقات ما محسوب می‌شود. ویژگی دیگر، کیفیت بالای محصولات برتر است که بسیار حائز اهمیت بود و همواره توجه ویژه‌ای به کیفیت داشته‌ایم و همین موضوع باعث شد که به تدریج برتر به عنوان یک برند معتبر مطرح شود. در حال حاضر ۲ طرح توسعه‌ای را در دست اجرا داریم. برنامه و استراتژی ما این است که در گروه‌هایی که ویژگی بیشتری داریم، متمرکزتر عمل کنیم و با استفاده از تکنولوژی‌های روز و صنعتی‌سازی بیشتر سیستم، ظرفیت‌های تولیدی خود را ارتقاء دهیم. به تبع آن، قصد ارتقای این برند را در بازار داریم تا عمق فعالیت خود را بیشتر کنیم. این موضوع به عنوان یک استراتژی در هر ۲ طرح توسعه‌ای ما مطرح است و استراتژی سازمانی ما این است که از حدود ۳۰ گروه کالایی که در آن‌ها فعالیت می‌کردیم، بر ۲۰ گروه کالایی متمرکز شویم و ۱۰ گروه دیگر را یا حذف کنیم یا به تدریج و با قوی‌تر شدن زیرساخت‌ها در آینده، قوی‌تر وارد بازار شویم.

با توجه به اینکه در کشور ما برخی از برندهای صنعت غذا بیش از نیم‌قرن و حتی بیشتر سابقه دارند، برندهایی که در دهه‌های اخیر تاسیس شده‌اند، تا چه اندازه امکان بازاریابی موفق و کسب محبوبیت در میان مشتریان را دارند؟

هر چه زمان رو به جلومی‌رفت، رقابت در صنعت بیشتر می‌شود و در صنعت غذایم این اتفاق می‌افتد. طبیعی است، برندهایی قدیمی‌تر، پیشگام بودند و موفقیت‌های خوبی داشتند. می‌توان گفت که شرکت نوید کاران هم در مقطع خوبی وارد صنعت غذا شد و در بعضی از گروه‌ها مانند آجیل و خشکبار، جزو اولین شرکت‌ها به شمار می‌رفت. قدمت ۲۵ ساله ما هم نسبتاً خوب است و میزان سهمی که امروز در صنعت غذای کشور داریم، به نسبت قدمت و سال‌های فعالیت ما، قابل توجه است و موفقیت‌های نسبی خوبی داشته‌ایم.

پر توده‌ی محصولات غذایی و کشاورزی موضوع جدیدی است که در دنیا مورد توجه قرار دارد. این موضوع چه جایگاهی در تولیدات شما دارد؟

تأمین کیفیت همیشه دغدغه ما بوده و در مورد محصولات گرانولی و پودری نیز، مساله بار میکروبی محصول و بالا بودن بار میکروبی، یکی از دغدغه‌های ما و تولیدکنندگان است، زیرا از آنجا که عمده محصولات، باغی یا زراعی هستند، در فرآیند تولید، بهره‌برداری و آماده‌سازی محصولات، آلودگی‌های خاک و آب تأثیرات خود را می‌گذارد. یکی از دغدغه‌های جدی ما در سال‌های گذشته این بود که با استفاده از کدام تکنولوژی بتوانیم محصولات خود را به استانداردهای کیفی مطلوب برسانیم و به ویژه بار میکروبی آن‌ها را کاهش دهیم تا تولیدات ما مطابق با استانداردها شوند؟ حدود ۶ سال پیش که سازمان انرژی اتمی، چند واحد را در سطح کشور برای پر توده‌ی و ایمن‌سازی محصولات کشاورزی ایجاد کرد، فضایی به وجود آمد تا با استفاده از تکنولوژی پر توده‌ی، بار میکروبی

شامل کنسروها، ترشی‌جات، شورشی‌جات، انواع مربا، سرکه، کشک، شربت‌ها، زیتون و روغن زیتون در این کارخانه تولید شد و به تدریج، برند برتر به قدرت تولیدی بالاتر و سبد متنوعی دست یافت. با اهتمام اینکه بر موضوع کیفیت، تأکید جدی داشتیم و کیفیت محصولات ما به حد استانداردهای بین‌المللی رسیده بود، به تدریج موضوع صادرات هم برای ما جدی شد که این موضوع به نوبه خود، تحولی در تولیدات ما ایجاد کرد. در دهه ۹۰ یک سازمان فروش انحصاری طراحی کردیم و پخش سراسری برتر را شکل دادیم و پخش مویرگی و زنجیره آن را خودمان به عهده گرفتیم که هنوز هم این پخش ادامه دارد. البته اخیراً به دلیل هزینه‌های بالا و مشکلات اقتصادی، مشغول انجام اصلاحاتی در ساختار پخش این شرکت هستیم و یک سازمان پخش چندوجهی را ایجاد می‌کنیم تا از ظرفیت‌های مختلف برای توزیع و پخش محصولاتمان استفاده کنیم. البته آن سازمان پخش، همچنان به عنوان پایه تشکیلات توزیع و پخش شرکت نوید کاران خواهد بود که ظرفیت بسیار خوبی در مجموعه برتر است.

آیا به اهدافی که در زمان ایجاد برند برتر مدنظر داشتید، دست یافته‌اید؟

از ابتدا تولید مواد غذایی و تأمین نیازهای روزمره مردم از اهداف اصلی ما بود و به تدریج که میزان محصولات اضافه شد، توانستیم تقریباً تمام نیازهای یک آشپزخانه را در سبد تولیدات خودمان قرار دهیم. پس از متنوع شدن سبد تولیدات، بازارهای که از سوی مخاطبان و مصرف‌کنندگان دریافت کردیم، بسیار جذاب بود. همچنین یکی از اهداف و انگیزه‌های اصلی ما، تولید مواد غذایی با کیفیت بود که همواره در این راستا تلاش کرده‌ایم. علاوه بر این، موضوع اشتغال‌زایی در صنعت به عنوان یک رسالت اجتماعی برای ما بسیار حائز اهمیت بود و تا پایان دهه ۹۰ و سال ۱۴۰۰ بالغ بر یک هزار نفر پرسنل رسمی و بیمه شده داشتیم که این میزان اشتغال‌زایی برای یک واحد صنعتی که فعالیت خود را از صفر آغاز کرده بود، یک توفیق محسوب می‌شد. همچنین حضور در بازارهای بین‌المللی به عنوان یک انگیزه مطرح بود، به گونه‌ای که محصولات تولید شده در ایران، در بازارهای بین‌المللی قابل رقابت و قابل عرضه باشد. این‌ها اهدافی بود که از ابتدای ورود به صنعت مدنظر داشتیم و خودمان را در تحقق این اهداف موفق می‌بینیم.

میزان تولیدات ما
نسبت به سال‌های
قبل کاهش بسیاری
یافته که بخشی از آن
به مشکلات اقتصادی
و محدودیت‌های
تأمین مالی مربوط
می‌شود و بخشی
از آن هم به مصرف
خانوار و کاهش تقاضا
به تبع کوچک شدن
سفره‌های مردم
باز می‌گردد



این محصولات را کاهش دهیم، به طوری که هم به استانداردهای تولیدی نزدیک شویم، هم میکروب‌های خطرناک و آلودگی‌های جدی در محصولات از بین برود، هم زمینه آسیب‌پذیری بیشتر محصول از بین برود و هم محصولات وضعیت کیفی بهتری پیدا کنند. برند برتر تقریباً جزو واحدهای پیشگام در این بخش بود و از همان ابتدای شکل‌گیری این واحدها، ماز ظرفیت آن‌ها استفاده کردیم.

همان‌طور که می‌دانید، پر تودهی هزینه‌های قابل توجهی دارد و باید محصول طی یک فرآیند زمانی، آماده‌سازی و سپس بسته‌بندی مخصوص و به واحد مربوطه ارسال شود. در حال حاضر در ایران، ۴ مرکز در شهرهای یزد، شهرکرد، بناب و تهران اقدام به پر تودهی می‌کنند که از مجموعه مافصله دارند و طبیعتاً باید هزینه‌ای را هم بابت حمل و نقل پرداخت کنیم، در واقع باید یک پروسه زمانی تقریباً ۱۰ روزه را برای پر تودهی و رفت و برگشت محصول در نظر بگیریم که به هر حال هزینه و زحماتی دارد، ولی با اهتمامی که ما روی موضوع کیفیت داشتیم، از همان ابتدا از این ظرفیت استفاده کردیم. در حال حاضر هم برای محصولات مختلفی مانند سبزیجات خشک، بخشی از ادویه‌جات، انواع آرد و بخشی از مواد ترکیبی در محصولاتی که فرموله می‌شوند و عموماً بار میکروبی بالایی دارند، پر تودهی را انجام می‌دهیم. ضمن اینکه از هزینه‌هایی که جهت پر تودهی انجام می‌دهیم، خوشحال هستیم و خیال‌مان آسوده و راحت است که تولیدات ما از کیفیت و ایمنی بالایی برخوردار است.

به نظر شما پر تودهی روی محصولات کشاورزی و غذایی چه تاثیر مثبتی بر کاهش ضایعات و ماندگاری محصولات دارد؟

به واسطه انجام پر تودهی می‌توان محصولات سلامت‌محور و بی‌ضرر برای مصرف‌کنندگان تولید کرد. برخی از میکروب‌هایی که در فرآیند پر تودهی از بین می‌روند، بسیار خطرناک هستند که حتی با پخت و پز هم از بین نمی‌روند و برای سلامت انسان بسیار مضر هستند. محصولاتی که پر تودهی می‌شوند و باکتری‌ها و میکروب‌ها در آن‌ها از بین می‌روند، ماندگاری بیشتری دارند. در واقع پر تودهی موجب جلوگیری از ضایع شدن محصول، کپک زدن، حشره زدن و اتلاف آن می‌شود.

صنایع غذایی یکی از مزیت‌های اقتصادی محسوب می‌شود و این موضوع در سخنان مسئولان نیز همواره مورد تاکید قرار می‌گیرد. آیا به همین نسبت، حمایت لازم از فعالان حوزه صنعت و غذا انجام می‌شود؟

متأسفانه حمایت لازم انجام نمی‌شود. به طور کلی این صنعت مورد توجه نیست و برنامه حمایتی برای این بخش مهم وجود ندارد و در حوزه تامین سرمایه با مشکل جدی مواجه و در حوزه مسایل مالیاتی هم فشارها بسیار زیاد است. بنده بر این موضوع تاکید دارم که هیچ‌گونه حمایت و ویژه‌ای وجود ندارد و انتظار می‌رود، با توجه به اینکه کشور مادر حوزه کشاورزی یک مزیت نسبی دارد و حمایت از صنایع کوچک می‌تواند کشور را در شرایط سخت اقتصادی از حیث تامین نیازهای داخلی، تولید محصولات صادراتی، دستیابی به بازارهای بین‌المللی، ارزآوری و اشتغال‌زایی کمک کند، دولت یک برنامه حمایتی مدون و ویژه‌ای در این رابطه داشته باشد. با توجه به تاثیر تورم افسار گسیخته، مشکلات ما روز به روز بیشتر می‌شود و نه تنها حمایتی وجود ندارد، بلکه همان حمایت‌هایی هم که در گذشته

وجود داشته و تسهیلاتی که ارائه می‌شد هم، تقریباً به صفر رسیده است. متأسفانه بانک‌ها با سخت‌گیری‌هایی که انجام می‌دهند، پرداخت تسهیلات را محدود کرده‌اند و با محدودیت سرمایه در گردش مواجه هستیم. نوید کاران یک شرکت تعاونی است و حتی از طرف وزارت تعاون و بانک تعاون، توجهی به مشکلات ما نمی‌شود و با محدودیت‌هایی که برای ما ایجاد کرده‌اند، مشکلات ما بیشتر و بیشتر شده است. با کمال تأسف باید بگویم که به دلیل همین فشارهای اقتصادی و مشکلاتی که با آن‌ها مواجه هستیم، تقریباً ظرفیت اشتغال‌زایی این شرکت را به نصف تقلیل داده‌ایم. مادر سال ۱۴۰۰ بالغ بر یک هزار نفر پرسنل رسمی داشتیم و هم‌اکنون این تعداد به ۵۳۰ نفر کاهش یافته است. در حال حاضر مجدداً در حال اجرای یک برنامه انقباضی شدید هستیم که احتمالاً اشتغال‌زایی فعلی ما را به کمتر از نصف تقلیل خواهد داد که این موضوع برای بنده به عنوان یک کارآفرین و تولیدکننده باعث تأسف است که پس از سال‌ها فعالیت، به این نقطه رسیده‌ام.

و سخن آخر...

مهم‌ترین چالش ما بحث تورم است، چرا که بخشی از مواد اولیه ما وارداتی و بخشی هم داخلی است که ناشی از شرایط تورمی، به طور مرتب شاهد نوسان قیمتی روی مواد اولیه هستیم. این موضوع در صنعت غذا پررنگ‌تر است؛ زیرا بخش عمده‌ای از قیمت تمام‌شده مواد غذایی را مواد اولیه تشکیل می‌دهد؛ بنابراین باید بگویم که خیلی متاثر از این نوسان قیمت‌ها و تورم هستیم. از سوی دیگر، این تورم افسار گسیخته و افزایش قیمت‌ها، سفره مردم را کوچک و میزان مصرف را تعدیل کرده است. در حال حاضر میزان تولیدات ما نسبت به سال‌های قبل کاهش بسیاری یافته که بخشی از آن به مشکلات اقتصادی و محدودیت‌های تامین مالی مربوط می‌شود و بخشی از آن هم به مصرف خانوار و کاهش تقاضا به تبع کوچک شدن سفره‌های مردم بازمی‌گردد؛ بنابراین این تورم افسار گسیخته و تبعات ناشی از آن، یک مشکل جدی برای صنایع و به ویژه صنعت غذا است. ■



محصولاتی که
پر تودهی می‌شوند
و باکتری‌ها و
میکروب‌ها در آن‌ها
از بین می‌روند،
ماندگاری بیشتری
دارند. در واقع
پر تودهی موجب
جلوگیری از ضایع
شدن محصول، کپک
زدن، حشره زدن و
اتلاف آن می‌شود

مدیرعامل شرکت کیمیا سرو عنوان کرد

پرتو دهی؛ تضمینی برای افزایش ماندگاری مواد غذایی

مهدیه شهسواری

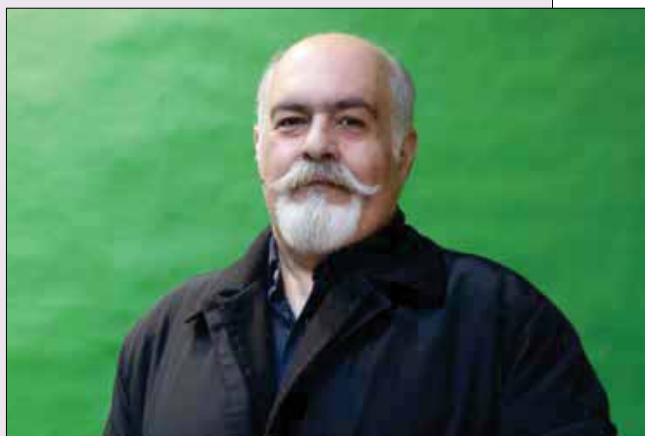
کیمیا سرو از جمله مجموعه‌هایی است که در زمینه تولید انواع ادویه‌ها در کشورمان فعالیت دارد و توجه ویژه‌ای به کیفیت و سلامت محصولات خود معطوف کرده، از همین‌رو علاوه بر حساسیتی که در تامین مواد اولیه مرغوب به خرج می‌دهد، پرتو دهی با اشعه گاما را نیز در دستور کار خود قرار داده است. به گفته علیرضا صمدخانی، مدیرعامل شرکت کیمیا سرو، پرتو دهی با اشعه گاما موجب افزایش ماندگاری محصولات کشاورزی و مواد غذایی شده و تضمینی برای کیفیت و سلامت محصولات است. گفت‌وگوی ما با این مدیر باتجربه که در آن به موضوعات مختلفی در خصوص تولید، واردات، مشکلات مربوط به صادرات، رقابت‌پذیر نبودن در بازارهای جهانی و چالش‌های مربوط به بسته‌بندی تا پرتو دهی پرداخته شده را در ادامه بخوانید.

مبنای تاسیس شرکت کیمیا سرو این است که حق هر انسانی، استفاده از غذای سالم است؛ لذا این شرکت را با هدف عرضه محصولات ادویه سالم و بهداشتی، راه‌اندازی کردیم. این موضوع را با طراحی و ساخت دستگاه‌های مخصوص این کار انجام داده‌ایم که از جمله آن‌ها می‌توان به عملیات خاک‌گیری ادویه‌ها و اشعه‌زدن به آن‌ها اشاره کرد. از سال ۱۳۸۲ هم تقریباً فقط با صنایع کار کردیم که صنایع بزرگی مانند بهروز، شرکت سالوت، سازیا، مز مز، مهیاران و شرکت‌های لبنیاتی از جمله آن‌ها است.

چه محصولاتی در این شرکت تولید می‌شود و از چه روش‌هایی برای تامین مواد اولیه استفاده می‌کنید؟

کیمیا سرو تمام ادویه‌ها از جمله پودر سیر، پودر پیاز، موسیر، گرانول موسیر، زردچوبه و... را تولید می‌کند. در خصوص تامین مواد اولیه هم، در طول سال محصولاتی مانند سیر و پیاز را به صورت تازه خریداری و به کارخانه‌ها می‌دهیم تا به شکل اجرتی برای ما خشک کنند و پس از این مرحله، آن‌ها را انبار می‌کنیم، سپس بنا به سفارش مشتری، ادویه‌ها آسیاب می‌شود و پرتو دهی با اشعه گاما صورت می‌گیرد و در نهایت برای مشتریان ارسال می‌شود. عمده کار و فعالیت شرکت، متمرکز بر تولید ادویه‌های سیر و پیاز است. یک سری محصولات هم ادویه‌های خاصی هستند که از تجار داخلی، با حجم بالا و قیمت پایین‌تر خریداری و سپس بنا به سفارش مشتریان خود، آن‌ها را آسیاب می‌کنیم که به این روش می‌توانیم قیمت ثابتی را به مشتریانی که با ما کار می‌کنند، ارائه کنیم که این یکی از خدمات شرکت ما می‌باشد. البته در حال راه‌اندازی یک واحد کشت و صنعت در شهرک صنعتی حکیمیه واقع در قزوین هستیم که قرار است در آنجا بذر را خریداری کنیم و در اختیار کشاورزان قرار دهیم تا نسبت به کشت و زرع اقدام کنند. پس از به ثمر نشستن محصولات هم، کارهای مربوط به فرآوری، خشک کردن و آسیاب روی آن‌ها انجام می‌شود و در مجموع کار بسیار گسترده و بزرگی خواهد بود.

آیا برنامه‌ای برای صادرات دارید و برای این منظور بازارهای هدف مشخص کرده‌اید؟



در ابتدا اشاره‌ای به سوابق مدیریتی خود داشته باشید و در خصوص فعالیت‌های شرکت کیمیا سرو توضیحاتی ارائه دهید.

بنده از سال ۱۳۷۷ فعالیت در حوزه صنایع غذایی را آغاز کردم و در بخش بازرگانی شرکت‌های مختلف مانند تروند، فراورده‌های سیب‌زمینی سبلان و گراندیس به صورت مدیریتی مشغول به فعالیت بودم. از سال ۱۳۸۰ تصمیم گرفتم که کار خودم را شروع کنم؛ لذا کسب تجربه را به شکل جدی مورد توجه قرار دادم. در همین راستا چگونگی و کارکرد دستگاه آسیاب و شیوه آسیاب کردن ادویه‌ها را بررسی کردم و به این نتیجه رسیدم که بهترین سیستم و روش آسیاب، دستگاه‌هایی هستند که به صورت ضربه و تکه کردن کار می‌کنند. همچنین طی تحقیقاتی که انجام دادم، متوجه شدم که در کشورهای اروپایی ادویه‌جات را در دمای زیر صفر آسیاب می‌کنند، چرا که یک ماده موثر اولئوزینی دارند که در آن دما از بین نمی‌رود، از همین‌رو آسیابی را طراحی کردیم که می‌تواند آسیاب سرد انجام دهد و تولید گرانول را با این دستگاه‌ها آغاز کردیم که توان تولید از ۵۰۰ میکرون تا ۱۲ میلی‌متر گرانول را دارد. در واقع



ادویه ها اکثرا وارداتی هستند و از کشورهای چین و هندوستان به سایر کشورها وارد می شود. اگر تولید کنندگان داخلی بخواهند وارد حوزه صادرات شوند، کار بسیار سختی است، زیرا باید با کشورهای چین و هند وارد رقابت شوند. اینکه می شنویم فلان شرکت صادرات انجام داده، شاید به میزان بسیار کم و در مقیاس کوچک به کشورهایی مانند عراق فرستاده شده است. در واقع با توجه به مشکلات موجود، ما قادر به صادرات ادویه نیستیم، اما می توانیم در حوزه ادویه جات داخلی از قبیل سیر، پیاز، موسیر و فلفل قرمز بسیار قوی کار کنیم؛ البته رقیبی به نام چین داریم که سالانه ۸۰ میلیون تن برداشت سیر دارد و ما نهایتا با شرایط بی آبی می توانیم ۸۰ هزار تن برداشت داشته باشیم؛ لذا در چنین شرایطی قادر به رقابت نیستیم. بنده تاکنون ندیده ام که مثلاً یک کشور، زردچوبه از ما خریداری کند، زیرا هندوستان این محصول را خیلی ارزان تر از ما به فروش می رساند و فقط می توانیم در گیاهان دارویی حرفی برای گفتن داشته باشیم. البته چنانچه مجموعه کشت و صنعت ما در قزوین را ماندازی شود، حتماً روی این موضوعات کار خواهیم کرد. به عنوان مثال، خلال پیاز ما در ایتالیا خواهان دارد، اما هنوز در زمینه صادرات آن ورود نکرده ایم.

در رابطه با تولید و عرضه محصولات تا چه اندازه به اهداف مدنظر شرکت نزدیک شده اید؟

کیمیاسرو با تولیدات خود، اغلب صنایع را به خوبی ساپورت می کند، ولی در بحث بسته بندی، به تازگی شروع به کار کرده ایم و هنوز وارد بازار نشده ایم و ما را نمی شناسند و جای بسیار زیادی برای کار وجود دارد. البته متأسفانه ورود و کار کردن در این عرصه بسیار دشوار است، ولی به یاری خدا و پشتکار، با تولید محصولات با کیفیت برای مشتریان، در صدر تامین کنندگان قرار خواهیم گرفت.

با توجه به اینکه ادویه ها در سبد غذایی خانواده های ایرانی جایگاه خاصی دارند، چه تدابیری برای تولید محصولات که متناسب با ذائقه مردم کشورمان باشد، اتخاذ کرده اید؟

در تولید محصولات، در ابتدا سلامت مردم را در نظر گرفته ایم، چرا که تمام این ادویه ها دارو هستند. در مرحله اول، جنس سالم و کیفیت خوب را مدنظر قرار داده ایم و در چند مرحله این ادویه ها را پاکسازی و جداسازی می کنیم. سپس توسط آسیاب سرد، این ادویه ها را آسیاب می کنیم و از آنجا که این دستگاه، سرد است و دمای پایینی دارد، ماده های موثر ادویه ها از بین نمی رود و بعد از مرحله بسته بندی، محصولات را برای پرتودهی گاما ارسال می کنیم. در نهایت محصولی که به دست مصرف کننده می رسد، حتی به صورت خالی هم می تواند مورد استفاده قرار بگیرد. در واقع تمام آیتم هایی که باید در خصوص کیفیت، ارتقای کیفیت و عاری بودن از هر نوع میکروب انجام شود، در کیمیاسرو رعایت می شود و اگر فردی یک مرتبه محصولات ما را استفاده کند، مشتری دائم ما می شود.

پرتودهی چه جایگاهی در شرکت کیمیاسرو دارد و این روش چه تأثیری در ماندگاری و سلامت مواد غذایی دارد؟

بهترین روش برای از بین بردن بار میکروبی، گاما است و راه دیگری وجود

ندارد، زیرا ادویه ها خشک هستند و نمی توان آن ها را جوشاند؛ بنابراین تنها سیستم، روش سرد است که بهترین حالت آن گاما است. اشعه گاما از ادویه ها عبور می کند و داخل آن ها بار میکروبی باقی نمی ماند و کلیه میکروب ها از بین می رود. این در حالی است که استفاده از روش پرتودهی با اشعه گاما، موجب افزایش ماندگاری محصولات می شود و تازمانی که در ب محصول باز نشود و دوباره میکروب نگیرد و قارچ و کپک در آن به وجود نیاید، ماندگاری بالای خود را حفظ می کند.

به نظر می رسد، اختلاف قیمتی که در بازار بین محصولات ارائه شده در حوزه ادویه دیده می شود، ناشی از انجام پرتودهی در برخی از کارخانه ها است. در خصوص تفاوت های مربوط به قیمت توضیح دهید که پرتودهی با اشعه گاما، چه هزینه های مازادی را به وجود می آورد؟

در محاسبه ای که انجام دادیم، مشخص شد که روی هر پت ۸۰ گرمی، ۳ تا ۴ هزار تومان هزینه دارد، زیرا هزینه های مربوط به رفت و برگشت و بسته بندی گاما اضافه می شود و همچنین هزینه های پرتودهی به اضافه ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده وجود دارد که حدود ۳ هزار تومان تفاوت ایجاد می کند و این افزایش هزینه ما را نسبت به رقیب عقب می اندازد. این در حالی است که اکثر مردم با گاما و مزایای آن آشنایی ندارند؛ بنابراین ادویه های ارزان تر را خریداری می کنند. اما در اصل محصولات پرتودهی شده، به دلیل اینکه بار میکروبی ندارند، از کیفیت بالایی برخوردار هستند و حتی موجب کاهش هزینه های پزشکی برای مردم می شود.

تأثیر پرتودهی در کاهش ضایعات محصولات کشاورزی و مواد غذایی را چگونه ارزیابی می کنید؟

زمانی که محصولات کشاورزی پرتودهی می شود، عاری از هر گونه میکروب، قارچ و کپک می شود؛ بنابراین با پرتودهی، میزان ماندگاری و نگهداری محصولات ارتقا می یابد. به عنوان مثال، اگر به پرتقال اشعه گاما بزنند، نسبت به پرتقالی که پرتودهی نشده است، در مدت زمان بسیار بیشتری ماندگاری خواهد داشت که موجب کاهش ضایعات می شود. این موضوع در خصوص ادویه ها هم صدق می کند، زیرا اگر پرتودهی نشود، احتمال کپک زدگی در آن افزایش می یابد.

به منظور پور کردن ادویه ها از چه آسیاب هایی استفاده می کنید؟

متأسفانه در ایران اغلب آسیاب های مورد استفاده برای ادویه ها، آسیاب دام و طیور است و عده ای هم آسیاب هایی که برای تولیدام دی اف و چوب استفاده می شود را جهت ادویه ها به کار می برند، زیرا گاهی ادویه به اندازه ای خشک است که نمی توان آن را شکست. اما آسیاب مورد استفاده در کیمیاسرو، سرد است و سیستم سرمایشی برای آن تعبیه شده و با ضربه زدن، ادویه ها را پودر می کند، به همین دلیل ماده موثره آن ها باقی می ماند و عطر و طعم ادویه ها اصلاً از بین نمی رود. به اعتقاد بنده، مشتریان حرف اول و آخر را می زنند و پس از مصرف به ما خواهند گفت که آیا مادر کارمان موفق عمل کرده یا خیر. ■



مدیر عامل شرکت رهاورد سبز رادین

تورم بالا اصلی ترین چالش تولید کنندگان

عرفان فغانی

شرکت رهاورد سبز رادین با هدف توسعه سبد کالای بسته بندی و تامین بدون واسطه و حداکثری سبد خانوار در سال ۱۳۹۵ تاسیس شد که مأموریت اصلی آن، تامین بخشی از نیاز سبد خانوار شامل انواع ادویه جات و چاشنی های غذایی و انواع سبزیجات خشک بدون واسطه و بیشتر، متمرکز بر تولید محصولات بر پایه کشاورزی است. تمایز محصولات این شرکت در کیفیت بسته بندی و ارائه محصولات با روش پرتودهی است که بار میکروبی محصولات را به حداقل می رساند. برای آشنایی بیشتر با فعالیت های این شرکت و همچنین بررسی چالش های موجود در صنایع غذایی گفت و گویی با مصطفی شاه حسینی فرد، مدیر عامل شرکت رهاورد سبز رادین انجام داده ایم که ماحصل این مصاحبه را می خوانیم.

این شرکت با هدف انجام چه فعالیت هایی شروع به کار کرد؟

ما در ابتدا فعالیت در شرکت رهاورد سبز رادین را با هدف توسعه سبد کالا بسته بندی و تامین نیاز بدون واسطه و حداکثری سبد خانوار آغاز کردیم که در این زمینه تا حد زیادی موفق بوده ایم و حدود ۳۰۰ قلم کالا را به این سبد آورده و در سطح فروشگاه های زنجیره ای و شهرستان ها و همچنین در قالب صادرات عرضه می کنیم و بخشی را هم به عنوان مواد اولیه در اختیار کارخانه های صنایع غذایی می گذاریم. بیشتر هدف مان این بود که بخشی از نیاز سبد خانوار را بدون واسطه تامین کنیم که با توجه به اقتضائات تجارت، تاکنون با فراز و نشیب های زیادی مواجه بوده ایم. سبد کالا در حال حاضر شامل انواع ادویه جات و چاشنی های غذایی و انواع سبزیجات خشک و غلات شامل گندم، جو پرک، بلغور و انواع آردها از جمله آرد نخودچی و ذرت و سوخاری و صیفی جات خشک مثل پیاز خشک، لیمو عمانی، گوجه خشک، مسقطی و سویا است.

تولید محصولات در شرکت رهاورد سبز رادین به چه روشی انجام می شود؟

معمولاً منظور ما از فرآیند تولید، صنایع بسته بندی است؛ یعنی مواد اولیه و محصول یا از طریق واردات یا از طریق شرکت هایی که فرآوری کننده هستند، تهیه و سپس بسته بندی محصولات توسط ما انجام می شود. مثلاً در حوزه سبزیجات خشک، سبزی از طریق کشاورز تهیه می شود و در طی فرآیند شست و شوی ۵ مرحله ای در کارخانه و بعد از خشک کردن وارد بوجاری شده و تبدیل به محصول نهایی می شود. در حوزه ادویه جات هم بخشی از آن مثل فلفل قرمز که در استان خراسان و بوشهر کشت می شود، تولید داخل است و بخشی دیگر مانند فلفل سیاه و زردچوبه، وارد شده و در کارخانه آسیاب و فرآوری و سپس بسته بندی می شود. هر کدام از محصولات ما فرآیند متفاوتی با یکدیگر دارند. به عنوان مثال، آرد سفید سهمیه ای است و فرآیند فرآوری آن کارمانیست. برخی از محصولات مانند سوخاری به صورت بازرگانی انجام می شود؛ یعنی خود سوخاری را از کارخانه ها تامین می کنیم و فرآیند بسته بندی را انجام می دهیم. در کارخانه قسمتی که مستقیماً فرآیند تولید در آن



در خصوص چگونگی ورود خود به صنعت غذا و همچنین تاسیس شرکت رهاورد سبز رادین توضیح دهید.

از سال ۱۳۸۲ وارد صنعت غذا شدم و در ابتدا از قسمت آبناات و آدامس و به طور کلی از صنعت شیرینی و شکلات کارم را شروع کردم. در آن زمان در یکی از شرکت ها مشغول به کار بازاریابی و فروش شدم و با تجربیاتی که طی پروسه حدود ۵ سال کار در بازار تهران به دست آوردم، در سال ۱۳۸۵ شرکت تدبیر تجارت یگانه، با هدف بازرگانی را تاسیس کردم که عمدتاً خرید و فروش انجیر خشک و مشتقات آن در منطقه استهبان فارس در آن انجام می شد. به مرور زمان وارد صنعت سبزیجات، ادویه جات، خشکبار، حبوبات و غذا شدیم تا اینکه در سال ۱۳۹۲ برند بالسی ثبت شد و در ادامه در شهریور ماه ۱۳۹۵ هم نام شرکت از تدبیر تجارت یگانه به شرکت رهاورد سبز رادین تغییر کرد. در حال حاضر فعالیت شرکت بیشتر در حوزه صنعت غذا است و نه شیرینی و شکلات. بنده حدوداً از سال ۱۳۸۵ در حوزه صنعت غذا فعال و دارای سوابق مدیریتی هستم.



اتفاق می‌افتد، بخش مربوط به خشک کردن سبزیجات و میوه‌جات خشک و بخش فرآوری غلات است؛ یعنی گندم و جو به صورت خام وارد کارخانه شده و در آنجا پوست‌گیری و تبدیل به بلغور و پرک شده و سپس وارد پروسه بسته‌بندی و فروش می‌شود. به‌طور کلی بیشتر تمرکز ما بر محصولات بر پایه کشاورزی است. البته بخشی از محصولات مانند مسقطی به صورت برون‌سپاری تولید می‌شود؛ یعنی با کارخانه دیگری قرارداد داریم که این محصول را برای ما تولید می‌کند.

تمایز محصولات برند بالسی با برندهای مشابه در بازار چیست؟

در حوزه کیفیت بسته‌بندی خیلی تلاش کردیم تا بهترین محصول را ارائه دهیم. برای مثال، در حوزه ادویه‌جات سلفونی از سلفون‌های سه لایه استفاده می‌کنیم. معمولاً شرکت‌ها بیشتر از بسته‌بندی‌های کم‌هزینه استفاده می‌کنند که صرفه اقتصادی داشته باشد، ولی ما به این دلیل که کیفیت بالای بسته‌بندی، ایمنی بیشتری به غذای ما دهد، سعی کردیم که از بسته‌بندی‌های استانداردتر و به مراتب گران‌تری استفاده کنیم. مثلاً در حوزه سبزیجات خشک و ادویه‌جات از سلفون‌های گاستدار و زیپ کیپ‌دار استفاده می‌شود که ایستادگی خوبی دارد و از آلودگی جلوگیری می‌کند. همچنین تلاش ما بر این بوده که بسته‌بندی محصولات و تامین مواد اولیه کارخانه‌ها به صورت پاستراز یسیون و پرتودهی شده انجام شود. این تمایز در کشور ما برای مردم خیلی شناخته‌شده نیست و چون برای مصرف کننده فرهنگ‌سازی نشده، این شبهه ایجاد می‌شود که این محصول آسیب‌زا یا سرطان‌زا است. بعد از خرید محصول از کشاورز، آزمون‌های میکروبی و شیمیایی روی آن انجام می‌شود. آزمون‌های شیمیایی شامل خاکستر نامحلول و مواردی از این دست است که می‌توان در فرآیند شست‌وشو و به‌طور کلی در فرآیندهایی که در خط تولید انجام می‌شود، از بین برد. اما بخش آزمون‌های میکروبی که شامل شمارش میکروارگانیسم‌ها مثل کپک، قارچ و مخمر است را نمی‌توان به صفر یا به حد استاندارد تعریف‌شده توسط اداره نظارت رساند؛ بنابراین ما از روش پرتودهی برای به حداقل رساندن، صفر کردن و به استاندارد رساندن بار میکروبی محصولات استفاده می‌کنیم که هم به نفع مصرف کننده و هم در فرآیند تولید موثر است. برای مثال، زمانی که محصولی وارد سبد خانواده می‌شود؛ به لحاظ بار میکروبی، آلودگی و ذرات باروری مثل کپک، قارچ و مخمر دارد که حتی گاهی طی فرآیند پخت‌وپز بار میکروبی آن چند برابر می‌شود که بسیاری خانواده‌ها از آن مطلع نیستند. در شرکت ما با استفاده از روش پرتودهی، بار میکروبی محصولات به حداقل می‌رسد.

برای حذف کردن یا به استاندارد رساندن بار میکروبی از چه روش‌هایی استفاده می‌شود؟

به‌طور کلی دوروش پرتودهی و پاستراز یسیون برای حذف کردن یا به استاندارد رساندن بار میکروبی وجود دارد که این مساله در حوزه صادرات هم می‌تواند موثر باشد. محصولات تولید داخل، استاندارد لازم را به لحاظ بار میکروبی برای عرضه در بازارهای خارجی ندارند. برای از بین بردن بار میکروبی باید از پرتودهی استفاده شود؛ بنابراین فرآیند پرتودهی شاید در سال‌های آتی عمومیت پیدا کند و برای خانواده‌ها هم فرهنگ‌سازی خواهد شد که این محصولات سالم‌تر هستند. بحث دیگر در مورد محصولات ما، گلوتهن فری بودن آن‌ها است، البته در حوزه

ادویه‌جات و سبزیجات خشک بیشتر این مساله وجود دارد که هنوز در کشورمان فرهنگ‌سازی نشده، ولی شرکت‌هایی هستند که در این عرصه پیشگام شده‌اند.

چه نظری درباره کیفیت بسته‌بندی و تاثیر آن در حجم فروش دارید؟

نوع بسته‌بندی و تصویر اولیه‌ای که از بسته‌بندی در ذهن مخاطب ایجاد می‌شود، تاثیر زیادی در فروش محصول دارد. در گذشته در کشورمان بسته‌بندی‌ها از لحاظ طراحی و جنس استفاده‌شده و امکانات بسته‌بندی بسیار ضعیف بود و به جای استفاده از طراحان صنعتی، مدیران کارخانه‌ها این وظیفه را بر عهده داشتند. امروزه در حوزه بسته‌بندی پیشرفت زیادی داشته‌ایم و مردم هم آگاه‌تر شده‌اند. اولین چیزی که برای خرید محصول، توجه مصرف کننده را جلب می‌کند، نوع بسته‌بندی و طراحی آن است. برای مثال، بسیاری از کسبه بازار سبزی و ادویه فله را در کیسه‌های غیر بهداشتی خرید و فروش می‌کنند، ولی ما در این کارخانه از کیسه‌های کامپوزیت فورگريد استفاده می‌کنیم که سلامت خانواده را به خطر نمی‌اندازد و از هر لحاظ عایق است.

در مورد تاثیر بلندمدت استفاده از محصولات پرتودهی شده بر سلامت افراد توضیح دهید.

به مرور زمان در صنعت کشاورزی، اتفاق‌های متعددی رخ داد. مثلاً استهبان فارس پایتخت انجیر دیم جهان است و درخت‌های انجیر آن در دامنه کوه قرار دارند که هیچ‌گونه امکان آبیاری ندارد. سال‌هایی که بارش باران به حد کافی باشد، درختان بار خوبی خواهند داشت و اگر باران کافی نباشد، بار درختان هم کم است. طی سال‌های اخیر که بارندگی کم شده است، به منظور آبیاری تانکر آب را به بالای کوه می‌برند تا از این طریق درختان را آبیاری کنند که این اتفاق باعث شده، این محصولات طی این سال‌ها آفت‌های بی‌شماری بگیرند؛ البته در محصولات دیگر هم این امر صادق است. تغییر ساختار کشاورزی و استفاده از کودهای شیمیایی به منظور تولید بیشتر محصول و خروجی بهتر باعث بالاتر رفتن میزان سموم و آفات می‌شود. در طی ۲۰ سالگی که وارد این حرفه شده‌ام و اطلاع دارم، بیشتر از ۲۰۰ نوع آفات وارد این درختان شده است. مردم شاید اکنون این مسائل را



بحث توسعه صادرات هم در حال حاضر با برند بالسی به بیش از ۱۶ کشور دنیا از جمله کانادا، دانمارک، آلمان، امارات و کویت محصولات غذایی و به ویژه سبزیجات خشک صادر می‌کنیم.

با توجه به محدودیت‌های موجود بر اثر تحریم، چطور می‌توان صادرات را گسترش داد و سهمی از بازار دنیا داشت؟

دو نوع بازار از جمله بازار اروپایی و آسیایی در خارج از کشور وجود دارد که شامل ایرانی‌ها، عرب‌ها، ترک‌ها و افغان‌ها می‌شود. در زمینه بازار آسیایی برای ورود محصول مشکل خاصی وجود ندارد. مشکل در بخش صادرات عمدتاً به بازگشت پول و سرمایه مربوط است که باید از موانع زیادی عبور کند تا به ایران برسد و در نهایت به علت کارمزد زیاد، سودی باقی نمی‌ماند. عمده چالش‌ها مربوط به بور و کراسی اداری در حوزه بهداشت است. انتظار می‌رود، سازمان‌ها و عناصر در جهت تسهیل هر چه بیشتر تولید همراهی بیشتری کنند تا تولید بارور و شکوفا شود. در خیلی از شهرهای صنعتی به علت همین چالش‌ها حدود نیمی از بخش‌ها غیرفعال می‌باشند و تولید ندارند که خروجی آن افزایش هر چه بیشتر بیکاری است. امروز سرمایه در کشور به هر سمتی به جز تولید سوق می‌یابد و این باعث می‌شود که تولید روز به روز ضعیف‌تر شود؛ در صورتی که برای رشد و شکوفایی اقتصادی باید به تولید بها داد. یکی دیگر از مشکلات تولیدکنندگان تورم پرسرعت کشور است که باعث زیان بسیاری از سازمان‌ها شده است. برای این مساله بانک‌ها به صنایع تولیدی تسهیلات می‌دهند که تاثیر زیادی ندارد و بهتر است که بانک‌ها با سیستم‌های تولیدی شریک شوند و بخشی از سهام شرکت‌ها به بانک‌ها اختصاص پیدا کند تا باعث شکوفایی هر چه بیشتر تولید می‌شود. در نهایت باید گفت، تا تورم کنترل نشود و به سطح استاندارد نرسد، همچنان در حوزه تولید با ورشکستگی مواجه خواهیم بود.

نقش مسئولان را در مرتفع کردن این چالش‌ها چطور می‌بینید؟

نمی‌توان همیشه از مسئولان توقع داشت. به نظر بنده، تنها انتظاری که می‌توان از مسئولان داشت، فرهنگ‌سازی در حوزه‌های مختلف است. شعاری که زمانی آقای قالیباف تحت عنوان «شهروند مسئول، مدیریت پاسخگو» داشت را خیلی می‌پسندیدم. اگر در حوزه واسطه‌گری فرهنگ‌سازی کنیم که به حق خود قانع باشیم، جامعه‌ای به مراتب بهتر خواهیم داشت. به نظر من، برای رسیدن به خرد جمعی نیاز به آموزش داریم. اگر بیشتر هزینه‌ها در همه بخش‌های جامعه صرف آموزش و ایجاد و استقرار یک ساختار درست شود، نتیجه خوبی خواهیم گرفت. همچنین سیستمی کردن مالیات و صدور مجوزها و مواردی از این دست، در تسهیل فرآیند تولید موثر است که البته فرآیند زمان‌بری است و محقق شدن آن نیاز به زمان دارد.

و سخن آخر...

در آخر باید گفت، صنعت غذا جزو صناعی است که در بحران‌های اقتصادی کمترین میزان آسیب‌پذیری را دارد، چون نیاز روزانه خانوار است و همین عامل باعث بالا رفتن امنیت آن برای سرمایه‌گذاری می‌شود. از این جهت که ۸ میلیارد مخاطب در جهان دارد، ورود به این حوزه می‌تواند برای بسیاری از سرمایه‌گذاران جذابیت داشته باشد. ■

احساس نکنند، اما این موارد تاثیر خود را بر سلامت آن‌ها خواهد گذاشت. همان‌طور که می‌بینیم، روز به روز گونه‌های بیماری‌ها بیشتر و متفاوت‌تر شده و آمار سرطان بیشتر می‌شود و عمده این بیماری‌ها از دو چرخه آب و غذا وارد بدن می‌شود و در بلندمدت تاثیر خود را بر سلامت افراد جامعه خواهد گذاشت.

تا چه اندازه در مورد محصولات پر توده‌ی شده در جامعه فرهنگ‌سازی شده است؟

درست است که بهداشت الزاماتی برای کارخانه‌ها می‌گذارد تا استانداردها را رعایت کنند، اما در سطح جامعه مصرف‌کننده هیچ‌گونه اقدام جدی انجام نشده، به همین دلیل مصرف‌کننده در مواجهه با محصولات پر توده‌ی شده، واکنش خوبی ندارد. باید این نکته را هم یادآور شد که ظرفیت پر توده‌ی در کشور ما پایین است و نظام بهداشت و دولت می‌توانند با حمایت بیشتر این سازمان را توسعه دهند و برای اقشار مختلف جامعه فرهنگ‌سازی کنند؛ چون پر توده‌ی محصولات، کار زمان‌بری است و گاهی تا چند هفته زمان می‌برد. اگر قرار است که فرهنگ‌سازی انجام شود، باید ظرفیت این کار هم وجود داشته باشد تا به نیاز مردم پاسخ دهد.

چه برنامه‌هایی برای توسعه شرکت رهاورد سبز رادین در نظر گرفته‌اید؟

در دو حوزه افزایش سبک کالا و برون‌سپاری و ثبت نام تجاری بالسی مارکت در حال انجام اقداماتی هستیم. در حوزه افزایش سبک کالا در حال اضافه کردن محصولات دیگری از جمله برنج، چای، زعفران، زرشک، آلوچه و لواشک هستیم. همچنین از سال ۱۴۰۰ نام تجاری بالسی مارکت را ثبت کردیم که در واقع به دنبال انتقال تمام تجربیات ۲۰ ساله خود در بازار هستیم. بالسی مارکت یک درگاه تبلیغات آنلاین در حوزه مواد اولیه و محصولات وارداتی است و با هدف توسعه صنعت زیرساخت و حل مشکلات واسطه‌گری ایجاد شده که حدود ۹۰ درصد کار برنامه‌نویسی آن انجام شده و به زودی راه‌اندازی خواهد شد. در



دنیای خودرو

گفت و گوی اختصاصی با علی یکه قلاح

در این بخش می خوانیم:

■ تحول در صنعت خودرو نیازمند «اقبال عمومی» است

رئیس هیات مدیره گروه صنعتی چکاد

تحول در صنعت خودرو نیازمند «اقبال عمومی» است

سارا نظری

تجربه حضور وی در صنعت خودرو به پیش از انقلاب اسلامی بازمی‌گردد؛ زمانی که پدرش نمایندگی شماره ۹ ایران ناسیونال را راه‌اندازی کرد. از دوران کودکی و قبل از ورود به مدرسه، به همراه پدرش در مجموعه‌های خودرویی حضور پیدا می‌کرد. از همان زمان اشتیاق خاصی نسبت به صنعت خودرو داشت و متفاوت بودن خودروها برایش لذت‌بخش بود. رشته مهندسی را در هنرستان و بخشی از آن را به شکل آکادمیک در دانشگاه، پشت سر گذاشت و در کنار پدر؛ کسب‌وکار توزیع، عرضه و خدمات پس از فروش خودرو را تجربه کرد. اکنون حدود سه دهه است که وارد تولید قطعات بدنه خودرو شده و در پنجاه و یکمین سال زندگی‌اش به تولید پلتفرم ملی تعاون می‌اندیشد؛ کاری که معتقد است، تنها به مدد اقبال عمومی و با تکیه بر ظرفیت‌های تعاونی امکان‌پذیر است. ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» در گفت‌وگوی اختصاصی که با علی یکه‌فلاح؛ مالک، موسس و رئیس هیات مدیره گروه صنعتی چکاد و رئیس هیات مدیره تعاونی تامین نیاز قطعه‌سازان کشور انجام داده، به بررسی فعالیت‌های این شرکت، توانمندی‌های ایران در زمینه تولید خودروهای برقی و نیز خودروی ملی پرداخته که مشروح آن از نظر خوانندگان ارجمند می‌گذرد.

