

سرمایه‌گذاری



مدیرعامل شرکت راک تهران مطرح کرد

با آثار و گفتاری از:

سهراب سلیمی

امید اعلایی

محمود ضرابی

مجید چگنی

مهدی فرزانه

حمیدرضا شاهین‌فر

علی خسروانی

محمود دیان‌تی

فواد اسماعیل‌پور

غلامرضا شجاع

احسان ثقفی

میثم خادمی

فرشید دانایی

احمد شریفان

محمدعلی عطارها

علی مزرع‌تی قهرودی

نوسانات ارزی؛ چالش اصلی

صادر کنندگان تجهیزات فروشگاه‌ها

The CEO of Rock Tehran Company proposed
currency fluctuations; The main challenge of
exporters of store equipment

اقتراح رئیس‌التنفيذی لشركة راک تهران

تقلبات العملة هي التحدي الرئيسي لمصدري معدات المتاجر

شرکتی ارزش آفرین در اقتصاد کشور

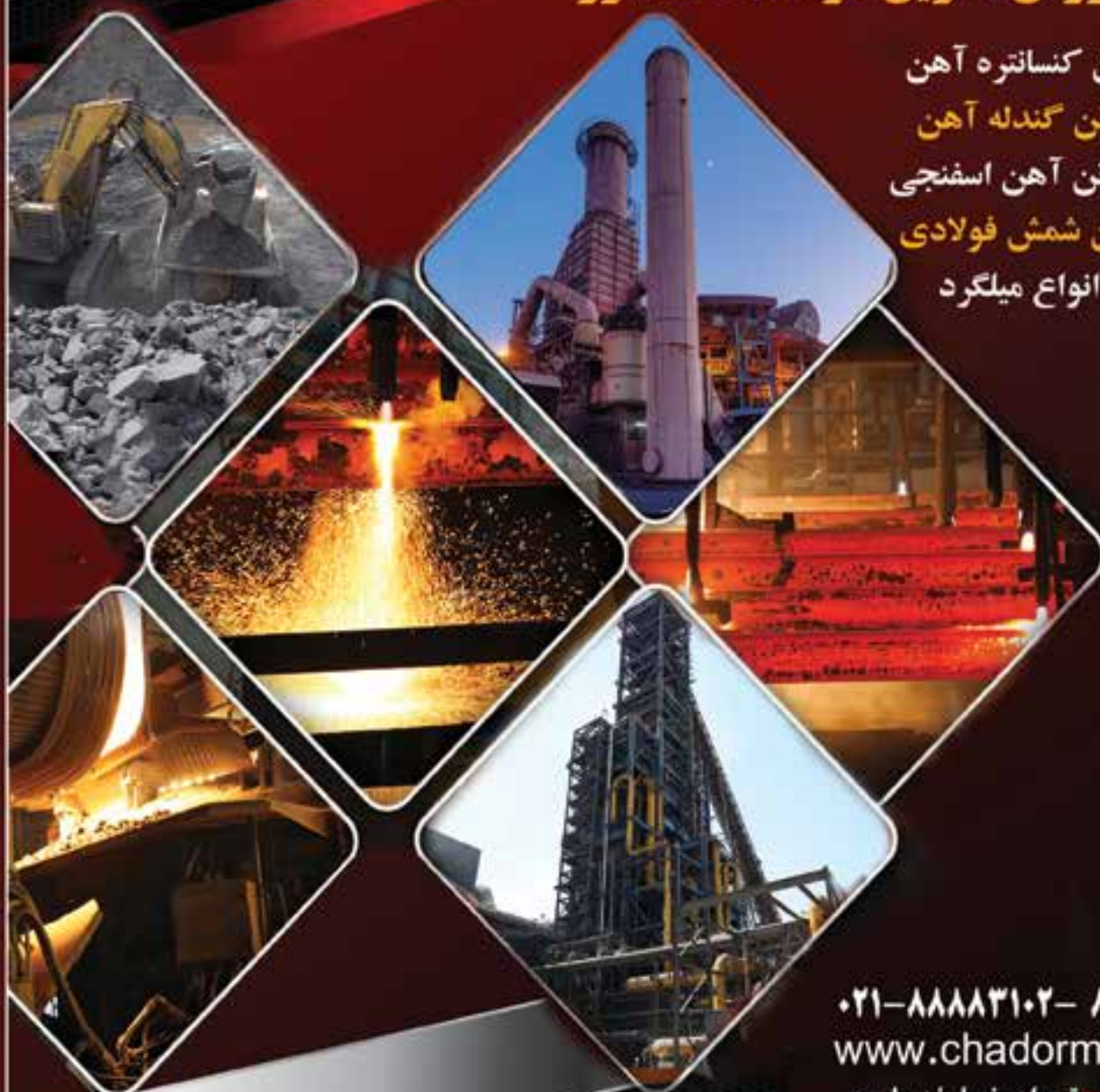
۱۲ میلیون تن کنسانتره آهن

۳/۷ میلیون تن گندله آهن

۱/۵۵ میلیون تن آهن اسفنجی

۱/۲ میلیون تن شمش فولادی

۵۰۰ هزار تن انواع میلگرد



۰۲۱-۸۸۸۸۳۱۰۲- ۸۸۷۷۵۹۳۵

www.chadormalu.com

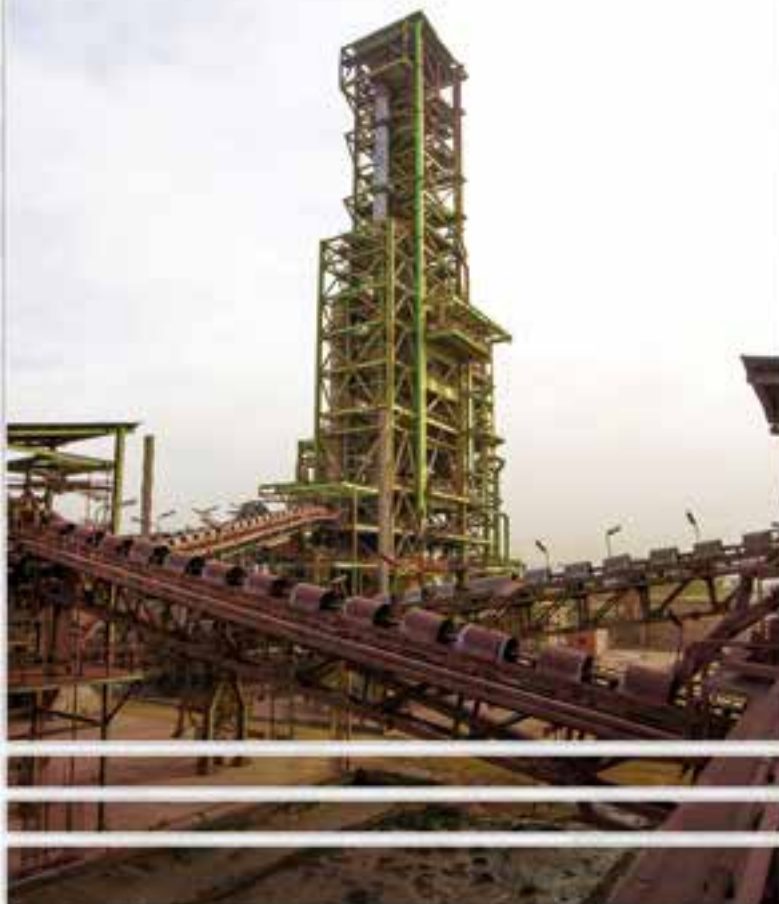
دفتر مرکزی: تهران خیابان ولیعصر

بالا تر از میرداماد - بلوار اسفندیار - پلاک ۵۶



توسعه باور ماست

GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.



شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

- کسب رتبه ۴۰ در بین ۱۰۰ شرکت برتر ایران (IMI۱۰۰) در سال ۱۴۰۰
- کسب رتبه ۱ رشد صادرات در بین ۱۰۰ شرکت برتر ایران (IMI۱۰۰) در سال ۱۴۰۰
- کسب رتبه ۱ سرانه فروش در بین ۱۰۰ شرکت برتر ایران (IMI۱۰۰) در سال ۱۴۰۰
- دریافت تقدیرنامه چهار ستاره جایزه ملی تعالی سازمانی در سال ۱۴۰۰
- رتبه اول صادرات آهن اسفنجی کشور در سال ۱۴۰۰
- دریافت نشان C3 جایزه ملی مدیریت منابع انسانی در سال ۱۴۰۰
- اخذ تقدیرنامه سه ستاره از جایزه تعالی ایمنی در سال ۱۴۰۰

شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.

روابط عمومی



@tose.e_ahan_foolad www.gisdco.com



وزارت راه و شهرسازی



سازمان راهسازی و حمل و نقل جاده‌ای

نحوه استفاده از سامانه تامین وسیله نقلیه عمومی برای بازگشت زائران اربعین



زائران گرامی اربعین برای تامین ناوگان حمل و نقل عمومی مسافر (مثل اتوبوس) در بازگشت از زیارت عتبات عالیات، مرز ورودی خود را از این طریق اعلام کنید:

- بعد از اتمام زیارت در خاک عراق
- و قبل از حرکت به سمت مرز

■ صرفاً نام مرز ورودی خود (باشماق، تمرچین، جذابه، خسروی، شلمچه و یا مهران) را به سامانه پیامکی ۲۰۰۰۱۴۱ ارسال کنید.

مزایای اعلام مرز برای بازگشت:

- کاهش زمان انتظار در مرز
- مدیریت سفر و دسترسی بهتر به وسیله نقلیه

سامانه‌های اطلاع‌رسانی: سامانه پیامکی ۲۰۰۰۱۴۱ اپلیکیشن ۱۴۱ سایت ۱۴۱.ir سامانه تلفنی ۱۴۱



سازمان راهسازی و حمل و نقل جاده‌ای

بروزه‌های قابل افتتاح سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای در هفته دولت ۱۴۰۱



وزارت راه و شهرسازی



عنوان	پروژه	اعتبار (میلیارد تومان)
رفع نقاط پر تصادف	۴۰ نقطه	۲۰۰
ساخت و آسفالت راه‌های روستایی	۴۰۰ کیلومتر	۱۵۰۰
ایمن‌سازی راه‌ها با نصب روشنایی نقطه‌ای	۵۰ نقطه	۷۵
تکمیل پایانه‌های مرزی (پایانه مرزی رازی)	۱ باب	۲۵۰
احداث مجتمع خدماتی رفاهی بین راهی	۵ باب	۵ بخش دولتی: بخش خصوصی: ۳۳
احداث فرارگاه پاسگاه‌های پلیس راه	۱ باب	۲۰
ساختمان راهدارخانه و قانون تردد	۱۰ باب	۱۵۰
ایمن‌سازی راه‌ها با نصب حفاظ‌های بتنی	۱۰۰ کیلومتر	۲۵۰
روکش آسفالت در محورهای شریانی کشور	۱۶۰۰ کیلومتر	۳۰۰۰
اجرای روکش حفاظتی و تقویتی در راه‌های غیر شریانی	۱۲۰۰ کیلومتر	۸۵۰
جمع اعتبارات		۶۳۰۰ میلیارد تومان



ROCK

Infinite Space

راهکارهای تخصصی در
صنعت لجستیک و ریتیل

۰۲۱- ۶۷۵۲۳

WWW.ROCKTEHRAN.COM

گروه صنعتی دی

تهران، خیابان انقلاب،
پیچ شمیران ساختمان
امیرپلاک ۳۶۲ واحد ۱۰

02177683001



kyan

soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رابانه

ابزار و وب سرویس
سامانه جامع انبارها



نرم افزار کیوسک
اطلاع رسانی



اپلیکیشن
تلفن همراه



مانه
مع فروش

نرم افزار
داشبورد مدیریت



پرتال
تامین کنندگان



سیستم
فروش اینترنتی



سیستم
قرعه کشی



نرم افزار
ارسال پیامک



صندوق
فروش



پرتال
مشتریان



سیستم
انبارگردانی



کیوسک
کنترل قیمت



سیستم
سفارش تلفنی



مدیریت
پیکربندی فروشگاه



مدیریت
انبار-تامین کالا



مدیریت ارتباط
با مشتری



سیستم امتیازدهی
مشتریان



مدیریت
نیروی انسانی



مدیریت
فروشگاه



کنترل انبار
سیار



سیستم
گزارش



سیستم
تولید محصول



نرم افزار
انبارداری سیار



سیستم
حسابداری



مدیریت ارسال

سیستم خزانه داری

سامانه فروش

کیان، انتخاب بزرگان صنعت خرده فروشی



www.kyansoftco.com

۰۰ ۸۷۷ ۲۱ (+۹۸) ۱۶۵



شرکت مهندسی توزین صدر



تولید کننده انواع ترازوهای
دیجیتال پرینتر دار و لیبیل پرینتر دار در
ایران با بیش از ۲۰ سال سابقه



سامانه بیمه ایران من my.iraninsurance.ir را ببینید پرداخت خسارت در محل



۰۹۶۶۸
مرکز پاسخگویی

بیمه ایران
Iran Insurance



جشنواره حامی سرما برای بیمه‌های آتش‌سوزی



تا ۸۵٪ تخفیف

سامانه پاسخگویی ۲۴ ساعته ☎ ۱۵۱۶

sarmadins.ir



بیمه سرما



بیمه کوثر

ارائه دهنده انواع بیمه های
زندگی < مهندسی < خاص
اشخاص < مسئولیت < اموال

www.kins.ir

۸۹۳۸۲ (۰۲۱)





مدیر عامل نساجی بروجرد

دولت باید برای صنایع نساجی مزیت‌سازی کند

۷۶

۳۴

مدیر عامل شرکت تعاونی لیتوگرافان ایران

تامین نیاز صنعت چاپ
ایران به زینک در گروی
حمایت دولت است



۱۸

مدیر بخش پروژه‌های خاص شرکت سپ
(پرداخت الکترونیک سامان)

تحقق دولت الکترونیک
با مشارکت
شرکت‌های PSP



دنیای صنعت
۶۲ تا ۷۸



دنیای خودرو
۵۶ تا ۶۰



دنیای انرژی
۴۶ تا ۵۴



پرونده ویژه
۲۴ تا ۴۴



اقتصاد بازار
۱۸ تا ۲۲

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 عدالت جو

عکاس:

ابراهیم صفریان، علی کیوانی

اعضای هیات علمی:

- دکتر فردون حسینیوند رئیس کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر علی اصغر عنایتی عضو کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی
- دکتر پرویز محمدنژاد عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر حسین حسین زاده عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر عزیزالله عساری مدیر ارشد حوزه اقتصاد
- دکتر بهرام شکوری عضو هیات مدیره اتحادیه تولید کنندگان و صادر کنندگان محصولات معدنی ایران
- مهندس تورج زارع مدیر عامل شرکت آلوده نیای ایران
- دکتر محمدابراهیم پور زرنی استاد دانشگاه و مدیر بازار سرمایه
- دکتر یاسر فلاح مشاور ارشد رئیس پژوهشکده پولی و بانکی
- مهندس مسعود مرادنیاشاور مدیر عامل کانون جهانگردی و اتومبیلرانی ج.ا.ا
- دکتر غلامرضا خلیل ارجمندی مدیر ارشد حوزه اقتصاد
- دکتر امیر حامد رضایی عضو هیات مدیره هلیزینگ پارسین
- دکتر محمد دامادی عضو هیات مدیره سازمان شهرک های صنعتی ایران
- مهندس آرشد محبی نژاد دبیر انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه سازان خودرو کشور
- دکتر جمشید حمزه زاده رئیس جامعه هتلداران کشور
- دکتر مهدی کریمی تفرشی رئیس کارگروه کسب و کارهای جادهابریشم سازمان ملل - یونسکو
- مهدی حکیمیان کارشناس ارشد حوزه سرمایه گذاری و اقتصاد
- مهندس خیاط فرهادی عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی
- مهندس سید محمد مقدسی رئیس هیات مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران

گروه دبیران:

سید قاسم قاری، مصطفی حاتمی، محمد جعفری
عرفان فغانی، ثمانه نادری، سعید عدالت جو
سهیلا زمانی، هادی حسینی نژاد، احمد رضا صباغی

برای دریافت نسخه پی دی اف ماهنامه به پایگاه خبری
زیر مراجعه فرمایید:

www.dsarmaye.ir

نشانی:

تهران، خیابان شهید مفتاح

کوچه مرزبان نامه، 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 خاتم نو

تلفن: ۷۷۸۱۳۳۴۹



مدیر کل دفتر برنامه ریزی و پایش سازمان
توسعه تجارت ایران مطرح کرد

جهش در صادرات ایران به رغم تحریم های خارجی



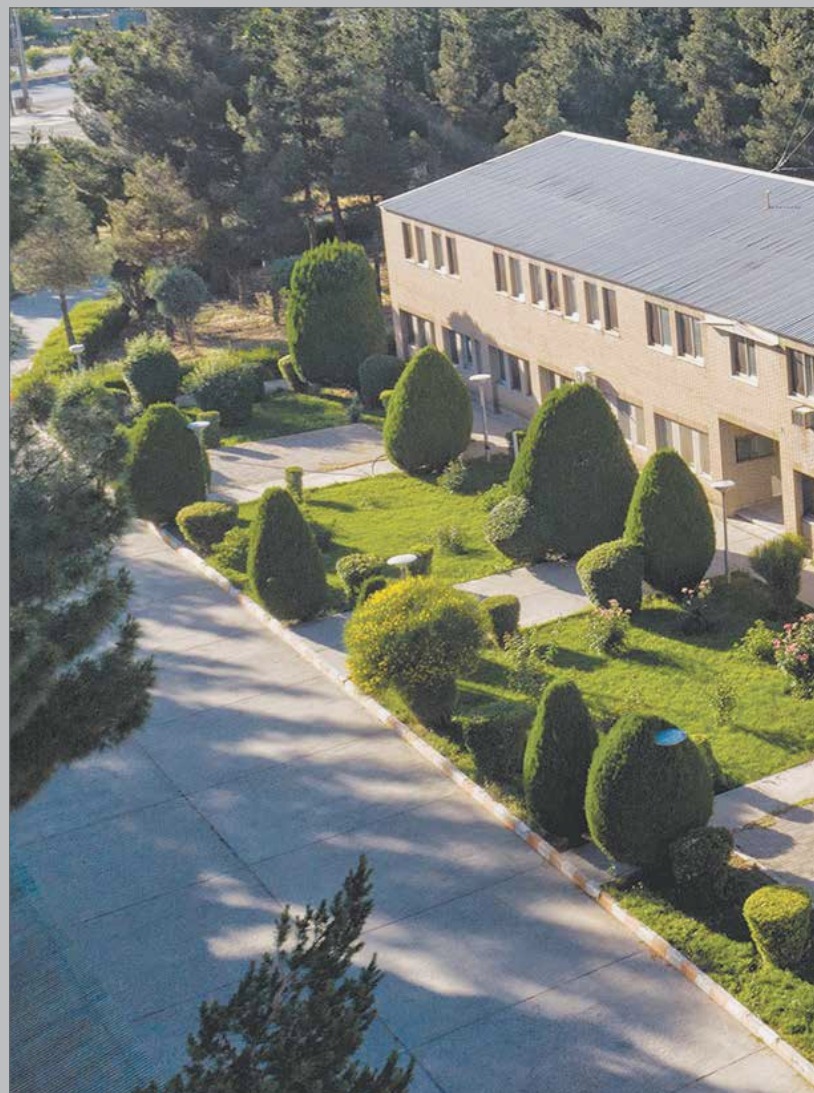
از سوی مدیر عامل شرکت شتابکار
مطرح شد

ورود به بازارهای صادراتی با استفاده از دانش فنی و تکنولوژی روز



مدیر عامل شرکت مهندسی توزین صدر

تولید کنندگان صنعت توزین با ۳۰ درصد ظرفیت کار می کنند



۵۴

مدیر عامل شرکت ملی گاز ایران اعلام کرد

گازرسانی به بیش از ۱۴۸۰ روستا و ۶ شهر طی یک سال گذشته



خواندنی های سرمایه گذاری
۸۷ تا ۸۴



اقتصاد کلان
۸۲ تا ۸۰

تعیین نرخ کالاها با توجه به تناسب عرضه و تقاضا و تلاش برای تنظیم قیمت از طریق ایجاد تعادل میان این دو جزء اساسی، معیاری برای تشخیص اقتصاد سالم و پویا از اقتصادی دستوری است. اگر قیمت کالاها نه از طریق میزان تعادل میان عرضه و تقاضا، بلکه به شکل دستوری و بی توجه به این معادله تعیین شود؛ شاهد کمبود، قاچاق و فساد خواهیم بود. از طرفی، نمی‌توان انکار کرد که گاه در شرایط بحرانی، دولت ناچار به مداخله و تنظیم این دو گانه است. به عنوان مثال، توزیع اجناس با استفاده از کالا برگ و توزیع دولتی در بحران‌های بزرگ از جمله جنگ می‌تواند راهکار موثری برای مقابله با نوسان‌های شدید در زمینه عرضه و تقاضا باشد و این امر تنها به وضعیت بحران اختصاص دارد و تداوم آن در شرایط عادی منجر به ایجاد رانت خواهد شد.

در گزارش از تحقیق و تفحص از شرکت فولاد مبارکه نیز می‌توان تاثیر قیمت‌گذاری دستوری و عدم توجه به عرضه و تقاضا در تعیین قیمت محصول را به وضوح مشاهده کرد. با توجه به اطلاعات انتشار یافته از ۹۲ هزار میلیارد تومان تخلفی که توسط مجلس بیان شده است، بیش از ۶۳ درصد آن، یعنی بالغ بر ۵۸ هزار میلیارد تومان در بخش فروش بوده و از این میان نیز بیش از ۹۳ درصد آن، یعنی بالغ بر ۵۴ هزار میلیارد تومان آن حاصل تفاوت قیمت فروش محصولات فولاد مبارکه با نرخ دستوری و قیمت بازار است. در این میان، سازوکار فروش فولاد از طریق بورس کالا نیز تعجب‌برانگیز است، چرا که تقریباً تمام فولاد عرضه‌شده به بازار از طریق بورس کالا به فروش می‌رود که این فروش با نرخ پایه‌ای صورت می‌گیرد که بر مبنای دلار نیمایی و متوسط قیمت فوب خلیج فارس محصولات در هر هفته صورت می‌گیرد. رقابت میان خریداران، یعنی افزایش جانب تقاضا می‌تواند این نرخ را بالا ببرد، اما اگر از حدی فراتر برود، ناظران این معامله را باطل می‌کنند، امری که به وضوح دخالت در سازوکار عرضه و تقاضا است. ناظر بورس در سال‌های گذشته بارها معاملات فولاد مبارکه را باطل کرده است. از سویی، قیمت دلار نیمایی با قیمت آزاد دلار در بازار متفاوت است و این تفاوت را می‌توان منشأ رانت ایجادشده و در نتیجه شروع مسیر فساد دانست، به طوری که تفاوت قیمت میان این دو در حدود ۳۰ درصد است. این بدان معناست که شرکت فولاد مبارکه باید محصولات خود را با قیمتی ۳۰ درصد کمتر از نرخ واقعی آن در بازار عادی، در بورس کالا به فروش برساند. با توجه به اختلاف این قیمت و بازار آزاد، رانت بزرگی ایجاد می‌شود که در گزارش تحقیق و تفحص مجلس نیز ذکر شده است.

بهترین مثال برای درک این امر صنعت خودروسازی کشور است. خودروسازان (سایپا و ایران خودرو) از سال ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹ حدود یک میلیون و ۵۴۰ هزار تن فولاد به قیمت دستوری دریافت کرده‌اند و بخشی از آن را به قیمت آزاد در بازار فروخته‌اند و بدون هیچ عملیات تولیدی، سود بزرگی را تصاحب کرده‌اند. مختصر اینکه، تخفیف به خودروسازان به شکلی غیرمنطقی و بدون توجه به نیاز واقعی این شرکت‌ها، موجب بروز زیان به شرکت فولاد مبارکه و سهامداران آن شده و تاثیری نیز در تعدیل قیمت خودرو نداشته است. حال باید پرسید که آیا مسئولیت ایجاد این رانت بزرگ و فساد چند ده هزار میلیارد تومانی، با مدیران شرکت‌های تولیدکننده است یا شورایی که با تعیین قیمت‌های دستوری افراد را برای فعالیت دلالی و سودجویی، به جای سرمایه‌گذاری در حوزه تولید تشویق و ترغیب می‌کند؟ لذا مبارزه با فساد و رانت جز از راه تنظیم عرضه و تقاضا با توجه به نیاز بازار و بدون دخالت دستوری امکان‌پذیر نیست، امری که در کنار رفع انحصار می‌تواند جانی دوباره به اقتصاد بیمار کشور دهد. ■

قیمت‌گذاری دستوری متهم فساد اقتصادی



مرتضی فغانی
عضو اتاق بازرگانی تهران

کریدور شمال - جنوب ظرفیتی بزرگ برای اقتصاد ایران



فرهاد امیرخانی
سر دبیر

ایران از دیرباز به عنوان کشوری که در چهارراه استراتژیک حمل و نقل دنیا واقع شده، مطرح بوده است. هر چند این امتیاز بین المللی، طی ادوار گذشته مصائب بسیاری از جمله جنگ و غارت را نصیب مردم کشورمان کرده؛ اما در کنار آن، مواهبی نیز به همراه داشته که تاکنون به درستی از ظرفیت های اقتصادی آن بهره برداری نشده که یکی از این ظرفیت ها مربوط به کریدور شمال - جنوب است. این کریدور مهم بین المللی که سال ها در محاق بود و به آن بی توجهی شده؛ در سال ۱۳۷۹ به همت سه کشور ایران، روسیه و هند مجدداً مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت، قراردادی برای فعال سازی این کریدور از سوی این سه کشور به امضا رسید. پس از این قرارداد بود که کشور جمهوری آذربایجان و سپس ترکیه، ارمنستان، بلاروس، قزاقستان، قرقیزستان، تاجیکستان، عمان، سوریه، اوکراین و بلغارستان و حتی دیگر کشورهای اروپایی نیز خواستار بهره مندی از این گذرگاه مهم بین المللی شدند. اکنون نیز به دلیل رقابت های شدید ترانزیتی که طی سال های اخیر اوج گرفته، این کریدور بیش از پیش برای کشورهای جمهوری آسیای مرکزی دارای اهمیت است. در حال حاضر، به دلیل جنگ روسیه و اوکراین و مسایل امنیتی و سیاسی حاکم بر کشور افغانستان و تنش های موجود بین کشورهای پاکستان و هند، بسیاری از کشورها تمایل به همکاری و بهره مندی از این کریدور امن صادراتی را دارند. برای این کشورها، دسترسی به بازار ۱/۴ میلیارد نفری هند و ۲۰۰ میلیون نفری پاکستان، فرصتی بی همتا به شمار می آید که از طریق بهره مندی از این کریدور میسر می شود.

صرف نظر از فرصت های تجاری منحصر به فرد منطقه ای که این کریدور می تواند برای کشورمان فراهم کند، اکنون در بحث اوراسیای بزرگ نیز کشورمان در صدد است، با بهره گیری از موقعیت استراتژیک خود، تبدیل به بازیگری مهم در پیشبرد طرح های اقتصادی و توسعه محور کشورهای عضو شانگهای و اتحادیه اوراسیا باشد.

امروزه کشورمان در یک موقعیت ممتاز و ویژه و قابل توجه از منظر حمل و نقل بین المللی قرار گرفته است. از یک سو مرزهای ریلی در شمال همچون سرخس، اینچه برون، بندر امیرآباد، بندر انزلی، جلفا، رازی، شمشیر (خواف) و آستارا و در جنوب؛ بندر چابهار، میرجاوه، بندر عباس، بندر امام، بندر خرمشهر و شلمچه و از سوی دیگر مرزهای جاده ای شامل باجگیران، لطف آباد، سرخس، میرجاوه، ریمدان، نوردوز، پلدشت، بازرگان، رازی، سرو، پلدشت، جلفا، بیله سوار، آستارا و... در کنار حمل و نقل ترکیبی و استفاده از ظرفیت های فرودگاهی و بندر، فرصت بی نظیری را برای نقش آفرینی در لجستیک و ترانزیت بار فراهم کرده است. در حال حاضر مسئولان کشورمان در تلاشند تا بر اساس سند چشم انداز ۲۰ ساله و تا افق سال ۱۴۰۴، سهم حمل و نقل ریلی و جاده ای را به بالاترین سطح ممکن برسانند. از جمله طرح های اولویت داری که در فعال سازی این کریدور مورد توجه قرار گرفته، شامل احداث خطوط ریلی رشت - آستارا و چابهار - زاهدان و نوسازی ناوگان فرسوده و بهسازی مسیرهای جاده ای و ریلی واقع در این کریدور است.

هم اکنون تلاش بسیاری برای بهره مندی از ظرفیت های نهفته در این کریدور انجام می شود؛ اما به خاطر بسپاریم که بدون مشارکت بخش خصوصی، این ظرفیت های بالقوه هیچ گاه به درستی به فعل نخواهند رسید و لازمه بهره وری بهینه از آن، تزریق منابع مالی، اقدامات فرهنگی و رسانه ای، تسهیل گری و دعوت از بخش خصوصی داخلی و سرمایه گذار خارجی برای مشارکت و تکمیل بخش های به جای مانده این کریدور عظیم بین المللی است. قطعاً با چنین رویکردی است که در زمانی نه چندان دور، شاهد تحقق این رویای دیرینه به واقعیت خواهیم بود. ■

پیش از پیروزی انقلاب اسلامی، اکثر تجهیزات مربوط به فروشگاه‌های زنجیره‌ای کشور، وارداتی بود. کما اینکه این فروشگاه‌ها که بعضاً نمایندگی یا شعبه یک فروشگاه بزرگ و یا زنجیره‌ای بین‌المللی را داشتند، متناسب با دکوراسیون عمومی بر اساس مدل ارائه شده توسط دفتر مرکزی باید دکور می‌شدند که همه اقلام دکور و سخت‌افزارها از طریق واردات تامین می‌شد. خوشبختانه هم‌اکنون تجهیزات مورد نیاز، کاملاً در کشورمان تولید و مورد استفاده قرار می‌گیرد. در سال ۱۳۸۰ اولین نمایشگاه بین‌المللی کالا، خدمات، تجهیزات فروشگاه‌های فروشگاه‌های زنجیره‌ای با هدف تولید با کیفیت و صادرات کالا و خدمات برگزار شد که غالب محصولات خارجی بود؛ اما در پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی کالا، خدمات، تجهیزات فروشگاه‌های فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سال ۱۴۰۰ که در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران برگزار شد، ظرفیت تمام عیار این بخش با تولیدات کاملاً ایرانی به منصفه ظهور رسید. محصولاتی که تا سال ۱۳۸۰ از خارج وارد می‌شد، اینک به عنوان محصول درجه یک و ممتاز ایرانی به کشورهای دیگر صادر می‌شود. با مراجعه به فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای، متوجه تغییرات جدی و اساسی این صنعت خواهید شد. تولیداتی که به اذعان تولیدکنندگان خارجی که از نمایشگاه بازدید کرده‌اند، در سطح طراز اول و نه تنها مشابه، بلکه بسیار باکیفیت‌تر، زیباتر و مقاوم‌تر از محصولاتی است که روزگاری موجب خروج ارز از ایران می‌شد و اینک موجب ارزآوری و اشتغال‌زایی می‌شوند. با توجه به اهمیت موضوع و ارتقاء سطح کمی کیفی تولیدات این صنعت، از سال ۱۳۹۰ موضوع تشکیل و تاسیس اتحادیه برای این صنف پیشنهاد شد که با فراز و فرودهای فراوان بالاخره در سال ۱۳۹۹ انجمن تولیدکنندگان، صادرکنندگان و خدمات‌دهندگان تجهیزات و ملزومات فروشگاه‌های و مجتمع‌های تجاری ایران در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ثبت و تاسیس شد. در حال حاضر این انجمن در حال عضوگیری است تا این صنعت مهم را در سطح داخلی و بین‌المللی کارآمدتر، جامع‌تر و علمی‌تر معرفی نماید. هم‌اکنون انجمن تولیدکنندگان، صادرکنندگان و خدمات‌دهندگان تجهیزات و ملزومات فروشگاه‌های و مجتمع‌های تجاری ایران با تشکیل کمیته‌های مختلف در صدد است تا از ظرفیت همه اعضای انجمن و سایر ذی‌نفعان و علاقه‌مندان بهره‌مند شود تا در آینده، نقش خود را به نحو مطلوب ایفا نماید. در حال حاضر توسعه و گسترش فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای و همچنین بازسازی و بهسازی فروشگاه‌های محلی و منطقه‌ای در بخش‌های مختلف در حال انجام است. در پایان باید به این نکته اشاره داشت که صنعت تجهیزات، ملزومات فروشگاه‌های و خدمات مرتبط، ظرفیت بسیار بالایی برای این نوع تغییرات جدی و اساسی در سطح کشور دارد و فراتر از آن می‌تواند در خارج از کشور نیز حضوری موفق داشته باشد. ■

اعتلای چشمگیر

صنایع تجهیزات فروشگاه‌های



داود آدینه
رئیس انجمن تولیدکنندگان، صادرکنندگان و خدمات‌دهندگان
تجهیزات و ملزومات فروشگاه‌های و مجتمع‌های تجاری ایران

اقتصاد بازار



در این بخش می خوانیم:

- هویتا؛ ضامن احراز هویت امن و امضای دیجیتال
- تحقق دولت الکترونیک با مشارکت شرکت های PSP

مدیر بخش پروژه‌های خاص شرکت سپ (پرداخت الکترونیک سامان)

تحقق دولت الکترونیک با مشارکت شرکت‌های PSP

محمد جعفری

ورود شرکت‌های PSP به حوزه پرداخت، ضمن تسهیل فرآیند انجام برخی از فعالیت‌ها برای شبکه بانکی، امور مشتریان را نیز راحت‌تر کرده، به طوری که گفته می‌شود، از ظرفیت این شرکت‌ها برای تحقق دولت الکترونیک و طرح‌هایی مانند کالا برگ به خوبی استفاده خواهد شد، اما مساله اصلی این شرکت‌ها، کار مزد و سود پایین است که با توجه به عدم آمادگی اصناف و مردم، باید دید که چه زمانی این شرایط تغییر خواهد کرد. با توجه به این موضوع به سراغ مهندس فرشید دانایی، مدیر بخش پروژه‌های خاص شرکت پرداخت الکترونیک سامان رفته و با وی به گفت‌وگو پرداختیم. دانایی فارغ التحصیل مقطع کارشناسی ارشد در رشته مدیریت فناوری اطلاعات بوده و در حال حاضر نیز دانشجوی دوره DBA دانشگاه تهران در شاخه ریتیل فروشگاه‌داری است. مشروح این مصاحبه در ادامه می‌آید.

این شرکت با چه مجموعه‌هایی همکاری دارد؟

شرکت پرداخت الکترونیک سامان به تمامی بخش‌ها ورود کرده و با پذیرنده‌های بزرگی مثل فروشگاه‌های زنجیره‌ای، حوزه مد و فشن، صنعت غذا و رستورانی، حوزه درمان، نهادهای حاکمیتی و... همکاری دارد. در حوزه پرداخت از طریق درگاه اینترنتی هم بخش اعظم شرکت‌های ایرلاین هواپیمایی از مشتریان این شرکت بوده و شرکت‌های بزرگی مثل دیجی کالا، بانی مد و... از سرویس درگاه اینترنتی شرکت پرداخت الکترونیک سامان استفاده می‌کنند.

تاکنون چه میزان از اهداف شرکت پرداخت الکترونیک سامان محقق شده است؟

این شرکت در ابتدای تاسیس تحت نظر گروه مالی سامان بود، اما پس از آن به بانک‌های دیگری مثل سپه، ملی، صادرات و پروژه‌های دیگر متصل شد و هم‌اکنون نیز با ۱۷ بانک اعم از دولتی و خصوصی قرارداد مستقیم دارد. البته باید در نظر داشت، در شروع این کار سامانه شاپرک وجود نداشت و شرکت‌های پرداخت به طور مستقیم با بانک‌ها قراردادی بستند. از دهه ۹۰ با ظهور این نهاد رگلاتوری ۱۲ شرکت PSP مجوز فعالیت خود را از آن دریافت کردند که خود زیر نظر بانک مرکزی بود. شرکت پرداخت الکترونیک سامان با مرور زمان تعداد بانک‌ها و شرکت‌های طرف قرارداد خود را افزایش داد و برای اولین بار سوئیچ خزانه را زیر نظر بانک ملی و وزارت امور اقتصاد و دارایی راه‌اندازی کرد که تا چندین سال در سطح دفاتر اسناد، پزشک قانونی، مراکز قوه قضائیه و... خدمات رسانی می‌کرد. شایان ذکر است، ماهیت اصلی این سوئیچ تمرکز بر حساب‌های دولتی بوده و تا زمان ایجاد حساب‌های ۳۰ رقمی واریز با شناسه فعالیت کرده و در حال حاضر نیز که سازمان‌های دولتی از سوئیچ بانک مرکزی و شاپرک استفاده می‌کنند، به متقاضیان خدمات رسانی می‌کند. شایان ذکر است، خدمات شرکت پرداخت الکترونیک سامان به صنف یا بانک خاصی محدود نبوده و بر اساس یک برنامه استراتژیک روز به روز در حال گسترش است. هم‌اکنون دو بانک سامان و رفاه، سهامدار اصلی این شرکت بوده و ۱۰ درصد سهام آن نیز در بورس با نماد سپ قرار دارد.



شرکت پرداخت الکترونیک سامان از چه سالی و با چه هدفی راه‌اندازی شد؟

این شرکت از سال ۱۳۸۲ در حوزه پرداخت الکترونیک از طریق دستگاه کارت‌خوان، درگاه اینترنتی، USSD و اپلیکیشن موبایل ۷۲۴ تاسیس شد تا نیاز شرکت‌های مختلف در حوزه پرداخت الکترونیک را تأمین کند. شرکت پرداخت الکترونیک سامان برای اولین بار درگاه پرداخت اینترنتی کشور در سایت قطارهای مسافرتی رجا را راه‌اندازی کرده و اپلیکیشن ۷۲۴ را نیز به بازار معرفی کرده است. این شرکت در حوزه پرداخت دستگاه کارت‌خوان نیز بالغ بر یک میلیون و یکصد هزار پذیرنده فعال دارد و در اسفندماه سال ۱۳۹۹ از نظر تعداد تراکنش، در بین ۱۲ شرکت PSP، رتبه اول بر اساس گزارش‌های بولتن شاپرک را کسب کرد که تاکنون این جایگاه حفظ شده است. علاوه بر این، شرکت پرداخت الکترونیک سامان بنابر اعلام نشریات بین‌المللی از جمله نشریه نیلسون ریبورت رتبه ۱۶ را بین ۱۵۰ شرکت PSP دنیا در سال ۲۰۱۹ داشته و همچنین پرتراکنش‌ترین شرکت صنعت پرداخت منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۲۱ را به ثبت رسانده است.

مهمترین برنامه این شرکت برای آینده چیست؟

شرکت پرداخت الکترونیک سامان یک استراتژی ۵ ساله تا سال ۱۴۰۰ و یک استراتژی نیز برای سال ۱۴۰۰ به بعد تدوین کرده است. هدف اصلی از این استراتژی ها، حفظ رتبه این شرکت در بین شرکت های psp و رسیدن به نقطه مطلوب درآمدی و سودآوری به منظور پاسخگویی به سهامداران بورسی خود است که خوشبختانه طی چند سال گذشته بر اساس گزارش های کدال با موفقیت انجام شده است. همچنین همکاری با برندها جزو رسالت اصلی شرکت پرداخت الکترونیک سامان است. در ضمن ارائه خدمات در حوزه باشگاه مشتریان با من جزو اهداف اصلی سب در راستای تخصیص امتیاز، اخذ تخفیف و وفادار سازی می باشد.

شرکت پرداخت الکترونیک سامان نسبت به دیگر شرکت های حوزه پرداخت یاری چه ویژگی هایی دارد؟

از جمله این ویژگی ها به گواه مشتریان، چابک بودن و سرعت عمل فعالیت های شرکت پرداخت الکترونیک سامان است. در بحث پشتیبانی، انجام امور فنی و پایداری سوئیچ نیز این شرکت مورد توجه بسیاری از مشتریان بوده است، بر همین اساس ۹ بخش اعظم پذیرندگان به صورت انحصاری با آن همکاری داشته و دو پتل مجزا با شرکت شاپرک بدون هیچ گونه قطعی — دارد. شرکت پرداخت الکترونیک سامان با وجود پشتیبانی قوی در کل کشور و مراکز استان ها شعبی دایر کرده و کلیه امور پرسنل زیر نظر دفتر مرکزی سپ می باشد.

شیوع کرونا چه تاثیری بر روند فعالیت های این شرکت داشت؟

از آنجایی که بخش اعظم پول فیزیکی در این دوران از چرخه فعالیت های اقتصادی حذف شده و به کارت بانکی منتقل شد، شرکت پرداخت الکترونیک سامان خدمات پذیرش کارت را از طریق دستگاه های کارت خوان انجام داده و سیستم پرداخت از طریق QR را به منظور ارائه خدمات بدون کارت از طریق سرویس موبایل پیش برده است. به بیانی دیگر، این شرکت جزو اولین شرکت هایی است که سیستم اپلیکیشن QR را راه اندازی کرده که افراد از طریق کیف پول و بدون استفاده از کارت بانکی امور پرداخت خود را انجام دهند. استفاده از دستگاه پین پد جهت ورود رمز، اتصال به شبکه های نرم افزاری و اتصال به شبکه پرداخت از طریق کیوسک سفارش گیری و نوبت دهی در مکان های شلوغ مثل بیمارستان ها، رستوران ها و... از دیگر اقدامات مهم شرکت سب است که تاکنون نیز ادامه دارد.

خدمات الکترونیک سامان تا چه اندازه به رعایت استانداردهای ایمنی پایبند است؟

این شرکت به تمام استانداردهای امنیتی تعریف شده از سوی نهادهای قانون گذار پایبند بوده و به طور سالانه مجوز های نرم افزاری و امن را تمدید می کند. باید دانست، تخلفات معمولاً به دلیل ناآگاهی هاوسهل انگاری های مردم در بیان رمز اینترنتی کارت و اطلاعات بانکی صورت می گیرد. هر چند باید اشاره کرد که کلاهبرداران و متخلفان همیشه یک گام رو به جلو بوده و سعی دارند تا با برنامه هایی به حساب و اطلاعات بانکی افراد ورود کنند.

آیا گزارشی مبنی بر رضایت مشتریان از خدمات این شرکت دارید؟

قطعا میزان تراکنش ها، درصد رضایت مشتریان را نیز نشان خواهد داد. از آنجایی که شرکت پرداخت الکترونیک سامان علاوه بر تراکنش های بالا

و فعالیت ۲۴ ساعته سوئیچ پایداری دارد، با رضایت مشتریان روبه رو بوده و به بخش های مختلف مانند بیمارستان ها، رستوران ها و... خدمات رسانی می کند.

هم اکنون با چه مشکلاتی در این حوزه روبه رو هستید؟

پایین بودن تعرفه و کارمزد تراکنش ها یکی از دغدغه های اصلی شرکت های psp است، در حالی که با افزایش نرخ تورم، قیمت بسیاری از کالا ها و خدمات و هزینه تمام شده خدمات این شرکت ها در بخش های مختلف فنی، نیروی انسانی، زیرساختی و... بالا رفته است. البته شبکه بانکی نیز در بخش کارمزد، هزینه های زیادی را پرداخت می کند که قرار است با اصلاح نظام کارمزد این رویه اصلاح گردد، با این حال این امر به دلیل فشار تورمی تحمیل شده بر اصناف، مالیات ها و... تا زمان فرارسیدن شرایط مناسب و بررسی دقیق وضعیت ذی نفعان اجرا نخواهد شد.

شرکت های پرداخت تا چه اندازه امور مالی مشتریان را تسهیل کرده اند؟

امروزه این شرکت ها به عنوان بازوی مهم بانک ها خدماتی ارائه می دهند که نیاز به جابه جایی پول نقد را به حداقل می رساند، در حالی که مردم در گذشته مجبور بودند، پول را به صورت نقدی به بانک ها ببرند. از سوی دیگر، شرکت های psp نیاز شرکت ها برای مراجعه به بانک ها را ضمن کاهش هزینه چاپ اسکناس از بین برده و از چرخه سنتی پرداخت بهای محصول عبور کرده اند. نقش این شرکت ها در دوران کرونا بیشتر به چشم آمد، به طوری که به جز تعداد محدودی افراد، اکثر افراد جامعه از خدمات آن ها بهره گرفتند. شرکت پرداخت الکترونیک سامان به موازات خدمات دیگر شرکت های این حوزه نیز در ایفای مسئولیت اجتماعی خود در مواردی مثل کرونا، زلزله کرمانشاه، انجام کمک های خیریه از طریق اپلیکیشن ها و حتی ساخت مدارس نیز اقدامات خاصی انجام داده که از جمله آن، ساخت یک مدرسه در روستای محروم استان کرمانشاه بعد از وقوع زلزله سال ۱۳۹۶ است.

رویکرد مسئولان نسبت به فعالیت شرکت های psp چیست؟

از آنجایی که این بخش در شمار بزرگ ترین و اصلی ترین بخش های اقتصاد کشور قرار می گیرد، رویکرد مثبتی نیز نسبت به آن وجود دارد. برای مثال، این شرکت ها در طرح های ملی و معیشتی مختلف مثل کالابرگ الکترونیک، عرضه نان، سبد کمک معیشتی و مهمتر از همه، تحقق شعار دولت الکترونیک به ویژه در بخش پرداخت بهای کالا و خدمات در کنار دولت بوده و به عنوان بازوی مهم اجرایی دولت فعالیت کرده اند.

چه چشم اندازی برای این حوزه متصور هستید؟

اگر فضای فعالیت شرکت های psp را به مانند یک اقیانوس قرمز ترسیم کنیم، شرکت هایی موفق خواهند بود که قادر به شناسایی نقاط آبی این اقیانوس، یعنی ارائه خدمات جدیدتر باشند. شرکت سب نیز از این قاعده مستثنی نبوده و قطعا در صورت عدم انطباق با نیاز های بازار حذف خواهد شد.

و سخن آخر...

شرکت سب در بخش پروژه های خاص، مشتریان را بر اساس جایگاه و رتبه مالی تفکیک کرده و همان طور که ذکر شد، با بخش های مختلف مثل رستوران ها، مجتمع های تجاری، فروشگاه های زنجیره ای، بهداشت و درمان، استارت آپ ها، فین تک ها و... همکاری دارد. با توجه به خدمات این شرکت، مشتریان می توانند در مراکز مختلف حضور یافته و ساعت ها با خیالی آسوده به خرید یا استفاده از خدمات پرداخت و همچنین کسب خدمات تخفیفی از طریق باشگاه مشتریان با من در سطح مراکز تجاری و اداری بپردازند. ■

پایین بودن تعرفه و کارمزد تراکنش ها یکی از دغدغه های اصلی شرکت های psp است، در حالی که با افزایش نرخ تورم، قیمت بسیاری از کالا ها و خدمات و هزینه تمام شده خدمات این شرکت ها در بخش های مختلف فنی، نیروی انسانی، زیرساختی و... بالا رفته است

هویتا؛ ضامن احراز هویت امن و امضای دیجیتال

احمد رضا صباغی



شرکای تجاری

شرکت هویتا با نهادهای گوناگون در حوزه‌های مرتبط با امضای دیجیتال همکاری دارد که از جمله می‌توان به بانک‌ها، استارت‌آپ‌ها، بیمه‌ها، وزارتخانه‌ها و اپراتورها اشاره کرد.