تجاری، بیش از یک میلیون و ۴۰۰ هزار تن محصولات فلزی تولید کرده است. هم‌اکنون در این مجموعه حدود ۴۰۰ نفر به‌طور مستقیم فعالیت دارند و برآوردمان این است که پروژه خودرویی گروه، برای بالغ بر ۷ هزار نفر اشتغال‌زایی خواهد کرد. این در حالی است که در صنعت خودرو با وجود صنایع و خدمات مرتبط، هر یک شغل می‌تواند برای ۱۰ نفر اشتغال ایجاد کند؛ ضمن آنکه صنعت خودرو را باید لو کوموتیو صنایع دیگر دانست، چرا که ۷۰ نوع صنعت به آن مرتبط می‌شوند. می‌توانید محاسبه کنید، فرصت اشتغال‌زایی غیرمستقیم این صنعت چقدر وسیع‌تر است.

این گروه صنعتی در زمینه آموزش نیروی انسانی، چه اقداماتی انجام داده است؟

همان‌طور که اشاره کردم، سایت اولیه ما در یکی از مناطق محروم اهیر بود و قاعدتاً در آن منطقه نیروی متخصص وجود نداشت. یکی از بزرگ‌ترین بزرگ‌ترین گروه چکاد این است که چه از نظر آموزش نیروی جوان و چه از نظر پرورش متخصصان، توانست موجب اعتلای صنعت و به‌ویژه استان زنجان شود. البته این دست‌آورد فقط اقتصادی نبوده، بلکه دست‌آوردی اجتماعی بالایی هم حاصل شده است. از آنجا که خودم هم در جوانی، همیشه جویای بستری بودم تا قابلیت رشد داشته باشد؛ لذا سعی کردم که همین محیط را برای جوانانی که مشغول به کار می‌شوند، ایجاد کنم که اقدام بسیار ثمربخشی بوده است؛ به گونه‌ای که این افراد در عمل، از فرصت‌هایی که در اختیارشان گذاشته می‌شود، بسیار خوشنود هستند و از آن بهره می‌برند. این نیروها پس از جدایی از چکاد هم، هر جا که مشغول به کار شدند، به دلیل مهارت‌هایی که داشتند، اعتبار بیشتری به مجموعه ما دادند.

آیا گروه صنعتی چکاد در بازار افراتر مارکت هم فعالیت دارد؟

با توجه به شرایط کشور و افزایش خودروهای فرسوده، بحث افراتر مارکت، به یک با OEM رقابت می‌کند؛ به عبارت دیگر، هر یک قطعه‌ای که در خط تولید استفاده می‌شود، ۹ یا ۱۰ برابر آن می‌تواند در افراتر مارکت، بازار داشته باشد. اکنون افراتر مارکت یک بازار ۸ میلیارد دلاری است و ما هم مدت‌هاست که در پی تقویت آن هستیم، به همین دلیل در قالب



گروه صنعتی چکاد از چه سالی و با چه هدفی تاسیس شد؟

ما پس از سال‌ها تجربه موفق در خدمات پس از فروش خودروی دوو (نمایندگی ۱۱۰) تصمیم به راه‌اندازی سایت قطعه‌سازی گرفتیم. به این ترتیب، در سال ۱۳۷۸ تعاونی چکاد صنعت فلاح در شهرک صنعتی نورین ابهر متولد شد که هدف‌مان کمک به تولید داخلی و نیز اشتغال‌زایی در یک منطقه محروم از استان زنجان بود. اولین قرارداد ما با شرکت کرمان موتور بسته شد. آن زمان شرکت کادک، بدنه خودروهای سیلو و ماتیز را که به صورت CKD وارد می‌شد، تولید می‌کرد. گروه چکاد برای تولید بدنه‌های این دو خودرو با کرمان موتور قرار داد منعقد کرد و سرمایه‌گذاری لازم را نیز انجام داد. در حال حاضر هم چکاد، بهترین و بزرگ‌ترین دستگاه‌های تولیدی در بخش خصوصی را در اختیار دارد و تنها مجموعه در بخش تعاون است که توانسته چنین امکاناتی را ایجاد کند. این گروه از قدیمی‌ترین گروه‌هایی است که تمام لطمات و محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها بر صنعت خودرو را لمس کرده و با آن‌ها روبه‌رو شده است، اما تاکنون برای خودروسازان، یعنی تولیدکنندگان خودروهای سواری و



۵۲

دی ۱۴۰۳ • شماره ۸۶
ماهنامه دنیای سرمایه‌گذاری

تعاونی تامین نیاز قطعه‌سازان کشور زیربنای مناسبی برای حضور کلیه قطعه‌سازان از جمله گروه صنعتی چکاد در افترمارکت ایجاد کرده‌ایم. تعاونی قرار است، در قالب یک برند ثبت شده ایمن و کیفی، قطعات راراهی بازار کند تا امکان استفاده از قطعات با کیفیت، قیمت مناسب و قابل اتکا برای همه وجود داشته باشد. تصور بنده این است که اتفاقات خوبی در حال رخ دادن است و آینده بازار نیز با برند تعاونی تامین نیاز قطعه‌سازان کشور متحول خواهد شد.

به منظور تطبیق تولیدات خود با استانداردهای جهانی، چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

این موضوع دو فاز دارد؛ یکی این است که ما واقعیت‌ها را ببینیم که در کلاس جهانی و در هر اقلیمی، چه آیتم‌هایی به عنوان نیاز واقعی قلمداد می‌شود و چه فاکتورهایی عمومی است و در تمام نقاط دنیار رعایت می‌شود. می‌دانید که چکاد نخستین طراح خودرو در بخش خصوصی است. در موضوع پلنفرم خودرو، تقریباً استانداردهای جهانی را به‌روز و آپدیت در نظر گرفته‌ایم؛ چه در مورد خودروی برقی و چه در مورد خودروی بنزینی. البته سعی کرده‌ایم که این استانداردها را مطابق با اقلیم ایران، بومی‌سازی کنیم و استانداردها را برای آپشن‌ها، دیزاین و حتی محیط داخلی خودروها لحاظ کرده‌ایم. در طراحی پلنفرم که ۳۰ درصد آن برای صادرات در نظر گرفته شده است، هم استانداردهای جهانی رعایت شده و هم به شرایط اقلیمی کشور توجه کرده‌ایم. از سوی دیگر، در تولید قطعات هم استانداردها به‌روز رعایت می‌شود. بدنه خودرو هم مانند اسکلت بدن انسان است و اصلاً نمی‌توان چیزی را خارج از استاندارد تولید کرد؛ زیر قطعات باید به هم متصل شود و چند قطعه باید در ارتباط درست با هم قرار بگیرند. ممکن است، مردم ظاهر قضیه و تبلیغات غیر صادقانه را ببینند و تصور کنند که کل بدنه خودرو باید محکم باشد؛ این در حالی است که گاهی بخش‌هایی از خودرو اصلاً نباید قوی باشد و اتفاقاً باید ضعیف باشد تا در تصادف، بدنه دچار آسیب شود، در غیر این صورت ضربه ناشی از تصادف به بدن راننده و سرنشینان منتقل می‌شود. در خودروهای قدیمی از ورق و بدنه بسیار ضخیم استفاده می‌شد، از همین رو هنگام تصادف، ضربه به بدن سرنشینان انتقال می‌یافت و موجب جراحات بدنی می‌شد. در واقع در تصادفات باید خودرو آسیب ببیند، اما در عین حال استحکام آن باید به گونه‌ای باشد که جان سرنشینان را هم حفظ کند. متأسفانه تاکنون این موضوعات برای مردم توضیح داده نشده و آگاهی لازم را در این زمینه ندارند. متأسفانه گاهی اوقات در برخی از تبلیغات با مقایسه‌های غیر کارشناسی، واقعیت را به گونه دیگری به مردم نشان می‌دهند؛ بنابراین به نظر می‌رسد که در این زمینه باید رسانه‌ها اقدامات جدی‌تری انجام دهند و اطلاع‌رسانی لازم را داشته باشند تا مردم بدانند قطعه‌سازان با اخلاق حرفه‌ای و مبتنی بر استانداردها مشغول به تولید هستند.

گروه صنعتی چکاد، طراحی پلنفرم ملی تعاون را هم در رزومه خود دارد. این پروژه چگونه استارت خورد؟

باور بنده همیشه این بود که کشورمان، توانمندی، ظرفیت و البته شایستگی تولید یک خودروی تماماً ملی را دارد. با همین چشم‌انداز و در تعامل و مشارکت جدی میان متخصصان دانشگاهی و اهالی صنعت و قطعه‌سازان سرشناس، خودرویی را طراحی کردیم که نه تنها مبتنی بر آخرین استانداردهای روز دنیا است، بلکه ۶۰ درصد آن بر مبنای توان زنجیره تامین داخلی پیش‌بینی شده است. پلنفرم ملی طراحی شده که می‌تواند با تیراژ بالا، خودروی اقتصادی تولید و به‌طور مستقیم برای «۷ هزار نفر» اشتغال‌زایی کند. این خودرو با نگاه صادراتی و در دو مدل برقی و بنزینی طراحی شده و پروژه‌ای ۲۵ همتی است که چکاد در حال فراهم کردن زیرساخت‌های مورد نیاز آن است.

کارشناسان صنعت خودرو، واردات یا حتی تولید خودروهای برقی در کشور را نیازمند وجود برخی از زیرساخت‌های خاص می‌دانند. با توجه به اینکه گروه صنعتی چکاد هم چشم‌انداز تولید و صادرات خودروی برقی را دارد و تولیدات این گروه جلوه‌ای از دانش و توانمندی متخصصان ایرانی است، تحلیل و ارزیابی شما از این موضوع چیست؟

اصل موضوع زیرساخت‌ها این است که در کشورمان بتوانیم انرژی برق مورد نیاز را تامین کنیم و ابزارها و سیستم‌های کافی را در اختیار داشته باشیم. لازمه این امر، فعال شدن بخش خصوصی است، به‌نحوی که این کار برایش توجیه اقتصادی داشته باشد. می‌توان از منابع زیادی، تامین انرژی برق را انجام داد و نیازی نیست که حتماً از ظرفیت نیروگاه‌های دولتی استفاده شود. تحقق این مساله هم به یک کار ملی و یک همکاری واقعی بین بخش‌های تأثیرگذار نیاز دارد و البته شدنی است. در حال حاضر در رابطه با تامین و استفاده از خودروی برقی هیچ محدودیتی وجود ندارد و چنانچه چند سازمان و نهاد بخش خصوصی به درستی در کنار یکدیگر قرار بگیرند و هر شخصی، وظیفه خود را در این وفاق ملی انجام دهد، مساله خودروی برقی محقق می‌شود. استفاده وسیع از خودروی برقی، هم موجب نجات محیط زیست می‌شود و هم با کاهش مصرف بنزین، حجم بالایی از سوئید به این نوع از انرژی اختصاص نمی‌یابد.

همان‌طور که می‌دانید، بیشترین بودجه کشور به تهیه و تامین بنزین اختصاص پیدا می‌کند و این در حالی است که استفاده از خودروهای برقی، منافع و مصالح بسیاری را به دنبال دارد. البته صد درصد نیاز به زیرساخت وجود دارد، ولی این موضوع شدنی است و به خصوص با تکنولوژی‌های جدید، کاملاً قابل تحقق است. پس از زیرساخت، باید به اولویت‌ها بیاوریم. در واقع تهیه و استفاده از خودروهای برقی از نظر تکنیکی امکان‌پذیر است، اما در حال حاضر بیشترین آلودگی توسط

در چند سال اخیر
اغلب قطعه‌سازان
تحت فشار بوده‌اند و
حتی اقدام به فروش
اموال خود کرده‌اند
که دلیل آن هم
مداخله دولت روی
قیمت‌گذاری است که
متأسفانه همه چیز را
به هم ریخته است



عمده ترین مشکل نقدینگی است شرکت های قطعه ساز طلبکار و به دلیل پایین آمدن تیراژها خودرو سازان هم با زیان انباشته و حشمتانی مواجه هستند

موتور سیکلت ها ایجاد می شود حتی بیشتر از یک خودرو آلاینده گی دارد. تعداد موتور سیکلت هم در سطح شهرها افزایش چشمگیری پیدا کرده؛ پس ما باید به خاطر مسائل ملی، واقعیت ها را ببینیم و مشخص کنیم که آیا موتور سیکلت ها در مساله برقی شدن اولویت دارند یا حمل و نقل عمومی دارای این اولویت است. به عبارت دیگر، باید اولویت ها را مشخص کنیم و بر اساس آن، برنامه ریزی ها را انجام دهیم.

دانش و تکنولوژی های جدید و روز دنیا، چه کمکی به استفاده از نیروی برق در وسایل نقلیه و خودروها کرده است؟

ما برای بحث برقی کردن خودروها روی لیتیوم حساب می کردیم که منابع آن را هم در اختیار داریم، ولی گفته ها ضدونقیض است و قابل اتکا نیست. به تازگی گفته می شود، از طریق هوش مصنوعی امکان استفاده از ترکیبی میسر شده که بسیار به صرفه تر از لیتیوم است، پیامدهای زیست محیطی ندارد و استخراج آن مانند هزینه های بهره برداری از لیتیوم بالا نیست. توجه داشته باشید که همیشه خط شکنی ها، دنیا را ساخته و افراد و عادت های عادی و روالی، حرکت جدیدی را ایجاد نکرده اند. البته برای مساله ای مانند برقی کردن خودروها، تکه اصلی پازل که توجه کمی به آن می شود و افکار عمومی نسبت به آن آگاه نیست، «اقبال ملی» است. اقبال از طرف مردم و اطلاع رسانی بسیار مهم است. خودباوری، موضوع دیگری است که باید به آن تکیه و توجه ویژه داشته باشیم.

برای تولید قطعات خودرو، چه دستگاه هایی مورد استفاده قرار می گیرند و آیا این دستگاه ها در کشور ساخته می شود؟

در رابطه با بدنه خودرو، ایران می تواند تا یک تناژ مشخص دستگاه پرس بسازد، ولی از یک حد تناژ به بالا را دیگر نمی تواند تولید کند. در مورد آن گروه از دستگاه ها که در داخل ساخته می شوند، مجوز واردات وجود ندارد، اما در رابطه با تناژهای بالا و برخی از تکنولوژی ها که امکان تولید در داخل وجود ندارد یا تولید آن ها به صرفه نیست، دستگاه ها وارد می شود؛ بنابراین می توان گفت که این دستگاه ها، هم داخلی و هم خارجی هستند. در بخش های دیگر مخصوصا دستگاه های الکترونیک، ای سی یو، ای سی ام یا تی پی اس و سایر مواردی که در استانداردها اضافه می شود، ممکن است که دستگاه آن در کشور موجود نباشد. در قسمت پلیمری هم دستگاه های داخلی را تا یک تناژ مشخص در اختیار داریم، اما از یک تناژ به بالا، نیازمند واردات هستیم. گروه صنعتی چکاد هم در راستای رفع محدودیت های تولید قطعه در این صنعت و حتی صنایع دیگر اقدام به واردات جدیدترین تجهیزات تولیدی و اندازه گیری کرده است. در حال حاضر به دستگاه تزریق ۴ هزار تنی قطعات پلیمری مجهز هستیم و تجهیزات ماشین کاری و قالب سازی در گرید G1 و G2 هم به مجموعه اضافه شده است. از طرفی، دستگاه اندازه برداری دقیق CMM را هم به تازگی وارد کردیم. تمام این ها تکنولوژی های به روز اروپایی هستند. اخیراً برای راه اندازی یک خط جدید هات استمپینگ قرارداد جدیدی بستیم که می تواند آزمایش ضریب تصادفات، موادبری و ایمنی سر نشینان را متحول کند. با این اوصاف، دیگر محدودیت چندانی برای تولید یک خودرو تماماً ملی نداریم.

حضور شرکت های خودروساز و قطعه ساز در نمایشگاه های داخلی و بین المللی به خصوص نمایشگاه

روسیه چقدر می تواند از حیث معرفی محصولات کشورمان موثر باشد؟

روسیه، کشور خاصی است. در بحث خودروسازی مانند ما با یک سری شرکت های خارجی مثل رنو همکاری می کرد و در کل صنعت خودروی این کشور وابسته به اروپا بود. روسیه بخشی از نیاز خود را تولید و بخش دیگری را از طریق واردات تامین می کند. البته باید توجه کنید که خودروسازان مطرح دنیا همیشه بخش های کلیدی را پیش خود نگه می دارند و به سایر شرکت ها و کشورها ارائه نمی دهند و این موضوع، سیاست آن ها است. مسائل کشور روسیه هم تقریباً شبیه مسائل ما است و فرهنگ و روش اقتصادی خاص خودشان را دارند. البته روس ها نشان داده اند که به دلیل امکانات مالی خوب، خواهان خودروهای سطح بالا هستند و برخی استانداردها را اجباری کرده اند و یک سری زیرساخت ها را هم برای تولیدات خود در نظر گرفته اند؛ اما واقعیت این است که چه در ایران و چه در روسیه، برخی تصمیمات در رده های بالا اتخاذ می شود. در رابطه با نمایشگاه روسیه و حضور شرکت های ایرانی هم شخصاً با خودر خاصی مشاهده نکردم. خودروهای مادر آنجا نهایتاً همان پلنفرم ال ۹۰ است.

عملکرد صنعت قطعه سازی خودرو ایران را در مقایسه با سایر کشورها چگونه ارزیابی می کنید؟

در چند سال اخیر، اغلب قطعه سازان تحت فشار بوده اند و حتی اقدام به فروش اموال خود کرده اند که دلیل آن هم مداخله دولت روی قیمت گذاری است که متأسفانه همه چیز را به هم ریخته است. واقعیت این است که در کشورمان زحمات کلانی در قطعه سازی کشیده شده است. شاید در برخی موارد ما با همکاران قطعه ساز اختلاف نظر داشته باشیم، ولی در نهایت به خاطر منافع ملی، سعی در تعامل و همراهی داریم که آن هم نیازمند تعاون است. طبق اصل ۴۴ قانون اساسی، بخش تعاونی از اولویت برخوردار است و باید قسمت اعظمی از اقتصاد، تحویل بخش تعاون شود. خودروساز هم می تواند مطابق با این موضوع اقدام به عقد قرارداد با تعاونی قطعه سازان کند. در این شرایط، قیمت ها و میزان سود در قراردادها مشخص است و بر همین اساس، امکان قیمت گذاری منصفانه هم وجود خواهد داشت. واقع تحت نظارت بخش تعاون، قیمت اصلی در مارکت می رود و در مورد آن تصمیم گیری و مسایل موجود هم حل و فصل می شود.

مهمترین مشکل شرکت های خودروسازی و قطعه سازی را در چه می بینید و به نظر شما چه راهی برای برون رفت از این شرایط وجود دارد؟

عمده ترین مشکل، نقدینگی است. شرکت های قطعه ساز طلبکار و به دلیل پایین آمدن تیراژها، خودروسازان هم با زیان انباشته و حشمتانی مواجه هستند. همان طور که اشاره کردم، راهکار این است که تعاونی قطعه سازان با قطعه ساز طرف شود و قرارداد کامل منعقد کنند و کل پک را به صورت کامل به خودروساز بفروشند. در عین حال خودروساز هم با تعاونی طرف حساب می شود و در قرارداد، قیمت ها واضح، مشخص و بسیار قابلی خواهد بود که منجر به ایجاد تعادل نیز می شود. در حال حاضر در دنیا هم به همین شیوه عمل می کنند. باید توجه کنیم که طبق قانون، انجمن ها امکان فعالیت اقتصادی را ندارند، اما طبق قانون تجارت، تعاونی ها می توانند فعالیت اقتصادی داشته باشند و این فرصتی است که باید از آن استفاده شود. ■



گفت و گوی اختصاصی با علی همتی

در این بخش می خوانیم:

- قاچاق؛ عامل آزار دهنده صنعت پوشاک
- نوسان نرخ ارز؛ گرفتاری بزرگ صنعت پوشاک
- حمایت نامه‌ای از بخش تولید راهگشای مشکلات نیست

مدیرعامل شرکت جهان اروم آیاز مطرح کرد تولیدکنندگان گرفتار قوانین خلق الساعه دولتی

سارا نظری

شرکت جهان اروم آیاز پس از تحویل گرفتن زمین در سال ۱۳۹۵ در کمتر از ۱۸ ماه موفق به ساخت بیش از ۳۰ هزار متر سوله و راهاندازی ماشین آلات خود شد و از همان سال هم در حال توسعه همزمان با تولید بود. این شرکت در سال ۱۳۹۷ با تعداد ۵۰ پرسنل شروع به کار کرد و هم‌اکنون در فاز یک، یک‌هزار و ۳۰۰ نفر شاغل مستقیم و ۶۰ هزار متر سالن تولید دارد. جهان اروم آیاز بدون دریافت وام سرمایه ثابت و فقط با آورده شرکا در کمترین زمان تبدیل به بزرگ‌ترین واحد تولید پارچه رومبلی و دکور پرده‌ای در زمینه پارچه‌های حلقوی (نیتینگ) در ایران شده است. به منظور بررسی بیشتر فعالیت‌های این شرکت، گفت‌وگویی با علیرضا نوری، مدیرعامل شرکت جهان اروم آیاز و همچنین رییس کارگروه بافت انجمن نساجی ایران و رییس هیات مدیره شرکت خدماتی شهرک صنعتی قرچک انجام داده‌ایم. وی از سال ۱۳۷۶ تا سال ۱۳۹۵ کار فروش و توزیع پارچه رومبلی را انجام داده و در سال ۱۳۹۵ تصمیم به راهاندازی کارخانه تولید پارچه رومبلی با سرمایه‌گذاری دو خانواده نوری و همتی گرفت و در نتیجه، در تاریخ اول مهرماه ۱۳۹۷ به تولید آزمایشی رسید. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

نیاز کشور را تامین کرده و ضمن خودکفایی کامل، اشتغال بالایی را در این صنعت داشته باشیم. زمانی فقط ۱۰ نفر واردات این محصول را انجام می‌دادند، ولی در حال حاضر بیش از ۱۰ هزار نفر اشتغال مستقیم ایجاد شده است. در واقع ما بیشتر دنبال این بودیم که با استفاده از تجربه‌های سال‌های گذشته خود، به مردم عزیز کشورمان خدمت کنیم.

چه ویژگی‌ها و مشخصاتی، این شرکت و محصولات آن را از رقبا متمایز می‌کند؟

شرکت جهان اروم آیاز، تقریباً در عرض ۵ سال به موفقیت‌های زیادی دست یافته است. ما دارنده استاندارد ایران و استاندارد اکو ۱۰۰ اروپا (به مدت ۳ سال) هستیم و در واقع اولین شرکتی بودیم که در زمینه پارچه رومبلی نیتینگ، استاندارد ایران را دریافت کردیم. پارچه‌هایی که وارد می‌کردیم، در حال حاضر به کشورهای عراق، ترکیه و ازبکستان و غیر مستقیم به ایتالیا صادر می‌کنیم. البته در بخش صادرات مشکلات زیادی داریم که امیدوار به رفع موانع از سمت مراجع ذی صلاح هستیم. در واردات تشویق ۲۵٪-۲۰٪ ارز را داریم، ولی در صادرات تولیدکننده داخلی که قصد صادرات را دارد، تنبیه می‌کنیم. ما امسال باز حمت و تلاش پرسنل فنی جوان و تحصیل کرده دانشگاهی (امیر کبیر و...) و حمایت مدیریت توانستیم به دانش‌بنیانی سطح یک برسیم و البته، جزو شرکت‌های پیشرو دانش‌بنیان در تولید پارچه‌های ضدپشه، آنتی باکتریال و مرکب هستیم. پرسنل عمدتاً جوان (زیر ۳۰ سال) و کیفیت بسیار بالای محصول مادر بازار با ۲ سال ضمانت برای پارچه‌ها، از مهمترین تمایز ما نسبت به دیگر شرکت‌هاست.

گفته می‌شود که کارخانه‌های تولید پارچه میلی با تمام ظرفیت خود فعالیت نمی‌کنند و بخش قابل توجهی از ظرفیت آن‌ها خالی است. دلایل این موضوع را در چه می‌دانید؟



با توجه به حجم بالای واردات و قاچاق پارچه میلی به ایران، چه انگیزه‌ای باعث شد تا به فکر تاسیس جهان اروم آیاز بیافتید؟

با عنایت به داشتن بیش از ۲۰ سال تجربه مستقیم در توزیع و فروش پارچه‌های رومبلی از شرکت‌های داخلی (یزد، اصفهان، شمال، کاشان و...) و خارجی (ترکیه و چین) و علم به تعدد بالای تولیدی پارچه‌های تار و پودی در استان یزد، اقدام به تولید پارچه‌های حلقوی که در ۸ سال گذشته فراگیری چشمگیری داشت، کردیم. در ابتدای کار ضمن اخذ آمار واردات شروع به تولید کردیم که بعدها معلوم شد که واقعیت بیشتر از این مقدار بوده و در واقع به دلایل نامعلوم، تریخیس کارها با اجس کد دیگری واردات انجام داده بودند. شایان ذکر است، مجموعه ما با تولید ماهانه تقریباً ۲/۵ میلیون متر مربع و سالانه ۳۰ میلیون متر مربع، حدود ۶۰ درصد نیاز کشور را به تنهایی تامین کرده است. در این ۵ سال فعالیت، تا این لحظه ۲۴ شرکت کوچک و بزرگ شروع به تولید کرده‌اند و امید داریم که بتوانیم



پارچه‌های رومبلی به بخش‌های پارچه‌های میل راحتی و استیل تقسیم‌بندی می‌شوند که هر یک از آن‌ها، چه تاروپودی و چه حلقوی در داخل و بیشتر در یزد تولید می‌شوند. با این حال به علت واردات این پارچه‌ها، هم‌اکنون کارخانه‌های یزد تقریباً با ظرفیت زیر ۶۰ تا ۷۰ درصد در حال فعالیت هستند. برای پارچه‌های تاروپودی جمعاً ۴ یا ۵ کد وجود دارد که قابل تفکیک با پارچه‌های لباسی نیست و با توجه به کسری تامین پارچه‌های لباس، هیچ اجبار و ممنوعیتی برای این نوع پارچه‌ها وجود ندارد، بر همین اساس واردکننده، پارچه‌های تاروپودی را به عنوان پارچه لباسی وارد می‌کند، به همین دلیل امکان کنترل وجود ندارد. مساله دیگر که به تمایل کسبه به اجناس وارداتی دامن می‌زند، تمایل آن‌ها به صدور فاکتور غیر رسمی و عدم پرداخت ارزش افزوده است، زیرا کالاهای وارداتی بدون فاکتور خرید و فروش می‌شوند. حتی برخی از شرکت‌ها با اجبار این کار را انجام می‌دهند و این باعث می‌شود که مساله در خواست کالای خارجی پیش بیاید و بهتر است، برای حل این مشکل، صندوق‌های فروشگاهی سریع تر راه بیافتند. مشکل بعدی، اعطای ارز نیمايي ۴۱ هزار تومانی و با اختلاف ۲۰ الی ۲۵ درصدی نسبت به کف بازار به واردکنندگان است که این مساله خود به خود، باعث تشویق همه به سمت واردات می‌گردد و باعث می‌شود که کارخانه‌ها با ظرفیت ۵۰ تا ۷۰ درصدی کار کنند. از سوی دیگر، برخی از واردکنندگان با اقلان صنعت و معدن و گمرک، دستگاه لمینت را خریداری و پارچه را به صورت کامل رنگ شده، چاپ خورده از چین به عنوان مواد اولیه وارد کردند و فقط لمینت آستر را در داخل انجام می‌دادند که این موضوع باعث تردید سرمایه‌گذار و کُندی سرمایه‌گذاری در این بخش شد و خیلی از شرکت‌ها به فکر تغییر محصول به پارچه‌های لباس افتادند.

نوسانات نرخ ارز و تحریم‌ها چه تأثیری بر فعالیت تولیدکنندگان پارچه‌های مبلی داشته است؟

نوسانات ارز و تحریم باعث تخریب بازار و تحمیل هزینه‌های گزاف به تولیدکننده حتی برای خرید و نصب ماشین‌آلات و... شده و باعث کندی روند تولید گردیده است. از طرفی، سیاست‌های غلط ارزی باعث عدم رونق و توسعه شرکت‌های تولیدی شده است. به عنوان مثال، امسال برای خرید ماشین‌آلات کارخانه ۱۰۴ روز در نوبت ارز بودیم، در حالی که واردکننده پارچه تاروپودی در دیف ۲۴ صف تخصیص زیر یک ماه از خود را دریافت کرد که متأسفانه این ارز، مخرب تولید و مشوق واردات گردیده است.

کمیود پارچه موضوعی است که همواره در سال‌های اخیر توسط تولیدکنندگان پارچه‌های مبلی مطرح شده است. این مساله چقدر جدی است و چه مشکلاتی را برای تولیدکنندگان پارچه رومبلی به وجود آورده است؟

به رغم افزایش شدید قیمت ارز، یکی از کارهای خیلی مهمی که شرکت جهان اروم ایاز به عنوان پیشرو صنعت پارچه رومبلی در پیش گرفته، ثبات قیمت‌ها است، به طوری که قیمت‌ها از سال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ به مدت ۳ سال ثابت نگه داشته شده و این موضوع باعث شد که خیلی از مشتری‌هایی که دنبال کالای خارجی بودند، به سمت کالای ایرانی سوق پیدا کنند به صورت کاملاً شفاف، ماهانه قیمت به اداره صمت و دفتر انجمن نساجی

ایران ارسال می‌شود. به رغم گالیه همکاران نسبت به این موضوع، مصرف‌کننده برای مادر اولویت است.

برخی کارشناسان از وجود مافیای پارچه مبلی صحبت می‌کنند که بعضاً با دور زدن قانون و کدهای گمرکی اقدام به واردات پارچه می‌کنند. وجود این مافیا به چه معضلات و چالش‌هایی منجر شده است؟

بحث کمیود پارچه رومبلی در بازار به هیچ وجه وجود ندارد و القای این مساله که تولیدکنندگان، مافیای پارچه رومبلی هستند، کاملاً غلط و بی‌اساس است. متأسفانه بعضی از دوستان که در مستندهای اتحادیه‌ها هم جایگاه‌های خوبی داشتند، با سوءاستفاده از جایگاه‌های موقت خود، حافظ منافع واردکنندگان شدند و برای آن‌ها کار کردند که قصد ندارم دلایل آن را بیان کنم. این مساله باعث شد، عده‌ای عنوان کنند که کمیود پارچه داریم و باید این کالا وارد کنیم. به عنوان مثال، با دلار ۲۰ درصد ارزان، ۵۰ میلیون دلار پارچه وارد می‌کنند که فقط اختلاف ارز آن ۱۰ میلیون دلار است که واقعا رانت خیلی بالایی محسوب می‌شود. در واقع برای اینکه به این رانت برسند، مافیای واردکننده را به مافیای تولیدکننده تغییر ماهیت دادند.

آیا به نظر شما با وجود قیمت ثابت تولیدکننده، کیفیت بالایی محصول نسبت به مشابه خارجی و مهمتر از همه عدم کمیود در کف بازار، باز هم نیازی به واردات است؟

در ۵ سال گذشته با وجود زحمات تولیدکنندگان، هیچ کسری کالایی در بازار نبوده، ولی تعرفه‌های پارچه‌های رومبلی در واردات ۲۰ درصد تعرفه دلار ۲۸ هزار تومان است که اثر مفید آن ۱۱ درصد است، چون دلار ۵۲ هزار تومان را ۲۸ هزار تومان حساب می‌کنند و تأثیر تعرفه ما ۲۰ درصد است. ۲۵ درصد دلار را به واردکننده ارزان‌تر می‌دهند، بنابراین تولیدکننده داخلی ۱۴ درصد از بازارهای جهانی عقب می‌افتد. در حالی که مواد اولیه داخلی را باید از بورس کالا با رقابت‌های ۵۰ الی ۶۰ درصدی تهیه کنیم و این موضوع عملاً باعث می‌شود که متأسفانه مافیای واردات همیشه دست به جیب و خیلی راحت، بعضی از کارها را به منظور منفعت خود انجام دهند و بحث کمیود پارچه را وسط بکشند. خوشبختانه تولیدکنندگان در ۳ سال اخیر با سربلندی تمام با تولید و ثبات قیمت‌ها، بازار را برای خودشان حفظ کردند. همان‌طور که عرض کردم، واردکننده با وارد

نوسانات ارز و
تحریم باعث
تخریب بازار و
تحمیل هزینه‌های
گزاف به تولیدکننده
حتی برای خرید و
نصب ماشین‌آلات
و... شده و باعث
کندی روند تولید
گردیده است



کردن دستگاه لمینت و پارچه های آماده از چین، ضمن دادن وجاهت قانونی به کار، باعث تنزل سطح اشتغال لازم به زیر ۵۰ درصد می شود. از طرفی، وارد کنندگان تعرفه ها را تغییر می دهند و از این طریق اقدام به واردات می کنند و تخلف های متعددی را انجام می دهند. برای مثال، بر اساس آمار ارائه شده از سوی دفتر نساجی، امسال آمار واردات پارچه حلقوی، یک هزار و ۲۰۰ تن (حدود ۱۰ میلیون دلار) بود. در حالی که با یک درصد ساده در کف بازار یافت آباد یا دلاوران می توان متوجه شد که آمار پارچه خارجی بالا است.

اقدامات وزارت صمت و مجلس شورای اسلامی را در رفع مشکلات تولید کنندگان پارچه های مبلی و حمایت از این صنعت چگونه ارزیابی می کنید؟

متأسفانه در سال ۱۳۹۹ مجلس شورای اسلامی، تحت تاثیر پافشاری و اطلاعات کاملاً غلط یک سری از دوستان قرار گرفت و به رغم ممنوعیت واردات، روند را علیه تولید تغییر داد؛ بنابراین با فشار کمیسیون اصل ۹۰ مجلس، محصول ۴۰ کانتینری بدون تخصیص ارز و ثبت سفارش درست که در یک مرحله وارد گمرکات ایران شده بود، وارد بازار شد. در واقع تعرفه های تار و پودی را به جای پارچه حلقوی زده بودند و کلاً اشتباه بود و با همان روش کار می کردند. در واقع با فشار کمیسیون اصل ۹۰ مجلس، تعرفه ۲۷ ممنوع پارچه رومبلی را به کار تابل فنی تغییر دادند، تا این ۴۰۰ کانتینر از گمرک ترخیص و بعد دوباره به حالت ممنوع برگردد.



ولی متأسفانه حتی این کار نیز انجام نشد. پس از این موضوع، بحث واردات رویه را پیش کشیدند و در واقع تولید کننده نماهای وارد کننده از کمیسیون اصل ۹۰ مجلس و یک سری ادارات دیگر، مجوز لمینت را اخذ و شروع به واردات کردند و در واقع عملاً قانون را دور زدند. وزارت صمت هم در دوره جدید خود، تقریباً هر یک ماه جلساتی برگزار می کند، ولی به علت اعمال نفوذ و نظر مدافعان کمبود پارچه، بدون هیچ خروجی و نتیجه مشخص به همان حالت قبلی ادامه می یابد و معضلی حل نمی شود. ای در حالی است که در ۳ سال گذشته هیچ آمار شفاف و دقیقی در سامانه ها وارد نکردند.

تولید کنندگان پارچه مبلی چه انتظارات و درخواست هایی از مسئولان دارند؟

نه تنها تولید کنندگان پارچه های رومبلی، بلکه همه تولید کنندگان، مخالف اختصاص ارز نیمایی برای واردات هستند. زمانی که دلار ۲۵ درصد زیر قیمت بازار به وارد کننده تخصیص داده می شود، تعرفه ها هیچ تاثیری ندارند؛ لذا این سیاست ها علیه تولید می باشد و خیلی راحت عرض کنم، می خواهند که تولید کننده زمین بخورد. برای اینکه مشکلات تولید کننده حل شود، باید ارز نیمایی با اختلاف ۵۰۰ تومان عرضه و کنترل گردد؛ یعنی کالا به جای تعرفه با دلار ۲۸ هزار تومان ETS با تعرفه تعریفی محاسبه شود (با همان دلار کف بازار). در بحث پارچه رومبلی، هم واردات پارچه ممنوع است و هم مبل. ممنوعیت واردات مبل در این ۵ سال رشد هم داشته است، ولی این پارچه که زنجیره بعدی به شمار می رود، ضعیف شده و به علت فشارهای تحمیلی، تولید کنندگان حتی به زحمات حقوق و دستمزد کارگرها را پرداخت کردند، بر همین اساس شاهد هیچ رشدی نبوده ایم.

با توجه به واردات بی رویه و قاچاق پارچه های مبلی، آیا سرمایه گذاری در این صنعت توجیه اقتصادی دارد؟

بی شک ما نیازمند سرمایه گذاری های بیشتر در صنعت تولیدی (نه فقط پارچه رومبلی) هستیم؛ به شرطی که سیاست ها اصلاح شود و اختلاف ارز نیمایی ۴۴ تا ۵۰۰ تومان باشد، نه ۲۵ درصد (۱۰ هزار تومان). تعرفه ها باید به شکل ۳۳ درصد واقعی با دلار ۵۰ هزار تومان یا قیمت کف بازار با شفافیت کامل محاسبه شد. بنده به صورت مکرر در پاسخ برخی از سوالات مبنی بر درخواست مان از دولت، عرض می کنم که با ما کاری نداشته باشد. به قدری قوانین خلق الساعه وضع می شود که تولید را زمین گیر می کند. کلی سامانه داریم که همه آن ها دفتر و هزینه دارند. برخی از اقدامات مانند اعطای وام سرمایه ثابت یا وام سرمایه در گردش باید انجام شود، ولی متأسفانه صورت نمی گیرد. با سرمایه شخصی که نمی شود، این کارها را انجام داد. هم اکنون بحث اعطای زمین یک ریالی در عمان و یک درهمی در دبی مطرح است که در ازای سرمایه گذاری ۱۰ تا ۲۰ درصدی پروژه تولید، وام ۱۰ ساله ۸۰ تا ۹۰ درصدی پروژه با ۳ درصد سالانه را ارائه می دهند. خب این کجا و آن کجا! نتیجه اینکه، آن ها به دنبال جذب سرمایه گذاران خارجی و مادر حال فراری دادن سرمایه گذاران داخلی هستیم، با این حال با تمام مشکلات موجود، در حال تولید هستیم. در پایان از دولت محترم تقاضا دارم، نگاه خود را نسبت به تولید کنندگان

تغییر دهد. ■

OYAZ
TEXTILE

کیفیتی به بزرگی یک راز

بزرگترین تولید کننده انواع پارچه های رو مبلی و پرده ایی



دفتر مرکزی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان احمد قصیر، کوچه نهم، پلاک 7 ۰۲۱-۸۸۵۵۶۲۵۰
کارخانه: قرچک، کمربندی جنوبی، شهرک صنعتی قرچک، بلوار صنعت، پیشرفت 2 ۰۲۱-۳۴۲۶۱۰۰۰

عضو هیات مدیره و مدیر کارخانه جهان اروم ایاز عنوان کرد

حمایت نامه‌ای از بخش تولید راهگشای مشکلات نیست

مینا افتخاری

شرکت جهان اروم ایاز از سال ۱۳۹۷ در زمینه تولید انواع پارچه‌های مبلی و پرده‌های فعالیت خود را آغاز کرده و تنها دارنده نشان استاندارد ملی ایران در حوزه تولید پارچه‌های مبلی و پرده‌ای است و نشان استاندارد اکوتکس اروپا را در حوزه تولید این پارچه‌ها در اختیار دارد. دیگر افتخاری که به تازگی ایاز موفق به کسب آن شده، دانش بنیان شدن این مجموعه از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. به منظور آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این شرکت، گفت‌وگویی با علی همتی، عضو هیات مدیره و مدیر کارخانه جهان اروم ایاز انجام داده‌ایم. وی سال گذشته به عنوان مدیر نمونه جوان کشوری انتخاب و موفق به دریافت لوح تندیس از وزیر صمت شد و از طرفی، عضو هیات مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران نیز است و همزمان، مسئولیت دپارتمان آموزش و تحقیق و تبادل فناوری این اتحادیه را به عهده دارد. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانید.

می‌شود. به‌طور کلی تنوع طرح زیادی داریم؛ به‌طوری که طرح‌هایی که مشتریان ما از خارج کشور می‌آورند، در تیم‌های مهندسی محصول و کمیته طراحی، مورد بررسی قرار می‌گیرد. همچنین پارچه‌هایی که قابلیت تولید آن‌ها را داریم، وارد پروسه تولید می‌شود و طرح‌های جدیدی هم در سیستم‌های طراحی ما به‌انجام می‌رسد و روانه بازار می‌شود.

نقش نیروی انسانی در پیشبرد اهداف شرکت‌ها را چطور ارزیابی می‌کنید و در مجموعه ایاز، این موضوع را چگونه مدیریت کرده‌اید؟

در حال حاضر، نه تنها نیروی انسانی معضل بخش خصوصی در حوزه صنعت نساجی و پوشاک کشور است، بلکه مشکل کل صنعت کشور هم به‌شمار می‌رود. اعتقاد بنده این است که باید در بدنه سازمان‌ها، جایگاه هر یک از افراد به‌خصوص مهندسان مشخص باشد، چرا که برخی از افراد در سازمان‌ها در پی حذف مهندسان هستند؛ زیرا وجود مهندس موجب می‌شود تا سیستم در سازمان بیاید و در چنین شرایطی، سازمان‌هایی غیر رسمی که در کارخانه‌ها و شرکت‌ها ایجاد شده، فاش می‌شوند. دلیل اصلی این موضوع هم عدم آموزش صحیح دانش‌آموزان در مدارس در خصوص فرهنگ کار سازمانی است. البته ما هم در مجموعه خود با چنین مواردی مواجه بوده‌ایم و به‌نحوی عمل کردیم که وقتی مهندسان وارد شرکت می‌شوند، بدون اینکه هیچ تجربه‌ای داشته باشند، به آن‌ها جایگاه می‌دهیم و آن‌ها را در ایستگاه‌های مختلف به عنوان مهندس کارشناس آن ایستگاه به پرسنل و اپراتورها یا سر شیفت‌ها معرفی کرده و همان لحظه، رنگ لباس سازمانی آن‌ها را تغییر می‌دهیم. همین متفاوت بودن رنگ لباس مهندسان نسبت به رنگ لباس سایر پرسنل موجب شده تا این فرهنگ در سازمان ما نهادینه شود که هر فردی که وارد سازمان ایاز شود، چنانچه تحصیل کرده و مهندس باشد، متمایز از سایر بدنه نیروی انسانی است. همچنین متفاوت بودن رنگ لباس موجب شده که حتی کارگران دهه شصتی به مهندسان جوان تر از خود احترام بگذارند. فضای غذاخوری



در خصوص میزان اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم شرکت جهان اروم ایاز و تاثیر فعالیت این مجموعه در خروج ارز از کشور توضیح دهید.

حدود یک‌هزار و ۳۰۰ نفر به صورت مستقیم و بیش از ۱۲ هزار نفر به صورت غیرمستقیم با این شرکت همکاری دارند. در رابطه با تاثیر فعالیت ایاز در جلوگیری از خروج ارز هم باید بگویم که پیش از آغاز به کار این شرکت، پارچه‌های مبلی در کشور تولید نمی‌شد و ۱۰۰ درصد پارچه‌های موجود در بازار، وارداتی بود، اما پس از شروع به کار ایاز و تولید پارچه‌های مبلی در این مجموعه، سهم ۶۰ درصدی از بازار پارچه‌های مبلی را به خود اختصاص دادیم و در نتیجه، واردات و خروج ارز از کشور کاهش یافت.

سالانه چه میزان پارچه مبلی در این مجموعه تولید می‌شود این تولیدات تا چه اندازه متنوع و متفاوت هستند؟

سالانه حدود ۳۰ تا ۳۵ میلیون متر تولید داریم که در ۳۰۰ طرح متنوع است. همچنین هر طرح در تنوع ۱۰ الی ۱۵ کد رنگ به بازار عرضه



مهندسان، کارشناسان و مدیران، متفاوت از کارگران است و نوع سرویس و خدماتی که آشپزخانه مرکزی به آن‌ها ارائه می‌دهد هم فرق دارد. تمام این‌ها موجب شده که جایگاه مهندسان در شرکت تقویت شود و تأثیرات بسیار خوبی داشته باشد؛ بنابراین توصیه بنده به سازمان‌ها و شرکت‌ها این است که رویه‌های مشابهی را به کار گیرند. البته به غیر از این موارد، مزایایی را برای نیروی انسانی این مجموعه در نظر گرفته‌ایم که می‌توان به مواردی مانند ارائه کمک هزینه در قالب بسته‌های معیشتی، پرداخت مبالغی علاوه بر حقوق، ارائه وام و سفر زیارتی مشهد یا هزینه شرکت اشاره کرد. در واقع با اقدامات از این دست توانسته‌ایم، هم جذب پرسنل خوب و هم در حفظ نیروی انسانی، عملکرد خوبی داشته باشیم.

آیا تولیدات این مجموعه، امکان رقابت با کشورهای جهان را داریم؟

پارچه‌های مبلی تولید شده در این مجموعه، استانداردهای لازم برای حضور در بازارهای بین‌المللی را داشته و دارد. تاکنون به کشورهای ترکیه، عراق، ازبکستان و ایتالیا صادرات داشته‌ایم و حضور ما در نمایشگاه‌هایی مانند نمایشگاه هومتکس استایل استانبول، هایمتکس فرانکفورت و همچنین ایتمای میلان، نشان می‌دهد که می‌توانیم در عرصه جهانی حرفی برای گفتن داشته باشیم. همچنین ایاز در نمایشگاه‌های مبلمان و نساجی در تهران و شهرهای اصفهان، مشهد و ساری، حضور چشمگیری دارد.

با توجه به حجم واردات بالای پارچه مبلی به ایران، آیا تولید این کالا در کشور مان توجیه اقتصادی دارد؟

از آنجایی که با معضل بیکاری مواجه هستیم و بحث اشتغال‌زایی در کشور مطرح است، یکی از ابعاد توجیه‌پذیر بودن تولید پارچه مبلی همین موضوع است. درازان بودن انرژی در کشور مان نسبت به کشورهای همسایه و حتی کشور چین، موضوع دیگری است که این تولید را توجیه‌پذیر می‌کند. البته تمام این‌ها بستگی به آن دارد که حمایت‌ها و پشتیبانی‌های لازم از طرف دولت صورت بگیرد تا فعالیت در این صنعت از نظر اقتصادی توجیه‌پذیر شود.

واردات بی‌رویه پارچه مبلی به خصوص از چین، چه مشکلاتی را برای تولید کنندگان این کالا به وجود آورده است؟

زمانی که واردات بی‌رویه انجام می‌شود، سود آن به جیب عده خاصی می‌رود و حتی وارد کنندگان هم سود آنچنانی نمی‌برند. ضمن اینکه به دنبال واردات بی‌رویه، خروج ارز از کشور اتفاق می‌افتد و اشتغال‌زایی که به واسطه تولید این پارچه‌ها در کشور قرار است اتفاق بیفتد، صورت نخواهد گرفت و مشکلات زیادی را به وجود خواهد آورد. همچنین واردات بی‌رویه، انگیزه تولید را از تولید کننده می‌گیرد و افراد را به جای تولید، به سمت واردات تشویق می‌کند. علاوه بر این موارد، به‌طور کلی در صنعت نساجی و پوشاک کشور، تولید کنندگان با مشکلات مشترکی مانند تخصیص ارز برای واردات مواد اولیه و ماشین‌آلات مواجه هستند. همچنین می‌توان بحث تأمین نیروی انسانی مجرب و متخصص را یکی دیگر از معضلات امروزه این صنعت برشمرد که البته راهکارهای خاص خود را دارد. مساله دیگر این است که باید

ناوگان تولیدی در حوزه نساجی و پوشاک کشور، نوسازی شود. مطالبه‌ای که ما از دولت داریم این است که حمایت‌های واقعی و عملیاتی انجام شود و حمایت‌ها، فقط روی کاغذ و در بخشنامه‌ها نباشد.

علاوه بر واردات بی‌رویه، ظاهراً پارچه مبلی به شکل قاچاق هم وارد کشور مان می‌شود. آیا سازمان‌ها و نهادهای ذی‌ربط اقدامی برای جلوگیری از این موضوع انجام داده‌اند؟

اقداماتی صورت گرفته، ولی این اقدامات نیاز به یکپارچگی و همدلی نهادهای مسئول در حوزه واردات اعم از گمرکات کشور، وزارت صمت و سازمان ملی استاندارد دارد. البته اخیراً از سوی سازمان ملی استاندارد، برای پارچه‌های مبلی الزام دریافت نشان ملی استاندارد در نظر گرفته شده است. خوشبختانه از آنجا که ما نشان تشویقی استاندارد را داشته‌ایم، از این موضوع خرسندیم، زیرا ایاز که قبلاً این نشان را به صورت تشویقی اخذ کرده است، به صورت اجباری هم می‌تواند از آن حفاظت کند. اتفاقی که باید در این حوزه رخ دهد، این است که سازمان ملی استاندارد طبق قوانین و قواعد جاری پارچه‌های وارداتی را مورد بررسی قرار دهد و اجازه ورود پارچه‌های بی‌کیفیت به کشور را ندهد.

سال گذشته یکی از نمایندگان مجلس عنوان کرد که نیاز کشور به پارچه مبلی بیش از ۱۱۰ میلیون متر مربع در سال است و تولید داخلی پاسخگوی این نیاز است. شما هم طی مصاحبه‌ای اشاره کردید که به اندازه نیاز داخلی، تولید وجود دارد و نیازی به واردات پارچه مبلی نیست. هنوز هم این موضوع را تایید می‌کنید؟

در کشور مان آمار صحیحی از صنعت مبلمان وجود ندارد. در این رابطه باید وزارت صمت، آمار دقیقی ارائه کند، اما به رغم تمام پیگیری‌ها و مکاتبات با این وزارتخانه، آمار فقط روی کاغذ است و هیچ گونه مبنای اطلاعاتی دقیقی هم وجود ندارد. همین نبود آمار شفاف، موجب شده تا هر فردی نقطه نظرات خود را مطرح کند. این در حالی است که شفافیت به خصوص در آمارها، می‌تواند بسیاری از مسایل و مشکلات را حل کند.

و سخن آخر...

موضوع بسیار مهمی که در زمان ورود خود به این صنعت احساس کردم، این بود که می‌خواهند صنعت نساجی را از صنعت پوشاک جدا کنند. بنده از روز اول با این موضوع مخالفت کردم و هم‌اکنون هم مخالفت خود را اعلام می‌کنم، چرا که نساجی و پوشاک به هم متصل هستند. این رسالتی است که باید تشکلهای ایفا کنند و مانع از تصمیمات فکر نشده، شوند. در واقع ما باید اتحادیه تولید و صادرات پوشاک و انجمن صنایع نساجی را در کنار هم ببینیم. به نظر بنده، در سال‌های گذشته صنایع پوشاک و نساجی، ضربه‌های زیادی را از این جداسازی متحمل شدند. البته حداقل بنده موفق شدم تا فضا را در اتحادیه تلطیف کنم و این موضوع را نهادینه کردم که این دو صنعت، جزو زنجیره یکدیگر هستند و نمی‌توانیم آن‌ها را از هم جدا ببینیم، چون ضرر این حلقه مفقوده نهایتاً به خود صنعتگر بازمی‌گردد. ■

به دنبال واردات بی‌رویه، خروج ارز از کشور اتفاق می‌افتد و اشتغال‌زایی که به واسطه تولید این پارچه‌ها در کشور قرار است اتفاق بیفتد، صورت نخواهد گرفت و مشکلات زیادی را به وجود خواهد آورد

موسس و مدیر عامل فروشگاه اینترنتی سله بن مطرح کرد

قاجاق عامل آزار دهنده صنعت پوشاک

مهدیه شهسواری

در سال‌های اخیر، فروشگاه‌های اینترنتی که در حوزه‌های مختلف اقدام به عرضه کالا می‌کنند، رونق زیادی گرفته‌اند و از حدود چهار سال پیش و به دنبال شیوع کرونا، این فروشگاه‌ها از جایگاه مهم‌تر و ویژه‌تری برخوردار شده‌اند. سله بن، یکی از این فروشگاه‌ها است که در زمینه تولید و عرضه پوشاک فعالیت دارد و این فروشگاه را می‌توان تجربه‌ای موفق در زمینه فروشگاه‌های اینترنتی دانست. شاهرخ جعفری، موسس و مدیر عامل فروشگاه اینترنتی سله بن که تلاش مضاعفی برای ارائه محصولات کیفی و متنوع و در مجموع، کسب رضایت‌مندی مشتریان داشته و دارد، خوش‌نامی در میان مردم را یکی از دستاوردهای بزرگ این برند می‌داند. وی در عین حال، قاجاق بی‌رویه و اجرا نشدن قوانین مربوطه را از چالش‌های صنعت پوشاک ارزیابی می‌کند. آنچه در ادامه می‌خوانید، ماحصل گفت‌وگوی ماهنامه دنیای سرمایه‌گذاری با این مدیر توانمند است.

کالاهای ارائه شده در این فروشگاه، از چه طریقی تامین می‌شود؟

هلدینگ را در اختیار داریم که دارای قسمت بافندگی است و کارخانه تولید پارچه هم داریم. البته گاهی اوقات پارچه‌هایی مانند پارچه جین که کارخانه آن را نداریم یا برخی پارچه‌های جدید را از بیرون مجموعه خریداری می‌کنیم، به‌طور کلی محصولات ما صادر صد ایرانی است و سله بن به ساخت ایران، معروف است.

به منظور رضایت مشتریان از اجناس و همچنین معرفی کالاهای موجود در سله بن، چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

شعبه داشتن و به لحاظ فیزیکی در دسترس مستقیم بودن، خیلی کار معرفی را راحت می‌کند و اگر شعب در مراکز خاص، خیابان‌های معروف یا لوکیشن‌های خاص قرار داشته باشند، موجب معروف شدن برند می‌شود، از همین رو خیلی در بخش تبلیغات ورود نکردیم؛ نه اینکه نیازی نباشد، بلکه به این دلیل که بر اساس میزان فروش و مارکتی که داشتیم، میزان تبلیغات و شناخته شدن را کافی ارزیابی کردیم. از آنجا که در آینده توسعه کار و فروش بیشتری نیاز داریم، قاعدتاً نیاز به تبلیغات خواهیم داشت. هم‌اکنون فقط صفحه اینستاگرام را داریم که به صورت واقعی ۲۹۰ هزار نفر عضو دارد و پست‌ها تا ۱۲ هزار عدد هم لایک می‌خورد. این در حالی است که دنبال کنندگان ما از استوری‌هایی که بالای ۴۰ هزار بازدید دارد، وارد لینک سایت می‌شوند و این موضوع خیلی به ما کمک می‌کند.

آیا آماری از میزان فروش محصولات سله بن دارید؟

سال گذشته یک میلیون و ۲۰۰ هزار تکه فروش داشتیم و هدف امسال ما فروش یک میلیون و ۵۰۰ هزار تکه است. میزان تولید هم در سال جاری به مرز ۲ میلیون تکه خواهد رسید و اگر بتوانیم در ۶ ماهه دوم سال به همین گونه ادامه دهیم، فروش از تولید عقب می‌افتد.

در خصوص مدل جدید تیشرت‌های بیسیک هم توضیح دهید.

ما ۲۷ کد بیسیک داریم. بیسیک لباس‌هایی هستند که مردم از آن مدل و الگو در رنگ‌های مختلف زیاد خریداری می‌کنند و در مدت زمان زیادی، مورد استفاده قرار می‌دهند که در مورد شلوار جین، تیشرت و غیره صدق



فروشگاه اینترنتی سله بن با چه هدفی شروع به کار کرد؟

در حال حاضر سله بن دارای ۱۵ شعبه در شهرهای مختلف کشور است که ۵ شعبه در تهران قرار دارد. حدود ۵۳۰ نفر به صورت مستقیم در این فروشگاه مشغول به کار هستند که البته تا حدود سه ماه پیش اشتغال غیر مستقیم این مجموعه ۱۲۰۰ نفر بود. نسل سوم در حوزه نساجی و پوشاک هستیم و یک فروشگاه اینترنتی هم به آدرس celebon.ir داریم که از سه سال پیش راه‌اندازی شده و در فضای مجازی هم صفحه‌ای به نام celebon89 داریم که این دو خیلی با هم لینک هستند. شایان ذکر است، راه‌اندازی سله بن، هیچ ارتباطی با شیوع کرونا نداشت، بلکه صرفاً این نیاز را احساس کردیم که در شهرها و مناطقی که فروشگاه وجود ندارد یا برای افرادی که به مدل خرید اینترنتی علاقه دارند، این امکان را فراهم کنیم. ناگفته نماند، به‌طور کلی محصولات ما، لباس‌های روزمره را در بر می‌گیرد و هدف ما قشر متوسط رو به بالای جامعه است. کالکشن مردانه و زنانه از قبل شروع شده بود و کالکشن بچه‌گانه هم تقریباً آغاز شده و در چند فروشگاه در حال ارائه است.



می‌کند. به عنوان مثال، کالکشن‌های کپسولی داریم که همکاران بر اساس گرافیک‌ها و طرح‌های روی آن محتوا سازی می‌کنند. همچنین الگوهایمانند تیشرت‌های کوتاه و کراب‌مانند یا استین‌های سر افتاده که ممکن است یک یا دو سال، مدو ترند شود و کالکشن کپسولی‌هایی که ممکن است، عمر سه ماهه تا دوسه ساله داشته باشند هم جزو طراحی‌های مایه شمار می‌رود.

آیا به منظور فروش و جذب مشتریان بیشتر، حراج‌هایی را برگزار خواهید کرد؟

در حوزه مارکت و فروش، مدل‌های مختلفی وجود دارد و هر برند و هر بنگاهی بر اساس سیاست خود، یک مدل را اجرا می‌کند. یک مدل که ما به آن عمل می‌کنیم، این است که اصلاً پروموت نداریم؛ یعنی هر چقدر که مشتری خرید کند، چیزی به عنوان تخفیف وجود ندارد. این سیاست رفتار با مشتری هم حداقل ۱۰ سال طول می‌کشد تا تبدیل به عادت شود. جنس‌هایی هم که برای ما باقی می‌ماند، آن‌ها را در قسمت اوت‌لت دائمی می‌بریم که همیشه با درصدی ارزان‌تر این محصولات را عرضه می‌کند.

فروشگاه سله بن از ابتدای فعالیت تا کنون، چه دستاوردهای مهمی در حوزه پوشاک و مد داشته است؟

مدلی که ما در آن فعالیت داریم و کالاهایی که تولید می‌کنیم، در کشور رقیب ندارد، چون لباس‌های راحتی است و قیمت خیلی بالایی ندارد. این در حالی است که با این وضعیت قاچاق، لباس راحتی خیلی صرفه‌نار برای اینکه صرفه‌داشته باشد، باید تیراژ بالا برود که این اقدام هم، عملاً امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین تنها رقیبی که داریم، قاچاق است. دستاورد خوبی که سله بن در این ۱۰ سال به آن رسیده، یک نام خوب بین مردم است، رفتار و چارت سازمانی مناسب یکی دیگر از دستاوردها ما محسوب می‌شود.

فروشگاه‌های اینترنتی فعال در حوزه پوشاک با چه مشکلاتی مواجه هستند؟

در ایران حوزه آنلاین فروش پوشاک مانند اروپا و آمریکا رشد نمی‌کند، زیرا برای ایرانی‌ها لباس خریدن بیشتر یک نوع تفریح است، بر همین اساس اغلب افراد این تفریح را با این موضوع که در خانه بنشینند و از طریق پست، خرید خود را تحویل بگیرند، عوض نمی‌کنند. یکی دیگر از مسائل مربوط به ارسال کالا می‌شود؛ به این معنا که در حوزه استارت‌آپ‌ها پست خیلی قوی نداریم. البته استارت‌آپ‌های خوبی ایجاد شده‌اند، ولی زمانی که گسترش پیدا می‌کنند، مشکلاتشان هم دستخوش تغییراتی می‌شود. از طرفی، در خریده‌های آنلاین بعضاً کالای متفاوتی از لحاظ رنگ یا سایز به مشتریان تحویل داده می‌شود که ما این مشکل را در صفحه و سایت سله بن مرتفع کرده‌ایم؛ به این صورت که عکس‌های خاص، اغراق شده، با بزرگ کردن و نورپردازی‌های آن چنانی از محصولات نمی‌گیریم و به همین دلیل توقع مشتریان بالا نمی‌رود. این اتفاق باعث شده که ما مرجوعی خیلی کمی داشته باشیم.

آیا در حوزه صادرات محصولات هم اقدامی انجام داده‌اید؟

در یک مقطع در روسیه حضور پیدا کردیم، اما بعد از مدتی متوجه شدیم که فضای خرید آن‌ها متفاوت است. در واقع دریافتیم، باید برای نقطه‌ای که می‌خواهیم صادرات کنیم، تولید انجام دهیم و در نهایت هم از این بازار عقب نشینی کردیم. مدتی هم حجم خیلی کمی صادرات به گرجستان داشتیم و هدف گذاری آینده ما این است که به بازارهای عراق، کردستان عراق و افغانستان که سبک و سیاق نزدیک‌تری به ما دارند، ورود کنیم.

به عنوان یک فعال در حوزه صنعت پوشاک، وضعیت صنعت نساجی کشور را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

حال و وضعیت نساجی خوب نیست، چرا که بعد از کرونا بسیاری از قوانین مربوط به حمایت از تولید و مخصوصاً حمایت از صنعت نساجی، رعایت نمی‌شود و هر دو گروه صنعتگران و دولت‌مردان فکر آینده رانمی‌کنند.

چه پیشنهادی برای دستیابی این صنعت، به رشد و شکوفایی دارید؟

پیشنهادم این است که تشکلهای اتحادیه‌ها جلسات خود را به صورت مستمر تشکیل دهند، مشکلات را بررسی کنند و به گوش دولت‌مردان برسانند. اگر دولتی‌ها هم به فکر حفظ این صنعت هستند، قبل از بروز هر نوع خشونت، از آن حمایت کنند. البته در شرایط فعلی، مسائل جدیدتری برای مسئولان مطرح است و مشکلات صنعت نساجی و سایر صنایع را به خاطر تامین رضایت‌مندی عمومی، پررنگ نمی‌کند. به نظر می‌رسد که با وضعیت فعلی، صنعت نساجی در آینده با مسائل و مشکلات جدی و اساسی مواجه می‌شود و اگر زمین بخورد، نمی‌توان به راحتی آن را بلند کرد. راه حل هم این است که به صورت زیرپوستی جلساتی برای حمایت از صنعت نساجی برگزار شود.

و سخن آخر...

مسئله قاچاق باید توسط مسئولان و مردم جدی گرفته شود. به تولیدکنندگان و فروشندگان در این صنف می‌گوییم که ما هم مرتکب تخلف می‌شویم و باید به فکر آینده هم باشیم و اگر واردات پوشاک آزاد شود، شاید اتفاقات دیگری رقم بخورد که نتوان به راحتی جلوی آن‌ها را گرفت. ■

حال و وضعیت نساجی خوب نیست، چرا که بعد از کرونا بسیاری از قوانین مربوط به حمایت از تولید و مخصوصاً حمایت از صنعت نساجی، رعایت نمی‌شود و هر دو گروه صنعتگران و دولت‌مردان فکر آینده رانمی‌کنند



عضو هیات مدیره شرکت آریا تیراژه نور «سویکس» عنوان کرد

نوسان نرخ ارز گرفتاری بزرگ صنعت پوشاک

هیوا زارعی

شرکت آریا تیراژه نور با برند سویکس از سال ۱۳۹۰ فعالیت خود را در حوزه تولید پوشاک آغاز کرده و در زمینه تولید انواع لباس راحتی زنانه، مردانه و بچه گانه و لباس زیر مردانه فعالیت می کند و با تولید اقلامی مانند شلوارهای زنانه، لگ و اقلام تریکو استارت کار خود را زده و هم اکنون برند سویکس پس از ۱۲ سال فعالیت، تنوع بسیار گسترده ای را در تولیدات خود داده است. به گفته حمید نوری، عضو هیات مدیره شرکت آریا تیراژه نور، نبود حمایت از بخش تولید موجب مشکلات و چالش های بسیاری شده و با توجه به عدم حمایت به لحاظ پرداخت تسهیلات و اعتبارات، از ما انتظار پرداخت به موقع مالیات را دارند. مشروح گفت و گوی ما با این فعال صنعت پوشاک را در ادامه می خوانید.

انواع لباس های راحتی زنانه، بچه گانه، مردانه و لباس زیر مردانه را تولید می کنیم و قرار بر این است که به زودی اقلام بوتیکی مانند شلوارهای جین هم به تولیدات این مجموعه اضافه شود. به طور کلی لباس راحتی و لباس زیر از اقلام موجودی است که در این سبد تقریباً تنوع کالایی سویکس تکمیل می باشد.

مواد اولیه مورد نیاز مانند پارچه را چگونه تهیه می کنید؟

از آنجا که بر موضوع کیفیت و امکان رقابت با محصولات خارجی تاکید بسیاری داریم، مواد اولیه مورد نیاز را از طریق واردات تامین می کنیم. تاکنون بخش عمده واردات، نخ پنبه های مرغوب تولید شده در ازبکستان بوده که جزو نخ های وارداتی درجه یک در دنیا محسوب می شود و به دلیل الیاف با کیفیت، تهیه آن ها نسبت به گذشته تا حدودی سخت تر شده است. علاوه بر این، در نخ های ایرانی بسیار محدود کار می کنیم، زیرا حدود دو شرکت خوب، نخ مرغوب تولید می کنند که تامین آن ها هم مقداری سخت تر شده است. در واقع رنگ پذیری و ظرافت نخ های ازبک، موجب افزایش کیفیت پوشاک تولیدی می شود که استفاده از آن، برای ما مطلوب بوده، از همین رو تلاش ما بر این بوده تا جایی که می توانیم، تنبیری در مواد اولیه نداشته باشیم.

چه ویژگی هایی برند سویکس را از سایر تولید کنندگان و رقبا متمایز می کند؟

این مجموعه در ۱۲ سال گذشته بیشتر در بازار تهران فعالیت کرده و هم اکنون تمرکزمان روی برندسازی است و به دنبال این هستیم که به صورت مستقیم با مصرف کنندگان در ارتباط باشیم. مهمترین تمایز ما نسبت به دیگر برندها، در درجه اول کیفیت بالای محصولات تولیدی است و تلاشمان بر این بوده تا پوشاک را تولید کنیم که از نظر کیفیت، ضمانت بی قید و شرط به مشتری و مصرف کننده بدهیم. یکی دیگر از تمایزهای سویکس نسبت به سایر برندها، تنوع محصولات است. در واقع تعداد محدودی از برندها، با تنوعی که ما داریم، کار می کنند.

با توجه به عرضه پوشاک سویکس به دو شکل فروش حضوری و اینترنتی، کدام یک از این نوع عرضه ها مطلوب تر است و با استقبال بیشتری از سوی مشتریان مواجه می شود؟



هدف از تاسیس برند سویکس چه بوده و تا چه اندازه به اهداف مورد نظر خود دست یافته اید؟

هدف ما از آغاز فعالیت در صنعت پوشاک و راه اندازی برند سویکس این بود که با توجه به ضعف های این صنعت در کشورمان، در بحث تولید ملی کار بیشتری انجام دهیم. همیشه این دغدغه را داشتیم که ذهنیت منفی درباره کیفیت پوشاک ایرانی را تغییر دهیم، زیرا به اصطلاح عامیانه در ذهن مصرف کنندگان، تولیدات ایرانی توسری خور بودند که هنوز هم اندکی این ذهنیت ها وجود دارد؛ از همین رو استارت این کار را زدیم و در ۱۲ سال اخیر با تمام مشکلات و مسایل موجود در کشورمان و تحریم ها، توانستیم مسیر را آن گونه که مدنظرمان بود، طی کنیم و امیدواریم که بعد از این هم همچنان با شرایط مطلوبی به کار خود ادامه دهیم.

این برند سالانه چه میزان تولید دارد و محصولات آن شامل چند نوع پوشاک می شود؟

تلاش ما بر این است که سالانه یک میلیون قطعه پوشاک تولید کنیم که با توجه به وضعیت اقتصادی کشور، شاید کمتر و بعضاً بیشتر هم شود. تنوع محصولی خود را هم به گونه ای گسترش داده ایم که در حال حاضر



۶۴

دنیای صنعت
شماره ۸۶
مهرماه ۱۴۰۳

به نظر بنده، حداقل در کشور مانمی توان فروش حضوری و آنلاین را از یکدیگر تفکیک کرد و این دو، لازم و ملزوم یکدیگر هستند. خرید حضوری به خصوص برای بانوان ایرانی، یک تفریح محسوب می شود و جزو تفریحات انگشت شمار در کشورمان است و به اصطلاح، زمانی که حوصله خانم هاسر می رود، برای خرید به بیرون از منزل می روند. در همین حال با توجه به گرفتاری ها و مشغله های روزمره، نیاز به خرید آنلاین روز به روز بیشتر می شود؛ بنابراین مجموعه ای موفق خواهد بود که این دو را در کنار هم پیش ببرد. به نوعی هر دو شکل عرضه، مورد نیاز است و با سرمایه گذاری و برنامه ریزی درست روی آن ها، شرکت ها فروش خوبی را تجربه خواهند کرد.

با توجه به واردات لباس راحتی از کشورهایمانند چین و ترکیه، آیا فعالیت در این عرصه به عنوان تولید کننده، توجیه اقتصادی دارد؟

به نظر من توجیه پذیر است. اگر بخواهیم فقط در رابطه با کشور خودمان صحبت کنیم و ۱۰ گزینه برای سرمایه گذاری پیشنهاد دهیم، تصورم بر این است که فعالیت در صنعت پوشاک می تواند جزو ۱۰ گزینه اول باشد. البته هر سرمایه گذاری موفق، منوط به این است که با دانش و اطلاعات درست انجام شود و با آگاهی و از راه درست جلو برود. قطعا در کشور ما در زمینه پوشاک جای رشد بسیاری وجود دارد؛ مخصوصا از این جهت که در چند سال اخیر، نه صرفا به دلیل تحریم ها، بلکه به خاطر بالا رفتن قیمت ارز، قیمت تمام شده برندهای خارجی وارداتی بسیار بالا رفته و از توان خرید مصرف کنندگان با توان مالی بالا هم خارج است. اگر کسی از لحاظ کیفیت، کار درجه یک ارائه دهد، برندسازی قوی داشته باشد و اعتماد مصرف کنندگان لوکس ایرانی را جلب کند، می تواند سرمایه گذاری خوبی در صنعت پوشاک داشته باشد.

تولید کنندگان پوشاک در کشورمان با چه مشکلاتی روبه روهستند؟

یکی از دغدغه های اصلی برای ما که به دنبال گسترش سبد محصولات خود هستیم، عدم تنوع مواد اولیه در دسترس است. به عنوان مثال، به راحتی پنبه تهیه می شود، اما تامین برخی از پارچه ها و مواد اولیه مانند نخ نایلون یا برخی نخ های مخصوص البسه ورزشی، یک مقدار سخت شده است. مشکل دیگر، عدم حمایت دولت و سیستم بانکی کشور از تولید کنندگان است که به لحاظ اعتباری، حمایتی وجود ندارد. اگر حمایت های لازم از نظر اعتباری صورت بگیرد، میزان تولید افزایش می یابد. از سوی دیگر، دولت هم به شکل سفت و سخت، طلب مالیات می کند که این موضوع هم مشکل ساز شده است؛ در صورتی که در سایر کشورها با سود بانکی پایین، در نظر گرفتن دوره تنفس و اعتبارات بلندمدت، از بخش تولید حمایت می شود. البته مالیات بالایی هم دریافت می کنند، ولی وقتی حمایت لازم وجود داشته باشد، شرکت ها و تولید کنندگان هیچ مشکلی بابت پرداخت مالیات نخواهند داشت.

یکی دیگر از مشکلات، هم بحث نوسان ارز است که توان برنامه ریزی بلندمدت را از تولید کنندگان می گیرد. در حال حاضر تولید کنندگان پوشاک به دنبال برنامه ریزی برای سال ۱۴۰۳ هستند و در همین حال، نرخ دلار



مجددا رو به افزایش است و در چنین شرایطی، امنیت اقتصادی و ثبات اقتصادی حاکم نیست. یک تولید کننده برای رشد و توسعه، باید حداقل برای ۵ سال آینده خود برنامه ریزی کند و پیش بینی داشته باشد، ولی نوسان نرخ ارز، مانع از انجام این کار می شود.

با توجه به اینکه از تولید و فروش پوشاک، به عنوان تجاری پرسود یاد می شود، آیا سرمایه گذاری در تولید لباس های راحتی را توصیه می کنید؟

همان طور که اشاره کردم، قطعا صنعت پوشاک جزو ۱۰ گزینه اول برای سرمایه گذاری در ایران است، چرا که این صنعت جای رشد بسیاری دارد. در شرایط فعلی که پوشاک ترکیه از نفس افتاده و به دلیل مشکلات اقتصادی موجود در این کشور، رو به نابودی گذاشته که البته جای تاسف دارد، فرصت بسیار خوبی برای صنعت پوشاک ما مهیا شده است. بازار ایران در حال حاضر تشنه کار با کیفیت است و خوشبختانه در چند سال اخیر، برندهای خوبی وارد عرصه تولید پوشاک شده اند. البته به نظر می رسد، رشد برندهای داخلی در این چند سال به دلیل عدم ورود برندهای خارجی و حذف آن ها از بازار ایران بوده که باعث شده، ترس بسیاری از تولید کنندگان ایرانی برای تولید محصولات با کیفیت از بین برود. در عین حال، خوشبختانه تاحدودی اعتماد مردم به پوشاک ایرانی جلب شده و این پتانسیل وجود دارد که در صورت حمایت لازم، صنعت پوشاک ایران متحول شود. ■

اگر بخواهیم ۱۰ گزینه برای سرمایه گذاری پیشنهاد دهیم، تصورم بر این است که فعالیت در صنعت پوشاک می تواند جزو ۱۰ گزینه اول باشد. البته هر سرمایه گذاری موفق، منوط به این است که با دانش و اطلاعات درست انجام شود

از سوی مالک و مدیر عامل برند «سالیان» عنوان شد

حذف قیمت گذاری دستوری خواسته اصلی فعالان صنعت پوشاک

مینا افتخاری

در سال های اخیر صنعت پوشاک در کشورمان به رغم تمام مشکلات و چالش های موجود، به دستاوردها و موفقیت های چشمگیری دست یافته است. فعالان این صنعت تلاش کرده اند که با وجود تمام تنگناهایی که پیش رو دارند، به راه خود در تولید پوشاک مرغوب و باکیفیت ادامه دهند. سید محمود محمدی، مالک و مدیر عامل برند «سالیان»، در گفت و گو با ماهنامه «دنیای سرمایه گذاری» قیمت گذاری دستوری و نوسان نرخ ارز را از عمده مشکلات این صنعت می داند. به گفته وی، بی توجهی به اصلاح این مساله، به بزرگ ترین مشکل صنعت پوشاک تبدیل شده و همچنین نوسان و افزایش نرخ ارز در کشورمان و تبعات ناشی از آن، چالش های پیش روی فعالان این عرصه را دو چندان کرده است. ماحصل این مصاحبه را می خوانیم

در حال حاضر با چه تعداد واحد تولیدی در حال همکاری هستید و به این منظور، چه پارامترهایی را در نظر می گیرید؟

در حال حاضر حدود ۴۰ واحد تولیدی با سالیان همکاری می کنند که از بهترین و قدیمی ترین واحدهای تولید کننده پوشاک در ایران هستند. یکی از پارامترهایی که برای همکاری با واحدهای تولیدی در نظر می گیریم، امکانات تولید آن ها است و پیش از اینکه همکاری را شروع کنیم، بررسی های لازم را به این منظور انجام می دهیم. با توجه به اینکه گروه کالاهای گسترده ای داریم و در هر فصل حدود ۵۰۰ مدل پوشاک تولید می کنیم که تولید هر یک از آن ها، تخصص های مختلفی را می طلبد، امکانات تولیدی واحدهایی که قرار است با ما همکاری کنند را می سنجیم تا امکانات خاص مورد نظر ما را داشته باشند و بتوانند کالاهای با کیفیت خاص، تولید کنند تا مورد تایید واحد کنترل کیفیت سالیان باشند. در رابطه با کالاهایی که در حال حاضر در کلکسیون ما وجود ندارد، علاقه مند به همکاری با تولید کنندگانی هستیم که توانایی تولید پوشاک خاصی را داشته باشند.

مواد اولیه مورد نیاز شما، تولید داخل هستند یا از طریق واردات تامین می شوند؟

بخشی از مواد اولیه را خودمان تهیه می کنیم و بخش دیگری نیز توسط واحدهای تولیدی تهیه می شود. بخش عمده ای از مواد اولیه، خارجی و بخشی هم داخلی است. البته اگر مواد اولیه با کیفیت مناسب در داخل تولید شود، ما هم قطعاً استقبال می کنیم و این مواد را مورد استفاده قرار می دهیم. موضوع قابل توجه این که، کیفیت مواد اولیه تولید داخل خیلی بالا نیست. البته برخی از تولید کنندگان زحمت کشیده و به کیفیت های خوبی دست یافته اند، اما با توجه به اینکه صنعت پوشاک، صنعتی است که باید در آن نوآوری زیاد باشد تا در بازار حرفی برای گفتن داشته باشد، نیاز به استفاده از منابع خارجی برای تولید کالای روز وجود دارد. متأسفانه در ایران دیدگاه بر این است که وقتی برندی تولید داخلی است، باید کالایش هم در داخل کشورمان تهیه شود؛ در صورتی که کشورهای خارجی این گونه نیستند و عمده کالای خود را برون سپاری کرده و حتی محصولات خود را در سایر کشورها و جایی که مقرون به صرفه باشد، تولید می کنند.



salian
casual & classic

در خصوص نحوه ورودتان به صنعت پوشاک و آغاز به کار برند «سالیان» توضیحاتی ارائه فرمایید.

بنده پس از پایان تحصیلات دانشگاهی و اتمام خدمت سربازی، وارد صنعت پوشاک شدم. در ابتدا طبق قرارداد سه ساله ای که با شرکت جامه گران داشتیم، به عنوان نمایندگی این شرکت، آغاز به فعالیت کردم که این قرارداد پس از دو سال فسخ شد. در ادامه، با ثبت برند سالیان در سال ۱۳۸۱ شروع به فعالیت در صنعت پوشاک کردم. در این مدت با هدف برنامه ریزی، طراحی، تولید، کنترل کیفیت و توزیع فعالیت کرده ایم که البته کل واحدهای تولیدی که زیر مجموعه ما هستند، به صورت برون سپاری فعالیت می کنند. کالاهای تولیدی با برند سالیان هم شامل پوشاک زنانه، مردانه و بچه گانه از دو سال به بالا است. شایان ذکر است، برند سالیان در حال حاضر ۱۲ شعبه در سراسر ایران در استان های اصفهان، آذربایجان شرقی، خراسان رضوی، مشهد، تبریز، اصفهان، تهران و ۲ فروشگاه در نوار ساحلی شمال کشور در منطقه نمک آبرود و نور و دو فروشگاه در کرج دارد. در واقع شروع فعالیت ما از شهر کرج و فروشگاه طالقانی بود که ملک پدری بنده است.

طراحی لباس‌ها به چه شکل و بر اساس چه پارامترهایی انجام می‌شود؟

برای اینکه طراحی‌های موفق و بازارپسندی داشته باشیم، چند کار را انجام می‌دهیم که مرحله اول آن، بررسی بازار فروش است؛ یعنی اطلاعات لازم را از بخش فروش دریافت می‌کنیم و نیازهای مصرف‌کننده را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم. در عین حال، طی مصاحبه‌هایی با فروشندگان و همچنین بررسی گزارش‌های آماری فروش، بخش عمده‌ای از اطلاعات لازم را به دست می‌آوریم و به این ترتیب لباس‌های موفق و پرفروش را استخراج می‌کنیم. مرحله دیگر هم، بررسی سایت‌های شرکت‌ها و فروشگاه‌های خارجی است که اطلاعات را دریافت و آنالیز می‌کنیم و در جلساتی که با واحد فروش و طراحی به صورت مشترک داریم، درباره کلکسیون‌ها برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری می‌کنیم.

آیا برنامه توسعه‌ای خاصی را برای برند سالیان در نظر گرفته‌اید؟

برنامه توسعه سالیان، ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سراسر ایران است. در همین راستا در نظر داریم که در مراکز استان‌ها با جمعیت بیش از ۳۰۰ هزار نفر، حداقل یک شعبه دایر کنیم، البته در حال حاضر با توجه به محدودیتی که در تامین کالا داریم، توسعه فروشگاه‌ها را متوقف کرده‌ایم، اما به طور کلی عمده فعالیت ما در بحث توسعه زنجیره فروش است.

عدم ثبات نرخ ارز در کشورمان، چه مشکلاتی را رقم زده است؟

یکی از بزرگ‌ترین مشکلات ما عدم ثبات نرخ ارز است، زیرا بحث نوسان نرخ ارز تمام تلاش‌های یک ساله ما را از بین می‌برد و نمی‌توانیم فعالیت کنیم، چرا که قدرت خرید ما را هر روز کاهش می‌دهد. البته این مشکلی است که تمام تولیدکنندگان داخلی و مردم ایران با آن روبه‌رو هستند. متأسفانه قدرت خرید مردم هر روز کاهش می‌یابد. از طرفی، افزایش نرخ ارز باعث می‌شود، تولیدکنندگانی که در زمینه صادرات فعالیت دارند، کالای خود را با نرخ بهتری به فروش برسانند، ولی چنانچه صادرکننده نباشند، رشد و نوسان نرخ ارز موجب افزایش قیمت مواد اولیه مورد نیاز و به تبع آن، افزایش قیمت تمام‌شده کالا می‌شود؛ به خصوص زمانی که یک تولیدکننده از مواد اولیه خارجی استفاده کند، بیشتر درگیر این مسایل می‌شود.

علاوه بر این چالش‌هایی که اشاره کردید، صنعت پوشاک با چه مشکلات دیگری مواجه است؟

بزرگ‌ترین مشکل صنعت پوشاک، قیمت‌گذاری دستوری است که با نظارت‌های غیرکارشناسی، هر روز مشکلی برای فعالان این صنعت به وجود می‌آورد. همچنین وجود بازرسان غیر حرفه‌ای و کارشناسی‌های غیر اصولی که نمی‌توانیم اسم آن را کارشناسی بگذاریم، مشکل جدی برای این صنعت است و نظارت‌های غیراصولی موجب شده که این بخش، لطمه بزرگی ببیند. قیمت‌گذاری در صنعت پوشاک، ابزاری برای کنترل موجودی است و با قیمت‌گذاری درست می‌توانیم کنترل موجودی انبارهای خود را انجام دهیم، ولی زمانی که یک سیاست‌دستوری برای قیمت‌گذاری تعریف می‌شود، در بعضی مقاطع مجموعه‌های تولیدی

را با تخلیه شدن انبارها مواجه می‌کنند، زیرا نمی‌توانند به آن سرعت تامین کنند. البته ظاهراً اقرار است که برای سال ۱۴۰۳ اتفاقاتی رخ دهد و امیدواریم این قانون غلط هرچه سریع‌تر لغو شود و به فعالان این بخش کمک کند تا با فراغ بال به فعالیت ادامه دهند. در کشورمان با دو مشکل دیگر از جمله کالای تقلبی که در ایران تولید و فروخته می‌شود و کالای قاچاق مواجه هستیم. به نظر بنده، اگر کالای تقلبی در ایران مدیریت شود، بساط کالای قاچاق هم جمع خواهد شد، ولی متأسفانه همیشه رویکرد حاکمیت، مبارزه با کالای قاچاق بوده، در حالی که باید به کالای تقلبی هم توجه می‌کردند.

اگر بخواهید مقایسه‌ای در خصوص کالاهای ایرانی با کالاهای خارجی داشته باشید، به چه نکاتی اشاره می‌کنید و آیا کیفیت کالاهای ایرانی با کالاهای خارجی قابل رقابت است؟

به نظر من سوال را باید این گونه مطرح کنید که مقایسه کالای ایرانی با سیاست‌های امروزی و کالای جهانی؟ به عنوان مثال، ایندیتکس یک کمپانی اسپانیایی است که کالاهای خود را نه فقط در اسپانیا، بلکه در تمام دنیا تولید و به فروش می‌رساند؛ بنابراین در این شرایط کالای خارجی معنا ندارد. سیاست‌گذاری در کشور ما به گونه‌ای است که برند داخلی باید صفر تا صد کالا را در داخل تولید کند، این در حالی است که کمپانی‌های اول دنیا هم نتوانستند این کار را انجام دهند. ما که بیشتر اوقات از آن‌ها ایده می‌گیریم و از تجربیات آن‌ها استفاده می‌کنیم، اگر بخواهیم حرفی در بازارهای جهانی داشته باشیم، باید به منابع خارجی دسترسی داشته تا بخشی از مواد اولیه مورد نیاز و برخی از کالاها را در خارج از ایران تولید کنیم.

آیا سرمایه‌گذاری در صنعت پوشاک را توجیه‌پذیر می‌دانید؟

با این شرایط تورمی، توجیه اقتصادی ندارد. در حال حاضر در جذب سرمایه‌گذار مشکل داریم، چرا که خواب این سرمایه‌گذاری بسیار طولانی، قدرت خرید مردم بسیار کم و بازار هم ساماندهی نشده است.

فعالان صنعت پوشاک چه انتظاری از مسئولان دارند؟

اولین انتظار ما، حذف قیمت‌گذاری دستوری است که در واقع مهمترین کاری است که باید انجام شود. دومین خواسته فعالان صنعت پوشاک هم، مبارزه با کالاهای تقلبی است. اگر این دو اتفاق رخ دهد، یک جهش بزرگ را در صنعت پوشاک شاهد خواهیم بود. ■

افزایش نرخ ارز باعث می‌شود، تولیدکنندگانی که در زمینه صادرات فعالیت دارند، کالای خود را با نرخ بهتری به فروش برسانند، ولی چنانچه صادرکننده نباشند، رشد و نوسان نرخ ارز موجب افزایش قیمت مواد اولیه مورد نیاز و به تبع آن، افزایش قیمت تمام‌شده کالا می‌شود



مدیرعامل و خالق برند آر کیوفشن

سرمایه باید به سمت ایده برود

عارف فغانی

خیلی کم پیش می آید که یک فارغ التحصیل رشته مهندسی مکانیک با ذوق و علاقه به کتب تاریخی و رشته باستان شناسی، ساعت های زیادی از عمر خود را صرف این راه کرده باشد و مهمتر از آن، با اتخاذ یک ایده کاملاً جدید، کسب و کاری را راه اندازی کند که عامل اشتغال زایی برای فارغ التحصیلان رشته باستان شناسی و شاید دیگر رشته های علوم انسانی شود. مهندس صدرالدین شریعتمداری، مدیرعامل و خالق برند آر کیوفشن در گفت و گویی با ماهنامه «دنیای سرمایه گذاری» از جزئیات چگونگی راه اندازی این برند و ورود خاص خود به صنعت پوشاک سخن گفته که مشروح آن از نظر مخاطبان ارجمند می گذرد.

باتوجه به علاقه درونی، چرا از همان ابتدا تحصیل در رشته باستان شناسی را انتخاب نکردید؟

قبلاً اگر یک فرد رتبه خوبی در کنکور کسب می کرد و جزو افراد به اصطلاح درس خوان بود، قطعاً مسیر او با انتخاب یک رشته ای که در فضای عمومی بسیار مطرح بود، مشخص می شد. در دوره مانیز رشته مهندسی مکانیک بر سر زبان ها بود تا اینکه بعد از ورود به دانشگاه متوجه شدم که در میان هم کلاسی هایم افرادی مانند من که علاقه مند به هنر، فلسفه و تاریخ هستند هم پیدا می شود، از این رو سال اول تحصیل در رشته مهندسی یک مجله فلسفی به نام پندار راه اندازی کردیم که گویای سمت و سوی علائق ما بود. با توجه به علاقه و کشش درونی به رشته تاریخ نیز دو سال پیش کنکور شرکت کردم و در رشته مرمت آثار باستانی پذیرفته شدم. یکی از بهترین اتفاقات این است که یک فرد به جنبه احساسی و منطقی یک شغل نظر داشته باشد و بنده نیز با توجه به این امر از همان سال های اول دانشگاه به سمت علوم انسانی خصوصاً تاریخ و باستان شناسی رفتم. حتی به خاطر دارم، در آن زمان ها یک مجله علمی به نام باستان شناسی سرزمین های مقدس که در آمریکا به چاپ می رسید، تهیه و مطالعه می کردم.

از چه الگویی در این مسیر استفاده کرده اید؟

در دوران آشنایی با برندهای خارجی و عملکرد آن ها، بسیار کنجکاو بودم که بدانم، در این برندها دقیقاً چه خبر است تا اینکه بعد از آشنایی به این نتیجه رسیدم که هدف اصلی این است که مشتریان به این کارها علاقه مند باشند، در حالی که همیشه موفقیت یک برند وابسته به راه اندازی یک تیم بزرگ طراحی نیست. همان طور که پابلوپیکاسو به تنهایی نقاشی های منحصر به فردی را به تصویر کشید و به فروش رساند. با این حال از انسان های متعدد با استعداد های مختلف، می توان بهره گرفت. به نظر بنده، صنعت مد دارای پذیرش عمومی و به نوعی اقبال جمعی است و حتی می توان مد را با نقاشی سبک اکسپرسیونسم نزدیک دانست؛ یعنی نقاش و فاعل اثر هنری در آن چندان مهم نیست و برداشت هنرمند از سوژه مهم است. برای مثال، یک نقاش تصویری از



در خصوص سوابق کاری و تحصیلاتی خود توضیحاتی ارائه فرمایید.

بعد از فراغت از تحصیل چند سالی در زمینه تجهیزات پالایشگاهی و نفتی فعالیت داشتم و ضمن دادن مشاوره به برندهای ایرانی، به عنوان یک طراح داسستان پردازه، وارد صنعت پوشاک شده و در بخش مدیریت مارکتینگ برندهای اروپایی به فعالیت پرداختم. بعد از آن در سال ۲۰۱۷ مشغول به راه اندازی کسب و کاری در کشور پر تغال شدم و کمپانی فریزهند که بر گرفته از نام روستایی نزدیک ایبانه است را تاسیس کردم. پس از مدتی فعالیت با وجود تمرکز ذهنی بر بخش پوشاک، در صدد تاسیس یک برند در خور جایگاه بین المللی برای ایران زمین افتادم و با مرور زمان که به فرهنگ کشور پر تغال و مردمان بسیار خوب آن علاقه مند شدم، به یمن آشنایی با یکی از دوستان و تکمیل مطالعات باستان شناسی، زمینه تاسیس برند آر کیوفشن یا به فارسی «باستان پوش» که در مورد تاریخ فرهنگ و تمدن ایران و جهان اطلاعات ارزشمندی را به مخاطبان ارائه می داد، فراهم شد. این برند، ترکیبی از دو واژه آر کیولوژی به معنی باستان شناسی و فشن به معنی مُد است.



آسمان می کشد که با تصویر نقاش دیگری متفاوت است. شاید دور از باور باشد که نقاشی در زمان حال تصویری خلق کند که سه هزار سال بعد در همان جامعه در بخشی از لباس مردم مورد استفاده قرار گیرد، در حالی که برند آرکیوفشن چنین کاری انجام داده و در این مسیر اهمیت اثر هنری را از صاحب اثر جدا کرده است. به عبارتی، این برند بر این اثر یک کار مدرنیته پیاده کرده و نمایش می دهد و امروز این تصویر روی پوشاک، فرداروی لپ تاپ و یا وسایل دیگری استفاده می شود. بدین مفهوم که رویکردی از گذشته وارد زندگی امروز شده و با حرکت ما به عنوان یک آرکیوفشن پوش، تاریخ به حرکت در می آید.

آیا مشخصاً از طرح های ایران باستان استفاده می کنید؟

دوره باستان به یک محدوده جغرافیایی خاص منحصر نمی شود و گاهی می توان از آن تمدن کشورهای مختلف را تعبیر کرد، به طوری که برخی بر این باور هستند که خط میخی جایگاهی قدیمی تر از ایران باستان داشته و متعلق به منطقه میان رودان؛ یعنی عراق امروزی بوده است، از این رو فعالیت برند آرکیوفشن محدود به قلمرو جغرافیایی خاص یا صرفاً ایران باستان نبوده است. به عبارتی، مرز مشخصی برای این برند تعریف نشده و هر جایی که با تعبیر نام آن هماهنگ باشد، مخاطب آن است. مصداق این سخن نیز آن است که برند آرکیوفشن در غرفه نمایشگاه استانبول با استفاده از طرح های باستانی این شهر، مخاطبان ترک را به شدت غافلگیر کرد.