محصولات هویتا

● سرویس امضای دیجیتال (DSS)

خانم مهندس زهرا صالحی - دانش آموخته کارشناسی ارشد امنیت اطلاعات دانشگاه صنعتی شریف

در دهه اخیر، امضای دیجیتال به عنوان «هویت الکترونیکی امن» افراد حقیقی/حقوقی در دنیا شناخته می‌شود. با توجه به روند روبه گسترش الکترونیکی شدن اسناد و خدمات و از طرفی، چالش احراز هویت غیر حضوری افراد، اقبال ویژه‌ای به امضای دیجیتال شده است. از سوی دیگر، تعدد و تنوع ابزارهای ارتباطی و سامانه‌های تحت وب، استفاده از خدمات مبتنی بر سرویس را گسترش داده، از این رو راهکار «امضای دیجیتال مبتنی بر سرویس» توسط شرکت هویتا ارائه شده که هم‌اکنون این راهکار در نقاط مختلف جهان از جمله اتحادیه اروپا مورد استفاده است.

محصول ParsDSS شرکت هویتا، مبتنی بر راهکار «امضای دیجیتال مبتنی بر سرویس» است که به واسطه این محصول، سامانه‌ها به سادگی و با سرعت بیشتری به قابلیت امضای دیجیتال تجهیز می‌شوند. از دیگر خدمات این محصول؛ امضای اسناد و تراکنش‌ها، ارتباط با مازول‌های رمزنگاری مختلف، مهر زمانی، اعتبار سنجی گواهی و امضا است. این محصول با ارائه API‌های مختلف و قابلیت توسعه پذیری، قادر است که خدمات یادشده را به سایر سامانه‌های تحت وب و یا در بستر ابری ارائه دهد. در تولید این محصول تلاش شده تا با رعایت استانداردهای داخلی و بین‌المللی همچون استانداردهای eIDAS امکان ارائه این محصول در بازار جهانی را داشته باشیم.

● موبایل کانکت

خانم مهندس رقیه یونس - دانش آموخته کارشناسی ارشد معماری سیستم‌های کامپیوتری دانشگاه علم و صنعت ایران

با توجه به گسترش خدمات دیجیتال و ظهور وب‌سایت و اپلیکیشن‌های متعدد، خدمات متنوعی به کاربران فضای دیجیتال ارائه می‌گردد. به این ترتیب که برای دریافت هر خدمت، کاربر باید ابتدا به سامانه مربوطه وارد شده و اقدام به ثبت نام نماید، از این رو داشتن حساب‌های کاربری متعدد

به واسطه روند دیجیتالی شدن جهان، دولت‌ها نیز به ناچار در تلاش هستند که تمام سامانه‌ها و فرآیندهای خود را آنلاین کنند. حذف کاغذ، آرزویی است که از دیرباز در سازمان‌ها آغاز شده، لیکن فرآیندهایی که جنبه حقوقی و مالی داشته، با توجه به جنبه‌های حقوقی اسناد زنده که امضای رسم الخطی و مهر چاپی به آن‌ها اعتبار می‌دهند، از سایر فرآیندها عقب مانده‌اند.

هویتا، شرکتی دانش بنیان و چابک است که با نزدیک به ۲۰ سال تجربه، در زمینه دیجیتالی شدن فرآیندها گام‌های زیادی برداشته است. زیرساخت کلید عمومی، امضای دیجیتال و احراز هویت الکترونیکی از جمله مواردی هستند که در فرآیند دیجیتالی شدن نقش مهمی را ایفا می‌کنند. شرکت هویتا با تسلط کامل بر فناوری پایه زیرساخت کلید عمومی در تعامل با کسب و کارهای گوناگون در تجهیز سامانه‌های گوناگون به قابلیت احراز هویت امن و امضای دیجیتال قدم‌های مهمی را برداشته که از جمله آن‌ها می‌توان به دیجیتالی شدن قراردادها، صورت جلسات، صورت حساب‌ها، فرم‌های منع افشای اطلاعات، احراز هویت در سامانه‌ها و امضای دیجیتال اسناد مالی از جمله سفته و برات اشاره کرد.

چالش‌های دیجیتالی شدن

از بزرگ‌ترین چالش‌های دیجیتالی شدن، تغییرات روزافزون فناوری است که تیم هویتا همواره در بخش فنی با این تغییرات همگام شده و مبتنی بر استانداردهای جهانی محصولات خود را توسعه داده است. قانونی بودن امضای دیجیتال چالش دیگری است که خوشبختانه قوانین جدید مصوب دولت این مشکل را نیز برطرف کرده است.

تمایز بارقا

تجربه نزدیک به دودهمه فعالیت در زمینه زیرساخت کلید عمومی و امضای دیجیتال، مالکیت مرکز میانی پارس ساین (ParsSign)، استاندارد بودن محصولات و خدمات و همچنین کامل بودن سبد محصولات در تمام مولفه‌های امضای دیجیتال از مزایای هویتا می‌باشد.

یکی از چالش‌هایی است که کاربران فضای دیجیتال با آن مواجه می‌شوند. با معرفی استاندارد OpenID به دنیای دیجیتال، کاربران می‌توانند یک پروفایل دارای نام کاربری و رمز عبور نزد یکی از ارائه‌کنندگان این خدمت ساخته و تحت شرایط و ضوابطی، سایر وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌ها، با درخواست کاربر به این ارائه‌کننده متصل شده و توسط پروفایل کاربر در سامانه ارائه‌کننده، کاربر را شناسایی کرده و اطلاعات مورد نیاز خود را دریافت نمایند. یکی دیگر از راهکارهای موجود، راهبرد «موبایل کانکت» است که یک راهکار امن و جامع برای ورود به حساب کاربری و احراز هویت، صدور مجوز جهت دسترسی به اطلاعات کاربر، در اختیار گذاشتن اطلاعات کاربر و یاصحت‌سنجی هویت کاربر می‌باشد.

طبق استاندارد موبایل کانکت، ارائه‌کنندگان خدمات دیجیتال می‌توانند از طریق شماره تلفن همراه مشترک و اتصال به مجموعه‌ای از API‌ها در اپراتور، نسبت به شناسایی مشترک و دریافت اطلاعات مورد نیاز خود اقدام کنند. بدیهی است، مشترک باید مشخصات خود را در وبسایت یا اپلیکیشن مورد نظر را از طریق این راهکار انتخاب کرده و از طریق اپراتوری که از آن سرویس می‌گیرد، مجوز ارائه اطلاعات هویتی - تماس خود به سرویس ثالث را اعطا کند.

موبایل کانکت به سادگی با متناظر کردن هر کاربر با تلفن همراه او به کاربران اجازه ورود به حساب‌های کاربری خود در وبسایت یا برنامه‌های کاربردی را بدون نیاز به خاطر سپردن نام کاربری و رمز ورود می‌دهد و یا موجب ساده شدن عملیات ثبت نام در وبسایت‌های جدید و مختلف می‌شود. همچنین ارائه‌دهندگان سرویس می‌توانند شناسه‌های کاربر خود را از طریق سرویس موبایل کانکت تایید و از تقلب جلوگیری کنند. مجموعه سرویس‌های موبایل کانکت، امن بوده و هیچ اطلاعات شخصی بدون اجازه کاربر به اشتراک گذاشته نمی‌شود. شرکت هویتا مفتخر است که در قالب کنسرسيوم با شرکت مهیم به عنوان توسعه‌دهنده پروژه مقیاس بزرگ موبایل کانکت هم‌راه اول بایش از ۵۰ میلیون کاربر فعال و بیش از یک میلیون تراکنش احراز هویت روزانه، ایفای نقش می‌کند.

● سامانه امضای دیجیتال قراردادها

باتوجه به گسترش خدمات غیر حضوری در شرکت‌ها، یکی از نیازمندی‌های ایجاد شده، امکان انعقاد قرارداد با کارکنان شرکت‌ها یا انعقاد قرارداد در تعاملات بین شرکت‌ها به صورت غیر حضوری و دیجیتال می‌باشد. محصول امضای قراردادها «اسناد» با فراهم آوردن API‌های امضای اسناد یا ارائه درگاه‌های آماده، اخذ تاییدیه از کارکنان شرکت‌ها و تعاملات بین سازمانی را تسهیل می‌کند، ضمن اینکه اسناد امضا شده در گردش کار شرکت‌ها و سازمان‌ها، از پشتوانه حقوقی و قانونی برخوردار است و در مراجع قضایی قابل استناد هستند.

● HSM و HSM as service

دکتر سید محمد سبط - دانش آموخته دکتری معماری سیستم‌های کامپیوتری دانشگاه علم و صنعت
امروزه رمزنگاری به عنوان رایج‌ترین روش برای تضمین امنیت اطلاعات و ارتباطات به شمار می‌رود. مهمترین چالش امنیتی در سامانه‌هایی که برای حفاظت از اطلاعات حساس خود از روش‌های رمزنگاری استفاده می‌کنند، حفاظت از کلیدهای رمزنگاری به کار رفته در این روش‌ها است. در حال حاضر

ایمن‌ترین راه برای حفاظت از یک کلید، ذخیره‌سازی و به کارگیری آن در داخل یک سخت‌افزار حفاظت شده با عنوان ماژول امنیت سخت‌افزاری Hardware Security Module یا HSM است. با توجه به دسترسی دشوار به HSM‌های خارجی، پشتیبانی نامناسب از آن‌ها به دلیل تحریم‌های اقتصادی، فقدان نمایندگی معتبر فروش آن‌ها در کشور و نگرانی جدی در مورد احتمال آلودگی آن‌ها به انواع بدافزارهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، استفاده از تجهیزات خارجی در زیرساخت‌های حساس کشور با مخاطرات فراوان روبه‌رو می‌باشد.

حال ممکن است، خرید یک HSM برای کاربردهای محدود مورد نیاز یک سازمان، به صرفه نباشد. در این صورت امکان ارائه خدمات HSM بر بستر ابری وجود دارد که به نام HSMaaS نیز شناخته می‌شود. در این حالت، امکان استفاده اشتراکی از خدمات این تجهیزات فراهم است. به عبارت بهتر، در شرایطی که یک سازمان می‌خواهد عملیات رمزنگاری برای مثال «امضای دیجیتال» انجام دهد و نیاز دارد که کلیدهای رمزنگاری خود را محافظت کند، این امکان وجود دارد که به جای خرید یک تجهیز HSM مستقل برای خود از قسمتی از یک HSM که در زیرساخت ابری نگهداری می‌شود، استفاده کند.

لازم به ذکر است، راهکار جامع امضای دیجیتال هویت، با HSM‌های صدف مرکز پژوهشی پارش شریف و نیز محصول سر بُن شرکت رادین حصین سازگار شده و پروژه‌های متعددی انجام و تحویل شده است. همچنین از محصولات خارجی Utimaco و SafeNet نیز در برخی از پروژه‌ها با موفقیت استفاده شده است.

● توکن امضای دیجیتال ParsKey

توکن هوشمند امضای دیجیتال پارس کی یک توکن امضای دیجیتال بومی و ماژول رمزکننده‌ای با رابط USB می‌باشد. این ماژول تلفیقی از امنیت، کارایی، کاربری آسان، قابلیت حمل و صرفه اقتصادی را در اختیار کاربر قرار می‌دهد. این توکن امضای دیجیتال ایرانی با کیفیت بالا تولید شده و کاملاً قابل رقابت با بهترین نمونه‌های خارجی است.

از بزرگ‌ترین
چالش‌های دیجیتالی
شدن، تغییرات
روزافزون فناوری است
که تیم هویتا همواره
در بخش فنی با این
تغییرات همگام شده و
مبتنی بر استانداردهای
جهانی محصولات خود
را توسعه داده است



استفاده از سفته یا
برات الکترونیکی
بسیار ایمن تر از
مشابه کاغذی آن
بوده و مشکلاتی
مانند امکان
دستکاری و یا جعل
امضا تقریباً به صفر
می‌رسد

پارس کی به صورت مستقل و بدون نیاز به سخت‌افزارهای اضافی مانند کارت خوان، قابل استفاده بوده و امکان تولید کلیدهای متقارن و نامتقارن، انجام عملیات رمزنگاری و امضای دیجیتال به صورت On-Board در آن وجود دارد. بر خورداری از رابط استاندارد (PKCS#11) به منظور برقراری ارتباط با توکن امضای دیجیتال پارس کی و همچنین پشتیبانی از زیرساخت کلید عمومی، امکان استفاده از این محصول را در طیف وسیعی از نرم‌افزارهای PK-Enabled فراهم کرده است. توکن امضای دیجیتال ParsKey موفق به کسب رتبه نخست توسط توکن امضای دیجیتال امنیتی در مقایسه با محصولات مشابه داخلی و خارجی طی دو سال اخیر شده است.

● سرویس امضای دیجیتال همراه

مهندس موسی درویش پور - دانش آموخته کارشناسی نرم‌افزار دانشگاه صنعتی شریف

برای نگهداری کلید خصوصی، گواهی دیجیتال و انجام امضا در شرایطی که توزیع جغرافیایی کاربران غیر متمرکز بوده یا در یک شبکه خصوصی قرار ندارند، بهترین راهکار استفاده از موبایل به عنوان عامل سخت‌افزاری تولید و نگهداری زوج کلید و نیز امضای دیجیتال اسناد و تراکنش‌های می‌باشد. سرویس امضای همراه شرکت هویتا، فناوری نوین و جایگزین مناسب و در دسترس تری برای توکن یا اسمارت کارت‌ها است که فرد می‌تواند با استفاده از تلفن همراه خود، عملیات رمزنگاری و امضای دیجیتال را انجام دهد. این سرویس، قابلیت حمل بیشتری نسبت به بقیه راهکارها داشته و همچنین با توجه به پشتیبانی گوشی‌های امروزی از ماژول سخت‌افزاری درونی (SecureElement) می‌تواند از امنیت بالایی برخوردار باشد.

امضای همراه پارس شرکت هویتا طبق استاندارد ETSI که دارای اعتبار جهانی است، پیاده‌سازی شده و در دوروش مبتنی بر اپلیکیشن اندروید و iOS و مبتنی بر سیم کارت ارائه می‌گردد. این سامانه قابلیت اتصال به CAهای مختلف جهانی و همچنین چندین CA به شکل همزمان را داشته و همچنین می‌توان از روش مبتنی بر اپلیکیشن آن به شکل SDK درون اپلیکیشن دیگر بهره گرفت. یکی از مواردی که برای آینده این

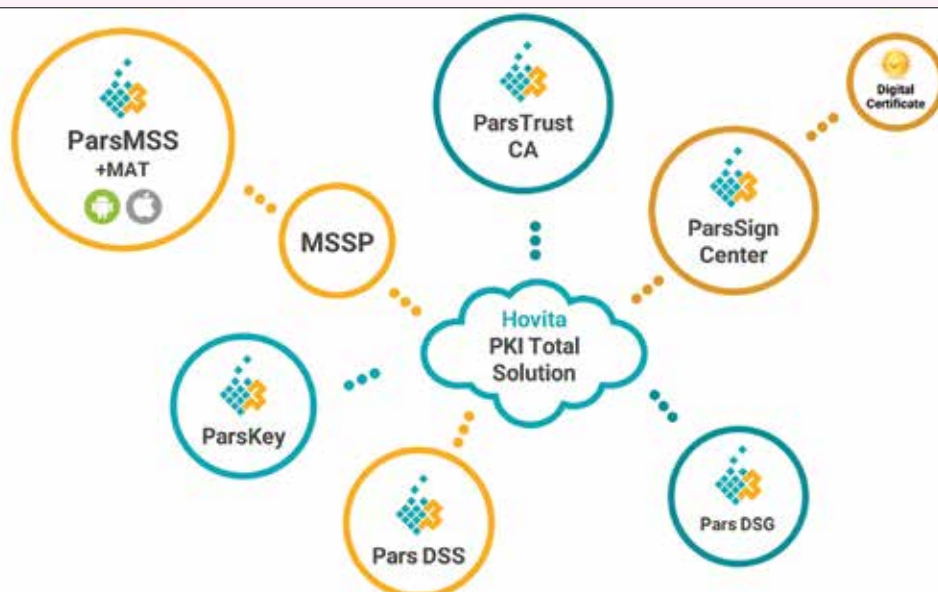
تکنولوژی می‌توان متصور شد، ترکیب این سرویس با کارت‌های هوشمند نظیر کارت‌های ملی هوشمند در جهت احراز هویت و انجام تراکنش‌های بانکی است که می‌تواند پیشرفت چشم‌گیری در ساختار مالی کشور ایجاد کند. همکاری مشترک هویتا با ارائه‌دهندگان سرویس eKYC و تکمیل زنجیره احراز هویت با سرویس صدور گواهی دیجیتال، چندی است در دستور کار هویتا قرار گرفته و تاکنون سرویس‌های مشترک مناسبی را با چند سرویس‌دهنده eKYC راه‌اندازی کرده است. شایان ذکر است، سطح بلوغ محصول ParsMSS هویتا در کلاس جهانی بوده و امکان ارائه خدمات در حوزه صادرات را داریم.

● موبایل توکن (Mobile as a Token)

در آخر می‌توانیم نگاهی به راهکار نوین Mobile as a Token داشته باشیم که از استانداردهای PKCS#11 و Microsoft CAPI پشتیبانی می‌کند. همان‌طور که می‌دانید، این استانداردها دارای اعتبار بیشتری در دنیا بوده و قابلیت استفاده رمزنگاری مستقیم روی تلفن همراه را برای نرم‌افزارها و سرویس‌های خارجی می‌پیمای سازد.

● سفته و برات الکترونیکی

خانمراضیه بابایی - دانش آموخته علوم کامپیوتر دانشگاه علامه طباطبایی اسناد تجاری سفته و برات در حال حاضر در قالب کاغذ چاپ و طی فرآیندهای مشخصی در اختیار مردم قرار می‌گیرند. با الکترونیکی شدن سفته و برات، تمام فرآیند صدور آن به صورت الکترونیکی و غیر حضوری صورت خواهد گرفت. این سامانه در واقع یک اکوسیستم جامع برای درگیر کردن تمام ذی‌نفعان فراهم می‌کند و برای اعتبار بخشی به فرآیندها و افراد از زیرساخت کلید عمومی و امضای دیجیتال بهره می‌گیرد. به طور مثال، با استفاده از API های فراهم شده قابلیت تطابق با سیستم‌های ارتباط با مشتری یا هر سیستم بانکی فراهم بوده و برای شناسایی هویت مشتریان از سامانه‌های eKYC بهره‌گیری می‌شود. به لحاظ حقوقی و قانونی، از سفته و برات الکترونیکی می‌توان برای پرداخت هر معامله که سفته و برات کاغذی آن را پوشش می‌دهد، استفاده کرد. استفاده از سفته یا برات الکترونیکی بسیار ایمن تر از مشابه کاغذی آن بوده و مشکلاتی مانند امکان دستکاری و یا جعل امضا تقریباً به صفر می‌رسد. همچنین خطر از بین رفتن نسخه کاغذی در حوادثی مانند سیل و آتش‌سوزی وجود نخواهد داشت. ■



پرونده ویژه

KARTON BOKAN
KARDOKARTON.COM



گفت و گوی اختصاصی با مهندس فواد اسماعیل پور

در این بخش می خوانیم:

- گرانی و رکود در بازار کاغذ و مقوا
- احیای کارخانه کاغذ پارس و تلاش برای افزایش تولید
- نوسازی صنعت کاغذ ایران نیازمند سرمایه گذار خارجی است

رئیس اتحادیه فروشندگان کاغذ و مقوای تهران مطرح کرد

گرانی و رکود در بازار کاغذ و مقوا

هادی حسینی نژاد

کاغذ و مقوا از اصلی‌ترین مواد اولیه نشر کتاب و مطبوعات به شمار می‌آیند و از آنجایی که عمده مصرف داخلی این اقلام از مسیر واردات تامین می‌شود، عواملی همچون نرخ جهانی، تحریم‌ها و موانعی که سر راه تجارت وجود دارد، بر قیمت نهایی آن‌ها تاثیر مستقیم می‌گذارد. بالا رفتن قیمت‌ها و نزدیک شدن بهای هر بند کاغذ تحریر به مرز یک میلیون تومان در ماه‌های اخیر، آینده نشر را با مخاطرات فراوانی روبه‌رو کرده و اقدامات مقطعی دولت در تخصیص ارز ترجیحی و سهمیه‌بندی کاغذ نیز تاثیری در تنظیم بازار کاغذ نداشته است. در این رابطه، گفت‌وگویی با احمد شریفان، رئیس اتحادیه فروشندگان کاغذ و مقوای تهران داشتیم و نظرات وی را درباره عوامل خارجی و داخلی گرانی کاغذ جویا شدیم که مشروح آن در ادامه آمده است.

منظور تان از آشفته‌گی بازار چیست؟ چه عواملی باعث بروز این شرایط در بازار کاغذ و مقوا شده است؟

اولاً تحریم‌ها که با هدف متوقف کردن صنعت و اقتصاد ایران اعمال شد، تاثیر منفی خود را روی بازار کاغذ و مقوا نیز نشان داده است. متأسفانه عده‌ای از این شرایط سوءاستفاده کردند و با انحصار طلبی، از این آب گل آلود ماهی گرفتند. مشکل دوم، هجومه سازمان امور مالیاتی به کسبه بوده است. ما از این سازمان بسیار گله‌مند هستیم که به شکل چراغ خاموش به رصداموال و دارایی افرادی که با مشقت چندین ساله به دست آورده‌اند، می‌پردازند و برای آن‌ها مالیات می‌بندند. سازمان امور مالیاتی باید با اصناف صادق باشد و از فرارهای مالیاتی جلوگیری کند. حال آنکه این اقدام کارشناسی نشده، باعث افزایش فرارهای مالیاتی شده است. حساب‌ها خالی شده، پُرهای بانکی جمع شده و کسبه حتی الامکان با پز کار نمی‌کنند و برخی از آنان حساب‌های مشابه ساخته‌اند. همه این موارد، نتیجه اقدامات سازمان امور مالیاتی بوده است. این سازمان برای اتخاذ تصمیمات خود، باید اول با اصناف مختلف مشورت می‌کرد، اما متأسفانه هیچ‌وقت به اصل شورا و مشورت که در دین مبین اسلام نیز مورد تاکید قرار دارد، توجهی نمی‌شود. هر کاسبی باید مالیات بپردازد و در شکوفایی کشور و آینده جامعه نقش داشته باشد؛ به شرطی که جانب انصاف در فرایند تعیین و مطالبه مالیات رعایت شود و آینده شغلی و معیشتی کاسبان به خطر نیفتد. از سوی دیگر، فشار تحریم‌ها و هجومه امور مالیاتی باعث شده تا در چله تابستان، شاهد یخ‌بندان بازار کاغذ و مقوا و البته سایر کسب و کارها در کشور باشیم. گویی کسب و کارها به خواب زمستانی رفته‌اند؛ در حالی که ۶ ماه اول سال، باید ماه‌های رونق بازار باشد.

چرا بازار کاغذ و مقوا بار رکود و ریزش مشتریان مواجه شده است؟

ناشری که پیش از این برای تعداد سه چاپ و در هر نوبت با شمارگان سه هزار نسخه‌ای باید کاغذ خریداری می‌کرد، هم‌اکنون کتاب‌های خود را با شمارگان ۵۰۰ نسخه‌ای چاپ می‌کند که البته چنین وضعیتی برای نشریات و روزنامه‌ها نیز صادق است. کم شدن مصرف، یعنی کاهش فروش و رکود بازار کاغذ و مقوا. علاوه بر این، تورم و افزایش قیمت‌ها باعث شده، کتاب



مختصری درباره فعالیت‌های اتحادیه کاغذ و مقوای تهران و همچنین سابقه حضور خود در این اتحادیه توضیح دهید.

بنده به مدت چهار دوره با عنوان‌های مختلف در این اتحادیه حضور داشته‌ام. اتحادیه کاغذ و مقوا رسته‌های مختلفی را نظیر فروشندگان کاغذ و مقوا، ضایعات کاغذ و مقوا، دفاتر فروش، فروشندگان کارت و پاکت دعوت و... شامل می‌شود و به‌طور رسمی ۶۳۰ عضو دارد. تعدادی از فعالان در این بازار مشغول انجام مراحل عضویت هستند و بخشی از فعالان نیز هنوز اقدامی برای دریافت پروانه از اتحادیه انجام نداده‌اند که اگر تعداد آن‌ها را هم در نظر بگیریم، حدود یک هزار واحد در تعریف رسته‌های اتحادیه در تهران فعالیت دارند. خوشبختانه در سال‌های اخیر این اتحادیه را در برخی از ابعاد متحول کرده‌ایم. راستی آزمایی صنف، معرفی اتحادیه به همکاران و همچنین بازسازی و استقرار اتحادیه در ساختمان جدید که به دلیل آتش‌سوزی بی‌استفاده مانده بود، از جمله این اقدامات به‌شمار می‌آید. در فضای جدی، ظرفیت تعامل با اهالی صنف و خدمات‌رسانی به آن‌ها فراهم‌تر است و امیدواریم که در ادامه راه نیز به ساماندهی مسائل و برخی از آشفته‌گی‌ها در بازار کمک کنیم.

و مجلات از سبید خرید خانواده‌ها حذف شود. دیگر چه کسی می‌تواند برای خرید یک مجله مبلغ ۱۰۰ هزار تومان پرداخت کند؟ خانواده‌ها با هزینه‌های معیشتی بالایی مواجه هستند و باید هزینه خورد و خوراک و بهداشت و درمان و آموزش و... فرزندان خود را نیز تامین کنند. با وجود فشارهای اقتصادی موجود، طبیعتاً هزینه‌ها فرهنگی، اول از همه حذف می‌شود. شریاطی که در بازار کاغذ و مقوا در این چند سال تجربه کرده، مشابه شریاطی است که سایر صنوف تجربه کرده‌اند.

مهمترین عامل گرانی کاغذ و مقوا در یک سال اخیر چه می‌باشد؟

یکی از دلایل گرانی که در ماه‌های اخیر شاهد آن بودیم، نوسانات در بازارهای جهانی بوده که مسبب آن جنگ روسیه و اوکراین است. هر تن کاغذ در انواع مختلف، بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ دلار افزایش قیمت داشته و طبیعی است که این تورم، به دلیل وارداتی بودن اقلام کاغذ و مقوا روی بازار تاثیر بگذارد. کاغذ A4 که سال گذشته، بسته‌ای ۶۰ هزار تومان بود، اکنون به بسته‌ای ۱۱۰ هزار تومان رسیده، یعنی حدود ۱۰ درصد افزایش قیمت داشته است؛ اما آیا تمام این ۱۰ درصد تورم، به دلیل گران شدن کاغذ در بازارهای جهانی اتفاق افتاده است؟ مسلماً خیر، چرا که افزایش قیمت جهانی، نهایتاً ۲۰ درصد بوده است! این موارد حاصل فیلترهایی است که دولت سر راه تجار کاغذ قرار داده است. این مساله باعث شده تا واردات برای بعضی از افراد انحصاری شود و نتیجه‌ای جز گرانی در پی نداشته باشد. قیمت یک بند کاغذ تحریر در ماه‌های گذشته، به مرز یک میلیون تومان هم رسید که این افزایش قیمت چشمگیر، به دلیل حضور واسطه‌ها و دلال‌هایی است که بازار را انحصاری کرده‌اند. البته قطع شدن ارز ترجیحی برای واردات کاغذ نیز نقش به‌سزایی در گران شدن کاغذ داشته است.

چرا اعدای همیشه به بازار آزاد کاغذ نگاه منفی دارند؟

متأسفانه این مساله به یک واقعیت تلخ تبدیل شده است. بازار کاغذ و مقوا را به بازار سیاه تشبیه می‌کنند و به ناشران اتهام می‌زنند که به بازار سیاه کاغذ می‌فروشند. اگر دولت در تامین کاغذ ناشران تاخیر دارد، طبیعی است که ناشر برای چاپ کتاب خود از بازار آزاد کاغذ خریداری کند و به محض اینکه کاغذ دولتی به دستش رسید، آن را در بازار آزاد به فروش رساند تا هزینه‌های گذشته خود را پوشش دهد. این اسمش بازار سیاه نیست! دولت واردات کاغذ با تعرفه دولتی را به برخی از واردکنندگان محدود می‌کند و بعد از اینکه نمی‌تواند نیاز ناشران را تامین کند، انگشت اتهام را به طرف ناشر و بازار کاغذ آزاد می‌گیرد.

چرا دوگانه کاغذ دولتی و آزاد ایجاد شده و این موضوع چه تاثیری روی بازار دارد؟

دوگانه کاغذ دولتی و آزاد هم محصول همین سیاست‌ها است. بازار از قدیم یک دست بود و همه می‌توانستند در آن رقابت کنند. در چنین بازاری، قیمت‌ها کنترل شده هستند و کسی نمی‌تواند به یکباره کاغذ بندی ۵۰ هزار تومانی را ۵۰۰ هزار تومان به فروش رساند. دوگانه شدن بازار از وقتی اتفاق افتاد که دولت به آن ورود کرد. چرا دولت باید وارد مسائل مالی بازار شود؟ چرا باید در کار تجار دخالت کند؟ چرا هر سازمان، وزارتخانه و نهادی برای مصارف خود کاغذ وارد می‌کند؟ اگر دولت هم مصرف خود را از بازار تامین می‌کرد، بازار یک‌دست می‌ماند و شاهد افزایش قیمت نبودیم. از طرفی، اصل ۴۴ قانون اساسی را تبلیغ و از سوی دیگر، فضای کار را برای بخش خصوصی محدود می‌کنند.

پنجمین نمایشگاه کاغذ و مقوا که اخیراً برگزار شد را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به اعتقاد بنده، نمایشگاه این دوره بسیار پویا بود و نسبت به دوره‌های قبل، با تحولات مثبتی همراه شد. در این دوره، با پتانسیل‌های تازه‌ای از صنایع، واحدهای تولید کاغذ و محصولات سلولوزی آشنا شدیم که ظرفیت‌های لازم برای تامین نیاز داخلی و حتی ورود به بازارهای خاورمیانه را دارند. ارزیابی ما از این نمایشگاه این بود که اگر تولیدکنندگان مورد حمایت دولت و سازمان‌های داخلی قرار گیرند، رسیدن به سطح صادرات و ارزآوری برای کشور کاملاً دست‌یافتنی است. خوشبختانه حضور آقای برادران به عنوان معاون صنایع عمومی وزارت صمت و خانم ابرو فرخ، مدیر کل صنایع سلولزی، چاپ و نوشت افزار این وزارتخانه در نمایشگاه و تعاملاتی که با واحدهای صنعتی داشتند، افق‌های روشنی پیش روی صنایع کاغذ و مقوا قرار دارد. همان‌طور که می‌دانید، تحریم‌های ظالمانه غرب، محدودیت‌های زیادی را در تامین اقلام وارداتی به همراه داشته، اما به رغم همه این فشارها، تولیدکنندگان ما با تمرکز بیشتری به سوی خودکفایی و حتی ورود به بازارهای جهانی حرکت کرده‌اند.

در کدام یک از بخش‌های این صنعت ظرفیت‌های مناسب تولید و صادرات وجود دارد؟

در حوزه کارتن‌سازی، در حال حاضر کارخانه‌های بسیار کارآمدی توان صادرات خوبی دارند. در حوزه کاغذ و مقوای ظرفیت‌های مساعدی وجود دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به فعالیت صنایع چوب و کاغذ مازندران اشاره کرد. این مجموعه، بزرگ‌ترین تولیدکننده کاغذ مصرفی روزنامه در خاورمیانه است و اگر در بخش کاغذ تحریر نیز حمایت شود، نتایج شیرینی به همراه خواهد داشت. البته این حمایت‌ها آغاز شده و در نمایشگاه یک نمونه از آن‌ها، یعنی قرارداد خرید کاغذ از این مجموعه توسط وزارت آموزش و پرورش با هدف چاپ کتاب‌های درسی را شاهد بودیم. چنین حمایت‌هایی باعث می‌شود که کارخانه‌ها ظرفیت‌های تولید خود را افزایش دهند و رشد کنند. البته یکی از دغدغه‌های اصلی ما در این حوزه، مستهلک و فرسوده شدن ماشین‌آلات است که در این میان، دولت باید با تمهیدات لازم، به تولیدکنندگان کاغذ و مقوا کمک کند تا تکنولوژی خود را ارتقاء دهند. ما باید در تولید خمیر کاغذ خود کفاشویم که البته این امکان وجود دارد و بنده به آینده امیدوار هستم. ■

فشار تحریم‌ها و
هجمه امور مالیاتی
باعث شده تا در
چله تابستان، شاهد
یخ‌بندان بازار کاغذ
و مقوا و البته سایر
کسب و کارها در
کشور باشیم



مدیرعامل شرکت کاردو کارت‌ن بوکان

دولت باید از صادرات بنگاه‌های کوچک حمایت کند

هادی حسینی‌نژاد

با توسعه صنایع و محصولات مختلف، بسته‌بندی مناسب با جنس و وزن کالا به یکی از نیازهای اصلی صاحبان صنعت تبدیل شده است. محاسبه این نیاز برای برخی از اقلام که حجم یا وزن بالایی دارند و به بسته‌بندی‌های خاص و سنگین نیازمند هستند و مستلزم تولید کارت‌ن‌هایی است که تحمل وزن بالا را داشته باشند و در تمام مراحل جابه‌جایی و لجستیک، از محصول حفاظت کنند. این قابلیت در بسته‌بندی‌های بزرگ و کالاهایی با وزن‌های چندصد کیلویی و در مقیاس‌تن اهمیت زیادی پیدا می‌کند که مشکل اصلی بسیاری از تولیدکنندگان و صادرکنندگان است. در این زمینه با مهندس فواد اسماعیل‌پور، مدیرعامل شرکت کاردو کارت‌ن بوکان و متخصص بسته‌بندی‌های سنگین گفت‌وگویی داشتیم که مشروح آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

کاربردهای فراوانی برای کارت‌ن تعریف می‌شود؛ ضمن اینکه ۹۰ درصد بسته‌بندی‌های دنیا با کارت‌ن و مقوا صورت می‌گیرد، ولی مورد مصرف آن فقط به صنایع بسته‌بندی محدود نیست. امروزه از کارت‌ن‌های خاص، حتی در ساختن برخی از سازه‌ها استفاده می‌کنند و می‌توان از آن در دکوراسیون داخلی و ساخت مبلمان سبک و ارزان و همچنین در بسته‌بندی‌های سنگین و ویژه استفاده کرد. دلیل این رویکرد و سوق پیدا کردن صنایع مختلف دنیا به استفاده از کارت‌ن و مقوا، خاصیت بازیافت‌پذیری بالا و سازگاری با محیط‌زیست است. در همین زمینه شرکت کاردو کارت‌ن بوکان اولین شرکت در ایران است که پالت و باکس پالت کارتنی تولید می‌کند. پالت‌های حمل بار از جنس چوب یا پلاستیک ساخته می‌شوند. مزیت پالت کارتنی این است که برای ساخت آن به قطع درختان نیازی نیست و برخلاف پلاستیک، کاملاً تجزیه‌پذیر و دوست‌دار محیط‌زیست است. در حال حاضر پالت‌هایی را از جنس کارت‌ن و مقوا تولید می‌کنیم که وزن‌های چندصد کیلویی و حتی در مقیاس‌تن را تحمل می‌کنند. اگر در ایران مانند بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، استفاده از پالت‌های مقوایی رواج پیدا کند، جلوی نابودی حجم قابل توجهی از جنگل‌های کشور که سرمایه‌هایی بدون جایگزین محسوب می‌شوند، گرفته می‌شود.

به جز تولید پالت، چه تولیدات دیگری دارید؟

علاوه بر پالت، محصولات را از جنس مقوا و با قیمتی بسیار ارزان، کارا و سبک تولید کرده‌ایم که به راحتی می‌توانند در مصارف و سازه‌های مختلف، جایگزین چوب و صفحات فلزی شوند. ما برای اثبات قابلیت و کارایی محصولات خود، در نمایشگاه کاغذ و مقوا که در مردادماه امسال برگزار شد، تمام بخش‌ها و پارتیشن‌های غرفه را با استفاده از کارت‌ن ساختیم که این اتفاق، مورد توجه بازدیدکنندگان قرار گرفت و تعجب آن‌ها را برانگیخت. خوشبختانه قدم‌های خوبی در راستای معرفی این نوع محصول در کشور انجام شده و به مرور زمان صنایع مختلف به استفاده از ظرفیت‌هایی که این نوع کارت‌ن در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد، ترغیب می‌شوند. البته به فرهنگ‌سازی بیشتری در این زمینه نیاز است و رسانه‌ها نیز باید با توجه به مزایای بالا و سازگاری این محصول با محیط‌زیست، بیشتر به معرفی و ترویج آن کمک کنند.



تولید شرکت کاردو کارت‌ن بوکان از چه زمانی شروع شده و در چه زمینه‌ای فعالیت دارد؟

حدود ۱۰ سال پیش بعد از انجام تحقیقات و بررسی‌های لازم، تصمیم گرفتیم تا کار تولید ورق کارت‌ن را در شاخه‌ای تخصصی آغاز کنیم که این اقدام با تأسیس شرکت کاردو کارت‌ن بوکان همراه شد. در واقع اولین شرکتی بودیم که تولید کارت‌ن‌ها و مقوای مدرن و مورد نیاز در بسته‌بندی‌های سنگین را به صورت علمی و تخصصی شروع کردیم و تکنولوژی ساخت آن را به ایران آوردیم. در حال حاضر نیز به شرکت‌های بزرگی در بخش‌های مختلف صنعت مشاوره می‌دهیم و خوشبختانه با وجود پتانسیل مناسب، به موفقیت‌های خوبی در این زمینه دست پیدا کرده‌ایم.

کمی درباره محصول نهایی شرکت توضیح دهید.

آنچه عموماً در ایران برای بسته‌بندی کاربرد دارد، کارت‌ن و مقوا است. این محصول در جامعه به عنوان محصولی کم‌ارزش و دور ریختنی شناخته شده، در حالی که در کشورهای پیشرفته و صنعتی دنیا،

متأسفانه سیستم مدیریت، همیشه متفاوت عمل کرده و حتی در بخش قانون‌گذاری منفعل عمل می‌کند و با وضع قوانین و آیین‌نامه‌های نامناسب، مشکلات عدیده‌ای را پیش پای تولیدکنندگان می‌گذارد

فرآیند تولید این نوع کارتن‌ها چه مراحل دارد و تفاوت آن با سایر تولیدات چیست؟

ساختار این محصول با کارتن‌های مرسوم که به صورت سه لایه، پنج لایه و هفت لایه در ایران تولید می‌شود، متفاوت است و حالت شبکه‌ای (لانه زنبوری) دارد. در واقع همین ساختار شبکه‌ای است که مقاومت محصول نهایی را تا ۲۰ برابر نسبت به کارتن‌هایی که به شکل سنتی ساخته می‌شوند، افزایش می‌دهد. یکی دیگر از ارکان اصلی تولید این نوع کارتن، چسب مخصوصی است که به آن استحکام می‌بخشد. در سال‌های ابتدایی این چسب را از اقلام وارداتی تامین می‌کردیم، اما در ادامه با تمرکز روی تحقیق و کار پژوهشی، به فرمول انحصاری خودمان دست یافتیم و در حال حاضر چسب مصرفی ما را به صورت علمی و تخصصی، با کیفیت بالاتر و قیمت پایین‌تر نسبت به مشابه خارجی تولید می‌کنیم. در سایر اقلام مصرفی نیز مراحل تحقیق و توسعه به شکل مستمر در جریان است و به طور کلی می‌توان گفت، فعالیت شرکت کارتن بوکان در رده صنایع دانش‌بنیان تعریف می‌شود.

مشتریان اصلی محصول شما چه کسانی هستند؟

از آنجایی که محصول نهایی هر صنعت و هر کارخانه‌ای، در نهایت باید بسته‌بندی شود، همگی به کارتن مناسب محصول خود نیاز دارند. از پزشکی گرفته تا محصولات غذایی، ابزارآلات و قطعات مصرفی صنایع و هر کالای دیگری که تصور کنید، به کارتن وابسته است. ویژگی اصلی کارتن تولیدی توسط این شرکت، قابلیت حمل بارهای سنگین آن است. تا پیش از این، امکان بسته‌بندی محصول بالای ۵۰ کیلوگرم با کارتن وجود نداشت، اما محصولات ما این قابلیت را در حجم و وزن بالا ایجاد می‌کند. تخصص ما پوشش دادن نیاز بازار با بسته‌بندی محصولات سنگین است و سعی ما بر این بوده که این خلاء را در عرصه صنعت داخلی پر کنیم. باعث خوشحالی است که با سرمایه‌گذاری، تحقیق و نوآوری، امروز محصولات خود را به مشتریان زیادی که هر کدام در صنعت خاصی فعالیت دارند، عرضه می‌کنیم.

هم‌اکنون به منظور تامین مواد اولیه با چه موانعی مواجه هستید؟

در ابتدای تاسیس و شروع فعالیت، نیازمند واردات مواد اولیه بودیم و علاوه بر چسب، کاغذ مصرفی ما را هم وارد می‌کردیم، اما خوشبختانه پس از تلاش‌های فراوان به خودکفایی رسیدیم و هم‌اکنون محصولات ۱۰۰ درصد ایرانی را ارائه می‌دهیم. البته شرایط موجود ایده‌آل نیست و همیشه مشکلاتی وجود دارد. زنجیره تامین مواد در تمام صنایع با موانعی روبه‌رو است، اما به نظر من ارتباط و تعامل مستقیم با تولیدکنندگان مواد اولیه می‌تواند به نقاط اشتراک خوبی رسید. متأسفانه همیشه دست‌های پنهان و پیدایی وجود دارند که با واسطه‌گری و دلالی، مانع از برقراری این تعاملات و دسترسی کارخانه‌ها به مواد اولیه مناسب و با کیفیت می‌شوند. در این بازار رقابتی بزرگ، شرکت‌هایی برنده می‌شوند که قدرت بالایی در تامین مواد اولیه دارند و این دسترسی، به پشتوانه سرمایه‌های کلانی که دارند، محقق می‌شود. در واقع صاحبان سرمایه از ظرفیت «صرفه‌جویی در مقیاس» استفاده می‌کنند، یعنی امکان سفارش و خریداری حجم بالایی از مواد اولیه را دارند و همین مساله، دسترسی و تامین مواد را برای آن‌ها ساده‌تر و ارزان‌تر می‌کند. شرکت‌های نوپا و بنگاه‌های اقتصادی کوچک، چنین امکانی را ندارند و معمولاً شبکه‌های مافیایی واسطه‌گری، مانع از

تعامل مستقیم آن‌ها با تولیدکنندگان مواد اولیه می‌شوند. طبیعتاً در این شرایط، مدیریت مجموعه‌های تولیدی کوچک، به مراتب سخت‌تر از مدیریت کارخانه‌ها و تولیدی‌های بزرگ است و به شکلیایی، توانمندی و نوآوری‌های بیشتری نیاز دارد.

به عنوان یک کارآفرین و مدیر جوان و خلاق چه دغدغه‌هایی در حیطه فعالیت خود دارید؟

بنده یک کارآفرین جوان هستم که تمام سرمایه و عمرش را صرف کار و تولید کرده است، اما قبل از اینکه یک کارآفرین باشم، خود را یک کارگر اقتصادی می‌دانم که مصائب و مشکلات تولید و صنعت را با گوشت و پوست لمس کرده است. با احداث کارخانه، برای جوانان اشتغال‌زایی کرده‌ام؛ آن‌هم در منطقه‌ای که به دلیل محرومیت و بیکاری، با آسیب‌های مختلفی همچون اعتیاد، فقر و بزه مواجه است. در مقابل این اقدام، از نهادهای سازمان‌های دولتی می‌خواهم که از بنگاه‌های اقتصادی کوچک در مناطق محروم حمایت کنند. متأسفانه سیستم مدیریت، همیشه متفاوت عمل کرده و حتی در بخش قانون‌گذاری منفعل عمل می‌کند و با وضع قوانین و آیین‌نامه‌های نامناسب، مشکلات عدیده‌ای را پیش پای تولیدکنندگان می‌گذارد. این موانع خصوصاً در حوزه صادرات، بسیار محسوس هستند و در توسعه مجموعه ایجاد خلل می‌کنند.