به منظور توسعه فروش در فضای مجازی چه اقداماتی انجام داده اید؟

از آنجایی که مراکز فروش نقش مهمی در تضعیف و یا تقویت برندها دارند و به بسیاری از پارامترهای اقتصادی مرتبط است، سعی ما در آرکیوفشن بر این بوده که از حضور تنها در مراکزهای فروش به سمت فضای مجازی و آنلاین پیش رویم. به عنوان مثال، در سه سال گذشته با وجود کرونا، نوسانات قیمت دلار و قوانین محدودکننده، برخی از برندها تحت فشار هزینه ها از بین رفته و قطعاً اگر برند آرکیوفشن فاقد پذیرش عمومی بود، در شمار چنین برندهایی قرار می گرفت. از آنجایی که طیف مشتریان این برند ثابت بوده و کمتر به مغازه رجوع می کردند، از این فرصت استفاده شد و فعالیت آن در فضای مجازی رونق گرفت تا اینکه پس از آن، ایده بوتیک موزه به ذهن رسید و به منظور طراحی و معماری کسب و کار آن اقداماتی صورت گرفت. در حال حاضر نیز اکثر افراد فعال این بوتیک موزه از فارغ التحصیلان رشته تاریخ هستند و گفت و گوی آن ها با مشتریان علاقه مند بسیار جذاب است. در مسیر پیش رو برای رسیدن به مخاطب های بین المللی از پلتفرم های بسیار نوین آنلاین استفاده می کنیم.

آیا از طرح های برند آرکیوفشن در لباس بازیگران استفاده می شود؟

اگر به یک فرد جواهری داده شود، حاضر به خرد کردن آن نیست. تاریخ ایران نیز مانند یک جواهر است که بازیگران و هنرمندان باید خود به دنبال تهیه آن باشند. امروز یکی از افتخارات ما این است که بهترین بلاگرها، بازیگران و اینفلوئنسرهای گردشگری از این طرح ها استفاده می کنند و همین جایگزین بسیار مناسبی برای تبلیغ است. اگر محصولی به اصالت

مورد نظر خود دست پیدا کند، بی نیاز از تبلیغ خواهد بود.

چه زمانی احساس کردید که اهداف و آرزوی شما در تاسیس این برند تحقق یافته است؟

زمانی که تیشرت خط میخی را بر تن مدیر موزه ارمیتاژ، دومین موزه بزرگ جهان دیدم، متوجه شدم که به یک واقعیت و حقیقت در موفقیت نزدیک شده ایم. چند درصد احتمال دارد تا چنین آدمی از پوشاک یک برند ایرانی استفاده کند؟ طبیعتاً زمانی که به قلب و ایده اش بسیار نزدیک شده باشد. برند آرکیوفشن جزو معدود برندهای صنعت پوشاک ایران است که رفرنس مقاله ای دارد و بارها در پایان نامه های داخلی و خارجی و تحقیقات علمی حتی در زمینه نوروساینس از آن نام برده شده است. یعنی برای یک تیشرت باید چندین رفرنس مرتبط با آن ذکر شود و حتی خود تیشرت در زمره یک رفرنس قرار گرفته است. از سوی دیگر، در این کسب و کار باید بازیان افراد آنجا صحبت کرد؛ یعنی در فرآیند سرمایه گذاری تمرکز روی افراد است، اما این موضوع در کشورمان مغفول مانده و سیل مهاجرت بسیاری از جوانان را در پی داشته است. برای موفقیت از کنار ایده ها نباید ساده عبور کرد، چرا که یک ایده ساده شاید روزی به یک بیزینس قدرتمند منتهی شود. ندانستن، دلیل بر عدم سرمایه گذاری نیست. متأسفانه امروز بیزینس های دلال گونه مانند سرمایه گذاری در خودرو و دلار جای کسب و کارهای مبتنی بر خلاقیت، تولید و ایده پردازی را گرفته است.

چه عاملی در راه اندازی یک برند اهمیت ویژه ای دارد؟

اگر برندها را به چند دسته تقسیم کنیم و یک دسته از آن محتوای ذهنی و فکری خاصی داشته باشد، مشخصاً محتوای ذهنی و فکری در جه اول باید به اصحاب آن یعنی علاقه مندان ارائه شود؛ بدین معنی که حلقه اولیه در رشد یک برند، مشتریان آن هستند که بخشی هر چند کوتاه از زندگی خود را صرف ارتباط با شما به عنوان یک برند کرده اند. برند آرکیوفشن نیز با موضوع عامی سروکار دارد که مورد توجه بسیاری از مردم بوده است. برای مثال، خط میخی یک موضوع تخصصی دارد که بسیار مورد توجه باستان شناسان قرار دارد و موضوع اصلی آن نیز این است که در دوره باستان، مردم از این خط استفاده می کردند؛ پس همه مردم می توانند به آن از زاویه دید خود نگاه کنند، از این رو برند آرکیوفشن ۵ سال اول زندگی خود را بر این حلقه تمرکز کرده و امروز هیچ دانشکده باستان شناسی در کشور و شاید در برخی از کشورهای دیگر مانند روسیه، آلمان، پرتغال و آمریکا نیست که با آن آشنایی نداشته باشد.

آیا تاکنون از طرح های باستان شناسی در لباس های این دوره استفاده شده است؟

شاید چنین کاری به عنوان آثار نمایشگاهی و قالب گرده برداری انجام شده باشد، اما اگر واقع بینانه به آن نگاه کنیم، این کار درست مانند این است که از خط میخی در زمان حاضر استفاده شود. به نظر بنده، افرادی که این سبک کار می کنند، شاید از چنین شیوه بهره گیرند، اما شرایط امروز با گذشته بسیار فرق کرده و نمی توان توقع داشت که مردم از طرح ها و لباس های قدیمی استفاده کنند. تنها از این لباس ها می توان به عنوان یک مدیا استفاده کرد.

در سه سال گذشته با وجود کرونا، نوسانات قیمت دلار و قوانین محدودکننده، برخی از برندها تحت فشار هزینه ها از بین رفته و قطعاً اگر برند آرکیوفشن فاقد پذیرش عمومی بود، در شمار چنین برندهایی قرار می گرفت

آیا برنامه‌ای برای صادرات محصولات دارید؟

کشورمان در دنیای محدود صنعت پوشاک به سر می‌برد که از تکنولوژی روز عقب است. با توجه به این موضوع برندآر کیوفشن تصمیمی برای تولید پوشاک در داخل و صادرات آن ندارد، بلکه این کار در همان کشورهای اروپایی انجام می‌شود. البته باید گفت، فعالیت این برند در محیط‌های آنلاین شروع شده و تمرکز آن نیز بر مارکتینگ و طراحی است. با این حال کل مواد اولیه از داخل تامین شده و حتی کوچک‌ترین وسیله نیز از خارج وارد نمی‌شود. از سوی دیگر، ضمن جذب کارگران ایرانی مطابق با اصول اخلاقی خود، هرگز با شسرکتی که از نیروی کودکان کار استفاده کرده یا متعهد به قوانین نیست، همکاری نمی‌کنیم.

سرمایه‌گذاری در صنعت پوشاک چه اهمیتی دارد؟

این حوزه یکی از صنایع بسیار مهم و حساس است، به طوری که از ۵۰ نفر اول سرمایه‌گذاری اقتصاد اروپا که همیشه در مجله فوربس معرفی می‌شوند، تعداد زیادی از آن‌ها در این بخش فعالیت دارند. ایرانی‌ها هم از دیرباز در زمینه پوشاک فعالیت داشته و اهل مد و استفاده از طرح‌های مختلف بوده‌اند. زمانی که ظرفیت و آینده خوبی در این زمینه وجود دارد، باید بستر آن را فراهم کرد؛ درست مانند غذایی که به هیزم نیاز دارد. همان‌طور که نباید توقع داشته باشیم، بعد از پخت غذا همچنان هیزمی وجود داشته باشد، در سرمایه‌گذاری نیز نباید صرفاً بر حفظ سود متمرکز بود. در این راستا، عنوان "سرمایه‌گذاران فرشته‌ای" به این دلیل اطلاق شده که می‌دانند، سرمایه آن‌ها دیگر قابل برگشت نیست، اما موفقیت‌شان دنیایی را تغییر می‌دهد. اگر سرمایه‌ها به سمت ایده‌ها نرود، قرار است چه اتفاقی بیفتد؟ ما باید شرمنده باشیم که استارت‌آپ‌های مادر تپسی و اسنپ خلاصه شده‌اند.

آیا شرایط سرمایه‌گذاری در این حوزه را فراهم می‌دانید؟

بنده با سرمایه شخصی به این فعالیت ورود کردم، اما مساله اصلی این است که در کشورمان سرمایه‌ها به سمت ایده‌ها نمی‌رود. به بیانی دیگر،



با توجه به نبود بستر و شرایط سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذاران رغبتی برای سرمایه‌گذاری در یک ایده خاص نداشته و جایگاه‌های مناسب تجاری و فکری نیز به درستی تعریف نشده است. با این حال، اگر صنعت پوشاک به مواد اولیه کافی دسترسی داشته باشد، قطعاً کالاهای خوبی عرضه خواهد کرد، اما متأسفانه از مواد اولیه و تجهیزات با کیفیت خبری نیست و این بخش شرایط مناسبی برای تولید ندارد. ایران دارای فرصت‌های اقتصادی بی‌شماری است که یک مورد قدیمی آن، تولید فرش است که مورد غفلت واقع شده، در حالی که زمانی موجب شگفتی مخاطبان بوده است. با این حال بسیار پسنیدیده است که کادوی کشورمان به رونالدو فرشی بود که تمدن ایرانی را به رخ دنیای می‌کشد.

آیا می‌توان در صنعت پوشاک، به اندازه فرش افتخار آفرین بود؟

نمی‌توان ادعا کرد که انحصاری در صنعت پوشاک، در دنیا به کشور ما تعلق دارد، اما قطعاً می‌توان در این خصوص فعالیت‌های ثمر بخشی انجام داد. رویکرد رشد نباید منحصر به برند آر کیوفشن باشد، بلکه همه برندها باید چنین کاری را در کسب و کار خود به ثمر برسانند. به نظر بنده، در این خصوص باید فهم مردم تغییر کند تا شاهد شیوع و ترویج این کار باشیم. اگر نگرش مردم در این خصوص تغییر کند، قطعاً بسیاری از کسب و کارها مانند ایرلاین‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید و... از این ایده در فعالیت خود سود خواهند برد. فکر با مطالعه درست می‌شود، اما فهم ارتباط مستقیمی با تفکر دارد و ما باید تفکر درستی داشته باشیم. کشور عربستان با آن عظمت، دیگر در صدد درآمدزایی از فروش نفت نیست و به سمت تغییر فرهنگ و تمرکز بر بخش شهرسازی و موزه‌ها رفته، در حالی که هنوز در کشورمان محوطه‌های تاریخی بسیار فضایی نامناسبی دارد.

به منظور تحول بخشی در عرصه مد و پوشاک چه اقداماتی انجام شده است؟

چند وقت پیش، نامه‌ای به انجمن ویندهای پوشاک ایران ارسال کردم و در آن نوشتم که به دلیل تفاوت دیدگاه ما با آن‌ها از هیات مدیره آن استعفا می‌دهم. همان‌طور که در ابتدا نیز اظهار کردم، این صنعت تصویر دارد، اما صدایی برای شنیده شدن ندارد. شاید بنده در این انجمن به خوبی ندرخشیدم یا فرصتی برای تحقق برنامه‌هایم نبود، اما مساله اصلی این است که صنعت پوشاک با همه آن چالش‌ها باید تغییر کند، ولی این انجمن با وجود راه‌اندازی یک سایت فروش به نام تیپست موفق به انجام آن نشده است. با این حال هنوز هم در این انجمن فعالیت داشته و ضمن در اختیار قرار دادن تمام دوره‌های آموزشی، تا جای ممکن به آن‌ها کمک می‌کنم.

به عنوان فردی که سال‌ها در صنعت پوشاک فعالیت دارید، انتظار شما از مسئولان مربوطه چیست؟

شاید این سوال درستی نباشد، چرا که آن‌ها اول باید تحقیق می‌کردند و بعد مسئولیت چیزی را می‌پذیرفتند. به نظر می‌رسد، درخواست مسئولان نیز کاملاً اشتباه باشد. فرض کنید، زمانی یک فرد به دکتر مراجعه می‌کند، معمولاً دکتر مورد نظر کمتر صحبت می‌کند و فرد را به آزمایشگاه رجوع می‌دهد؛ اگر او قادر به تشخیص در نباشد، نباید به او عنوان دکتر داد. عنوان مسئول نیز همین مصداق را دارد. در این میان تنها خواسته‌ای که از آن‌ها می‌توان داشت، این است که اگر مفید نیستند، از سمت خود کناره‌گیری کنند. ■

دنیای صنعت



در این بخش می خوانیم:

- افزایش ۲۰۷ درصدی سرمایه کنور
- شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر در مسیر تحولات جهانی

شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر در مسیر تحولات جهانی

مهدی مکی آبادی

معاون توسعه و مهندسی شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

دانش بنیان را در سطح سازمانی دنبال کنند و بهره‌وری را بر پایه دانش و با تکیه بر توان داخلی ارتقا بخشند. با توجه به اهمیت و جایگاه بهره‌وری در زنجیره فولاد، شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر نیز در مسیر تحولات جهانی بر اساس مدل‌های اقتصادی نوین گام برمی‌دارد. این شرکت، مدل اقتصادی چرخشی را که بر پایه حفاظت بیشتر منابع تجدیدناپذیر شکل گرفته، اتخاذ کرده و تاکنون سند این مدل را نیز تدوین کرده است. پیاده‌سازی کامل و بدون نقص مدل اقتصاد چرخشی در هر مجموعه صنعتی، بسیار به میزان دسترسی یک مجموعه به دانش و تکنولوژی روز دنیا بستگی دارد و می‌توان گفت که تولید دانش بنیان یکی از ارکان این مدل نیز محسوب می‌شود. در واقع اقتصادهای دانش بنیان و چرخشی که مانند دورشته در هم تنیده‌اند، بنیان و اساسی مشترک دارند و می‌توانند به اهدافی مشترک نیز دست یابند. شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر با واقف بودن به اهمیت این مساله، رویکرد تولید دانش بنیان را یکی از اصول مهم قرارگیری و حرکت در مسیر تحولات جهانی زنجیره فولاد قرار داده است. رویکردی که پیش‌زمینه‌ای را برای شکل‌گیری اقتصاد دانش بنیان و پیاده‌سازی مدل‌های اقتصادی نوین فراهم می‌کند و توسعه‌ای همه‌جانبه را برای این شرکت رقم می‌زند.

استقرار یک نظام استراتژیک

تولید دانش بنیان و همکاری با مراکز علمی و پژوهشی از ملزومات اساسی توسعه سازمانی محسوب می‌شود. زیرا این مهم منجر به تولید محصولات با کیفیت می‌شود و انعطاف‌پذیری و توانایی رقابت‌بنگاه‌های اقتصادی را در پاسخگویی به نیاز مشتریان افزایش می‌دهد. علاوه بر این، در پیش گرفتن رویکرد تولید دانش بنیان حتی می‌تواند اقتصادی بر پایه دانش را شکل دهد و زنجیره‌ای کامل از علوم نظری تا تولید و خلق ثروت را بر پایه علوم فنی ایجاد کند. پذیرش، بومی‌سازی و ساخت داخلی فناوری‌های پیچیده در نخستین مراحل تولید دانش بنیان قرار گرفته‌اند و ایجاد فرهنگ آن در سازمان نیز، مستلزم سرمایه‌گذاری در پروژه‌های تحقیق و توسعه است. شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر به منظور پذیرش فناوری‌های نو و رویکرد تولید بر پایه علم و دانش، تحقیق و توسعه را به عنوان اصلی مهم و ضروری دنبال می‌کند. سیاست‌گذاری‌های نظام تحقیق و توسعه این شرکت به گونه‌ای انجام شده تا با انجام فعالیت‌های توسعه محور، جایگاه شرکت را در زنجیره فولاد کشور ارتقا دهد. در واقع این نظام کاربردی با



شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تامین‌کنندگان مواد اولیه واحدهای فولادسازی کشور، در چند سال اخیر رویکردهای خود را به سمت همگام شدن با تحولات جهانی در صنعت فولاد و پیاده‌سازی مدل اقتصاد چرخشی هدایت کرده و برنامه‌ریزی‌های متنوعی را برای حرکت در این مسیر در دستور کار دارد. این شرکت در گام نخست نسبت به استقرار نظام‌های مدیریت کیفیت محصول، تحقیق و توسعه و... اقدام کرده است و در فرایندها و برنامه‌های هر یک از سیستم‌های مدیریتی از دانش، توان و تخصص داخلی بهره‌مند می‌شود. کلیه اقدامات و سرمایه‌گذاری‌های شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر منجر به تحقق رویکردهای دانش بنیان، تقویت دانش و توان داخلی و در نهایت، دستیابی به مدل اقتصادی چرخشی و در عین حال دانش بنیان می‌شود.

مدل‌های اقتصادی، ابزارها و شیوه‌هایی برای همسویی با تحولات و دستیابی به الگوهای تولید و مصرف جهانی محسوب می‌شوند که در سال‌های اخیر بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. اقتصاد دانش بنیان به عنوان یک مدل اقتصادی نوین، تقویت دانش و علوم روز را پایه و اساس رشد و توسعه قرار می‌دهد تا پیشرفت‌های چشمگیری را در حوزه‌های مختلف و در سطح کلان ایجاد کند. ایجاد و تثبیت این مدل اقتصادی در ابعاد کلان (اقتصادی، صنعتی و...) مستلزم آن است که بنگاه‌های اقتصادی به عنوان مهره‌های اصلی پیکره اقتصاد، رویکردهای تولید



هدف مدیریت بهای تمام شده، افزایش تولید محصول، مدیریت کارآمد دارایی‌های فیزیکی، توسعه سبد محصول، هوشمندسازی، استفاده بهینه از ضایعات در راستای اقتصاد چرخشی و به طور کلی آینده پژوهشی، تحلیل تکنولوژی‌های روز دنیا در صنعت فولاد و حرکت همگام با انقلاب صنعتی چهارم شکل گرفته است. در این راستا اولویت‌های پژوهشی تحقیق و توسعه شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر بررسی و ارزیابی قرار می‌گیرند و سپس همکاری‌های لازم با شرکت‌ها و مراکز دانش‌بنیان صورت می‌پذیرد. این شرکت تاکنون در حوزه‌های مختلف مانند تامین مواد اولیه در زمان مناسب و با کیفیت بالا، به حداقل رساندن زمان انبارش کالا، مدیریت تامین، تولید پایدار محصول و تامین برخی از قطعات استراتژیک، همکاری خود را با شرکت‌های دانش‌بنیان تقویت کرده است.

دستاوردهای چندجانبه

ایجاد، تثبیت و ترویج فرهنگ مشتری‌مداری به عنوان یکی از حوزه‌های حائز اهمیت در کسب و کار، مستلزم چابک‌سازی و افزایش توانایی سازمان در پاسخ به نیاز مشتریان است. موضوعی که شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر با در نظر داشتن آن، افزایش کیفیت محصولات را با به‌روزرسانی تجهیزات و ماشین‌آلات، تامین قطعات استراتژیک و انجام عملیات نگهداری و تعمیرات (نت) در زمان مناسب دنبال می‌کند. از طرفی، پارامترهای کیفی و کمی محصول توسط کارشناسان و متخصصان کنترل کیفی این شرکت به طور مستمر ارزیابی و بررسی می‌شود. از مهمترین پارامترها برای انجام کنترل کیفیت محصول می‌توان به درصد متالیزاسیون، میزان آهن فلزی، درصد سولفور و فسفر، درصد کربن و درصد نرمه اشاره کرد که همه این شاخص‌ها بر اساس معیارها و استانداردهای ملی و جهانی سنجیده می‌شوند. مدیریت کنترل کیفیت محصول یکی از مهمترین موضوعاتی است که در شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر با تکیه بر دانش و تخصص متخصصان و دانشمندان ایرانی و ارائه راهکارهای علمی و کاربردی انجام می‌شود. این مساله منجر به کاهش ضایعات و بازدهی بالای تولید می‌شود. با این حال، در فرآیند تولید، محصولات جانبی و تولید ضایعات امری اجتناب‌ناپذیر است.

شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر به منظور به حداقل رساندن ضایعات و استفاده از محصولات جانبی در کارخانه‌ها، نقشه راه و برنامه‌هایی را تدوین کرده که می‌توان آن را گام بلندی در راستای پیاده‌سازی مدل اقتصاد چرخشی در راستای استفاده حداکثری از منابع و مواد و الگویی متحولانه در تولید برشمرد. باز یافت ریزدانه گندله و لجن آهن اسفنجی از جدیدترین و مهمترین پروژه‌های در دستور کار شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر هستند که مطالعات میدانی و تولید نمونه اولیه از محصولات جانبی در مقیاس آزمایشگاهی آغاز شده است. در صورتی که این پروژه‌ها در فاز پایلوت به نتایج مطلوبی دست یابند، احداث خط صنعتی برای استفاده

بهینه از محصولات جانبی خطوط تولید در دستور کار قرار می‌گیرد و این امر می‌تواند از دست رفتن مواد اولیه را به حداقل برساند و به خلق ارزش افزوده کمک شایانی کند. استفاده بهینه از ضایعات و محصولات جانبی در مقیاس صنعتی به جز هدررفت مواد اولیه و ارزش آفرینی، از جنبه‌های دیگری از جمله اشتغال‌زایی و به حداقل رساندن آلودگی‌های زیست‌محیطی نیز اهمیت دارد و موجب تسهیل در تحقق اهداف و برنامه‌های مدل اقتصاد چرخشی در این شرکت می‌شود.

به طور کلی مدل اقتصاد چرخشی و اقدامات شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر در این حوزه دستاوردهای همه‌جانبه‌ای را برای این شرکت به ارمغان می‌آورد، به طوری که می‌تواند آن را به یک مجموعه صنعتی پایدار در زنجیره فولاد تبدیل کند. اتخاذ رویکردهای دانش‌بنیان موجب شده است تا شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر در چشم‌اندازهای بلندمدت خود افزایش ظرفیت تولید آهن اسفنجی و توسعه و تکمیل سبد محصولات را با تکیه بر توان و تخصص داخلی برنامه‌ریزی کند. تنوع بخشی به محصولات و افزایش ظرفیت تولید با رویکرد تولید دانش‌بنیان برنامه‌ریزی هدفمند و استراتژیکی برای توسعه به شمار می‌آید که توان رقابتی شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر را همگام با تحولات دانش و علوم روز دنیا افزایش می‌دهد.

آغاز توسعه از بطن گل‌گهر

منطقه گل‌گهر به عنوان منطقه‌ای که واحدهای صنعتی و معدنی متعددی را در خود جای داده است، از پتانسیل بالایی برای سرمایه‌گذاری و شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان برخوردار است. بر همین اساس، شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر به عنوان مجموعه‌ای با ظرفیت بالای تولید محصول، نه تنها می‌تواند همکاری خود را با شرکت‌های دانش‌بنیان گسترش دهد، بلکه با رویکردها و برنامه‌های در دستور کار و همچنین سرمایه‌گذاری‌هایی که در حوزه تحقیق و توسعه انجام می‌دهد، می‌توان انتظار داشت که این شرکت در آینده به یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان در سطح کشور تبدیل شود. در این راستا شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر برنامه‌ها و استراتژی‌های خود را به گونه‌ای دنبال می‌کند که ابتدا از دانش بومی استان کرمان بهره‌مند شود و از توان و تخصص مهندسان این ناحیه برای تحقق اهداف و چشم‌اندازهای خود استفاده کند. در واقع شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر استحکام پایه‌های دانش‌بنیان را از استان کرمان آغاز کرده است و سپس آن را به تمام ظرفیت و توان داخلی در کشور گسترش می‌دهد. به این ترتیب سرمایه‌گذاری‌های انجام شده توسط این شرکت در وهله نخست در جهت تقویت توانایی دانش و بهبود اقتصاد محلی به کار گرفته می‌شود و در بلندمدت چشم‌اندازهای اقتصاد دانش‌بنیان را در سطوح ملی محقق خواهد کرد. ■

کلیه اقدامات و سرمایه‌گذاری‌های شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر منجر به تحقق رویکردهای دانش‌بنیان، تقویت دانش و توان داخلی و در نهایت، دستیابی به مدل اقتصادی چرخشی و در عین حال دانش‌بنیان می‌شود



در مجمع عمومی فوق العاده شرکت صبانور تصویب شد

افزایش ۲۰۷ درصدی سرمایه کنور

المیرا اکرمی

گفتنی است که ششم شهریور ماه امسال، شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور از پیشنهاد هیات مدیره به مجمع عمومی فوق العاده در خصوص افزایش سرمایه خبر داده بود که حالا پس از گذشت حدود ۵ ماه، این موضوع محقق شده است.

صبانور؛ بزرگ ترین تولید کننده سنگ آهن غرب کشور

شرکت معدنی و صنعتی صبانور، بزرگ ترین تولید کننده فرآورده های سنگ آهن در غرب کشور است که از مرحله اکتشاف، استخراج، فرآوری سنگ آهن تا تولید محصولات کنسانتره و گندله دانه بندی فعالیت دارد. این شرکت دارای یک کارخانه کنسانتره سازی با ظرفیت یک میلیون تن در معدن شهرک کردستان و کارخانه ای دیگر در کنار معدن همدان با ظرفیت ۵۵۰ هزار تن است که هر دو مشغول به تولید هستند.

سنگ آهن دانه بندی این شرکت، در معدن باباعلی، گلالی و مجموعه معدن شهرک و کور کوارد استان های همدان و کردستان تولید می شود. محصول سنگ آهن دانه بندی معدن با مشخصات کیفی مطلوب به عنوان خوراک مصرفی کارخانه های کنسانتره سازی صبانور مورد استفاده قرار می گیرد.

مجموعه معدنی و صنعتی صبانور دو کارخانه کنسانتره سازی و گندله سازی هم در استان همدان دارد. زنجیره تولید در این استان از مرحله تولید سنگ آهن دانه بندی تا تولید کنسانتره آهن و نهایتاً گندله آهن به صورت پیوسته فعال است. محصول گندله با ویژگی های کیفی مطلوب به عنوان خوراک مصرفی، در اختیار کارخانه های فولاد کشور قرار می گیرد. علاوه بر این، زنجیره تولید این مجموعه معدنی در استان کردستان از مرحله تولید سنگ آهن دانه بندی فعال است و تا مصرف آن به عنوان خوراک کارخانه کنسانتره سازی را شامل می شود. همچنین برنامه راه اندازی کارخانه گندله سازی بیجار و سایر پروژه های این مجموعه در مراحل تکمیلی زنجیره قرار دارند. در این میان، افزایش ظرفیت تولید کارخانه های صبانور از دیگر برنامه های توسعه ای این مجموعه به شمار می آید.

سهام این شرکت از تاریخ ۲۸ فروردین ماه ۱۳۹۱ در بازار فرابورس عرضه عمومی شده است. سرمایه اولیه صبانور بالغ بر ۵۰۰ میلیون ریال بود و در ادامه روند تغییرات، از "تامین مواد اولیه فولاد صبانور" به "توسعه معدنی و صنعتی صبانور" تغییر یافت. در حال حاضر شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور جزو واحدهای تجاری فرعی شرکت سرمایه گذاری توسعه معدن و فلزات (سهامی عام) است. ■

به دنبال برگزاری مجمع عمومی فوق العاده شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور، افزایش ۲۰۷ درصدی سرمایه این شرکت به تصویب رسید. اکنون با این مصوبه، سرمایه این شرکت از یک هزار و ۲۷۷ میلیارد تومان به ۳ هزار و ۹۳۰ میلیارد تومان افزایش یافته است. در این مجمع که با مشارکت حداکثری سهامداران برگزار شد، افزایش ۲۰۷ درصدی سرمایه این شرکت، از محل های سود انباشته، مطالبات حال شده و آورده سهامداران مورد تصویب قرار گرفت. این افزایش سرمایه در راستای اجرای طرح توسعه پروژه گلالی، مشارکت در افزایش سرمایه شرکت های سرمایه پذیر، جبران مخارج مشارکت در افزایش سرمایه شرکت ها و جبران مخارج شرکت های سرمایه پذیر انجام شد.

پایان احداث پروژه گلالی در ۱۴۰۴

در ابتدای این مجمع، علیرضا موسوی، مدیر عامل شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (کنور) با اشاره به اینکه پروژه گلالی با ظرفیت ۲ میلیون تن کنسانتره سازی در حال ساخت است، دوره تکمیل این پروژه را ۳۳ ماهه عنوان کرد و افزود: پایان ساخت پروژه گلالی در اواخر سال ۱۴۰۴ و دوره بهره برداری آن ۲۰ ساله خواهد بود. در این میان، مکانیاتی جهت افزایش ظرفیت به ۲/۵ میلیون تن انجام شده و یک تقاضای ۲/۵ میلیون تنی هم در معدن شهرک ارائه شده که در صورت موافقت با آن، ظرفیت به ۵ میلیون تن خواهد رسید.

به گفته مدیر عامل صبانور، هزینه طرح گلالی ۷۹۰ میلیارد تومان برآورد شده و در حالی که برنامه استخراج ۶۰ هزار متری در سال جاری برای این طرح پیش بینی شده بود، اما این شرکت عملکرد بهتری را به ثبت رسانده و به استخراج ۷۵ هزار متری رسیده است.

موسوی با تاکید بر سودآور بودن کارخانه کنسانتره، از دستیابی به ذخایر خوب در این طرح خبر داد.

تغییر در ساختار صبانور

مدیر عامل صبانور با اعلام تغییر در ساختار شرکت و تعیین معاونت برای پروژه های توسعه ای، پروژه صبا امید غرب را به عنوان پروژه قدیمی این شرکت دانست و تصریح کرد: از آنجا که در خرید های خارجی، انتقال اعتبارات بسیار سخت و زمان بر است، در سال ۱۳۹۸ عملیات احیاء انجام و کابل کشی را جلوتر اجرا کرده ایم تا بعد از رسیدن دستگاه ها، آن ها را سریع نصب کنیم.

وی اظهار کرد: نامه درخواست ارزش گذاری سهام امید غرب، تهیه و تدوین شده و در بررسی های مربوط به نقل و انتقال سهام، به حفظ منافع سهامداران حقیقی که شرکت های شان سهامدار این پروژه هستند، توجه بسیاری شده است.



شرکت معدنی و صنعتی صبانور بزرگ ترین تولید کننده فرآورده های سنگ آهن در غرب کشور است که از مرحله اکتشاف، استخراج، فرآوری سنگ آهن تا تولید محصولات کنسانتره و گندله دانه بندی فعالیت دارد

گفت و گوی اختصاصی با محمود پیشعلی

در این بخش می خوانیم:

- سنایک؛ ارائه دهنده بسته بندی های ماندگار
- کمبود نیروی کار ماهر؛ دغدغه صنعت چاپ است
- دور شدن صنعت چاپ از امکان سرمایه گذاری های جدید

رئیس هیات مدیره چاپ فرارنگ آریا

کمبود نیروی کار ماهر دغدغه صنعت چاپ است

محمد جعفری

چاپخانه فرارنگ آریا از سال ۱۳۸۲ و با یک ماشین چاپ، فعالیت خود را آغاز کرد و به تدریج و با توسعه سرمایه گذاری، کار خود را گسترش داد. محمود پیشعلی که هم‌اکنون ریاست هیات مدیره چاپ فرارنگ آریا را بر عهده دارد، در ابتدا به همراه ۴ سرمایه‌گذار و شریک دیگر، شروع کار این چاپخانه را رقم زد و از آن ۵ نفر، در حال حاضر ۳ نفر در هیات مدیره آن باقی مانده‌اند. این فعال صنعت چاپ، آموزش نیروی کار را از دغدغه‌های اصلی این صنعت می‌داند و سخت بودن سرمایه‌گذاری و عدم نوسازی ماشین آلات چاپ را از دلایل اصلی عقب‌ماندگی صنعت چاپ ایران ارزیابی می‌کند. گفت‌وگوی ما با این فعال صنعت چاپ را در ادامه می‌خوانید.

باشد، ولی خارجی‌ها هم چاپخانه‌های درجه یک و دو و سه دارند و ما هم از چاپخانه درجه یک آن‌ها بهتر کار نمی‌کنیم، اما کیفیت کار ما از چاپخانه‌های درجه دو و سه خارجی‌ها مطلوب‌تر است.

آیا این مجموعه به اهداف مورد نظر خود دست یافته است؟

این مجموعه تاکنون به بخشی از اهداف مدنظر خود رسیده است. آنچه که باعث موفقیت نسبی ما در فرارنگ آریا شده، همکاری شرکا و پذیرفتن نظرات بنده در تولید بوده که می‌توانم آن را بسیار کمک‌کننده تلقی کنم. در واقع دلیل اصلی پیشرفت ما این است که شرکا، مانعی جلوی پای بنده نگذاشتند و این نکته بسیار مهمی در موفقیت این مجموعه محسوب می‌شود که در روند تولید و پیشرفت پروژه، مانعی نداشته‌ایم.

دستاوردها و موفقیت‌هایی که این مجموعه در زمان مدیریت شما داشته، چه مواردی بوده است؟

یکی از موفقیت‌های ما این است که حدود ۱۶۰ نفر در این مجموعه اشتغال به کار دارند که همگی بیمه و بیمه تکمیلی هستند و از کار رضایت دارند. حقوق و دستمزد همکاران ما از یک کارگر و کارمند معمولی بیشتر است و پکیج‌های کمکی دریافت می‌کنند. دیگر موفقیت ما این است که با سرمایه‌گذاری، ماشین‌آلات چاپ جدیدی را وارد کرده‌ایم که در خاورمیانه مشابه آن وجود ندارد و بسیار پیشرفته قلمداد می‌شود که کاملاً بازسازی شده و به زودی شروع به کار خواهد کرد.

مشتریان فرارنگ آریا چه شرکت‌هایی هستند و برای جلب رضایت آن‌ها چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

اکثر مشتریان ما شرکت‌های بزرگ دارویی، صنایع بهداشتی و سلولزی، و صنایع آرایشی و بهداشتی داخلی هستند که در ایران فعالیت می‌کنند و حساسیت زیادی روی کیفیت تولید دارند. مجموعه فرارنگ آریا برای رضایت مشتریان، اقدامات تکمیلی تسهیل تولید و آموزش پرسنل مجرب را انجام داده و در راستای تولید، اقدام به تأسیس آزمایشگاه مجهز به وسایل کنترلی مدرن و گران‌قیمت و فراهم کردن امکانات حضور آسان ناظران چاپ برای سفارش‌ها کرده است.



چاپخانه فرارنگ آریا با چه هدفی آغاز به کار کرد؟

در ابتدا هدف‌گذاری این چاپخانه، انجام فعالیت در دو حوزه نشر و بسته‌بندی بود. در آغاز کار نشر را شروع کردیم، اما در همان مقطع زمانی، کار نشر ضعیف شد و تعداد مجلات کاهش یافت. در ادامه وارد فعالیت بسته‌بندی شدیم و البته بسیاری از چاپخانه‌های دیگر هم وارد این حوزه شدند، ولی ما کمی زودتر وارد این مقوله شدیم. ما در گذشته به صورت موردی، کار بسته‌بندی را انجام می‌دادیم، اما در ۱۰ سال اخیر به صورت جدی این کار را ادامه دادیم و از فعالیت در بخش نشر فارغ شدیم. در همین راستا ماشین‌آلاتی که مربوط به کار نشر بود را کنار گذاشتیم و در قسمت چاپ و بسته‌بندی شروع به فعالیت کردیم که همراه با موفقیت بود. پس از مدتی، یک سیستم غیر متعارف به نام چاپ هیبرید را که در ایران تولید نمی‌شد، آغاز کردیم. چاپ هیبرید، خیلی پیچیده نیست، ولی تمیز درآوردن آن، یک هنر است که به موفقیت ما کمک بسیاری کرد تا بتوانیم در بازار، جایگاه خوبی به دست آوریم. در ابتدا تلاش‌هایی را برای تهیه مواد اولیه، انجام تست‌های مختلف و بررسی نمونه‌های خارجی صورت دادیم و حتی سعی کردیم که از خارجی‌ها بهتر کار کنیم؛ البته شاید این حرف برای برخی خنده‌دار





در حال حاضر
هزینه‌هایی مانند حقوق
کارگران و کارمندان
افزایش زیادی داشته،
چاپخانه‌هایی که
حجم کارشان کاهش
می‌یابد، دچار مشکلات
بسیاری می‌شوند و
اگر این بحران تا چند
ماه بعد ادامه پیدا کند،
شرایط برای آن‌ها
بسیار سخت‌تر خواهد
شد

داشت. مادر چاپ فرارنگ آریا شریطی را برای نیروهای انسانی فراهم کرده‌ایم که آن‌ها حرفه‌ای شوند و شاید در جای دیگر نتوانند، این گونه عمل کنند. موضوع آموزش، دغدغه صنعت چاپ است. البته در گذشته، کلاس‌های آموزشی گذاشته شد، اما چاپخانه‌ها استقبال چندانی از آن نکردند. به نظر می‌رسد که در آن زمان، نیاز به آموزش وجود نداشت و هم‌اکنون که نیاز است، جایی برای آموزش وجود ندارد. آموزش این نیست که به نیروی کار، الفبای چاپ را یاد دهند، بلکه پرسنل باید وارد کار شوند و برای حرفه‌ای شدن، روی ماشین‌آلات چاپ کار کنند. البته ماشین‌های چاپ، گران قیمت هستند و اگر کارگر به آن‌ها ضربه بزند، خسارت زیادی وارد می‌شود، ولی تا زمانی که ماشین چاپ رادر اختیار کارگر نگذارید و مقداری کار باطله نکنند، چیزی یاد نمی‌گیرد و اصطلاحاً اوستای کار نمی‌شود؛ بنابراین می‌توانم بگویم که اغلب چاپخانه‌ها نیروی کار ماهر ندارند.

کشور مادر صنعت چاپ قوی است، اما نسبت به صنعت بسته‌بندی عقب افتاده محسوب می‌شود. علت این موضوع رادر چه می‌دانید؟

ایران در صنعت چاپ نسبت به برخی از کشورهای اطراف و همسایه جلوتر است، اما مثلاً نسبت به دبی این گونه نیست و آن‌ها پیشرفته‌تر هستند، چرا که سرمایه‌گذاری در آنجا آسان است و به راحتی تسهیلات پرداخت می‌شود. رمز پیشرفت در صنعت بسته‌بندی آن است که ناوگان و ماشین‌های بسته‌بندی نوسازی می‌شوند، اما چند سالی می‌شود که ماشین چاپ نو، جدید و مدرن وارد کشورمان نشده و علت آن هم، سخت بودن سرمایه‌گذاری در صنعت چاپ است.

عملکرد اتحادیه چاپ را چطور ارزیابی می‌کنید؟

اتحادیه چاپ در سال‌های گذشته با فراز و نشیب‌های سختی روبه‌رو بوده و کیفیت ارتباطات آن با اعضا، ضعیف بوده است. البته تیم فعلی اداره‌کننده اتحادیه، به شکل متفاوتی آغاز به کار کرد و برای امور وزارتخانه‌های مرتبط، فعالیت‌های زیادی انجام داد که درباره موثر بودن این فعالیت‌ها، باید اعضا اظهار نظر کنند. متأسفانه اخیراً جنگ اداری و لفظی بین اتحادیه، وزارت ارشاد، تعاونی چاپ و اتحادیه و تعاونی لیتوگراف، بالا گرفته است. این موضوع حتی در عقب‌افتاده‌ترین کشورها هم دیده نشده و متأسفانه واحدهایی که باید دست به دست هم بدهند و کمک به صنف داشته باشند، با هم در تضاد هستند. ■

به منظور توسعه فعالیت‌های خود چه برنامه‌هایی دارید؟

برنامه سال جاری فرارنگ آریا در دو ماه آینده، تکمیل پروژه سالن جدید چاپ و سالن دایکات است که ماشین جدید چاپ در حال نصب است و به زودی راه‌اندازی خواهد شد. به اعتقاد بنده، با توسعه تولید و حفظ کیفیت و با داشتن مشتریان فعلی و جذب مشتریان جدید متقاضی کیفیت درجه یک، فرارنگ آریا آینده روشنی خواهد داشت. همچنین طرح توسعه چاپ این مجموعه شامل موارد مختلفی می‌شود و برای تحقق آن‌ها، اقدامات گوناگونی در حال انجام است. ساخت و تکمیل سالن جدید ۴ هزار متری خارج از مجموعه برای نصب ماشین رول چاپ جدید، لیبیل و وارد کردن چند ماشین جدید رول و تجهیزات آن برای شروع جدیدی در صنعت لیبیل، از جمله اقدامات توسعه‌ای در نظر گرفته شده برای فرارنگ آریا است.

شرایط تیراژها در صنعت چاپ چگونه است؟

در ایران ارزش و هنر چاپخانه به این است که تیراژ کارش بالا باشد، ولی معمولاً تیراژها محدود است. به عنوان مثال، در کشورهای اروپایی برای یک شرکت تولیدکننده بیسکویت یا شکلات، طراحی خیلی حساب شده و زیبایی انجام می‌شود و این شرکت به یک‌باره تولیدات خود را به شکل اساسی و پر تعداد وارد بازار می‌کند که یا موفق به تصاحب بازار می‌شود و یا شکست می‌خورد و کسب و کار خود را جمع می‌کند. در ایران، شرایط برعکس است و هر شرکتی تعداد کمی از تولیدات خود را روانه بازار می‌کند و اگر کسب و کارش رونق بگیرد، آن را ادامه می‌دهد.

چه نظری در خصوص رکود در صنعت چاپ دارید؟

امسال مقداری رکود در بازار ایجاد شده، ولی در حدود ۵ دهه گذشته همواره وجود داشته است، به طوری که در برخی از مقاطع، یک‌باره بازار کار را کم می‌شده و دوباره رونق گرفته است. با توجه به اینکه در حال حاضر هزینه‌هایی مانند حقوق کارگران و کارمندان افزایش زیادی داشته، چاپخانه‌هایی که حجم کارشان کاهش می‌یابد، دچار مشکلات بسیاری می‌شوند و اگر این بحران تا چند ماه بعد ادامه پیدا کند، شرایط برای آن‌ها بسیار سخت‌تر خواهد شد.

گفته می‌شود که صنعت چاپ و بسته‌بندی، نیروی کار ماهر و مجرب ندارد. آیا این موضوع درست است؟

بله درست است؛ نیرویی که در مجموعه ما کار می‌کند، در جریان سیستم تولیدی ما توانایی فعالیت دارد و اگر او را از این جریان تولید جدا کنیم و وارد جریان دیگری کنیم که با سیستم ما تفاوت دارد، دیگر کارایی نخواهد



رئیس هیات مدیره چاپ نگارستان

دور شدن صنعت چاپ از امکان سرمایه گذاری های جدید

سعید عدالت جو

رئیس هیات مدیره چاپ و نشر نگارستان، یکی از مشکلات اساسی صنعت چاپ را دست اندازها و موانع ایجاد شده از سوی دولت می داند. فرزاد قاسم لو که به واسطه شغل پدری، وارد عرصه چاپ شده، معتقد است که نبود حمایت های دولتی در کنار عدم ارائه تسهیلات بانکی، به چالش بزرگی برای این صنعت تبدیل شده است. به گفته وی تسهیلات بانکی، چالش همیشگی صنعت چاپ بوده که سختی کار را افزایش داده و تاکید می کند که در این میان، قیمت و نوسانات دلار و نبود چشم انداز روشن از آینده، امکان سرمایه گذاری های جدید بخش خصوصی در صنعت چاپ را امکان ناپذیر کرده است. این فعال صنعت چاپ در گفت و گو با ماهنامه «دنیای سرمایه گذاری» بر این اعتقاد است که به دلیل بیمار بودن اقتصاد، چشم اندازی برای سرمایه گذاری در این صنعت وجود ندارد، مگر اینکه استراتژی دولت تغییر کند. مشروح این مصاحبه از نظر خوانندگان ارجمند می گذرد.

و آتلیه طراحی ایجاد کرده بود، طرز فکرش بیشتر روی آتلیه طراحی و ارائه خدمات صفر تا صد به شرکت ها بوده است، البته این موضوع تاکنون ادامه پیدا کرده، به طوری که شرکت نگارستان به صنایع دست اول وصل است و با دفاتر تبلیغاتی کمتر کار می کند؛ یعنی سفارش کار را به صورت مستقیم از مشتری می گیریم و خدمات طراحی متمایزی مانند ماکت سازی، پرور، ریدینگ چاپ و آماده سازی فایل چاپ را ارائه می دهیم و سپس وارد مراحل چاپ می شود.

مشتریان چاپ و نشر نگارستان، کدام شرکت ها و نهادها هستند؟

اغلب مشتریان چاپ نگارستان، شرکت های دارویی، آرایشی و بهداشتی هستند. از آنجا که بیشتر تخصص ما در حوزه بسته بندی و به خصوص جعبه است، از گذشته شرکت های آرایشی، بهداشتی و دارویی، مشتریان اصلی این شرکت بودند و بیشتر از سایر شرکت ها با چاپ و نشر نگارستان تعامل کاری داشتند. این در حالی است که شرکت های غذایی، قطعه سازان و سایر صنایع، سهم کمتری در میان مشتریان نگارستان نسبت به شرکت های آرایشی، بهداشتی و دارویی دارند.

مهمترین اهداف این مجموعه چیست و آیا تاکنون به اهداف مدنظر تان دست یافته اید؟

تا حدودی بله و تا حدودی هم خیر. بخشی از اهداف ما محقق نشده که دلیل اصلی آن به موانع و دست اندازهایی بازمی گردد که همیشه دولت ها پیش پای تمام تولیدکنندگان و خدمات دهندگان می گذارند و مانع پیشرفت می شوند. به رغم تمام سختی های کار در ایران، ولی قطعاً ۴۵ سال پیش تاکنون، ارتقا و توسعه زیادی در این مجموعه رخ داده است. سرمایه گذاری هایی که در حوزه کارگاهی و ارائه خدمات گسترده تر و همچنین قسمت آتلیه و طراحی صورت گرفته، تحقق برخی از اهداف را برای ما میسر کرده است.

تولیدات شرکت چاپ و نشر نگارستان تا چه اندازه قابل رقابت با دیگر برندها است؟



درباره فعالیت شرکت چاپ و نشر نگارستان توضیح دهید.

این شرکت از سال ۱۳۵۷ به شکل صنفی وارد عرصه چاپ شده است. پدرم، پدربزرگم و عموهای بنده همگی در صنعت چاپ فعال بودند. پدربزرگم در زمان دوران پهلوی، رئیس چاپخانه ارتش بود و عموهای بنده هم بعضاً لیتوگرافی داشتند. پدرم هم فعالیت خود را در لیتوگرافی قاسم لو که متعلق به عموی بنده بود و از قدیمی ترین لیتوگرافی های ایران است، آغاز کرده بود. شرکت چاپ و نشر نگارستان از ابتدا با یک کارگاه کوچک شروع به فعالیت کرد و فعالیت اولیه این مجموعه تا امروز در زمینه چاپ افست بوده و به تدریج کار خود را ارتقاء داده است. حدود ۱۸ سال پیش هم بنده و برادرم وارد عرصه چاپ شدیم و فعالیت در نگارستان را آغاز کردیم. حدود پنج سال است که این شرکت به فعالیت در حوزه چاپ دیجیتال هم وارد شد، اما همان طور که گفتیم، فعالیت اصلی چاپ نگارستان در زمینه چاپ افست است.

عمده فعالیت های این شرکت در چه بخش هایی است؟
از آنجا که پدرم در چند سال اولیه فعالیت، چاپ به معنای دستگاه نداشته

از آنجا که ماشین آلات اغلب چاپخانه‌ها، از برندهای به نام خارجی است، بحث رقابت بیشتر به سلیقه مدیران و اپراتورها مربوط می‌شود، چرا که صنعت چاپ بیشتر جنبه هنری دارد؛ لذا از یک جایی به بعد، سلیقه اپراتور، طرح و مدیریت تاثیر گذار است. تولیدات نگارستان، قابلیت بسیاری برای رقابت با سایر برندها دارد و خودمان را در سطح بالای کیفیت می‌دانیم. از نظر قیمت هم قطعا ارزان ترین چاپخانه نیستیم، اما گران ترین هم قلمداد نمی‌شویم.

در ارتباط با جلب رضایت مشتریان و در راستای دستیابی به فناوری‌های روز چه برنامه‌هایی دارید؟

ما به واسطه کارهای دست اولی که با شرکت‌ها انجام می‌دهیم و بیشتر به مدیران عامل و نفر اول شرکت‌ها وصل می‌شویم، رابطه بسیار خوبی با مشتریان خود داریم. برخی از مشتریان بیش از ۱۵ سال است که با ما کار می‌کنند و سعی ما هم بر این است که آن‌ها را از لحاظ زمان تحویل، کیفیت و تا حدودی قیمت راضی نگه داریم و تمام تلاش مان این بوده که از این مسیر، به مشتریان نزدیک شویم. درباره فناوری‌های جدید هم به این صورت بوده که به دلیل بالا بودن هزینه خرید ماشین آلات چاپ، در برخی از دوره‌ها به راحتی تسهیلات ارائه و از سوی دولت‌های وقت از تولیدی‌ها حمایت می‌شد و با توجه به این شرایط، ما هم اقدام به سرمایه‌گذاری در خصوص کسب فناوری‌های جدید می‌کردیم. واقعیت این است که از سال ۱۳۹۷ تاکنون سرمایه‌گذاری بزرگ جدیدی در این شرکت صورت نگرفته و به دلیل عدم قطعیت در ادامه چشم‌انداز بازار، سرمایه‌گذاری‌ها برای کسب فناوری‌های جدید، کوچک بوده است.

به نظر شما ماشین آلات موجود در کشور با علم و تکنولوژی روز مطابقت دارد و آیا شرایط سرمایه‌گذاری در صنعت چاپ فراهم است؟

ماشین آلات چاپ در سایر کشورها، بسیار به‌روزتر از ایران است و به اعتقاد بنده، از نظر به‌روز بودن ماشین آلات با یک اختلاف ۲۰ درصدی نسبت به بقیه کشورها قرار داریم، بر همین اساس با علم روز فاصله بسیاری داریم، زیرا واردات ماشین آلات جدید و سرمایه‌گذاری‌های به‌روز در صنعت چاپ، واقعا برای بخش خصوصی امکان‌پذیر نیست. چاپخانه‌های کمی در بخش خصوصی هستند که می‌توانند ماشین آلات خود را به‌روز کنند. در واقع با توجه به قیمت دلار، عدم ارائه تسهیلات بانکی و نبود حمایت از طرف دولت، سرمایه‌گذاری‌های جدید در صنعت چاپ امکان‌پذیر نیست. حدود یک سال است که شرایط بازار و قیمت‌ها تا حدودی بهتر شده، اما در ۵ سال گذشته تعرفه‌ها بسیار پایین بود؛ به خصوص تعرفه دستمزدها در صنعت چاپ افسست که نسبت به چاپ‌های دیجیتال و فلکسو بسیار پایین‌تر بود که البته کمی بهبود پیدا کرده است. شرایط سرمایه‌گذاری در صنعت چاپ، واقعا بستگی به حمایت دولت دارد که بخشی از این حمایت‌ها باید از طریق پرداخت تسهیلات بانکی به فعالان این صنعت باشد که همیشه با چالش‌های زیادی مواجه بوده‌اند.

به عنوان یک فرد باتجربه در صنعت چاپ، چه توصیه‌ای به مدیران این حرفه دارید؟

توصیه بنده، اتحاد صنفی و یکپارچه‌سازی قیمت‌ها است تا واسطه‌ها کمتر امکان فعالیت داشته باشند و چاپخانه‌ها بتوانند به مشتریان نهایی،

سرویس ارائه دهند. نتیجه اتحاد صنفی این است که قیمت‌شکنی‌ها کاهش خواهد یافت. توصیه دیگر، به‌روز نگه داشتن علم و ارائه راه‌حل نهایی به مشتریان است. از آنجا که چاپخانه‌ها مشغله‌های زیادی دارند، امکان طراحی، لیتوگرافی، فرم‌بندی، فایل بستن و ادیت را ندارند و همین باعث شده که دفاتر تبلیغاتی و واسطه‌ها بتوانند بخشی از سهم بازار را بگیرند و بالانس قیمتی در صنف ما را به هم بزنند.

چه چشم‌اندازی برای ادامه فعالیت خود متصور هستید؟

متأسفانه در ۵ سال گذشته هیچ چشم‌اندازی وجود نداشت؛ لذا ما همواره به سمت کاهش میزان سرمایه‌گذاری و حفظ وضعیت موجود قدم برداشته‌ایم. متأسفانه در صنعت چاپ، چشم‌اندازی برای سرمایه‌گذاری وجود ندارد، زیرا اقتصاد بیمار است. در مجموع می‌توان گفت که چشم‌اندازی برای پیشرفت و ارتقای این صنعت وجود ندارد، مگر اینکه استراتژی‌های دولت تغییر کند.

نمایشگاه صنعت چاپ و بسته‌بندی ۱۴۰۲ که چندی پیش برگزار شد را چگونه ارزیابی می‌کنید و برای چاپ نگارستان چه نتایجی را در بر داشت؟

نمایشگاه صنعت چاپ و بسته‌بندی، فضای بسیار خوبی است و جزو تنها فضاهای باقی‌مانده در این صنعت است که شرکت‌ها به واسطه برگزاری آن می‌توانند به فعالیت خود ادامه دهند و دوباره بازاریابی کنند. همچنین این رویداد مهم و تاثیر گذار، محیط مناسبی برای آشنایی بیشتر و برقراری رابطه میان شرکت‌ها و چاپخانه‌ها است. نمایشگاه صنعت چاپ و بسته‌بندی برای شرکت چاپ و نشر نگارستان هم بسیار خوب بود و نتایجی قابل توجهی را برای ما به دنبال داشت. امید ما این است که در سال‌های آینده، این رویداد با قدرت و قوت بیشتری و با رفع نقاط ضعف برگزار شود. ■



مدیر توسعه بازار برند سنا پک مطرح کرد

سناپک

ارائه دهنده بسته بندی های ماندگار

المیرا اکرمی

سنا پک، مجموعه ای است که با ایده ارتقای برند از طریق تولید بسته بندی های ماندگار و هدیه های شکل گرفت. این برند، پیشرو و پرچمدار تولید هارد باکس های باکیفیت به شمار می آید و باید از آن به عنوان تولیدکننده جعبه های فاخر، ماندگار و خلاق یاد کرد. در گفت و گوی ما با محمد حدادی پور، مدیر توسعه بازار برند سنا پک، به ابعاد مختلف تولیدات و فعالیت های این مجموعه پرداخته شد. وی از سال ۱۳۷۲ در حوزه طراحی و تبلیغات فعالیت داشته و از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۵ مدیر هنری آتلیه بوده و برای تبلیغات و راهکارهای تبلیغاتی، مشاوره ارائه می داده و در حال حاضر در مجموعه سنا پک، مشغول به فعالیت است. ماحصل این مصاحبه را می خوانیم.



درباره فعالیت های شرکت سنا پک توضیح دهید.

این شرکت در آغاز کار، یک آژانس تبلیغاتی و استودیو طراحی بود که طراحی های گرافیکی و بسته بندی و پروژه های تبلیغاتی را به انجام می رساند و تقریباً از سال ۱۳۷۷ اولین بسته بندی را طراحی کرد و پس از آن، در قالب اجرا و نظارت به کار خود ادامه داد. البته در آن زمان بسیاری از دستگاه ها و ماشین آلات به روز دنیا در ایران موجود نبود، بر همین اساس برای رسیدن به آنچه در بسته بندی های خلاق جهانی متداول بود، روش های بسیاری را بررسی کردیم که خروجی کار از آنچه در ایران متداول بود، بسیار متمایز تر شد. در سال ۱۳۹۱ در حالی که بسته بندی های معمول تبدیل به دورریز و زباله می شد، این ایده مطرح گردید که جعبه هایی را تولید کنیم که ماندگار باشد، اما این نوع بسته بندی در ایران تولید نمی شد و هیچ اجرا کننده و انجام دهنده ای نداشت. در ادامه، بخشی از تیم ما وارد پروسه اجرایی این مقوله شد و در ابتدا به صورت دستی و استارت آپی این کار استارت خورد. خوشبختانه کارهای انجام شده، با کیفیت بود و خروجی های خوبی داشت، به طوری که با استقبال و حمایت شرکت هایی که خواستار این موضوع بودند، روبه رو شد؛ لذا بر آن شدیم که تولید این جعبه ها را به صورت جدی تر و به شکل صنعتی طراحی کنیم. به همان نسبت فضا، بزرگ تر و صنعتی شد، ماشین آلات مختص این کار خریداری گردید، برخی از دستگاه ها طراحی و بعضی از آن ها با مشارکت شرکت های دانش بنیان ساخته شد و در نهایت، این خط را به صورتی که امروز وجود دارد، راه اندازی کردیم.

این شرکت چند نوع محصول تولید می کند و مهمترین ویژگی تولیدات شما چیست؟

سنا پک محصولات متنوعی را تولید می کند که شاخص ترین آن ها، هارد باکس و جعبه های سخت است که محصولات فاخر و ماندگاری هستند که وجه تمایز اصلی ما نسبت به سایر برندها هم محسوب می شود. در ادامه، به شاخص ترین ویژگی هایی خواهیم پرداخت که برند ما را در تولید همین جعبه های فاخر و ماندگار متمایز می کند. نخستین ویژگی، خلاق بودن است و بعضاً محصولاتی تولید می کنیم که حتی نمونه های مشابه خارجی آن یا هنوز وجود ندارد یا پس از آنکه ما این

کار را انجام داده ایم، ایده برداری و تولید شده است. در واقع تعدادی از تولیدات ما هنوز بعد از گذشت سالیان، کپی نشده و برخی از آن ها هم بعد از چند سال کپی برداری شده است. به نوعی می توان گفت که برند سنا پک، پرچمدار صنعت جعبه های هارد باکس است. توجه ویژه به کیفیت محصولات، شاخص دوم این مجموعه محسوب می شود که همواره سرلوحه کار ما بوده است. از ابتدای تأسیس سنا پک تاکنون، جهت انجام هر نوع کاری، وسواس و حساسیت خاصی روی کیفیت داشته ایم. در واقع کمال گرایی و وسواس ما موجب شده تا محصولاتی که از این برند به بازار عرضه می شود، از نظر کیفی بسیار متمایز بوده و با محصولاتی که در سطح بین المللی تولید می شود، قابل رقابت باشد؛ حتی با بضاعت هایی که در کشورمان به لحاظ محدودیت های مواد اولیه داریم.

به منظور توسعه فعالیت های خود چه برنامه هایی دارید؟

در این مجموعه به صورت مداوم برنامه های توسعه ای داریم و روی آن ها کار می کنیم. امیدواریم با معضلات و مشکلاتی که از لحاظ اقتصادی در کشور حاکم است، به اهداف مدنظرمان دست پیدا کنیم. توسعه های محصولی از دیگر اهداف و برنامه های مورد نظر است که در حال انجام آن هستیم. توسعه فیزیکی و توسعه ماشین آلات هم در دستور کار سنا پک قرار دارد که در سال های آینده هم ادامه خواهد داشت.

سنا پک در بازارهای داخلی و خارجی، چه مشتریانی دارد؟

در بازارهای داخلی با صاحبان کسب و کارها و برندهای داخلی تراز اول و به نام، در اقصی نقاط ایران و در حوزه هایی که نیاز به این نوع بسته بندی فاخر و ماندگار وجود دارد، در حال همکاری هستیم. در بازارهای بین المللی هم، ارتباط مستقیم با مشتریان خارجی بسیار محدود است که بعضاً تحریم ها هم مزید بر علت شده است. البته حضور در بازارهای خارجی به صورت همکاری های غیر مستقیم وجود داشته و کارهایی انجام داده ایم، با این حال امیدواریم که با توجه به تفاوت بودن و سبک تولیداتی که داریم، شرایطی فراهم شود تا در بازارهای خارجی هم تعامل مستقیم با مشتریان بین المللی داشته باشیم. ■



گفت‌وگوی اختصاصی با رامین مهمان‌پرست

در این بخش می‌خوانیم:

- ضرورت ایجاد ساختار برای دیپلماسی اقتصادی کشور
- توسعه صادرات غیرنفتی با اجرای طرح ریال برون مرزی
- فراهم نبودن زیرساخت‌ها کاهش مبادلات تجاری را در پی دارد

رئیس اتاق بازرگانی مشترک ایران و روسیه

فراهم نبودن زیر ساخت‌ها کاهش مبادلات تجاری را در پی دارد

رضا فغانی

اتاق مشترک یک تشکل ملی، غیرانتفاعی و غیردولتی ثبت شده در اتاق ایران با مأموریت توسعه فعالیت اقتصادی با کشور مقصد است که مهمترین هدف از ایجاد چنین تشکلی، کوشش در جهت گسترش ارتباطات و مراودات صاحبان صنایع و بازرگانان ایرانی و کشور مقابل در زمینه تجارت، صنعت، خدمات، کشاورزی، معدن و سایر امور مربوطه می‌باشد. تحقق و دستیابی به چنین هدفی نیازمند پیش‌نیازی‌هایی است و یک تشکل بخش خصوصی نمی‌تواند به تنهایی در این زمینه نقش ایفا نماید. شاید بتوان ادعا کرد که سیاست‌گذاری صحیح در دو حوزه اقتصاد و دیپلماسی، مهمترین مواردی هستند که منجر به اثربخشی اقدامات صورت گرفته توسط اتاق‌های مشترک خواهد شد. ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» به منظور بررسی و آگاهی از مراودات تجاری ایران با کشور روسیه، گفت‌وگویی با هادی تیزهوش تابان، رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و روسیه که بیش از ۲۰ سال در اتاق بازرگانی گیلان و بیش از ۶ سال نیز در اتاق مشترک ایران و روسیه عهده‌دار مسئولیت بوده، انجام داده که حاصل آن را می‌خوانیم.

ماش پریور اینتورگ، سایوز گاز اکسپورت، سایوز شیم، اکسپورت راز تو ایمنپورت، سلخوز ونشتر السن و تخسناپ اکسپورت به چشم می‌خورد. از بین این موسسین، آقای محمد رحیم متقی ایرانی به عنوان اولین رئیس و آقایان حسین علاقیند، ویکتور سلوتسوف و وادیم شاموسکی به عنوان اولین نواب رئیس هیات مدیره اتاق بازرگانی ایران و شوروی انتخاب شدند. پس از مدتی وقفه در کار آن اتاق همزمان با وقوع انقلاب اسلامی و متعاقب آن جنگ ایران و عراق، موضوع فعالیت مجدد اتاق مشترک در سفر هیات اقتصادی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران به سرپرستی آقای سید علینقی خاموشی به مسکو در سال ۱۹۸۵ از جانب طرف ایرانی مطرح شد و در سال ۱۹۸۶ میلادی (شهریورماه ۱۳۶۵) در جلسه‌ای با حضور اعضاء منتخب اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق بازرگانی و صنعت اتحاد جماهیر شوروی اعضاء جدید هیات مدیره اتاق مشترک انتخاب گردیدند. در همان جلسه آقای اسدا... عسگر اولادی که سابقه طولانی را در تجارت کالا با اتحاد جماهیر شوروی در کارنامه خود داشت، ریاست اتاق مشترک را در دوره جدید فعالیت‌هایش بر عهده گرفت. با انحلال نظام اتحاد جماهیر شوروی، اتاق بازرگانی ایران و شوروی به اتاق بازرگانی مشترک ایران و روسیه تغییر نام یافت و در بهمن‌ماه ۱۳۷۲ (فوریه ۱۹۹۳) اساسنامه جدید آن مطابق با شرایط جدید حاکم بر روسیه به تصویب اعضاء رسید.

افراد برای عضویت در اتاق‌های مشترک بازرگانی باید چه مشخصاتی داشته باشند و چه خدماتی به اعضا اتاق ارائه می‌شود؟

داشتن کارت بازرگانی معتبر یا عضویت معتبر در یکی از اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران، پرداخت ورودیه و حق عضویت اتاق مشترک و پذیرش مفاد اساسنامه اتاق مشترک و مقررات اتاق ایران از جمله شرایط عضویت در اتاق‌های بازرگانی مشترک است. همچنین از مهمترین خدمات اتاق‌های مشترک بازرگانی می‌توان به مواردی مانند مطالعه و بررسی زمینه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری در دو کشور، تدوین اطلاعات آماری و سایر مطالب سودمند و قرار دادن این



در خصوص اهداف آغاز به کار اتاق بازرگانی مشترک ایران و روسیه توضیحاتی ارائه فرمایید.

در اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی جمعی از صنعتگران و بازرگانان ایرانی که در چارچوب قراردادهای تهاتری بین دولتی به مبادله کالا با اتحاد جماهیر شوروی می‌پرداختند، گرد هم آمدند و برای تقویت و توسعه روابط اقتصادی بین جوامع بازرگانی ایران و اتحاد جماهیر شوروی، اتاق مشترکی را به وجود آوردند. متعاقب آن در ۲۹ خردادماه ۱۳۵۷ برابر با ۱۹ ژوئن ۱۹۷۸ میلادی با تأسیس اتاق بازرگانی مشترک ایران و شوروی توسط اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق بازرگانی و صنعت اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی به فعالیت این شورا رسمیت بخشیده شد. در بین موسسین اولیه این اتاق اسامی شرکت‌های کفش ملی، معادن بافق، پاپور، کالسیمین، تریکو گلشن، گیلان متال، معدن باما، فنی و مهندسی الویکو، تکماش ایمنپورت و ساکا و از بین سازمان‌های روسی اسامی بانک تجارت خارجی شوروی، واستوگ اینتورگ، آتو اکسپورت، انرگوماش اکسپورت، ماشینو اکسپورت، تکنوپروم اکسپورت، تراکتور اکسپورت، بانک ایران و روس،

توجه به مقوله دریای کاسپین در توسعه تجارت ایران نقش حیاتی و اساسی دارد و به‌طور شایسته به آن پرداخته نشده است. توسعه ناوگان حمل دریایی در کنار ناوگان حمل زمینی و ریلی یکی از الزامات و نیازهای توسعه روابط تجاری دو کشور است و باید در دستور کار برنامه‌ریزان قرار گیرد

اطلاعات در اختیار متقاضیان ایرانی و کشور، گسترش مبادله هیات‌های اقتصادی بین دو کشور، مشارکت در برپایی و اداره نمایشگاه‌ها، گردهمایی‌ها و همایش‌ها در زمینه توسعه روابط اقتصادی بین دو کشور، همکاری و تشریک مساعی با اتاق‌های متقابل در کشور مقابل و کوشش در جهت حل اختلافات ناشی از روابط اقتصادی بین اشخاص حقیقی و حقوقی ایران اشاره کرد.

هم‌اکنون حجم تجارت و ارزش مبادلات بین ایران و روسیه چه میزان است؟

ارزش کل تجارت ایران و روسیه در سال ۱۴۰۱ به بالاترین حد خود طی ۵ سال منتهی به این سال رسیده است. (افزایش حدود ۴ درصدی در مقایسه با سال ۱۴۰۰). رقم کل تجارت این دو کشور در سال مذکور حدود ۲/۳ میلیارد دلار بوده که حدود ۶۸ درصد از آن، معادل ۱/۶ میلیارد دلار متعلق به ارزش واردات ایران از روسیه و مابقی، معادل ۷۵۱ میلیون دلار به صادرات ایران به این کشور اختصاص داشته است طی ۶ ماهه نخست ۱۴۰۲ نیز ارزش کل تجارت ایران و روسیه حدود ۱/۴ میلیارد دلار (۴۴۰ میلیون دلار صادرات و ۹۲۵ میلیون دلار واردات) بوده که رشد ۱۱/۵ درصدی را نسبت به مدت مشابه سال قبل تجربه کرده و تراز تجاری ایران و روسیه همواره به نفع روسیه مثبت بوده است. همچنین از مهمترین اقلام صادراتی به روسیه می‌توان به انواع میوه و صیفی‌جات از جمله کیوی و فلفل، میگو، پسته و... اشاره کرد. گندم، چوب، ذرت دامی، روغن خوراکی، جو، عدس و... هم از مهمترین اقلام وارداتی از این کشور است.

چند ماه پیش اعلام شد که تا سال ۲۰۲۵، حجم تجارت ایران و روسیه افزایش پیدا خواهد کرد. این پیش‌بینی تا چه اندازه قابل تحقق است؟

نزدیکی استراتژیک ایران و روسیه طی سال‌های اخیر باعث شده که این دو کشور بتوانند روی گسترش تجارت خود با یکدیگر برنامه‌ریزی ویژه‌ای داشته باشند و طبق اعلام رییس شورای تجاری روسیه و ایران، فدراسیون روسیه و جمهوری اسلامی ایران در حال تنظیم موافقت‌نامه همه‌جانبه‌ای هستند که در آینده نزدیک بین رؤسای جمهور دو کشور به امضا خواهد رسید. عضویت در اتحادیه گمرکی اوراسیا و پیوستن ایران به گروه بریکس نیز چشم‌انداز روابط تجاری دو کشور را مثبت نشان می‌دهد. اما سه برابر شدن روابط تجاری دو کشور در این بازه زمانی نیازمند تحولات زیرساختی عظیمی است که بدون آن تحقق این چشم‌انداز دشوار به نظر می‌آید. از طرفی باید به این موضوع توجه کرد که سهم ایران از این افزایش مبادلات تجاری چیست و این امر تا چه میزان بر متعادل کردن تراز تجاری دو کشور تاثیر گذار خواهد بود.

برای بالا بردن حجم و ارزش مبادلات تجاری بین دو کشور، چه تدابیری اتخاذ شده است؟

همان‌طور که گفته شد، اقدامات خوبی برای توسعه روابط دو کشور در سطح بین‌المللی صورت گرفته، اما تنها با پیوستن به توافقنامه‌ها و اتحادیه‌های بین‌المللی نمی‌توان انتظار داشت که سطح مبادلات دو کشور افزایش یابد. از سوی دیگر، هدف ما باید این باشد که در این افزایش مبادلات، سهم صادراتی خود را افزایش داده و تراز تجاری را متعادل‌تر سازیم، ولی باید بپذیریم که بسیاری از شرایط برای تحقق این امر فراهم نیست. چند نرخه بودن ارز و سیاست اخذ تعهد ارزی از صادرکنندگان، تورم حاکم بر اقتصاد کشور، عرضه محور بودن محصولات تولیدی برای صادرات و عدم شناخت از الزامات، استانداردها

و سلاقی بازار هدف، فراهم نبودن زیرساخت‌های تجاری و طولانی شدن فرآیند صادرات بر اثر بروکراسی اداری از جمله مشکلاتی است که می‌تواند مانع از تحقق این هدف یا چشم‌انداز شود.

به اعتقاد برخی از کارشناسان، در تبادلات تجاری و اقتصادی میان ایران و روسیه، آن‌طور که باید از ظرفیت دریای خزر استفاده نمی‌شود. نظر شما در این رابطه چیست؟

توجه به مقوله دریای کاسپین در توسعه تجارت ایران نقش حیاتی و اساسی دارد و به‌طور شایسته به آن پرداخته نشده است. توسعه ناوگان حمل دریایی در کنار ناوگان حمل زمینی و ریلی یکی از الزامات و نیازهای توسعه روابط تجاری دو کشور است و باید در دستور کار برنامه‌ریزان قرار گیرد.

به نظر می‌رسد که برخی از مشکلات به ویژه در حوزه لجستیک، موجب کاهش ظرفیت حمل بار توسط کشتی‌های ایرانی و روسی شده که کم‌عمق شدن دهانه رود ولگا از جمله آن‌ها است. آیا برای رفع مشکلات لجستیکی، فکر و اقدامی شده است؟

مواردی از این دست باید در توافقات کلان میان دو کشور مصوب شود و با توجه به اخبار منتشر شده در این حوزه به نظر می‌رسد، اقداماتی برای لایروبی رود ولگا و بنادر ایران و روسیه و همچنین افزایش ظرفیت‌های لجستیکی دو کشور در دست اقدام باشد.

چند ماه پیش در دیدار با رییس شورای تجاری روسیه و ایران، پیشنهاد دادید که به منظور تسهیل در روابط تجاری دو کشور، تفاهم‌نامه همکاری بین اتاق بازرگانی ایران و روسیه و شورای تجاری روسیه و ایران موضوع عملیاتی شده است؟

چند ماه پیش در مسکو ملاقاتی با آقای لئونید لوژچکو، رییس شورای تجاری روسیه و ایران انجام گرفت. در این نشست پیشنهاد شد که برای تسهیل و تقویت روابط تجاری و اقتصادی بین دو کشور، تفاهم‌نامه همکاری بین «اتاق بازرگانی مشترک ایران و روسیه» و «شورای تجاری روسیه و ایران» منعقد گردد. این پیشنهاد مورد استقبال طرف روسی قرار گرفت و هم‌اکنون کارشناسان دو طرف در حال تنظیم پیش‌نویس این تفاهم‌نامه هستند و برای پیشبرد آن مذاکراتی را انجام داده‌اند که پس از تایید نهایی، در اولین ملاقات حضوری به امضای دو طرف خواهد رسید. شایان ذکر است، «شورای بین‌المللی همکاری‌های تجاری اتاق‌های بازرگانی کشورهای منطقه دریای خزر» (ICBC) به ابتکار و تولید اتاق بازرگانی مشترک ایران و روسیه در سپتامبر سال ۱۹۹۶ میلادی تشکیل گردید و این اتفاق هم‌اکنون نقش فعالی در برگزاری اجلاس سالیانه آن دارد که بیستمین اجلاس آن، سال گذشته در مسکو برگزار گردید. اتاق بازرگانی مشترک ایران و روسیه آمادگی دارد، یکی از اجلاس‌های آن را در ایران برگزار نماید. برگزاری نمایشگاه توانمندی‌های تولیدی و صادراتی کشورهای عضو این اجلاس، به صورت هم‌زمان و در حاشیه اجلاس مذکور، می‌تواند فرصت بسیار خوبی را جهت آشنایی با ظرفیت‌های اقتصادی این منطقه فراهم آورد. این‌گونه نماند، برگزار چنین رویدادی نیازمند برنامه‌ریزی از پیش تعیین شده بوده و حداقل زمان مورد نیاز جهت برنامه‌ریزی و هماهنگی یک سال می‌باشد. ■

نزدیکی
استراتژیک
ایران و روسیه
طی سال‌های
اخیر باعث شده
که این دو کشور
بتوانند روی
گسترش تجارت
خود با یکدیگر
برنامه‌ریزی
ویژه‌ای داشته
باشند

رئیس پیشین مرکز دیپلماسی عمومی بیان کرد

ضرورت ایجاد ساختار برای دیپلماسی اقتصادی کشور

سارا نظری

رامین مهمان پرست، زمانی که ۱۶ ساله بود، به عنوان دانشجوی رشته ریاضی و علوم کامپیوتر در دانشگاه صنعتی شریف تحصیل می کرد و پس از انقلاب فرهنگی و با اتمام این مقطع تحصیلی، اقدام به تحصیل در دوره مدیریت کرد و در ادامه، به تحصیل در رشته مدیریت دوره MBA در دانشگاه کارلتون کانادا پرداخت. سپس دوره مدیریت دیگری را در یکی از مراکز سوئیس گذراند. از سال ۱۳۶۶ و در ابتدای ورود به وزارت امور خارجه، به عنوان مدیر کل هماهنگی های فرهنگی این وزارتخانه فعالیت کرد و سپس در سال ۱۳۷۵ سفیر ایران در تایلند و در ادامه، سفیر کشورمان در میانمار و لاوس شد. پس از بازگشت از ماموریت، سمت مشاور وزیر امور خارجه را تجربه کرد و سپس در اداره کل اطلاعات و مطبوعات وزارت امور خارجه به عنوان معاون سخنگوی وقت منصوب شد. در ادامه، سفیر ایران در قزاقستان شد و پس از بازگشت از این کشور، به عنوان سخنگوی وزارت امور خارجه به کار خود ادامه داد. بعدها و به دنبال اعمال تغییراتی در ساختار وزارت امور خارجه، با ابتکار عمل وی، مرکز دیپلماسی عمومی در وزارتخانه تأسیس شد که به صورت همزمان به عنوان سخنگوی وزارت امور خارجه و رئیس مرکز دیپلماسی عمومی این وزارتخانه فعالیت داشت. ماهنامه «دنیای سرمایه گذاری» گفت و گوی اختصاصی را با این چهره سرشناس انجام داده که ماحصل آن را می خوانید.

دیپلمات های ارشد کشور در پیشبرد روابط سیاسی و اقتصادی استفاده کنیم. خانه دیپلماسی با محوریت دیپلماسی اقتصادی راه اندازی شد و به صورت یک تشکل، درخواست ثبت آن را در وزارت کشور داده ایم که بسیاری از اقدامات مربوط به آن صورت گرفته، ولی هنوز ثبت نهایی نشده است.

اعضای موسس این مرکز چه افرادی بودند و چه اقداماتی تاکنون انجام شده است؟

اعضای موسس و همراه ما از ابتدا آقایان دکتر صالحی، دکتر متکی، دکتر خزایی، دکتر دانش جعفری، جناب مالکی، جناب اکبری تالارپشتی و جمعی از معاونان و سفرای سابق وزارت امور خارجه بودند که مجموعه بزرگی را شکل داده و کارهای مختلفی را انجام داده ایم. یکی از اقدامات انجام شده، تهیه طرح ساختار دیپلماسی اقتصادی برای کشور است که توسط اکبری تالارپشتی نماینده تهران در مجلس شورای اسلامی به مجلس ارائه شده است. این طرح در جلساتی با حضور افرادی که نام بردم، کامل و به صورت دو فوریتی در مجلس مطرح شد که یک فوریت آن مورد تصویب قرار گرفت. همچنین با دفاعیاتی که بنده و دکتر خزایی از این طرح در کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی داشتیم، تایید این کمیسیون را هم دریافت کردیم و به زودی در صحن مجلس مطرح خواهد شد و در صورت تصویب، تبدیل به قانونی می شود که بستر روابط اقتصادی ایران با سایر کشورها را به صورت سازماندهی شده، آماده می کند.

به عنوان یک دیپلمات با سابقه، ارزیابی شما از روابط فعلی ایران با سایر کشورها چیست؟

در دوره های مختلف تلاش بسیاری شده تا این روابط توسعه پیدا کند



در مورد چگونگی تأسیس مرکز دیپلماسی عمومی وزارت امور خارجه و خانه دیپلماسی توضیح دهید.

در این مرکز، مجموعه اقداماتی که می توانست مکمل سیاست خارجی باشد، مانند کارهای فرهنگی، رسانه ای و ورزشی و هر موضوعی که در دایره دیپلماسی عمومی می گنجد، تحت عنوان ادارات مختلف در زیر مجموعه سخنگوی وزارت امور خارجه قرار گرفت که هنوز هم این موضوع ادامه دارد. در اواخر سال ۱۳۹۶ دکتر ظریف، یک شورای راهبری در وزارت خارجه تأسیس کرد که شامل تمام وزرای خارجه سابق بود که به موجب ابلاغ وی، بنده هم عضو آن شورا شدم که همچنان در این شورا عضویت دارم. البته از دو سال پیش هم، خانه دیپلماسی را راه اندازی کردیم و بیشتر هدف ما این بود که از تجربیات و دانش

و در دولت فعلی هم کوشش زیادی صورت گرفته است. البته معتقدم که همچنان باید اقدامات بسیار بیشتری انجام شود، زیرا یکی از دلایلی که به هدف مورد نظر مسئولان نمی‌رسیم، ساختار وزارت امور خارجه است که باید تغییر کند. در ساختار فعلی وزارت امور خارجه، یک معاونت دیپلماتی اقتصادی و یک معاونت سیاسی وجود دارد و شاید تصور برخی این باشد که وجود یک معاونت دیپلماتی اقتصادی در وزارت امور خارجه، به این معناست که این وزارتخانه به دیپلماتی اقتصادی توجه بسیاری دارد. بنده معتقدم که این ساختار اشتباه به وزارت امور خارجه ضربه می‌زند، چرا که نباید فقط یک معاونت این وزارتخانه، کار اقتصادی انجام دهد و باید اولویت تمام بدنه آن، دیپلماتی اقتصادی باشد. در دنیای امروز هیچ رابطه‌ای بدون تعریف رابطه اقتصادی، از ثبات و پایداری برخوردار نیست و اگر قرار باشد که منافع تعریف نشود، با کوچک‌ترین تغییری در اتفاقات سیاسی دنیا، دیدگاه یک کشور نسبت به ما تغییر می‌کند. اشکال دوم این است که وقتی یک معاونت اقتصادی تعریف می‌کنیم، یعنی به شکل موضوعی وزارت امور خارجه را تقسیم می‌کنیم و در کنار آن معاونت سیاسی را داریم. در وزارت امور خارجه، معاونت سیاسی مسئول روابط دوجانبه با تمام کشورها است؛ یعنی معاونتی که باید رابطه با سایر کشورها را انجام دهد، وظیفه اقتصادی برای آن تعریف نشده و این وظیفه را برای یک معاونت دیگر تعریف کرده‌ایم و خود به خود ممکن است، این تلقی ایجاد شود که معاونت سیاسی باید کارهای غیر اقتصادی را انجام دهد. اشکال دیگر اینکه وقتی یک معاونت اقتصادی دارید؛ یعنی آن معاونت باید با همه کشورهای دنیا به تنهایی روابط را توسعه دهد که کار بسیار دشواری است. پیشنهاد ما این است که باید ساختار وزارت امور خارجه از حالت موضوعی به حالت منطقه‌ای تغییر پیدا کند که منجر به افزایش توان وزارت خارجه در دیپلماتی اقتصادی می‌شود.

در حال حاضر چه مشکلات و چالش‌هایی در مقابل فعالان اقتصادی و صنعتگران قرار دارد و چه راهکارهایی وجود دارد تا کمی فضا برای انجام فعالیت‌های تولیدی و تجاری آسان تر شود؟

معمولاً در فعالیت‌های اقتصادی با دو نوع مشکل روبه‌رو هستیم که یک مشکل مربوط به مسایل داخلی و انجام حمایت‌های لازم از فعالان اقتصادی است. برای مثال، بسیاری از فعالان اقتصادی، احتیاج به قوانین مصوب دارند تا امکان فعالیت و رونق تولید پیدا کنند. از طرفی، به دلیل تورم و مشکلات ناشی از تحریم‌ها و همچنین سخت‌گیری‌های بانک‌ها، یکی از بزرگترین مشکلات فعالان اقتصادی، سرمایه در گردش و نقدینگی است. اما در مورد مشکل دوم باید بگویم که عده‌ای از فعالان اقتصادی در بخش تولید و عده دیگری بیشتر در امر صادرات، مشغول به کار هستند. افرادی که به دنبال فعالیت در بخش تولید هستند، معمولاً چهار نیاز اصلی از جمله تامین مواد اولیه، تامین ماشین‌آلات مدرن، تامین فناوری‌های جدید و تامین مالی دارند؛ بنابراین برای این

چهار حوزه حتماً باید تدبیری اندیشیده شود که یک بخش مهم این کار به دیپلماتی اقتصادی بازمی‌گردد. علاوه بر این، در مورد افرادی که می‌خواهند در امر صادرات فعالیت کنند، باید شرکت‌های مدیریت صادرات که کار حرفه‌ای انجام می‌دهند را تقویت کنیم و این شرکت‌ها با استفاده از دانش، تجربه و ارتباطاتی که دارند، به کسانی که کار تولیدی انجام می‌دهند، کمک کنند تا این چرخه به شکل کامل صورت بگیرد. در بخش مربوط به صادرات، یک موضوع مهم این است که ما می‌خواهیم وارد بازارهای جدیدی شویم که نیاز به حمایت بخش‌های مختلف دارد و شاید یک بخش مهم آن بر عهده وزارت امور خارجه باشد. در واقع این وزارتخانه و سفارتخانه‌ها در موضوع دیپلماتی اقتصادی حتماً باید در زمینه صادرات زمینه رقابت را ایجاد کنند که شامل تسهیل گری می‌شود. یک بخش دیگر هم به مجلس مربوط می‌شود؛ به گونه‌ای که در تصویب قوانین باید زمینه‌ای برای صادرات فراهم شود.

به نظر شما دیپلماتی اقتصادی چه تحول ویژه‌ای را در اقتصاد کشور ایجاد خواهد کرد؟

دیپلماتی اقتصادی از دو واژه بسیار مهم که مکمل هم هستند، تشکیل شده که اولی دیپلماتی و بحث توسعه روابط با کشورها است. واژه دوم هم اقتصاد است که اشاره به اولویت بودن اقتصاد در دیپلماتی دارد. به نظر بنده، نظر آن‌هایی که معتقدند نباید با کشورهای غربی رابطه داشته باشیم و همچنین افرادی که می‌گویند لزومی به ارتباط با شرق و بلوک شرق نیست، نمی‌تواند صحیح و کامل باشد، چرا که در دنیای امروز دشمن دائم و دوست دائم نداریم و هر کشوری که منافع ملی ما را تامین کند، در دایره دوستان ما و هر کشوری که به منافع ملی ما ضربه بزند، در دایره مخالفان ما قرار می‌گیرد؛ بنابراین باید با همه کشورها روابط را به گونه‌ای تنظیم کنیم که منافع ملی کشور در تمام ابعاد تامین شود. منظورم این است که باید یک مرکز داشته باشیم تا تصمیم‌گیری‌های کلان برای دیپلماتی اقتصادی را انجام دهد، از همین‌رو در اولین اقدام، باید یک ساختار برای دیپلماتی اقتصادی در کشور تعریف شود که آن تعریف را آماده کرده‌ایم و یک فوریت آن در مجلس تصویب شده و امیدواریم که به زودی تایید مجلس را به صورت نهایی بگیرد و تبدیل به قانون شود. در همین راستا شورای عالی دیپلماتی اقتصادی را تعریف کرده‌ایم که رییس آن رییس جمهور و دبیر آن وزیر امور خارجه است و دبیرخانه آن در وزارت امور خارجه مستقر می‌شود. در مقدمه آن آورده‌ایم که مصوبات این شورا لازم‌الاجرا است؛ یعنی حکم سران سه قوه را دارد و برای طراحی‌های اساسی در بحث دیپلماتی اقتصادی از اختیارات لازم برخوردار است. همچنین ۹ کارگروه تعریف کرده‌ایم که روسای کارگروه‌ها، وزرای مربوطه هستند، ولسی تمام دستگاه‌های دولتی، مجلس و بخش خصوصی در آن کارگروه‌ها حضور دارند. ■

به دلیل تورم و مشکلات ناشی از تحریم‌ها و همچنین سخت‌گیری‌های بانک‌ها، یکی از بزرگترین مشکلات فعالان اقتصادی، سرمایه در گردش و نقدینگی است

توسعه صادرات غیر نفتی با اجرای طرح ریال برون مرزی

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



با اجرایی شدن این طرح، درخواست صادرکنندگان برای صادرات ریالی به افغانستان یا عراق حل می‌شود و می‌توانند با ریال برون مرزی نسبت به رفع تعهدات ارزی اقدام کنند

البته تمام این تأثیرات مشروط بر این است که دولت در مبارزه با فساد اقتصادی و قطع دست دلالان و رانت خواران بیش از گذشته کمر همت ببندد و با پدیده قاچاق که یکی از اصلی‌ترین عوامل تورم است، به‌طور جدی مقابله کند. از طرفی، اگر ارزش حاصل از صادرات به کشور بازگردد و بیشتر منابع بلو که شده ارزی آزاد شود، می‌تواند به موازات اجرای طرح ریال برون مرزی بر بهبود فضای اقتصادی و کاهش تورم مؤثر واقع شود. حاکمیت ریالی قطعا به نفع تولیدکنندگانی خواهد بود که ناگزیرند بانوسانات ارزی واردات خود را انجام دهند و این نوسانات همواره قیمت تمام‌شده تولید را تحت تأثیر قرار داده است. اگر این طرح به درستی اجرا شود، می‌تواند به سکون و آرامش بازار منجر گردد و این ثبات بازار، بر قیمت کالاها در بازار و از جمله بازار پر تلاطم خودرو اثر خواهد گذاشت. اینکه این طرح در چه سطحی اجرا خواهد شد، نیاز به بررسی‌های بیشتر بانک مرکزی دارد و احتمالا در مقطع کنونی در سطحی خواهد بود که به نیاز تجار مشهدی برای تسهیل صادرات به افغانستان پاسخ داده شود. آنچه مسلم است، اگر طرح آف شور بتواند در سطح وسیع و موفق به اجرا در آید، می‌تواند یک راهکار برای دور زدن تحریم‌ها باشد. اجرای موفق این طرح قطعا به توسعه صادرات و متعاقبا رشد اقتصادی کشور کمک‌شایان توجهی خواهد کرد. تولیدکنندگان نیز می‌توانند با اطمینان خاطر بیشتری بر تولید محصولات با کیفیت قابل رقابت در بازارهای جهانی همت گمارند.

از مهمترین راه‌های جلوگیری از فرار سرمایه در کشور، اجرای طرح حاکمیت ریالی است که اگر به درستی اجرا شود، قطعا به افزایش ارزش پول ملی و حکمرانی ریال در کشور و کمرنگ کردن دلار به عنوان ارز حاکم بر اقتصاد کمک‌شایان توجهی خواهد کرد. مبادلات تجاری از طریق ارزهای محلی می‌تواند تأثیر دلال را بر چرخه اقتصادی کشور کاهش داده و از این طریق راهی برای دور زدن و بی‌اثر کردن تحریم‌ها باشد. برنامه حذف دلار در بودجه سال ۱۴۰۳ نیز از طریق جایگزینی یورو به جای دلار رسمی‌تر شده است. پس از چین که تلاش برای کاهش وابستگی به دلار را در تجارت بین‌الملل دنبال می‌کند، کشورهایی همچون روسیه و ایران نیز در این مسیر گام برداشته‌اند و می‌کوشند تا با تقویت حضور در گروه کشورهای بریکس، امکانات این سازمان را به عنوان ابزاری علیه دلار در مبادلات بین‌المللی به کار برند. با اجرایی شدن این طرح، درخواست صادرکنندگان برای صادرات ریالی به افغانستان یا عراق حل می‌شود و می‌تواند با ریال برون مرزی نسبت به رفع تعهدات ارزی اقدام کنند. طبعاً حاکمیت ریالی در مبادلات کشور و کمرنگ شدن تأثیر دلار می‌تواند شوکی برای بازار ارز باشد و روی کاهش نرخ ارز تأثیر بگذارد. اگر چنین تأثیری بر نرخ ارز مشهود باشد، روی قیمت اقلام وارداتی، مواد اولیه و هزینه‌های تولید و متعاقبا روی نرخ تورم تأثیر خواهد گذاشت.



مجتمع منابع غذایی و کشاورزی

گالها®
۱۳۸۱



دارنده گواهینامه یکمید سال
قدمت از یونسکو در ایران



اسکن کنید
گالها
باشگاه مشتریان

golhaco

یک قرن از مزایای سفره با گالها

الاختيار

اقترح الرئيس التنفيذي لشركة به برداخت ملت
الخدمات المالية اللامركزية؛ المفتاح لحل العديد من مشاكل الأنظمة المالية التقليدية



عضو مجلس الإدارة ومدير التطوير التنظيمي لأكاديمية استراتيجية الأعمال الإيرانية
أساليب جديدة وفعالة في تعليم الأعمال والاستراتيجية



وقال الرئيس التنفيذي لشركة كيميا سرو
التشجيع ضمان زيادة العمر الافتراضي للأغذية



الرئيس التنفيذي ومؤسس العلامة التجارية آر كيوفشن
يجب أن يذهب رأس المال إلى الفكرة



قال عضو مجلس الإدارة ومدير مصنع جهان اروم اياز
الدعم الإلزامي للإنتاج ليس حلاً



نائب رئيس التطوير والهندسة بشركة جليهر لتطوير الحديد والصلب
حركة شركة جليهر لتطوير الحديد والصلب في اتجاه المتغيرات العالمية



اقترح مدير تطوير السوق للعلامة التجارية سنايك
سنايك؛ مزود التعبئة والتغليف الدائم



صرح الرئيس السابق لمركز الدبلوماسية العامة
ضرورة خلق هيكل للدبلوماسية الاقتصادية للبلاد



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 والبنية 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: ١٥٨٨٨٦٦٣٤٤

رقم الهاتف المحمول: +٩٨ ٩١٢٧٧٠٧٧٤٥

البريد الإلكتروني: d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

اتفاق أوراسيا فرصة أم تهديد؟



مرتضى فغانى
عضو غرفة تجارة طهران

في ٤ يناير ٢٠٢٤، تم التوقيع على الاتفاقية الاقتصادية بين إيران والاتحاد الاقتصادي الأوراسي من قبل عباس علي آبادي؛ وزير الصناعة والتعدين والتجارة نيابة عن جمهورية إيران الإسلامية وميخائيل فلاديميروفيتش مياسنيكوفيتش؛ ووقع رئيس مجلس إدارة اللجنة الاقتصادية الأوراسية. وبحسب الإحصائيات المنشورة منذ بداية

عام ٢٠٢٣ وحتى نهاية تشرين الثاني/نوفمبر، بلغت التبادلات الاقتصادية بين إيران والاتحاد الاقتصادي الأوراسي ٥,١٦٨ مليون طن من البضائع من حيث الوزن، وتبلغ قيمتها بالدولار ٢,٣٤٤ مليار دولار، أي ما يعادل ٢,٣٤٤ مليار دولار. وهي نسبة للفترة نفسها من العام الماضي، وقد ارتفعت بنسبة ٣٣,٥٪ في الوزن و١٤٪ في القيمة. ومن هذه الكمية تم تصدير ٢ مليون و٧٨ ألف طن من البضائع بقيمة مليار و٧٤ مليون دولار من إيران إلى الدول الأعضاء في الاتحاد الأوراسي، والتي ارتفعت بنسبة ٤٥٪ من حيث الوزن و٢٪ من حيث القيمة الدولارية مقارنة لنفس الفترة من العام الماضي. وفي قطاع الاستيراد، دخل إلى إيران من دول هذا الاتحاد ٢ مليون ٣٩٠ ألف طن من البضائع بقيمة ١ مليار ٣٧٠ مليون ٤٠٠ ألف دولار، والتي ارتفعت بنسبة ٢٢٪ من حيث الوزن و١٠٪ من حيث القيمة مقارنة بدول هذا الاتحاد. نفس الفترة من العام الماضي. وفي الوقت نفسه، كان الميزان التجاري الإيراني مع الدول الأربع، أرمينيا وبيلاروسيا وكازاخستان وقيرغيزستان، إيجابياً وسلبياً مع روسيا.