مشخصاً در بخش صادرات محصول، شرایط چگونه است و با چه مشکلاتی مواجه هستید؟

بوکان فاصله کمی تا مرز ترکیه و عراق دارد و فاصله ما از مرز آذربایجان نیز قابلیت صادرات محصول را به ما می‌دهد. سیاست‌گذاری اولیه از احداث کارخانه، مبتنی بر صادرات بوده و در این سال‌ها نیز با توجه به کیفیت بالا و قیمت پایین محصول، نظر مشتریان خارجی را به تولیدات خود جلب کرده‌ایم، با این حال همیشه دغدغه‌های زیادی در بخش صادرات وجود دارد. به عنوان مثال، چندسال پیش اعلام شد که صادرات مصنوعات در حوزه سلولزی که کاغذ و کارتن را هم شامل می‌شود، ممنوع است. این ممنوعیت ظاهراً با هدف حمایت از تولیدات داخلی اعمال شد، ولی در عمل، سد بزرگی پیش روی مجموعه مقرر داد که مانع از توسعه تولیدات مان شد؛ در حالی که محصولات ما هنوز برای صنایع مختلف شناخته شده نبود و طبیعتاً بازار چندانی در کشور نداشت. در مقابل، این امکان وجود داشت که محصول خود را با قیمتی به مراتب پایین‌تر از بازارهای منطقه‌ای و جهانی تولید کنیم و به همین دلیل تولیدات شرکت کارتن بوکان مشتریان زیادی در خارج از کشور داشت که تعامل با آن‌ها، علاوه بر مزایایی که می‌توانست برای ما داشته باشد، ارزش‌آوری بالایی هم برای کشور به همراه داشت. سوال اصلی این است که چرا قوانین این قدر کلی صادر می‌شوند و اقدام کارشناسانه‌ای برای شناسایی مجموعه‌های نوآور و مشابه با شرکت کارتن بوکان صورت نمی‌گیرد؟ البته در حال حاضر نیز صادرات مشکلات خاص خود را دارد که عموماً با رای و سلیقه مدیران پایین‌دستی ایجاد می‌شود؛ نه مدیران بالادستی کشور. در حال حاضر بیش از سه هفته است که محموله صادراتی ما به مقصد دوی معطل مانده است. هر یک روز تاخیر در ارسال که در سایه بروکراسی‌های اداری موجود رقم می‌خورد، برای تولیدکننده هزینه دارد. به اعتقاد بنده، نهادهای ذی‌ربط باید با تسریع این مراحل، به صاحبان صنعت و تولیدکنندگانی که محصولات خود را به مرحله صادرات رسانده‌اند، حمایت کنند. ■

اگر در ایران مانند بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، استفاده از پالت‌های مقوایی رواج پیدا کند، جلوی نابودی حجم قابل توجهی از جنگل‌های کشور که سرمایه‌هایی بدون جایگزین محسوب می‌شوند، گرفته می‌شود

مدیر پنجمین نمایشگاه کاغذ، مقوا، کارتن، فرآورده‌های سلولزی و ماشین آلات مربوطه

نوسازی صنعت کاغذ ایران

نیازمند سرمایه‌گذار خارجی است

مهرداد شهسواری

حدود ۶ دهه از ایجاد اولین کارخانه تولید کاغذ در ایران می‌گذرد و بی‌توجهی به تجهیز و نوسازی صنایع کاغذسازی در دهه‌های اخیر، موجبات تضعیف و توقف خطوط تولید این کالای استراتژیک را رقم زده است. در این شرایط، تقریباً تمام نیاز کشور به کاغذ تحریر، گلاسه و برخی از انواع مقوا، با واردات تامین می‌شوند و به نظر نمی‌رسد، میزان حمایت‌های دولتی در یک‌سال اخیر، وعده‌های خودکفایی و ورود به عرصه صادرات را محقق کند. رضا امیدی، متولی و برگزارکننده «نمایشگاه بین‌المللی کاغذ، مقوا، کارتن، فرآورده‌های سلولزی و ماشین آلات مربوطه» که پنجمین دوره از آن دوم تا پنجم مردادماه ۱۴۰۱ برگزار شد، با اشاره به اینکه گام نهادن در مسیر تامین نیاز داخلی کاغذ و صادرات، منوط به جذب سرمایه‌گذار خارجی است، گفت: «اگر یک سرمایه‌گذار خارجی محصولات خود را با استانداردهای جهانی در ایران تولید کند، سایر فعالان این عرصه هم برای رقابت با آن برند و ارتقاء محصولات خود تلاش خواهند کرد.»

چه تعداد شرکت‌کننده در این دوره از نمایشگاه حضور داشتند و زمینه فعالیت آن‌ها چه بود؟

حدود ۱۳۰ شرکت در نمایشگاه امسال شرکت داشتند که کاملاً با صنعت سلولزی مرتبط بودند و در زمینه تامین مواد اولیه و ماشین آلات، تولید و توزیع محصول و صنایع تبدیلی فعالیت داشتند. در واقع شرکت‌کنندگان، حلقه‌های زنجیره سلولوزی را تشکیل می‌دادند و خوشبختانه تمام شرکت‌ها از حضور در نمایشگاه رضایت داشتند. این گرهمایی، ارتباطات بین حلقه‌های مختلف زنجیره را تسهیل کرد و قراردادهای خوبی هم بین آن‌ها منعقد شد؛ خصوصاً در حوزه ماشین آلات و نوسازی مجموعه‌های تولیدی شاهد استقبال خوبی بودیم. به عنوان مثال، یک شرکت ایرانی برای صادرات قطعات خود، با شرکت‌کنندگان خارجی وارد مذاکره شده بود.

منظور از صنایع تبدیلی چیست و چه محصولاتی توسط این طیف تولید می‌شود؟

کاغذ، عموماً به شکل رول تولید یا وارد می‌شود و بخشی از فعالیت صنایع تبدیلی، به برش و تبدیل رول‌های کاغذ به کاغذ شیت و ابعاد مختلف A4 و A3 و... مربوط می‌شود. همچنین تبدیل کاغذ به لیوان‌های کاغذی یا مقواییز زیر عنوان صنایع تبدیلی تعریف می‌شود. به‌طور کلی، تبدیل کاغذ به هر محصول دیگر را در این تعریف قرار می‌دهیم.

چه تعداد از حاضران، شرکت‌کنندگان خارجی بودند و ما حاصل حضور آنان چه بود؟

حدود ۹ شرکت خارجی از کشورهای چین، روسیه، امارات و هندوستان در این نمایشگاه حضور فعال داشتند که عمده فعالیت آن‌ها در زمینه تامین قطعات و ماشین آلات تولید کاغذ و مقوا بود. در روزهای برگزاری، زمینه مذاکرات و عقد قرارداد بین آن‌ها و شرکت‌های ایرانی فراهم شد، به‌طوری که تجربه حضور در نمایشگاه ۱۴۰۱ را تجربه‌ای مفید اعلام کردند. یکی دیگر از ویژگی‌های نمایشگاه در این دوره، حضور پررنگ مدیران دولتی بود. به هر حال دولت باید در حوزه تامین مواد اولیه، تامین



در خصوص سابقه اجرای نمایشگاه کاغذ، مقوا و همچنین کم و کیف برگزاری پنجمین دوره از این رویداد توضیح دهید.

از سال ۱۳۹۷، اولین دوره نمایشگاه تخصصی و بین‌المللی کاغذ، مقوا، کارتن، فرآورده‌های سلولزی و ماشین آلات مربوطه را در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران استارت زدیم. خوشبختانه این نمایشگاه در سال‌های گذشته، با وجود موج تحریم‌ها و شیوع بیماری کرونا متوقف نشد و با حمایت صنایع سلولوزی از نمایشگاه و همچنین رعایت پروتکل‌های بهداشتی هر سال برگزار شده است. امسال پنجمین دوره نمایشگاه با استقبال چشمگیری مواجه بود و بلافاصله بعد از آغاز مراحل ثبت‌نام، ظرفیت سالن‌ها تکمیل شد. حتی بیش از ۳۰ درخواست مازاد ظرفیت داشتیم که متأسفانه برای آن‌ها جانمایی انجام نشد و از شرکت در نمایشگاه بازماندند. شایان ذکر است، نمایشگاه امسال از نظر متراتژ و تعداد شرکت‌کنندگان نسبت به دوره قبل بیش از ۱۰۰ درصد رشد داشت.

سرمایه در گردش و سرمایه ثابت برای نوسازی شرکت‌های داخلی حمایت‌هایی انجام دهد و این نمایشگاه فرصت مناسبی بود تا نمایندگان دولت از ظرفیت‌ها و مطالبات صنایع کاغذسازی آشنا شوند.

با توجه به کیفیت حضور شرکت‌ها در نمایشگاه، ظرفیت تولید کاغذ و مقوادر کشور را چطور ارزیابی می‌کنید؟

در حوزه کاغذ و مقوا، ۷۰ درصد مصرف خود را از طریق واردات تامین می‌کنیم. البته در حوزه کاغذ بسته‌بندی، تقریباً به مرحله تولید کامل نزدیک شده‌ایم، اما در حوزه کاغذ تحریر، هنوز به موفقیت دست نیافته‌ایم. بررسی‌ها نشان می‌دهد، اگر حمایت ویژه‌ای از سوی وزارت صمت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صورت گیرد، این امیدواری وجود خواهد داشت که طی ۵ سال آینده، در تولید کاغذ تحریر حرف‌هایی برای گفتن داشته باشیم و دست کم بخشی از نیاز داخل را از طریق تولید تامین کنیم. کاغذسازی در ایران، بیش از نیم قرن پیشینه دارد و ماشین‌آلات و تکنولوژی موجود در کارخانه‌های تولید کاغذ قدیمی هستند. تطبیق دادن کاغذ تولید داخل با کاغذهای وارداتی مشکل است، چرا که به‌روز نبودن تجهیزات تولید، هم قیمت تمام‌شده را افزایش می‌دهد و هم انتظار مصرف‌کنندگان را در حوزه کیفیت برآورده نمی‌کند. صنعت کاغذسازی در ایران، نیازمند بازسازی و نوسازی است و این کار جز با حمایت دولت انجام‌پذیر نیست. دولت باید مستقیماً به تجهیز کارخانه‌های کاغذسازی کمک کند یا زمینه سرمایه‌گذاری‌های خارجی را در این بخش فراهم آورد، در غیر این صورت بخش خصوصی به سختی می‌تواند این اهداف را محقق کند.

درباره حمایت‌های اخیر دولت از تولید کاغذ تحریر، وعده خود کفایی و تبدیل شدن به صادرکننده کاغذ تا پایان سال چه نظری دارید؟

برآورده کردن این آرزوها، نیازمند ابزارهای مناسبی است. پیش خرید کردن کاغذ مازندران از سوی دولت اقدام خوبی است، اما رسیدن به جایگاه تامین مصرف داخلی و صادرات، نیازمند سرمایه‌گذاری کلان و سریع است. در حوزه صادرات، دو عامل "قیمت" و "کیفیت" تعیین‌کننده است. در این عرصه نباید دستوری رفتار کرد و انتظار داشت که کشورهای دیگر در هر شرایطی از ما کاغذ خریداری کنند. بازارهای جهانی، جای رقابت است و تنها در صورتی می‌توان به صادرات امیدوار بود که تولیدات ایرانی، از نظر کیفیت و قیمت، قدرت رقابت با رقبای خود را داشته باشند. در حال حاضر با وجود دستگاه‌های قدیمی، حتی اگر تحریم‌ها و محدودیت‌هایی که متوجه حوزه تجارت کشورمان است را نادیده بگیریم، بعید می‌دانم که توانایی رقابت با تولیدکنندگان بزرگ کاغذ در جهان را داشته باشیم. توجه به این نکته نیز حائز اهمیت است که در همین سال‌ها، برخی از کشورهای منطقه به تولید کاغذ روی آورده‌اند و سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی برای احداث و تجهیز کارخانه‌های خود با دستگاه‌های روز دنیا انجام داده‌اند. تکیه به توان داخلی برای توسعه و پیشرفت صنایع کاغذسازی کافی نیست. امروز نیاز به سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های خارجی بسیار مهم است و دولت باید با تخصیص مشوق‌های سرمایه‌گذاری و تامین آن، زمینه ورود سرمایه‌گذاران خارجی به کشور را تسهیل کند. اگر این اتفاق بیفتد، باتکیه

بر توانمندی شرکت‌های داخلی می‌توان به حضور پررنگ شرکت‌های ایرانی در بازارهای منطقه‌ای طی ۵ سال آینده امیدوار بود.

چرا حضور سرمایه‌گذاران خارجی در این حوزه را ضروری می‌دانید؟

به نظر بنده، مهمترین مساله در عرصه تولید کاغذ، جذب سرمایه‌گذار و سرمایه خارجی است. حضور سرمایه‌گذار خارجی در این حوزه، علاوه بر اینکه واردات ماشین‌های مدرن تولید کاغذ را به کشور محقق می‌سازد، بستر رقابت را نیز فراهم می‌کند. متأسفانه رقابتی که در صنایع کاغذ و مقوای کشور وجود دارد، رقابتی ناصحیح و ناقص است، چون رقیب قدرتمندی وجود ندارد که سطح رقابت را بالا ببرد و به ارتقاء کیفیت تولیدات بیانجامد. در حال حاضر همه واحدهای تولیدی در کشورمان با یکدیگر رقابت می‌کنند و محصول رقابت در این سطح، فقط بزرگی و کوچکی است، نه ارتقاء کیفیت محصولات. اگر یک سرمایه‌گذار خارجی محصولات خود را با استانداردهای جهانی در ایران تولید کند، سایر فعالان این عرصه هم برای رقابت با آن برند و ارتقاء محصولات خود تلاش خواهند کرد. به‌طور کلی، رقابت وقتی معنا پیدا می‌کند که محصولات ما ظرفیت صادرات را داشته باشند، در غیر این صورت کار کردن در فضای بسته بازارهای داخلی، مصداق رقابت واقعی نیست.

یکی از ابعاد برگزاری نمایشگاه اخیر، برپایی جلسات تخصصی بود. در این زمینه توضیح دهید.

صرف نظر از برگزاری جلسات بین شرکت‌ها یا با مشتریان، در سومین روز نمایشگاه شاهد برگزاری همایشی ملی در حوزه صنعت چوب و کاغذ بودیم که به صورت علمی به مباحث مربوط به چوب و کاغذ اختصاص داشت و در قالب این همایش، مقالات ارزشمندی هم ارائه شد. هر سال در حاشیه این نمایشگاه، کارگاه‌هایی را برگزار می‌کردیم، اما این نخستین تجربه ما از برگزاری یک همایش ملی در حاشیه نمایشگاه، با هدف بهره‌مندی صاحبان صنایع، شرکت‌ها و دانشجویان بود. معاون صنایع عمومی وزارت صمت هم از این موضوع استقبال کردند که این رویکرد را در دوره‌های آتی نمایشگاه نیز ادامه خواهیم داد. همچنین سعی ما بر این است که طی چهار روز، دوره‌هایی را با دعوت از چهره‌های علمی برگزار کنیم که برای صاحبان صنایع دستاوردهای خوبی داشته باشد. برنامه ما این است که از دانشجویان رشته‌های مرتبط نیز دعوت به عمل آوریم تا با حضور در نمایشگاه، ضمن آشنایی با ظرفیت صنایع مختلف، مباحث علمی را نیز دنبال کنند، چرا که دانشجویان، آینده‌سازان کشور هستند. به هر حال فاصله‌ای بین فضای دانشگاه، درس و کلاس با فضای واقعی موجود در صنایع و بازار وجود دارد و فارغ‌التحصیلان دانشگاه باید در عمل با صنایع مختلف از جمله صنایع سلولوزی و کاغذسازی آشنا شوند. به‌جز این موارد، ما از ابتدای مسیر برگزاری نمایشگاه از سال ۱۳۹۷، بنای برگزاری یک همایش علمی با نام «دستاوردهای زنجیره سلولوزی؛ تجلیل از مقام پیشکسوتان و کارآفرینان» را نیز گذاشتیم. برنامه ما این بود که نمایشگاه در نیمه اول و همایش در نیمه دوم سال برپا شود که اولین دوره از این همایش در سال ۱۳۹۸ برگزار شد. در سال ۱۴۰۰ نیز دومین دوره برگزار شد و سومین همایش هم در بهمن ماه امسال برگزار خواهد شد که علاوه بر بررسی مقالات علمی و تجلیل از برگزیدگان، از پیشکسوتانی که تاکنون از آن‌ها تجلیل نشده و همچنین کارآفرینان جوان در حوزه صنایع سلولوزی، تجلیل و قدردانی می‌کنیم. ■

دولت یا باید مستقیماً به تجهیز کارخانه‌های کاغذسازی کمک کند یا زمینه سرمایه‌گذاری‌های خارجی را در این بخش فراهم آورد، در غیر این صورت بخش خصوصی به سختی می‌تواند اهداف خود را محقق کند

مدیرعامل گروه صنایع کاغذ پارس عنوان کرد احیای کارخانه کاغذ پارس وتلاش برای افزایش تولید

سعید عدالت‌جو



تولیدات کاغذ پارس، به ۲۳ نوع مختلف می‌رسد که در بسته‌بندی انواع محصولات صنعتی، مواد بهداشتی و از همه مهمتر، برای بسته‌بندی مواد خوراکی جامد و مایع کاربرد دارند

۳۰

ماهنامه دنیای سرمایه‌گذاری
شماره ۴۰۱ • شهریور ۹۹

پُرزدار آن به دستگاه‌های چاپ صدمه می‌زند، اما این مشکلات می‌تواند با سرمایه‌گذاری و به‌روزرسانی ماشین‌آلات رفع شود. یکی از تازه‌ترین اخبار در صنعت کاغذسازی ایران، انتصاب ابوالفضل روغنی گلپایگانی به عنوان مدیرعامل جدید گروه صنایع کاغذ پارس بود. روغنی که ریاست کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی ایران، ریاست شرکت صنایع چوب و کاغذ مازندران، ریاست سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوای ایران و مدیرعاملی شرکت کاغذ دیبای شوشتر را نیز در کارنامه خود دارد، بعد از دریافت حکم جدید خود در گفت‌وگویی رسانه‌ای، از آغاز اقدامات لازم برای رساندن ظرفیت تولید این مجموعه به ۲۰۰ تن در روز خبر داده است. به گفته وی، گروه صنایع کاغذ پارس در تلاش است تا علاوه بر تامین نیاز داخل، بخشی از بازار کاغذ کشورهای منطقه را نیز به خود اختصاص دهد، چراکه این ظرفیت در این شرکت وجود دارد. مطابق با اظهارات روغنی، تولیدات کاغذ پارس، به ۲۳ نوع مختلف می‌رسد که در بسته‌بندی انواع محصولات صنعتی، مواد بهداشتی و از همه مهمتر، برای بسته‌بندی مواد خوراکی جامد و مایع کاربرد دارند. روغنی گفته: «تولید انواع کاغذ با کاربردهای مختلف در کارخانه کاغذ پارس شتاب گرفته تا این شرکت بخشی از نیاز کشور به کاغذ را تامین کند.»

مدیرعامل جدید گروه صنایع کاغذ پارس، به مشکلاتی مثل قطعی برق که به توقف تولید و مختل شدن ماشین‌آلات کارخانه منجر می‌شود، اشاره کرده و تامین یک دستگاه ژنراتور با ظرفیت تولید ۶ مگاوات برق و در مدار قرار گرفتن آن را جزو برنامه‌های پیش‌روی خود عنوان کرده است. به گفته وی «با تامین این ژنراتور، ۷۵ درصد انرژی برق مورد نیاز این کارخانه تامین شده و خسارت ناشی از قطع برق شبکه به حداقل خواهد رسید.» روغنی، مشخصاً بر تولید ۷۰ هزار تن انواع کاغذ از جمله خمیر کاغذ طی سال جاری و هدفگذاری‌های صورت گرفته در این راستا، تاکید و ابراز امیدواری کرده که افزایش تولیدات این شرکت در آینده، نیاز کشور را به انواع کاغذ تامین کند که در صورت تحقق این وعده، دسترسی صنایع نشر، چاپ و بسته‌بندی در آینده به انواع کاغذ، خصوصاً کاغذ تحریر تسهیل می‌شود. این مساله همچنین می‌تواند نقش به‌سزایی در کاهش بهای کاغذ داشته باشد و از این حیث، به تورم لجام‌گسیخته بازار کاغذ پایان دهد. ■

افزایش قیمت کاغذ وارداتی در سال‌های اخیر، بحث تجهیز خطوط تولید داخلی کاغذ و حمایت از آن‌ها را دوباره بر سر زبان‌ها انداخت. از دهه‌ها قبل، چند کارخانه در حوزه تولید کاغذ و همچنین خمیر مصرفی برای کارخانه‌های کاغذسازی، در کشور فعالیت خود را آغاز کردند، اما بر اثر مشکلات ریز و درشتی که متوجه آن‌ها بوده، نتوانستند سهم قابل توجهی از نیاز داخلی به این کالای استراتژیک را برآورده سازند. کاهش ظرفیت تولید و حتی تعطیلی‌های ادواری، از تجربیات تلخی است که کاغذسازی در ایران به کرات با آن مواجه شده، اما با پیگیری مقامات دولتی، تلاش‌ها برای به‌گردش در آمدن چرخ کارخانه‌های کاغذسازی در ایران آغاز شده که از آن جمله می‌توان به راه‌اندازی خط PM1، برنامه تولید ۶۰ هزار تن کاغذ در سال ۱۴۰۱ توسط کارخانه چوب و کاغذ مازندران و همچنین اقدامات صورت گرفته برای احیای کارخانه کاغذسازی پارس در خوزستان اشاره کرد.

در این میان، توجه به کاغذ پارس و حمایت از آن از چند منظر حائز اهمیت است. این کارخانه که از ابتدا، دومین رتبه تولید کاغذ در کشور را داشته، در سال ۱۳۴۶ در شمال خوزستان باهدف استفاده از باگاس به‌جا مانده از کارخانه نیشکر هفت تپه تاسیس شد و گفته می‌شود، تولید سالانه آن بین ۲۰ تا ۳۰ هزار تن کاغذ بوده است. مطابق با اظهارات مدیران کاغذ پارس، این کارخانه در صورت تجهیز، ظرفیت تولید بیش از ۷۰ هزار تن کاغذ در سال را دارد و می‌تواند سهم زیادی در تامین کاغذ چاپ و تحریر کشور داشته باشد. همچنین تبدیل باگاس به کاغذ، از آلودگی‌های زیست محیطی ناشی از فعالیت کارخانه نیشکر می‌کاهد؛ چراکه انبار کردن این ماده آتش‌زا، همواره به‌عنوان یک تهدید در جنوب کشور مطرح بوده است. از سوی دیگر، امروزه به دلیل قوانین محیط زیستی، کمتر کشوری تولید کاغذ با استفاده از چوب درختان را در دستور کار دارد. تولید یک تن کاغذ چوب، به قطع بیش از ۲۰ تنه درخت، چندین هزار کیلووات برق و هزاران مترمکعب آب نیاز دارد و این مساله قطعاً نگران‌کننده است. بر این اساس، توسعه کاغذ پارس در ایران از منظر اقدامات محیط زیستی نیز اهمیت ویژه‌ای دارد. به گفته اهالی صنعت چاپ، کاغذ پارس به دلیل در اختیار نداشتن تکنولوژی‌های به‌روز فرآوری، در صد تخلخل بالایی دارد و سطح

پرونده ویژه

گفت و گوی اختصاصی با غلامرضا شجاع

در این بخش می خوانیم:

- چاپ دیجیتال فرصتی برای ایجاد تحول در تولید کالا
- تولید محصولات متنوع نساجی با بهره‌مندی از چاپ دیجیتال
- گرانی کاغذ و مواد مصرفی صنعت چاپ و نشر را نابود می‌کند

به مناسبت ۱۱ شهریور روز ملی صنعت چاپ

ضرورت توجه به صنعت چاپ و حمایت از آن

هادی حسینی‌نژاد



ویژه‌ای را برای این صنعت فراهم آورده است. حتی با کیفیت‌ترین تولیدات در بخش‌های مختلف صنعت، بدون بهره‌مندی از خدمات چاپی، شانس در بازار نخواهد داشت و در بسیاری از محصولات، ارزش افزوده خدمات چاپ و بسته‌بندی سهم چشمگیری از بهای نهایی کالا را به خود اختصاص می‌دهد. عملیات چاپ معمولاً به سه بخش پیش از چاپ (طراحی و لیتوگرافی)، چاپ (اعمال چاپ) و پس از چاپ (اعمال پوشش‌های مختلف نظیر سلفون، یووی، ورنی و...، برش و تا، مرتب‌سازی و صحافی نرم یا سخت در شیوه‌های مختلف و بسته‌بندی) انجام می‌شود تا محصول نهایی شود. بنابراین عملیاتی شدن فرآیندهای پیچیده و تخصصی چاپ، مستلزم همکاری متخصصان در چند صنف مختلف است که همین مساله خانواده چاپ را به خانواده‌ای پرجمعیت تبدیل کرده است.

بازتاب صنعت چاپ در دنیای سرمایه‌گذاری

مطابق با تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی روز ۱۱ شهریور به عنوان روز صنعت چاپ نامگذاری شده است. اهالی چاپ در ایران با وجود کاستی‌های ریز و درشتی که در ادوار مختلف آنان را با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو کرده، توانسته‌اند چرخ این صنعت را به گردش درآورند تا ایران همچنان در میان کشورهای منطقه، جایگاهی مقتدر و قابل اعتنا داشته باشد. به این مناسبت، گزیده‌ای از سخنان اهالی صنعت چاپ در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» انتخاب شده که از دغدغه‌ها و مطالبات موجود در این عرصه حکایت دارد. امید است که مدیران دولتی، تمهیدات لازم را برای برداشتن موانع موجود از پیش پای اهالی و خانواده بزرگ صنعت چاپ ببندیشند.

امروزه صنعت چاپ در جهان، به عنوان یک صنایع استراتژیک شناخته می‌شود و وابستگی به آن در حدی است که در اغلب کشورها، جایگاه دوم و یا سوم را به خود اختصاص می‌دهد، به طوری که تقریباً هیچ صنعتی بدون بهره‌مندی از این خدمات، امکان استمرار فعالیت و حفظ بازار محصولات خود را نخواهد داشت. از این رو ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با توجه به تعاملات گسترده خود به عنوان یک نشریه تخصصی و سه‌زبانه با صاحبان صنایع مختلف، در نظر دارد در شماره‌های آتی خود، نسبت به معرفی ظرفیت‌های عظیم خانواده چاپ در کشور و انعکاس دغدغه‌های بنیادین اهالی این صنعت، اهتمام ورزد و این مهم، جز با تعامل و همراهی بزرگان صنعت چاپ میسر نخواهد شد.

خانواده بزرگ صنعت چاپ در ایران

دامنه محصولات و خدمات چاپی، روز به روز در حال گسترش است. از چاپ مکتوبات، کتاب و نشریات گرفته تا انواع چاپ صنعتی که در ساخت جعبه و بسته‌بندی محصولات مختلف به کار گرفته می‌شود، جایگاهی

احمد ابوالحسنی، رئیس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران



چاپ در تمام جهان، «صنعت» محسوب می‌شود. صنعت چاپ در آمریکا، سومین و در اروپا، صنعت پنجم به حساب می‌آید. اما در ایران، چاپ نه صنعت است و نه فرهنگ! وزارت ارشاد بر این باور است که متولی صنعت چاپ است، ولی بودجه‌ای برای توسعه این صنعت در نظر گرفته نشده است. تجهیز کردن یک چاپخانه، حداقل به اندازه ساخت ۱۰ فیلم سینمایی هزینه‌بر است، اما دفتر امور چاپ در وزارت ارشاد، سالانه حدود ۴ میلیارد تومان بودجه دارد که کفاف برگزاری چند مراسم سالانه و پرداخت حقوق بازرسان را هم نمی‌دهد. اگر هم سراغ وزارت صنعت، معدن و تجارت برویم، می‌گویند که صنعت چاپ زیر مجموعه مانیست و ما نمی‌توانیم به شما بودجه دهیم.

غلامرضا شجاع، مدیر عامل شرکت تعاونی لیتوگرافان



واردات زینک در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸، نصف شد و در سال ۱۴۰۰ نیز همچنان با کمبود مواجه بودیم. در دولت جدید اقداماتی در زمینه حمایت از واردات کاغذ در حال انجام است، اما مشخصاً به بخش کاغذ معطوف می‌شود و متأسفانه زینک مشمول دریافت ارز دولتی نشد. چندین بار طی نامه‌نگاری‌هایی که داشتیم، از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاونین او خواستم که دست کم یک چهلیم از ارزی را که قرار است به واردات کاغذ اختصاص دهید، به واردات زینک بدهید؛ اما به این خواسته ترتیب اثر داده نشد. این در حالی است که با توجه به کاهش شمارگان کتاب‌ها و جراید، هزینه زینک و خدمات چاپ، از هزینه کاغذ بیشتر شده است.

امیر هومن محمدی، مدیر عامل مجتمع چاپ و بسته‌بندی هودیس پارس



تا وقتی که ما امکان خرید و فروش مستقیم و بلاواسطه را با کشورهای مختلف نداشته باشیم، مشکل داریم. هم‌اکنون اگر قصد خرید دستگاهی از آلمان را داشته باشیم، به دلیل اینکه آلمان مستقیماً آن دستگاه را به ایران نمی‌فروشد، به ناچار باید آن دستگاه را با کمیسیون ۱۲ درصدی به ترکیه آورده و ۱۸ درصد هم به شرکت ترکیه‌ای بدهیم. اگر هزینه گمرک را هم به آن اضافه کنیم، می‌بینیم که من باید آن دستگاه را ۵۰ درصد گران‌تر از بازارهای جهانی بخرم. علاوه بر این اگر دستگاهی که در ایران به دست ما می‌رسد، ایرادی داشته باشد، قانوناً به هیچ کس نمی‌توانیم شکایت کنیم.

حمیدرضا خیراللهی، مدیر عامل شرکت سوپرواید



استفاده از ماشین‌های چاپ دیجیتال و راه‌اندازی واحدهای چاپی می‌تواند کمک شایانی به تنوع محصولات نساجی کند، با این حال صاحبان صنایع نساجی همچنان تمایلی به بهره‌مندی از دستاوردهای تکنولوژی چاپ و رقابت با محصولات خارجی نشان نمی‌دهند. این در حالی است که مثلاً در

ترکیه، ممکن نیست یک نساجی، فاقد چاپخانه دیجیتال باشد. به نظر من، تحریم می‌توانست شانس بزرگی برای صنایع نساجی ما باشد تا در شرایطی که واردات پارچه‌های چاپی به کشور، متوقف شده، کارخانه‌های خود را به چاپخانه‌های دیجیتال مجهز کنند و در این فرصت، بازار مصرف داخلی را در دست بگیرند.

حامد دیلمی، مدیر عامل شرکت رکورد



خدمات چاپ دیجیتال می‌تواند صنایع مختلف را متحول کند، اما به شرطی که صاحبان صنایع رویکردشان را در تولید تغییر دهند. مدیران معمولاً در برابر تحول و تغییر مقاومت می‌کنند، در حالی که دنیای دیجیتال کاملاً متفاوت است. ما دستگاهی را که یک سال از آن استفاده شده، دستگاه مستهلکی می‌دانیم که چه بسا باید آن را از رده خارج کرد. تفاوت نگاه‌ها مانع از برقراری ارتباط بین مدیران صنعت با دستاوردها و تکنولوژی‌های روز دنیای می‌شود. امیدواریم رویدادهای نمایشگاهی بتواند به اطلاع‌رسانی و جذب اعتماد آن‌ها کمک کند. باید به یک اجماع کلی برسیم؛ هر چند راه‌فراری از تکنولوژی نیست و دیر یا زود، همه ناچار هستند فناوری‌های جدید را بپذیرند.

سپهر رضا، مدیر عامل مجتمع چاپ پارت



همیشه در نظر داشته‌ایم که محصولات مان جدید و خلاقانه باشد؛ نه مشابه سایر اقلام موجود در بازار، اما متأسفانه بلافاصله بعد از عرضه، محصولات مورد کپی‌برداری سایرین قرار می‌گیرند، بر همین اساس هر سال به فکر طرح‌های جدید هستیم. اگر طراحی‌ها را ثبت هم کنیم، به ناچار باید نیروهای رابری رصد بازار و کشف تخلفات استخدام کنیم تا وارد پروسه‌های حقوقی و مذاکره با اتحادیه‌های مختلف شویم. پیگیری کپی‌برداری‌ها برای ما هزینه‌های بالایی را در پی خواهد داشت. مشکل اصلی نبود قانون کپی‌رایت است که باعث شده در تمام سطوح و بخش‌ها، حقوق طراحان و تولیدکنندگان محصولات پایمال شود.

علی مزرعتی، مدیر عامل مجتمع چاپ طلایی



بخش اعظم مواد اولیه صنعت چاپ وارداتی هستند و قیمت این اقلام به شدت افزایش پیدا کرده است. همچنین هزینه نگهداری، سرویس و تامین قطعات مستهلک هم به شکل فزاینده‌ای بالا رفته و هیچ دستگاهی هم بر شیوه قیمت‌گذاری و نرخ‌دهی‌ها نظارت ندارد. یک چاپخانه‌دار به عنوان سرمایه‌گذار اصلی، برای تامین تک‌تک این اقلام با مشکل روبه‌رو است، چون چاره‌ای جز پذیرش شرایط ندارد. مواد اولیه‌ای که ما پیش از این به شکل مدت‌دار می‌خریدیم، امروز مستلزم ثبت درخواست و پرداخت قبل از دریافت شده است. اداره مالیات هم کار خودش را می‌کند و مطالبات حداکثری خودشان را از ما دارند. بیمه و بهداشت و... نیز سنگ‌اندازی‌های خاص خودشان را دارند. ■

عملیاتی شدن
فرآیندهای پیچیده
و تخصصی چاپ،
مستلزم همکاری
متخصصان در چند
صنف مختلف است
که همین مساله
خانواده چاپ را به
خانواده‌ای پرجمعیت
تبدیل کرده است

مدیرعامل شرکت تعاونی لیتوگرافان ایران

تامین نیاز صنعت چاپ ایران به زینک در گروی حمایت دولت است

هادی حسینی‌نژاد

صنعت چاپ یکی از صنایع استراتژیک در جهان به شمار می‌آید و حتی در بسیاری از کشورها، رده دوم یا سوم صنایع را به خود اختصاص می‌دهد. در کشور ما نیز اکثر تولیدات به صنعت چاپ و بسته‌بندی گره خورده که موید نقش پررنگ فعالان و مجتمع‌های چاپی در بازارهای داخلی و خارجی است، اما مساله قابل توجه، وارداتی بودن بیشتر مواد مصرفی این صنعت از جمله زینک است. غلامرضا شجاع، مدیرعامل شرکت تعاونی لیتوگرافان ایران، در گفت‌وگو با «دنیای سرمایه‌گذاری» نیاز سالانه صنعت چاپ ایران به زینک را در شرایط معمولی حدود چهار میلیون مترمربع عنوان می‌کند و معتقد است که تامین این کالای مصرفی، به حمایت دولت نیازمند است. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

در حال حاضر واردات زینک چگونه انجام می‌شود؟

مانمندی شرکت‌های معتبر اروپایی را داشتیم، اما با تشدید تحریم‌ها در سال‌های اخیر، امکان واردات از این شرکت برای ما میسر نبود و به ناچار، زینک درجه یک مصرفی اعضا را از کشور چین تامین می‌کنیم. البته زینک‌های تولیدی در این کشور، درجه‌بندی‌های کیفی متفاوتی دارند و ما همواره با کیفیت‌ترین رده را که به سایر نقاط جهان نیز صادرات می‌شود، تهیه می‌کنیم. یکی از مشکلاتی هم که در این زمینه وجود دارد این است که برخی از بازرگانان که به‌طور مستقل به واردات این کالا مشغول هستند، ارزان‌ترین نوع آن را خریداری می‌کنند که کیفیت نازلی دارد و ضایعات آن بالا است، ولی اعضای تعاونی همیشه خیالشان از زینکی که ما در اختیار آن‌ها می‌گذاریم، راحت بوده و به کیفیت آن اعتماد دارند. در چند سال اخیر نیز شیوع بیماری کرونا منجر به توقف فعالیت‌های تعاونی نشد و با وجود تمام مشکلات، زینک مورد نیاز اعضا را تامین کردیم.

در باره پیشینه فعالیت اتحادیه لیتوگرافان و شرایط کنونی آن توضیح دهید.

اتحادیه لیتوگرافان پیشینه‌ای ۵۰ ساله دارد و گراورسازان، لیتوگرافان و فعالان در حوزه چاپ اسکرین و مهر و پلاک‌سازان، شاکله اصلی آن را تشکیل می‌دهد که البته اعضای شرکت تعاونی نیز در همین حوزه‌ها فعالیت دارند. مجموعاً ۱۳ رسته در اتحادیه تعریف شده که لیتوگراف و مهر و پلاک، به ترتیب بیشترین تعداد عضو را به خود اختصاص داده‌اند. اتحادیه نیز در طول این سال‌ها، فعالیت خوبی داشته و از مشکلات مختلف سر بلند بیرون آمده است. هیأت مدیره جدید اتحادیه به زودی انتخاب می‌شود که برایشان آرزوی موفقیت داریم، اما مشکل اتحادیه‌ها در تمام حوزه‌ها، پایین بودن سطح اختیارات است، با این حال اتحادیه سازندگان کلیشه و لیتوگراف، مهر و پلاک و چاپ سیلک اسکرین، تعامل خوبی بین اتحادیه و دو وزارتخانه ارشاد و صمت ایجاد کرده و خدمات مناسبی را در زمینه‌های مختلف به اعضا ارائه می‌کند. البته این بحث وجود دارد که اتحادیه‌های همگن، با یکدیگر ادغام شوند و ما نیز از این سیاست حمایت می‌کنیم، ولی به شرط اینکه این اتفاق برای تمام



در خصوص فعالیت شرکت تعاونی لیتوگرافان ایران و خدماتی که در طول سال‌های اخیر ارائه داده، توضیح دهید.

این شرکت پیشینه‌ای ۴۵ ساله دارد و تقریباً سه رسته اصلی اتحادیه را در برمی‌گیرد. در طول این سال‌ها، چهار دوره موفق به اخذ عنوان تعاونی برتر کشور شده‌ایم و به‌طور کلی در حوزه جذب اعضا، جذب سرمایه و اخذ نمایندگی انحصاری از کمپانی‌های جهانی، موفقیت‌های زیادی به دست آمده است. به اعتقاد بنده؛ توانمندی، دانش بازرگانی داخلی و خارجی و پاک‌دستی هیأت مدیره‌های تعاونی در دوره‌های مختلف، عامل ثبات و موفقیت بوده است. در حال حاضر نیز شرکت تعاونی لیتوگرافان ایران ۱۲ مشاور در حوزه‌های مختلف دارد که همواره از نظرات و مشاوره آنان بهره‌مند می‌شویم. همان‌طور که می‌دانید، زینک یک کالای کاملاً وارداتی است و در جهان نیز، تنها چند کشور امکان تولید آن را دارند؛ بنابراین بخش عمده فعالیت این شرکت، همیشه واردات و توزیع زینک با کیفیت و قیمت مناسب میان اعضای خود بوده است. زینک یک کالای استراتژیک محسوب می‌شود و در نبود آن، بیش از ۸۵ درصد مکتوبات در خانواده صنعت چاپ متوقف می‌ماند.

اتحادیه‌های همگن رخ دهد. سالیان سال است که لیتوگرافان با اصناف دیگری همچون چاپخانه‌داران، کاغذفروشان و صحافان در تعامل هستند که امیدواریم این تعامل و همراهی همچنان تداوم داشته باشد تا زمانی که ضمن رعایت شئون هر صنف، مساله ادغام به شکل قانونی انجام شود.

گویا دولت جدید نیز مانند دولت قبل، قصد دارد از واردات کاغذ با ارز دولتی حمایت کند. آیا واردات زینک مصرفی نشر هم مشمول این حمایت خواهد بود؟

در سال ۱۳۹۷ نظر مسئولان راه اهمیت حمایت از واردات زینک جلب کردیم و در سال ۱۳۹۸ رقم نسبتاً بزرگی با دلار ۴۲۰۰ تومانی برای مصرف نشر کتاب و مطبوعات به صنف لیتوگرافان تخصیص یافت. روال کار هم به شکلی بود که ناشران و صاحبان جراید و مطبوعات، چاپخانه و لیتوگرافی مورد نظر خود را در سامانه ارشاد ثبت می کردند و طی نامه‌نگاری‌هایی که با وزارت ارشاد داشتیم و اعمال ضوابط، زینک مورد نیاز برای چاپ مقادیر مشخص شده کتاب یا مطبوعات را در اختیار لیتوگرافی یا مجتمع چاپی انتخاب شده قرار می دادیم. این روش تخصیص باعث شد که زینک به بازار آزاد نرود و به شکل هدفمند برای چاپ کتاب و مطبوعات مورد استفاده قرار گیرد. همچنین به دلیل اعتمادی که وزارت ارشاد به تعاونی ما داشت، کار نظارت بر نحوه تخصیص و راستی آزمایی و استفاده از زینک در واحدهای لیتوگرافی و چاپخانه‌ها را هم به ما واگذار کرده بود. باقی مانده ارز تخصیصی کاغذ به نشر و مطبوعات از سال ۱۳۹۸ مقدار ۴۰ میلیون دلار بوده است. واردات زینک در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸، نصف شد و در سال گذشته نیز همچنان با کمبود مواجه بودیم. در دولت جدید، اقداماتی در زمینه حمایت از واردات کاغذ در حال انجام است، اما مشخصاً به بخش کاغذ معطوف می شود و متأسفانه زینک، مشمول دریافت ارز دولتی نشد. بنده چندین بار طی نامه‌نگاری‌هایی، از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاونان او خواستم که حداقل یک چهلیم از ارزی را که قرار است به واردات کاغذ اختصاص دهید، به واردات زینک بدهید؛ اما به این خواسته ترتیب اثر داده نشد. این در حالی است که با توجه به کاهش شمارگان کتاب‌ها و رسیدن آن به چند صد نسخه، هزینه زینک و خدمات چاپ در شرایط موجود از هزینه کاغذ که پیش از این بیشترین سهم را در قیمت تمام شده کتاب داشت، بیشتر شده است. به جز نشر کتاب، جراید و مطبوعات به دلیل ابعاد بزرگ‌تر صفحاتشان، در تهیه زینک با مشکلات بیشتری روبه‌رو هستند و چون توقف انتشار روزنامه یا مجله، به قیمت باطل شدن پروانه آن‌ها تمام می‌شود، ناچارند به هر قیمتی که شده، زینک تهیه کنند.

هم اکنون برای واردات زینک با چه مشکلاتی مواجه هستید؟

در این شرایط، تعاونی به اندازه بضاعت خود به واردات مشغول است، اما با مشکلات زیادی مواجه می‌باشد. به عنوان مثال، واردات محموله‌ها در گذشته ۴۵ روز انجام می‌شد، اما اخیراً این پروسه به چهار و نیم تا پنج ماه رسیده است. انتقال ارز نیمایی، بخش اعظم این مشکلات را ایجاد کرده است. هم‌اکنون پروفرماهای ما حدود ۶ هفته است که در نوبت تخصیص ارز معطل مانده و هنوز ارزی تخصیص نیافته است. با گذشت این پروسه تقریباً دو ماهه، ممکن است کارخانه تولیدکننده زینک در چین، دیگر تمایلی به فروش محصول خود را با قیمت دو ماه قبل نداشته باشد.

در چند سال اخیر، مدام شاهد رشد قیمت آلومینیوم در جهان که مواد اصلی تولید زینک است، بوده‌ایم که تقریباً افزایشی ۸۰ درصدی داشته که طبیعتاً این نوسانات، روی قیمت‌نهایی اثر می‌گذارد. سخت شدن و گران شدن حمل و نقل محموله‌ها از چین به ایران نیز یکی دیگر از مسائل و دغدغه‌های امروز ما را تشکیل می‌دهد. هزینه انتقال کالا به کشور، تقریباً پنج برابر شده و اجاره‌بهایی یک کانتینتر، از ۶۰۰ دلار به ۴ هزار و ۵۰۰ دلار رسیده است. البته در کشور نیز، هزینه حمل و نقل به شدت افزایش یافته است، به طوری که کانتینری که قبلاً با هزینه دو میلیون تومان از بندرعباس به تهران می‌رسید، امروز در ازای دریافت ۲۴ میلیون تومان به تهران انتقال داده می‌شود.

مصرف سالانه زینک در کشورمان چقدر است و آیا نمی‌توان به تولید این محصول در ایران فکر کرد؟

مصرف سالانه زینک، حدود چهار میلیون مترمربع در سال است که تماماً وارداتی است، اما در زمینه تولید، شرکت تعاونی در دهه ۶۰ و مجدداً دهه ۸۰ به طور جدی این موضوع را مورد بررسی قرار داد و جلسات زیادی را هم با آلومینیوم‌سازان کشور داشت، ولی نتیجه‌نهایی این بود که امکان تولید آلومینیوم مناسب برای این کار در کشور وجود ندارد. سایر کشورهای تولیدکننده زینک نیز معمولاً مواد مصرفی را از کشورهای دیگر وارد می‌کنند. به عنوان مثال، ایتالیا در گذشته، یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان زینک جهان بود، اما این کشور تولید آلومینیوم نداشت و مصرف خود را از کشورهای نظیر آلمان، سوئیس و ژاپن تأمین می‌کرد. در حال حاضر نیز کشور چین که حجم گسترده‌ای از زینک جهان را تولید می‌کند، مقدار قابل توجهی از آلومینیوم مصرفی خود را از استرالیا وارد می‌کند. علاوه بر آلومینیوم، ۱۱ فلز سخت‌کننده دیگر نیز در تولید زینک استفاده می‌شود که با وجود نسبت ۲ درصدی آن‌ها به آلومینیوم، قیمت بسیار بالایی دارند و هر کدام فرآیند تولید خاص خودشان را دارند. اگر قرار باشد در ایران به سراغ تولید زینک برویم، باید تمام مواد مصرفی آن را از کشورهای دیگر وارد کنیم که البته اینکه تولیدات ما با چه تجهیزاتی فرآوری خواهد شد و چه کیفیتی خواهد داشت، اهمیت پیدا می‌کند. این در شرایطی است که ما حتی در سال ۱۳۸۰ برای تولید جعبه مقوایی بسته‌بندی ورق‌های زینک که حداقل ۲۱ کیلو وزن زینک ۲ ورقی را تحمل کند، با مشکل مواجه بودیم، بر همین اساس در آن زمان به این نتیجه رسیدیم که ورود به عرصه تولید این محصول، برای تعاونی توجیه اقتصادی ندارد. طی دهه‌های اخیر، بخش خصوصی نیز چندین بار نسبت به این مساله توجه نشان داده، ولی با دستیابی به نتایج مشابه، از این کار صرف نظر کردند. با این حال اگر سرمایه‌گذاری بخواهد عاشقانه وارد این عرصه شود، بازاری ۴۰۰ میلیون نفری پیش روی او خواهد بود؛ چرا که تمام کشورهای منطقه اطراف ایران، واردکننده زینک هستند و تولیدی در این زمینه ندارند. البته موضوع دیگری که نباید از آن غافل ماند، احتمال حذف زینک از سیستم آینده چاپ است. همان‌طور که «فیلم» دیگر از مراحل لیتوگرافی و چاپ تقریباً حذف شد، شاید تا ۲۰ سال آینده، زینک هم جایی در صنعت چاپ نداشته باشد. ■

در دولت جدید
اقداماتی در زمینه
حمایت از واردات
کاغذ در حال انجام
است، اما مشخصاً
به بخش کاغذ
معطوف می‌شود و
متأسفانه زینک
مشمول دریافت
ارز دولتی نشد

مدیرعامل شرکت رکورد

چاپ دیجیتال فرصتی برای ایجاد تحول در تولید کالا

عرفان فغانی

صنعت چاپ از زمان شکل‌گیری تاکتون، تحولات مختلفی را به خود دیده و با توسعه فناوری‌های دیجیتال در دهه‌های اخیر، با رشد چشمگیری در ساخت و ارائه خدمات چاپی همراه بوده است. وابستگی چاپ دیجیتال به دانش و آشنایی با دستاوردهای روز دنیا، باعث شده تا صاحبان صنایع نتوانند به درستی با آن ارتباط بگیرند؛ هر چند حامد دیلمی، مدیرعامل شرکت «رکورد» که حدود دو دهه در حوزه دستگاه‌های چاپ دیجیتال فعالیت دارد، معتقد است: «تکنولوژی راه فراری باقی نمی‌گذارد و دیر یا زود، همه ناچار هستند که فناوری‌های جدید را بپذیرند.» مشروح گفت‌وگو با این فعال صنعت چاپ را در ادامه می‌خوانید.

یعنی نمایشگاه ترکیه و امارات به دست آمده و در حال حاضر نیز روند مثبت سفارش و ساخت دستگاه به سفارش کشورهای منطقه در این شرکت ادامه دارد.