كما ارتفعت العام الماضي صادرات إيران إلى الدول الأوراسية بنسبة ٢٨٪ مقارنة بعام ٢٠٢٢، لترتفع من مليار و١٦٥ مليون دولار عام ٢٠٢٢ إلى مليار و٥٠٠ مليون دولار عام ٢٠٢٣.

ورغم التقديرات الإيجابية لهذه الاتفاقية حتى نشر القائمة السلبية وكذلك السلع المعفاة من الرسوم الجمركية، إلا أنه لا يمكن الحصول على تقدير دقيق لعواقبها على اقتصاد البلاد. وكانت إيران منذ فترة طويلة واحدة من أهم موردي الصلب في دول آسيا الوسطى. ومن ناحية أخرى، يشكل تصدير الكبريت والقار، إلى جانب المنتجات الزراعية، جزءاً مهماً من صادرات إيران إلى هذه المنطقة. من ناحية أخرى، ونظراً لعدم وصول إيران إلى الأسواق الأوروبية، يمكن أن تكون البلدان التي تتمتع ببنية تحتية صناعية قوية مثل روسيا وبيلاروسيا مصدراً مهماً لتحديث البنية التحتية للبلاد وتحسينها، خاصة من خلال نقل التكنولوجيا. بالإضافة إلى ذلك، بما أن هاتين الدولتين تواجهان عقوبات غربية واسعة النطاق، فمن خلال منحهما تخفيضات كبيرة، يمكن أن تكونا منافساً مهماً لصادرات إيران، خاصة في مجال المواد النفطية والصلب. ولذلك يمكن القول إن هذه الاتفاقية، إذا تم تعديل القائمة السلبية المذكورة فيها بشكل جيد، يمكن أن تصبح فرصة لازدهار الصادرات وتحديث البنية التحتية الصناعية في البلاد. بعد التوقيع، تحتاج هذه الاتفاقية إلى موافقة برلمانات ٦ دول (البرلمان الإيراني برلمانات خمس دول أعضاء في الاتحاد الأوراسي) حتى تصبح قانوناً وتدخل حيز التنفيذ. ■

التضخم غير معروف في العام الإيراني الجديد



فرهاد أميرخاني
رئيس التحرير

يأتي العام الإيراني الجديد في وضع يشعر فيه الكثير من الناس بالقلق بشأن التضخم وارتفاع الأسعار في العام الجديد. ومن النادر أن تجد مكاناً لا تثار فيه المخاوف الاقتصادية ويكون لدى الناس فيه نظرة متفائلة بشأن الاقتصاد في العام المقبل. الآن يطرح هذا السؤال الكثير من الأشخاص ونشطاء الأعمال، سواء مع بداية

العام الجديد؛ هل ستستمر أسعار السلع والسكن والعملة وما إلى ذلك في الارتفاع؟ وكما ستكون هذه الزيادة؟ ما هو معدل التضخم في العام الجديد؟ وبالنظر إلى إزالة اسم إيران من التوصية رقم سبعة الصادرة عن فرقة العمل المعنية بالإجراءات المالية، فهل سيكون هناك طفرة في الأعمال التجارية وتداول رأس المال؟

وباستعراض ما يحدث الآن في الاقتصاد الإيراني، يظهر أنه بحسب مشروع قانون موازنة ٢٠٢٤-٢٠٢٤، تبلغ موارد الموازنة العامة للحكومة في العام الجديد ٢,٧٣٥ مليار تومان، والموارد العامة ٢,٤٦٢,٠٠٠ مليار تومان، فضلاً عن الدخل النوعي. وتعتبر من الوزارات والمؤسسات الحكومية مبلغ ٢٧٥ ألف مليار تومان. وما يمكن اعتباره في مشروع القانون هذا يتعلق بالتنبؤ بالحصول على هذه الإيرادات من الضرائب والجمارك. وبحسب الخطة المعلنة فقد قررت الحكومة زيادة الإيرادات الضريبية والجمركية إلى أكثر من ٥٠٪ من إجمالي الإيرادات وإلى ٥١٪ على وجه الدقة، وأكثر من ٥٠٪ من الإيرادات الحالية من الضرائب. وتوفير الجمارك. في الواقع، وفقاً لمشروع القانون هذا، من المتوقع أن تبلغ عائدات الضرائب ١,١٢٢,٠٠٠ مليار تومان و١٣٠,٠٠٠ مليار تومان لعائدات الجمارك، مما يشير إلى ضغط مزدوج على مشغلي الأعمال. وتوقعات مركز أبحاث المجلس متفائلة، لأن هذا المركز أعلن أن معدل التضخم في البلاد، الذي كان ٤١٪ في عام ٢٠٢٣، سينخفض إلى ٢٥٪ في العام الإيراني الجديد. من جهة أخرى، يرى رئيس اللجنة الاقتصادية بالبرلمان، أن سبب ارتفاع الأسعار في البلاد هو عدم تطابق بعض الهياكل وعدم تحقيق بعض الإيرادات في موازنة البلاد، وهو ما تسبب في زيادة في القاعدة النقدية وحجم السيولة وفي نهاية المطاف زيادة في التضخم.

والآن يبدو أن الحكومة ومجلس النواب، عن طيب خاطر وربما عن غير قصد، يغيران هيكل «الحكومة-النفط» القديم إلى هيكل «الحكومة-الشعب» الحديث. هيكل جديد لم يعرف بعد تأثيره وأبعاده في إيران، بحيث سنشهد في العام الإيراني الجديد والسنوات التي تليه تغيرات ثقافية إلى جانب التغيرات الاقتصادية. وعلى الرغم من أن الدول الأخرى قد شهدت أيضاً مثل هذه التغيرات في اقتصادها وثقافتها؛ ولكن ما زال من النادر أن نجد دولة نجحت في تحرير بنيتها الاقتصادية والثقافية من تشابك عائدات النفط غير المستقرة؛ وهو موضوع سنرى أعماله لأول مرة في العام الجديد. ■

وأكد الرئيس التنفيذي لشركة توسعه حراج شمس

يعد نقص الدعم من الحكومة هو المشكلة الرئيسية لصناعة الدفع



في مقابلة مع جلال شمسي نسب، الرئيس التنفيذي لشركة توسعه حراج شمس، قمنا بالتحقيق في صناعة الدفع وهذه الشركة. نقرأ أجزاء من هذا الحديث.

بعد البدء في إنتاج أجهزة نقاط البيع، دخلنا السوق رسميًا مع بداية هذا العام وبدأنا عملنا بإنتاج ٢ منتج كلاسيك و اندرويد في مجال نقاط البيع، والتي تنشط في صناعة الدفع في البلاد وتحتاج إليها بشدة بواسطة السوق. بعد بدء النشاط، بدأنا أعمال تطوير منتجات أخرى مثل أجهزة تسجيل النقد في المتاجر، وهي مخصصة لعملاء محددين وبكميات أكبر. جهدنا هو توسيع العمل للحصول على حصة أفضل من السوق بشعار الابتكار في صناعة الدفع.

بشكل عام، لدينا ٤ منتجات، أحدها موجود في الأسواق حاليًا، ومنتج آخر سيدخل السوق خلال شهر تقريبًا، تم الحصول على تراخيص لها ونحن بصدد تطويرها. لأول مرة، نعتزم تقديم منتج جذاب للغاية يسمى موبايل بوز إلى السوق، والذي يتمتع بنفس وظيفة الجهاز المحمول ويسهل التعامل معه. يشبه وضع الهاتف المحمول الهاتف المحمول تمامًا، ولكنه يتمتع بالقدرة على الدفع ويمكن لمقدمي الخدمة في الدولة استخدامه.

وفي أجهزة نقاط البيع، نقوم بتنفيذ ابتكار خاص في نوع الخدمة التجريبية في الدولة، وحتى الآن لم يطبقه سوى عدد قليل من الشركات ونحن بصدد الحصول على تراخيص أخرى ذات صلة.

يعد الافتقار إلى دعم الشركة المصنعة إحدى المشكلات الرئيسية التي تم تحسينها قليلًا. يعاني المنتجون المحليون لصناعة الدفع في البلاد بشكل كبير من مسألة التهريب. وبطبيعة الحال، الأشياء الجيدة تحدث تدريجيًا، ولكن هذا ليس كافيًا. لنفترض أن المنتج الذي أنفق مليارات رأس المال، وأنشأ مصنعًا وقضى عامين لنقل المعرفة إلى البلاد، يواجه فجأة حجمًا كبيرًا من البضائع المهربة، في مثل هذه الحالة، لا يأتي أحد إلى الإنتاج المحلي.

إن الطلب المحلي على أجهزة نقاط البيع مرتفع جدًا، والآن يتم تهريب حوالي ٨٠٪ من الأجهزة المستخدمة محليًا، وهي مشكلة كبيرة. وأخيرًا، رداءة جودة هذه الأجهزة وانخفاض مستوى الأمان فيها؛ يؤدي عدم رضا المتقبل إلى زيادة التناقضات المالية والمعاملات، ونتيجة لذلك، زيادة في مكالمات الفشل لمقدمي خدمات الدفع. ■

تهريب الملابس سام للإنتاج المحلي

تعتبر صناعة النسيج والملابس صناعة كبيرة؛ صناعة قطاع خاص بالكامل في هيكلها وإنتاجها وإمداداتها وما إلى ذلك، والتي بالطبع، على الرغم من الادعاءات المقدمة، لا تحظى بدعم كبير من الهيئة الحكومية. يمكن أن تسمى صناعة الملابس قاطرة صناعة النسيج، ومع ازدهار وتطور هذا القطاع الصناعي تتحرك سلسلة إنتاج صناعة النسيج الكبيرة بأكملها؛ ولذلك فإن هذا المجال الصناعي يستحق المزيد من الاهتمام بكافة أبعاده. وهناك مكان للمؤسسات الثقافية في المجتمع أن تجتهد في نمو وتطور هذه الصناعة في الدولة إلى جانب المؤسسات الصناعية.

منع الاستيراد خطأً أيضاً، يتسبب في عدم النمو وتحسين جودة المنتج، وفي غياب المنافسة لا يكون في صالح المنتجين المحليين وله نتيجة عكسية، لكن لماذا عاد تهريب الملابس هذه الأيام إلى النمو من جديد؟ تجدر الإشارة إلى أن تهريب البضائع لم يتم القضاء عليه أو الوصول إلى الصفر. لماذا أصبحت مساحة السيطرة عليها وتتبعها ومنعها بطيئة وغير مسؤولة؟ إن القضية المهمة التي ربما أدت إلى الحادث الحالي هي الوضع الاقتصادي غير المواتي للبلاد وخاصة القوة الشرائية للشعب، مما جعل سبل العيش أكثر صعوبة.

في رأيي، يجب تقديم دعم خاص لصناعة الملابس؛ وإلا فإننا سنشهد مشاكل مثل الاحتكار وتقليل جودة المنتج، فضلاً عن عدم خلق منصة مناسبة للتنافس مع العلامات التجارية الإقليمية والعالمية البارزة، مما يغطي على إمكانية التوريد في مجال التصدير، وأخيراً خلق سوق غير مستقرة. - بيئة تنافسية لهذا المجال الصناعي وسنكون في مستوى يسقط مثل تهريب الزلازل.

وهذا يدل على أن سياسة ورغبة السلطات الصناعية في البلاد هي عدم توقع تطور النقد الأجنبي والصادرات ونمو هذه الصناعة والترويج لها، ولكن ما يدور في ذهنهم هو أن هذه الصناعة قادرة على تلبية الاحتياجات المحلية للبلاد. ، حتى لا يخرج النقد الأجنبي من البلاد، كما يُمنع؛ أي أن عملية التصنيع في البلاد دون نمو وترقية، تؤدي إلى حالة ركود ستكون ضعيفة للغاية. تتمتع صناعة الملابس وحدها بجميع المزايا الموجودة في الصناعات الأخرى، بما في ذلك القيمة المضافة العالية، والعملات الأجنبية المحتملة العالية، والقدرة الكبيرة على توليد فرص العمل، والحاجة إلى الحد الأدنى من الاستثمار لإنشائها، وصديقة ومتوافقة مع البيئة، مع أبعاد مختلفة من الاهتمام والاستخدام. ومنها الاقتصادية، ومنها الثقافية والاجتماعية وغيرها، وهي في الحقيقة توفر حاجة الإنسان الأولى للحياة الاجتماعية. ■



المهندس سيد محمد المقدسي
عضو مجلس إدارة جمعية
متخصصي النسيج في إيران

اقترح الرئيس التنفيذي لشركة به برداخت ملت الخدمات المالية اللامركزية؛ المفتاح لحل العديد من مشاكل الأنظمة المالية التقليدية



تم عقد الاجتماع المتخصص "DEFT" وعالم العملات المشفرة الراحل في اليوم الثاني من نشاط معرض المعاملات الإيرانية التاسع بدعم ومساندة مالية من شركة الدفع الوطنية في قاعة المدرج بمركز الإبداع التابع لمركز التنمية الفكرية. صعوبة الاستخدام المباشر للرموز المتعلقة بالريال

وقال محمد مهدي تقني بور، الرئيس التنفيذي لشركة به برداخت ملت، الذي أدار هذا الاجتماع المتخصص، عن الخدمات المالية اللامركزية: إن العديد من الخدمات الجديدة التي جذبت انتباه الناشطين في مجال الخدمات المصرفية والتكنولوجيا المالية والتكنولوجيا في العالم اليوم تعتمد على Defi أو الخدمات المالية هي لا مركزية، ولكن ما جعل هذه الخدمات تحظى بهذا القدر من الاهتمام هي المشاكل التي تعاني منها الأنظمة المالية التقليدية القائمة على السيطرة المركزية.

الخدمات المصرفية غير ممكنة بدون البنوك

كما ذكر حسين يعقوبي، مدير مجموعة سلسلة الكتل التابعة لشركة الخدمات المعلوماتية، أن ثورة سلسلة الكتل يمكن أن تحدث العديد من التغييرات، واعتبر البنوك اللاعبين الرئيسيين في هذا القطاع كمؤسسات وسيطة وذكر: بطريقة ما، يمكن القول أن هو شرف كل بنك وأهميته من حيث أنه يتمتع بمزيد من السيطرة على العملاء وحرية تصرفهم في الشؤون المالية، وقد حظي في السنوات الأخيرة بمزيد من الاهتمام والتقدير. وتابع: مع ظهور الانترنت تمت إزالة قنوات الوصول من احتكار البنوك وواجهنا مفهوم الصيرفة المفتوحة التي تزيل الخدمات المصرفية من الجسم وتستخدم طبقة بناء الثقة لدى البنك مما يتحدى قدرة البنك. احتكار النظام المصرفي المركزي.

عام الشركات الناشئة محفوف بالمخاطر

كما ذكر أحمد وطناني، الرئيس التنفيذي لمنصة التحقق ونسي، في هذا اللقاء أن عام الشركات الناشئة محفوف بالمخاطر، وقال إن عملية الإبداع والاقتراض، مثل الخدمات الأخرى، يصاحبها نمو منذ اليوم الأول لإنشائها. وأضاف: في بيئة الإقراض التقليدية التي تعتمد على الأوراق المالية، وصلت المتأخرات المصرفية إلى ٣٠٠ إلى ٤٠٠ هيمات، وهذا على الرغم من أنه وفقاً للمبادئ التوجيهية الحالية، لا يحق لشركات التكنولوجيا الأرضية منح القروض ولا تسمح بذلك لاعبين جدد في هذا المجال للعب دور. السرعة والتركيز والأمن. التحدي الأساسي لجميع منصات سلسلة الكتل وأشار فرهاد إينالوي، الخبير في مجال الخدمات المصرفية الرقمية، إلى قضايا ومشاكل تنفيذ التمويل اللامركزي، مذكراً أنه على عكس توقع بيل جيتس قبل ١٥ عامًا بأنه سيتم القضاء على البنوك، قامت هذه المؤسسات المالية الذكية بتعديل نفسها مع التغييرات وكانت لم يتم القضاء عليها. هذه المشاكل هي مخاطر العقد الذكي، لأنه يمكن اختراق أي كود برمجي. هناك أيضًا احتمال حدوث أخطاء في ترميز العقود الذكية. ■

واقترح رئيس مجلس إدارة شركة كيان برداز زاغروس إضعاف المنتجين المحليين بإدخال أجهزة نقاط البيع المهرية



منذ عام ٢٠١٧، بدأت شركة كيان برداز زاغروس نشاطها في صناعة المدفوعات في البلاد، ومن أجل التحقيق في أنشطة هذه الشركة، حوار مع داراب حيراني، رئيس مجلس إدارة شركة كيان برداز زاغروس. وهو معروف في بلادنا. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تأسست شركة كيان برداز زاغروس لتطوير التكنولوجيا بهدف دخول صناعة الدفع الإلكتروني في البلاد. منذ عام ٢٠١٧ قمنا بتأسيس هذه الشركة بعد تحديدنا لهذه الحاجة وبهدف الاستجابة لها.

تقدم شركة كيان برداز زاغروس مجموعة متنوعة من المنتجات لعملائها، بما في ذلك أجهزة نقاط البيع وأساسيات أجهزة نقاط البيع مثل لفات الورق والحقيبة الواقية وقاعدة أجهزة نقاط البيع. كما أن إنتاج أجهزة نقاط البيع وتقديم الخدمات المتعلقة بإصلاح وصيانة هذه الأجهزة وإبرام عقود إدارة المعاملات مع الشركات التابعة الأخرى من بين خدماتنا.

تم تصنيع هذه الأجهزة بمواصفات جيدة جداً للأجهزة والبرامج ولديها شهادات أمان جديدة بما في ذلك PCI. كما تمكنا من التفاوض مع شركات وبنوك مختلفة وتسليم هذا الجهاز إلى بنوك وعملاء مختلفين. إحدى المهام الفريدة كيان برداز زاغروس في مجال الدفع الإلكتروني هي إنشاء نظام بيئي يمكن من خلاله للمتلقي الذي ينوي استخدام نظام الدفع الإلكتروني الحصول على كل الأشياء التي يحتاجها في مكان واحد. نظراً لأننا شركة مصنعة، فإننا نقدم خدمة ما بعد البيع جيدة ونطور برامج ذات قيمة مضافة.

الاستثمار في مجال الدفع الإلكتروني فعال جداً ومربح بل وسريع. في الوقت الحاضر، يمكننا في شركة زاغروس جذب المستثمرين في مجال إنتاج أجهزة نقاط البيع وكذلك جذب المستثمرين في مجال المدفوعات المصرفية عبر الهاتف المحمول وإنتاج تطبيقات الدفع والقيمة المضافة، وإذا كانت الشركة رغبة، فسنستعاون معها هم.

دخلت المنتجات المقلدة أو المهرية السوق الإيرانية منذ أن لم يكن مجال توجيه المعاملات قد وصل إلى مرحلة النضج بعد ولم نحقق الثقة بالنفس اللازمة فيما يتعلق بإنتاج وتقديم الخدمات في صناعة الدفع. وفي الوقت نفسه، دخلت المنتجات المهرية إلى إيران بسعر أقل بكثير، وللأسف لا يزال هذا الموضوع مستمراً. ول سوء الحظ، تدخل الأجهزة المهرية إلى البلاد دون أي إجراءات شكلية ويتم بيعها بسعر أقل بكثير. ولا يعرف المستعملون ما إذا كان الجهاز الذي يشترونه مهرباً أم لا؛ ولذلك فإن الضرر والضربة التي يلحقها هذا الموضوع بالجهاز المصرفي والمنتجين كبيرة جداً. ■

أساليب جديدة وفعالة في تعليم الأعمال والاستراتيجية



بريس فرزانه، عضو مجلس الإدارة
ومدير التطوير التنظيمي لأكاديمية
استراتيجية الأعمال الإيرانية

مركز بارس للأبحاث قيادة الفكر، باعتباره مسقط رأس أكاديمية استراتيجية الأعمال الإيرانية، بعد النجاح في تصميم وإنتاج وتطوير منصات العلوم الإلكترونية، بدأ أنشطته في مجال التعليم عبر الإنترنت في ربيع عام ١٩٩٨ مع التنفيذ الناجح للدورات العامة والمتخصصة ولدت استراتيجية الأعمال الإيرانية. بمشاركة مركز EBS السويدي (النشط في مجال

توسيع التعليم الافتراضي) فهو جزء من البرنامج العالمي لتوسيع المعرفة في البلدان النامية وهو علامة تجارية دولية في التعليم الافتراضي في إيران وله أيضًا أنشطة خارجية. تتمثل مهمة الأكاديمية في تدريب القادة الوطنيين وعبر الوطنيين في مختلف قطاعات الصناعة والتجارة، وما إلى ذلك، باستخدام أدوات التدريب المستمرة والموزعة. إن جعل التعليم دائماً ممتعاً يعني إزالة قيود الزمان والمكان في هذا النموذج الجديد للأعمال، جعل الأكاديمية الإيرانية يتم تقديمها من قبل وزارة التعاون والعمل والرعاية الاجتماعية باعتبارها «رجل أعمال وطني مختار». ركزت أكاديمية استراتيجية الأعمال الإيرانية أنشطتها في عدة مجالات رئيسية: تدريب مستويات مختلفة من المديرين من خلال اللعب في شكل أحداث عبر الإنترنت ووجهًا لوجه لمعركة الملوك، وعقد ورش عمل ووجهًا لوجه وعبر الإنترنت تركز على إعداد المديرين لقيادة صناعة الجيل الرابع، وتعليم وتدريب القادة الوطنيين وعلى المستوى الدولي من خلال عقد دورة التعليم العالي DBA عبر الإنترنت، وماجستير إدارة الأعمال عبر الإنترنت في أربعة اتجاهات تنفيذية وتسويقية واستراتيجية وصحية، وتطوير أدوات نقل المحتوى المعرفي مثل Super App Stadap، التطبيقات المجانية لـ Radio Parse، قسم حل التحديات التتظيمية، Gamification أو gamification كما نعرفها، الأساليب التعليمية الموجودة لم تعد لها نفس الوظيفة كما كانت من قبل. لقد أصبحت تحديات الأعمال معقدة ونحن بحاجة إلى الطاقة وأساليب جديدة وفعالة في تعليم الأعمال والاستراتيجية. من خلال الجمع بين الابتكارات وخبرات العشرات من دورات ماجستير إدارة الأعمال والدكتوراه في إدارة الأعمال والتعاون مع المؤسسات المحلية والأجنبية، وأخيرًا، الاستفادة من فكرة بعض الألعاب التعليمية الدولية على مستويات الإدارة العليا، ورشة عمل مهارات القيادة الاستراتيجية القائمة على الإدارة تم تقديم لعبة «معركة الملوك» أو «معركة الملوك».

يساعدك النموذج التعليمي في أكاديمية استراتيجية الأعمال الإيرانية بالتعاون مع مركز EBS السويدي على خلق مزيج من المعرفة والمهارات والشجاعة والقدرة في قيادة وإدارة أعمالك، والتي بالإضافة إلى تطور وضعك الشخصي والمهني، يؤدي إلى زيادة مستوى دخل مؤسستك وإنتاجيتها أدوات لنقل المحتوى المعرفي من خلال التطبيقات ذات المحتوى المستهدف Super-application Stadup: الأداة الرئيسية للوصول إلى النادي عبر الإنترنت للقيادة عبر الوطنيين. بدعم من ٣ مراكز وطنية ودولية مرموقة في شكل تطبيق فائق، يشكل هذا النادي نظامًا بيئيًا شاملاً للمساعدة في رفع مكانة المديرين والقادة الوطنيين والدوليين. ■

وقال نائب الرئيس التنفيذي لبنك آينده للوساطة تعزيز الثقة في سوق رأس المال من خلال زيادة قوة شركات الوساطة

يجب على الأشخاص المهتمين بالاستثمار في سوق رأس المال إرسال طلبات الشراء والبيع الخاصة بهم إلى جوهر المعاملات من إحدى شركات الوساطة المالية المخصصة من هيئة الأوراق المالية والبورصات. وبالنظر إلى أهمية هذه المسألة، في المحادثة التي أجريتها مع عبد الحميد سرودلير، نائب الرئيس التنفيذي لشركة بنك آينده للوساطة، قمنا بدراسة الجوانب المختلفة لنشاط الوساطة في سوق رأس المال. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

وفي مجال سوق رأس المال، لا يوجد فرق بين الترخيص ومسمى الوساطة، والأمر المهم هو التراخيص الداخلية التي حصلت عليها شركات الوساطة من الجهات المشرفة على سوق رأس المال. على سبيل المثال، تمتلك شركة بنك المستقبل للوساطة التراخيص الرئيسية لشركات الوساطة، ومن بينها رخصة تقديم المشورة بقبول وتوريد الأوراق المالية، ورخصة إجراء معاملات السلع، ورخصة إجراء معاملات تبادل الطاقة. وفي الواقع فإن هذه التراخيص هي التي تحدد تميز شركات الوساطة في تقديم خدماتها.

في الماضي، كان بإمكان شركات الوساطة القيام بأنشطة أكثر اتساعًا وفعالية بكثير من الآن، ولكن بسبب إنشاء كيانات موازية مثل إدارة المحافظ وشركات الاستثمار، تم فصل جزء من عمليات شركات الوساطة عنها. في الواقع، حدثت هذه التغييرات حسب تقدير الهيئة الإشرافية ومن حيث تحسين الضوابط والإشراف، لكنها تسببت في انخفاض قوة شركات الوساطة. ومن ناحية أخرى، يمكن لشركات الوساطة تشكيل مجموعات مالية مع مؤسسات أخرى واكتساب المزيد من القوة. إذا قارنت شركات الوساطة في الدول المتقدمة مع شركات الوساطة الإيرانية، ستجد أنها أكثر تقدمًا في اقتراح وإنشاء وتنفيذ العمليات وإدارة المنتجات الجديدة واستخدام أدوات مالية جديدة.

إذا تم منح المزيد من قوة العمل لشركات الوساطة، بالإضافة إلى توفير أدوات المراقبة المناسبة، فإن تقديم الخدمات للمستثمرين سيحدث بسهولة أكبر، ونتيجة لذلك سيتم تعزيز الثقة في سوق رأس المال. ومع نمو التقنيات واستخدام الأدوات الجديدة في الأسواق المختلفة، نما سوق رأس المال أيضًا في هذا الاتجاه ودخلت إليه أدوات جديدة. غالبًا ما يتم تطوير هذه الأدوات من أجل استكمال وإصلاح مشاكل الأدوات السابقة وسد الثغرات لدى عملاء هذه الأسواق. إن نمو سوق رأس المال في السنوات الأخيرة وما أعقبه من قبول المستثمرين لهذا السوق وخاصة في الفترات ذات العائد المرتفع، يدل على قدرة هذا السوق على التعاملات المالية ذات الحجم الكبير، ولكن عدم وجود الأدوات التي يمكن أن تعطي الثقة بالنسبة للمستثمرين، وخاصة صغار المستثمرين، يمكن أن يسبب عدم الثقة في هذا السوق ويضر بالهيكل الاقتصادي للبلاد. ■



نظام الدفع لم يتغير بشكل كبير



وبحسب شهريار كريمي، رئيس مجلس إدارة شركة بارت ارتباط آوا؛ إن استيراد أجهزة قارئ البطاقات المخزونة، التي تفتقر إلى المواصفات والأمان، وخارجة عن الصنف، لها سعر صرف مرتفع، بحيث يساوي سعر الصرف هذا العملة المخصصة لشركات التصنيع. وفي الوقت نفسه،

قرأ تهريب أجهزة نقاط البيع كأحد المشاكل والتحديات الرئيسية التي تواجه صناعة الدفع في البلاد، نقرأ أجزاء من المقابلة مع هذا الناشط في المجال صناعة الدفع.

لسنوات عديدة يعتمد نظام الدفع في إيران على البطاقات الممغنطة، ولم نحدث أي تغييرات ملموسة في مجال الدفع، كما أن الإجراءات التي يقوم بها النظام المصرفي على الأجهزة تشمل ٤ إجراءات رئيسية ولم تتغير. كـمجمع ومصنع، قمنا باستيراد وإنتاج أحدث الأجهزة وحتى توقعنا وتحصيل الخيارات التي ستكون مطلوبة في حالة حدوث تغييرات في نظام الدفع، وقمنا بتحميلها على جميع الأجهزة، وإذا كان هناك التغييرات في نظام الدفع في المستقبل، تتمتع أجهزة بارت ارتباط آوا بالقدرة على دعم هذا التغيير وطريقة الدفع. وفي الوقت نفسه، لم يقتصر جهدنا على تقليل جودة الأجهزة حتى لا يرتفع السعر، ولكن أيضاً إلى تعزيز وزيادة أجهزة الأجهزة تدريجياً مع الخيارات المتنوعة التي يحتاجها المجتمع من أجل توفير الجودة. المنتجات التي ترضي المستهلكين.

إحدى سياساتنا هي تقديم خدمة ما بعد البيع والضمان الحقيقي، وهو ما تم إنجازه بشكل جيد حتى الآن. أستطيع أن أقول بكل فخر أن شركة بارت ارتباط آوا هي الشركة الوحيدة التي تقوم باستبدال وإصلاح الأجهزة دون تحصيل أي رسوم. وبالنظر إلى هذه الأمور، لدينا ما يزيد عن ٩٠٪ من رضا العملاء وسننفق الكثير لتحقيق ذلك.

في مجموعة البرامج الصغيرة للشركة، يتم اتخاذ التدابير لإعداد البرامج المصرفية لأجهزة قارئ البطاقات وربطها بمزودي خدمة الدفع (PSP) المختلفين. كما يتم العمل على البرامج الطرفية والتشغيلية، وسيتم الكشف عن برنامجين جديدين قريباً. حالياً، لدينا ٥ وكلاء مبيعات و٢٦ ممثلاً لخدمات ما بعد البيع في جميع أنحاء البلاد، وخطتنا هي أن يكون لدينا ممثل واحد على الأقل لخدمات ما بعد البيع في جميع أنحاء البلاد وفي جميع المدن، وهو ما قد يستغرق حوالي عام.

ومن حيث السوق، تعد إيران من الدول البارزة في العالم بعد الصين، ومن حيث عدد الأجهزة التي تم إطلاقها في البلاد، فهي تحتل المركز الثاني في العالم. ولذلك يمكننا القول أنه حدث تغيير في النظام المصرفي ونظام الدفع. ■

طرح رئيس مجلس الإدارة ومؤسس شركة شار برتوايرانيان

يعد التشجيع نقطة تحول في الحد من هدر الموارد الغذائية

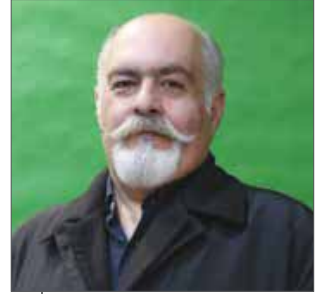


منذ أكثر من ٦٠ عامًا، يتم استخدام أشعة جاما في العالم لمنع هدر المنتجات الزراعية والمواد الغذائية؛ لقد تم تفضيل الإشعاع بأشعة جاما في بلدنا لبعض الوقت، وكانت شركة شار برتوايرانيان رائدة في هذا المجال. وفي هذا الصدد، أجرينا محادثة مع سيد رضا رفاعي، رئيس مجلس الإدارة ومؤسس هذه الشركة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

قامت شركة شار برتوايرانيان ببناء أكبر موقع لإشعاع جاما في البلاد، والذي يُطلق عليه أيضاً الخطة الرئيسية الوطنية لتكنولوجيا نظام إشعاع جاما النووي. هذه الشركة هي شركة إنتاج قائمة على المعرفة من النوع الأول، والتي تعتبر أعلى درجة قائمة على المعرفة في البلاد. ومن أفضل ميزات هذه الشركة هو تنفيذ الخطة الرئيسية الوطنية لتكنولوجيا نظام إشعاع جاما.

في الواقع، أستطيع أن أقول بكل تأكيد أنه عندما كان لدى شار برتوايرانيان، لم يكن لدى العديد من الدول الكبرى في العالم بعد. وبطبيعة الحال، توقف تطور هذه الصناعة في بلدنا لبعض الوقت وللأسف تخلفنا عن الركب في هذه الصناعة. وفي الواقع فإن من واجبات وأدوار شار برتوايران في البلاد هو تعويض التخلف وتطوير هذه البنية التحتية للبلاد بسرعة كبيرة. نحن القطاع الخاص الوحيد الذي تثق به البلاد في مجال الإشعاع والموقع الذي بنيته في شهر كورد هو أكبر موقع إشعاع في البلاد. وبطبيعة الحال، تمتلك منظمة الطاقة الذرية، كمنظمة حكومية، ثلاثة مراكز إشعاعية نشطة في طهران وبيناب ويزد، لكن شركة الإشعاع الإيرانية وحدها لديها القدرة على تقديم الخدمات والإشعاع أكثر من المراكز الأخرى.

إننا نهدر أكثر من ١٠ مليارات دولار من الموارد الغذائية في البلاد كل عام؛ وبحسب الإحصائيات فإن حوالي ٢٠٪ من الطاقة الإنتاجية السنوية للبلاد البالغة ١٢٠ مليون طن تتحول إلى نفايات. على سبيل المثال، من بين حوالي ٥ ملايين طن من البطاطس المنتجة في البلاد، يتحول أكثر من ١,٢٠٠,٠٠٠ طن إلى هدر، وهو رقم مرتفع وإحصائية رهيبية. في الحالة التي نحتاج فيها إلى منع الهدر، فإن إحدى أفضل الطرق هي تطوير البنية التحتية الإشعاعية في البلاد، لأنه مع التشجيع، يزداد عمر المنتجات والمواد الغذائية. ويعود جزء كبير من هذا الهدر إلى قصر عمر هذه المنتجات، كما أن زيادة العمر الافتراضي للمنتجات يساعد على تقليل الهدر. كقاعدة عامة، عندما نزيد العمر الافتراضي بطريقة الإشعاع، تقل كمية النفايات. هذا على الرغم من أن التشجيع هو وسيلة صديقة للبيئة تماماً، وغير كيميائية وخالية من النفايات الكيميائية والمشعة، وفيزيائية تماماً ومصممة على غرار الطريقة التقليدية. ■



وقال الرئيس التنفيذي لشركة كيميا سرو

التشجيع ضمان زيادة العمر الافتراضي للأغذية

كيميا سيرفو هي إحدى المجموعات التي تنشط في مجال إنتاج جميع أنواع البهارات في بلادنا وتولي اهتماما خاصا بجودة وصحة منتجاتها. لذلك، بالإضافة إلى الحساسية التي تبذلها في تقديم مواد خام عالية الجودة المواد، فإنه يستخدم أيضًا أشعة جاما في أنه قد وضع جدول أعماله. وفي محادثة مع علي رضا صمدخاني، الرئيس التنفيذي لشركة كيميا سرو، قمنا بالتحقيق في هذه الأنشطة. ووفقا له، فإن التشجيع بأشعة جاما يزيد من العمر الافتراضي للمنتجات الزراعية والغذائية ويضمن جودة المنتجات وصحتها. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تقوم شركة كيميا سرو بإنتاج جميع أنواع البهارات، بما في ذلك مسحوق الثوم، ومسحوق البصل، والكراث، وحببيات الكراث، والكرشم، وغيرها. وفيما يتعلق بتوريد المواد الخام، نقوم بشراء منتجات مثل الثوم والبصل على مدار العام ونعطيها للمصانع لتجفيفها مقابل رسوم، وبعد هذه المرحلة نقوم بتخزينها، ثم حسب طلب الزبون، يتم تخزين البهارات. يتم طحنها وتشيعيها بأشعة جاما ثم شحنها في النهاية إلى العملاء. يتركز العمل والنشاط الرئيسي للشركة في إنتاج بهارات الثوم والبصل. سلسلة من المنتجات هي أيضًا بهارات خاصة نشترتها من التجار المحليين، بكميات كبيرة وسعر أقل، ومن ثم نقوم بطحنها حسب طلب عملائنا، وبهذه الطريقة يمكننا تقديم سعر ثابت للعملاء الذين العمل معنا، وهي إحدى خدمات شركتنا. وبالطبع، نحن بصدد إنشاء وحدة زراعية وصناعية في مدينة الحاكمية الصناعية في قزوين، حيث سنقوم بشراء البذور وتقديمها للمزارعين لزراعتها. وبعد قطف الثمار تتم معالجتها وتجفيفها وطحنها، وفي المجمع سيكون عملاً كبيراً وواسعاً للغاية.

تدعم كيميا سرو ممنتجاتها معظم الصناعات بشكل جيد، لكن فيما يتعلق بالتعبئة والتغليف، فقد بدأنا العمل للتو ولم ندخل السوق بعد ولسنا معروفين وهناك مجال كبير للعمل. للأسف من الصعب جداً الدخول والعمل في هذا المجال، ولكن بعون الله ومثابرته سنكون في قمة الموردين من خلال إنتاج منتجات عالية الجودة للعملاء. وأفضل طريقة لتدمير الحمولة الميكروبية هي غاما، ولا توجد طريقة أخرى، لأن البهارات جافة ولا يمكن غليها؛ ولذلك فإن النظام الوحيد هو الطريقة الباردة وأفضلها غاما.

تمتيز المنتجات المشبعة بجودة عالية لأنها لا تحتوي على حمولة ميكروبية، كما أنها تقلل من التكاليف الطبية للناس. ■

المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة منتجات برتر

إنذار لتعديل القوى العاملة في وحدات الإنتاج



في مقابلة مع محسن فهيمي بور، المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة منتجات برتر، قمنا بدراسة حالة صناعة المواد الغذائية في البلاد وهذه الشركة. نقرأ أجزاء من هذا الحديث.

منذ البداية، كان إنتاج الطعام

وتلبية احتياجات الناس اليومية أحد أهدافنا الرئيسية، وتدرجياً مع زيادة كمية المنتجات، تمكنا من تضمين جميع احتياجات المطبخ تقريباً في منتجاتنا الخاصة. وبعد تنويع مجموعة المنتجات، كانت ردود الفعل التي تلقيناها من الجمهور والمستهلكين جذابة للغاية. كما أن أحد أهدافنا ودوافعنا الرئيسية كان إنتاج أغذية عالية الجودة، وهو ما نسعى دائماً لتحقيقه.

كما أن التواجد في الأسواق الدولية يعتبر حافزاً حتى تكون المنتجات المنتجة في إيران قادرة على المنافسة ومتوفرة في الأسواق الدولية. كانت هذه هي الأهداف التي كانت في ذهننا منذ بداية دخولنا الصناعة، ونعتبر أنفسنا ناجحين في تحقيق هذه الأهداف.

من مميزات العلامة التجارية برتر منتجاتها المتنوعة؛ وهذا يعني أننا ننتج حالياً أكثر من ٢٠ مجموعة من المنتجات في مصنعين، وهذه هي الطاقة الإنتاجية لـ ٢٠ مصنعا، وهو ما يعتبر أحد نجاحاتنا. ميزة أخرى هي الجودة العالية للمنتجات المتميزة، وهو أمر مهم للغاية، وقد أولينا دائماً اهتماماً خاصاً بالجودة، حالياً، لدينا خطتان للتطوير قيد التنفيذ. خطتنا واستراتيجيتنا هي العمل بشكل أكثر تركيزاً في المجموعات التي لدينا المزيد من الخصائص وتحسين قدراتنا الإنتاجية باستخدام التقنيات الحديثة والمزيد من تصنيع النظام. وبناء على ذلك، نعتزم الترويج لهذه العلامة التجارية في السوق لزيادة عمق نشاطنا.

ولسوء الحظ، لا يتم توفير الدعم اللازم لصناعة المواد الغذائية. وبشكل عام لا يتم الاهتمام بهذه الصناعة ولا يوجد برنامج دعم لهذا القطاع المهم، وهي تواجه مشاكل جدية في مجال عرض رأس المال والضغط كبيرة جداً في مجال القضايا الضريبية. ونحن نعمل حالياً مرة أخرى على تنفيذ برنامج انكماش حاد من المرجح أن يؤدي إلى خفض العمالة الحالية لدينا إلى أقل من النصف.

التحدي الأهم الذي يواجهنا هو مسألة التضخم، لأن جزء من المواد الخام لدينا مستورد وجزء محلي، وبسبب الظروف التضخمية، نرى بانتظام تقلبات أسعار المواد الخام. وتجتلي هذه المشكلة بشكل أكثر وضوحاً في صناعة المواد الغذائية، لأن جزءاً كبيراً من تكلفة الغذاء يتكون من المواد الخام؛ ولذلك يجب أن أقول إننا تأثرنا كثيراً بهذا التقلب في الأسعار والتضخم. ■

رئيس مجلس إدارة مجموعة تشكاد الصناعية

إن تحول صناعة السيارات يتطلب «المصلحة العامة»



في مقابلة خاصة مع علي يكهفلاح؛ لقد قام مالك ومؤسس ورئيس مجلس إدارة مجموعة تشكاد الصناعية ورئيس مجلس إدارة التعاونية بتلبية احتياجات مصنعي

المكونات في البلاد، وقد قمنا بالتحقق من أنشطة هذه الشركة وقدرات إيران في مجال إنتاج السيارات الكهربائية وكذلك السيارة الوطنية، فلنقرأ أجزاء من هذا الحوار حاليا، تمتلك تشكاد أفضل وأكبر آلات الإنتاج في القطاع الخاص وهي المجموعة الوحيدة في القطاع التعاوني التي تمكنت من إنشاء مثل هذه المرافق. أنتجت شكاد حتى الآن أكثر من مليون و٤٠٠ ألف طن من المنتجات المعدنية لمصنعي السيارات، أي مصنعي سيارات الركاب والمركبات التجارية.

بالنظر إلى ظروف البلاد والزيادة في السيارات المستعملة، يتنافس النقاش حول ما بعد البيع بنسبة ٩ إلى ١ مع صانعي القطع الأصلية؛ بمعنى آخر، كل جزء مستخدم في خط الإنتاج يمكن أن يصل إلى ٩ أو ١٠ أضعاف السوق في سوق ما بعد البيع. الآن سوق ما بعد البيع هو سوق بقيمة ٨ مليارات دولار. لقد سعيينا منذ فترة طويلة إلى تعزيز سوق ما بعد البيع، ولهذا السبب قمنا بإنشاء بنية تحتية مناسبة لتواجد جميع الشركات المصنعة لقطع الغيار، بما في ذلك مجموعة تشيكاد الصناعية، في سوق ما بعد البيع على شكل تعاونية لتلبية احتياجات الشركات المصنعة للمكونات في البلاد. ستقوم التعاونية بتسويق الأجزاء في شكل علامة تجارية مسجلة وأمانة وعالية الجودة حتى يتمكن الجميع من استخدام قطع غيار عالية الجودة وبأسعار معقولة وموثوقة.

كان اعتقادي دائما أن بلدنا لديه القدرة والقدرة والطبع الجدارة لإنتاج سيارة وطنية بالكامل. ومن هذا المنظور وفي تفاعل ومشاركة جادة بين الخبراء الأكاديميين وأهل الصناعة ومصنعي قطع الغيار المعروفين، قمنا بتصميم سيارة تعتمد على أحدث المعايير العالمية و٦٠٪ منها تعتمد على قوة العرض المحلي. سلسلة.

بالنسبة لقضية مثل كهرية السيارات، فإن الجزء الرئيسي من اللغز الذي لا يحظى باهتمام كبير ولا يعرفه الجمهور هو «القبول الوطني». إقبال من الناس والمعلومات مهمة جدا. الثقة بالنفس هي مسألة أخرى يجب أن نعتد عليها ونوليها اهتماما خاصا.

المشكلة الرئيسية لمصنعي السيارات هي السيولة. شركات قطع الغيار الدائنة ونظرا لانخفاض عدد شركات صناعة السيارات تواجه أيضا خسائر متراكمة. الحل هو أن تتحاز تعاونية صانعي قطع الغيار إلى صانع قطع الغيار وإبرام عقد كامل وبيع الحزمة بأكملها إلى صانعي السيارات. ■

قال عضو مجلس الإدارة ومدير مصنع جهان اروم اياز

الدعم الإلزامي للإنتاج ليس حلا



منذ عام ٢٠١٩، بدأت شركة جهان اروم اياز أنشطتها في مجال إنتاج جميع أنواع الأثاث وأقمشة الستائر وهي المالك الوحيد للعلامة القياسية الوطنية لإيران في مجال إنتاج الأثاث وأقمشة الستائر وحاصلة على معيار Ecotex الأوروبي علامة فارقة في مجال إنتاج هذه الأقمشة. ولمعرفة المزيد عن أنشطة هذه الشركة أجرينا مقابلة مع علي همتي عضو مجلس الإدارة ومدير مصنع جهان اروم اياز. أنت تقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

يتعاون مع هذه الشركة حوالي ١٣٠٠ شخص بشكل مباشر وأكثر من ١٢٠٠٠ شخص بشكل غير مباشر. قبل بدء هذه الشركة، لم تكن أقمشة الأثاث تنتج في البلاد وتم استيراد ١٠٪ من الأقمشة الموجودة في السوق، ولكن بعد أن بدأ أوياز العمل وإنتاج أقمشة الأثاث في هذه المجموعة، حصل على حصة ٦٠٪ من أقمشة الأثاث سوق. خصصنا ونتيجة لذلك انخفض استيراد وتصدير العملة من البلاد. نتج حوالي ٣٠ إلى ٣٥ مليون متر سنوياً، والتي تتنوع في ٣٠٠ تصميم. كما يتوفر كل تصميم في ١٠ إلى ١٥ رمز لون. بشكل عام، لدينا الكثير من التصميمات المتنوعة؛ بحيث تتم مراجعة التصميم التي يجلبها عملاؤنا من الخارج في فرق هندسة المنتجات ولجنة التصميم. كما يتم إدخال الأقمشة التي لدينا القدرة على إنتاجها في عملية الإنتاج ويتم استكمال التصميمات الجديدة في نظامنا التنظيمي وإرسالها إلى السوق.