دستگاه‌های رکورد، بیشتر در چه بخش‌هایی به کار گرفته می‌شوند؟

عمده دستگاه‌های ما در حوزه تبلیغات فعال شده‌اند و بالای ۷۰ درصد از محصولات تبلیغاتی در سطح کشور، خصوصاً در بخش چاپ بیلپور با دستگاه‌های رکورد، چاپ و تولید می‌شوند. در حوزه صنایع نساجی هم تقریباً پنج سال است که فعالیت داریم. به جز این دو حوزه که بیشترین ورود را به آن‌ها داریم، با سایر حوزه‌ها مانند کاشی و سرامیک نیز به لحاظ تکنیکال که دستگاه‌هایشان اشتراکاتی با دستگاه‌های ما دارند، تعامل داریم. همچنین در تلاش هستیم که بیشتر با بخش لیبل آشنا شویم و در آینده، حضور پررنگ‌تری را در این حوزه داشته باشیم.

تعیین‌کننده‌ترین شاخص‌ها برای موفقیت در این حوزه چیست؟

یکی از ویژگی مهم در حوزه چاپ دیجیتال این است که الزاماً یک راهکار خاص نمی‌تواند در همه موارد، راهکار موفق باشد؛ بلکه راهکار مناسب با هر مساله، باید در تعامل و مشاوره با شرکت‌های تولیدکننده ماشین‌آلات اتخاذ شود. از سوی دیگر، با توجه به سرعت بالای تحولات در عرصه تکنولوژی، پیوسته شاهد ارائه راهکارهای جدیدی از سوی شرکت‌های مختلف در جهان هستیم که بخش قابل توجهی از آن‌ها بر اثر چالش‌های به‌وجود آمده، مدام در حال از بین رفتن و کنار گذاشته شدن هستند؛ بنابراین یک شرکت تولیدکننده برای اینکه بتواند در طول زمان، خودش را حفظ کند و همپا با جریان روز تکنولوژی پیش برود، کار بسیار سخت و پیچیده‌ای دارد. بر همین اساس چاپخانه‌های شناخته‌شده در منطقه، هیچ‌وقت به فکر خرید مستقیم ماشین‌های چاپی از تولیدکنندگان اروپایی، چینی و ژاپنی نمی‌افتند، چرا که اطلاعات و دانش شرکت‌های بومی از ماشین‌های مختلف، به مراتب بیشتر و موثق‌تر است. تولیدکنندگان برندهای بزرگ، به ناچار باید برای رقابت با سایر برندهای فعال، مدل‌های قدیمی‌تر خود را با مدل‌های جدیدتر جایگزین کنند و این مساله باعث می‌شود که اطلاع



از چه سالی وارد حوزه ساخت ماشین‌آلات چاپ دیجیتال شدید و پیشینه شرکت رکورد به چه زمانی بازمی‌گردد؟

بنده نسل دوم از خانواده دیلمی هستم که در حوزه ساخت و تجهیز ماشین‌آلات چاپ فعالیت داشته است. البته پیشینه فعالیت ما ابتداءً در حوزه ماشین‌ابزار و در ادامه، در زمینه صحافی بود که نهایتاً به حوزه چاپ و بسته‌بندی رسید. از سال ۱۳۸۳، فعالیت ما به دستگاه‌های چاپ دیجیتال معطوف شد و با توجه به گستره فعالیت‌هایی که امروز در مجموعه رکورد انجام می‌شود، بدون شک بزرگ‌ترین مرکز دستگاه‌های چاپ دیجیتال در منطقه را اختیار دارد که مراکز فعال در کشورهای ترکیه، مصر و امارات هم به لحاظ حجم و دامنه فعالیت، قابلیت رقابت با ما را ندارند. در حال حاضر فقط در کشور عراق، بیش از ۵۰ دستگاه ماشین رکورد در حال فعالیت است و تعداد دستگاه‌های مادر افغانستان بیش از ۲۰۰ مورد است. همچنین مشتریان زیادی از کشورهایی مانند امارات و اقلیم کردستان داریم که با استفاده از دستگاه‌های ما فعالیت‌های چاپی خود را پیش می‌برند. این حجم از ساخت و صادرات ماشین‌آلات چاپ دیجیتال، در سایه حضور چندین ساله شرکت رکورد در نمایشگاه‌های معتبر منطقه،



بین موفقیت و شکست در حرفه‌های تکنولوژی محور بسیار کم است. حتی شرکت‌های بزرگ نیز گاهی به دلیل برخی مشکلات و اشتباهات، ناچار به متوقف کردن تولید یک محصول و جمع‌آوری دستگاه‌ها از سطح بازار می‌شوند که شکست‌های سنگین اقتصادی را در پی خواهد داشت. شرایط قابل پیش‌بینی نیست؛ ممکن است در یک سال درآمدی ۲۰۰ میلیون دلاری داشته باشید و در سال بعد، تنها با یک قدم اشتباه، متحمل خسارتی ۳۰۰ میلیون دلاری شوید، بر این اساس با توجه به تیم تخصصی که در اختیار داریم، به دنبال آن هستیم که در وهله اول، جایگاه خودمان را در بازار حفظ کنیم و در عین حال، برای توسعه مجموعه ر کورد و ارائه خدمات چاپی نوین تلاش کنیم.

آیا صنایع مختلف به اندازه کافی با ظرفیت‌های چاپ دیجیتال و ارزش افزوده‌ای که می‌تواند برای محصولات آن‌ها داشته باشد، آشنا هستند؟

هنوز خیر. نشانه‌اش هم این است که بخش قابل توجهی از مراجعان ما، بیشتر به دنبال دریافت اطلاعات هستند و با محصولات ماشین‌ها آشنا شوند. بخش زیادی از دستاوردهای چاپ دیجیتال، هنوز برای صنایع کشور تازه‌گی دارد. سرعت تغییر و تحولات ماشین‌ها در این حوزه بسیار زیاد بوده است. در طول این سال‌ها، قابلیت چاپ روی سطوح و محصولات نیز تنوع زیادی داشته است. به عنوان مثال، چاپ روی قرنیز، کاغذ دیواری، MDF و پوشش‌های پر کاربرد دیگر که قبلاً به صورت سنتی انجام می‌شد، امروز با دستگاه‌های دیجیتال و با تنوع و کیفیت بالا در حال انجام است. در مجموع؛ خدمات چاپ دیجیتال می‌تواند تولیدات مختلف را متحول کند، به شرطی که صاحبان صنایع رویکرد خود را در تولید تغییر دهند. برخی هنوز از تکنولوژی ۱۵ سال پیش استفاده می‌کنند و معتقدند ماشین‌هایی که دارند، هنوز نو محسوب می‌شوند. در واقع مدیران معمولاً در برابر تحول و تغییر مقاومت می‌کنند، در حالی که دنیای دیجیتال کاملاً متفاوت است. مادستگاهی را که یک سال از آن استفاده شده، دستگاه مستهلکی می‌دانیم که چه بسا باید آن را از رده خارج کرد، بنابراین تفاوت نگاه و فکر زیادی در این زمینه وجود دارد که مانع از برقراری ارتباط بین مدیران صنعت با دستاوردها و تکنولوژی‌های روز دنیا می‌شود. امیدواریم رویدادهای نمایشگاهی بتواند به اطلاع‌رسانی و جذب اعتماد آن‌ها کمک کند. باید به یک اجماع کلی برسیم؛ هر چند راه‌فراری از تکنولوژی نیست و دیر یا زود، همه ناچار هستند که فناوری‌های جدید را بپذیرند.

این پیش‌فرض وجود دارد که چاپ دیجیتال، چاپ گرانی است. به نظر شما این تصور تا چه حد واقعی است؟

گرانی و ارزانی، یک تعریف نسبی است که در نظام عرضه و تقاضا تعریف می‌شود. سه سال پیش ظرفیت چاپی یک ماشین دیجیتال، ساعتی ۳۰ متر مربع بوده و امروز این ظرفیت به ساعتی ۲۵۰ متر مربع رسیده است. تصویری که به شکل سنتی از چاپ دیجیتال وجود دارد، تصور اشتباهی است؛ چون صاحبان کسب و کار می‌دانند که بالا رفتن سرعت و حجم تولید، باعث کاهش هزینه‌ها می‌شود. اتفاقاً برخی از اقلام مصرفی چاپ دیجیتال مثل مرکب ارزان‌تر هم شده است. سه سال پیش مرکب مورد نیاز برای چاپ روی پارچه الیتری ۵۴ دلار به فروش می‌رساندیم و امروز این قیمت به لیتری ۸ دلار رسیده است. این تغییرات وابسته به میزان عرضه و تقاضای موجود در بازار اتفاق می‌افتد. ■

چندانی از سرنوشت دستگاه‌های فروخته شده خود و چالش‌هایی که در طول کار با آن‌ها مواجه می‌شوند، نداشته باشند. آن‌هم در شرایطی که عملکرد نامناسب یک خازن کوچک، می‌تواند یک دستگاه بزرگ را دچار مشکل اساسی کند و چه بسا شرکت سازنده تصمیم به حذف آن مدل از فهرست تولیدات خود بگیرد. خوشبختانه مشتریان مادر کشورهای منطقه، به خدمات ما اعتماد دارند و تا به امروز نیاز آن‌ها در بخش‌های مختلف، حتی در حوزه مشاوره‌های فنی را پاسخ داده‌ایم. این یک واقعیت است که هیچ چاپخانه دیجیتالی نمی‌تواند فقط به دانش و توان خود متکی باشد، بلکه پیچیدگی تکنولوژی و مختصات فنی دستگاه‌ها هر مجموعه‌ای را به تعامل و بهره‌مندی از دانش دیگران محتاج می‌کند.

مشاوره‌های فنی، چه مواردی را شامل می‌شود و مشخصاً چه کمکی به چاپخانه‌داران می‌کند؟

یک دستگاه دیجیتال، ممکن است بر اثر بروز هر خطایی از کار بیفتد و این خطاها بسیار متعدد هستند. نکته‌ای که وجود دارد این است که برخلاف اغلب ماشین‌آلات، نقص فنی ماشین‌های دیجیتال، با چشم قابل مشاهده نیست که بتوان به راحتی آن را رفع کرد. گاهی یک عدد اشتباه، یک ماشین را یک ماه متوقف می‌کند و تنها با جایگزین کردن یک عدد، دوباره راه‌اندازی می‌شود، اما ۹۰ درصد زمانی که صرف تعمیر یک ماشین دیجیتال می‌شود، صرفاً به عیب‌یابی اختصاص می‌یابد. این‌ها مشکلاتی است که چاپ دیجیتال با آن مواجه است، اما در عین حال مزایا و محاسن فراوانی هم در این نوع چاپ وجود دارد.

کمی درباره این محاسن و مزایا توضیح دهید.

چاپ دیجیتال، سرعت تولید بالایی دارد و در عین حال سرعت تغییر محصولات در چاپ دیجیتال بسیار بالا است. دیگر لازم نیست، همچون سایر انواع چاپ، اعمال تغییرات را به اتمام دوره‌های حداقل هزار تایی موکول کنید، بلکه امکان تغییر یا اصلاح در هر لحظه‌ای وجود دارد. مساله بعدی، امکان شخصی‌سازی سفارش‌ها در حجم‌ها و تیراژهای مختلف است. مثلاً سفارش دهندگان می‌توانند سفارش‌های چاپی خود در حوزه روفرشی، روسری، پادری و هر محصول دیگری را در هر تعداد و هر طرحی که خواستند، تحویل بگیرند. با اتکا به این امکان، چاپ برخی اقلام مانند کاشی و سرامیک با سلیقه تولیدکننده ممکن شده، به طوری که هر فروشنده‌ای، طرح‌های خاص خودش را عرضه می‌کند. مثلاً در بازار پوشاک، ۹۰ درصد تولید روسری در کشور به بهره‌مندی از خدمات چاپ دیجیتال در کشور چاپ می‌شود. این امکان تا دو سال پیش وجود نداشت و تحقق آن، باعث ایجاد تنوع در انواع منسوجات شده است. یکی از خطاهای تولید شرکت ر کورد هم به برش لیزری اختصاص دارد که خدمات حکاکی روی محصولاتمانند طلا، چرم، بطری‌های پلاستیکی، شیشه و حتی میوه‌ها را نیز میسر می‌کند. اخیراً چسباندن لیبل روی میوه‌ها به دلیل احتمال نفوذ چسب سالون، غیربهداشتی اعلام شده و حکاکی بالیزر می‌تواند به شکل کاملاً پاک و بدون آلودگی، جایگزین لیبل‌های چسبی روی میوه‌ها و انواع مواد غذایی شود. این موارد، تحولاتی است که صنعت چاپ دیجیتال طی ۱۵ سال اخیر تجربه کرده و کماکان در مسیرهای تازه، به کار خود ادامه می‌دهد.

فعالیت در حوزه ماشین‌های چاپ دیجیتال چه ملاحظات و مخاطراتی دارد؟

اساساً کار در حوزه تکنولوژی، مختصات خاص خودش را می‌طلبد و فاصله

مدیرعامل مجتمع چاپ و صحافی طلایی

گرانی کاغذ و مواد مصرفی صنعت چاپ و نشر را نابود می‌کند

مهدیه شهسواری

فعالیت صنعت چاپ، به دو بخش اصلی چاپ نشر و چاپ صنعتی (جعبه و سایر اقلام) تقسیم می‌شود که اولی، به دلیل کارکردهای فرهنگی کتاب، جراید و مطبوعات در جامعه، نیازمند توجه ویژه از سوی دولت و مدیران صنفی است. با این حال افزایش قیمت اقلام مصرفی در سال‌های اخیر، بازار نشر را دچار افت شمارگان و افزایش بهای پشت جلد کرده است. علی مزرعتی قهرودی، مدیرعامل مجتمع چاپ طلایی معتقد است: «پایین آمدن صرفه اقتصادی نشر باعث شده تا بخش قابل توجهی از فعالان در این حوزه، به چاپ جعبه روی آورند. هر چند تداوم مشکلات، آینده چاپ صنعتی را نیز تضمین نمی‌کند.» گفت‌وگو با این فعال چاپ نشر را می‌خوانید.

تجهیزات و ماشین آلات پیشرفته‌ای داریم که از جمله آن‌ها می‌توان به ماشین چاپ ۴/۵ ورقی ۸ رنگ پشت و روزن هایدلبرگ، ۲ ورقی ۱۰ رنگ پشت و روزن هایدلبرگ، ماشین‌های ۴/۵ ورقی ۵ رنگ و دورنگ پشت و روزن اشاره کرد. واحد صحافی نیز با بهره‌مندی از دستگاه‌های مختلف نظیر دستگاه چسب گرم، مفتول زن، تاکنی، برش، سلفون کش، شیرینگ پک کتاب و خط صحافی جلد سخت، امکان بهره‌برداری با کیفیت و با سرعت بالا را به ما می‌دهد.

مشتریان شما عموماً در چه حوزه‌هایی فعالیت دارند؟

از کودکان گرفته تا دانشجویان، مخاطب محصولات ما هستند. در بخش کودک و نوجوان، با مراکز معتبری همچون کانون پرورش فکری و انتشارات کتاب درسی همکاری داریم و در حوزه کتاب‌های کمک‌درسی و آموزشی با مجموعه‌هایی مثل خیلی سبز، مبتکران، مشاوران، مدرسان الگو و... کار می‌کنیم. چند ناشر عمومی هم مشتری ما هستند که برخی از آن‌ها در سایر شهرها و شهرستان‌ها فعالیت دارند. همچنین کار چاپ کتاب‌های چند مرکز آموزشی را نیز انجام می‌دهیم. ما به هیچ وجه در زمینه اوراق فعالیت نداریم، چون سایر چاپ ماشین آلات ما صرفاً برای کار نشر برنامهریزی شده‌اند.

چرا با توجه به وضعیت بازار نشر، مانند بسیاری از چاپخانه‌داران سراغ چاپ محصولات صنعتی نرفتید؟

بازار نشر و کتاب در سال‌های اخیر، با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو بوده و بالا رفتن قیمت‌ها و کاهش چشمگیر شمارگان، کتاب را از سبب خرید عموم خانواده‌ها حذف کرده است. مشکلات تامین کاغذ تحریر و سایر مواد مصرفی چاپ نیز مزید بر علت شده تا چاپ نشر، شرایط مساعدی نداشته باشد، با این حال؛ عشق و علاقه شخصی بنده ایجاب می‌کند که با تمام توان، برای حفظ مجتمع چاپ طلایی تلاش کنم؛ آن‌هم در شرایطی که اکثر همکاران بنده در حوزه نشر، یا به سمت چاپ محصولات صنعتی و مشخصاً چاپ جعبه روی آورده‌اند و یا ناچار به تعطیلی و توقف فعالیت شده‌اند. البته بر آورد و تحلیل ما از بازار این است که با محدود شدن واحدهای چاپی در این حوزه، پافشاری و تلاش مضاعف ما می‌تواند به گسترش کار و افزایش تعاملات با مراکز نشر و جراید بیانجامد.



فعالیت در صنعت چاپ را از چه زمانی آغاز کردید و تاکنون تجربه حضور در چه بخش‌هایی از این صنعت را داشته‌اید؟

از سال ۱۳۸۲ وارد عرصه چاپ و نشر شدم و سال‌ها مدیر تولید انتشارات گاج بودم. در طول این سال‌ها، در حین کار و دوره‌های آموزشی، کسب تجربه کردم و شب و روز خود را در کنار دستگاه‌های چاپ و صحافی گذرانده‌ام. در سال ۱۳۹۷ مجتمع چاپ طلایی را تأسیس کردم که کار این مجموعه با خرید دستگاه‌های چاپ و پس از چاپ آغاز شد و تاکنون با تمام توان به فعالیت خود ادامه داده است. ویژگی اصلی مجتمع چاپ طلایی این است که به شکل تخصصی در حوزه نشر فعالیت دارد و برخلاف اکثر چاپخانه‌ها؛ فقط کتاب، مجله، سررسید و... چاپ و تولید می‌کنیم.

مجتمع چاپ طلایی، چه بخش‌هایی را شامل می‌شود و چه تجهیزاتی در اختیار دارد؟

این مجتمع به هر سه بخش قبل از چاپ (لیتوگرافی)، چاپ و پس از چاپ (صحافی) مجهز است. در واحد لیتوگرافی، دستگاه پلیت ستر ۴/۵ ورقی آگفا و بهره‌مندی از نیروهای متخصص، ظرفیت آماده‌سازی زینک با بهترین کیفیت و سرعت مناسب را فراهم کرده است. در واحد چاپ،



افت شمارگان و گرایش ناشران به سمت چاپ دیجیتال، تا چه اندازه روی حجم سفارشات شما تاثیر منفی گذاشته است؟

تاثیر گرانی کتاب را می‌توان به وضوح در بازار نشر مشاهده کرد. ناشرانی که پیش از این در شمارگان چند هزار نسخه‌ای کتاب چاپ می‌کردند، به شمارگان چندصد نسخه‌ای و بعضاً چاپ دیجیتال روی آورده‌اند. معضل چاپخانه‌های فعال در زمینه نشر هم کاهش شمارگان و نوبت‌های سفارش در سال‌های اخیر بوده که دلیل اصلی آن، پایین آمدن قدرت خرید مردم و کاهش سرانه مطالعه در جامعه بوده است. سرانه کتاب‌خوانی در جامعه ما بسیار پایین است و متأسفانه گرایش به فضای مجازی، نیاز به کتاب را کمرنگ کرده است. فقط کتاب‌های کمک‌درسی و آموزشی است که با توجه به الزام مسائل آموزشی، خانواده‌ها همچنان ناچار به تهیه آن‌ها هستند.

بازار کاغذ تحریر و سایر اقلام مصرفی صنعت چاپ در یک سال اخیر با افزایش قیمت روبه‌رو شد. این گرانی چه تاثیری روی کار شما داشته است؟

ما از گران شدن مواد مصرفی؛ خصوصاً کاغذ، خیلی ضربه خورده‌ایم. اگر واردات و توزیع کاغذ در بازار به شکل صحیح مدیریت نشود، صنعت نشر به‌طور کلی نابود خواهد شد. بنده زمانی قیمت‌گذار کتاب بودم و به یاد دارم که ۵۰ درصد از قیمت تمام‌شده کتاب به کاغذ اختصاص داشت و ۵۰ درصد دیگر هم صرف زینک، چاپ و سلفون، صحافی و... می‌شد، اما در حال حاضر سهم کاغذ به ۸۰ درصد افزایش یافته است. در چنین شرایطی ناشر کتاب کمتری چاپ می‌کند، قیمت کتاب بالا می‌رود و تمام حلقه‌های تولید کتاب متضرر می‌شوند.

اخیر دولت در صدد حمایت از تولیدکنندگان کاغذ در کشور برآمده است. به نظر شما افزایش تولید در این بخش، می‌تواند مشکلات صنعت چاپ و نشر را کم کند؟

کاغذ ایرانی می‌تواند بخشی از نیاز کشور را برآورده کند، اما به شرط اینکه قیمت تمام‌شده آن، به مراتب ارزان‌تر از انواع وارداتی آن باشد. اگر این رقم، به قیمت کاغذ با کیفیت خارجی نزدیک باشد و تهیه آن همچون گذشته، به‌ثبت سفارش و انتظارهای چندماهه ملزم باشد، طبیعتاً ترجیح چاپخانه‌دار این است که کماکان از کاغذ وارداتی استفاده کند. البته تجربه نشان داده که حمایت‌های مقطعی با روش پیش‌خرید کردن و... در بلندمدت مشکلی را حل نمی‌کند. صنایع کاغذ و مقوا در کشورمان، بیشتر از هر چیز به نوسازی نیاز دارد و دولت باید در وهله نخست، به تجهیز کارخانه‌های کاغذسازی کمک کند، در غیر این صورت اقدامات حمایتی، تنها حکم مسکن‌های زودگذر و حرکت‌های نمایشی را خواهند داشت که خیلی زود متوقف و بی‌اثر می‌شوند. این در حالی است که اگر دولت هادر سال‌های اخیر، به جای تخصیص یارانه‌های دولتی به واردات کاغذ، زیرساخت‌های تولید کاغذ را تقویت می‌کردند، امروز ظرفیت تامین نیاز بازار داخلی به اقلام مختلف کاغذ و مقوا وجود داشت.

معمولاً اجرت خدمات چاپی از نرخ‌نامه‌های ابلاغی اتحادیه پایین‌تر است، علت چیست؟

مهمترین دلیل این است که تصمیم‌گیران، بدون توجه به زمینه‌های نیاز و ضرورت‌های بازار، به‌صورت پروانه فعالیت برای متقاضیان اقدام کرده‌اند و صنعت چاپ دچار رشدی نامتوازن شده است. بخش قابل توجهی از

افراد، بدون علم و دانش کافی وارد عرصه چاپ می‌شوند و نمی‌دانند پایین بردن تعرفه و کم کردن سود، به‌زودی آن‌ها را از پا در خواهد آورد. همچنین قیمت‌شکنی آن‌ها باعث می‌شود که چاپخانه‌های بزرگی مانند چاپ طلایی نیز تعرفه خدمات را کاهش دهند تا از رقابت بازمانند. اجرتی که امروز از سفارش‌دهندگان خود دریافت می‌کنیم، نصف تعرفه رسمی اتحادیه است. از سوی دیگر، یکی از مشکلات اصلی مادر ناوگان چاپ، فرسوده بودن ماشین‌آلات و هزینه‌های سرسام‌آور وارد کردن ماشین‌های به‌روز است. در حال حاضر وارد کردن یک دستگاه به‌روز، حدود ۴۰ میلیارد تومان هزینه دارد و اگر یک چاپخانه‌دار با پذیرش این هزینه، دستگاه مورد نظر را خریداری کند، آن‌وقت باید با چاپخانه‌داری وارد رقابت شود که سفارشات مشابه را با کیفیت نازل، توسط ماشین‌های فرسوده ۵۰۰ میلیون تومانی؛ آن‌هم با اجرت به‌مراتب پایین‌تر از نرخ‌نامه ابلاغ شده انجام می‌دهند. در این شرایط، چطور می‌شود به کسب درآمد و بازگشت سرمایه امیدوار بود؟

یک چاپخانه‌دار علاوه بر هزینه‌های روزانه و تامین مواد اولیه اصلی با چه مشکلاتی مواجه است؟

در بخش تامین مواد اولیه، بخش اعظم مواد، وارداتی هستند. به‌جز کاغذ که به آن اشاره شد، قیمت سایر اقلام مانند مرکب، الک، زینک، چسب و... نیز به شدت افزایش پیدا کرده است. همچنین هزینه نگهداری، سرویس و تامین قطعات مستهلک هم به‌شکل فزاینده‌ای بالا رفته و هیچ دستگاهی هم بر شیوه قیمت‌گذاری و نرخ‌دهی‌ها نظارت ندارد. یک چاپخانه‌دار به عنوان سرمایه‌گذار اصلی، برای تامین تک‌این اقلام با مشکل روبه‌رو است، چرا که چاره‌ای جز پذیرش شرایط ندارد. خرید مواد اولیه‌ای که پیش از این به‌صورت مدت‌دار از تامین‌کننده خریداری می‌کردیم، امروز مستلزم ثبت درخواست و پرداخت قبل از دریافت شده است. اداره مالیات هم کار خودش را می‌کند و مطالبات حداکثری خودشان را از مادرانند. علاوه بر این؛ بیمه، بهداشت و... نیز سنگ‌اندازی‌های خاص خودشان را دارند.

چه چشم‌اندازی برای فعالیت خود متصور هستید؟
برنامه ما این است که مجتمع طلایی تا پایان سال ۱۴۰۴ با در اختیار گرفتن ماشین‌آلات به‌روز صنعت چاپ و صحافی، استفاده از نیروهای مجرب و کارآزموده و همچنین با استفاده از ابزارها و برنامه‌های به‌روز این صنعت، به یکی از پنج شرکت برتر در حوزه چاپ و نشر کشور تبدیل شود. ■

مدیرعامل مجتمع چاپ و بسته‌بندی پارت محدودیت‌های دولتی مانعی برای افزایش صادرات محصولات چاپ و بسته‌بندی

سعید عدالت‌جو

محصولات چاپی و خدمات بسته‌بندی به فراخور نیاز بازار و صنایع مختلف، اقلام متنوعی را شامل می‌شود که یکی از این اقلام، هاردباکس یا جعبه‌های سخت است. این محصول می‌تواند ارزش افزوده قابل ملاحظه‌ای را برای کالاهای مختلف ایجاد کند و با توجه به اهمیت کیفیت و زیبایی در فرآیند بسته‌بندی، به شدت مورد نیاز بازارهای داخلی و خارجی است. از آنجایی که مجتمع چاپ و بسته‌بندی پارت یکی از تولیدکنندگان شناخته‌شده در این حوزه است، با مهندس سهیل رضا، مدیرعامل این مجتمع گفت‌وگویی داشتیم که مشروح آن را در ادامه می‌خوانید.

در تولید این محصولات، چه ملاحظاتی را اعمال می‌کنید و چقدر در بازار موفق بوده‌اید؟

سررسید، اولین محصولی بود که مجتمع پارت روی آن سرمایه‌گذاری کرد و امروز نیز برند مادر بازار، بیشتر با همین محصول شناخته می‌شود. تمام تلاش ما این بود که از همان ابتدای کار، با ایده‌هایی تازه وارد بازار شویم، به‌طوری که سررسید با جلدی چندتکه اولین بار در ایران توسط مجموعه ما تولید و عرضه شد. همین امر باعث شد با وجود تولیدکنندگان قدرتمند و باسابقه، طی ۵ سال در بین سه تولیدکننده اول کشور قرار بگیریم. محصول دیگری که بعد از مطالعات بازار و بررسی‌های گروه مارکتینگ، به شکل تخصصی وارد آن شدیم، تولید هاردباکس یا همان جعبه‌های سخت بود. ارزیابی ما این بود که درخواست این محصول در ایران، به شدت روبه افزایش است؛ خصوصاً که افزایش نرخ ارز، واردات را با محدودیت روبه‌رو کرده و برندهای مختلف ترجیح می‌دادند تا محصولات خود را به صورت فله وارد کنند و فرآیند پکیج کردن را در ایران انجام دهند. از طرفی، شیوع کرونا در سال‌های اخیر، بازار بُردگیم‌ها (بازی‌های رومیزی) را داغ کرد و در این زمینه نیز واردکنندگان، متقاضی جعبه‌های سخت بودند، به همین دلیل تصمیم گرفتیم با بهره‌مندی از مترتال مصرفی با کیفیت و ایده‌های تازه، به تولید این محصول بپردازیم. حوزه دیگری که در آن فعالیت داریم، دفترچه یادداشت است که مانند سررسید و هاردباکس، با دید صادراتی به آن وارد شدیم و در حال حاضر محصولات ما از طریق سایت آمازون به مشتریان خارجی عرضه می‌شود.

مزیت مجتمع پارت در تولید هاردباکس نسبت به سایر تولیدکنندگان چیست؟

بسیاری از مشتریان تمایل دارند که سفارش‌های خود را در تیراژ پایین، اما در نوبت‌های مکرر در طول سال ارائه کنند، بنابراین در شرایطی که حداقل تیراژ سایر تولیدکنندگان جعبه‌های سخت، یک‌هزار تیراژ در هر سفارش بود، تصمیم گرفتیم که به نیاز مشتریان پاسخ دهیم تا در هر تعداد تیراژ، به ما سفارش دهند. به عنوان مثال، هم‌اکنون بیش از ۵۰ درصد از طلا و جواهر فروشی‌ها از جعبه‌های تولیدی مجتمع چاپ و بسته‌بندی



مجتمع چاپ و بسته‌بندی پارت از چه سالی آغاز به کار کرده و هم‌اکنون به تولید چه محصولاتی می‌پردازد؟

این مجتمع از سال ۱۳۸۴ شروع به فعالیت کرد و در ابتدا به صورت برون‌سپاری (Outsourcing) در حوزه ایده‌پردازی، طراحی و نظارت بر اجرا به ارائه خدمات پرداخت. هدف ما پر کردن خلأهایی بود که به لحاظ کیفی و مشتری‌مداری در بازار وجود داشت. به مرور زمان متوجه شدیم که از طریق برون‌سپاری نمی‌توان این اهداف را محقق کرد؛ چرا که خروجی کار، همان چیزی از آب درمی‌آمد که از سوی سایر شرکت‌ها و مجموعه‌ها ارائه می‌شد. خصوصاً اینکه آماده‌سازی سفارش‌ها مطابق با برنامه زمان‌بندی شده انجام نمی‌شد و نمی‌توانستیم مطابق با تعهداتی که به مشتریان می‌دادیم، عمل کنیم، بر همین اساس به سمت تولید حرکت و به موازات آن، فعالیت‌مان را به حوزه‌های تخصصی‌تر محدود کردیم تا کیفیت و خدمات را ارتقاء دهیم. شایان ذکر است، هم‌اکنون در زمینه تولید سررسید، دفترچه و هاردباکس یا همان جعبه‌های سخت، متمرکز شده‌ایم.



در سه سال گذشته سعی ما بر این بوده که به مطالعه بازارهای منطقه از جمله امارات، ارمنستان، گرجستان، افغانستان، عراق و... بپردازیم و از برخی نمایشگاه‌های خارجی بازدید کنیم، بر همین اساس در شهریورماه امسال در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی استانبول شرکت خواهیم کرد و فاز مطالعاتی ما به پایان خواهد رسید. در حوزه هاردباکس، تمایل و توان صادراتی در مجموعه چاپ و بسته‌بندی پارت وجود دارد، اما نیاز بازار داخلی ایجاب می‌کند که فعال‌روی آن متمرکز باشیم. البته به فرصتی هم نیاز داریم تا تجهیزات خود را در این حوزه ارتقاء دهیم. برنامه‌ریزی روی صادرات دفترچه و سررسید هم پیچیدگی‌های خاص خودش را دارد، چون خارج کردن کاغذ و محصولات کاغذی همچون سررسید و دفترچه ممنوع و منوط به واردات کاغذ است؛ یعنی از همان ابتدا باید مشخص کنیم که می‌خواهیم چه میزان کاغذ را برای تولید چه تعداد دفترچه صادراتی وارد کنیم. با تمام این شرایط، محصولات مادر کشورهایی نظیر افغانستان و عراق مشتری دارد و اخیراً نیز وارد فرآیند صادرات هاردباکس مصرفی صنف طلا و جواهر فروشان عراق شده‌ایم، هر چند هدف اصلی ما صادرات به کشورهای هم‌چون قطر و عمان است. البته پیش از این از طریق واسطه، برای این دو کشور جعبه‌های لوکس تولید کرده‌ایم و این ظرفیت قابل توسعه است. تولید این نوع جعبه‌ها که در تعداد محدود، ولی با قیمت‌های بالا تولید می‌شوند، در داخل نیز پیش برده و مصرف آن در حال افزایش است.

آیا مطالبه‌ای از دولت برای تسهیل در صادرات دارید؟

ما انتظار حمایت از دولت نداریم و مطالبه ما فقط رفع محدودیت‌ها است. وقتی برای واردات کاغذ، ارز پرداخت شده، چرا با اعمال ارزش افزوده و تولید محصولات مختلف، برای صادرات که برای کشور ارز آوری دارد، با محدودیت مواجه هستیم؟ هیچ برنامه‌ریزی بلندمدتی هم وجود ندارد و ورود دولت معمولاً به شکل مقطعی و به فراخور مشکلاتی است که در هر دوره اتفاق می‌افتد. یکی دیگر از مشکلات ما در حوزه مرادات بانکی و انتقال و دریافت ارز است، به طوری که در این زمینه با تنگنای زیادی مواجه هستیم و دولت هم نتوانسته در بازارهای خارجی، اعتباری برای تولیدکنندگان ایجاد کند و بر خلاف برخی از کشورها مانند ترکیه، با اعمال تعهدات مختلف در مسیر صادرات سنگ اندازی می‌کند. در حوزه قوانین و بخشنامه‌ها هم وحدت رویه وجود ندارد؛ مثلاً بعد از انجام تمام مراحل صادرات دفترچه یادداشت به انگلستان، گمرک از مانده تاییدیه از سفارت ایران در انگلستان را درخواست کرد که اساساً نیازی به این کار نیست.

با وجود مشکلاتی که به آن‌ها اشاره کردید، آیا برنامه‌ای

برای توسعه محصولات خود دارید؟

ما به امیدزنده هستیم و برای سرپا نگه داشتن مجموعه با ۴۵ نیرو، نیازمند طرح‌ها و ایده‌های تازه هستیم. همان‌طور که گفتیم، نخستین هدف ما وارد شدن به بازارهای طلا و جواهر در منطقه و تامین هاردباکس‌های مصرفی این صنف است. علاوه بر این، فاز تحقیق و بررسی بازار را در حوزه هدایای تبلیغاتی مختص مشاغل و جایگاه‌های شغلی نیز آغاز کرده‌ایم که احتمالاً تا یک سال و نیم ادامه خواهد داشت و پس از آن، به تولید در این بخش خواهیم پرداخت. رویکرد ما این است که اقلام موجود در بازار خیلی تکراری هستند و ما می‌خواهیم که این اقلام، مبتنی بر مختصات و نیاز مشاغل انتخاب شوند. ■

پارت استفاده می‌کنند. جعبه‌ها در سبک‌ها و رنگ‌های مختلف و به صورت انبوه در این مجتمع تولید و نگهداری می‌شوند و سفارش‌ها در هر تعداد، بعد از فرآیند طلاکوبی نهایتاً در مدت پنج روز به دست سفارش‌دهندگان می‌رسد. علاوه بر هاردباکس مصرفی صنف طلا فروشان، ۱۵ سبک هاردباکس در ۱۳ رنگ برای سایر محصولات و سایر اصناف طراحی و تولید می‌کنیم که به صورت گسترده در بازار عرضه می‌شود که مواد مصرفی مختلفی دارد. مثلاً شرکت‌های نرم‌افزاری که تولیدات گران، اما کم‌تعدادی دارند یا مشاغل استارت‌آپی و حتی خانگی که در دوره کرونا خیلی باب شد، مشتریان ما را تشکیل می‌دهند.

نبود قانون کپی‌رایت در بازار چه هزینه‌هایی را برای شما در پی دارد؟

همیشه در نظر داشته‌ایم که محصولات مان جدید و خلاقانه باشد؛ نه مشابه سایر اقلام موجود در بازار، به همین دلیل فرآیند طراحی سررسیدها از فروردین ماه هر سال آغاز و تا پایان مردادماه ادامه دارد. این مساله هزینه‌های زیادی را به ما تحمیل می‌کند و متأسفانه بلافاصله بعد از عرضه محصولات، مورد کپی‌برداری سایرین قرار می‌گیرند، بر همین اساس هر سال به فکر طرح‌های جدید هستیم. این در حالی است که برخی از تولیدکنندگان، ۱۰ سال است که در طراحی محصولات خود دست‌نبرده‌اند. متأسفانه مشتری، اطلاعاتی از پشت صحنه طراحی و تولید ندارد و معمولاً به دنبال قیمت پایین‌تر است. در این میان، اگر طراحی‌ها را ثبت هم کنیم، به ناچار نیروهایی را برای رصد بازار و کشف تخلفات استخدام می‌کنیم تا وارد پرونده‌های حقوقی و مذاکره با اتحادیه‌های مختلف شویم. تولید سررسید به لحاظ اقلام مصرفی، گاهی با ۱۰ اتحادیه نظیر کاغذ فروشان، چاپخانه‌داران، چرم فروشان، صحافان و... مرتبط می‌شود و طبیعتاً پیگیری کپی‌برداری‌ها برای ما هزینه‌های بالایی را در پی خواهد داشت. مشکل اصلی، نبود قانون کپی‌رایت است که باعث شده در تمام سطوح و بخش‌ها، حقوق طراحان و تولیدکنندگان محصولات پایمال شود.

در زمینه تامین مواد اولیه با چه مشکلاتی روبه‌رو هستید؟

۸۰ درصد از متر یا مصرفی صنعت چاپ، وارداتی است و کاغذهای تولید داخل، فقط برای مصارف خاص مثل بسته‌بندی محصولات فست‌فودی کاربرد دارد، به همین دلیل نوسانات ارز، تأثیرات مستقیمی بر کار ما می‌گذارد. همچنین برخی از تصمیمات خلق الساعه که در خصوص مجاز یا غیر مجاز اعلام شدن واردات بعضی از اقلام اتخاذ می‌شود، تهیه مواد اولیه را مشکل کرده و بی‌ثباتی قیمت‌ها نیز به این معضلات اضافه می‌کند. فقط قیمت کاغذ در سه ماه گذشته، حدود ۸۰ درصد افزایش داشته و بهای کاغذ گلاس به کیلویی ۵۵ هزار تومان رسیده است. افزایش قیمت کاغذ تحریر هم چشمگیر بوده که ما را در بخش تولید سررسید و دفترچه، با مشکل مواجه کرده است. این موارد، قیمت نهایی محصولات ما را که بیش از ۱۰۰ مورد را شامل می‌شود، افزایش می‌دهد و در این شرایط، طبیعی است که بسیاری از مشتریان سفارش‌های خود را تعلیق کنند. افزایش قیمت‌ها هم صرفاً به دلیل نوسانات ارزی اتفاق نمی‌افتد، بلکه حاصل سوءمدیریت و نبود توازن میان عرضه و تقاضا است.

برای افزایش صادرات و تامین بازارهای منطقه چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

مدیرعامل شرکت سوپرواید تولید محصولات متنوع نساجی باهر همدی از چاپ دیجیتال

المیرا حاجی میرزا بابا

ظهور چاپ دیجیتال در جهان، انقلاب بزرگی در این صنعت بود و تحولات شگرفی را به همراه داشت. این تکنولوژی در ایران، همچنان جوان محسوب می‌شود، اما رشد سریع و خیره‌کننده ماشین‌های چاپ و کاربرد آن‌ها در صنایع مختلف بر ضرورت بهره‌مندی از آن می‌افزاید. شرکت سوپرواید، یکی از قدیمی‌ترین شرکت‌های فعال و شناخته شده در حوزه چاپ دیجیتال در ایران است که در حوزه ماشین‌های چاپ روی پارچه فعالیت دارد. حمیدرضا خیرالهی، مدیرعامل این شرکت معتقد است: «راه‌اندازی چاپخانه‌های دیجیتال کمک شایانی به تنوع محصولات نساجی می‌کند و صاحبان صنایع نساجی می‌توانند نیاز بازار را در زمینه منسوجات چاپی تامین کنند.» ما حاصل مصاحبه با وی را می‌خوانیم.

پلات ۴۰ اینچی لیزری را در ایران خریداری کردم. همچنین یکی دیگر از دستگاه‌هایی که بر اساس نیاز مشتریان در آن مقطع توسط بنده خریداری شد، دستگاهی بود که امکان پرینت رنگی روی مقوای سنگین را داشت و تا آن زمان، در بازار موجود نبود. این روند ادامه داشت و روز به روز به دایره مشتریان مان اضافه می‌شد؛ به طوری که به ناچار و به فراخور حجم سفارش‌ها، به مراتب فضای کار و دفتر را گسترش دادم. آن چاپخانه تا سال ۱۳۸۲ دایر بود. البته در سال ۱۳۷۹ به مدت یک سال به جزیره کیش رفتم و اولین چاپخانه دیجیتال جزیره را ایجاد کردم که تجربه موفقی هم بود؛ هر چند هدف اصلی بنده، انجام سفارش‌های چاپی دانشگاه‌های دبی بود که به دلیل ممنوعیت صادرات اوراق کاغذی از ایران محقق نشد.

فروش ماشین‌های چاپ دیجیتال و تاسیس شرکت سوپرواید چه زمانی اتفاق افتاد؟

تا آن دوره، تجربه کار در حوزه ارائه خدمات چاپی و تعمیر و خدمات پس از فروش دستگاه‌ها را داشتیم و ضلع سوم از فعالیت در چاپ دیجیتال برای بنده، ورود به حوزه فروش دستگاه بود. اولین تجربه در زمینه فروش، به سال ۱۳۸۰ بازمی‌گردد که به عنوان مشاور فروش، در شرکتی مشغول به کار شدم. این همکاری به مدت دو سال ادامه داشت و در آن بازه زمانی، به شناخت خوبی از بازار و شرکت‌های داخلی و خارجی دست پیدا کردم. در ادامه و به شکل اتفاقی، با یک تاجر لبنانی آشنا شدم که با اصرار خودش، همکاری ما به عنوان شریک تجاری آغاز شد. او در حوزه فروش دستگاه‌های بزرگ چاپ بنر یا Superwide Format Printers فعال بود که در حوزه تبلیغات و چاپ بیلبرد کاربرد داشت. بر همین اساس در سال ۱۳۸۲ دفتر خدمات فنی را به فروش رسانده و شرکت سوپرواید را تاسیس کردم. خوشبختانه همکاری خوبی با شریک لبنانی خود داشتیم که به فروش و نصب چنده دستگاه در ایران ختم شد.

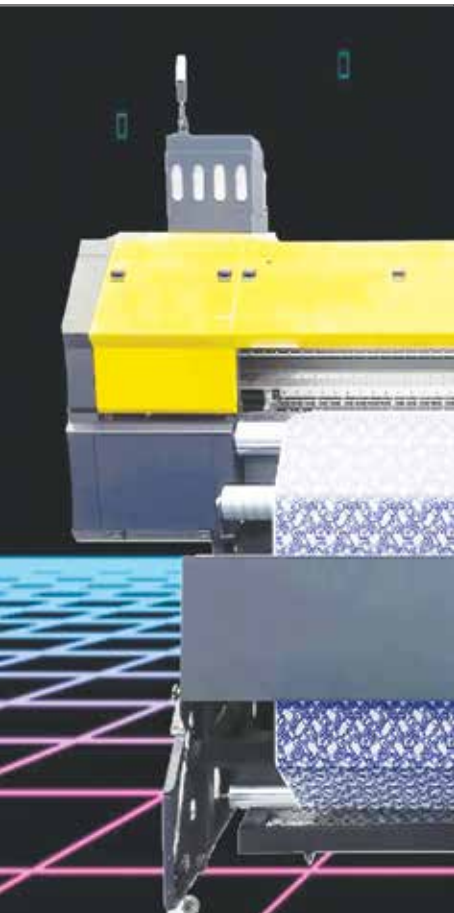
استقبال از ماشین‌های چاپ دیجیتال در آن سال‌ها چگونه بود؟

سال‌های پرهیجانی بود. ورود تکنولوژی به کشور سرعت بالایی داشت؛ آنقدر که در برخی از مقاطع، باعث نگرانی ام می‌شد. مردم به این تکنولوژی



ورود شما به عرصه چاپ دیجیتال چگونه رقم خورد و از چه سالی وارد این حوزه شدید؟

از سال ۱۳۷۲، همزمان که دانشجوی رشته مهندسی مکانیک بودم، به عنوان تکنسین دستگاه‌های فتوکپی در شرکتی که نمایندگی برند کونیکا در ایران بود، مشغول به کار شدم. تجربه فعالیت دوساله به عنوان تکنسین، زندگی حرفه‌ای و مسیر شغلی بنده را تعیین کرد. در این دوره با مفاهیم اساسی سیستم‌های تکثیر آشنا شدم. در آن زمان، به تازگی دستگاه‌های کپی رنگی به ایران آمده بود و درک آن تکنولوژی، شگفت‌زده‌ام کرد. شناخت تفاوت برندهای مختلف و روش کار آن‌ها و همچنین یادگیری روش‌های عیب‌یابی دستگاه‌های کپی، برای بنده بسیار جذابیت داشت. در سال ۱۳۷۴ پس از اینکه از آن شرکت بیرون آمدم، در میدان محسنی تهران، یک دفتر فنی تاسیس کردم. در دو سال اول، عمده فعالیت مادر حوزه فتوکپی و چاپ نقشه بود، اما از سال ۱۳۷۶ به خرید دستگاه روی آوردم. خوشبختانه به دلیل رشته تحصیلی و سابقه فعالیت، انتخاب‌های درستی داشتم. به عنوان مثال، بنده چهارمین نفری بودم که دستگاه



ممکن است در این باره بیشتر توضیح دهید؟

دو مشکل اساسی در این زمینه وجود دارد. نخست؛ همان اتفاقی که برای چاپ افسست رخ داد و چاپخانه‌داران به واردات دستگاه‌های مشابه روی آوردند، در حوزه چاپ روی پارچه نیز در حال تکرار شدن است. متأسفانه این رویه در فرهنگ تجارت ایرانی وجود دارد و حتی می‌توان آن را در منوی مشابه و تکراری رستوران‌ها و چلو کبابی‌ها دید. متأسفانه کسی به فکر نوآوری نیست و همه سعی دارند تا همان کاری را انجام دهند که دیگران انجام می‌دهند. طبیعی است، این مسیر باعث اشباع بازار با خدمات مشابه می‌شود و نتیجه آن در بلندمدت، متوقف شدن واحدهای صنفی است.