في جسم المنظمات يجب أن يكون موقف كل شخص، وخاصة المهندسين، واضحا، لأن بعض الأشخاص في المنظمات يسعون إلى إقالة المهندسين؛ لأن وجود المهندس يتسبب في ظهور النظام في المنظمة وفي مثل هذه الحالة تنكشف المنظمات غير الرسمية التي يتم إنشاؤها في المصانع والشركات.

إن رخص الطاقة في بلادنا مقارنة بالدول المجاورة وحتى الصين هو أمر آخر يبرر هذا الإنتاج. وبطبيعة الحال، كل هذا يعتمد على الدعم والمساندة اللازمة من الحكومة لجعل النشاط في هذه الصناعة مبررا اقتصاديا. وفي هذا السياق، لا يمكن للتوجيه والدعم القائم على التوجيه أن ينجح، ولكن يجب دعمه بطريقة حقيقية وهادفة. تتمتع أقمشة الأثاث المنتجة في هذه المجموعة بالمعايير اللازمة للتواجد في الأسواق الدولية. حتى الآن، قمنا بالتصدير إلى تركيا، العراق، أوزبكستان وإيطاليا. ■

التحريب منافس مزعج لصناعة الملابس



ازدهرت في السنوات الأخيرة المتاجر الإلكترونية التي تقدم سلعا في مجالات مختلفة، ومنذ حوالي أربع سنوات، في أعقاب انتشار كورونا، اكتسبت هذه المتاجر مكانة أكثر أهمية وتميزاً. في محادثة مع شاهرخ جعفري، المؤسس

والرئيس التنفيذي لمتجر سله بن الإلكتروني، قمنا بدراسة حالة هذه الصناعة وهذه المجموعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

حالياً، لدى سله بن ١٥ فرعاً في مدن مختلفة من البلاد، ٥ منها تقع في طهران. ويعمل في هذا المتجر حوالي ٥٣٠ شخصاً بشكل مباشر، طبعاً حتى قبل حوالي ثلاثة أشهر كان العمالة غير المباشرة في هذا المجمع ١٢٠٠ شخص. نحن الجيل الثالث في مجال المنسوجات والملابس، ولدينا متجر إلكتروني على ir.celebon. تم إطلاقه قبل ثلاث سنوات، ولدينا أيضاً صفحة تسمى سله بن ٨٩ في الفضاء الإلكتروني، وهي مرتبطة جداً.

ومن الجدير بالذكر أن إطلاق سله بن لم يكن له أي علاقة بانتشار فيروس كورونا، ولكننا ببساطة شعرنا بالحاجة إلى توفير هذه الإمكانية في المدن والمناطق التي لا توجد بها متاجر أو للأشخاص المهتمين بالإنترنت نموذج التسوق. وغني عن القول، بشكل عام، منتجاتنا تشمل الملابس اليومية، وهدفنا هو الطبقة المتوسطة العليا في المجتمع. المجموعة الرجالية والنسائية بدأت بالفعل والمجموعة المخصصة للأطفال بدأت تقريباً وتعرض في عدة متاجر.

لدينا شركة قابضة لديها جزء من النسيج ولدينا أيضاً مصنع للنسيج. بالطبع، أحياناً نشترى أقمشة مثل الدنيم الذي ليس لدينا مصنع أو بعض الأقمشة الجديدة من خارج المجموعة. بشكل عام منتجاتنا إيرانية ١٠٠٪، وصالح بن مشهور بصناعته في إيران.

قمنا في العام الماضي ببيع مليون و ٢٠٠ ألف قطعة ملابس وهذا العام هدفنا هو بيع مليون و ٥٠٠ ألف قطعة ملابس. سنصل كمية الإنتاج إلى ٢ مليون هذا العام، وإذا تمكنا من الاستمرار على هذا المنوال خلال الستة أشهر الثانية من العام، فسوف تتخلف المبيعات عن الإنتاج.

المنافسة الوحيدة لدينا هي التحريب.

وأود أن أؤكد مرة أخرى على مسألة التحريب التي يجب أن تؤخذ على محمل الجد من قبل السلطات والشعب. وأقول للمتجعين والبائعين في هذه التجارة أننا أيضاً نرتكب مخالفات ويجب أن نفكر في المستقبل، وإذا تم تحرير استيراد الملابس، فربما تحدث أشياء أخرى

لا يمكن منعها بسهولة. ■

الرئيس التنفيذي لشركة جهان أوروام اياز المصنعون متورطون في اللوائح الحكومية المتغيرة بسرعة



بعد وقت قصير من تأسيسها، أصبحت شركة جهان أوروام اياز أكبر وحدة إنتاج لأقمشة الأثاث وديكور الستائر في مجال أقمشة الحياكة في إيران. من أجل مزيد من التحقيق في أنشطة هذه الشركة، أجرينا مقابلة مع علي رضا نوري، الرئيس التنفيذي لشركة جهان أوروام اياز وأيضاً رئيس مجموعة عمل النسيج في جمعية المنسوجات الإيرانية. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

إنتاج شهري يبلغ حوالي ٢,٥ مليون متر مربع و ٣,٠ مليون متر مربع سنوياً، وفرت مجموعتنا حوالي ٦٠٪ من احتياجات البلاد وحدها. خلال هذه السنوات الخمس من النشاط، بدأت حتى الآن ٢٤ شركة صغيرة وكبيرة في الإنتاج، وتم توظيف أكثر من ١٠ آلاف شخص بشكل مباشر حالياً. في الواقع، سعينا لخدمة شعب بلدنا العزيز من خلال الاستفادة من خبرتنا في السنوات الماضية.

حققت شركة جهان أوروام اياز العديد من النجاحات خلال ٥ سنوات تقريباً. نحن حائزون على المعيار الإيراني والمعيار الأوروبي Eco100 (لمدة ٣ سنوات)، وكنا بالفعل أول شركة تحصل على المعيار الإيراني في مجال أقمشة الحياكة. نقوم حالياً بتصدير الأقمشة التي استخدمناها إلى العراق وتركيا وأوزبكستان وبشكل غير مباشر إلى إيطاليا.

على الرغم من الارتفاع الحاد في أسعار العملات، فإن أحد أهم الأمور التي قامت بها شركة جاهان أوروام اياز كشركة رائدة في صناعة النسيج المتهالك هو استقرار الأسعار، بحيث ظلت الأسعار مستقرة لمدة ٣ سنوات من ٢٠٢١ إلى ٢٠٢٤، وقد تسبب ذلك في توجه العديد من العملاء الذين كانوا يبحثون عن البضائع الأجنبية نحو البضائع الإيرانية. وبطريقة شفافة تماماً، يتم إرسال السعر الشهري إلى مكتب سومات ومكتب أنجومان ناساجي من إيران. وعلى الرغم من شكاوى زملاننا حول هذا الموضوع، إلا أن المستهلك هو أولويتنا. ليس فقط مصنعي الأقمشة المتهالكة ولكن جميع المصنعين يعارضون العملة الحكومية للواردات. ولا يكون للتعريفات أي تأثير عندما يتم تخصيص الدولار للمستورد بنسبة ٢٥٪ أقل من سعر السوق؛ ولذلك كانت السياسات ضد الإنتاج ويجب أن تتغير هذه النظرة.

مما لا شك فيه أننا بحاجة إلى المزيد من الاستثمارات في الصناعة التحويلية (وليس فقط القماش الخشن)؛ بشرط تعديل السياسات وتكرار الإجابة على بعض الأسئلة حول طلبنا للحكومة، عليها المراقبة وتجنب التدخل المباشر في عمل المنتجين، كما يجب أن نكون مستقرين في مجال القوانين. وينبغي اتخاذ بعض التدابير مثل منح قرض رأس المال الثابت أو قرض رأس المال العامل. ■

وقال عضو مجلس إدارة شركة آريا تيراجه نور
«سويكس»

يعد تقلب سعر الصرف مشكلة كبيرة في صناعة الملابس



بدأت شركة آريا تيراجه نور ذات العلامة التجارية سويكس نشاطها في مجال إنتاج الملابس منذ عام ٢٠١١. وفي حديث مع حميد نوري، عضو مجلس إدارة شركة آريا تيراجه نور، قمنا بالتحقيق في وضع هذه الشركة. كان هدفنا من بدء النشاط في صناعة الملابس وإطلاق العلامة التجارية سويكس هو بذل المزيد من الجهد في قضية الإنتاج الوطني، مع الأخذ في الاعتبار نقاط الضعف التي تعاني منها هذه الصناعة في بلدنا. لقد كان لدينا دائماً هذا الحرص على تغيير العقلية السلبية حول جودة الملابس الإيرانية، لأنه بالمعنى السليم، كانت المنتجات الإيرانية أقل شأناً في أذهان المستهلكين، ولا يزال هناك عدد قليل من هذه العقليات؛ ولهذا السبب بدأنا هذا العمل وفي السنوات الـ ١٢ الماضية مع كل المشاكل والقضايا في بلادنا والعقوبات، تمكنا من متابعة المسار كما أردنا ونأمل أن نواصل عملنا بظروف مواتية بعد ذلك.

جهدنا هو إنتاج مليون قطعة ملابس سنوياً، وقد يكون أقل وأحياناً أكثر حسب الوضع الاقتصادي للبلاد. لقد قمنا بتوسيع تنوع منتجاتنا بحيث تنتج حالياً مجموعة متنوعة من الملابس الكاجوال للنساء والأطفال والرجال والملابس الداخلية للرجال، ومن المتوقع أن تتم إضافة عناصر مثل الجينز قريباً إلى منتجات هذه المجموعة. بشكل عام، الملابس والملابس الداخلية المريحة هي من بين العناصر المتوفرة والتي تكاد تكون مكتملة في هذه السلسلة.

من المؤكد أن هناك مجالاً كبيراً للنمو في مجال الملابس في بلادنا؛ خاصة أنه في السنوات القليلة الماضية، ليس فقط بسبب العقوبات، ولكن أيضاً بسبب ارتفاع أسعار العملات، ارتفعت أسعار الماركات الأجنبية المستوردة وأصبحت تفوق القوة الشرائية للمستهلكين ذوي القوة المالية العالية. إذا قدم شخص ما عملاً من الدرجة الأولى من حيث الجودة ويتمتع بعلامة تجارية قوية ويفوز بثقة المستهلكين الإيرانيين للسلع الفاخرة، فيمكنه القيام باستثمار جيد في صناعة الملابس.

ومن أهم المشاكل هي مسألة تقلبات العملة، التي تحرم المنتجين من قوة التخطيط طويل المدى. حالياً، يبحث مصنعو الملابس عن التخطيط لعام ٢٠٢٤، وفي هذه الأثناء يرتفع سعر الدولار مرة أخرى، وفي مثل هذا الوضع لا يسود الأمن الاقتصادي والاستقرار الاقتصادي. من أجل النمو والتطور، يجب على الشركة المصنعة التخطيط والتوقع للسنوات الخمس القادمة على الأقل، ولكن تقلبات أسعار الصرف تمنع ذلك. ■

أطلق عليه الرئيس التنفيذي للعلامة التجارية اسم
«ساليان»

إلغاء التسعير الإلزامي هو المطلوب الرئيسي لنشطاء صناعة الملابس



حققت صناعة الملابس في بلادنا في السنوات الأخيرة إنجازات ونجاحات كبيرة رغم كل المشاكل والتحديات القائمة. وفي حديث مع سيد محمود محمدي، صاحب العلامة التجارية «ساليان»، اعتبر أن التسعير الإلزامي وتقلبات أسعار الصرف هي المشاكل الرئيسية لهذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

حالياً، تتعاون حوالي ٤٠ وحدة إنتاج مع ساليان، والتي تعد من أفضل وأقدم وحدات تصنيع الملابس في إيران. إحدى المعايير التي نراعيها للتعاون مع وحدات الإنتاج هي مرافق الإنتاج الخاصة بها، وقيل أن نبدأ التعاون، نقوم بإجراء الفحوصات اللازمة لهذا الغرض. مع الأخذ في الاعتبار أن لدينا مجموعة واسعة من السلع وننتج حوالي ٥٠٠ نموذج ملابس في كل موسم، ويتطلب إنتاج كل منها خبرات مختلفة، فإننا نقيس مرافق الإنتاج للوحدات التي ستتعاون معنا للحصول على المرافق المحددة التي لدينا ونكون قادرين على إنتاج سلع ذات جودة خاصة تتم الموافقة عليها من قبل وحدة مراقبة الجودة لسنوات. بالنسبة للعناصر غير الموجودة حالياً في مجموعتنا، فنحن مهتمون بالعمل مع الشركات المصنعة التي لديها القدرة على إنتاج ملابس محددة. نقوم بتحضير جزء من المواد الخام بأنفسنا وجزء آخر يتم تحضيره بواسطة وحدات الإنتاج. معظم المواد الخام أجنبية وبعضها محلي. وبطبيعة الحال، إذا تم إنتاج مواد خام ذات جودة مناسبة في الداخل، فإننا بالتأكيد سوف نرحب بهذه المواد ونستخدمها. يشار إلى أن جودة المواد الخام المنتجة بالداخل ليست عالية جداً.

تتمثل خطة التطوير لعدة سنوات في إنشاء سلسلة متاجر في جميع أنحاء إيران. وفي هذا الصدد، نعتزم افتتاح فرع واحد على الأقل في مراكز المحافظات التي يزيد عدد سكانها عن ٣٠٠ ألف نسمة. بالطبع، توقفنا عن تطوير المتاجر بسبب محدودية توريد البضائع لدينا، لكن بشكل عام، نشاطنا الرئيسي هو تطوير سلسلة المبيعات.

واحدة من أكبر مشاكلنا هي هذه القضايا وخاصة عدم استقرار سعر الصرف، لكن أكبر مشكلة في صناعة الملابس هي التسعير الإلزامي، مما يخلق مشكلة للعاملين في الصناعة كل يوم مع الإشراف غير المهني. كما أن وجود مفتشين غير محترفين وخبراء عديمي المبادئ ولا يمكن وصفهم بالخبراء يمثل مشكلة خطيرة لهذه الصناعة، وقد تسبب الإشراف غير المبدئي في معاناة هذا القطاع كثيراً. ■

حركة شركة جلدهر لتطوير الحديد والصلب في اتجاه المتغيرات العالمية



مهدي مكي آبادي

نائب رئيس التطوير والهندسة بشركة

جلدهر لتطوير الحديد والصلب

قامت شركة جلدهر لتطوير الحديد والصلب، باعتبارها واحدة من أكبر موردي المواد الخام لوحات صناعة الصلب في البلاد، في السنوات القليلة الماضية بتوجيه مناهجها لمواكبة التطورات العالمية في صناعة الصلب وتنفيذ نموذج الاقتصاد الدائري، ووضع خططاً مختلفة للتحرك في هذا الاتجاه. الطريق على جدول الأعمال.

وإدراكاً لأهمية هذه القضية، جعلت شركة جلدهر لتطوير الحديد والصلب نهج الإنتاج القائم على المعرفة أحد المبادئ المهمة لتحديد المواقع والتحرك في اتجاه التغيرات العالمية في سلسلة الصلب. يوفر هذا النهج خلفية لتشكيل اقتصاد قائم على المعرفة وتنفيذ نماذج اقتصادية جديدة ويخلق تنمية شاملة لهذه الشركة.

تسعى شركة جلدهر لتطوير الحديد والصلب إلى البحث والتطوير كمبدأ مهم وضرورة من أجل قبول التقنيات الجديدة ونهج الإنتاج القائم على العلم والمعرفة. تم تنفيذ سياسات نظام البحث والتطوير لهذه الشركة بطريقة تعمل على تحسين مكانة الشركة في سلسلة الصلب في البلاد من خلال القيام بأنشطة موجهة نحو التنمية. في الواقع، تم تشكيل نظام التطبيق هذا بهدف البحث المستقبلي وتحليل التقنيات الحالية في العالم في صناعة الصلب والتحرك بشكل متزامن مع الثورة الصناعية الرابعة.

إن إنشاء ثقافة موجهة نحو العملاء وتثبيتها وتعزيزها باعتبارها أحد المجالات المهمة في الأعمال التجارية يتطلب سرعة الحركة وزيادة قدرة المنظمة على الاستجابة لاحتياجات العملاء. إن القضية التي تضعها شركة جلدهر لتطوير الحديد والصلب في الاعتبار هي زيادة جودة المنتجات من خلال تحديث المعدات والآلات وتوفير الأجزاء الاستراتيجية وإجراء الصيانة والإصلاحات (الصافي) في الوقت المناسب. من ناحية أخرى، يتم تقييم وفحص المعلومات النوعية والكمية للمنتج بشكل مستمر من قبل الخبراء والمتخصصين في مراقبة الجودة في هذه الشركة.

وبشكل عام، فإن نموذج الاقتصاد الدائري وأعمال شركة جلدهر لتطوير الحديد والصلب في هذا المجال يحقق إنجازات شاملة لهذه الشركة، بحيث يمكنها تحويلها إلى مجمع صناعي مستقر في سلسلة الصلب. إن اعتماد المناهج القائمة على المعرفة جعل شركة جلدهر لتطوير الحديد والصلب تخطط لزيادة الطاقة الإنتاجية للحديد الإسفنجي وتطوير واستكمال مجموعة المنتجات في رؤاها طويلة المدى، بالاعتماد على القوة والخبرة الداخلية. إن تنويع المنتجات وزيادة الطاقة الإنتاجية بمنهج إنتاجي قائم على المعرفة هو تخطيط هادف واستراتيجي للتنمية، مما يزيد من القدرة التنافسية لشركة جلدهر لتطوير الحديد والصلب جنباً إلى جنب مع تطورات العلم والمعرفة الحديثة. ■

الرئيس التنفيذي ومؤسس العلامة التجارية آركيوفشن

يجب أن يذهب رأس المال إلى الفكرة

في حوار مع المهندس صدر الدين شريعتمداري، الرئيس التنفيذي ومؤسس العلامة التجارية آركيوفشن، تحدثنا عن هذه العلامة التجارية ودخوله في صناعة الملابس. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

هذه العلامة التجارية هي مزيج من كلمتين علم آثار الموضة. لا يعتمد نجاح العلامة التجارية على وجود فريق تصميم رائع. مثلما رسم بابلو بيكاسو لوحات فريدة وباعها بنفسه. ومع ذلك، يمكن استخدام العديد من الأشخاص ذوي المواهب المختلفة. في رأيي أن صناعة الأزياء تحظى بالقبول العام ونوع من الحظ الجماعي ولذلك، فإن نشاط العلامة التجارية آركيوفشن لم يقتصر على منطقة جغرافية محددة أو إيران القديمة فقط. بمعنى آخر، ليس هناك حدود محددة محددة لهذه العلامة التجارية، وأي مكان يتوافق مع تفسير اسمها هو جمهورها. ومثال على ذلك أن ماركة آركيوفشن فاجأت الجمهور التركي في جناح المعرض بإسطنبول باستخدام التصاميم القديمة لهذه المدينة.

نظراً لأن مراكز المبيعات تلعب دوراً مهماً في إضعاف العلامات التجارية أو تقويتها ويرتبط ذلك بالعديد من العوامل الاقتصادية، فإن محاولتنا في آركيوفشن هي الانتقال من التواجد فقط في مراكز المبيعات إلى الفضاء الافتراضي وعبر الإنترنت.

كما أن تاريخ إيران يشبه الجوهرة التي ينبغي على الممثلين والفنانين أن يسعوا إلى إعدادها. واليوم، من فخرنا أن أفضل المدونين والممثلين والمؤثرين في مجال السياحة يستخدمون هذه التصميمات، وهذا بديل مناسب جداً للإعلان. إذا حقق المنتج الأصال المطلوبة، فلن يحتاج إلى إعلانات.

لكي تنجح، لا ينبغي تجاهل الأفكار، لأن فكرة بسيطة قد تؤدي في يوم من الأيام إلى عمل تجاري قوي. عدم المعرفة ليس سبباً لعدم الاستثمار. ولسوء الحظ، فإن الشركات التي تعتمد على الوساطة مثل الاستثمار في السيارات والدولار قد حلت محل الشركات القائمة على الإبداع والإنتاج والتفكير.

تختلف الظروف اليوم كثيراً عن الماضي ولا يمكن أن نتوقع من الناس استخدام التصميمات والملابس القديمة. يمكن استخدام هذه الملابس فقط كوسيلة.

المشكلة الرئيسية هي أن الأموال في بلادنا لا تذهب نحو الأفكار. بمعنى آخر، بسبب عدم توفر منصة وشروط الاستثمار، لا يرغب المستثمرون في الاستثمار في فكرة معينة، ولا يتم تحديد المواقع التجارية والفكرية المناسبة بشكل صحيح. ■



وأثار رئيس مجلس إدارة نجارستان للطباعة الابتعاد عن إمكانية القيام باستثمارات جديدة في صناعة الطباعة



ويعتبر رئيس هيئة الطباعة والنشر في نجارستان أن إحدى المشاكل الأساسية لصناعة الطباعة هي المطبات والعقبات التي خلقتها الحكومة. وفي المحادثة مع فرزان قاسملي، رئيس مجلس إدارة مطبعة نجارستان، لا يوجد أي احتمال للاستثمار في هذه الصناعة، ما لم تتغير استراتيجية الحكومة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

لقد مر حوالي خمس سنوات منذ أن دخلت هذه الشركة مجال الطباعة الرقمية، ولكن كما قلت فإن النشاط الرئيسي لشركة نجارستان للطباعة هو في مجال طباعة الأوفست.

ترتبط شركة نجارستان للطباعة بالحرف اليدوية وتعمل بشكل أقل مع المكاتب الإعلانية؛ أي أننا نأخذ أمر العمل من العميل مباشرة ونقدم خدمات التصميم المميزة مثل المجسم وتدقيق الطباعة وإعداد ملف الطباعة ومن ثم يدخل في عملية الطباعة.

معظم عملاء شركة نجارستان للطباعة هم شركات الأدوية ومستحضرات التجميل والصحة. وما أن معظم خبرتنا تتركز في مجال التعبئة والتغليف وخاصة الصناديق، فقد كانت شركات مستحضرات التجميل والصحة والأدوية في الماضي هي العملاء الرئيسيين لهذه الشركة وكانوا يتفاعلون مع دار النشر نجارستان أكثر من الشركات الأخرى. وفي الوقت نفسه، تتمتع شركات الأغذية وصانعي المكونات والصناعات الأخرى بحصة أقل بين عملاء نجارستان مقارنة بشركات مستحضرات التجميل والصحة والأدوية.

وبما أن آلات معظم دور الطباعة هي من علامات تجارية أجنبية، فإن مناقشة المنافسة ترتبط أكثر بذوق المديرين والمشغلين، لأن صناعة الطباعة أكثر فنية؛ لذلك، من مكان إلى آخر، يكون ذوق المشغل والمصمم والإدارة مؤثرًا. تتمتع منتجات نجارستان للطباعة بالعديد من القدرات للتنافس مع العلامات التجارية الأخرى ونحن نعتبر أنفسنا على مستوى عالٍ من الجودة. من حيث السعر، نحن بالتأكيد لسنا أرخص دار طباعة، لكننا لا نعتبر الأعلى أيضًا.

ليس من الممكن حقًا للقطاع الخاص استيراد آلات جديدة والقيام باستثمارات حديثة في صناعة الطباعة. هناك عدد قليل من دور الطباعة في القطاع الخاص التي يمكنها تحديث أجهزتها. وفي الواقع، ونظرًا لسعر الدولار ونقص التسهيلات المصرفية ونقص الدعم من الحكومة، فإن الاستثمارات الجديدة في صناعة الطباعة غير ممكنة. تعتمد شروط الاستثمار في صناعة الطباعة حقًا على الدعم الحكومي. جزء من دعم الحكومة يجب أن يكون من خلال دفع التسهيلات البنكية لنشاط هذه الصناعة التي واجهت دائمًا العديد من التحديات.

لسوء الحظ، لم تكن هناك رؤية في السنوات الخمس الماضية؛ لذلك، كانت وجهة نظرنا دائمًا وستظل نحو تقليل حجم الاستثمار والحفاظ على الوضع الحالي. وللسوء الحظ، لا يوجد أي أفق للاستثمار في صناعة الطباعة لأن الاقتصاد مريض. وبشكل عام يمكن القول أنه لا يوجد أي أفق لتطوير وتحسين هذه الصناعة، إلا إذا تغيرت استراتيجيات الحكومة. ■

رئيس مجلس إدارة شركة فرانج آريا للطباعة يعد نقص العمالة الماهرة مصدر قلق لصناعة الطباعة



في محادثة مع محمود بيش علي، رئيس مجلس إدارة شركة فرانج آريا للطباعة، قمنا بدراسة القضايا المتعلقة بتدريب القوى العاملة والتحديات الأخرى في هذه الصناعة، مثل صعوبة الاستثمار وعدم تحديث آلات الطباعة. نقرأ أجزاء من هذا الحديث.

في البداية، كان هدف هذه المطبعة هو القيام بأنشطة في مجالي النشر والتغليف. في البداية بدأنا بالنشر، لكن في الوقت نفسه أصبح النشر ضعيفًا وتناقصت أعداد المجلات. وبعد مرور بعض الوقت، بدأنا نظامًا غير تقليدي يسمى الطباعة الهجينة، والذي في يتم إنتاجه في إيران. تعتبر هذه الطباعة فئًا ساعدنا كثيرًا في تحقيق مكانة جيدة في السوق.

معظم عملائنا هم شركات الأدوية الكبيرة والصناعات الصحية والسلووزية والصناعات الغذائية الأجنبية والمحلية وصناعات مستحضرات التجميل المحلية التي تعمل في إيران وتشعر بحساسية شديدة لجودة الإنتاج. من أجل رضا العملاء، اتخذت شركة فرانج آريا للطباعة تدابير إضافية لتسهيل الإنتاج وتدريب الموظفين ذوي الخبرة، وتمامًا مع الإنتاج، أنشأت مختبرًا مجهزًا بأجهزة تحكم حديثة ومكلفة وتوفر التسهيلات لسهولة وجود الطباعة مشرفين للأوامر.

إن الموارد الإنسانية في مجتمعنا لديها القدرة على العمل في نظامنا الإنتاجي، وإذا فصلناها عن هذا النظام وأدخلناها إلى نظام آخر مختلف عن نظامنا، فلن تكون فعالة. لقد وفرنا الظروف للقوى البشرية في شركة فرانج آريا للطباعة بحيث يمكنهم أن يصبحوا محترفين وربما لا يمكنهم التصرف بهذه الطريقة في أي مكان آخر. قضية التعليم هي الشغل الشاغل لصناعة الطباعة.

تتقدم إيران في صناعة الطباعة مقارنة ببعض الدول المحيطة والمجاورة، لكن هذا ليس هو الحال مقارنةً بدي مثلًا، فهي أكثر تقدمًا، لأنه من السهل الاستثمار هناك والتسهيلات مدفوعة بسهولة. سر التقدم في صناعة التعبئة والتغليف هو أنه يتم تحديث الأسطول وآلات التعبئة والتغليف، ولكن مرت سنوات قليلة على دخول آلة طباعة جديدة وجديدة وحديثة إلى بلادنا، والسبب في ذلك هو صعوبة الاستثمار فيها. صناعة الطباعة.

في السنوات الماضية، واجهت نقابة المطبعين صعوبةً وهبوطًا وكانت جودة تواصلها مع أعضائها سيئة. وبطبيعة الحال، بدأ فريق الإدارة الحالي للاتحاد بطريقة مختلفة وقام بالأنشطة المناسبة. ■



اقترح مدير تطوير السوق للعلامة التجارية سنايك

سنايك؛ مزود التعبئة والتغليف الدائم

سنايك هي مجموعة تم تشكيلها بهدف الترويج للعلامة التجارية من خلال إنتاج عبوات متينة وتغليف الهدايا. هذه هي العلامة التجارية الرائدة والرائدة في إنتاج الصناديق الصلبة عالية الجودة. في محادثة مع محمد حدادي بور، مدير تطوير سوق العلامة التجارية سنايك، قمنا بالتحقق من أنشطة هذه المجموعة، نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تنتج سنايك مجموعة متنوعة من المنتجات أبرزها الصناديق الصلبة والصناديق الصلبة، وهي منتجات فاخرة ومتينة وهي السمة المميزة الرئيسية لدينا مقارنة بالعلامات التجارية الأخرى. وفي ما يلي سأحدث عن أبرز الميزات التي تميز علامتنا التجارية في إنتاج هذه الصناديق الفاخرة والدائمة. السمة الأولى هي الإبداع، وأحياناً تنتج منتجات ليس لها حتى أمثلة مماثلة في الخارج أو تم تصميمها وإنتاجها بعد أن فعلنا ذلك. في الواقع، بعض منتجاتنا لم يتم نسخها بعد سنوات، وبعضها تم نسخها بعد عدة سنوات. بطريقة ما، يمكن القول أن العلامة التجارية سنايك هي الرائدة في صناعة الصناديق الصلبة. إن الاهتمام الخاص بجودة المنتجات هو السمة الثانية لهذه المجموعة. منذ بداية تأسيس سنايك وحتى الآن كان لدينا هوس وحساسية خاصة بالجودة من أجل القيام بأي نوع من العمل.

في هذه المجموعة لدينا خطط تطوير مستمرة ونعمل عليها. ونأمل أن نحقق أهدافنا المنشودة مع المشاكل الاقتصادية السائدة في البلاد. يعد تطوير المنتج أحد الأهداف والبرامج الأخرى المرغوبة التي نقوم بها. التطوير الجسدي وتطوير الآلات مدرج أيضاً في جدول أعمال سنايك، والذي سيستمر في السنوات القادمة.

في الأسواق المحلية، نتعاون مع أصحاب الأعمال والعلامات التجارية المحلية من الدرجة الأولى في جميع أنحاء إيران وفي المناطق التي توجد فيها حاجة لهذا النوع من التغليف الفاخر وطويل الأمد. في الأسواق الدولية، يكون التواصل المباشر مع العملاء الأجانب محدوداً للغاية، وهو ما يحدث أحياناً بسبب العقوبات. بالطبع، كان التواجد في الأسواق الخارجية موجوداً في شكل تعاون غير مباشر وقمنا ببعض الأعمال، ومع ذلك، نأمل أنه نظراً لتنوع وأسلوب منتجاتنا، سيتم توفير الظروف للتفاعل المباشر مع العملاء الدوليين في الخارج الأسواق. ■



رئيس غرفة التجارة الإيرانية الروسية المشتركة ويؤدي الافتقار إلى البنية التحتية التجارية إلى انخفاض قيمة التبادلات التجارية



الغرفة المشتركة هي منظمة وطنية غير ربحية وغير حكومية مسجلة في غرفة إيران مهمتها تطوير النشاط الاقتصادي مع البلد المستهدف، والهدف الأهم من إنشاء مثل هذه المنظمة هو الجهد المبذول لتوسيع التواصل والعلاقات

بين الصناعيين ورجال الأعمال الإيرانيين والدولة الأخرى في مجال التجارة. الصناعة والخدمات والزراعة والتعدين وغيرها من الأمور ذات الصلة. في محادثة مع هادي تيزهوش تابان، رئيس غرفة التجارة المشتركة بين إيران وروسيا، بحثنا في حالة العلاقات التجارية بين البلدين.

وصلت القيمة الإجمالية للتجارة بين إيران وروسيا في عام ٢٠٢٢ إلى أعلى مستوى لها منذ ٥ سنوات حتى هذا العام. (زيادة حوالي ٤٪ مقارنة بـ ١٤٠٠). وبلغ إجمالي التجارة بين هاتين البلدين في العام المذكور نحو ٢,٣ مليار دولار، منها ٦٨٪ أي ما يعادل ١,٦ مليار دولار تعود إلى قيمة واردات إيران من روسيا، والباقي أي ما يعادل ٧٥١ مليون دولار. المخصصة لصادرات إيران إلى هذا البلد. ملك. وخلال الستة أشهر الأولى من عام ٢٠٢٣ هـ بلغ إجمالي قيمة التجارة بين إيران وروسيا نحو ١,٤ مليار دولار (٤٤٠ مليون دولار صادرات و٩٢٥ مليون دولار واردات)، والتي شهدت نمواً بنسبة ١١,٥٪ مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي. الميزان التجاري بين إيران وروسيا كان دائماً إيجابياً بالنسبة لروسيا. ومن أهم العناصر التصديرية إلى روسيا أيضاً، يمكن أن نذكر جميع أنواع الفواكه والخضروات، بما في ذلك الكيوي والفلفل والروبيان والفستق وغيرها، ومن بين هذه السلع القمح والخشب والذرة وزيت الطعام والشعير والعدس وغيرها. أهم العناصر المستوردة من هذا البلد.

لكن مضاعفة العلاقات التجارية بين البلدين ثلاث مرات في هذه الفترة الزمنية يتطلب تغييرات ضخمة في البنية التحتية، وبدونها سيكون من الصعب تحقيق هذه الرؤية. ومن ناحية أخرى، ينبغي الاهتمام بمسألة حصة إيران من هذه الزيادة في التبادلات التجارية وإلى أي مدى سيؤثر ذلك على توازن الميزان التجاري بين البلدين.

العملة متعددة الأسعار وسياسة الحصول على التزامات النقد الأجنبي من المصدرين، والتضخم الذي يحكم اقتصاد البلاد، والطبيعة الموجهة نحو العرض للمنتجات المصنعة للتصدير وعدم فهم متطلبات ومعايير وأذواق السوق المستهدفة، وعدم وجود البنية التحتية التجارية وإطالة أمد عملية التصدير بسبب البيروقراطية الإدارية. وهي إحدى المشاكل التي يمكن أن تمنع تحقيق هذا الهدف أو الرؤية.

إن الاهتمام بفتحة بحر قزوين يلعب دوراً حيوياً وأساسياً في تنمية التجارة الإيرانية، ولم يتم تناوله بالشكل الكافي. ويعد تطوير أسطول النقل البحري إلى جانب أسطول النقل البري والسكك الحديدية أحد متطلبات واحتياجات تطوير العلاقات التجارية بين البلدين ويجب أن يكون على

أجندة المخططين. ■

ضرورة خلق هيكل للدبلوماسية الاقتصادية للبلاد



في مقابلة مع رامين مهمانبرست، المتحدث الرسمي السابق لوزارة الخارجية ورئيس مركز الدبلوماسية العامة في هذه الوزارة، تناولنا السياسات العامة لهذه الوزارة المهمة في مجال الدبلوماسية الاقتصادية. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

وفي هذا المركز تم وضع مجموعة الأعمال التي يمكن أن تكون مكملة للسياسة الخارجية مثل العمل الثقافي والإعلامي والرياضي وأي قضية تدخل في دائرة الدبلوماسية العامة، تحت عنوان الإدارات المختلفة تحت المتحدث الرسمي لوزارة الخارجية، والتي لا تزال مستمرة.

وفي فترات مختلفة بُذلت جهود كثيرة لتطوير العلاقات الخارجية، كما بُذلت جهود كثيرة في الحكومة الحالية، وبطبيعة الحال، أعتقد أنه ينبغي اتخاذ المزيد من التدابير، لأن أحد أسباب عدم وصولنا إلى الهدف الذي تريده السلطات هو هيكل وزارة الخارجية، الذي يحتاج إلى التغيير. وفي الهيكل الحالي لوزارة الخارجية يوجد وكيل للدبلوماسية الاقتصادية، ووكيل للشؤون السياسية، وقد يظن البعض أن وجود وكيل للدبلوماسية الاقتصادية في وزارة الخارجية يعني أن هذه الوزارة تدفع مبلغاً كبيراً الكثير من الاهتمام بالدبلوماسية الاقتصادية. وأعتقد أن هذا الهيكل الخاطئ يؤثر على وزارة الخارجية، لأنه لا ينبغي أن يقوم سوى نائب واحد في هذه الوزارة بالعمل الاقتصادي، ويجب أن تكون أولوية الجسم بأكمله هي الدبلوماسية الاقتصادية. في عالم اليوم، لا توجد علاقة تتمتع بالاستقرار والاستقرار دون تحديد العلاقة الاقتصادية، وإذا لم يتم تحديد المصالح، بأقل تغيير في أحداث العالم السياسية، ستتغير نظرة الدولة إلينا. المشكلة الثانية هي أننا عندما نحدد النائب الاقتصادي، أي أننا نقسم وزارة الخارجية موضوعياً، وإلى جانب ذلك لدينا النائب السياسي. وفي وزارة الخارجية، يتولى النائب السياسي مسؤولية العلاقات الثنائية مع كافة الدول؛ أي أن نائب الرئيس الذي عليه التعامل مع دول أخرى ليس لديه مهمة اقتصادية محددة له، وقد حددنا هذه المهمة لنائب رئيس آخر، ومن الممكن تلقائياً خلق تصور بأن نائب الرئيس السياسي يجب أن يؤديها المهام غير الاقتصادية عيب آخر هو أنه عندما يكون لديك نائب اقتصادي؛ وهذا يعني أن على النائب أن يطور العلاقات مع كل دول العالم بمفرده، وهي مهمة صعبة للغاية. اقترحنا هو أن يتم تغيير هيكل وزارة الخارجية من الوضع المواضيعي إلى الوضع الإقليمي، مما يؤدي إلى زيادة قوة وزارة الخارجية في الدبلوماسية الاقتصادية. ■

تنمية الصادرات من خلال تنفيذ خطة الريال عبر الحدود



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

ومن أهم طرق منع هروب رؤوس الأموال في البلاد هو تنفيذ خطة حوكمة الريال، والتي إذا تم تنفيذها بشكل صحيح، ستساهم بالتأكيد في زيادة قيمة العملة الوطنية وحوكمة الريال في البلاد وتقليص الدولار كما العملة المحلّة أن تقلل من تأثير الدولار على الدورة الاقتصادية للبلاد، وبالتالي تكون وسيلة لتجاوز العقوبات وتحييدها.

كما تم إضفاء الطابع الرسمي على خطة إلغاء الدولار في ميزانية عام ٢٠٢٤ من خلال استبدال اليورو بالدولار. وبعد الصين التي تحاول تقليل اعتمادها على الدولار في التجارة الدولية، اتخذت دول مثل روسيا وإيران أيضاً خطوات في هذا الاتجاه وتحاول استخدام تسهيلات هذه المنظمة كأداة مقابل الدولار في التبادلات من خلال تعزيزها. وجودها في مجموعة دول البريكس تستخدم دولياً. ومع تنفيذ هذه الخطة، سيتم حل طلبات المصدرين لتصدير الريال إلى أفغانستان أو العراق، وسيكون بمقدورهم تسوية التزاماتهم من النقد الأجنبي بالريال الخارجي. وبطبيعة الحال، فإن حكم الريال في بورصات البلاد وضعف نفوذ الدولار يمكن أن يشكل صدمة لسوق العملات ويؤثر على انخفاض سعر الصرف. وإذا ظهر مثل هذا التأثير على سعر الصرف، فإنه سيؤثر على أسعار السلع المستوردة والمواد الأولية وتكاليف الإنتاج وبالتالي على معدل التضخم. وبطبيعة الحال، كل هذه التأثيرات مشروطة بأن تكون الحكومة أكثر اجتهاداً من ذي قبل في مكافحة الفساد الاقتصادي وقطع أيدي التجار والمستأجرين، والتصدي الجاد لظاهرة التهريب التي تعد أحد العوامل الأساسية. من التضخم. من ناحية أخرى، إذا عادت العملة التي تم الحصول عليها من الصادرات إلى البلاد وتم تحرير معظم موارد النقد الأجنبي المحبوبة، فيمكن أن تكون فعالة في تحسين البيئة الاقتصادية وخفض التضخم بالتوازي مع تنفيذ خطة الريال في الخارج. ومن المؤكد أن حكم الريال سيفيد المنتجين الذين يضطرون إلى الاستيراد مع تقلبات العملة، وهذه التقلبات تؤثر دائماً على السعر النهائي للإنتاج. إذا تم تنفيذ هذه الخطة بشكل صحيح، فإنها يمكن أن تؤدي إلى استقرار وسلام السوق، وهذا الاستقرار للسوق سيؤثر على أسعار السلع في السوق، مما في ذلك سوق السيارات المضطرب.

وعلى أي مستوى سيتم تنفيذ هذه الخطة، يحتاج البنك المركزي إلى مزيد من التحقيقات، ومن المحتمل أن يكون على مستوى يلبي احتياجات تجار مشهد لتسهيل الصادرات إلى أفغانستان. الأمر المؤكد هو أنه إذا أمكن تنفيذ المشروع الخارجي على نطاق واسع وبنجاح، فقد يكون حلاً للتعايش على العقوبات. ومن المؤكد أن التنفيذ الناجح لهذا المشروع سيساهم بشكل كبير في تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي اللاحق للبلاد. يمكن للمصنعين أيضاً أن يكونوا أكثر ثقة في إنتاج منتجات ذات جودة تنافسية في الأسواق العالمية. ■

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: حقوق: ☐ حقیقی: ☐

نشانی کامل پست:

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 ۰۴-۰۲۹۰-۰۱۹۶۵-۰۰۱۰-۰۰۰۰-۰۱۷۰-۰۱۴۹ 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 former head of the Public Diplomacy Center stated The necessity of creating a structure for the country's economic diplomacy



In an interview with Ramin Mehmanparast, the former spokesperson of the Ministry of Foreign Affairs and the head of the public diplomacy center of this ministry, we examined the general policies of this important ministry in the field of economic diplomacy. We read parts of this interview.

In this center, the set of actions that could be complementary to foreign policy, such as cultural, media and sports work and any issue that fits into the circle of public diplomacy, were placed under the title of various departments under the spokesperson of the Ministry of Foreign Affairs, which is still ongoing.

In different periods, many efforts have been made to develop foreign relations, and a lot of efforts have been made in the current government. Of course, I believe that much more measures should be taken, because one of the reasons why we are not reaching the goal desired by the authorities is the structure of the Ministry of Foreign Affairs, which needs to be changed. In the current structure of the Ministry of Foreign Affairs, there is a Deputy for Economic Diplomacy and a Deputy for Political Affairs, and some may think that the existence of a Deputy for Economic Diplomacy in the Ministry of Foreign Affairs means that this ministry pays a lot of attention to economic diplomacy. I believe that this wrong structure affects the Ministry of Foreign Affairs, because only one deputy of this ministry should not do economic work and the priority of the entire body should be economic diplomacy. In today's world, no relationship has stability and stability without defining the economic relationship, and if interests are not defined, with the smallest change in the world's political events, a country's view of us will change. The second problem is that when we define an economic deputy, that is, we divide the Ministry of Foreign Affairs thematically, and next to that we have the political deputy. In the Ministry of Foreign Affairs, the political deputy is responsible for bilateral relations with all countries; That is, the vice president who has to deal with other countries does not have an economic task defined for it, and we have defined this task for another vice president, and it is possible to automatically create the perception that the political vice president should perform non-economic tasks. Another drawback is that when you have an economic deputy; This means that the deputy must develop relations with all the countries of the world alone, which is a very difficult task. Our suggestion is that the structure of the Ministry of Foreign Affairs should be changed from thematic mode to the regional mode, which leads to the increase of the power of the Ministry of Foreign Affairs in economic diplomacy. ■

Head of the Iran-Russia Joint
Chamber of Commerce

Lack of commercial infrastructure leads to a decrease in the value of commercial exchanges



The Joint Chamber is a national, non-profit and non-governmental organization registered in the Chamber of Iran with the mission of developing economic activity with the target country, and the most important goal of creating such an organization is the effort to expand the communication and relations between Iranian industrialists and businessmen and the other country in the field of trade. Industry, services, agriculture, mining and other related matters. In a conversation with Hadi Tizhoosh Taban, the head of the joint chamber of commerce of Iran and Russia, we examined the state of the trade relations between the two countries.

The total value of trade between Iran and Russia in 1401 has reached its highest level in 5 years leading to this year. (An increase of about 4% compared to 1400). The total trade figure of these two countries in the mentioned year was about 2.3 billion dollars, of which 68%, equivalent to 1.6 billion dollars, belonged to the value of Iran's imports from Russia, and the rest, equivalent to 751 million dollars, was allocated to Iran's exports to this country. had. During the first 6 months of 1402, the total trade value between Iran and Russia was about 1.4 billion dollars (440 million dollars in exports and 925 million dollars in imports), which experienced an 11.5% growth compared to the same period last year, and the trade balance between Iran and Russia has always been positive for Russia. Also, among the most important export items to Russia, we can mention all kinds of fruits and vegetables, including kiwi and pepper, shrimp, pistachio, etc. Wheat, wood, corn, edible oil, barley, lentils, etc. are among the most important items imported from this country.

But the tripling of trade relations between the two countries in this period of time requires huge infrastructural changes, without which it will be difficult to realize this vision. On the other hand, attention should be paid to the issue of Iran's share of this increase in trade exchanges and to what extent this will affect the balancing of the trade balance of the two countries. Multi-rate currency and the policy of obtaining foreign exchange commitments from exporters, inflation ruling the country's economy, the supply-oriented nature of manufactured products for export and the lack of understanding of the requirements, standards and tastes of the target market, the lack of commercial infrastructure and the prolongation of the export process due to administrative bureaucracy. It is one of the problems that can prevent the realization of this goal or vision.

Paying attention to the category of the Caspian Sea plays a vital and fundamental role in the development of Iran's trade, and it has not been adequately addressed. The development of the sea transport fleet along with the land and rail transport fleet is one of the requirements and needs of the development of trade relations between the two countries and should be on the agenda of the planners. ■

Chairman of the Board of Directors of Fararang Aria Printing Company The shortage of skilled labor is a concern for the printing industry



In a conversation with Mahmoud Pish Ali, Chairman of the Board of Directors of Fararang Aria Printing Company, we examined the issues in workforce training and other challenges in this industry, such as the difficulty of investment and the lack of modern-

ization of printing machines. We read parts of this conversation.

At first, the aim of this printing house was to carry out activities in the two fields of publishing and packaging. At first, we started publishing, but at the same time, publishing became weak and the number of magazines decreased. After some time, we started an unconventional system called hybrid printing, which was not produced in Iran.

This printing is an art that helped us a lot to achieve a good position in the market.

Most of our customers are large pharmaceutical companies, health and cellulose industries, foreign and domestic food industries, and domestic cosmetics industries that operate in Iran and are very sensitive to production quality. For the satisfaction of the customers, Fararang Aria Printing Company has taken additional measures to facilitate production and train experienced personnel, and in line with production, it has established a laboratory equipped with modern and expensive control devices and providing facilities for the easy presence of print supervisors for orders.

The humane resources in our complex has the ability to work in the our production system, and if we separate it from this system and introduce it into another that is different from our system, it will no longer be effective. We have provided conditions for the human forces in Fararang Aria Printing Company that they can become professionals and maybe they cannot act like this anywhere else. The issue of education is the concern of the printing industry.

Iran is ahead in the printing industry compared to some of the surrounding and neighboring countries, but this is not the case compared to Dubai, for example, and they are more advanced, because it is easy to invest there and the facilities are easily paid. The secret of progress in the packaging industry is that the fleet and packaging machines are being modernized, but it has been a few years since a new, new and modern printing machine entered our country, and the reason for this is the difficulty of investing in the printing industry.

In the past years, the print union has faced ups and downs and the quality of its communication with its members has been poor. Of course, the current management team of the union started in a different way and has performed appropriate activities. ■

World of INVESTMENT

Export development by implementing the cross-border Rial plan

One of the most important ways to prevent capital flight in the country is the implementation of the rial governance plan, which, if implemented correctly, will definitely contribute to increasing the value of the national currency and rial governance in the country and diminishing the dollar as the ruling currency of the economy. Commercial exchanges through local currencies can reduce the impact of the dollar on the country's economic cycle and thus be a way to bypass and neutralize sanctions.

The plan to eliminate the dollar in the 1403 budget has also been formalized by replacing the euro with the dollar. After China, which is trying to reduce its dependence on the dollar in international trade, countries such as Russia and Iran have also taken steps in this direction and are trying to use the facilities of this organization as a tool against the dollar in exchanges by strengthening their presence in the BRICS group of countries. Used internationally. With the implementation of this plan, exporters' requests to export Rials to Afghanistan or Iraq will be resolved, and they will be able to settle their foreign exchange obligations with overseas Rials. Of course, the rule of the rial in the country's exchanges and the weakening of the dollar's influence can be a shock to the currency market and affect the decrease in the exchange rate. If such an effect on the exchange rate is evident, it will affect the price of imported items, raw materials and production costs and subsequently the inflation rate.

Of course, all these effects are conditioned on the fact that the government is more diligent than before in fighting economic corruption and cutting off the hands of dealers and rent-seekers, and seriously confronting the phenomenon of smuggling, which is one of the main factors of inflation. On the other hand, if the currency obtained from exports returns to the country and most of the blocked foreign exchange resources are released, it can be effective in improving the economic environment and reducing inflation in parallel with the implementation of the overseas rial plan. Rial rule will definitely benefit producers who have to import with currency fluctuations, and these fluctuations have always affected the final price of production. If this plan is implemented correctly, it can lead to the stability of the market and this stability of the market will affect the price of goods in the market, including the turbulent car market.

At what level this plan will be implemented, the Central Bank needs further investigations, and it will probably be at a level that meets the needs of Mashhad merchants to facilitate exports to Afghanistan. What is certain is that if the offshore project can be implemented on a large scale and successfully, it can be a solution to circumvent sanctions. The successful implementation of this project will definitely contribute significantly to the development of exports and subsequent economic growth of the country. Manufacturers can also be more confident in the production of products with competitive quality in global markets. ■



*Dr. Mehdi Karimi Tafreshi
Chairman of the
UN-UNESCO Silk Road
Business Working Group*

The movement of Golgothar Iron and Steel Development Company in the direction of global changes



Mahdi Makibadi
Vice President of Development and Engineering of Gol Gohar Iron and Steel Development Company

Golgothar Iron and Steel Development Company, as one of the largest suppliers of raw materials for the country's steelmaking units, in the last few years has directed its approaches to keep pace with the global developments in the steel industry and the implementation of the circular economy model, and has made various plans to move in this direction. The route is on the agenda.

Being aware of the importance of this issue, Golgothar Iron and Steel Development Company has made the approach of knowledge-based production one of the important principles of positioning and moving in the direction of global changes in the steel chain. This approach provides a background for the formation of a knowledge-based economy and the implementation of new economic models and creates an all-round development for this company.

Golgothar Iron and Steel Development Company pursues research and development as an important and necessary principle in order to accept new technologies and a production approach based on science and knowledge. The policies of the research and development system of this company have been carried out in such a way to improve the position of the company in the country's steel chain by carrying out development-oriented activities. In fact, this application system has been formed with the aim of future research, analysis of the world's current technologies in the steel industry and moving in sync with the fourth industrial revolution.

Creating, stabilizing and promoting a customer-oriented culture as one of the important areas in business requires agility and increasing the organization's ability to respond to customers' needs. The issue that Golgothar Iron and Steel Development Company keeps in mind is to increase the quality of products by updating equipment and machinery, providing strategic parts and carrying out maintenance and repairs (net) at the right time. On the other hand, the qualitative and quantitative parameters of the product are continuously evaluated and checked by the experts and quality control specialists of this company.

In general, the circular economy model and the actions of Golgothar Iron and Steel Development Company in this area bring all-round achievements to this company, so that it can turn it into a stable industrial complex in the steel chain. The adoption of knowledge-based approaches has made the Golgothar Iron and Steel Development Company plan to increase the production capacity of sponge iron and develop and complete the product portfolio in its long-term visions, relying on internal power and expertise. Diversifying products and increasing production capacity with a knowledge-based production approach is a targeted and strategic planning for development, which increases the competitive power of Golgothar Iron and Steel Development Company along with the developments of modern science and knowledge. ■

The chairman of the board of directors of Negarestan Press raised

Moving away from the possibility of new investments in the printing industry



The head of the Negarestan Printing and Publishing Board considers one of the basic problems of the printing industry to be the bumps and obstacles created by the government. In the conversation with Farzan Ghasemloo the chairman of the board of directors of Negarestan Press, there is no prospect of investment in this industry, unless the government's strategy changes. We read parts of this interview.

It has been about five years since this company entered the field of digital printing, but as I said, the main activity of Negarestan Printing is in the field of offset printing.

Negarestan company is connected to first-hand crafts and works less with advertising offices; That is, we take the work order directly from the customer and provide distinctive design services such as mock-up, print proofreading and print file preparation, and then it enters the printing process.

Most of the customers of Negarestan Printing are pharmaceutical, cosmetic and health companies. Since most of our expertise is in the field of packaging and especially boxes, in the past cosmetic, health and pharmaceutical companies were the main customers of this company and they interacted with Negarestan Publishing more than other companies. Meanwhile, food companies, component makers and other industries have a smaller share among Negarestan's customers than cosmetic, health and pharmaceutical companies.

Since the machines of most printing houses are from foreign brands, the discussion of competition is more related to the taste of managers and operators, because the printing industry is more artistic; Therefore, from one place to the next, the taste of the operator, designer and management is influential. Negarestan products have many capabilities to compete with other brands and we consider ourselves to be at a high level of quality. In terms of price, we are definitely not the cheapest printing house, but we are not considered the most expensive either.

It is not really possible for the private sector to import new machines and make up-to-date investments in the printing industry. There are few printing houses in the private sector that can upgrade their machines. In fact, due to the price of the dollar, the lack of bank facilities and the lack of support from the government, new investments in the printing industry are not possible. Investment conditions in the printing industry really depend on government support. Part of the government's support should be through the payment of bank facilities to the activists of this industry, which has always faced many challenges.

Unfortunately, there was no vision in the last 5 years; Therefore, our perspective has always been and will be towards reducing the amount of investment and maintaining the existing situation. Unfortunately, there is no prospect for investment in the printing industry because the economy is sick. In general, it can be said that there is no prospect for the development and improvement of this industry, unless the government's strategies change. ■

It was mentioned by the CEO of the
“Salian” brand

Eliminating mandatory pricing is the main demand of clothing industry activists



In recent years, the clothing industry in our country has achieved significant achievements and successes despite all the existing problems and challenges. In a conversation with Seyed Mahmoud Mohammadi, the owner of the “Salian” brand, he

considers mandatory pricing and exchange rate fluctuations to be the major problems of this industry. We read parts of this interview.

Currently, about 40 production units cooperate with Salian, which are among the best and oldest clothing manufacturing units in Iran. One of the parameters we consider for cooperation with production units is their production facilities, and before we start cooperation, we do the necessary checks for this purpose. Considering that we have a wide range of goods and we produce about 500 clothing models each season, the production of each of which requires different expertise, we measure the production facilities of the units that are going to cooperate with us to have the specific facilities we want, and be able to produce goods with special quality to be approved by the quality control unit for years. For items that are not currently in our collection, we are interested in working with manufacturers who have the ability to produce specific garments.

We prepare part of the raw materials ourselves and another part is prepared by production units. Most of the raw materials are foreign and some are domestic. Of course, if raw materials of suitable quality are produced inside, we will definitely welcome and use these materials. It is noteworthy that the quality of the raw materials produced inside is not very high.

The development plan for several years is to create chain stores throughout Iran. In this regard, we intend to open at least one branch in the centers of provinces with a population of more than 300,000 people. Of course, we have stopped the development of stores due to the limitation we have in supplying goods, but in general, our main activity is in the development of the sales chain.

One of our biggest problems is these issues and especially the lack of stability of the exchange rate, however, the biggest problem of the clothing industry is the mandated pricing, which creates a problem for the industry's operators every day with unprofessional supervision. Also, the existence of unprofessional inspectors and unprincipled experts who cannot be called experts is a serious problem for this industry, and unprincipled supervision has caused this sector to suffer a great deal. ■

CEO and creator of Archeofashion
brand

Capital must go to the idea

In a conversation with engineer Sadroddin Shariatmadari, the CEO and creator of Archeofashion Fashion brand, we talked about this brand and his entry into the clothing industry. We read parts of this interview. This brand is a combination of two words archeology of fashion.

The success of a brand does not depend on having a great design team. Just as Pablo Picasso painted and sold unique paintings on his own. However, many people with different talents can be used. In my opinion, the fashion industry has general acceptance and a kind of collective luck

Therefore, the activity of the Archeofashion brand was not limited to a specific geographical area or only ancient Iran. In other words, there is no specific boundary defined for this brand, and any place that matches the interpretation of its name is its audience. An example of this is the fact that the Archeofashion Fashion brand surprised the Turkish audience at the Istanbul exhibition stand by using the ancient designs of this city. Since sales centers play an important role in weakening or strengthening brands and it is related to many economic parameters, our attempt at Archifashion is to move from being only in sales centers to the virtual and online space.

Iran's history is also like a jewel that actors and artists should seek to prepare. Today, one of our prides is that the best bloggers, actors and tourism influencers use these designs, and this is a very suitable alternative to advertising. If a product achieves its desired authenticity, it will not need advertising.

In order to succeed, ideas should not be ignored, because a simple idea may one day lead to a powerful business. Not knowing is not a reason not to invest. Unfortunately, today broker-type businesses such as investing in cars and dollars have taken the place of businesses based on creativity, production and ideation.

Today's conditions are very different from the past and people cannot be expected to use old designs and clothes. Only these clothes can be used as a media.

The main problem is that in our country, funds do not go towards ideas. In other words, due to the lack of investment platform and conditions, investors have no desire to invest in a specific idea, and suitable commercial and intellectual positions are not defined correctly. ■



The founder and CEO of Celebon online store said

Smuggling is an annoying competitor of the clothing industry



In recent years, online stores that offer goods in different fields have flourished, and since about four years ago, following the spread of Corona, these stores have gained a more important and special position. In a conversation with Shahrokh Jafari, the founder and CEO of the Celebon online store, we examined the state of this industry and this collection. We read parts of this interview.

Currently, Celebon has 15 branches in different cities of the country, 5 of which are located in Tehran. About 530 people are working directly in this store, of course, until about three months ago, the indirect employment of this complex was 1200 people. We are the third generation in the field of textiles and clothing, and we have an online store at celebon.ir, which was launched three years ago, and we also have a page called celebon89 in cyberspace, which are very linked.

It is worth mentioning that the launch of Sale Ben had nothing to do with the spread of the Corona virus, but we simply felt the need to provide this possibility in cities and regions where there are no stores or for people who are interested in the online shopping model. Needless to say, in general, our products include everyday wear, and our target is the upper middle class of society. The men's and women's collection had already started and the children's collection has almost started and is being presented in several stores.

We have a holding company that has a weaving part and we also have a fabric factory. Of course, sometimes we buy fabrics such as denim that we don't have a factory or some new fabrics from outside the collection. In general, our products are 100% Iranian, and celebon is famous for being made in Iran.

Last year we sold 1 million 200 thousand clothes and this year our goal is to sell 1 million 500 thousand clothes. The amount of production will reach 2 million this year and if we can continue like this in the second 6 months of the year, sales will lag behind production. The only competition we have is smuggling. I want to emphasize again the issue of smuggling, which should be taken seriously by the authorities and people. I tell the producers and sellers in this trade that we also commit violations and we must think about the future and if the import of clothing is freed, maybe other things will happen that cannot be easily prevented. ■

The member of the board of directors of Aria Tirazheh Noor "Sevix" company said

Fluctuation of exchange rate is a big problem of clothing industry



Aria Tirazheh Noor Company with Sevix brand started its activity in the field of clothing production since 2011. In a conversation with Hamid Noori, a member of the board of directors of Aria Tirazheh Noor Company, we investigated the situation of this company. We read parts of this conversation

Our goal of starting the activity in the clothing industry and launching the Sevix brand was to do more in the national production issue, considering the weaknesses of this industry in our country. We have always had this concern to change the negative mindset about the quality of Iranian clothing, because in the common sense, Iranian products were inferior in the minds of consumers, and there are still a few of these mindsets; That's why we started this work and in the last 12 years with all the problems and issues in our country and the sanctions, we were able to follow the path as we intended and we hope to continue our work with favorable conditions after this.

Our effort is to produce one million pieces of clothing annually, which may be less and sometimes more depending on the country's economic situation. We have expanded our product variety in such a way that we currently produce a variety of women's, children's, men's casual clothes and men's underwear, and it is expected that soon items such as jeans will be added to the products of this collection. In general, comfortable clothes and underwear are among the available items that are almost complete in this basket.

There is definitely a lot of room for growth in the field of clothing in our country; especially because in the last few years, not only because of the sanctions, but also because of the rise in currency prices, the prices of imported foreign brands have increased and are beyond the purchasing power of consumers with high financial power. If someone provides first-class work in terms of quality has strong branding and wins the trust of Iranian luxury consumers, he can make a good investment in the clothing industry.

One of the most important problems is the issue of currency fluctuation, which takes away the power of long-term planning from producers. Currently, garment manufacturers are looking for planning for 2024, and meanwhile, the dollar rate is increasing again, and in such a situation, economic security and economic stability do not prevail. In order to grow and develop, a manufacturer must plan and forecast for at least the next 5 years, but the exchange rate fluctuations prevent this. ■

CEO of Jahan Orum Oyaz Company Manufacturers are caught up in rapidly changing government regulations



A short time after its establishment, Jahan Orum Oyaz Company has become the largest production unit of rumble fabric and curtain decor in the field of knitting fabrics in Iran. In order to further investigate the activities of this company, we have conducted an interview

with Alireza Noori, the CEO of Jahan Orum Oyaz Company and also the head of the textile working group of Iran Textile Association. We read parts of this interview. With a monthly production of approximately 2.5 million square meters and 30 million square meters annually, our collection has provided about 60% of the country's needs alone. In these 5 years of activity, until now 24 small and large companies have started to produce, currently more than 10 thousand people have been directly employed. In fact, we sought to serve the dear people of our country by using our past years' experience.

Jahan Orum Oyaz Company has achieved many successes in almost 5 years. We are the holder of the Iranian standard and the European Eco100 standard (for 3 years), and we were actually the first company to receive the Iranian standard in the field of knitting fabric. We are currently exporting the fabrics we used to Iraq, Turkey and Uzbekistan and indirectly to Italy.

Despite the sharp increase in currency prices, one of the most important things that Jahan Orum Oyaz Company has undertaken as a leader in the rumble fabric industry is the stability of prices, so that prices have been kept stable for 3 years from 2021 to 2024, and this has caused it happened that many customers who were looking for foreign goods were directed towards Iranian goods. In a completely transparent manner, the monthly price is sent to the Somat office and the office of Anjuman Nasaji of Iran. Despite our colleagues' complaints about this issue, the consumer is our priority.

Not only rumble cloth manufacturers but all manufacturers are against government currency for imports. Tariffs have no effect when the dollar is allocated to the importer at 25% below the market price; Therefore, policies have been against production and this view must change.

Undoubtedly, we need more investments in the manufacturing industry (not just rumble cloth); On the condition that the policies are amended and I repeatedly answer some questions about our request to the government, it should monitor and avoid direct interference in the work of producers, and we should also be stable in the field of laws. Some measures such as granting fixed capital loan or working capital loan should be done.■

World of
INVESTMENT

Member of the board of directors and
manager of Jahan Orum Oyaz factory
said

Mandatory support of production is not a solution

Since 2019, Jahan Orum Oyaz company has started its activities in the field of producing all kinds of furniture and curtain fabrics and is the only holder of the national standard mark of Iran in the field of producing furniture and curtain fabrics and has the European Ecotex standard mark in the field of producing these fabrics.

In order to learn more about the activities of this company, we have conducted an interview with Ali Hemti, a member of the board of directors and the manager of Jahan Orum Oyaz factory. You are reading parts of this interview.

About 1,300 people directly and more than 12,000 people cooperate with this company indirectly. Before the start of this company, furniture fabrics were not produced in the country and 100% of the fabrics in the market were imported, but after Oyaz started working and producing furniture fabrics in this collection, he took a 60% share of the furniture fabrics market. We allocated and as a result, the import and export of currency from the country decreased.

We produce about 30 to 35 million meters annually, which is varied in 300 designs. Also, each design is available in 10 to 15 color codes. In general, we have a lot of design variety; So that the designs that our customers bring from abroad are reviewed in the product engineering teams and the design committee. Also, the fabrics that we have the ability to produce are entered into the production process and new designs are completed in our organizational system and sent to the market.

In the body of organizations, the position of each person, especially engineers, should be clear, because some people in organizations seek to remove engineers; Because the existence of an engineer causes the system to come in the organization and in such a situation, informal organizations that are created in factories and companies are revealed.

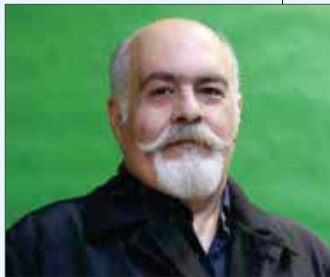
The cheapness of energy in our country compared to neighboring countries and even China is another issue that justifies this production. Of course, all of this depends on the necessary support and support from the government to make the activity in this industry economically justified. In this context, directive and directive-based support cannot work, but it must be supported in a real and targeted way.

The furniture fabrics produced in this collection have and have the necessary standards to be present in international markets. So far, we have exported to Turkey, Iraq, Uzbekistan and Italy.■



7

World of Investment
No 86 • January 2023



The CEO of Kimiasarv said irradiation; A guarantee to increase the shelf life of food

Kimia Servo is one of the groups that is active in the field of producing all kinds of spices in our country and pays special attention to the quality and health of its products, therefore, in addition to the sensitivity it spends in providing high-quality raw materials, it also uses gamma ray irradiation in He has set his agenda. In a conversation with Alireza Samadkhani, CEO of Kimiasarv Company, we investigated these activities. According to him, irradiation with gamma rays increases the shelf life of agricultural and food products and guarantees the quality and health of products. We read parts of this interview.

Kimiasarv produces all spices, including garlic powder, onion powder, shallots, shallot granules, turmeric, etc. Regarding the supply of raw materials, we buy products such as garlic and onions throughout the year and give them to factories to dry them for a fee, and after this stage, we store them, then, according to the customer's order, spices It is milled, irradiated with gamma rays and finally shipped to customers. The main work and activity of the company is focused on the production of garlic and onion spices. A series of products are also special spices that we buy from domestic merchants, with a high volume and a lower price, and then we grind them according to the order of our customers, in this way we can offer a fixed price to the customers who work with us, which is It is one of the services of our company. Of course, we are in the process of setting up an agricultural and industrial unit in Hakimieh industrial town located in Qazvin, where we are going to buy seeds and provide them to farmers for planting. After the fruits are harvested, processing, drying and grinding are done on them, and in total, it will be a very large and extensive work.

With its products, Kimiasarv supports most industries well, but in terms of packaging, we have just started working and we have not yet entered the market and we are not known and there is a lot of room for work. Unfortunately, it is very difficult to enter and work in this field, but we will be at the top of suppliers by producing high-quality products for customers.

The best method to destroy the microbial load is gamma, and there is no other way, because the spices are dry and cannot be boiled; Therefore, the only system is the cold method, the best of which is gamma.

Irradiated products are of high quality because they do not have microbial load and even reduce medical costs for people. ■

Chairman of the Board of Directors of
Chekad Industrial Group

The transformation of the automobile industry requires «public interest»



In an exclusive interview with Ali Yekfal; The owner, founder and chairman of the board of directors of Chekad Industrial Group and the chairman of the board of directors of the cooperative have done to meet the needs of the country's component manufacturers, we have investigated the activities of this company, Iran's capabilities in the field of producing electric cars as well as the national car, parts of this conversation are let's read

Currently, Chekad has the best and largest production machines in the private sector and is the only group in the cooperative sector that has been able to create such facilities. So far, Chekad has produced more than one million and 400 thousand tons of metal products for car manufacturers, i.e. manufacturers of passenger and commercial vehicles.

Considering the conditions of the country and the increase in used cars, aftermarket debate competes 9 to 1 with OEM; In other words, each part used in the production line can have 9 or 10 times the market in the aftermarket. Now the aftermarket is an 8 billion dollar market. We have been seeking to strengthen the aftermarket for a long time, for this reason, we have created a suitable infrastructure for the presence of all parts manufacturers, including Chekad Industrial Group, in the aftermarket in the form of a cooperative to meet the needs of the country's component manufacturers. The cooperative is going to market the parts in the form of a safe and quality registered brand so that it is possible for everyone to use high-quality, affordable and reliable parts.

My belief was always that our country has the ability, capacity and of course the merit to produce a fully national car. With this perspective and in serious interaction and participation between academic experts and industry people and well-known parts manufacturers, we designed a car that is based on the latest standards of the world and 60% of it is based on the power of the domestic supply chain.

For an issue like electrification of cars, the main piece of the puzzle that gets little attention and the public is not aware of it is "national acceptance". Iqbal from the people and information is very important. Self-confidence is another issue that we should rely on and pay special attention to.

The main problem of car manufacturers is liquidity. Creditor parts companies and due to the decrease in the number of car manufacturers are also facing accumulated losses. The solution is for the cooperative of parts makers to take sides with the parts maker and conclude a full contract and sell the entire package to the car maker. ■

**The Chairman of the Board of
Directors of the Part Ertebat Ava
Company**

The payment system has not changed significantly



According to Shahriar Karimi, the chairman of the board of directors of the Part Ertebat Ava company; The import of stock card reader devices, lacking standard and safety and out of class, has a high exchange rate, so that this exchange rate is equal to the currency

allocated to the manufacturing companies. At the same time, he read the smuggling of POS devices as one of the main problems and challenges of the country's payment industry. We read parts of this interview with this activist.

For many years, the payment system in Iran is based on magnetic cards, and we have not had any tangible changes in the field of payment, and the actions that the banking system performs on devices include 4 main actions and have not changed. As an assembler and manufacturer, we have imported and produced state-of-the-art devices and even predicted and loaded the options that will be needed in case of changes in the payment system, and loaded them on all devices, and if there are changes in the payment system in the future, Part Ertebat Ava devices have the ability to support that change and payment method. At the same time, our effort has been to not only reduce the quality of the devices in order not to increase the price, but also to gradually strengthen and increase the hardware of the devices with various options needed by the society in order to provide quality products that satisfy the consumers.

One of our policies is to provide after-sales service and real warranty, which has been done well so far. I can proudly say that Part Ertebat Ava is the only company that replaces and repairs devices without charging any fees. Considering these things, we have over 90% customer satisfaction and we will spend a lot to achieve it. In the company's small software collection, measures are taken to prepare banking software for card reader devices and connect it to different PSPs. Also, work is being done on peripheral and operational software, and two new software will be unveiled soon. Currently, we have 5 sales agents and 26 after-sales service representatives nationwide, and our plan is to have at least one after-sales service representative throughout the country and in all cities, which may take about a year. In terms of the market, Iran is one of the prominent countries in the world after China, and in terms of the number of devices launched in the country, it holds the second place in the world. Therefore, we can say that there has been a change in the banking system and the payment system.■

**World of
INVESTMENT**

**The chairman of the board of directors and
the founder of Shar Parto Iranian company
put forward**

Irradiation is a turning point in reducing the waste of food resources

For more than 60 years, gamma ray irradiation has been used in the world to prevent the waste of agricultural products and food; In our country, radiation with gamma rays has been favored for some time, and Shar Parto Iranian Company has pioneered in this field. In this regard, we have had a conversation with Seyed Reza Rafiei, the chairman of the board of directors and the founder of this company. We read parts of this interview.

SharParto Iranian Company has built the largest gamma radiation site in the country, which is also called the National Master Plan for Nuclear Gamma Radiation System Technology. This company is a type one knowledge-based production company, which is considered the highest knowledge-based grade in the country. One of the best features of this company is the implementation of the national master plan for gamma radiation system technology.

In fact, I can say with certainty that when Iran had radiation, many big countries in the world did not have it yet. Of course, the development of this industry in our country was interrupted for some time and unfortunately we were left behind in this industry. In fact, one of the duties and roles of Shar Parto in the country is to compensate for the backwardness and to develop this infrastructure for the country with great speed. We are the only private sector that the country trusts in the field of radiation and the site we have built in Shahrekord is the largest radiation site in the country. Of course, the Atomic Energy Organization, as a government organization, has three active radiation centers in Tehran, Benab and Yazd, but Iranian Radiation Company alone has more capacity to provide services and radiation than other centers.

We waste more than 10 billion dollars of food resources in the country every year; According to statistics, about 30% of the country's annual production capacity of 120 million tons becomes waste. For example, out of about 5 million tons of potatoes produced in the country, more than 1,200,000 tons become waste, which is a high figure and a terrible statistic. In a situation where we need to prevent waste, one of the best methods is to develop the radiation infrastructure in the country, because with irradiation, the lifespan of products and food is increased. A large part of this waste is due to the short lifespan of these products, and increasing the lifespan of products helps to reduce waste. As a rule, when we increase the life span with the radiation method, the amount of waste decreases. This is despite the fact that irradiation is a completely environmentally friendly method, non-chemical and free of chemical and radioactive waste, completely physical and modeled after the conventional method.■



5

World of Investment
No 86 • January 2023

The managing director of Ayandeh Bank Brokerage said

Strengthening confidence in the capital market by increasing the power of brokerage firms



People who are interested in investing in the capital market should send their purchase and sale requests to the core of transactions from one of the brokerage companies licensed by the Securities and Exchange Organization. Due to the importance of this issue, in the conversation we had with Abdolhamid Sarvdalir, executive director of Ayandeh Bank Brokerage, we examined the different aspects of the activity of brokerages in the capital market. We read parts of this interview.

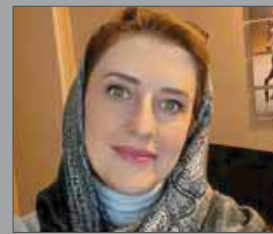
In the field of the capital market, there is no difference between the license and the brokerage title, and the important issue is the internal licenses that the brokerage companies have received from the capital market supervisory bodies. For example, Ayandeh Bank Brokerage Company has the major licenses of brokerage companies, among which we can refer to the license to advise the acceptance and supply of securities, the license to conduct commodity transactions, and the license to conduct energy exchange transactions. In fact, it is these licenses that determine the distinction of brokerage companies in providing their services.

In the past, brokerages could perform much more extensive and effective activities than now, but due to the creation of parallel entities such as portfolio management and investment companies, a part of the operations of brokerage companies was separated from them. In fact, these changes happened at the discretion of the supervisory body and in terms of better controls and supervision, but it has caused a decrease in the power of brokerage companies. On the other hand, brokerage companies can form financial groups with other institutions and gain more power. If you compare the brokerage companies of advanced countries with Iranian brokerage companies, you will see that they are more advanced in proposing, creating, implementing operations and managing new products and using new financial tools.

If, in addition to providing suitable monitoring tools, more action power is given to brokerage companies, providing services to investors will happen more easily, as a result of which confidence in the capital market will be strengthened.

Along with the growth of technologies and the use of new tools in different markets, the capital market has also grown in this direction and new tools have entered it. These tools are often developed in order to complete and fix the problems of the previous tools and fill the gaps of the customers of these markets. The growth of the capital market in recent years and following it, the investors' acceptance of this market, especially in high-yield periods, shows the capacity of this market in high-volume financial transactions, but the lack of tools that can give confidence to investors, especially small investors, can cause distrust in this market and damage the country's economic structure. ■

New methods of teaching successful business strategies



Paris Farzaneh, member of the board of directors and director of organizational development of the Iranian Business Strategy Academy

Pars Thought Leaders Research Center, as the birthplace of Iranian Business Strategy Academy, after success in designing, producing and developing electronic science platforms, started its activities in the field of online education in the spring of 1998 with the successful implementation of general and specialized courses. Iranian business strategy was born. With the

participation of EBS Center of Sweden, (active in the field of expanding virtual education) it is part of the global program, expanding knowledge in developing countries and is an international brand in Iran's virtual education that also has overseas activities. The mission of the academy is to train national and transnational leaders in various sectors of industry and commerce, etc., with continuous and distributed training tools. Making education permanent in the sense of removing time and place restrictions in this new model of business, made the Iranian Academy to be introduced by the Ministry of Cooperation, Labor and Social Welfare as a "National Chosen Entrepreneur". The Iranian Business Strategy Academy has focused its activities in several main areas: training different levels of managers through gamification in the form of online and face-to-face events of the battle of kings, holding face-to-face and online workshops focusing on preparing managers to lead the 4th generation industry, education and training of national leaders and internationally by holding an online DBA higher education course, an online MBA in four executive, marketing, strategic and health trends, development of knowledge content transfer tools such as Super App Stadap, free applications of Radio Parse, Department of Solving Organizational Challenges, Gamification or gamification as we know it, educational methods Existing ones no longer have the same functionality as before. Business challenges have become complicated and we need energy, new and efficient styles in business education and strategy. By combining the innovations and experience of dozens of MBA and DBA courses and cooperation with domestic and foreign institutions, and finally, taking help from the idea of some international educational games at high management levels, a strategic leadership skills workshop based on the management game "Battle of Kings" or "Battle of "Kings" was introduced.

The educational model at the Iranian Business Strategy Academy in collaboration with the Swedish EBS Center helps you to create a combination of knowledge, skills, courage and ability in leading and managing your business, which in addition to the evolution of your personal and professional position, leads to an increase in the level Your organization's income and productivity will also increase

Tools for transferring knowledge content with applications with targeted content Super-application Stadap: the main tool for accessing the online club for transnational leaders. With the support of 3 prestigious national and international centers in the form of a super application, this club forms a comprehensive ecosystem to help raise the status of national and international managers and leaders. ■

The CEO of the Behpardakht Mellat Company proposed to pay the nation decentralized financial services; The key to solving many problems of traditional financial systems



The specialized meeting "DEFI" and the fascinating world of cryptocurrencies was held on the second day of activity of the 9th Iran Transaction Exhibition with the support and financial support of the nation's payment company in the amphitheater hall of the

creation center of the intellectual development center. The difficulty of directly using Rial-related tokens Mohammad Mehdi Taghipour, the CEO of Behpardakht Mellat, who managed this specialized meeting, said about decentralized financial services: Many of the new services that have attracted the attention of banking, fintech and technology activists in the world today are based on Defi or Financial services are decentralized, but what caused these services to be so much attention are the problems in traditional financial systems based on centralized control.

Banking is not possible without banks Hossein Yaqoubi, the manager of the blockchain group of Informatics Services Company, also stated that the blockchain revolution can bring about many changes, and considered banks as the main players in this sector as intermediary institutions and stated: In a way, it can be said that k-banking is the honor of every bank and its importance in terms of It has more control of customers and their freedom of action in financial affairs, and in recent years, it has received more attention and appreciation. He continued: With the advent of the Internet, the access channels were removed from the banks' monopoly and we came across the concept of open banking, which removes banking services from the body and uses the bank's trust-building layer, thereby challenging the bank's monopoly on the centralized banking system. .

The world of startups is risky Ahmed Vatani, the CEO of Vansi verification platform, also stated in this meeting that the world of startups is risky and said that the process of depositing and borrowing, like other services, has been accompanied by growth since the first day of its creation.

He added: In the traditional environment of lending that is based on securities, bank arrears have reached 300 to 400 hemats, and this is despite the fact that according to the existing guidelines, landtechs do not have the right to grant loans and do not allow new players in this field to play a role.

speed, focus and security; The fundamental challenge of all blockchain platforms

Farhad Inalooi, an expert in the field of digital banking, pointed out the issues and problems of DeFi implementation, reminding that contrary to Bill Gates' prediction 15 years ago that banks would be eliminated, these smart financial institutions adjusted themselves to the changes and were not eliminated. These problems are the risks of the smart contract, because any software code can be hacked. There is also the possibility of mistakes in the coding of smart contracts.■

World of INVESTMENT

The chairman of the board of directors of Kian Pardaz Zagros company proposed

The inability of domestic POS devices to compete with smuggling



Since 2017, Kian Pardez Zagros Company started its activities in the country's payment industry, in order to investigate the activities of this company, a conversation with Darab Heyrani, the chairman of the board of directors of Kian Pardez Zagros Company. It is known in our country. We read parts of this interview.

Zagros Kian Pardez Technology Development Company was established with the aim of entering the country's electronic payment industry. Since 2017, we have established this company after identifying this need and with the aim of responding to it.

Kian Pardaz Zagros Company offers a variety of products to its customers, including POS devices, POS device essentials such as roll paper, protective bag and POS device base. Also, the production of POS devices, the provision of services related to the repair and maintenance of these devices, and the conclusion of transaction management contracts with other subsidiary companies are among our services.

These devices are manufactured with very good hardware and software specifications and have new security certifications including PCI6. Also, we have been able to negotiate with different companies and banks and deliver this device to different banks and customers.

One of the unique tasks of Kian Pardaz Zagros in the field of electronic payment is to create an ecosystem based on which the receiver who intends to use the electronic payment system can have all the things he needs in one place. Since we are a manufacturer, we provide good after-sales service and develop value-added programs. Investing in the field of electronic payment is very effective and profitable and even quick. At present, we at Zagros Company can attract investors in the field of POS device production and also attract investors in the field of mobile banking payments and the production of payment and value-added applications, and if a company is willing, we will cooperate with them.

Counterfeit or smuggled products entered the Iranian market from a time when the field of transaction guidance had not yet reached maturity and we had not achieved the necessary self-confidence regarding the production and provision of services in the payment industry. At the same time, smuggled products entered Iran at a much lower price, and unfortunately, this issue is still going on. Unfortunately, contraband devices enter the country without any formalities and are sold at a much lower price. The receivers do not know whether the device they are buying is contraband or not; Therefore, the damage and blow that this issue brings to the banking system and producers is very high.■



Engineer
Seyed Mohammad
Moghaddasi
Member of the Board of
Directors of the Society of
Textile Specialists of Iran

Clothes smuggling is toxic to local production

The textile and clothing industry is a big industry; A completely private sector industry in its structure, production, supply, etc., which of course, despite the claims made, does not have much support from the government body. The garment industry can be called the locomotive of the textile industry, and it is with the prosperity and development of this industrial sector that the entire production chain of the large textile industry moves; Therefore, this industrial field deserves more attention in all dimensions. There is a place for the cultural institutions of the society to be diligent in the growth and development of this industry in the country along with the industrial institutions.

Banning imports is also a mistake, which causes the lack of growth and improvement of product quality, and in the absence of competition, it is not favorable for domestic producers and has the opposite result, but why has clothing smuggling grown again these days? It should be noted that smuggling of goods has never been eliminated or reached zero. Why has the space to control, track and prevent it slow and irresponsible? The important issue that may have led to the current incident is the unfavorable economic situation of the country and especially the purchasing power of the people, which has made livelihood much more difficult.

In my opinion, special support should be given to the clothing industry; Otherwise, we will witness problems such as monopoly, reduction of product quality, as well as not creating a suitable platform to compete with prominent regional and global brands, which overshadows the possibility of supply in the field of export, and finally, creating a non-competitive environment for this industrial field. We will be in such a way that it will fall off with a flip like earthquake smuggling.

This shows that the policy and desire of the country's industrial officials is not to expect foreign exchange and export development and the growth and promotion of this industry, but what they have in mind is that this industry is able to meet the domestic needs of the country, so that foreign exchange does not leave the country. also prevented; That is, the process of industrialization in the country without growth and promotion, which leads to a stagnant state that will be very vulnerable. The garment industry alone has all the advantages in other industries, including high added value, high potential foreign exchange, significant employment generation capacity, the need for minimal investment to build it, friendly and compatible with the environment, with different dimensions of attention and use, including economic, It has cultural, social, etc., and in fact, it provides the first human need for social life.■

CEO of Heraj Shams Development Company emphasized

Lack of support from the government is the main problem of the payment industry



In an interview with Jalal Shamsi Nasab, CEO of Heraj Shams Development Company, We have investigated the payment industry and this company. We read parts of this conversation.

After starting the production of POS devices, we officially entered the market at the beginning of this year and started our work with the production of 2 Android and Classic products in the field of POS, which are active in the country's payment industry and are highly needed by the market. After starting the activity, we started the development work of other products such as store cash registers, which are specific to specific customers and in larger volumes. Our effort is to expand the work to take a better share of the market with the slogan of innovation in the payment industry.

In general, we have 4 products, one of which is on the market right now, and another product will enter the market in about a month, for which licenses have been obtained and we are in the process of developing it. For the first time, we intend to introduce a very attractive product called Mobile Pose to the market, which has the same functionality as a mobile device and is very easy to work with. Mobile pose is just like a mobile phone, but it has the ability to pay and can be used by service providers in the country.

In POS devices, we are implementing a special innovation in the type of pilot service in the country, so far few companies have implemented it and we are in the process of obtaining other related licenses.

Lack of manufacturer support is one of the main problems that have been slightly improved. Domestic producers of the country's payment industry suffer greatly from the issue of smuggling. Of course, good things are happening gradually, but it is not enough. Suppose, a producer who spent billions of capital, established a factory and spent two years to transfer a knowledge to the country, suddenly faces a high volume of smuggled goods, in such a situation, no one comes to domestic production.

The domestic demand for POS devices is very high and now about 80% of the devices used domestically are smuggled, which is a big problem. Finally, the poor quality and low security of these devices; Dissatisfaction of the acceptor leads to an increase in financial and transaction discrepancies and, as a result, an increase in failure calls for payment service providers.■

Eurasia agreement opportunity or threat?



Morteza Faghani
Member of Tehran
Chamber of Commerce

On January 4, 2024, the economic agreement between Iran and the Eurasian Economic Union by Abbas Aliabadi; Minister of Industry, Mining and Trade on behalf of the Islamic Republic of Iran and Mikhail Vladimirovich Miasnikovich; The Chairman of the Board of Directors of the Eurasian Economic Commission was

signed.

According to the statistics published from the beginning of 2023 to the end of November, the economic exchanges between Iran and the Eurasian Economic Union amounted to 5.168 million tons of goods in terms of weight, whose value in terms of dollars is 2.344 billion dollars, which is a ratio of For the same period last year, it has increased by 33.5% in weight and 14% in value. Of this amount, 2 million 778 thousand tons of goods worth one billion and 74 million dollars were exported from Iran to the member countries of the Eurasian Union, which has increased by 45% in terms of weight and 2% in terms of dollar value compared to the same period last year. In the import sector, 2 million 390 thousand tons of goods worth 1 billion 270 million 400 thousand dollars have entered Iran from the countries of this union, which has increased by 22% in terms of weight and 10% in terms of value compared to the same period last year. Meanwhile, Iran's trade balance with the four countries of Armenia, Belarus, Kazakhstan and Kyrgyzstan has been positive and negative with Russia.

Last year, Iran's exports to Eurasian countries also increased by 28% compared to 2022, so that it increased from one billion and 165 million dollars in 2022 to one billion and 500 million dollars in 2023.

Despite the positive estimates of this agreement until the publication of the negative list as well as tariff-free goods, it is not possible to have an accurate estimate of its consequences for the country's economy. Iran has long been one of the most important suppliers of steel in Central Asian countries. On the other hand, the export of sulfur and bitumen, along with agricultural products, constitutes an important part of Iran's export to this region. On the other hand, due to Iran's lack of access to European markets, countries with strong industrial infrastructure such as Russia and Belarus can be an important source for the modernization and optimization of the country's infrastructure, especially through technology transfer. In addition, since these two countries are facing extensive western sanctions, by giving large discounts, they can be an important competitor for Iran's export goods, especially in the field of petroleum and steel materials. Therefore, it can be said that this agreement, if the negative list mentioned in it is well adjusted, can become an opportunity for the prosperity of exports and the modernization of the country's industrial infrastructure. After signing, this agreement needs to be approved by the parliaments of 6 countries (Iran's Parliament the parliaments of five member countries of the Eurasian Union) in order to become a law and enter into force. ■

Unknown inflation in the Iranian new year



Farhad Amirkhani
Chief Editor

The Iranian new year arrives in a situation where many people are worried about inflation and price increases in the new year. It is rare to find a place where economic concerns are not raised and people have an optimistic view of the economy in the coming year. Now this question is raised by many people and business activists, whether with

the beginning of the new year; Will the price of goods, housing, currency, etc. continue to increase? How much will this increase be? What is the inflation rate in the new year? And considering the removal of Iran's name from FATF recommendation number seven by the Financial Action Task Force, will there be a boom in business and capital circulation?

A review of what is happening now in Iran's economy shows that according to the 2024-2024 budget bill, the government's general budget resources in the new year amount to 2,735 billion tomans, public resources amount to 2,462,000 billion tomans, as well as the specific income of ministries and Government institutions amounting to 275 thousand billion Tomans are considered. What can be considered in this bill is related to the prediction of obtaining these revenues from tax and customs. According to the announced plan, the government has decided to increase tax and customs revenues to more than 50% of the total revenues and to 51% to be exact, and more than 50% of the current revenues from taxes. and provide customs. In fact, according to this bill, 1,122,000 billion tomans are expected for tax revenues and 130,000 billion tomans for customs revenues, which will indicate double pressure on business operators.

The prediction of the Majlis Research Center is optimistic, because this center announced that the inflation rate in the country, which was 41% in 2023, will decrease to 35% in the Iranian new year. On the other hand, the head of the Economic Commission of the Parliament believes that the reason for the high prices in the country is the mismatch of some structures and the non-realization of some revenues in the country's budget, which has caused an increase in the monetary base, the volume of liquidity and ultimately an increase in inflation.

Now it seems that the government and the parliament, willingly and perhaps unwittingly, are changing the old "government-oil" structure to the modern "government-people" structure. A new structure whose impact and dimensions are not yet known in Iran, so that in the Iranian new year and the years after, we will witness cultural changes along with economic changes. Although other nations have also experienced such changes in their economy and culture; But it is still rare to find a country that has freed its economic and cultural structure from the tangle of unstable oil revenues; A topic that we will see his works for the first time in the new year. ■



“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



CEO of Heraj Shams Development Company emphasized
Lack of support from the government is the main problem of the payment industry



The managing director of Ayandeh Bank Brokerage said
Strengthening confidence in the capital market by increasing the power of brokerage firms



The chairman of the board of directors and the founder of Shar Parto Iranian company put forward
Irradiation is a turning point in reducing the waste of food resources



Chairman of the Board of Directors of Chekad Industrial Group
The transformation of the automobile industry requires «public interest»



The member of the board of directors of Aria Tirazheh Noor “Sevix” company said
Fluctuation of exchange rate is a big problem of clothing industry



It was mentioned by the CEO of the “Salian” brand
Eliminating mandatory pricing is the main demand of clothing industry activists



The chairman of the board of directors of Kian Pardaz Zagros company proposed
The inability of domestic POS devices to compete with smuggling



Head of the Iran-Russia Joint Chamber of Commerce
Lack of commercial infrastructure leads to a decrease in the value of commercial exchanges

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



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



در صنعت چاپ

چاپ و تبلیغات

MAGENTA BLACK
YELLOW CYAN

PRINT AND ADVERTISING AGENCY

چاپ افست و دیجیتال . طراحی و تبلیغات

نگارستان

PRINT AND ADVERTISING AGENCY

۰۲۱-۹۱۰۰۸۶۵۴





شرکت صنعتی پیگ افروز غرب

PEYKA FROOZ GHARB



www.peykafrooz.com



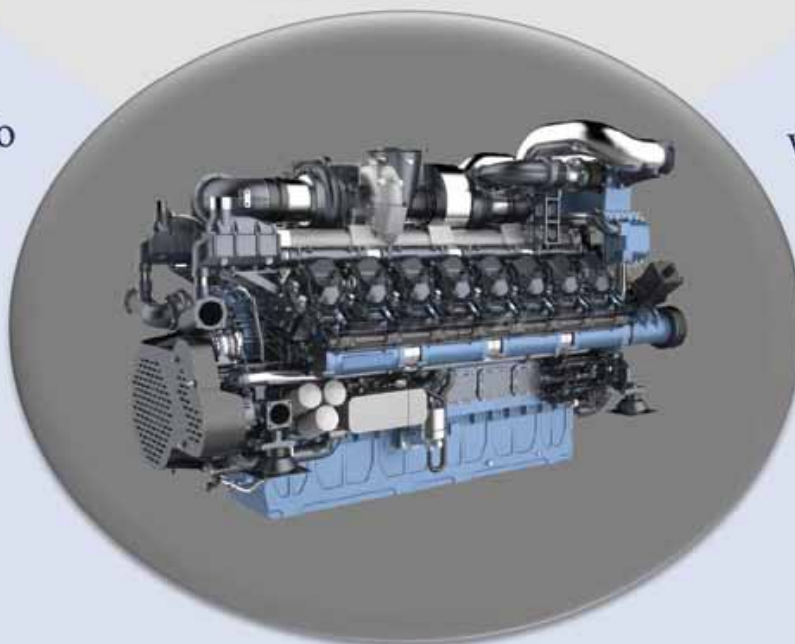
پایگ افروز با ما سوده باش

نماینده انحصاری کارخانه بلاز در ایران



info@rastak.info

www.rastak.info



BELAZ

تهران، بزرگراه لشکری (جاده مخصوص کرج)، کیلومتر ۱۷، خیابان ۶۷، خیابان باویلی، پلاک ۷
کد پستی ۱۳۹۸۱۸۹۳۱۱ تلفن ۰۲۱-۴۴۹۹۵۶۸۰-۹