مشکل دوم، غیبت شرکت‌های معتبر و حرفه‌ای غربی در ایران است. پیش از تشدید تحریم‌ها، شرکت‌هایی همچون سوپرواید این شانس را داشتند که با کیفیت‌ترین دستگاه‌ها را وارد و بازار داخلی را با تکنولوژی روز ماشین‌های چاپ دیجیتال در جهان همگام کنند، ولی این امکان در حال حاضر وجود ندارد و وجود برندهای چینی بی‌کیفیت در بازار کاملاً نمایان است. چیزی که امروز در بازار ماشین‌های چاپ دیجیتال مشاهده می‌کنیم، ماشین‌های بی‌کیفیت با خدمات محدود و همچنین استفاده از قطعات و مواد مصرفی بی‌کیفیت است. در این شرایط، چه آینده‌ای را می‌توان برای این بازار پیش‌بینی کرد؟

مشتریان شما، معمولاً چه کسانی هستند و فعالیت آن‌ها در چه زمینه‌هایی است؟

مشتریان ما کسانی هستند که در زمینه پوشاک، پرده، ملحفه و... خدمات چاپی ارائه می‌کنند. ماشین‌هایی را از عرض یک متر و ۶۰ سانتی‌متر تا عرض سه متر و ۲۰ سانتی‌متر در اختیار داریم که امکان چاپ روی انواع پارچه را دارند. هر چند آرزوی ما همکاری با شرکت‌های نساجی است، اما متأسفانه صنعت نساجی در کشور مان، صنعتی قدیمی و بی‌انگیزه نشان داده که هیچ تمایلی برای نوآوری ندارد. استفاده از ماشین‌های چاپ دیجیتال و راه‌اندازی واحدهای چاپی، کمک شایانی به تنوع محصولات نساجی خواهد کرد، با این حال صاحبان صنایع نساجی همچنان تمایلی به بهره‌مندی از دستاوردهای تکنولوژی چاپ و رقابت با محصولات خارجی نشان نمی‌دهند. به عنوان مثال، امکان ندارد که یک نساجی در ترکیه، فاقد چاپخانه دیجیتال باشد. به نظر بنده، تحریم می‌توانست شانس بزرگی برای صنایع نساجی ما باشد تا در شرایطی که واردات پارچه‌های چاپی به کشور متوقف شده، کارخانه‌های خود را به چاپخانه‌های دیجیتال مجهز کنند و در این فرصت، بازار مصرف داخلی را در دست بگیرند.

شما از بازار ماشین‌های چاپ دیجیتال چه چشم‌اندازی دارید؟

به اعتقاد بنده، تازمانی که برجام منعقد نشود، نمی‌توان آینده صنعت کشور را روشن دید. در شرایط موجود، فکر نمی‌کنم اتفاق ایده‌آلی را در بازار چاپ دیجیتال شاهد باشیم. البته ما همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهیم و سعی می‌کنیم که در شرایط موجود نیز بیشترین خدمات را به مشتریان خود ارائه دهیم. با افتخار می‌گویم که شرکت سوپرواید به لحاظ تعداد پرسنل، شرکت کوچکی است و قصدی هم برای افزایش نیرو نداریم، با این حال پیوسته کارآمد هستیم و به گمانم در برخی از بخش‌ها، خصوصاً در بخش خدمات فنی و مشاوره فروش، بالاترین جایگاه را در کشور داریم. ■

جدید هجوم آوردند و خیلی زود در هر محله، شهر و حتی روستا شاهد تأسیس چاپخانه‌های دیجیتال مجهز به دستگاه‌های چاپ عریض بودیم. یکی از دلایل نگرانی بنده این بود که می‌دانستم اشباع شدن بازار، در بلندمدت به نفع هیچ‌کس نیست. به همین دلیل در آن سال‌ها برای فروش دستگاه به متقاضیان، محدودیت‌هایی را اعمال می‌کردم. به عنوان مثال، هر سال فقط یک دستگاه به هر شهرستان می‌فروختم، اما به رغم نگرانی‌ها و ملاحظات که داشتم، بازار چاپ دیجیتال در حوزه تبلیغات در سال‌های بعدی اشباع شد که این اتفاق، حاصل واردات بی‌رویه دستگاه‌های چینی به کشور بود. متأسفانه در سال‌های اخیر، یکی از آشفته‌ترین حوزه‌های فعالیت چاپ دیجیتال در کشور، چاپ تبلیغاتی و بنر بوده، بر همین اساس از فروردین ماه ۱۳۹۷ به طور کامل از حوزه چاپ بنر خارج شدم.

درباره فعالیت‌های تجاری سوپرواید در خارج از کشور توضیح دهید.

همیشه علاوه بر بازار ایران، به بازار کشورهای همسایه هم فکر می‌کردم. با این رویکرد در سال ۲۰۰۷ میلادی، سوپرواید دبی را تأسیس کردیم که عملکرد بسیار خوبی در کشورهای حوزه خلیج فارس داشت. علاوه بر فروش بالایی که در کشورهای قطر، عمان، امارات، عربستان و... داشتیم، در آفریقا نیز مشتریان خودمان را پیدا کردیم و به نتایج مطلوبی دست یافتیم. فعالیت‌ها ادامه داشت تا اینکه در سال ۲۰۱۲ میلادی به دلیل تحریم شدن ایران، امکان ماندن و ادامه فعالیت در دبی وجود نداشت و در واقع محترمانه از امارات اخراج شدیم. در سال ۲۰۱۱ یک دفتر کار هم در ترکیه تأسیس کرده بودم، اما کسب و کار مادر این کشور، چندان موفقیت‌آمیز نبود، چرا که بیش از ترکیه بسیار محلی است و فقط یک ترک می‌تواند در بازار ترکیه موفق باشد. البته تجربیات خوبی هم در ترکیه کسب کردم.

آیا تجربه تلخی هم در دوران تجارت داشته‌اید؟

با سوپرواید همیشه به تجربه‌های شیرینی دست پیدا کرده‌ام، به جز دو خاطره تلخ که به شدت ما را با مشکل مواجه کرد. اولی؛ تغییر قیمت دلار در سال ۱۳۹۱ بود که طی آن، ظرف یک هفته قیمت دلار از ۱۳۷۵ تومان به ۳۸۰۰ تومان رسید. ضرر و زیان بسیاری بالایی را متحمل شدیم و برگرداندن شرایط به حالت اولیه، دو تا سه سال زمان برد. به مانند همین اتفاق در ترکیه هم برای ما رخ داد و قیمت دلار از ۲/۱ لیر به ۴/۷ لیر افزایش پیدا کرد و خسارت زیادی به ما تحمیل شد. عمق این فجایع را فقط یک بازرگان می‌تواند درک کند. تحریم‌ها نیز در دوره‌های مختلف تأثیرات مخربی بر کسب و کار ما گذاشته و باعث شده توانیم روی برندهای مطرح و تراز اول دنیا کار کنیم.

مهمترین زمینه فعالیت کنونی سوپرواید چیست؟

در حال حاضر، مشخصاً روی ماشین‌های چاپ پارچه کار می‌کنیم. هر چند که هنوز به مشتریانی که طی ۲۰ سال اخیر از ما دستگاه‌های چاپ بنر و تبلیغات خریده‌اند، خدماتی را ارائه می‌دهیم. همان‌طور که گفتم، از سال ۱۳۹۷ فعالیت در حوزه فروش ماشین‌های چاپ بنر را متوقف کردیم. خوشبختانه سابقه کار در ترکیه، ما را به دانش خوبی در این حوزه رساند و تاکنون مشتریان بزرگی داشته‌ایم، با این حال آینده روشنی را برای بازار ماشین‌های چاپ پارچه متصور نیستم، چون همان موضوع که برای چاپ بنر اتفاق افتاد، در این حوزه نیز در حال رخ دادن است.

ربات‌های خودران در خدمت چاپ روی زمین

ثمانه نادری

ابری که هدف آن پایان دادن به کار سخت فیزیکی استفاده از گرافیک تبلیغاتی در طبقات محل برگزاری است و به صاحبان مکان اجازه می‌دهد که از مزایای املاک و مستغلات خود بهره ببرند.

طرح کاملاً توسعه یافته و تولید شده در بریتانیا از رنگ استاندارد زمین استفاده می‌کند؛ همان رنگی که برای علامت گذاری خطوط سفید استفاده می‌شود که در ۶ کارتریج ۱۲ لیتری جوهر و جت از طریق ۶ هد چاپ بارگذاری می‌شود. رنگ‌های غیر دائمی و غیر سمی ساخت انگلستان هستند که توسط GroundWow فرموله شده و در یک خانه ترکیبی برای این شرکت مخلوط شده‌اند. رنگ‌های استاندارد؛ قرمز، آبی، سبز، سفید، سیاه و زرد هستند، اما همان طور که مدیر بازاریابی این محصول توضیح می‌دهد؛ زمانی که کاربر تصاویر خود را در سیستم آپلود کرد، نرم‌افزار رنگ‌ها را تجزیه و تحلیل و ترکیب رنگ سفارشی را برای مطابقت با برند پیشنهاد می‌کند.

نرم‌افزار مدیریت رنگ روی برد، به جای پوشش دادن کل تیغه، فقط رنگ را روی نوک تیغه‌های چمن اعمال می‌کند و ۹۵ درصد رنگ کمتری نسبت به روش سنتی در ۰/۲ لیتر در متر مربع پخش می‌کند. داشبورد اپراتور، گزینه‌های سطح مختلفی را نیز ارائه می‌دهد و دستگاه ارتفاع هد چاپ و فشار اسپری خود را متناسب با سطح تنظیم می‌کند. در صورت چاپ روی چمن، سیستم به طور خودکار با توجه به ارتفاع تیغه تنظیم می‌شود. این ماشین، فقط مقدار و رنگ صحیح رنگ مورد نیاز برای سطح و مارک خاص را اعمال می‌کند، شابلون وجود ندارد؛ بنابراین ضایعات صفر است. شما فقط تصاویر و الزامات خود را در داشبورد ابری آپلود می‌کنید و چاپگر بقیه کارها را انجام می‌دهد. مشتریان دستگاه را برای اشتراک ماهانه اجاره می‌کنند که بسته به نیازهای فردی متفاوت است.

GroundWow اکنون یک کارخانه هوشمند بریتانیایی، مرکز نوآوری و سالن سرپوشیده در منچستر را با ۳۰ کارمند اداره می‌کند. مدیر بازاریابی پروژه می‌گوید: «بازار آمریکا برای ما بزرگ است. ما قصد داریم در آنجا پایگاهی ایجاد کنیم و به طور بالقوه آنچه را که در اینجا داریم، تکرار کنیم.» او موفقیت مداوم شرکت را به «ترکیب فوق العاده‌ای از فرهنگ‌ها و مهارت‌ها زیر یک سقف نسبت می‌دهد که به ما این توانایی را می‌دهد تا انواع افراد با تخصص‌های مختلف و تمرکز متفاوت داشته باشیم.»

منبع: www.printweek.com

فناوری نوآورانه GroundWow در جهان برای اولین بار در چاپ زمینی موفقیت آمیز نشان داد. راه اندازی این استارت آپ در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۹ میلادی انجام شد و موفقیت آن به مقیاس پذیری بستگی دارد. این فناوری، یک محصول کاملاً جدید با در نظر گرفتن طوفان اقتصادی چند سال گذشته است و شروع به در و کردن پاداش کار سخت خود کرده است. مدیر بازاریابی این پروژه توضیح می‌دهد: «از لحاظ تاریخی، وقتی تبلیغاتی را در زمین‌های فوتبال یا هر زمینی می‌بینید، این کار با روش‌های بسیار فشرده و با استفاده از شابلون‌های پلاستیکی یک بار مصرف روی زمین انجام شده که اغلب به محل دفن زباله ختم می‌شود. آنچه که ممکن است اتفاق بیفتد این است که یک تیم حداکثر هشت نفره باید زمین را سمپاشی کنند که این واقعا کاری کمر شکن است. مشکل این است که جدای از زمان بردن و تخلیه منابع، با این روش، زمین اغلب بیش از حد سمپاشی می‌شود و اجازه نمی‌دهد چمن به درستی رشد کند.

آنچه تیم سازنده GroundWow توسعه داده، به مالکان استادیوم‌ها و سالن‌ها اجازه می‌دهد که نه تنها در زمان صرفه جویی کنند، بلکه در آمد بیشتری نیز به دست آورند. زمین، فضایی است که قبلاً حتی به عنوان یک فرصت تبلیغاتی در نظر گرفته نمی‌شد، اما اگر آن‌ها از یکی از ربات‌های ما استفاده کنند، می‌توانند آن را در حین انجام کار تنظیم کنند و این برای آن‌ها درآمدزایی دارد.»

ربات‌های خودران چاپ زمینی، ثمره نزدیک به یک دهه آماده سازی و کار تیمی از متخصصان فنی است. مدیر اجرایی این پروژه که خود یک مهندس خبره بود، شکافی را در بازار چاپ زمینی شناسایی کرد و می‌خواست این کار را به آسانی چاپ روی کاغذ انجام دهد. حدود سال ۲۰۱۳ میلادی، او ساخت تیمی از مهندسان فنی متخصص به سرپرستی یک مهندس رباتیک و هوا فضا و یک مهندس ارشد را شروع کرد. این تیم مستقر در چیدل و آلترینچم، منچستر، یک برنامه تحقیق و توسعه گسترده را از سال ۲۰۱۵ انجام داد و در سال ۲۰۱۷ طرح اولیه خود را با پالایش مداوم از طریق آزمایش نمونه اولیه در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ ارائه کرد. آن‌ها با هم، اولین چاپگر زمینی ربات مدولار تمام رنگی جهان را با سرویس اشتراک نرم‌افزاری توسعه داده‌اند: یک پلتفرم خودروی خودمختار با قابلیت ناوبری از راه دور، هوش مصنوعی (AI)، ظرفیت یادگیری ماشین (ML)، تجزیه و تحلیل داده‌ها و نرم‌افزار مدیریت چاپ

دنیای انرژی



گفت و گوی اختصاصی با مهندس احسان ثقفی

در این بخش می خوانیم:

- ایران در مسیر هاب قیر منطقه
- کسب موفقیتی بزرگ از سوی پتروشیمی شیراز
- تولید دانش محور تضمین کننده اشتغال پایدار است

رییس انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران

تولید دانش محور

تضمین کننده اشتغال پایدار است

محمد جعفری

با توجه به ظرفیت‌های عظیم کشورمان در حوزه انرژی، داخلی سازی تجهیزات مربوط به آن ضمن کمک به روند تولید، نقش مهمی در ایجاد اشتغال پایدار خواهد داشت، اما متأسفانه طی دهه‌های اخیر، سازندگان تجهیزات نفتی بعضاً با بی‌مهری روبه‌رو شده‌اند. البته در شرایط تحریمی و ممنوعیت ورود محصولات خارجی، اقبال بازار نسبت به این سازندگان بیشتر شده، هر چند که نباید فراموش کرد، برخی از کارفرماها همچنان ورود پرهزینه کالای خارجی را به محصولات داخلی ترجیح می‌دهند. برای بررسی بیشتر این موضوع به سراغ مهندس احسان تقفی، رییس انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی مکانیک و مدیریت استراتژیک رفته و با وی به گفت‌وگو پرداختیم. تقفی حدود ۲۲ سال در صنایع مختلف فعالیت داشته و ضمن عضویت در هیات مدیره چندین شرکت ماشین‌سازی، مهندسی و تولیدی، مدیریت شرکت مهندسی سدیدکاران صبا و ریاست هیات مدیره انجمن سازندگان جرثقیل‌های صنعتی کشور را نیز بر عهده داشته است. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

این انجمن از ابتدای تاسیس تاکنون تا چه اندازه به اهداف خود دست پیدا کرده است؟

بخشی از اهداف تعریف‌شده در اساسنامه انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران؛ اهداف کلی، عام، ثابت و بخشی هم متغیر است که در مجموع، مقداری از آن تاکنون محقق شده است. در یک برهه زمانی که صنعت و اقتصاد دچار تلاطمات زیادی شده بود، اهداف این انجمن نیز تا حدودی تغییر شکل داد و پس از آن نیز اهداف کوتاهمدتی تعریف شد که در اساسنامه به جزء پیش‌بینی نشده بود. به عبارتی دیگر باید گفت، بخشی از انرژی انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران صرف عدم ثبات بازار و شرایط اقتصادی ملتهب گردید، با این وجود شرکت‌ها را ترغیب به انسجام و تلاش بیشتر کرده و دست‌اندرکاران انجمن، پیگیر ایجاد بستری مناسب شدند تا ساخت داخل با ارتقاء کیفی و رعایت استانداردهای ملی و بین‌المللی به فعالیت خود ادامه دهد. همچنین تلاش برای تسهیل‌گری در روند قرارداد فی مابین سازندگان و حوزه کارفرمایی از دیگر اقدامات مهم این انجمن بود. به‌طور کل باید گفت، هم‌اکنون بخشی از اهداف کوتاهمدت و میان‌مدت انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران محقق شده و تلاش برای تحقق بخشی از اهداف به ویژه اهداف میان‌مدت و بلندمدت نیز ادامه دارد و در تصمیم‌سازی‌های نهادهای تصمیم‌گیر به صورت فعال حضور داشته است.

رابطه انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران با وزارتخانه‌ها چگونه است؟

مهمترین ارتباط این انجمن در حوزه کارفرمایی با وزارت نفت است که متولی فعالیت‌های زیرمجموعه آن به‌شمار می‌رود، اما مساله این است که با تغییر دولت‌ها، مدیران تغییر کرده و میزان ارتباط ما با این وزارتخانه کم یا زیادتر شده است، با این حال ارتباط انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران با سیستم مدیریتی، یعنی وزارت نفت و تاحدودی وزارت صمت، معاونت‌ها و... مناسب است. موضوع دیگر به‌تأثیر روابط سیاسی در ارتباط نهادهای دولتی با این بخش بازمی‌گردد. برای مثال، قبل از برجام ارتباط خوبی بین سازندگان تجهیزات نفت و حوزه‌های کارفرمایی دولتی برقرار بود، اما بعد از تصویب برجام این ارتباط به نفع خارجی‌ها کم‌رنگ شد تا اینکه با لغو برجام و آغاز تحریم‌ها، خود به خود فضا برای تولید داخل مهیا شده و بسیاری از حوزه کارفرمایی شاید به ناچار به سمت سازندگان داخل



در خصوص چگونگی شکل‌گیری و فعالیت‌های انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران توضیحاتی ارائه فرمایید.

۲۲ سال پیش گروهی از سازندگان تجهیزات نفت دور هم گرد آمدند و به همت ایشان، این انجمن تشکیل شد و شرکت مانیز همان اوایل به عضویت انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران درآمد. با مرور زمان تعداد اعضای این انجمن افزایش یافت و به ۹۰۰ عضو رسید. البته شرایط خاصی برای عضویت در این انجمن وجود داشت که از مهمترین آن می‌توان به داشتن فعالیت‌های تولیدی و ساخت تجهیزات در حوزه نفت، گاز و پتروشیمی و سابقه همکاری در این حوزه به‌منظور عرضه بهترین محصول اشاره کرد، بر همین اساس طی سال‌های اخیر تعداد زیادی از شرکت‌ها به عضویت آن درآمدند که محصولات متنوعی به بازار ارائه داده و وجه اشتراک آنان نیز ارائه خدمات مهندسی، ساخت، تامین و تجهیز در حوزه انرژی است. علاوه بر این، حدود ۲۵ درصد از این اعضا، دانش‌بنیان هستند که قطعاً دانش محوری، ضامن بقای فعالیت‌های آنان بوده است. شایان ذکر است، انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران از ۱۰ گروه کالایی به شکل کمیته تشکیل شده و به صورت تخصصی به بررسی محصولات مورد نیاز متقاضیان که با توجه به نیاز حوزه کارفرمایی قابل افزایش، ادغام و تغییر هستند، می‌پردازد.

متماایل شدند. به طور تقریبی باید گفت، در حال حاضر سازندگان حدود ۸۰ درصد از تجهیزات مورد نیاز در صنعت نفت را با کیفیت و قیمت مناسب تامین می کنند. به هر حال در اوج تحریم، سازندگان داخل بودند که اجازه ندادند تا تولید نفت، گاز و پتروشیمی متوقف شود.

با توجه به شعار حمایت از تولید ملی چه اقداماتی برای تولید کنندگان انجام شده است؟

اگر برای بررسی این موضوع نگاهی به گذشته داشته باشیم، مشاهده می کنیم که در زمان انقلاب اسلامی، کشورمان در حوزه نفت حدود ۹۸ درصد وابسته به تجهیزات خارجی بود و تنها طی ۲۰ سال گذشته، تمایل به این حوزه و داخلی سازی رونق پیدا کرده است، بر همین اساس تداوم این امر و رشد فرآیند آن، نیازمند فرهنگ سازی و تبدیل ایده به تصمیم، باور و عزم اجرایی و مهمتر از آن، رجوع به استراتژی کلان صنعتی مطابق با دستور مقام معظم رهبری مبنی بر حمایت از تولید داخل است، اما در واقعیت باید گفت، شعار حمایت از تولید در سال اول جز برگزاری چند سمینار و همایش، آثار قابل توجه اجرایی نداشت، چرا که مدیران، حاضر به پذیرش ریسک استفاده از محصولات داخلی نبوده اند.

آیا امکان داخلی سازی ۱۰۰ درصدی تجهیزات صنعت نفت وجود دارد؟

با توجه به ظرفیت های موجود، قطعاً این امکان وجود دارد، اما مساله این است که تولید برخی از قطعات صرفه اقتصادی ندارد و واردات آن منطقی تر از تولید آن است. همان طور که کشورهای پیشرفته و صاحب تکنولوژی نیز به تولید ۱۰۰ درصدی برخی از محصولات نمی پردازند.

شرکت های زیر مجموعه انجمن در زمینه تولید کالا تا چه اندازه موفق عمل کرده اند؟

همان طور که اشاره شد، شرکت های زیر مجموعه انجمن، کالاهای متنوعی را تولید می کنند و بعضاً ۱۰ درصد برخی نیز تا ۱۰۰ درصد پیشرفت داشته اند. به عنوان مثال، طی سه سال گذشته تعدادی از محصولات مانند کاتالیز، شیر آلات، تجهیزات ثابت و عمومی، تجهیزات ایمنی و... حدود ۳۰ درصد رشد داشته و حتی به دیگر کشورها نیز صادر شده است.

آیا این تجهیزات با نمونه های خارجی قابل رقابت است؟

بالغ بر ۸۰ درصد از محصولات که توسط اعضاء انجمن تولید می شود، از استانداردهای لازم برخوردار بوده و به شرکت های غیر نفتی مانند خودروسازان، نیروگاه های برق، حوزه کشاورزی و... نیز عرضه می شود. اکثر تجهیزاتی که برای بخش نفت نیز تولید می شود، از استانداردهای کافی بهره مند بوده و حتی تعدادی از آن ها تحت عنوان برندهای خارجی از طریق بازارهای اروپایی عرضه می شود.

با چه چالش ها و مشکلاتی مواجه هستید؟

یکی از مشکلات عمومی، تحریم است که در ورود مواد اولیه و قطعات های تک به کشور و جابه جایی ارز اختلال ایجاد کرده است. موضوع دیگر، به برخی از سیاست گذاری های اشتباه باز می گردد که در حیطه اختیار وزارت صمت یا وزارت اقتصاد و امور دارایی است. وزارت صمت باید تکلیف حمایت گری خود از بخش تولید و صنعت را به عنوان متولی به خوبی انجام دهد. علاوه بر این، نوسانات نرخ ارز، هزینه بالای جابه جایی ارز، مالیات، مشکلات مربوط به سیستم بانکی جهت تامین سرمایه و موضوع سازمان تامین اجتماعی از دیگر چالش های دائمی و مزمن صنعتگران است. موضوع دیگر که بنده در جلسه ای با رییس محترم قوه قضائیه مطرح کردم، رسیدگی به عملکرد مدیران دولتی و تخلفات آنان در خصوص اجرای قوانین است و ترک فعل خود مستوجب بازخواست است. به اعتقاد بنده، ضمن جلوگیری از تصویب آئین نامه های تبصره دار و سلیقه ای، باید مدیران را ملزم به اجرای قوانین و فضا را برای مدیران دلسوز و شجاع هموار کرد.

چه میزان از محصولات شرکت های عضو انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران دانش بنیان است؟

طی سه سال گذشته، تعداد شرکت های دانش بنیان عضو انجمن استصنا از حدود ۱۳۰ شرکت به بیش از ۲۳۰ شرکت رسیده است. از سوی دیگر، از آنجایی که یکی از مباحث مهم سیاسی، اقتصادی و اجتماعی هر کشوری بحث اشتغال پایدار است که از طریق اشتغال مولد و دانش محور به دست می آید، گرایش به سمت شرکت های دانش بنیان بیشتر شده است. امروزه تولیدات دانش محور تضمین کننده اشتغال پایدار است و خوشبختانه شرکت های عضو این انجمن نیز نزدیک به ۱۰۰ درصد دانش محور هستند.

از سال گذشته تا کنون چه برنامه های مهمی در دستور کار این انجمن قرار گرفته است؟

طی ۹ ماهه اول سال ۱۴۰۰ که کرونا کماکان موضوع مهم کشور بود و پیامدهای منفی برای اقتصاد کشور و جامعه مانند افسردگی، ناامیدی و انفعال در برداشت، انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران نتوانست برنامه های خود را کامل اجرایی کند، با این حال پس از آن تلاش کردیم تا اعضا در حوزه انجمن و خارج از آن، از حالت انفعال خارج شده و در حوزه های تامین، تجهیز و کارفرمایی اثر بخش تر باشند. محور دیگر برنامه های این انجمن، کاهش فاصله بین سازندگان و مصرف کنندگان تجهیزات با برگزاری همایش های کاربردی و سمینارها بود. دیگر اقدام و برنامه مهم انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران، تسهیل شرایط برای دانش بنیان شدن اعضا و حمایت از آنان است. از طرفی، تعامل سازنده با حاکمیت را نیز دنبال می کنیم.

چرا هنوز در کشور مان این تصور وجود دارد که وابسته به خارج هستیم؟

خوشبختانه برخلاف گذشته که در مقاطعی، اشخاص و مسئولان با خرید تجهیزات خارجی به یکدیگر فخر فروشی می کردند، هم اکنون خرید محصولات خارجی به یک ضدارزش تبدیل شده است. به عبارتی دیگر، فرهنگ عمومی به سمت تشویق و ترغیب به خرید کالای ایرانی است و نگاه مطلق به وابستگی و یا عکس آن منطقی نیست.

چه بستری برای سرمایه گذاری در این حوزه وجود دارد؟

با توجه به قوانین بالادستی خوبی که در حمایت از ساخت داخل وجود دارد و همچنین نیاز صنایع نفت به نوسازی و بازسازی، شرایط برای سرمایه گذاری کاملاً مناسب است، اما بیم آن می رود که با تصویب برجام و باز شدن درهای کشور به سوی محصولات خارجی، شرایط به ضرر سرمایه گذاران داخلی تغییر کند، هر چند که نباید منکر اثرات مثبت این موضوع در ورود سرمایه، تکنولوژی و رفع مشکل تامین مواد اولیه بود. علاوه بر این، ضرورت دارد که در قراردادهای نظیر روسیه و چین، منافع فعالان صنعتی داخل مدنظر قرار گیرد و بهتر است یا به عبارتی دیگر، ضروری است که تشکلهای از نظر صاحب نظران بهره مند گردند.

چه چشم اندازی را برای این حوزه متصور هستید؟

به اعتقاد بنده، رشد این حوزه در گروی حمایت های همه جانبه و منطقی است. برای مثال، در جلسه ای که صنعتگران با مقام معظم رهبری داشته و مهمترین خواسته خود را اثبات رویه در سیاست های اقتصادی و صنعتی عنوان کردند، تدوین استراتژی کلان صنعت مورد تاکید ایشان بود، اما متأسفانه به رغم سفارش مقام معظم رهبری، از بخش خصوصی به ویژه تشکلهای از جمله استصنا به عنوان بزرگترین تشکل حوزه نفت، برای تدوین این استراتژی دعوتی به عمل نیامد. با این حال فضا را برای صنعتگران واقعی و دانش محور مناسب ارزیابی می کنم. ■

در حال حاضر
سازندگان حدود
۸۰ درصد از
تجهیزات مورد نیاز
در صنعت نفت را
با کیفیت و قیمت
مناسب تامین
می کنند

ایران در مسیر هاب قیر منطقه

دکتر مسعود اسفندیار
مدیرعامل شرکت نفت پاسارگاد

قیر در رتبه بعدی قرار دارد. بنا بر اطلاعات بورس کالا، شرکت نفت جی، ۲۳ درصد سهم بازار صادراتی (۸۲۰ هزار تن) را در اختیار داشته و بزرگ‌ترین صادرکننده قیر ایران در سال ۱۴۰۰ بوده و شرکت پاسارگاد به‌رغم کاهش ۸۰ هزار تنی فروش صادراتی نسبت به سال ۱۳۹۹، بالغ بر ۲۱ درصد سهم بازار صادراتی (حدود ۷۵۰ هزار تن) را به خود اختصاص داده و سهم سایر شرکت‌های خصوصی نیز از کل بازار صادراتی حدود ۵۶ درصد بوده است.

یکی دیگر از نکات قابل توجه در زمینه صادرات قیر، افزایش حجم صادرات قیر فله ایران نسبت به بشکه در سال ۱۴۰۰ از بندرعباس است، به‌طوری که بر اساس اطلاعات موجود، بالغ بر یک میلیون و ۶۰۰ هزار تن قیر فله از بندرعباس به مقاصد صادراتی ارسال شده است. متأسفانه به دلیل عدم برخورداری کشورمان از ناوگان لجستیک حمل قیر فله، بخش عمده‌ای از سود حاصل از فروش آن در اختیار صادرکنندگان ایرانی قرار نگرفته و تعداد محدودی از واسطه‌های خارجی از آن بهره‌مند می‌شوند.

غیر رقابتی شدن قیر ایران در بازارهای جهانی

قیمت قیر از اکتبر سال ۲۰۲۱ تا جولای سال ۲۰۲۲ میلادی مرتباً رشد صعودی داشته و از کانال ۴۵۰ تا ۵۰۰ دلاری در اکتبر ۲۰۲۱، وارد کانال ۶۰۰ تا ۶۵۰ دلاری در ماه‌های ژوئن و جولای ۲۰۲۲ میلادی شده است. مقایسه قیمت قیر ایران که معمولاً به صورت FOB از بندرعباس به سایر کشورها صادر می‌شود، به دو صورت فله‌ای و بشکه‌ای نشان می‌دهد که فاصله قیمتی حدود ۶۰ دلاری بین این دو نوع تحویل وجود دارد. از اکتبر سال ۲۰۲۱ قیمت هر دو نوع قیر تقریباً تا پایان سال ۲۰۲۱ رو به کاهش رفت، ولی با شروع سال ۲۰۲۲ این روند تا ماه آوریل افزایشی بود و در ماه‌های می و ژوئن به تدریج کاهش یافت. همچنین بالاترین قیمت قیر بشکه‌ای ایران در ماه آوریل سال ۲۰۲۲ میلادی بین ۴۵۰ تا ۴۸۰ دلار بوده است. بازار صادراتی قیر ایران در ماه مارس و آوریل بازار کم تقاضا را تجربه کرد و بیشتر صادرکنندگان و تولیدکنندگان ایرانی، تحت تأثیر نبود تقاضا در بازار جهانی، عدم رقابت‌پذیری قیمت‌های ایران با فشار کاهش فروش و کاهش حاشیه سود مواجه بودند. به‌رغم اختلاف بیش از ۲۰۰ دلاری قیمت قیر ایران با شرق آسیا، دلیل عدم استقبال خریداران شرق آسیا از قیر ایران به شرح زیر است:

اعمال فشار تحریمی: به‌طوری که خریداران، ریسک حمل فله و کشتی‌های بزرگ را نمی‌پذیرند و یافتن کشتی مناسب اقیانوس پیما با شرایط تحریم امکان‌پذیر نبوده است.



سهم ۸ درصدی ایران از بازار جهانی قیر

تولید و مصرف قیر جهان در سال ۲۰۲۱ میلادی بالغ بر ۱۲۵ میلیون تن بود و ایران با ظرفیت تولید بیش از ۶ میلیون تن قیر، سهم ۸ درصدی از بازار جهانی قیر را در اختیار داشته است. ایران از نظر تولید و صادرات قیر به ترتیب، رتبه ۷ و ۴ جهانی را در دست دارد. اهمیت این موضوع زمانی است که بدانیم، یکی از منابع اصلی درآمدهای ارزی در شرایط تحریم نفت، مربوط به قیر است. صادرات این محصول در سال ۱۴۰۰ ارزشی ۱/۵ میلیارد دلاری داشته و سهم ۲/۹ درصدی از کل صادرات غیر نفتی کشور را در این سال به خود اختصاص داد و از نظر ارزش صادراتی نیز در مقایسه با سال ۱۳۹۹ رشد ۷۳ درصدی داشته است. از طرفی، مجموع ظرفیت تولید و کیوم باتوم کشور ۱۲ میلیون تن در سال است که حدود ۶ میلیون تن به تولید نفت کوره و بیش از ۶ میلیون دیگر هم به تولید قیر اختصاص دارد که از این میان ۴ میلیون تن برای تولید قیر صادراتی و ۲ میلیون تن هم جهت مصرف داخلی است. از ۱۰۰ درصد قیر تولیدی در کشور، ۷۰ درصد به صادرات اختصاص دارد و ۳۰ درصد هم به تأمین تقاضای داخلی می‌رسد. در زمینه مصرف داخلی هم حدود ۹۰ درصد از قیر تولیدی، در حوزه راه‌سازی مورد استفاده قرار می‌گیرد و مصارف عایق کاری، تنها ۱۰ درصد از مصرف قیر را به خود اختصاص می‌دهد. بر اساس آمار ثبت‌شده در سایت بورس کالای ایران، شرکت پالایش نفت جی، بیشترین سهم از بازار را در اختیار داشته و به لحاظ میزان تولید و فروش با ۱/۳ میلیون تن در سال ۱۴۰۰ بزرگ‌ترین تولیدکننده قیر ایران بوده و پس از آن، شرکت پاسارگاد با تولید یک میلیون تن

رشد کرایه حمل دریایی فله و بشکه: در برخی از موارد بار رشد قیمت کرایه حمل دریایی بیش از ۵۰ دلار نسبت به ماه‌های قبلی مواجه هستیم. **گلوگاه حمل کانتینری:** طولانی بودن زمان حمل کانتینری، به‌طوری که در شرایط نوسانات شدید قیمتی، خریدار تمایل به حمل و تحویل فوری بار دارد، اما در شرایط کنونی، حمل بار بشکه تا مقاصد شرق آسیا حداقل ۳۰ تا ۴۰ روز به طول می‌انجامد.

تولیدکنندگان قیر ایران در سال گذشته با کاهش حجم عرضه و افزایش شدید قیمت و کیوم باتوم به عنوان خوراک مواجه بودند. تولیدکنندگان و صادرکنندگان قیر ایران در ماه‌های گذشته به ویژه بعد از تنش‌های روسیه و اوکراین و افزایش شدید و نوسانات قیمتی بازار نفت با کاهش حجم صادرات و افت شدید تقاضا در بازارهای صادراتی مواجه هستند و متحمل زیان در فروش‌های صادراتی اخیر شده‌اند. قیمت‌گذاری قیر ایران به‌طور مستقیم با قیمت و کیوم باتوم به عنوان خوراک رابطه دارد، در حالی که قیمت‌گذاری و کیوم باتوم از فرمول ثابتی وابسته به نرخ نفت کوره در بازارهای جهانی پیروی می‌کند و بر مبنای حراج باز در بورس کالا با رقابت بین تولیدکنندگان به فروش می‌رسد، اما قیمت‌گذاری قیر در بازارهای شرق آسیا در ماه‌های گذشته با تغییراتی مواجه بود.

تغییر رویکرد کره جنوبی بر خلق مزیت‌های رقابتی صادراتی در صنعت پالایشی خود و بازپس‌گیری سهم بازار با حاشیه سود بالای پالایشگاه‌های کره بعد از Upgrade رقم می‌خورد، به‌طوری که کره جنوبی که در مارس ۲۰۲۱ میلادی قیر صادراتی خود را ۳۰ تا ۴۰ دلار بالاتر از نرخ نفت کوره صادراتی به فروش می‌رساند، در ماه‌های اخیر قیر صادراتی خود را ۱۴۰ تا ۱۵۰ دلار کمتر از نرخ نفت کوره به فروش رسانده است. بدیهی است، در این شرایط اختلاف نرخ قیر صادراتی ایران با سایر تامین‌کنندگان در آسیا بسیار کم و غیرقابل رقابت می‌باشد. قیر فله ایران در فروردین ماه ۱۴۰۰ با نرخ‌های ۲۸۰ تا ۲۹۵ دلار فوب بندرعباس به فروش می‌رسید، ولی دقیقاً در زمان مشابه، کره جنوبی و سنگاپور قیر خود را ۴۰۰ دلار تا ۴۳۵ دلار فوب صادراتی عرضه می‌کردند. اختلاف حداقل ۱۲۰ دلاری بین نرخ فوب ایران و سنگاپور فرصت صادرات قیر ایران به بازارهای خاور دور و شرق آسیا را فراهم می‌کرد که معادل کرایه حمل دریایی حدود ۱۲۰ دلار میان ایران و چین بود. از طرفی، در فروردین ماه ۱۴۰۱ قیر فله ایران ۳۳۵ تا ۴۵۷ دلار فوب قیمت‌گذاری شد که کره جنوبی قیر خود را ۴۵۰ تا ۴۷۰ دلار فوب و سنگاپور نیز قیر خود را ۵۵۰ تا ۵۷۰ دلار CFR بازارهای شرق آسیا پیشنهاد می‌دهد که از قیمت‌های صادراتی ایران به این مقاصد کمتر است. این موضوع در حالی است که سنگاپور و کره جنوبی از مزیت کرایه حمل کمتر و معافیت عوارض وارداتی به کشورهای حوزه آسیا-پاسفیک برخوردارند و در ماه‌های گذشته، برای بازپس‌گیری سهم بازار از دست رفته خود در سال‌های گذشته موفق بودند. با این حال، قیر ایران مزیت رقابتی خود را در بازار چین و شرق آسیا از دست داده و قیمت‌های صادراتی قیر ایران قابل رقابت و مورد استقبال خریداران نبوده است.

در نتیجه بحران روسیه و اوکراین، با نوسانات و افزایش شدید قیمت نفت در بازار جهانی، روردهای قیمت‌های نفت و قیر از سال ۲۰۰۸ میلادی شکسته شد که این موضوع باعث کاهش شدید مصرف قیر و توقف پروژه‌های جاده‌ای در کشورهای مختلف شده است، به‌طوری که بودجه‌های تخصیص‌یافته توسط دولت‌ها برای پروژه‌ها جوابگوی قیمت‌های جهش‌یافته قیر در ماه‌های اخیر نیست و بسیاری از پروژه‌ها

در آسیا، آفریقا و حتی اروپا خرید قیر و اجرا را تا کاهش قیمت‌ها متوقف کرده‌اند. این موضوع رکود سنگین در بازارهای صادراتی قیر و تقاضا کمتر در بازارهای هدف ایران را در سال ۱۴۰۱ را نوید می‌دهد. از سوی دیگر، کاهش مصرف داخلی قیر در کشورهای جنوبی اروپا و ترکیه به علت رشد قیمت قیر، منجر به افزایش حجم عرضه صادراتی آن‌ها گردید و با عرضه بیشتر قیر توسط سایر تامین‌کنندگان در جهان که اتفاقاً به دنبال فرصت مناسب برای نفوذ و یافتن بازارهای صادراتی جدید هستند، صادرکنندگان قیر ایران، در تنگنا قرار دارند؛ لذا ادامه این موضوع و قیمت‌گذاری نامناسب قیر ایران می‌تواند فرصت آربیتراژ قیر از ترکیه، جمهوری آذربایجان و تولیدکنندگان شرق و جنوب اروپا که احتمالاً از نفت خام ارزان و سنگین روسیه نیز بهره‌می‌برند را به بازارهای هدف ایران فراهم کند. علاوه بر این، دسترسی به نفت سنگین روسیه با قیمت‌های مناسب برای چین و هند به عنوان بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان قیر در آسیا در شرایط اخیر، فرصت تولید قیر بیشتر و با قیمت پایین‌تر را برای این کشورها فراهم خواهد کرد و فشار مضاعفی بر قیمت‌های وارداتی از ایران اعمال خواهد کرد.

بدیهی است، در شرایط رکود تورمی، صادرکنندگانی در بازار جهانی موفق به حفظ بازارهای صادراتی و فروش خود خواهند بود که توان عرضه محصول با کمترین قیمت به صورت مدت‌دار و غیرنقد را داشته باشند؛ لیکن در شرایطی که تولیدکنندگان قیر ایران با مشکلات نقدینگی به علت تأخیر در دریافت بازپرداخت مالیات ارزش افزوده و افزایش شدید قیمت خوراک، نوسانات بازار ارز، افزایش شدید کرایه حمل‌های دریایی، تحریم‌های بانکی و افزایش هزینه‌های تولید و حمل‌ونقل و بازگیری مواجه هستند، اخذ عوارض صادراتی می‌توانست ضربه مهلکی بر تولیدکنندگان این صنعت وارد کند و اندک صادرات به بازارهای موجود را نیز از بین ببرد که خوشبختانه دولت در این زمینه عقب‌نشینی کرد.

ایران و هاب منطقه‌ای قیر

متأسفانه صنعت و بازار قیر ایران از چالش‌های متعددی از جمله قیمت‌گذاری و کیوم باتوم، قیر تهاتری، تأثیر تحریم‌ها (کشیتیرانی، بیمه، نقل و انتقال ارز) و... رنج می‌برد که بر کارآمدی آن تأثیر گذاشته است. در چشم‌انداز بازار قیر ایران در سال ۱۴۰۱ با توجه به شرایط بین‌المللی و داخلی مواردی مانند تخصیص بخش‌باقی‌مانده قیر از قانون قیر تهاتری سال ۱۴۰۰ و اجرای این بخش از قانون در بودجه سال ۱۴۰۱، الزام صادرکنندگان قیر به فروش ارز در سامانه نیما و عدم امکان استفاده از سایر روش‌های رفع تعهد ارزی، افزایش میزان تقاضای بازارهای صادراتی متأثر از رفع اغلب محدودیت‌های کرونایی در بازارهای هدف، ادامه روند تغییر مدل صادرات قیر ایران از بشکه به فله و قیمت نفت خام و به تبع آن، بهای نفت کوره متأثر از تحولات بین‌المللی تأثیرگذار خواهد بود. در پایان باید گفت، ایران با توجه به مزیت‌های نسبی و پتانسیل‌های قوی در زمینه قیر می‌تواند به عنوان یک benchmark و هاب برای قیمت‌گذاری قیر و تعادل عرضه و تقاضای آن نقش ایفا کند، به شرطی که حمایت دولت و انسجام قیرسازان را داشته باشد، نه اینکه این مجال در اختیار کشورهای دیگری همچون بحرین یا عراق قرار گیرد. از سوی دیگر، فروش قیر در مقصد (CFR) می‌تواند به عنوان یک استراتژی کارآمد دنبال شود، چون حاشیه سود خوب ۵۰ تا ۱۰۰ دلاری ایجاد می‌کند. ■

تولید و مصرف
قیر جهان در سال
۲۰۲۱ میلادی بالغ
بر ۱۲۵ میلیون
تن بود و ایران با
ظرفیت تولید بیش
از ۶ میلیون تن قیر
سهم ۸ درصدی
از بازار جهانی قیر
را در اختیار داشته
است

کسب موفقیتی بزرگ از سوی پتروشیمی شیراز

امیرهادی تاجبخش

تلاش و تولید محصول با کیفیت، جهت رفع نیازهای کشور و تامین مواد اولیه استراتژیک جهت صنایع پایین دستی و کشاورزی با تکیه بر منابع انسانی ارزشمند خود، همواره با تلاش بی وقفه و دلسوزانه اهداف ارزشمند خود را با مدیریت موفق دنبال کرده و طی سال های متمادی، بالاتر از ظرفیت اسمی، محصولات خود را ارائه داده است. همچنین این شرکت با ایجاد فرهنگ سازمانی در پروسه پیاده سازی اثربخشی استراتژی ها و مقررات، افزایش سطح هوش رقابتی، ارزیابی و شناسایی بازارهای بالقوه با نقش مدیریت سازمان در طراحی خط مشی مناسب برای کنترل و تحلیل صنعت، امکان سنجی تعاملات و پی ریزی استراتژی کسب و کار در ایجاد روابط بین سهامداران با رویکردهای توسعه نوآورانه فرهنگ کار آفرینی، توانست همچون سال های گذشته در صدر شرکت های موفق در کشور قرار گیرد.

سومین اجلاس سراسری مدیر موفق ملی در انقلاب صنعتی چهارم، مردادماه سال جاری با حمایت وزارخانه های نفت، صنعت، معدن و تجارت و تعاون، کار و رفاه اجتماعی و همچنین با حضور مقامات عالی رتبه کشوری و لشگری، چهره های سرشناس علمی و دانشگاهی، کارآفرینان، نخبگان صنعت و اقتصاد کشور و اصحاب رسانه در سالن همایش های بین المللی صداوسیما برگزار شد.

با توجه به فرمایشات مقام معظم رهبری در خصوص شعار سال مبنی بر «تولید، دانش بنیان و اشتغال آفرین» و نظر به اینکه ظهور انقلاب صنعتی چهارم و ابعاد گسترده آن، مستلزم تغییرات در حوزه سیاست گذاری و قانون گذاری، فضای کسب و کار، فضای علمی و پژوهشی و آماده سازی فضای اجتماعی با این تحول عظیم می باشد و کشور ما نیز ناگزیر از آمادگی و بستر سازی برای همگامی با این رویداد مهم است، در این راستا شرکت پتروشیمی شیراز با فرهنگ



بر مبنای صورت های مالی دوره سه ماهه اول ۱۴۰۱، مبلغ سود هر سهم از تولیدات پتروشیمی شیراز در دوره مذکور ۴ هزار و ۶۳۷ ریال می باشد که نسبت به دوره مشابه سال قبل افزایش خیره کننده ۲۶۴ درصدی داشته است



بر اساس این گزارش، مهندس بهمنی، مدیرعامل شرکت پتروشیمی شیراز، موفق به دریافت تندیس زرین مدیر موفق ملی در سومین اجلاس سراسری تجلیل از مدیران موفق ملی در انقلاب صنعتی چهارم گردید و برگ زرینی دیگری بر افتخارات شرکت اضافه شد.

مهندس بهمنی با بیان اینکه دریافت این نشان مسئولیت وی را در این شرکت به عنوان قدیمی ترین شرکت پتروشیمی کشور سنگین تر خواهد کرد، اظهار داشت: این تندیس که حاصل تلاش، همدلی و همراهی همه همکارانم در این شرکت است را به تمام مدیران، متخصصان و کارکنان شرکت پتروشیمی شیراز تقدیم می کنم.

گفتنی است، هدف از برگزاری این اجلاس، آگاهی و دستیابی به جدیدترین دستاوردها و یافته های علمی در انقلاب صنعتی چهارم، تعامل و رشد علمی بین بخش دولتی و ارزیابی شرکت ها در ۱۷ گروه از بنگاه های اقتصادی و به منظور انتقال دانش بود.

تولید مستمر و توسعه بازار محصولات پتروشیمی شیراز در سال تولید دانش بنیان

مدیرعامل شرکت پتروشیمی شیراز با تشریح عملکرد سه ماهه اول سال جاری این شرکت و حفظ تولید گفت: به رغم افزایش هزینه های تولید و موانع پیش رو، سودآوری محصولات این شرکت به رقم ۳ هزار و ۱۵۴ میلیارد تومان رسیده که این رقم بیانگر رشد ۲۲۴ درصدی نسبت به دوره مشابه سال قبل بوده است.

مهندس بهمنی با گرامی داشت سال تولید دانش بنیان و اشتغال آفرین افزود: سود ناخالص تولید محصولات پتروشیمی در سه ماهه اول سال گذشته مبلغ ۹۷۳ میلیارد تومان بوده است. از سوی دیگر، بر مبنای صورت های مالی دوره سه ماهه اول ۱۴۰۱، مبلغ سود هر سهم از تولیدات پتروشیمی شیراز در دوره مذکور ۴ هزار و ۶۳۷ ریال می باشد که نسبت به دوره مشابه سال قبل افزایش خیره کننده ۲۶۴ درصدی داشته است.

وی اظهار کرد: هدف مدیران این مجموعه بزرگ پتروشیمیایی کشور، راهبرد حفظ تولید مستمر و فروش حداکثری محصولات، ضمن تثبیت جایگاه خود در بازارهای قبلی و توسعه بازارهای جدید در راستای صرفه و صلاح سهامداران است.

شرکت پتروشیمی شیراز با تکیه بر منابع انسانی ارزشمند خود، همواره با تلاش بی وقفه و دلسوزانه هدف تولید محصولات باکیفیت را دنبال کرده و طی سال های متمادی بالاتر از ظرفیت اسمی محصولات خود را ارائه داده است.

شایان ذکر است، عمده ترین محصولات پتروشیمی شیراز؛ اوره، آمونیاک، اسید نیتریک، نیترات آمونیوم و متانول است و به عنوان قدیمی ترین پتروشیمی کشور سال ۱۳۳۸ در نزدیکی شهر مرودشت تاسیس شد. ■

این تندیس که
حاصل تلاش،
همدلی و همراهی
همه همکارانم در
این شرکت است
را به تمام مدیران،
متخصصان و
کارکنان شرکت
پتروشیمی شیراز
تقدیم می کنم



مدیرعامل شرکت مبین انرژی خلیج فارس خبر داد

تحقق ۹۹ درصدی تولید و فروش محصولات

رضا فغانی



فرزانه با تاکید بر کاهش هزینه‌های تولید و افزایش بهره‌وری و راندمان تولید در راستای افزایش سود خالص شرکت گفت: به عنوان بخشی از برنامه افزایش تولید، این شرکت برنامه‌ای را برای بالا بردن راندمان تولید محصولات در هر واحد ارائه و در حال اجرا دارد که پیش‌بینی می‌شود، جهت مشتریان آتی، شرکت با کمبود تولید مواجهه نکند. وی سال گذشته راسالی پربار از نظر مقدار تولید، پایداری تولید و برآورده کردن تعهدهای مبین انرژی خلیج فارس به شرکت‌های پایین دستی دانست و افزود: بیشتر برنامه تولید محصولات و فروش شرکت در سال ۱۴۰۰ حدود ۹۹ درصد محقق شده است.

مدیرعامل شرکت مبین انرژی خلیج فارس ادامه داد: افزون بر این، بعضی از محصولات این شرکت مانند آب شیرین، بخار، نیتروژن و هوای ابزار دقیق به ترتیب ۵، ۱۶، ۳ و ۱۱ درصد بیشتر از برنامه سال در این شرکت تولید شده‌اند؛ ضمن اینکه رکورد مقدار تولید بخار، آب شیرین و آب تغذیه بخار از زمان تأسیس این شرکت تاکنون پارسل ثبت شده است.

به گفته مهدی فرزانه، تنها اکسیژن، کمتر از برنامه تولید شد که مشکل عمده آن به خود مشکلات واحدهای مصرف‌کننده عمده اکسیژن به دلیل شرایط فنی داشتند، بازمی‌گشت و مشکلی از سوی شرکت مبین انرژی خلیج فارس برای تولید وجود نداشته است.

مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت مبین انرژی خلیج فارس با حضور ۶/۸۲ درصد از سهامداران و هیأت مدیره شرکت در محل مرکز همایش‌های بین‌المللی پژوهشگاه صنعت نفت، سالن آزادگان برگزار گردید.

مهدی فرزانه، مدیرعامل شرکت مبین انرژی خلیج فارس با اعلام ۱۳ هزار و ۶۵۰ میلیارد تومان سود واقعی این شرکت در سال گذشته، از تحقق ۹۹ درصدی برنامه تولید محصولات و فروش مبین انرژی خبر داد. وی با ارائه گزارشی از عملکرد این شرکت در سال مالی ۱۴۰۰ که در چند بخش ارائه شد، اظهار داشت: به‌رغم بروز تنگنای تولیدی و اقتصادی و نوسانات قیمت جهانی تجهیزات و ماشین‌آلات تولیدی و افزایش هزینه‌های تامین و تولید ناشی از نوسانات نرخ ارز و تورم ناشی از تحریم‌ها، با رعایت اصول حرفه‌ای و پایبندی به تعهدات خویش، توانستیم بالاترین سود از زمان بهره‌برداری و همچنین بیشترین میزان تولید در برخی محصولات را در سال مالی ۱۴۰۰، محقق نماییم.

مدیرعامل شرکت مبین انرژی خلیج فارس با اشاره به اینکه توسعه پایدار و سودآوری را در چشم‌انداز این شرکت مدنظر داریم، اظهار کرد: ارزش شرکت مبین انرژی خلیج فارس در بازار سرمایه اکنون ۶۷۰ هزار میلیارد ریال است.

وی موفقیت نسبی در اصلاح فرمول قیمت گذاری و دریافت نرخ نامه جدید، موفقیت در اخذ معافیت مالیاتی از سال ۱۳۹۷ تا سال ۱۴۰۷ (معافیت از ۲۲/۵ درصد سود)، تامین مالی کامل طرح آپادانا، پشتیبانی از ساخت داخل و حمایت از شرکت های دانش بنیان، دریافت گواهی عدم آلاینده ای از سازمان محیط زیست، اتمام موفقیت آمیز بخش مکانیکال احداث آب شیرین کن جدد به روش RO و تحقق سود خالص شرکت مبین انرژی خلیج فارس براساس قیمت های تازه را از دستاوردهای این شرکت در سال ۱۴۰۰ دانست.

مدیرعامل شرکت مبین انرژی خلیج فارس با بیان اینکه سود این شرکت براساس برنامه در سال ۱۴۰۰ محقق شده است، اظهار کرد: سود واقعی حسابرسی شده سال ۱۴۰۰ حدود ۱۳ هزار و ۶۵۰ میلیارد تومان است.

فرزانه با اشاره به خرید طرح پتروشیمی آپادانا از سوی شرکت مبین انرژی خلیج فارس در سال ۹۸ گفت: سرمایه مورد نیاز برای تکمیل این طرح ۱۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده که تا پایان ۱۴۰۰ حدود ۷ هزار میلیارد تومان از این مقدار هزینه شده و براساس برنامه در اواخر سال ۱۴۰۲ به بهره برداری می رسد.

وی با اشاره به اینکه تامین مالی شرکت تنها از محل فروش سرویس های جانبی صورت می پذیرد، افزود: در صورت تصویب مجمع، قسمتی از سود قابل تقسیم، باید جهت تامین نقدینگی مورد نیاز آپادانا و اجرای پروژه های فوق الذکر ذخیره شود، در غیر این صورت همانند سال ۱۴۰۰ جهت تامین مالی پروژه آپادانا و سایر پروژه ها نیاز به اخذ تسهیلات از بانک ها ضروری است.

مدیرعامل شرکت مبین انرژی خلیج فارس درباره برنامه های این

شرکت گفت: لزوم سرمایه گذاری برای توسعه نیروگاه و پایداری شبکه برق با برآورد هزینه تقریبی ۱۰۰ میلیون یورویی، ضرورت آغاز فاز دوم عملیات اجرایی تعویض لوله های GRP شرکت های آریاساسول و پارس و رفع این گلوگاه و برنامه ریزی برای تعمیرات اساسی واحد آبگیر در دستور کار این شرکت هستند.

مدیریت این شرکت براساس قراردادی جدید، ارائه سرویس های جانبی را با اخذ درصدی از سرمایه گذاری مورد نظر از شرکت پارسیان سپهر تامین مالی کرده که باعث افزایشی در فروش شرکت در سنوات آتی خواهد گردید.

فرزانه اظهار کرد: در سال ۱۴۰۰ با توجه به فشار همه جانبه در بخش اقتصاد علیه کشور با وجود شدیدتر شدن تحریم ها و شرایط سخت کرونا، خوشبختانه مسیر تولید شرکت مبین انرژی خلیج فارس و استمرار آن به نحو مطلوب و در راستای خدمت رسانی به مصرف کنندگان سرویس های جانبی و نهایتا کمک به تولید ملی و ارزآوری از محل صادرات محصولات پتروشیمی تولیدی مشتریان شرکت، منطبق با اهداف تولیدی و توسعه ای صنعت پتروشیمی، با موفقیت انجام شد.

هدف اصلی پتروشیمی مبین انرژی خلیج فارس، استمرار تولید در راستای کاهش توقف تولید و ارائه سرویس های جانبی پیوسته و با کیفیت و بازاریابی جهت استفاده از ظرفیت مازاد برخی از محصولات است. پیش بینی می شود، با توجه به افزایش سود عملیاتی شرکت های مصرف کننده و تاثیر آن در فرمول، نرخ ها افزایش قابل توجهی در سال ۱۴۰۰ داشته باشند.

در پایان این مجمع به ازای هر سهم ۶۵۰۰ ریال سود میان سهامداران «مبین» تقسیم شد. ■

لزوم سرمایه گذاری
برای توسعه نیروگاه و
پایداری شبکه برق با
برآورد هزینه تقریبی
۱۰۰ میلیون یورویی،
ضرورت آغاز فاز
دوم عملیات اجرایی
تعویض لوله های GRP
شرکت های آریاساسول
و پارس و رفع این
گلوگاه و برنامه ریزی
برای تعمیرات اساسی
واحد آبگیر در دستور کار
این شرکت هستند

مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران اعلام کرد

گازرسانی به بیش از ۱۴۸۰ روستا و ۶ شهر طی یک سال گذشته

سهیلا زمانی

چگنی، بهره‌برداری از خطوط جدید انتقال گاز طی یک سال اخیر را ۵۰۳ کیلومتر اعلام کرد و گفت: علاوه بر این مهم، ۱۴۳۹۶ کیلومتر شبکه گاز شهری و روستایی جدید نیز اجرا شد، ضمن آنکه با بهره‌برداری از ۲ ایستگاه تقویت فشار دیگر در همین بازه زمانی، تعداد کل این ایستگاه‌ها نیز به ۸۸ مورد رسید.

مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران با بیان اینکه طی این مدت، ۶ نیروگاه دیگر به جمع نیروگاه‌های دریافت‌کننده گاز پیوسته‌اند، ثبت رکورد روزانه ۳۱۶ میلیون مترمکعبی گاز تحویلی به نیروگاه‌ها در تابستان ۱۴۰۱ را از دیگر افتخارات این شرکت خواند و تصریح کرد: این در حالی است که سال گذشته، این رقم، ۲۷۰ میلیون مترمکعب در روز بوده است.

وی اظهار داشت: سال گذشته، ۱۱۳۰ مشترک صنعتی جدید نیز تحت پوشش گازرسانی قرار گرفتند و به این ترتیب، تعداد مصرف‌کنندگان عمده صنعتی گازرسانی شده تاکنون بالغ بر ۳۰ هزار و ۶۰۰ مورد شده است.

چگنی در تشریح اقدامات انجام‌شده طی این یک سال گفت: گازرسانی و توجه به مناطق کم‌برخوردار از اهداف راهبردی شرکت ملی گاز ایران و وزارت نفت است و خوشبختانه با نگاه ویژه رئیس‌جمهوری و دولت خدمتگزار و حمایت‌های بی‌دریغ آقای اوجی، وزیر جهادی نفت و نمایندگان مجلس شورای اسلامی این موضوع شتاب گرفته، تا آنجا که برای گازرسانی به استان سیستان و بلوچستان ۵ شرکت گاز استانی و برای گازرسانی به استان هرمزگان، ۳ شرکت گاز استانی بسیج شدند.

معاون وزیر نفت در امور گاز در پایان، به دستاوردهای این شرکت در حوزه پالایش، انتقال و توزیع گاز در داخل و تجارت و صادرات گاز در دوره یک‌ساله اشاره و تشریح کرد: رسیدن به توان بهره‌مندی از ظرفیت اسمی فرآورش گاز طبیعی در پالایشگاه‌ها و تأسیسات نهم‌دایی شرکت ملی گاز ایران به میزان ۱۰۳۰ میلیون مترمکعب، احداث و راه‌اندازی ۲ تأسیسات عظیم تقویت فشار گاز روی خط هشتم سراسری و افزایش پایداری شبکه انتقال گاز، انجام به‌هنگام بیش از ۱۴۰ مورد تعمیرات توربو کمپرسورهای فعال روی شبکه انتقال گاز کشور و افزایش پایداری و انعطاف عملیاتی شبکه رami توان بخشی از مهمترین اقدام‌های یک‌ساله شرکت برشمرد.



معاون وزیر نفت در امور گاز از گازرسانی به بیش از ۱۴۸۰ روستاد مسیرهای صعب‌العبور، طی یک سال نخست خدمتگزاری دولت سیزدهم به‌عنوان یک دستاورد بزرگ یاد کرد و گفت: این تلاش، نشان‌دهنده زاینده‌گی و رو به توسعه بودن صنعت گاز است که باید از این مهم به‌نحو احسن و به نفع مردم استفاده کرد.

مجید چگنی، معاون وزیر نفت و مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران در ایام گرامیداشت هفته دولت، با بیان این مطلب اظهار داشت: این در حالی است که طی این یک‌سال، با این تعداد روستا و ۶ شهر گازرسانی شده، درصد بهره‌مندی خانوار گاز طبیعی شهری به ۹۸/۵ درصد و روستایی به ۸۶/۸ درصد و در کل به ۹۵/۷ درصد رسیده است.

وی با بیان اینکه در همین بازه زمانی، تعداد ۳۳۵ هزار و ۷۲۶ انشعاب جدید گاز شهری و روستایی نصب شده، ادامه داد: بر همین اساس، به تعداد کل مشترکین گاز طی یک سال اخیر، ۹۲۶ هزار و ۸۶۱ مشترک اضافه شده است.

۵۴

ماهنامه دنیای سرمایه‌گذاری
شهریور ۱۴۰۱ • شماره ۶۹

دنیای خودرو



در این بخش می خوانیم:

- میزان نارضایتی مشتریان به صفر رسیده است
- ورود به بازارهای صادراتی با استفاده از دانش فنی و تکنولوژی روز

از سوی مدیرعامل شرکت شتابکار مطرح شد

ورود به بازارهای صادراتی با استفاده از دانش فنی و تکنولوژی روز

مصطفی حاتمی

شرکت شتابکار در راستای گسترش صنعت قطعه‌سازی خودرو و با هدف تامین بخشی از نیاز این صنعت در سال ۱۳۷۵ با نام سایکو ۴ فعالیت خود را آغاز کرد و در سال ۱۳۷۶ به شرکت شتابکار تغییر نام داد. این شرکت با تکیه بر دانش و سرمایه انسانی خود و با تلاش مستمر، ساخت قطعات پلوس، فرمان برقی و هیدرولیک و شاتون را برای محصولات خودرویی گروه صنعتی ایران‌خودرو و سایپا تولید می‌کند و در بازار خدمات پس از فروش نیز از تامین‌کنندگان اصلی این قطعات به شمار می‌رود. تعداد سرمایه انسانی شاغل در مجموعه شتابکار به‌طور مستقیم ۳۸۰ نفر و غیرمستقیم ۵۰ نفر می‌باشند. حال به منظور آشنایی بیشتر با فعالیت‌ها و اقدامات انجام‌شده در این شرکت، گفت‌وگویی با دکتر حمیدرضا شاهین‌فر، مدیرعامل شرکت شتابکار انجام داده‌ایم که مشروح آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

داخلی توسط فارغ‌التحصیلان دانشگاه صنعتی شریف و همکاری شرکت شتابکار ساخته و مورد بهره‌برداری رسیده است.

اهم ماموریت شرکت شتابکار در سال ۱۴۰۱ را بیان فرمایید؟

افزایش سهم بازار و ارتقاء کیفی محصولات از دیگر برنامه‌های شرکت شتابکار است که ایمان داریم به این اهداف خواهیم رسید. همچنین مهمترین ماموریت شرکت باید صیانت از نیروی انسانی متخصص و افزایش تولید و پیگیری پروژه‌های جاری تا حصول نتیجه باشد.

ارزش‌های شرکت شتابکار

- اخلاق‌مداری، صداقت، درستی رفتار
 - خلق ارزش و خشنودی ذی‌نفعان سازمان
 - توسعه خلاقیت، نوآوری، کارآفرینی و تعالی سازمانی
 - قانون‌مداری، ثبات سازمانی و حفظ سرمایه‌های انسانی
- پروژه‌های انجام‌گرفته در واحد تحقیق و توسعه شرکت شتابکار**

- به‌روزرسانی و طراحی مجدد برخی از قطعات فرمان پژو ۴۰۵ و خانواده سمند
- طراحی جعبه فرمان هیدرولیک خودروهای پراید، تیبا و آریسان با همکاری شرکت HengLong
- طراحی پلوس خودروهای پژو ۴۰۵ (XU7)، سمند (EF7) و پژو ۲۰۶ (BE1) با همکاری شرکت GKN و KOFCO

تست‌های عملکردی و تست خودرویی شرکت شتابکار

- تست‌های مجموعه‌های فرمان هیدرولیک مطابق استانداردهای PSA و KIA در آزمایشگاه شرکت شتابکار انجام می‌گیرد که با توجه به نحوه طراحی تجهیزات و قابلیت برنامه‌ریزی نرم‌افزارهای آن‌ها، امکان استفاده از تجهیزات تست‌های عملکردی و دوام مطابق سایر استانداردهای خودرویی وجود دارد.
- تجهیزات آزمون‌های ابعادی، متالوگرافی، سختی‌سنجی و کالیبراسیون کمیت‌های ابعاد، گشتاور، نیرو و فشار



مهمترین اهداف شرکت شتابکار در سال آتی چیست؟

به منظور ارتقاء دانش سرمایه‌های انسانی و میل به تحقق منویات مقام معظم رهبری در سال «تولید، دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین» بر اساس رعایت استاندارد ۱۵۰۰۱ برنامه‌ریزی و نیازسنجی آموزشی، این شرکت با هدف ارتقاء مهارت‌های کارکنان در جهت تولید محصولات دانش‌بنیان و داخلی سازی ۱۰۰ درصدی محصولات برای سال ۱۴۰۱ برنامه‌ریزی و تدوین گردیده است. از دیگر اهداف شرکت شتابکار می‌توان به همگرایی همه‌ارکان شرکت و تمرکز در افزایش تولید محصولات جاری و پروژه داخلی سازی فرمان جک از داخل ۴۰۵ اشاره کرد. امیدواریم با همدلی و تلاش همه‌عیزان در شرکت شتابکار به عنوان شرکت تخصصی پلوس و فرمان، به داخلی سازی و خودکفایی کامل در این دو محصول اصلی در سال آینده دست یابیم. شایان ذکر است، برنامه اصلی ما در سال آتی، خودکفایی پلوس و فرمان برقی با سرمایه‌گذاری عظیم در حال انجام می‌باشد. همچنین برای اولین بار، خط فرمان خودرو تیبا با دانش فنی



● تجهیزات تست‌های عملکردی و دوام شامل دستگاه‌های تست‌های عملکرد شیرهایدرولیک فرمان، تست‌نویز شیرهایدرولیک، آزمون‌های ضربه، تست‌های نشی، آزمون‌های کششی و فشاری، تست دوام فرمان و قطعات مرتبط است.

● تجهیزات تست‌های خودرویی در برنامه آینده واحد تحقیق و توسعه قرار دارد و در حال حاضر از سایت‌ها و شرکت‌های معتبر موجود مانند شرکت ایتراک بهره‌می‌برد.

شرکت شتابکار به منظور تعامل بیشتر با مشتریان چه اقداماتی انجام داده است؟

این شرکت برای تعامل بیشتر و با هدف ارتقاء رضایت مشتریان، اقدام به توسعه واحد ارتباط با مشتریان شرکت کرده است. امور رضایت مشتریان شرکت شتابکار در راستای ارزش‌گذاری به مشتریان محترم در حال حاضر در پی ایجاد مدیریت ارتباط با مشتری در غالب یک نظام اطلاعاتی یکپارچه می‌باشد. هدف اصلی این نظام یکپارچه، توانمندسازی پرسنل این امور در قالب برنامه‌ریزی، زمان‌بندی و کنترل فعالیت‌های قبل و بعد از فروش سازمان است. این مهم، شامل استفاده از حضور مستمر پرسنل شرکت شتابکار در نمایندگی‌های مجاز شرکت‌های خودروساز و ارتباط و تعامل سازمان از طریق برقراری نظم، مدیریت خدمات، شناسایی نیاز مشتریان به وسیله ابزارهایی همچون وب‌سایت، فرم نظرسنجی و تلفن می‌باشد. علاوه بر این، نظر به استراتژی‌های تدوین شده و اهداف ترسیم شده در شرکت شتابکار در حوزه امور رضایت مشتریان، این واحد وظیفه دارد تا با رویکرد تعاملی و دو سویه با مشتری نسبت به تأمین رضایت حداکثری مشتریان اقدام نماید. ناگفته نماند، بر اساس استراتژی‌های تعیین شده در حوزه ارتباط با مشتریان شرکت شتابکار، این واحد با هدف استقرار و پیاده‌سازی استانداردهای حوزه ارتباط با مشتریان ISO 9001 و ISO/TS 16949 برای تسهیل و تسریع برقراری ارتباط با مشتریان نسبت به ایفای وظایف خود به شرح زیر اقدام می‌نماید.

● ایجاد بسترهای ارتباطی با مشتریان از کانال‌های تلفن و ایمیل جهت دریافت درخواست‌ها و شکایت‌های مشتریان

● هدف‌گذاری برای رسیدگی به درخواست‌ها و شکایت‌های مشتریان در کوتاه‌ترین زمان قابل انجام در شرکت، نمایندگی‌ها و انبارهای داغی

● برقراری ارتباط با مشتریان به منظور سنجش میزان رضایت ایشان از ارائه خدمات و با هدف بهبود فرآیندها و ارتقاء کیفیت ارائه خدمات

● ارائه سرویس به مشتریان در دوره گارانتی

به منظور طراحی، تولید و تأمین مجموعه‌های فرمان و قوای محرکه خودرو چه تدابیری اتخاذ کرده‌اید؟

با کمک واحدهای مهندسی و فنی شرکت و استفاده از توان شرکت‌های داخلی و خارجی نسبت به ارتقاء خطوط تولید موجود و راه‌اندازی خطوط جدید برای محصولات جدید، اقدامات لازم در حال انجام است. همچنین با در اختیار داشتن دانش فنی و بهره‌مندی از تکنولوژی روز، تولیدات و بهبود مستمر، با هدف تولید و تأمین مجموعه‌های فرمان و قوای محرکه، اقدام به توسعه و رهبری بازارهای داخلی و ورود به بازارهای صادراتی محصولات با کیفیت فراتر از نیاز مشتریان خواهیم کرد.

محصولات شرکت شتابکار چه میزان از سهم بازار داخل را در اختیار دارد و برای صادرات چه برنامه‌ای در نظر دارید؟

با توجه به اینکه شرکت شتابکار جزو اولین شرکت‌های تخصصی در حوزه تولید فرمان و پلوس است، خودروسازان اصلی کشور از توان این شرکت نهایت استفاده را خواهند برد و از طریق صادرات خودروهایی داخلی به کشورهای همسایه، امکان صادرات محصولات شرکت شتابکار نیز در اولویت قرار خواهد گرفت. در سال ۱۴۰۱، نظارت دولت به قطعات تقلبی بیشتر شد و با توجه به سورتس و برند مطمئن بازار نیاز هموطنان را تأمین می‌کنیم.

در جهت افزایش کیفیت محصولات چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

شرکت شتابکار با تعریف پروژه گرید A ساپکو در حوزه کیفیت، لجستیک و تولید، در تلاش است تا نسبت به ارتقاء کیفیت و رضایت‌مندی مشتریان گام‌های لازم را بردارد. از سوی دیگر، با در اقتباس داشتن آزمایشگاه قدرتمند با استاندارد ۱۷۰۲۵ ملی، کیفیت تمام محصولات با دانش روز مورد بررسی قرار می‌گیرد. ■

رئیس هیات مدیره مجموعه اتوشناس

میزان نارضایتی مشتریان به صفر رسیده است

مصطفی حاتمی

مجموعه اتوشناس با هدف خدمات رسانی به صاحبان خودرو در زمینه تعمیر، تعویض لاستیک و باتری، پنچرگیری، جابه جایی خودرو و... شروع به فعالیت کرده و ضمن استفاده از کارشناسان و متخصصان حرفه ای و ارائه آموزش های پیوسته و منظم به کارجویان، مکانی را هم به نام اتوکافه ایجاد کرده تا مشتریان در صورت طولانی شدن فرآیند خدمات رسانی از امکانات استراحت، نوشیدن قهوه، کتابخانه و دیگر سرگرمی ها بهره مند شوند. مهندس علی خسروانی، رئیس هیات مدیره مجموعه اتوشناس با اشاره به اینکه هم اکنون حدود ۲۰۰ نفر در دو شعبه مجموعه اتوشناس به طور مستقیم فعالیت دارند و با توجه به اقدامات انجام شده، شعبه سوم نیز در برج میلاد افتتاح خواهد شد، گفت: «مجموعه اتوشناس در نظر دارد تا با گسترش شعب خود در سراسر کشور، ضمن جذب ۳ هزار نفر نیروی فعال، افرادی را با تفکرات همسو جذب کند.» مشروح این گفت و گوی صمیمانه به نظر خوانندگان ارجمند می رسد.

قبل از خرید خودرو، اتویار، آکادمی خودرویی، کارواش، اتوکافه، همکاری سازمانی و دیگر خدمات خاص است.

در حال حاضر چند نفر در این مجموعه مشغول به کار هستند؟

هم اکنون حدود ۲۰۰ نفر در دو شعبه مجموعه اتوشناس به طور مستقیم فعالیت دارند و با توجه به اقدامات انجام شده، شعبه سوم نیز در برج میلاد افتتاح خواهد شد. مجموعه اتوشناس در نظر دارد تا با گسترش شعب خود در سراسر کشور، ضمن جذب ۳ هزار نفر نیروی فعال، افرادی را با تفکرات همسو استخدام کند، به همین دلیل معمولاً ۴۰ درصد از نیروی کار مورد نیاز خود را از آکادمی اتوشناس جذب می کند. علاوه بر این، در مجموعه اتوشناس بستری ایجاد شده تا افراد در کنار یادگیری تخصص و مهارت، طرز رفتار و برخورد با مشتریان را نیز آموزش ببینند.

در خصوص خدمات اتوآپ و اتویار این مجموعه بیشتر توضیح دهید.

در گذشته مردم با تغییر رنگ خودرو یا پوشیدگی بدنه، خودروی جدیدی خریداری می کردند، اما با افزایش قیمت ها و کاهش قدرت خرید مردم، تمایل به تعمیر و نوسازی خودرو بیش از پیش شده، به همین دلیل در سیستم "اتوآپ" پس از انجام خدمات کاور با بهترین کیفیت، طول عمر خودروی افراد افزایش خواهد یافت. به عبارتی دیگر، خدمات کاور در گذشته بیشتر حالت تزئینی داشت، ولی در حال حاضر بیشتر جنبه حفاظتی پیدا کرده است. از سوی دیگر، در بخش "اتویار" به معنی امداد خودرو، خدمات ویژه ای در قالب کارت های ۵،۳ و ۷ ستاره ارائه می شود. البته شرکت های زیادی با عنوان امداد خودرو مثل شرکت های امداد خودروی سایپا و ایران خودرو در این زمینه فعالیت دارند که بعضاً دیدگاه مردم را نسبت به این کار بدبین کرده، در حالی که مجموعه اتوشناس در قالب اتویار، خدمات بهینه ای به مشتریان ارائه می دهد که از نمونه های بازار آن می توان به سرویس جابه جایی خودرو در مواقع تصادف یا خرابی قطعات آن، پنچرگیری اضطراری، سوخت رسانی، شارژ باتری به باتری، تعمیر و... با پایین ترین هزینه اشاره کرد. به عنوان



مجموعه اتوشناس در چه حوزه های فعالیت دارد و چه خدماتی به مشتریان ارائه می دهد؟

این مجموعه بر محوریت خدمات خودرویی استوار است، بدین مفهوم که با تجربه دهه ای فروش خودرو در کشور، بر آن است تا در مسائل مربوط به خودرو؛ مشخصاً فعالیت های تعمیرگاهی و خدمات پس از فروش با توجه به جایگاه نامناسب خدمات رسانی های فعلی و عدم تطابق آن با استانداردهای روز، به فعالیت بپردازد. بر همین اساس طی دو سال بررسی کمبودها و نقاط ضعف موجود و همچنین بررسی شرکت های مشابه خدمات خودرویی در دنیا مانند شرکت تریپل ای در آمریکا و شرکت ای سنتر در اروپا، محور برنامه های خدماتی خود را تعیین کرده است. به طور کل باید گفت، خدمات مجموعه اتوشناس شامل چند محور فنی، تخصصی و تعمیرگاهی مثل خدمات صافکاری و جلوبندی، اتوآپ، خرید و فروش خودرو، کارشناسی

در کشور ما منافع گروهی فدای منافع شخصی شده و همه به دنبال یک فرد گره گشا بیرون از حیطه کاری خود هستند، در صورتی که با غلبه بر این تفکرو افزایش تلاش های فردی است که شرایط به تدریج بهبود پیدا می کند

مثال، با کارت ۳ ستاره، ضمن حمل خودرو در یک نوبت با قیمت ۹۰ هزار تومان، یک تاکسی اینترنتی جهت رفت و آمد به تعمیرگاه در نظر گرفته شده است. خدمات کارت ۵ و ۷ ستاره نیز شامل ۲ و ۵ نوبت حمل خودرو با خودروهای ویژه و ۲ و ۵ نوبت تاکسی اینترنتی جهت رفت و آمد به تعمیرگاه است.

خدمات اورژانسی اتویار شامل چه مواردی است؟

این بخش معمولاً کارهای به ظاهر پیش پا افتاده را در بر می گیرد. به عنوان مثال، کار پنچرگیری در حالت عادی دشوار نیست، اما در یک روز بارانی و در شرایط سخت در دسر آفرین است. در چنین شرایطی مجموعه اتوشناس در کمتر از ۲۰ دقیقه با استفاده از نیروی بخش اتویار به کمک فرد می شتابد. نمونه دیگر این خدمات، بنزین رسانی اضطراری یا تعویض باتری است که تقاضای زیادی دارد. لازم به ذکر است، در مجموعه اتوشناس این افراد هستند که گارانتی می شوند، نه خودروها، به همین دلیل در بیشتر مواقع به مشتریان خدماتی ارائه می شود که ممکن است هیچ ارتباطی با خودرو نداشته باشد.

قیمت این خدمات معمولاً بر چه اساسی تعیین می شود؟

این قیمت ها بر اساس تعرفه اتحادیه است که در حال حاضر نرخ منطقی جابه جایی را بین ۲۵۰ الی ۳۵۰ هزار تومان تعیین کرده است، با این حال باید دانست، تفاوتی که در قیمت مجموعه اتوشناس با دیگر شرکت های مشابه وجود دارد، به نوعی به دلیل ایجاد رضایت مندی و اثبات خدمات ویژه برای مشتریان است، به طوری که آن ها پس از مدتی جذب بر خورد مناسب پرسنل این مجموعه، سرعت عمل و هزینه های پایین آن شده و در مراحل بعدی نیز از خدمات اتوشناس استفاده خواهند کرد. به طور کل باید گفت، در بخش کارت های اتویار، نگاه ماه سودآورانه نبوده، بلکه هدف اصلی این است که با جذب نظر مشتری از مزایای مراجعه بعدی آن بهره مند شویم. شایان ذکر است، اتویار حجم وسیعی از خدمات اتوشناس را در بر گرفته و به دور دست ترین نقاط کشور و شهرهای مختلف نیز خدمات ارائه می دهد.

در آکادمی خودرویی اتوشناس چه خدماتی به مشتریان ارائه می شود؟

یک طبقه این مجموعه به بخش آموزش اختصاص یافته است، به طوری که آموزش های لازم در اختیار افراد قرار گرفته تا آنان پس از دوره های کارورزی و کسب آمادگی های لازم جذب مجموعه اتوشناس شوند. علاوه بر این، برای این مجموعه یک فرهنگ سازمانی تعریف شده تا نیروی کار بر اساس آن آموزش ببیند، بر همین اساس در مجموعه اتوشناس، فرهنگ مهمتر از تخصص بوده و شاخصه های هویتی آن نیز منحصر به رنگ لوگو و ظاهر نیست.

بخش اتوکافه به چه منظور راه اندازی شده است؟

اتوکافه یک کافه مستقل استاندارد است تا مراجعان در زمان های طولانی فرصت استراحت و استفاده از فضای کافه، درست مانند آنچه که در شرکت های خارجی مشاهده می شود را در اختیار داشته باشند. برای مثال، این مجموعه همانند مجتمع خدمات خودرویی کوچک در کشور آلمان که در آن یک استار باکس قرار گرفته، یک کافه با امکاناتی نظیر اینترنت رایگان، دستگاه ماشین بازی برای سرگرمی کودکان، کتابخانه، خرید هوشمند تنقلات و... راه اندازی کرد. البته قبل از آن، مجموعه اتوشناس به

سراغ کافه های شناخته شده رفته و حتی میزان خرید مشخصی را از سوی مشتریان برای آن ها تضمین کرده بود که به دلیل تصور نادرست نسبت به این کار و طرح این سوال که تعمیرگاه چه ارتباطی با کافه دارد، با استقبال آنان مواجه نشد.

چه خدماتی در حوزه خرید و فروش خودرو ارائه می دهید؟

اصلی ترین فعالیت مجموعه اتوشناس در حوزه خرید و فروش خودرو است. از آنجایی که در حال حاضر این کار در فضای مجازی صورت می گیرد، جلب اعتماد مشتریان به دلیل تخلفات و کلاهبرداری های صورت گرفته در این فضا تا حد زیادی دشوار خواهد بود و هر چند باید گفت، مشتریان در این شیوه، طی یک بازه زمانی کوتاه به داده های زیادی از خودرو مورد نظر دست پیدا می کنند. مجموعه اتوشناس برای پر کردن خلأ موجود، کارشناسی جذب کرده تا بررسی های لازم را در زمینه خودروی عرضه شده در فضای مجازی به صورت حضوری انجام دهند. همچنین در این شیوه اصالت اسناد، احراز هویت مالکیت فروشنده، وضعیت کلی خودرو مثل بدنه، چرخ ها و... مورد بررسی قرار گرفته و قرارداد فروش به صورت قانونی به ثبت خواهد رسید، در حالی که برخی به دلیل نا آگاهی، تصور می کنند که تنها با مراجعه به محضر می توان از فروشنده ای که ماشین تصادفی خود را با عنوان یک ماشین غیر تصادفی فروخته، شکایت کرد، ولی مسئولیت رسیدگی به این کار با محضر نیست. مجموعه اتوشناس در این راستا با عقد قرارداد بین فروشنده و خریدار توسط یک کارشناس حقوقی و درج مواردی مانند وضعیت بدنه و شرایط کلی خودرو، امکان پیگیری تخلفات را تسهیل کرده است.

مجموعه اتوشناس چه خدمات منحصر به فردی به مشتریان ارائه می دهد؟

خدمات خاصی از سوی این مجموعه به مشتریان ارائه می شود. به عنوان مثال، در صورت بروز ایراد فنی در یک خودرو یا طولانی شدن فرآیند تعمیر، یک خودرو جایگزین در اختیار راننده قرار می گیرد تا به امور روزمره خود بپردازد. نکته دیگر، مراجعه حضوری برای تعمیر خودرو در مواردی است که فرد نمی تواند به این مجموعه مراجعه نمایند. برای نمونه، پزشکی که برای رفتن به بیمارستان عجله داشته یا فردی که زمان کمی برای تعمیر ماشین دارد، با خدمات سریع و حضوری مجموعه اتوشناس زحمت کمتری خواهد داشت. از دیگر خدمات می توان به گارانتی طولانی مدت این مجموعه به مشتریان اشاره کرد، به طوری که اگر برای یک خدمات خاص در سایر



در مجموعه
اتوشناس بستری
ایجاد شده
تا افراد در کنار
یادگیری تخصص
و مهارت، طرز
رفتار و برخورد با
مشتریان را نیز
آموزش ببینند

در گذشته مردم با تغییر رنگ خودرو یا پوشیدگی بدنه، خودروی جدیدی خریداری می کردند، اما با افزایش قیمت ها و کاهش قدرت خرید مردم، تمایل به تعمیر و نوسازی خودرو بیش از پیش شده است

شماره ۴۵ روزگارانتی تعیین شده، همین خدمات در مجموعه اتوشناس سه ماهه گارانتی خواهد داشت. از طرفی، طی قراردادی که با شرکت پیدو منعقد شده، رانندگان در صورت مراجعه به این مجموعه، دیگر مشکلی جهت خالی شدن یا کاهش میزان بنزین خودروی خود نخواهند داشت.

در حال حاضر آماری از جامعه مشتریان این مجموعه دارید؟

در سال گذشته با وجود کرونا و محدودیت های موجود، مجموعه اتوشناس روزانه به طور میانگین ۱۲ الی ۱۵ پذیرش داشت. اتوشناس در بحث خرید و فروش نیز با وجود برجام و محدودیت های حاصل از واردات نیز شرایط خوبی داشته و به طور کل از میزان مشتریان نیز رضایت داشت. امروزه مجموعه اتوشناس برخلاف تصور موجود، نه برای افراد پولدار، بلکه برای افراد با افکار پولدار طراحی شده است، یعنی کسانی که در شرایط بد مالی نیز تمایل به دریافت خدمات ویژه دارند.

مجموعه اتوشناس چه فضایی برای آسایش مشتریان خانم ایجاد کرده است؟

در بسیاری از شهرها محیط های تعمیرگاهی برای خانم ها چندان امن نیست، اما مجموعه اتوشناس ضمن ایجاد و طراحی فضای امن، اعتماد مشتریان خانم را نیز جلب کرده است، به طوری که بسیاری از بانوان بدون هیچ گونه نگرانی به این مجموعه مراجعه کرده و خانواده های سنتی نیز نگرانی بابت فرستادن دختران خود بابت تعمیر خودرو ندارند.

به منظور توسعه فعالیت های این مجموعه چه برنامه ای دارید؟

مجموعه اتوشناس، واحدی به نام توسعه شبکه دایر کرده و به منظور پیشبرد برنامه های آن از کمک مهندس مستوفی بهره گرفته است. از سوی دیگر، با توجه به درخواست های زیاد برای دریافت خدمات این مجموعه، برنامه راه اندازی نمایندگی های مختلف در دیگر استان ها نیز در دستور کار قرار دارد، اما باید دانست که بعضی از مواقع شرایط کافی برای راه اندازی این نمایندگی ها وجود نداشته یا پارامترها و ویژگی های آنان با شاخص های تعریف شده برای مجموعه اتوشناس متفاوت است. با توجه به این موضوع معمولاً میزان متراژ ساختمان نمایندگی، میزان توجیه سرمایه گذاری، موضوع اتصال به

سیستم های نرم افزاری مثل ERP و میزان رضایت مشتریان و مسائل مالی و مالیاتی به منظور ارائه مجوز به نمایندگی های زیر مجموعه در شهرستان ها مورد بررسی قرار می گیرد. خوشبختانه مجموعه اتوشناس طی چند ماه اخیر با حضور در نمایشگاه شهر آفتاب، درخواست های زیادی داشته و مجتمع اسلامشهر را نیز تا ۳ ماه آینده افتتاح خواهد کرد. این مجموعه از این پس نیز در صدد گسترش کار خود به صورت فرانچایزر است تا ضمن رصد دقیق مشتریان، رضایت آنان را نیز جلب کند.

با چه شرکت ها و سازمان هایی همکاری دارید؟

مجموعه اتوشناس با شرکت های مختلفی قرارداد دارد و خدمات مورد نیاز را به آن ها ارائه می دهد که نمونه آن، خدمات رسانی به پرسنل بیمارستان نیکان و ارائه آفرهای ویژه به آنان است. همچنین این مجموعه با بانک های سپه، سامان و... با تخفیفات ویژه خدمات رسانی کرده و آماده عقد قرارداد با مجتمع های تجاری و اداری است.

در زمینه فعالیت خود با چه مشکلات و موانعی مواجه هستید؟

بنده چندان اهل گلایه و شکایت کردن نیستم، چرا که قطعاً باید دانست، در فضای اقتصادی فعلی قرار نیست کسی برای ایده های مافروش قرمز پهن کند. هر کسی برای شروع یک فعالیت اقتصادی باید خود را برای مواجهه با چالش های موجود مثل بازرسی های سازمان امور مالیاتی و... آماده کند. البته بعضاً حمایت هایی هم صورت گرفته که نمونه آن، بازدید دوستان در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی از این مجموعه و صدور مجوز فنی و حرفه ای برای آن است که البته شرایط دریافت آن را نیز داشته است، با این حال مجموعه اتوشناس تاکنون نه از تسهیلات سیستم بانکی استفاده کرده و نه بابت اشتغال زایی یا راه اندازی یک فعالیت دانش بنیان، حمایت خاصی از سوی نهادهای دولتی دریافت کرده است.

عملکرد مجموعه اتوشناس را از ابتدای تاسیس تاکنون چطور ارزیابی می کنید؟

همه چیز در این مجموعه طبق اصول و برنامه پیش می رود، با این حال شرایط برای همه پروژه ها و فعالیت های مشابه آن یکسان نیست. برای مثال، برخی از فعالیت های این مجموعه در یک زمان با شیب کند و در مواقعی هم با شیب تند جلو می رود؛ درست مانند شرکت هایی مثل اسنپ و دیجی کالا که پس از گذشت یک دوره فعالیت، برای مردم شناخته شدند. مهمترین نکته این است که هم اکنون مجموعه اتوشناس به درآمد خوبی دست یافته و در صدد نارضایتی مشتریان را در برخی از موارد به زیر ۷ درصد و حتی صفر رسانده است. متأسفانه در کشور ما منافع گروهی فدای منافع شخصی شده و همه به دنبال یک فرد گره گشاییرون از حیطه کاری خود هستند، در صورتی که با غلبه بر این تفکر و افزایش تلاش های فردی است که شرایط به تدریج بهبود پیدا می کند.

و سخن آخر...

برای همه مردم کشورم آرزوهای بسیار خوب داشته و امیدوارم روزی فرا برسد که همه آنان خودروهایی با مدل های به روز داشته و درآمد و سود مازاد خنده های آنان باشد. امروز مجموعه اتوشناس با این هدف به مردم خدمات رسانی می کند که اندکی از درگیری ها و چالش های آنان را مرتفع نماید و خوشبختانه در این مسیر نیز موفق عمل کرده است، چرا که خط قرمز اتوشناس، ارائه خدمات در قالب پارامترهای کیفی است. ■



گفت و گوی اختصاصی با مهندس میثم خادمی

در این بخش می خوانیم:

- صنعت نرم افزاری ایران ظرفیت جهانی شدن دارد
- بستر سرمایه گذاری در صنعت نانو نساجی فراهم است
- رقابت کیفی برخی از لوازم خانگی ایرانی با مشابه خارجی

مدیرعامل شرکت راک تهران مطرح کرد

نوسانات ارزی

چالش اصلی صادر کنندگان تجهیزات فروشگاهی

محمد جعفری

استقبال مردم از فروشگاه‌های زنجیره‌ای و هایپر استارها، ضرورت نوسازی و استفاده از تجهیزات به‌روز را در آن‌ها دوچندان کرده و همین موضوع موجب شده تا شرکت‌های بزرگی در صنعت تجهیزات فروشگاهی شکل گیرند که با استفاده از دانش جدید و نیروی انسانی خبره، در خودکفایی کشور اثر مهمی داشته و در کنار آن ظرفیت خوبی را برای صادرات ایجاد کنند. با این بهانه به سراغ مهندس محمد رسول شاملو، مدیرعامل شرکت راک تهران رفته و نظری را در خصوص عملکرد فروشگاه‌های زنجیره‌ای سراسری جویا شدیم. مشروح این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

ماندگار برای فروشگاه‌های زنجیره‌ای و هایپر استارها تولید می‌کند و یکی از اصلی‌ترین تامین کنندگان تجهیزات فروشگاهی آن‌ها با تکیه بر استانداردهای نوبه‌شمار می‌رود.

اقدامات کاری و خدمات این شرکت چگونه گسترش یافت؟

با توجه به اینکه صنعت تجهیزات فروشگاهی با مرور زمان بزرگ‌تر شد، زنجیره تامین تجهیزات مورد نیاز فروشگاه‌های زنجیره‌ای نیز متنوع‌تر شده و افراد فعال در این حوزه به تولید سیستم‌های سرمایشی، تجهیزات مربوط به آشپزخانه و تمام وسایل مورد نیاز روی آوردند. شرکت راک تهران نیز در ارتباط با فروشگاه‌های زنجیره‌ای تلاش کرد تا بهترین چیدمان را برای آنان جهت دسترسی راحت مشتریان به همه اقلام داشته باشد، به همین دلیل این شرکت تامین کننده ۹۰ درصد فروشگاه‌های زنجیره‌ای شد. بخش دیگر فعالیت شرکت راک تهران، تجهیز انبارهای صنعتی برای تمام صنایع از خودرو گرفته تا بخش نفت، گاز و پتروشیمی، دارایی و هر صنعتی است که برای ذخیره مواد اولیه یا محصولات خود به انبار نیاز دارد، از این‌رو معمولاً با این صنایع در ارتباط بوده و با تجهیز انبارهای آن‌ها در تلاش است تا از فضای انبار به صورت بهینه استفاده شود؛ به این مفهوم که انبار فضای بیشتری داشته و افراد نیاز کمتری به تردد داشته باشند. علاوه بر این، شرکت راک تهران طی ارتباط با یک شرکت دانش بنیان، مذاکراتی را به منظور هوشمندسازی و اتوماسیون سازی انبارها و ارائه راهکارهای مناسب انجام داده است. همچنین در این پروسه به موضوعاتی مانند لجستیک، ایمنی، نحوه نگهداری کالا و نحوه برداشت سریع اقلام مورد نیاز نیز پرداخته شده است. برای نمونه، اقلامی که تاریخ انقضای دارد، به‌طوری در انبار چیده شده که به راحتی بتوان به آن بدون اتلاف وقت دسترسی داشت. همچنین نحوه انبار کالاها بدون هرگونه شکستگی و آسیب است، چراکه این انبارها مکانیزه و اتومات بوده و از قدرت تفکیک آسان اجناس یا خرده برداری نیز برخوردار است.

در حال حاضر به جز فروشگاه‌های زنجیره‌ای با چه بخش‌هایی همکاری دارید؟

شرکت راک تهران به مجتمع‌های خرید و مراکز تجاری نیز ورود کرده تا فروشگاه‌ها را نیز تجهیز نماید، با این حال باید دانست که تمرکز اصلی این شرکت بر فروشگاه‌های پوشاک و ملزومات وابسته به آن است و در این



شرکت راک تهران در چه زمینه‌ای فعالیت دارد؟

این شرکت از سال ۱۳۸۰ با تولید قفسه‌های پیچ و مهره‌ای قدیمی و ساده فعالیت خود را آغاز و با توجه به ارتباط با کشورهای اطراف مانند ترکیه و چین و همچنین الگوبرداری از مدل‌های به‌روز آن‌ها، تجهیزات به‌روزتری را تولید کرد. در آن زمان ورود فروشگاه‌های هایپر استار، تحولی در بحث فروشگاه‌های زنجیره‌ای کشورمان ایجاد کرد که با عبور از شیوه‌های سنتی و قدیمی، از آن می‌توان به عنوان یک انقلاب صنعتی یاد کرد. شایان ذکر است، فروشگاه‌های هایپر استار از فروشگاه کارفور فرانسه منشعب شده بود که شعب زیادی در منطقه خاور میانه داشت. با شروع فعالیت این فروشگاه‌ها، مدل‌های به‌روزی وارد کشور شد که فروشگاه‌هایی مانند شهروند و رفاه نیز از آن الگوبرداری کرده و زمینه‌ساز تاسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای شد. از آنجایی که تجهیزات مورد استفاده این فروشگاه‌ها عمدتاً از خارج وارد می‌شد، ما به فکر تولید داخلی سازی آن افتاده و با بررسی‌های انجام‌شده و مذاکراتی که با مدیران فروشگاه‌های زنجیره‌ای به منظور آگاهی از خواسته‌های آن‌ها صورت گرفت، فعالیت‌های این شرکت را آغاز کردیم، بر همین اساس شرکت راک تهران در حال حاضر قفسه‌هایی زیبا، مقاوم، مستحکم و



حضور در نمایشگاه صنعت تجهیزات فروشگاهی چه دستاوردهایی داشته است؟

این نمایشگاه‌ها بستر آشنایی با همکاران و شرکت‌های مشابه این صنعت را فراهم می‌کنند، از این رو حضور در آن‌ها به منظور رصد مرتب فعالیت‌های آنان و گسترش ارتباطات به منظور تقویت دانش‌سازهای شرکت‌ها اهمیت دارد. با توجه به این موضوع، شرکت راک تهران سازهایی با عمر ۳۰ الی ۵۰ ساله در اختیار مشتریان قرار داده و پوشش مقاومی نیز برای آن تعیین کرده است.

آیا شرایط سرمایه‌گذاری در این حوزه مناسب است؟

با وجود نیاز این صنعت به تولید مدل‌های به‌روز، سرمایه‌گذاری‌های جدید در آن نیز الزامی خواهد بود. شایان ذکر است، در زمان فعلی کارخانه فناوری در کشور مان وجود ندارد، در حالی که به ایجاد این کارخانه بیش از هر چیز دیگری نیازمند هستیم. لازم به ذکر است، با توجه به رواج فرهنگ استفاده از فروشگاه‌های زنجیره‌ای در کشور، بسیاری از فروشگاه‌ها به سیستم دیجیتال مجهز شده‌اند، به‌طوری که مردم بدون مراجعه حضوری می‌توانند خرید کنند.

در زمینه تحقق شعار سال چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

شرکت راک تهران برای عبور از شیوه‌های سنتی و مقاوم‌سازی سازه‌ها، به سمت ترکیب دانش الکترونیک، مکانیک و... پیش رفت و در این راستا تلاش شد تا از یافته‌های علمی به منظور ارائه یک محصول دانش‌بنیان استفاده شود که به لطف خدا با موفقیت انجام شده، بر همین اساس در حال حاضر راهکارهایی به مشتریان پیشنهاد می‌شود که آن‌ها را به شدت هیجان‌زده می‌کند.

مدیران و مسئولان کشوری چه نگاهی نسبت به این صنعت دارند؟

متأسفانه نگاه مدیران حمایتی نبوده، اما شرکت راک تهران منتظر این حمایت‌ها نمانده و مسیر خود را به خوبی انتخاب کرده است، به‌طوری که در سخت‌ترین شرایط راه‌حل مناسب را پیدا کرده و چشم‌انداز خوبی را پیش روی خود متصور است. به‌طور کل آینده اقتصاد کشور در این صنعت به‌بهبود شرایط اقتصادی و سیاسی، اعتماد مشتریان خارجی و جذب سرمایه‌گذاران خارجی وابسته است. همان‌طور که کشوری مانند چین با جذب سرمایه‌گذاران خارجی و تکنولوژی‌های روز به قدرت اقتصادی زیادی رسیده و در حال حاضر ۷۰ درصد اختراعات دنیا را در کارنامه خود دارد.

وسخن آخر...

خرده‌فروشی در شمار بزرگ‌ترین صنایع دنیا قرار دارد، به‌طوری که همه صنایع از جمله نساجی، پخش، دارویی، غذایی و... در خدمت آن قرار دارند. امروزه این صنعت به بخش‌های مختلفی تقسیم شده که برای رشد آن باید از دانش و اطلاعات کافی بهره برد. هدف اصلی همه ما باید این موضوع مهم باشد که از ظرفیت‌های مختلف کشور به صورت بهینه‌ای استفاده کرده و انرژی‌های مازاد به کمک صنایع از جمله صنعت خرده‌فروشی بیاید. برای نمونه، پرداختن به بخش نیروی انسانی مهم‌تر از همه چیز است. قبلاً گفته می‌شد که مشتری مقدم است، اما دانش روز می‌گوید که نیروی انسانی اولویت دارد که اگر او را خوشحال نگه دارید، مشتریان نیز راضی خواهند بود، به همین دلیل شرکت راک تهران سطح رفاه و دانش نیروی انسانی خود را بالا برده و جهت تحقق استراتژی‌های خود، فرهنگ سازمانی را ارتقاء بخشیده است. به‌طور کل ما باید هوشیار تر بوده و با افزایش توان مدیریتی، مجموعه بزرگ‌تری را اداره کنیم. ■

راستا، فروشگاه‌های زیادی را نیز با توجه به برند و پلتفرم آن‌ها طراحی و دایر کرده که خوشبختانه نظر آنان را نسبتاً جلب کرده است. لازم به یادآوری است، شرکت راک تهران در تلاش است تا تجهیزاتی دایر کند که مدیران فروشگاه و مشتریان احساس آرامش بیشتری داشته و استندهایی در خور محصولات آنان تولید کند.

تاکنون چه میزان از اهداف این شرکت محقق شده است؟

شرکت راک تهران به دلیل انتخاب اهداف کوچک با وجود موانع زیاد در تحقق آن موفق بوده، به‌طوری که هم‌اکنون به کشورهای امارات، عمان و قطر با امکان دسترسی‌های بین‌المللی و وجود برندهای ترکیه‌ای و اروپایی در آن‌ها، صادرات دارد. لازم به ذکر است، هم‌اکنون به واسطه خوشنامی این شرکت، اکثر شرکت‌ها تمایل به همکاری با آن را دارند.

چه مزوتماتی برای حضور پررنگ شرکت‌های این حوزه در بازارهای صادراتی وجود دارد؟

ظرفیت‌های مناسبی در حوزه صادرات تجهیزات فروشگاه‌ها وجود دارد، اما کمتر از آن بهره‌گرفته می‌شود. برای مثال، موقع برگزاری یک نمایشگاه مرتبط در این حوزه در اروپا یا کشوری مثل امارات، صدها شرکت ترکیه‌ای حضور دارند، در حالی که شرکت‌های ایرانی با وجود تعداد انگشت‌شمار، در این نمایشگاه‌ها حضور پیدا نمی‌کنند. هر چند باید دانست، حضور برندهای ایرانی در نمایشگاه‌ها با توجه به مزایای رقابتی مثل هزینه‌های پایین حقوق و دستمزد، دسترسی به بازارهای حوزه خلیج فارس و... با استقبال شرکت‌کنندگان روبه‌رو خواهد شد.

در زمینه فعالیت خود با چه مشکلات و موانعی مواجه هستید؟

از جمله موانع موجود می‌توان به نوسانات ارزی و چندنرخ بودن ارز اشاره کرد که صادرکنندگان را در تبدیل ارز با چالش مواجه می‌سازد. همچنین مشکل دسترسی به زمین و نیروی متخصص و ماهر از دیگر مسائل این حوزه است، با این حال تقاضای زیادی در بازار داخل برای تجهیزات تولیدی شرکت راک تهران وجود داشته که نیاز به صادرات را کاهش می‌دهد. از سوی دیگر، این شرکت با وجود دهه‌های مشکلات یک کارخانه ۱۵ هزار متری در شهرک صنعتی پرند راه‌اندازی کرده که ظرفیت تولید آن را تا ۴۰ الی ۵۰ درصد افزایش خواهد داد.

مهمترین ویژگی منحصر به فرد شرکت راک تهران نسبت به دیگر شرکت‌ها چیست؟

این شرکت تنها شرکتی است که به‌طور همزمان تجهیزات انبارهای صنعتی و فروشگاه‌های را تولید می‌کند. مزیت مهم دیگر شرکت راک تهران، استفاده از فناوری‌های روز در تجهیز انبارهای صنعتی است. از سوی دیگر، این شرکت ۹۰ درصد فضای گنجایش داخلی انبارها را افزایش داده و نیاز کارخانه‌ها به خرید سوله‌ها و زمین را برطرف کرده است. به‌روز بودن ماشین‌آلات و خط رنگ که توان سازه‌ها را بالا برده، وجود نیروهای توانمند و باهوش، سابقه و تجربه بالا در تولید و استقرار در تهران که مراکز مصرف بیشتری دارد، از دیگر مزایای شرکت راک تهران به شمار می‌رود.

آیا در تولید تجهیزات برای بازار داخلی خود کفا شده‌ایم؟

بازار داخلی از تولیدات این محصول به‌طور کامل خودکفا شده و حتی از این پس نیاز دارد تا بخشی از آن را به سمت بازارهای صادراتی هدایت کند، بر همین اساس باید تجربه کشوری مانند ترکیه که هم‌اکنون بخش زیادی از بازارهای اروپا، آفریقا و منطقه را در اختیار گرفته، استفاده کرد. به اعتقاد بنده، شرکت‌های داخلی به اعتماد به نفس زیادی نیاز دارند تا در این مسیر با سرعت بیشتری حرکت کنند.

مدیرعامل گروه صنعتی دی مطرح کرد

تاسیس مدارس کسبوکار نیاز امروز، ضرورت فردا

اردلان افتاده

افزایش فروشگاه‌های زنجیره‌ای و نیاز گسترده آن‌ها به تجهیزات و امکانات مدرن برای ارائه خدمت بهینه به مشتریان موجب شده تا بعضی از شرکت‌های خدماتی و تولیدی به موازات فعالیت‌های آن‌ها شکل بگیرند. برخی از این شرکت‌ها با جانمایی، تولید و طراحی تجهیزات این فروشگاه‌ها خدمات قابل توجهی ارائه می‌دهند که در نوع خود کم‌هزینه و بی‌نظیر است. با توجه به این موضوع به سراغ مهندس میثم خادمی، مدیرعامل گروه صنعتی دی رفته و با وی به گفت‌وگو پرداختیم. خادمی ابتدا در واحد تجهیز و توسعه فروشگاه‌های افق کوروش فعالیت داشته و پس از آن با تاسیس شرکت تجهیز گستر کوروش و فعالیت در این بخش به عنوان مدیر تولید، در بخش خدمات پس از فروش فروشگاه‌های گلرنگ نیز فعالیت کرده است. در ادامه به مشروح این مصاحبه می‌پردازیم.

همکاری فروشگاه زنجیره‌ای افق کوروش، گندم، شیرین عسل، مینومارت، هفت، رفاه و دیگر فروشگاه‌های بزرگ از جمله این خدمات می‌باشد.

این هلدینگ در لاین برودت چه فعالیت‌هایی را انجام می‌دهد؟

مادر این لاین که شرکت دی کول نام دارد، تمامی قطعات برودتی و تهویه‌ای که برای مصارف صنعتی و خانگی لازم باشد را با بهترین کیفیت به مشتریان عزیز عرضه می‌کنیم. همچنین خدمات سردخانه‌ای که شامل طراحی واحداث انواع سردخانه در هر کجای کشور و حتی خارج کشور که باشد را ارائه می‌دهیم.

آیا گروه صنعتی دی به اهداف تعیین شده خود دست پیدا کرده است؟

این گروه صنعتی با هدف پشتیبانی از صنایع فروشگاهی احداث شده است. به عبارتی دیگر، این گروه در شمار اولین گروه‌های صنعتی است که در خصوص اورهال فعالیت دارد تا زمینه بازگشت سرمایه‌های ملی و نوسازی تجهیزات فرسوده را فراهم سازد. در همین راستا محصولی که ۵۰ درصد فرسوده شده با هزینه‌ای ۳۰ درصدی به چرخه تولید بازگردانده خواهد شد، به طوری که تعداد زیادی از شعب فروشگاه‌های کوروش بر همین منوال نوسازی شده است.

چه برنامه‌ای برای توسعه خدمات خود در نظر گرفته‌اید؟
گروه صنعتی دی در تلاش است تا با ایجاد زیرساخت‌ها، تامین تجهیزات و نیروی انسانی مناسب، به دیگر فروشگاه‌های کشور متصل شده و خدمات مورد نظر خود را به مشتریان بیشتری ارائه دهد. قطعاً نوسازی تجهیزات فروشگاه‌های برای فروشگاه‌داران از جذابیت ویژه‌ای برخوردار بوده و با توجه به هزینه بالای خرید تجهیزات نو، با استقبال آنان روبه‌رو خواهد شد. لازم به یادآوری است، این گروه صنعتی طی ۷ روز صفر تا صد فروشگاه‌ها



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

این گروه صنعتی از سال ۱۳۹۷ فعالیت خود را در زمینه قطعات برودتی و تولید تجهیزات فروشگاه آغاز کرده و در سال ۱۴۰۰ در سه بخش مختلف بازرگانی قطعات برودتی، تولید تجهیزات فروشگاه‌های مثل شلف و قفسه و یخچال فروشگاه‌های زنجیره‌ای به فعالیت پرداخت. شایان ذکر است، گروه صنعتی دی پس از آن شرکتی را با نام پیشگامان سرویس آرمان تاسیس کرد که کار خدمات پس از فروش و تعمیرات اساسی تجهیزات فروشگاه‌های زنجیره‌ای را انجام می‌دهد. در حال حاضر نیز این گروه صنعتی با فروشگاه افق کوروش همکاری داشته و بیش از ۷۰ درصد از خدمات این فروشگاه را در سراسر کشور ارائه می‌دهد.

این گروه صنعتی برای ارائه محصول و خدمات چه اقداماتی انجام داده است؟

همان طور که اشاره شد، گروه صنعتی دی متشکل از سه شرکت می‌باشد که تمامی خدماتی که برای راه‌اندازی فروشگاه در هر ابعاد و طرحی اعم از قفسه، میز چک اوت، چرخ خرید و... لازم می‌باشد را ارائه می‌دهد که

رانوسازی و تجهیز کرده و به همین دلیل با استقبال بسیاری از سوی مشتریان مواجه خواهد شد؛ هر چند که صنعت فروشگاهی عمر کمی برای استفاده از خدمات گروه صنعتی دی داشته و طی چند سال اخیر به نوسازی تجهیزات خود روی آورده است.

با چه مشکلات و چالش‌هایی مواجه هستید؟

با توجه به جوان بودن این گروه صنعتی که تنها ۳ سال از فعالیت آن می‌گذرد، یکی از مشکلات اصلی تامین سرمایه در گردش است. به بیانی دیگر، برای توسعه و گسترش این کار به نقدینگی و سرمایه نیاز است که باید موانع آن از سوی دولت برداشته شود. البته گروه صنعتی دی در تلاش است تا با دانش بنیان شدن، بخشی از روند توسعه را با سرعت بیشتری دنبال کند.

مدیران دولتی تا چه اندازه از چنین فعالیت‌هایی استقبال کرده‌اند؟

در جلسه‌ای که بنده با مسئولان استانداری و وزارت صمت داشتیم، قرار شد زمینی در منطقه صنعتی به این گروه صنعتی اختصاص پیدا کند که در صورت اجرا، آثار مثبتی را به همراه خواهد داشت. خوشبختانه تعداد معاملات گروه صنعتی دی بالا بوده و در نمایشگاه "ایران ریتیل شو" جشن ۱۰ هزار معامله موفق در ۱۰۰۰ روز را برگزار کرده است. همچنین این گروه صنعتی در بستر آنلاین فعالیت‌های خوبی انجام داده و با جذب ۸۵ درصد مشتریان از این بستر به عنوان لیدر بخش آنلاین محسوب می‌شود.

چه برنامه‌ای برای پوشش فروشگاهی‌های خرد در نظر گرفته‌اید؟

یکی از اقدامات گروه صنعتی دی، پیشنهاد جایگزینی مدل‌های سنتی بانو است، به این صورت که این گروه صنعتی تجهیزات سنتی آن‌ها را خریداری و تجهیزات نو را جایگزین آن کند. در این زمینه ارتباط خوبی با فروشگاه‌های کوچک برقرار شده و چندین شعبه از شهر اصفهان نیز نوسازی شده است. به طور کل باید گفت، با توجه به استقبال مردم از فروشگاه‌های زنجیره‌ای، این کار نیز مورد توجه قرار خواهد گرفت.

وضعیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای داخلی در قیاس با

کشورهای دیگر چگونه است؟

با توجه به آمار موجود تعداد فروشگاه‌های زنجیره‌ای کمتر از حد استاندارد است. البته در این مسیر فروشگاه‌های بزرگ‌تر، خطاهایی داشته‌اند که به عنوان نمونه می‌توان به توقف روند افزایشی شعب این فروشگاه‌ها یا فعالیت برخی شعب آن‌ها به دلیل نداشتن آموزش کافی و آگاهی اشاره کرد.

برگزاری نمایشگاه‌ها چه کمکی به این صنعت می‌کند؟

نمایشگاه‌ها فرصت خوبی برای انتقال ایده شرکت‌ها، آشنایی تامین کنندگان با یکدیگر و جذب مشتریان است. علاوه بر آن، با توجه به حضور بسیاری از افراد و شرکت‌ها فضای خوبی برای ارائه محصول و خدمات وجود دارد که باید از آن به خوبی استفاده کرد.

چه چشم‌اندازی را پیش روی این صنعت متصور هستید؟

با توجه به رشد فروشگاه‌های زنجیره‌ای، موضوع توسعه شعب، بار دیگر از اواسط سال آینده شروع خواهد شد. بسیاری از فروشگاه‌ها نیز به سبک‌های جدیدی روی آورده و به تجهیزات و طراحی‌های نوین نیاز دارند، بر همین اساس آینده این کسب و کار مثبت پیش‌بینی می‌شود، هر چند که گروه صنعتی دی نیز در بخش‌های مختلف فعالیت کرده و همه آن‌ها را پوشش می‌دهد. برای مثال، در حوزه سردخانه بیش از چند هزار تن کمبود ظرفیت وجود دارد که اگر پر نشود، باروند افزایشی ضایعات مواجه خواهیم بود.

وسخن آخر...

یکی از نقطه ضعف‌های این حوزه و بخش‌های دیگر، عدم استفاده از اطلاعات دانشگاهی در فعالیت‌های کسب و کار است. به عبارتی دیگر، در این حوزه شاهد جای خالی مشاورهای متخصص و علمی کسب و کار، یعنی کسانی که به مدیران به منظور بومی‌سازی کمک کنند، هستیم. از سوی دیگر، فاصله زیادی بین دانشگاه و صنعت وجود دارد و همین موضوع مانع از دسترسی به مربی‌های کسب و کار شده است، بر همین اساس به دولت و مدیران پیشنهاد می‌شود تا در این زمینه مدرسه‌های کسب و کاری راه‌اندازی کرده تا به کسب و کارها مشاوره‌های تخصصی ارائه دهند، چون این موضوع نیاز امروز شرکت‌ها و ضرورتی برای فردا است. ■

یکی از مشکلات اصلی تامین سرمایه در گردش است که برای توسعه و گسترش این کار به نقدینگی و سرمایه نیاز است که باید موانع آن از سوی دولت برداشته شود



مدیرعامل شرکت نرم‌افزاری کیان نور رایانه

صنعت نرم‌افزاری ایران ظرفیت جهانی شدن دارد

عرفان فغانی

گسترش تکنولوژی، توسعه صنعت خرده‌فروشی و افزایش تعاملات اینترنتی، ضرورت استفاده از نرم‌افزارهای تخصصی در این حوزه را به منظور تسهیل کار فروشگاه‌های زنجیره‌ای دوچندان کرده است. در این میان، برخی از شرکت‌ها با تکیه بر دانش علمی و فنی نخبگان دانشگاهی و بر اساس تکنولوژی‌های روز دنیا، به دستاوردهای بزرگی رسیده و کشور را در این بخش به خودکفایی رسانده‌اند. با توجه به این موضوع به سراغ مهندس محمدعلی عطارها، موسس و مدیرعامل شرکت نرم‌افزاری کیان نور رایانه رفته و با وی گفت‌وگویی انجام دادیم. عطارها از سال ۱۳۷۹ وارد بازار کار فعالیت‌های نرم‌افزاری شده و پیش از این نیز به عنوان موسس و رییس دانشگاه در شهر کاشان به فعالیت پرداخته است. مشروح این مصاحبه در ادامه می‌آید.

پیاده‌سازی نرم‌افزارهایی مناسب با بازار کشور و رویکرد صادرات کردو در این راستا در سال ۱۳۸۵ اولین نسخه نرم‌افزار KCMS (نرم‌افزار جامع فروش فروشگاه‌های کیان) را به بازار کشور معرفی کرد.

این نرم‌افزار چه کمکی به حل مشکلات فروشگاه‌های زنجیره‌ای می‌کند؟

نرم‌افزارهای جامع و یکپارچه کیان، ضمن پاسخگویی و پیاده‌سازی تمامی فرآیندهای بازرگانی، فروش، مالی و مدیریت مشتریان و... مدیریت و کنترل متمرکز و به لحظه را برای سازمان در سطح دفتر مرکزی فروشگاه‌های زنجیره‌ای ایجاد می‌کند که این امر یکی از مهمترین نیازهای یک تجارت خرده‌فروشی زنجیره‌ای است. با استفاده از این سیستم نرم‌افزاری، مدیران سازمان در دفتر مرکزی می‌توانند تمامی فرآیندهای بازرگانی و فروش را به لحظه رصد کرده و به اطلاعات فروش و موجودی فروشگاه دسترسی داشته باشند. شایان ذکر است، سیستم نرم‌افزاری این شرکت قابلیت تعریف و پوشش تمام ارزها و بسیاری از زبان‌ها را دارا است و در حال حاضر با ارائه خدمات به زبان‌های فارسی، عربی، گرجی، کردی و انگلیسی قادر به همکاری با کشورهای منطقه است.

مدیران فروشگاه‌های زنجیره‌ای تا چه اندازه از خدمات این شرکت بهره‌گرفته‌اند؟

همان‌طور که اشاره کردم، سیستم کیان با ایجاد فضای مدیریت متمرکز و به لحظه کمک شایانی به مدیریت فروشگاه‌های زنجیره‌ای در هر ابعاد و وسعتی می‌کند. همچنین توانسته‌ایم با ایجاد فضاها و سیستم‌هایی نظیر باشگاه مشتریان و پرتال‌های تامین کنندگان، ارتباط سازمان و مدیران فروشگاه‌های زنجیره‌ای را با مشتریان و تامین کنندگان تسهیل کنیم. قابل ذکر است، فضاها و عملیاتی دیگری نظیر داشبوردهای اطلاعات مدیریتی مبتنی بر هوش تجاری، مدیران را در تصمیم‌گیری و راهبری سازمان خود یاری می‌کنند.

آیا به اهداف تعیین شده خود دست پیدا کرده‌اید؟

به نظر من جواب این سوال نسبی است. مطمئناً به بسیاری از اهداف تعیین شده دست پیدا کرده‌ایم که امروز شما شرکت کیان را در چنین



شرکت نرم‌افزاری کیان نور رایانه از چه سالی و با چه هدفی تاسیس شد؟

این شرکت از سال ۱۳۷۹ به عنوان بخش خارجی (OutSource) شرکت لوگ ور آلمان (LogWare) به منظور طراحی و توسعه نرم‌افزارهای صندوق فروش و مدیریت فروشگاه‌ها تاسیس شد. در این راستا در حوزه طراحی و پیاده‌سازی و نگهداشت دو محصول نرم‌افزاری به نام‌های CheckP و Lucas با شرکت مذکور همکاری کردیم. نرم‌افزار Lucas به عنوان یک نرم‌افزار پیشرفته، با استفاده از زبان برنامه‌نویسی Java توسعه داده شده بود و در سطح وسیعی در بازار اروپا به بهره‌برداری رسید. این همکاری تا اواخر سال ۱۳۸۴ ادامه داشت و در آن زمان به علت برخی از تحولات سیاسی و اقتصادی و ورود بعضی از کشورها به بازار نرم‌افزاری آلمان، مانند شرکت‌های لهستانی که حاضر بودند، ارائه خدمات برنامه‌نویسی را با هزینه پایین‌تری انجام دهند، به مرور زمان کم‌رنگ و در نهایت به پایان رسید. شرکت کیان نور رایانه با استفاده از دانش فنی به دست آمده در طول همکاری با شرکت آلمانی و تخصص کارشناسان خود و همچنین بر اساس فناوری روز دنیا، اقدام به طراحی و

جایگاهی می‌بینید و جزو مهمترین شرکت‌های نرم‌افزاری کشور به شمار می‌رود و در حوزه فعالیت خود بیشترین سهم نسبی بازار را دارا است. اهداف بزرگ‌تری را برای این مجموعه در نظر دارم که امیدوارم با کمک و یاری تمامی متخصصان و اعضای خانواده کیان به آن‌ها دست یابیم.

آیا فروشگاه‌های زنجیره‌ای از سطح خدمات این شرکت رضایت دارند؟

ما از ابتدای ارائه محصول خود به بازار بر این باور بودیم که نوع خدمات و کیفیت ارائه آن، رکن اصلی موفقیت شرکت خواهد بود، بنابراین روی این موضوع بسیار حساس بودیم و امروز با راه‌اندازی واحد رضایت‌مندی مشتریان همواره سعی در سنجش این موضوع داریم که بر اساس اطلاعات موجود، این رضایت‌مندی تا سطح بسیار خوبی افزایش داده‌ایم.

مسئولان این حوزه تا چه اندازه از این فعالیت حمایت کرده‌اند؟

این موضوع را در دو حوزه می‌توان در نظر گرفت. حوزه اول، مدیران سازمان‌هایی هستند که از نرم‌افزارها و خدمات ما استفاده می‌کنند و یا شرکت‌های همکاری هستند که در حوزه صنعت خرده‌فروشی یا فناوری اطلاعات فعالیت دارند. در این حوزه همیشه سعی ما بر این بوده تا با ایجاد فضای تعاملی با مشتریان و شرکت‌های دیگر فعالیت کنیم که به نظر من، بسیار خوب عمل شده و مدیران این حوزه همیشه حامی و یار ما بوده‌اند. حوزه دوم، سازمان‌های قانون‌گذار یا دولتی مانند سازمان امور مالیاتی، تأمین اجتماعی، وزارت فناوری اطلاعات، سازمان شرکت‌های دانش‌بنیان و... است که به واسطه قوانین و موقعیت شرکت با آن‌ها در ارتباط هستیم. به نظر من در این حوزه حمایت‌های لازم از شرکت و در کل، صنعت نرم‌افزار کشور انجام نشده و نمی‌شود.

خدمات شرکت نرم‌افزاری کیان نور رایانه از چه ویژگی منحصر به فردی برخوردار است؟

این شرکت از سیستم پشتیبانی خاصی برخوردار است، به این صورت که در تمامی روزها بدون تعطیلی از ساعت ۹ صبح تا ۹ شب خدمات پشتیبانی را به صورت تلفنی و ریموت و در صورت نیاز به صورت حضوری به مشتریان خود ارائه می‌دهد. همچنین با ایجاد بستر مناسب، ارائه خدمات برای هر مشتری توسط تیم یا افراد مشخصی انجام می‌شود که این امر باعث شده سطح کیفیت خدمات مذکور به‌طور قابل توجهی افزایش یابد، چرا که کارشناسان پس از مدتی از فرآیندها و پروسه‌های سازمان مذکور به‌طور کامل آگاهی داشته و مانند پرسنل سازمان مشتری که در محل کیان مستقر هستند، می‌توانند خدمات خود را ارائه نمایند.

چه برنامه‌ای برای توسعه فعالیت خود در نظر گرفته‌اید؟

در شرکت نرم‌افزاری کیان نور رایانه با بهره‌گیری از مشاوران برتر حوزه ریتیل و همچنین فعالیت مستمر واحد تحقیق و توسعه، همواره در تلاش هستیم تا به‌روزترین تکنولوژی‌های مورد استفاده بزرگ‌ترین ریتیل‌های (خرده‌فروشان) جهان را شناسایی و بومی‌سازی کنیم و در اختیار مدیران فروشگاه‌های زنجیره‌ای قرار دهیم. از طرفی، با توجه به قابلیت چند ارزی و چند زبانی نرم‌افزار مدیریت فروشگاه کیان بناداریم که فعالیت خود را در کشور های منطقه توسعه دهیم.

برگزاری نمایشگاه‌های مرتبط با این حوزه چه ضرورت و اهمیتی دارد؟

از آنجا که تمامی فعالان این حوزه، از تولید کنندگان نرم‌افزار و سخت‌افزار

گرفته تا فروشگاه‌های زنجیره‌ای و مراکز خرید به صورت جامع در این نمایشگاه‌ها حضور دارند، بستر مناسبی برای شبکه‌سازی فعالان صنعت و نمایش و آگاهی از جدیدترین فناوری‌ها ایجاد می‌شود و یکی از فرصت‌های رشد صنعت به شمار می‌رود که بر ضرورت تداوم سالانه چنین نمایشگاه‌هایی می‌افزاید.

شیوع کرونا چه تاثیری بر روند فعالیت‌های این شرکت داشته است؟

متأسفانه شیوع کرونا آسیب جدی به تمامی صنایع وارد کرد، اما خوشبختانه با توجه به اینکه مایک شرکت نرم‌افزاری هستیم، با استفاده از پیش زمینه دور کاری توانستیم در سریع‌ترین زمان ممکن کارمندان را به صورت دور کار در آوریم تا هم ضامن سلامتی آن‌ها باشیم و هم خللی در روند خدمت‌رسانی به مشتریان مان ایجاد نشود. همچنین تلاش کردیم، در کوتاه‌ترین زمان ممکن فروش آنلاین را برای فروشگاه‌هایی که تا آن زمان تنها به شیوه سنتی بسنده کرده بودند، راه‌اندازی نماییم تا اجازه ندهیم تعطیلی موقت فروشگاه‌ها به علت کرونا، آسیب جدی به مشتریان وارد کند و بتوانند همچنان فروش داشته باشند.

و سخن آخر...

از ابتدای فعالیت شرکت نرم‌افزاری کیان نور رایانه سعی بنده بر آن بود تا خانواده‌ای با روابط صمیمی ایجاد کنم و هیچ‌گاه خود را در جایگاه رئیس تصور نکردم، بلکه تلاش‌م بر این بود با عشق پدرا نه مجموعه را هدایت کنم که به لطف خدا این اتفاق هم صورت گرفت. اعضای فعال در شرکت کیان، همگی از نخبگان جوان ایرانی هستند و با عشق و همدلی در تلاش برای ارائه بهترین خدمات به بزرگان ریتیل (خرده فروش) می‌باشند. امیدواریم با عنایت خدای روز به‌روز بر تعداد اعضا کیان بیافزاییم و از خروج دانش و استعداد های این مرز و بوم جلوگیری کنیم. ■

با توجه به قابلیت
چند ارزی و چند
زبانی نرم‌افزار
مدیریت
فروشگاهی
کیان بناداریم که
فعالیت خود را در
کشور های منطقه
توسعه دهیم



مدیرعامل شرکت مهندسی توزین صدر

تولیدکنندگان صنعت توزین با ۳۰ درصد ظرفیت کار می‌کنند

سیدمرتضی علوی

ترازو همواره به عنوان یکی از مهمترین ابزارهای تبادل کالا در زندگی انسان نقش داشته، چنانکه سابقه و قدمت استفاده از آن به سال‌های قبل از میلاد مسیح بازمی‌گردد، به طوری که در نقاشی‌های مقبره‌های قدیم، تصاویری از ترازو مشاهده می‌شود و همواره انسان از این وسیله برای تعیین جرم اجسام استفاده می‌کرده است. این وسیله پرکاربرد در دهه‌های اخیر همپای فناوری‌های جدید دستخوش تحولات اساسی شده، به طوری که از ترازوهای دو کفه‌ای با کارکرد مکانیکی تبدیل به ترازوهای الکترونیکی و دیجیتالی تبدیل شده است. ترازو با توجه به میزان دقت اندازه‌گیری جرم و ابعاد آن به دسته‌های مختلف تقسیم و در بخش‌های مختلف صنعت مانند آزمایشگاه‌ها، کارخانه‌ها و مراکز درمانی و فروشگاه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. خدماتی همچون محاسبه وزن با دقت‌های مختلف، محاسبه قیمت کالا، چاپ فاکتور، چاپ بارکد دو بعدی، قابلیت اتصال به شبکه‌های مختلف و نرم‌افزارهای فروشگاهی از طریق wifi که مدیریت سیستم‌های فروش نیز در آن تجمیع شده، تنها بخشی از کاربردهای فراوان این وسیله است. در خصوص موانع تولید و محصولات بازار محصولات توزین با مهندس محمود دیانتي، مدیرعامل و مالک شرکت مهندسی توزین صدر گفت‌وگویی داشتیم که مشروح آن را در ادامه می‌خوانید.

داشته است. استفاده از دانش روز الکترونیک در صنعت توزین و همکاری با شرکت‌های معتبر خارجی باعث شده تا در این سال‌ها، محصولات بسیاری را برای بخش‌های مختلف بازار کشور تولید نماییم. در حال حاضر به عنوان اولین شرکت، در زمینه تولید و عرضه ترازوهای لیبل پرینتردار مجهز به نرم‌افزارهای پیشرفته قابل اتصال به تمامی نرم‌افزارهای فروشگاه‌های زنجیره‌ای مشغول به فعالیت هستیم. شایان ذکر است، بیشترین سهم بازار عرضه ترازوهای لیبل پرینتردار در اختیار شرکت مهندسی توزین صدر می‌باشد. امروزه نه تنها در اکثر فروشگاه‌های سراسر کشور، بلکه در تمامی فروشگاه‌های زنجیره‌ای مانند رفاه، شهروند، کوروش، هایپر استار و... می‌توانید محصولات این شرکت را مشاهده نمایید. برخی از این فروشگاه‌های زنجیره‌ای از ابتدا اصرار داشتند که سیستم‌های خود را از کشورهای خارجی وارد کنند و از برندهای ایرانی استفاده نکنند، اما پس از آشنایی با محصولات ما و پس از بررسی‌های لازم و آزمایش‌های فراوان، اقدام به استفاده از محصولات توزین صدر کردند. ترازوی آویز که برای فروشگاه‌های عرضه ماهی و مرغ که نیاز به محیطی با آب زیاد و شست‌وشوی فراوان دارند، تنها یکی از محصولاتی است که فقط در بخش توسعه و تحقیق این شرکت تولید می‌شود و کاملاً با نمونه‌های خارجی آن قابل رقابت و در اختیار مصرف‌کنندگان قرار گرفته است، در حالی که تا پیش از این، این محصول با قیمت‌های بالا و از خارج از کشور تامین می‌شد.

مهمترین ویژگی محصولات شما چیست؟

محصولات توزین دارای استاندارد اجباری می‌باشند و بر همین اساس تمامی تولیدات این شرکت، استاندارد کیفیت ملی ایران را دارند و با نشان استاندارد ملی ایران به بازار عرضه می‌شوند. از مهمترین ویژگی‌های محصولات شرکت مهندسی توزین صدر می‌توان به حفظ کیفیت، رعایت استاندارد، همراه با استفاده از دانش و تکنولوژی روز اشاره کرد. برخورداری از مراکز خدمات پس از فروش در سراسر کشور و ارائه آموزش‌های مستمر



درباره زمینه فعالیت شرکت توزین صدر توضیح دهید.

شرکت توزین صدر از سال ۱۳۷۸ فعالیت خود را در زمینه تولید و عرضه انواع محصولات الکترونیکی مرتبط با پایانه‌های فروش فروشگاه‌ها و کارخانه‌ها از جمله ترازوهای فروشگاهی در ظرفیت‌های مختلف، باسکول‌های الکترونیکی در ابعاد و ظرفیت‌های متنوع و همچنین صندوق‌های فروشگاهی شروع کرد و محصولات خود را با برندهای ایران به بازار عرضه می‌کرده است. در واقع محصولات ترازوی صالیران به شرکت مهندسی توزین صدر برون‌سپاری می‌شد و محصولات پس از تولید با برند صالیران به بازار می‌آمد. این همکاری تا سال ۱۳۸۷ ادامه داشت و پس از آن به شکل مستقل، محصولات تولیدی خود را با برند صدر به بازار عرضه کردیم و با بررسی نیازهای بازار و تحقیقات انجام شده، حضور موثقی در بازار داشتیم. این شرکت همواره، توسعه، تحقیق و تامین نیازهای بخش‌های مختلف بازار را یکی از ارکان اصلی فعالیت خود در نظر

به آن‌ها، توانسته پس از سال‌ها تولید و عرضه صدها هزار محصول کشور، اطمینان خاطر از خرید محصولات را در بین مصرف‌کنندگان به وجود آورد که این مورد را می‌توان از دیگر ویژگی‌های این شرکت دانست. سرعت پیشرفت صنایع الکترونیک، بسیار زیاد است و هر شرکتی که دانش بیشتری داشته باشد، می‌تواند کیفیت بالاتر را با قیمت مناسب‌تر عرضه کند. ما همیشه دو اصل را رعایت کرده‌ایم؛ نخست اینکه نیازهای جامعه را بدانیم و دوم اینکه کیفیت محصولات را در هیچ شرایطی کاهش ندهیم که این اصول باعث ماندگاری شرکت و رضایت مشتریان شده است. از حدود ۲۰ سال پیش، مجموعه‌های زیادی وارد صنف توزین شدند، اما در مقاطع مختلف از بازار خارج شده‌اند و هم‌اکنون تعداد برندهای فعال در زمینه تولید محصولات ترازوهای فروشگاهی کمتر از انگشتان یک دست است. دستیابی به کیفیت، فعالیت بسیار سخت و پیچیده‌ای را می‌طلبد و به برنامه‌ریزی دقیق نیاز دارد، اما حفظ کیفیت، کاری است بسیار پیچیده‌تر که بسیاری از شرکت‌ها از عهده آن بر نمی‌آیند. به اعتقاد بنده، توزین صدر با ارائه محصولات با کیفیت و حفظ آن، در بازار باقی مانده است.

محصولات توزین صدر شامل چه دستگاه‌هایی می‌شود؟

این شرکت در بخش‌های مختلف بازار از جمله فروشگاهی، صنعت و... فعالیت داشته است. به عنوان مثال، در بخش فروشگاهی اقدام به طراحی و تولید انواع ترازو با دقت و ظرفیت‌های متنوع و با عملکردهایی متناسب با قسمت‌های مختلف بازار کرده‌ایم. در حال حاضر دستگاه پوز اسکیل شرکت توزین صدر که ترکیبی از ترازو و صندوق فروشگاهی است، در فروشگاه‌هایی که دارای اتوماسیون فروشگاهی و نیاز به استفاده یکپارچه و تحت شبکه سیستم‌های دارند، مورد استفاده قرار می‌گیرد و همچنین بخش‌های صنعتی و کارخانه‌ها می‌توانند از باسکول‌های تولیدی این شرکت در ابعاد و ظرفیت‌های مختلف استفاده نمایند. از طرفی، در

زمینه تولید نمایشگرهای مخصوص توزین نیز فعالیت داریم که به طور کامل توسط همکاران در بخش طراحی و تحقیق و توسعه در شرکت توزین صدر انجام می‌شود. این نمایشگرها می‌توانند پرنتر دار باشند و برای خریدار فاکتور صادر نمایند که این فاکتور، کمک فراوانی در جهت شفاف‌سازی فروش و ایجاد اعتماد بین طرفین کرده است. محصولات ما در بخش‌های مختلف طراحی و تولید می‌شود. بخش اول، ترازوهای ساده‌ای را شامل می‌شوند که در واحدهای صنفی کوچک کاربرد دارند. بخش دیگر، ترازوهای مجهز به پرنتر است که در جهت شفاف‌سازی تبادلات بین خریدار و فروشنده کاربرد دارد و الزام به استفاده از آن در سراسر کشور به چشم می‌خورد. ترازوهای سری پلاس، دارای پورت‌های خروجی می‌باشند و قابلیت اتصال دستگاه‌های بار کد خوان و اتصال به پورت RS232، امکان اتصال به پورت USB، امکان اتصال به شبکه WIFI و همچنین اتصال به شبکه LAN را نیز دارند. بخش دیگری از ترازوهای ما قابلیت چاپ لیبل می‌باشند. ترازوی پوز اسکیل (POSSCALE) محصولی است که با استفاده از یک کامپیوتر و یک سیستم دقیق توزین می‌تواند به طور ترکیبی و به صورت یک ترازو یا پایانه فروش بسیار کارآمد و قوی، تمام نیازهای یک فروشگاه را تأمین نماید. علاوه بر این، ترازوی آویز برای اولین بار در ایران با ظاهری مستحکم، زیبا و با قابلیت چاپ لیبل توسط بخش طراحی و مهندسی توزین صدر، تولید و به بازار عرضه شده است. ۲۰ سال پیش ترازوها فقط عدد وزن را نشان می‌دادند و در نسل‌های بعدی، ویژگی محاسبه قیمت نیز به آن‌ها اضافه شد. در حال حاضر با توسعه و پیشرفت تکنولوژی، دستگاه توزین، ترکیبی از ترازو و کامپیوتر است که حکم یک پایانه فروش را دارد و حتی

متاسفانه مزیت
قیمتی کالاهای
قاچاق و شرایط
نامطلوب اقتصادی
مصرف‌کنندگان این
دستگاه‌ها، باعث
شده تا کیفیت در
اولویت دوم انتخاب
خریداران قرار گیرد
و مشتریان قیمت
پایین را به کیفیت
تر جیح دهند



ایرانی کاهش یافته که این موضوع تولید کنندگان را با مشکل مواجه کرده است. ترازوهای غیرمجاز چینی قیمت پایین تری نسبت به محصولات قانونی و استاندارد ایرانی دارند و طبیعتاً ظرفیت فروش بالاتری را به خود اختصاص می دهند.

برای آموزش و خدمات پس از فروش چه برنامه هایی را دنبال می کنید؟

ما در کنار مراکز خدمات در سراسر کشور و همچنین مرکز خدماتی در شرکت که به صورت حضوری در محل یا تلفنی و یا حضور در محل شرکت مشغول سرویس دهی به مشتریان می باشد، در فضای اینستاگرام، صفحه های تحت عنوان صدر سرویس (SADRSERVICE) را فعال کرده ایم که یک صفحه آموزشی رایگان است و مشتریان، همکاران و علاقه مندان به آشنایی با محصولات ما می توانند از آن استفاده کنند. در این صفحه، اطلاعات کامل درباره دستگاه ها و نحوه کار کردن با آنها ارائه می شود. بحث آموزشی از سال ها پیش برای ما اهمیت داشته، چرا که با توجه به تغییرات سریع در روش های فروش، فروشندگان ترازو حتماً به آموزش نیاز دارند و به همین دلیل تاکنون دوره های آموزشی متعددی را به صورت حضوری و آنلاین برای اپراتورها و نمایندگان برگزار کرده ایم. توزین صدر در بخش خدمات فروش نیز در سراسر کشور نمایندگانی دارد که بخشی از افرادی که در دوره های آموزشی شرکت می کنند، نمایندگان شرکت در استان های مختلف کشور هستند. علاوه بر این، بخش تحقیقات شرکت، نیاز اصناف مختلف را بررسی می کند و با اعمال این موارد در تولید، راهکارهای رفع مشکلات به اهالی آن صنف آموزش داده می شود.

اجرای طرح های توسعه ای چه جایگاهی میان شرکت های فعال در این حوزه دارد؟

در سال های اخیر طرح های توسعه ای، نه تنها برای صنف توزین، بلکه در سایر صنوف دچار مشکل شده است. محدودیت در تخصیص ارز، کاهش میزان تولید، افزایش کالاهای غیرقانونی و غیرمجاز در سطح کشور، عدم حمایت از واحدهای تولیدی در عمل، رشد و افزایش کالای قاچاق از مرزهای گمرکی و بسیاری از عوامل دیگر، مانع از اجرایی کردن برنامه های توسعه ای واحدهای تولیدی شده، به همین دلیل در حال حاضر پایداری و ماندگاری برای شرکت ها از اولویت های بالاتری نسبت به توسعه برخوردار است.

قاچاق در صنف توزین چه مشکلاتی را به وجود آورده است؟

با توجه به گستردگی مرزهای ایران با همسایگانی که نظارتی بر مرزهای خود ندارند، کالای قاچاق و غیرمجاز به راحتی وارد و بخش زیادی از بازار با این اقلام تامین می شوند که البته قیمت پایینی هم دارند. در حال حاضر حتی دست فروشان و وانت بارهایی که در اقصی نقاط کشور به فروش محصولات توزین مشغول هستند، محصولات قاچاق عرضه می کنند. آن دسته از کسبه که مغازه یا فروشگاه های کوچکی دارند، عمدتاً همین اجناس را خریداری می کنند و بخشی از این محصولات نیز از مرزهای قانونی، ولی بدون استاندارد و تشریفات گمرکی وارد کشور می شوند، اما با مستندات غلط. این موارد عمدتاً در خرده فروشی اتفاق می افتد، چرا که فروشگاه های زنجیره ای و بزرگ، معمولاً به سیستم های پیشرفته ای نیاز دارند که توسط شرکت های متخصص پشتیبانی شوند. البته ما در زمینه

امکان مدیریت سایر سیستم های فروش را میسر می کند. ما سیستم های خود را مطابق با تکنولوژی جهان به روز کرده و محصولات تولید کرده ایم که قابل رقابت با نمونه های خارجی هستند. محصولات ما در بخش سخت افزاری و نرم افزاری، حاصل تلاش محققان مجموعه است.

برای صادرات چه اقداماتی انجام داده اید؟

متأسفانه به دلیل شرایط موجود و نوسانات بازار، به صورت مستقیم وارد عرصه صادرات نشده ایم، اما این مهم از طریق نمایندگان در استان های مرزی صورت می گیرد. با توجه به وضعیت تحریم کشور و سختی تامین مواد اولیه در این شرایط، حتی برای تامین نیاز داخلی، به لحاظ تیراژ با مشکل روبه رو هستیم، به طوری که کارخانه های تولیدی در این صنف با کمتر از ۳۰ درصد ظرفیت خود مشغول به کار می باشند.

محصولات توزین صدر تا چه اندازه قابلیت رقابت با نمونه های خارجی را دارد؟

کیفیت محصولات توزین صدر، قابل رقابت با برندهای خارجی دارای استاندارد است، اما مشکل این است که تیراژهای پایین تولید، وجود تحریم در سال های گذشته و عدم تامین به موقع مواد اولیه، رقابت را به لحاظ مختلف با مشکل مواجه کرده است. در ۱۰ سال گذشته، تحریم ها باعث شده تا هزینه های تامین قطعه افزایش چشمگیری پیدا کند. از آنجایی که با تحمیل هزینه های زیاد مجبور به دور زدن تحریم ها هستیم، قطعات با قیمت بالایی به دست ما می رسد و بر همین اساس امکان رقابت با دستگاه و ترازوهای چینی را نداریم. بحث دیگر اینکه، بخش قابل توجهی از این دستگاه ها به شکل غیرقانونی و یا از مبادی قانونی، ولی بدون تشریفات قانونی ورود کالا مانند بازرسی، استاندارد و... وارد می شوند و وارد کنندگان آنها، هزینه های گمرک و استاندارد را نمی پردازند. این بخش از محصولات، کیفیت و قیمت پایینی دارند، در حالی که اگر با همان استاندارد که محصولات ایرانی تست می شوند، ترازوهای چینی را هم تست نمایند، بیش از ۹۰ درصد آنها مردود می شوند. استاندارد در برخورد با ترازوهای چینی تنها اقدام به وزنه گذاری در محل مشتری می کند و با پرسب خود مجوزی بر قانونی بودن آنان می شود. هر روز سهم بازار ترازوهای چینی بیشتر می شود و در مقابل، سهم بازار ترازوهای

محدودیت در تخصیص ارز، کاهش میزان تولید، افزایش کالاهای غیرقانونی و غیرمجاز در سطح کشور، عدم حمایت از واحدهای تولیدی در عمل، رشد و افزایش کالای قاچاق از مرزهای گمرکی و... مانع از اجرایی کردن برنامه های توسعه ای واحدهای تولیدی شده است



تولید ترازوهای مناسب برای فروشگاه‌های کوچک نیز فعالیت داریم، اما همان طور که بیان شد، اکثر واحدهای صنفی کوچک، نیاز خود را با محصولات قاچاق تامین می‌کنند. متأسفانه قاچاق در سطح گسترده‌ای وجود دارد، به طوری که در حال حاضر ۷۰ درصد نیاز بازار با ترازوهای چینی غیر مجاز تامین می‌شود. در برهه‌ای از زمان، تولیدات داخلی در سال به ۱۰۰ هزار ترازو می‌رسید، اما هم‌اکنون سقف تولید واحدهای تولید داخلی بسیار پایین آمده است. با توجه به اینکه بازار ترازوهای ساده در اختیار ترازوهای چینی قرار گرفته، شرکت توزین صدر فعالیت خود را در بخش‌های ترازوهای که نیاز به نرم‌افزار و پشتیبانی مهندسی و با تکنولوژی بالا است را ادامه می‌دهد و در این راستا نیاز فروشگاه‌های زنجیره‌ای را تامین می‌نماید. به اعتقاد بنده، اگر جلوی قاچاق دستگاه‌های توزین گرفته نشود، به مرور زمان شاهد حذف تولید کنندگان این صنف خواهیم بود. متأسفانه مزیت قیمتی کالاها، قاچاق و شرایط نامطلوب اقتصادی مصرف کنندگان این دستگاه‌ها، باعث شده تا کیفیت در اولویت دوم انتخاب خریداران قرار گیرد و مشتریان قیمت پایین را به کیفیت ترجیح دهند. در چنین شرایطی واحدهای تولیدی با کاهش شدید تیراژ تولید و به ناچار، افزایش قیمت کالای خود مواجه می‌شوند. به طور خلاصه با نگاهی به کاهش تعداد واحدهای تولیدی دارای پروانه استاندارد در سال‌های قبل و همچنین تعداد محصولات تولیدی آن‌ها یا به عبارتی، کاهش ظرفیت تولید آن‌ها می‌توان خسارات و صدماتی که واردات غیر قانونی و قاچاق کالا به این صنف وارد کرده را مشاهده کرد.

موضوع دیگر اینکه، سال‌های سال است که همه درگیر کلمه «اگر» هستیم. اگر جلوی قاچاق گرفته نشود، تولید کننده داخلی تیراژ تولیدات خود را افزایش خواهد داد و در این صورت، امکان کاهش قیمت را نیز خواهد داشت. پشت تمام محصولات توزین صدر، یک کد ۱۰ رقمی درج شده که از هر کجای ایران، شناسایی اصالت و ارتباط شرکت سازنده را ممکن می‌کند. مشتریان مادر هر شرایطی می‌توانند از توزین صدر خدمات دریافت کنند و باید پاسخگوی مراجعات آنان باشیم. متأسفانه هیچ نظارتی روی ترازوهای چینی نیست، به طوری که فروشنده به مشتری می‌گوید، پس از خرید ترازو، دیگر هیچ مسئولیتی در قبال عملکرد آن ندارد، در حالی که شرکت توزین صدر بابت آزمایش استاندارد تک‌تک محصولات هزینه می‌کند. در حال حاضر آزمونی به نام EMC وجود دارد که هر سه ماه یک‌بار انجام می‌شود. اگر یک‌بار در این آزمون با شکست مواجه شویم، کارخانه کاملاً پلمب می‌شود. ترازویی که در خارج از کشور به قیمت ۲۰ دلار خریداری شده، قطعا در سطح چنین آزمون‌هایی نیست. متأسفانه در نبود نظارت قانونی، بازار مملو از ترازوهای بی‌کیفیت و ارزان است که هیچ‌یک از استانداردهای لازم را ندارند.

قطعات الکترونیکی مورد نیاز در این صنف از چه طریقی تامین می‌شود؟

هم‌اکنون اکثر واحدهای تولیدی کشورمان، توانایی کار سخت‌افزاری و نرم‌افزاری جهت تولید ترازو و باسکول الکترونیکی را ندارند، اما اگر تولید ملی به معنای این است که تمام قطعات باید در داخل تولید شود، این امر در دستگاه‌های الکترونیکی به دلیل عدم وجود تولید قطعه الکترونیکی در کشور امکان‌پذیر نیست. لازم به ذکر است، تمام نرم‌افزارهای مورد

استفاده و همچنین طراحی بُرد و سخت‌افزار و طراحی و تولید قالب‌های صنعتی در ترازوهای شرکت مهندسی توزین صدر، در داخل مجموعه یا در داخل کشور توسط شرکت‌های ایرانی تولید شده‌اند. تمام قالب‌ها هم در کشورمان تولید می‌شوند، اما قطعات الکترونیکی کاملاً به شکل وارداتی تامین می‌شوند.

آیا برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌های صنفی، در مسیر رفع مشکلات بوده است؟

با توجه به اینکه سازمان ملی استاندارد در سال ۱۳۰۴ اولین حرکت خود را با تصویب قانون اوزان و مقیاس‌ها آغاز کرده، یکی از مشکلات اصلی این صنف، نداشتن متولی و یک سازمان یا اتحادیه اجرایی است. پس از گذشت حدود ۱۰۰ سال هنوز واحدهای تولیدی این صنف یک اتحادیه مستقل کشوری یا استانی ندارند. انجمن کارفرمای تولید کنندگان وسایل سنجش و توزین، تنها سازمانی است که به سختی پیگیر مشکلات صنف و در صدد ایجاد هماهنگی با دیگر سازمان‌ها می‌باشد که به دلایلی پس از تعطیلی چند ساله مجدداً توسط چند نفر از همکاران تشکیل و حدود سه سال است که فعالیت دوباره خود را آغاز کرده است. بنده نیز مدتی به عنوان عضو هیات مدیره و در حال حاضر نیز بازرس انجمن کارفرمای در خدمت این صنف هستم. تلاش ما این است که در آینده، اتحادیه‌ای به صورت کشوری تشکیل دهیم تا مشکلات این صنف را ساماندهی و از طریق مبادی قانونی مرتفع کنیم، اما برای کشوری که ۱۰۰ سال از تولید ترازو در آن می‌گذرد، خیلی دیر است؛ خصوصاً که به دلیل ملاحظات شرعی، بحث استاندارد در تولید ترازو از همان سال‌های ابتدایی اعمال شده است. شاید باورتان نشود که برخی از همکاران مادر اتحادیه تعمیر کاران خودرو عضویت دارند. چرا یک صنف ۱۰۰ ساله هنوز اتحادیه ندارد؟ مشکلات زیادی در این صنف وجود دارد که با وجود اتحادیه قوی و متشکل از اعضای صنف می‌توان نسبت به رفع آن‌ها اقدام کرد. اتحادیه می‌تواند اقدامات مناسبی را برای جلوگیری از قاچاق ترازو به کشور انجام دهد. البته مانعی گوییم که واردات انجام نشود، اما باید شرایط به گونه‌ای باشد که هر ترازویی، تنها بعد از گذراندن شرایط گمرکی و بعد از پاس کردن آزمون‌های استاندارد مربوطه، قابلیت عرضه در بازار را پیدا کند. ■



با توجه به تحریم کشور و سختی تامین مواد اولیه در این شرایط، برای تامین نیاز داخلی، به لحاظ تیراژ با مشکل روبه‌رو هستیم، به طوری که کارخانه‌های تولیدی در این صنف با کمتر از ۳۰ درصد ظرفیت خود مشغول به کار می‌باشند

نایب رئیس انجمن کارفرمایی لوازم خانگی ایران مطرح کرد

رقابت کیفی برخی از لوازم خانگی ایرانی با مشابه خارجی

مصطفی حاتمی

تحریم‌ها و منع ورود کالاهای خارجی فرصت خوبی را در اختیار تولیدکنندگان داخلی قرار داد تا با انگیزه و علاقه بیشتری به تولید پرداخته و از نظر رعایت پارامترهای کیفی نیز دست کمی از شرکتهای خارجی نداشته باشند. از سوی دیگر، این موضوع با توجه به جای خالی برندهای خارجی و قیمت بسیار بالای آنها، فروش و عرضه لوازم خانگی داخلی را رونق داد. برای بررسی این موضوع به سراغ مهندس محمدرضا جعفری، نایب رئیس انجمن کارفرمایی لوازم خانگی ایران رفته و با وی گفت‌وگو پرداختیم که ماحصل آن در ادامه می‌آید.

این میان، از حاکمیت انتظار می‌رود که برای تحریک تقاضا در این زمینه ورود پیدا کند. امیدوارم با توافقاتی که در حوزه سیاسی صورت خواهد گرفت، گشایشی ایجاد شود و نرخ ارز به منظور افزایش توان خرید مردم کاهش پیدا کند. امروزه در بسیاری از کشورهای دنیا بازار با تورم ۵ الی ۱۰ درصدی رکودی سنگین را تجربه می‌کند، در حالی که نرخ تورم در کشورمان در رابطه با برخی از صنایع مثل صنایع غذایی ۱۰۰ الی ۱۵۰ درصد افزایش داشته است.

تعدد برندهای لوازم خانگی چه چالش‌هایی را ایجاد خواهد کرد؟

این موضوع به سیاست‌های اشتباه کشورمان در سال‌های گذشته و دولت‌های سابق بازمی‌گردد که موجب شده خودروسازی و فولاد نیز در همین مسیر حرکت کنند، اما باید دانست که در صنعت لوازم خانگی ظرفیت‌ها مهم است و در صورت اقتصادی نبودن آن، تولید رقابت‌پذیر نخواهد بود. تعدد برند باعث شده که کشورمان نتواند یک برند منطقه‌ای قوی برای صادرات داشته باشد. از سوی دیگر، حجم سرمایه‌ها کوچک و توان شرکت‌ها نیز پایین است، در حالی که اگر یک یا دو برند قوی در کشورمان وجود داشت، به حوزه کشورهای آسیای میانه، یعنی کشورهای عربی بهتر ورود می‌کردیم. مساله دیگر، عدم عملکرد مناسب کشور در برندسازی طی سال‌های گذشته است. تعدد برند موجب شده که واحدها نتوانند کالاهایی تولید کنند که در بازارهای خارجی رقابت‌پذیر باشد، بر همین اساس اگر درهای کشور به روی برندهای خارجی باز شود با مشکلات زیادی مواجه می‌شویم.

چه عاملی باعث عدم ارتباط مناسب ایران با کشورهای عربی در زمینه صادرات محصولات لوازم خانگی شده است؟

قطاع دیپلماسی کشور در این موضوع اثر دارد. متأسفانه اتاق‌های بازرگانی و سفارتخانه‌ها در زمینه اقتصادی عملکرد مطلوبی نداشته و عمده تمرکز آنها بر موضوعات سیاسی بوده است. علاوه بر این، ریزش‌های بازرگانی کشورمان به حوزه اقتصادی تسلط کمتری داشته‌اند. البته در کنار این موضوع عوامل دیگری مانند مشکلات موجود برای جابه‌جایی



مهمترین دغدغه فعلی صنعت لوازم خانگی کشور چیست؟

یکی از مهمترین معضلات کنونی این صنعت با وجود تورم شدید و کاهش قدرت خرید مردم، رکود است که تقریباً از نیمه دوم سال گذشته بر صنعت لوازم خانگی کشور حاکم شده است. در حقیقت باید گفت، امروز صنعت لوازم خانگی از اولویت ضروری مردم خارج شده، در حالی که بازار کار تعمیر کارها به دلیل کثرتی که مردم برای حفظ کالاهای قدیمی خود دارند، رونق گرفته است. از سوی دیگر، این وضعیت موجب شده تا طبقه متوسط به عنوان موتور محرک صنعت لوازم خانگی، در حال حذف شدن باشند، به طوری که هم‌اکنون ۹۰ درصد مردم مستحق دریافت یارانه بوده و طبقه متمول جامعه نیز به سمت خرید کالاهای خارجی یا قاچاق حرکت کرده‌اند.

آیا مشکلی در فرآیند تولید و تیراژ لوازم خانگی وجود دارد؟

هم‌اکنون کالا از ابعاد متوسط گرفته تا کوچک و بزرگ به وفور در بازار موجود است. به جز چند محصول مانند ظرفشویی، یخچال و تلویزیون، در مابقی بخش‌ها عرضه آزاد بوده و انبارها پر از کالا است، اما طبیعتاً با کاهش قدرت خرید، کارخانه‌ها با ظرفیت پائینی در حال تولید هستند. در

صنعت لوازم خانگی به دلیل ورود بخش خصوصی در شرایط تحریمی به رشد قابل توجهی دست یافته و نمونه محصولات آن را نمی‌توان از برندهای معتبر خارجی تفکیک کرد

پول و سوئیفت نیز اثر گذار است، به طوری که امروزه ۹۰ درصد صادرات کشورمان تنها به دو کشور عراق و افغانستان که سیستم بانکی ندارند، صورت می گیرد، از این رو برای برقراری ارتباط مناسب با دیگر کشورها ابتدا باید مشکل تحریم ها حل شود و سپس شاهد گشایش LC و تسهیل جابه جایی پول باشیم که هم اکنون هزینه و ریسک بالایی دارد.

مردم تا چه اندازه به سوی خرید برندهای خارجی تمایل دارند؟

بخشی از مردم به جای خرید کالای ایرانی به سمت خرید محصولات خارجی بدون گارانتی می روند. در سال های گذشته برندهای خارجی مثل سامسونگ، ال جی و بوش مشتریان زیادی داشت، به طوری که سبد جهیزیه نو عروسان نیز با این برندها تکمیل می شد. البته باید گفت که توان تولید برندهای خارجی با داخلی قابل قیاس نیست. برای مثال، گاهی حدود ۱۸۰۰ کانتینر لوازم خانگی خارجی در گمرک رسوب می کرد، در حالی که کل موجودی انبار یک تولید کننده داخلی ۱۵ کانتینر است. از سوی دیگر، کشورمان واردات زیادی از این برندهای خارجی داشته، به طوری که کره ای ها هم اذعان داشته اند که بزرگ ترین بازار آن ها ایران است.

آیا از نظر کیفیت، محصولات داخلی با خارجی برابری می کند؟

با توجه به بسته شدن درهای صنعت خودروسازی به روی واردات، این صنعت در وضعیت نامناسبی قرار دارد، اما صنعت لوازم خانگی به دلیل ورود بخش خصوصی در شرایط تحریمی به رشد قابل توجهی دست یافته و نمونه محصولات آن را نمی توان از برندهای معتبر خارجی تفکیک کرد. لازم به ذکر است، این صنعت مسیر رو به رشدی را طی کرده و در تولید محصولی مانند اجاق گاز از مواد اولیه صد درصد داخلی استفاده کرده است.

در صنعت لوازم خانگی تا چه اندازه نیاز به واردات وجود دارد؟

همان طور که ذکر شد، محصولی مثل اجاق گاز صد درصد داخلی بوده و نیازی به واردات ندارد. یخچال فریزر نیز به چند قطعه برای واردات نیاز دارد و مابقی قطعات مورد نیاز آن داخلی سازی شده است. بسیاری از مواد اولیه دیگر نیز اخیراً تولید داخل شده که حاکی از عمق تولید در این حوزه و صنعت قطعه سازی کشور است.

تولید کنندگان کشورمان در بخش خدمات پس از فروش تا چه اندازه موفق عمل کرده اند؟

در این زمینه وزارت صمت فعالیت های خوبی انجام داده است. به عنوان مثال، این وزارتخانه سامانه هایی تعریف کرده که در آن کد شناسه کالا تعریف شده تا بر این اساس به مشتریان ضمانت نامه داده شود. از سوی دیگر، از آنجایی که در صنعت لوازم خانگی بازار کاملاً رقابتی است، شرکت ها در حوزه خدمات پس از فروش با یکدیگر رقابت تنگاتنگی دارند. در صورتی که اگر خدمات خوب نباشد، مصرف کننده تبلیغ کننده ای منفی برای کالاها خواهد بود، اما هم اکنون تولید کنندگان داخلی حتی بهتر از خارجی ها در بحث خدمات پس از فروش عمل کرده اند.

اقدامات نمایندگان مجلس در زمینه رونق تولید و اشتغال زایی را چطور ارزیابی می کنید؟

به لطف خدا در استان مرکزی که پایتخت صنعتی ایران است، ارتباط خوبی

بین تولید کنندگان با نمایندگان مجلس برقرار است، به طوری که دکتر علی اکبر کریمی، عضو کمیسیون صنعت چندین بار از کارخانه ها بازدید کرده و به طور جدی از مسائل آن ها نکته برداری کرده است. به طور کل باید گفت، خوشبختانه ارتباط بین صنعت و نمایندگان بسیار خوب بوده است.

آیا ارتباط مناسبی بین صنعت لوازم خانگی با دانشگاه و شرکت های دانش بنیان برقرار است؟

این امر به عنوان حلقه و زنجیره مفقوده صنعت لوازم خانگی به شمار می رود، در حالی که کشورهای اروپایی در این زمینه بسیار خوب عمل کرده اند. باید دانست که اگر شرکت های دانش بنیان در کنار سرمایه و واحدهای صنعتی قرار گیرند، رشد دو برابری را تجربه خواهند کرد، بر همین اساس در صدد هستیم که با وجود فاصله زیاد فعلی، ارتباط بین صنعت و دانشگاه برقرار شود.

برای صنعت لوازم خانگی کشور چه چشم اندازی را ترسیم می کنید؟

صنعت لوازم خانگی در شمار صنایع بزرگ کشور بوده و به عنوان موتور محرک اقتصاد کشور به شمار می رود، به طوری که با تحریک آن صنایعی مثل مس، آلومینیوم، شیشه و... رونق گرفته و صادرات افزایش خواهد یافت. امید است با توافقات برجام، روابط تکنولوژی و اقتصادی کشورمان مثل دیگر کشورها با دنیا عادی شده و ضمن ورود سرمایه گذاران خارجی و ایجاد سرمایه گذاری های مشترک، از ظرفیت ها و مزیت های داخلی صنعت لوازم خانگی به نحو مطلوبی در جهت تامین کل منطقه استفاده شود، چرا که در این راستا ظرفیت کافی در این صنعت وجود دارد.

و سخن آخر...

با توجه به مزایای زیادی که در صنعت لوازم خانگی وجود دارد، توافقات برجام به تحولات مثبتی منجر خواهد شد. امیدواریم با عادی سازی روابط و دیپلماسی سیاسی، شرایط خوبی برای رونق اشتغال و افزایش قدرت خرید مردم ایجاد شود. اگر این امر اتفاق بیفتد، هیچ انتظار دیگری از دولت نخواهیم داشت. ■

متأسفانه اتاق های بازرگانی و سفارتخانه ها در زمینه اقتصادی عملکرد مطلوبی نداشته و عمده تمرکز آن ها بر موضوعات سیاسی بوده است



مدیرعامل شرکت نانو مهیار

بستر سرمایه‌گذاری در صنعت نانو نساجی فراهم است

سارا نظری

دستیابی به فناوری نانو و امکان بهره‌گیری از آن در صنایع و تولید محصولات موجب ارتقاء کیفی و ایجاد دستاوردهای نوینی شده است که بخش قابل توجهی از آن‌ها در صنعت نساجی و پوشاک و منسوجات به کار گرفته شده است. استفاده از این فناوری می‌تواند به محصولات بافتنی قابلیت آنتی‌باکتریال دهد و همچنین عمر مصرفی محصولات را بالا ببرد. حال این سوال پیش می‌آید که «آیا شرایط سرمایه‌گذاری در صنعت نانو نساجی فراهم است؟» و «تکنولوژی نانو چه تاثیری بر توسعه صنعت نساجی کشور داشته است؟» برای دریافت پاسخ مناسب، گفت‌وگویی با محمود ضرابی، مدیرعامل شرکت نانو مهیار و یکی از پیشکسوتان نانو نساجی انجام داده‌ایم. وی معتقد است: «شرایط تولید در این صنعت بسیار فراهم است و افراد علاقه‌مند می‌توانند با فراغ بال در این حوزه سرمایه‌گذاری کنند و فراگیری تخصص‌های مربوط به این صنعت، بازار بایی، ابتکار و نوآوری می‌تواند باعث موفقیت سرمایه‌گذاری‌ها شود.» مشروح این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

آیا به اهداف مورد نظر خود در سال گذشته دست پیدا کرده‌اید؟

ایجاد نوآوری، ارتقاء فناوری و استفاده از تکنولوژی روز جهان و همچنین ارتقاء کیفیت و تنوع طراحی‌ها، اهداف شرکت نانو مهیار را در سال گذشته تشکیل می‌دادند که خوشبختانه در سطح بالایی به این اهداف دست پیدا کردیم. همچنین عقد قرارداد با برندهای بزرگ داخلی و خارجی، از دیگر اهداف ما به‌شمار می‌آمد که تاکنون در این زمینه نیز موفق عمل کرده‌ایم. به جز این موارد، یکی از اهداف اصلی ما حفظ مشتریان و وفادار نگه‌داشتن آن‌ها است که خوشبختانه در این زمینه نیز موفقیت‌های خوبی را برای ما به همراه داشته است.

شرکت نانو مهیار به منظور توسعه فعالیت‌های خود چه تدابیری اتخاذ کرده است؟

ایجاد موقعیت شغلی توأم با آموزش نیروهای جوان و تحصیل کرده برای به کارگیری در قسمت‌های مختلف طراحی، بهره‌وری و بازرگانی داخلی و خارجی مجموعه نانو مهیار، به عنوان طرح توسعه شرکت تعریف شده است. همچنین تقویت بخش تحقیق و پژوهش این شرکت برای ایجاد محصولات هوشمند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و درصدد محقق کردن آن هستیم. یکی دیگر از طرح‌های توسعه‌ای شرکت نانو مهیار، ایجاد ارتباط و تعامل با سایر بخش‌های صنعت و همچنین دانشگاه‌های کشور بوده که به صورت جدی این اهداف را دنبال می‌کنیم. همچنین برای توسعه فعالیت‌های خود در نظر داریم، ماشین‌آلات مدرن و پیشرفته‌ای را در حوزه بافت لباس‌های ورزشی و پارچه‌های خاص که به صورت دور بسته و به اصطلاح «فینیشینگ» کاربرد دارند، تهیه و مورد بهره‌وری قرار دهیم.

در خصوص مهمترین دستاوردهای شرکت نانو مهیار توضیحاتی ارائه فرمایید؟



مهمترین محصولات تولیدی شرکت نانو مهیار چه کالاهایی هستند؟

از مهمترین محصولات نانو مهیار می‌توان به جوراب، دستکش، حوله و لباس زیر اشاره کرد. مادر تولیدات خود از فناوری نانو استفاده می‌کنیم که به آن خاصیت آنتی‌باکتریال می‌دهد و همچنین محصولات را ضدلک، آب‌گریز و ضدبو می‌کند. خوشبختانه میزان استقبال مردم از محصولات ما چشمگیر بوده که این استقبال مرهون کیفیت بالا، رنگ‌بندی متنوع و بسته‌بندی شیک تولیدات ما است. شایان ذکر است، مجموعه نانو مهیار به شکل مستقر، ۵۰ نیروی کار و همچنین بیش از ۱۰۰ نماینده در سراسر کشور دارد که محصولات ما را در مراکز استان‌ها و شهرهای بزرگ توزیع می‌کنند. ناگفته نماند، طراحی‌های متنوع، قیمت مناسب و توزیع گسترده باعث شده که طیف‌های مختلفی از مشتریان جذب محصولات تولیدی شرکت نانو مهیار شوند.

مهمترین دستاورد این شرکت، ایجاد فضایی علمی و استفاده از نیروهای متخصص و خلاق بوده است. همچنین به نتایج تحقیقاتی خوبی در زمینه استفاده از مواد کیتوسان که یک نانوی ارگانیک و بهبود دهنده گردش خون است، دست پیدا کرده ایم که حاصل فعالیت علمی در بخش تحقیق و توسعه شرکت نانو مهیار بوده که در پارک علم و فناوری استان زنجان، مستقر است. در واقع تمامی مواد اولیه محصولات ما از جمله اکسیدروی، کلوتید نقره، نانومس و کیتوسان، در این واحد تولید می شود.

به منظور تحقق شعار سال مبنی بر «تولید، دانش بنیان و اشتغال آفرین» چه برنامه هایی را در نظر دارید؟

نانو مهیار از بدو تاسیس تاکنون، قدم های بلندی را در مسیر تولید دانش بنیان و اشتغال آفرینی برداشته است. اولین جوارب نانو در کشور، در سال ۱۳۸۲ توسط شرکت نانو مهیار تولید شد و در سال ۱۳۸۳ شاهد عرضه این محصول بودیم. در آن دوره، مردم با نانو آشنایی نداشتند و اولین بار از این طریق با کاربرد نانو در تولید پوشاک آشنا شدند. ما جزو اولین شرکت هایی بودیم که صنعت را همپای دانش پیش برده ایم و همواره تلاش کرده ایم تا تجربیات خودمان را در اختیار دانشگاه ها و پژوهشگران قرار دهیم و همکاری های لازم را در این زمینه داشته باشیم.

برای صادرات محصولات نانو مهیار چه اقداماتی انجام داده اید؟ در این مسیر با چه مشکلاتی مواجه هستید؟

در زمینه صادرات نیز به موفقیت های قابل توجهی دست پیدا کرده ایم که می توان به تحقق صادرات به کشورهای همسایه و حتی کشورهای اروپایی اشاره کرد. در این زمینه، حضور در نمایشگاه های بین المللی جزو برنامه های همیشگی شرکت نانو مهیار است. این کار با هدف انجام مذاکرات و شناخت از مختصات فرهنگی و نیازهای مطرح در هر کشور انجام می شود. مشکلات عده ای سر راه صادرات وجود دارد، اما با تلاش و بررسی های به عمل آمده، به کشورهای زیادی به ویژه ایتالیا که یکی از بزرگ ترین تولید کنندگان ماشین آلات جوراب بافی است، صادرات داشته ایم. در واقع مثل این است که ما گزرابه اصفهان و سوهان را به قم فروخته باشیم. این مساله، گواهی بر توانمندی و کیفیت بالای محصولات نانو مهیار است.

آیا شرایط سرمایه گذاری در این صنعت فراهم است؟ توصیه شما به کسانی که به تازگی قصد سرمایه گذاری در این صنعت را دارند، چیست؟

شرایط تولید در این صنعت بسیار فراهم است و افراد علاقه مند به این صنعت می توانند با فراغ بال در این حوزه سرمایه گذاری کنند. توصیه بنده این است که فراگیری تخصص های مربوط به این صنعت، بازاریابی، ابتکار و نوآوری می تواند باعث موفقیت سرمایه گذاری ها شود. در این باره، این آمادگی در مجموعه ما وجود دارد که اطلاعات و مشاوره های لازم را به علاقه مندان حوزه سرمایه گذاری ارائه کنیم.

تکنولوژی نانو چه تاثیری بر توسعه صنعت نساجی کشور داشته است؟

تکنولوژی نانو در ایران بسیار پیشرفته است و مقام های خوبی را در ارزیابی های علمی بین المللی کسب کرده ایم که این دستاوردها می تواند

تحولات زیادی را در صنعت نساجی به وجود آورد. استفاده از تکنولوژی نانو می تواند عمر و کیفیت محصولات را از تقاء بخشد و ثبات رنگ و قابلیت های بالایی را در آن ها ایجاد کند.

صنعت نساجی کشور با چه چالش هایی مواجه است و دولت چه نقشی می تواند در رفع این چالش ها داشته باشد؟

صنعت نساجی و پوشاک، نمایانگر فرهنگ هر کشور محسوب می شود، به همین دلیل دولت ها حمایت از این صنعت را جزو اولویت های خود قرار می دهند. نساجی، صنعتی اشتغال زا است و هزینه بری پایینی نسبت به سایر صنایع دارد و کشورها با رواج دادن آن می توانند ضمن جلوگیری از خروج ارز، نیاز داخلی مردم خود را برآورده کنند و در مسیر صادرات و ارزآوری نیز قدم بردارند. باید از این صنعت حمایت شود و مسئولان به صورت جدی وارد میدان شوند. قوانین دست و پاگیر و مشکلاتی که کار را برای فعالان صنعت نساجی سخت کرده، باید تسهیل و از سر راه برداشته شوند که در چنین شرایطی شاهد شکوفایی آن در آینده نزدیک خواهیم بود.

و سخن آخر...

در پایان باید به این نکته اشاره داشته باشیم که صادر کنندگان محصول، به مواد اولیه متنوع نیاز دارند. بخشی از این مواد، طبیعتاً در کشور تولید نمی شود و دسترسی به آن ها نیازمند واردات است. در همین راستا، دولت باید تمهیدات و تسهیلاتی در نظر بگیرد تا تولید کنندگان در واردات این اقلام، آزادی عمل داشته باشند تا بلکه زمینه توسعه صادرات و ارزآوری خود را گسترش دهند. ■



نساجی، صنعتی
اشتغال زا است و
هزینه بری پایینی
نسبت به سایر صنایع
دارد و کشورها با رواج
دادن آن می توانند
ضمن جلوگیری از
خروج ارز، نیاز داخلی
مردم خود را برآورده
کنند و در مسیر
صادرات و ارزآوری نیز
قدم بردارند

مدیر عامل نساجی بروجرد

دولت باید برای صنایع نساجی مزیت‌سازی کند

سارا نظری

صنعت نساجی می‌تواند در حوزه‌های مختلف از جمله تولید، ارزش‌آوری و اشتغال‌زایی، مزیت‌های چشمگیری را برای کشور ایجاد کند، اما در دهه‌های اخیر، این صنعت ریشه‌دار در کشورمان به فراخور تشدید تحریم‌ها و نوسانات قیمت در بازار مواد اولیه با چالش‌هایی جدی مواجه شده است. در این میان، نساجی بروجرد تلاش کرده، با اجرایی کردن طرح‌های توسعه‌ای، خلاف شرایط موجود پیش برود. هر چند که امیداعلایی، مدیر عامل این شرکت معتقد است: «تداوم این راه نیازمند مزیت‌سازی دولت برای تولیدکنندگان است و باید امکان ورود آن‌ها را به بازارهای منطقه‌ای فراهم آورد.» در این خصوص گفت‌وگویی با این فعال صنعت نساجی انجام داده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

بهره‌برداری رسید و فاز دوم آن نیز در اواسط دهه ۷۰ به چرخه تولید اضافه شد. این مجموعه با هدف تولید کالاهای نساجی اعم از ملحفه، لباسی و چادر نمازی و محصولاتی از این دست آغاز به کار کرد و خط تولید آن از دو سالن ریسندگی، دو سالن بافندگی و چند خط کامل چاپ و رنگرزی در عرض‌های مختلف پارچه تشکیل شده است. نساجی بروجرد از زمان تأسیس تا چند سال پیش، عمده محصولات خود را در اختیار تجار محترم قرار می‌داد و به جز چند فروشگاه معدود که یکی از آن‌ها مقابل کارخانه قرار داشت، ارتباط چندانی با مصرف‌کنندگان محصولات خود نداشت. خوشبختانه بر اساس سیاست‌های هیأت مدیره محترم، بحث توسعه فروشگاهی و ارتباط مستقیم با مصرف‌کنندگان واقعی در دستور کار قرار گرفت، به طوری که در حال حاضر چهار و یکمین فروشگاه نساجی بروجرد در یک بازه زمانی ۹ ماهه به بهره‌برداری رسیده و ۲۲ استان را به شکل مستقیم تحت پوشش قرار داده‌ایم و عرضه مستقیم محصولات به دیگر استان‌ها نیز در دستور کار قرار داد.

چرا به حوزه فروش مستقیم محصولات وارد شدید و این مساله چه چالش‌هایی را به همراه داشته است؟

ضمن احترام به تجار محترم که همیشه با نساجی بروجرد همکاری داشته‌اند، محدودیت‌هایی در بخش فروش وجود داشت که برای برطرف کردن آن‌ها، تصمیم به توسعه سریع بخش فروش گرفتیم. همان‌طور که می‌دانید، راه‌اندازی فروشگاه‌های متعدد با مدیریت مرکزی کار ساده‌ای نیست و همواره با چالش‌هایی از جمله تأمین مالی و تجهیز فروشگاه‌ها و همچنین برنامه‌ریزی برای تولید محصولاتی که بتوان آن‌ها را در فروشگاه‌ها به فروش رساند، همراه است. با این حال در ماه‌های آتی، تمام استان‌های کشور را از مزیت‌های قیمتی بهره‌مند خواهیم کرد. یکی از تجربیات جدید ما در اداره فروشگاه‌ها نیز، اجرای طرح‌های فروش تخفیفی به صورت یکپارچه است که با ساختن‌های خاصی انجام می‌شود، ولی به لطف خداوند و همت همکاران در بخش‌های فروشگاه، پشتیبانی مستقر در دفتر مرکزی و کارخانه به شکل مطلوبی در حال انجام است.

به منظور صادرات محصولات چه برنامه‌هایی در نظر دارید؟

در حوزه فروش به کشورهای خارجی در قالب صادرات، در حال بررسی و



درباره سوابق تحصیلی و مدیریتی خود توضیح دهید.

بنده متولد ۱۳۵۰ هستم و در رشته‌های مهندسی و مدیریت نساجی تحصیل کرده و تمام فعالیت بنده طی ۲۵ سال اخیر، در حوزه نساجی بوده است. از ابتدا کار خود را با فعالیت در شرکت ریسندگی و بافندگی فراگیر بافت بلوچ آغاز کردم و سابقه مدیریت در شرکت نساجی قائمشهر را نیز دارم. خوشبختانه از همان ابتدا، حضور بنده در هر مجموعه‌ای با راه‌اندازی ماشین‌آلات و توسعه خطوط تولید همراه بوده و همیشه سعی کرده‌ام تا در راستای بهبود شرایط صنعت کشور گام بردارم. در طول این سال‌ها در کسوت‌های مختلفی همچون سرپرستی و ریاست سالن، مدیریت تولید، مدیریت مهندسی صنعتی، مدیریت کارخانه، عضویت در هیأت مدیره و... مشغول به فعالیت بوده و طی پنج سال اخیر نیز افتخار خدمت در مقام مدیر عاملی نساجی را داشته‌ام.

نساجی بروجرد در چه سالی و با چه هدفی شروع به فعالیت کرد؟

شرکت نساجی بروجرد یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های نساجی ایران است که فاز اول آن در مساحتی بالغ بر ۵۳ هکتار در اواسط دهه ۶۰ به



تبع پرداخت هزینه‌های بالای تامین مواد اولیه، قیمت محصولات خود را افزایش دهیم. در واقع بازار تمایلی به این میزان افزایش قیمت ندارد، به همین دلیل شرکت‌های مختلف در یکی دو سال اخیر با چالش بزرگی در زمینه تامین مواد اولیه مواجه شده‌اند؛ چالشی که به لحاظ افزایش قیمت تمام‌شده و نبود سرمایه در گردش مکفی، تولیدکنندگان را تحت فشار قرار داده است. این وضعیت باعث شده که شرکت‌ها محصولات خود را با قیمت‌های به مراتب پایین‌تری به فروش برسانند که این اتفاق، حاشیه سود آن‌ها را به شدت کاهش داده که بسیار خطرناک است. امیدواریم، تمهیداتی در خصوص کنترل بازار مواد اولیه اندیشیده شود. به جرات می‌توان گفت که قیمت‌ها غیرقابل کنترل هستند. بعضاً ما نتوانیم به اندازه مصرف دو یا سه هفته کارخانه، مواد اولیه خریداری و انبار کنیم که این محدودیت برای نساجی بزرگی مثل نساجی بروجرد بسیار نگران‌کننده است.

به منظور استفاده از مواد اولیه با کیفیت و توسعه محصولات جدید چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

با توجه به ظرفیت‌هایی که در بخش‌های دانش بنیان صنعت نساجی وجود دارد، در واحد پژوهش و توسعه نساجی بروجرد از اساتید به نام کشور بهره می‌بریم. در این واحد، قراردادهایی را با دانشگاه‌های معتبر منعقد می‌کنیم و هدف ما رسیدن به طرح‌های پژوهشی است که به تولید محصولات دانش بنیان منجر شوند. امیدواریم در این زمینه تا پایان امسال به نتایج خوبی دست پیدا کنیم.

با توجه به منویات مقام معظم رهبری در زمینه اشتغال زایی، چه میزان در این مسیر گام برداشته‌اید؟

صنعت نساجی سهم بالایی در اشتغال زایی دارد و از این حیث جزو سه صنعت اول دنیا محسوب می‌شود، به همین دلیل باید توجه ویژه‌ای به این صنعت شود. ما توجه به اشتغال زایی را از آذرماه سال گذشته در دستور کار خود قرار داده و معنا کردیم. نساجی بروجرد از شهریورماه سال ۱۴۰۰ حدود ۹۵۰ نیروی بیمه شده داشت و امروز با افتخار می‌گوییم که با عملیاتی شدن طرح‌ها و اضافه شدن بخش‌هایی همچون واحد دوزندگی، تأسیس شعب فروشگاهی و تکمیل تیم پشتیبانی، تعداد نیروهای ثابت این مجموعه به یک هزار و ۷۵۰ نیروی بیمه شده رسیده

انجام ریزی‌های لازم هستیم. بدون شک کار را با چند کشور همسایه که با آن‌ها ارتباط بیشتری داریم و محدودیتی در مرزها و آن‌ها وجود ندارد، آغاز خواهیم کرد و امیدواریم در این بخش نیز طبق برنامه حرکت کنیم و تا پایان سال به اهداف کوتاه مدت خود دست یابیم.

در خصوص طرح‌های توسعه‌ای کارخانه نساجی بروجرد در یک سال اخیر توضیح دهید؟

با توجه به شرایط دشوار اقتصادی و محدودیت منابع مالی، طی یک سال اخیر اتفاقات بسیار خوبی را برای نساجی بروجرد رقم زده‌ایم. شاید برای بسیاری از فعالان بازار جای تعجب باشد که در بازه زمانی کمتر از یک سال، این سطح از توسعه چطور میسر شده است. مادر بخش ریسندگی به ظرفیت خط رینگ خود اضافه کرده و با به کارگیری دستگاه‌های ریسندگی جت، این ظرفیت را ۲۵ درصد افزایش داده‌ایم. همچنین در حال نصب ماشین‌آلات خریداری شده‌ای هستیم که بتواند مواد اولیه، یعنی انواع نخ مصرفی مجموعه را تامین کند. در بخش چاپ نیز، چاپ پارچه به عرض سه متر جزو نواقص ما بود که در آذرماه سال گذشته با حضور وزیر محترم صنعت، این ظرفیت به چرخه تولید اضافه شد. تا پیش از آن، مجبور بودیم که چاپ پارچه‌ها در این عرض را به مجموعه‌های دیگری بسپاریم، اما هم‌اکنون این خلأ به صورت کامل رفع شده است. در بخش چاپ دیجیتال هم ماشین‌هایی خریداری شده که مشغول اضافه کردن آن‌ها به خط تولید هستیم. شرکت نساجی بروجرد همچنان به توسعه ماشین‌آلات و تکمیل زنجیره تولید اعتقاد دارد و در این مسیر پیش خواهد رفت و تا پایان امسال شاهد اضافه شدن ماشین‌های دیگری به خط تولید محصولات خواهیم بود. از سوی دیگر، یک واحد بسیار بزرگ دوزندگی با هدف تولید کالای خواب، آشپزخانه و البسه نیز به مجموعه نساجی بروجرد اضافه شده که در مساحتی بالغ بر ۵ هزار مترمربع به بهره‌برداری رسید و به صورت رسمی در هفته دولت راه‌اندازی شد. خداوند را شاکریم که در این واحد جدید، زمینه اشتغال ۳۵۰ نیروی فراهم شده که جذب آن‌ها از اسفندماه ۱۴۰۰ کلید خورده است.

چه عواملی باعث شد، نساجی بروجرد را به واحد چاپ دیجیتال مجهز کنید؟

چاپ دیجیتال در سال‌های اخیر، جزو ظرفیت‌های تازه‌ای بوده که تعداد معدودی از مجموعه‌های نساجی به سمت آن رفته‌اند، این در حالی است که در حال حاضر عمده تولیدکنندگان خارجی به چاپ دیجیتال مجهز هستند و محصولات متنوعی را به این واسطه تولید می‌کنند. نساجی بروجرد نیز با این هدف که سبد تولیدات خود را گسترش دهد و چون تولید محصولات خاص‌تری را در دستور کار داشته، استفاده از چاپ دیجیتال و مجهز شدن به جدیدترین تکنولوژی‌های جهان را ضروری می‌دانست. اضافه شدن این ظرفیت به خط تولید، می‌توانست مزیت‌های نسبی را نسبت به سایر رقبا در بازار برای ما ایجاد کند. با این رویکرد، به زودی شاهد ورود محصولات متنوع چاپی نساجی بروجرد به بازار خواهید بود.

در زمینه تامین مواد اولیه با چه چالش‌هایی مواجه هستید؟

امکان تولید پنبه و پلی استر در ایران وجود دارد، اما متأسفانه کیفیت بخشی از این الیاف نسبت به مشابه‌های خارجی از درجه پایین‌تری برخوردار است. از طرفی، ما در سال‌های اخیر با افزایش وحشتناک نرخ ارز مواجه بودیم که این مسأله، موانعی را سر راه واردات مواد اولیه از بازارهای جهانی قرار داد. محصولات نساجی، اولویت دست‌چندم جامعه است و نمی‌توانیم به

است. به عبارت دیگر مادر این مدت، ۹۰ درصد افزایش نیرو داشتیم و در حوزه اشتغال زایی، زمینه جذب ۸۰۰ نفر را فراهم آورده ایم. این افزایش نیرو با توجه به رشد چشمگیر حقوق کارگری در سال جدید، ریسک بزرگی بود که نساجی بروجد این ریسک را در راستای طرح های توسعه ای خود پذیرفت. در شرکت نساجی بروجد برای عمل کردن به تکالیف اجتماعی خود، در واحد دوزندگی حدود ۱۰۰ خانم سرپرست خانواده، بی سرپرست یا بدسرپرست را که تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) و خیریه های مختلف بودند، به واسطه تسلطی که در حوزه خیاطی و دوزندگی داشتند، مشغول به کار کرده ایم که به آن افتخار می کنیم. البته جذب نیرو و همچنان در نساجی بروجد ادامه دارد. در حال حاضر یکی از استراتژی های ما ورود به عرصه تولید پوشاک خانگی است که طی هفته های آینده به مرحله تولید و عرضه محصولات خود در این زمینه دست خواهیم یافت. همچنان به اشتغال زایی و جذب نیرو ادامه خواهیم داد و احتمالاً تا پایان سال به مرز ۲ هزار نیروی بیمه شده در مجموعه نساجی بروجد خواهیم رسید.

در حال حاضر صنعت نساجی کشورمان با چه چالش های مهمی مواجه است و نقش دولت برای رفع آن ها چیست؟

متأسفانه در مقابل قدم های مثبتی که نساجی بروجد در راستای اشتغال زایی و توسعه صنعت نساجی در ایران برداشته، اتفاقات خوبی از سوی نهادهای دولتی و وزارتخانه های مرتبط نداده است. امیدواریم با توجه به رایزنی هایی که در حال انجام است، از حمایت ها و همراهی های دولتی بیشتر بهره مند شویم. یکی از مطالبات ما این است که در قوانین و بخشنامه ها، امتیازات و تسهیلات خاصی را به واحدهای تولیدی و شرکت هایی که عملکرد بهتری نسبت با سایرین دارند، اختصاص دهند. در حال حاضر نسبت به دو سال گذشته شاهد افزایش پنج برابری بهای گاز بودیم و قیمت برق نیز افزایش چشمگیری پیدا کرده است. همچنین شاهد تصویب مصوباتی در حوزه مالیات هستیم که تجار حاضر به پرداخت مبالغ مشخص شده در آن نیستند و بار پرداخت سهم تجار نیز بر دوش تولید کننده باقی می ماند. به عنوان مثال، مطابق با قوانین بانکی، سودهای سنگینی برای ارائه تسهیلات به تولید کنندگان در نظر گرفته می شود که اساساً تناسبی با روح تولید ندارد. این ها تصمیماتی است که نهادهای سازمان های مربوطه در اخذ آن ها، بدون لحاظ کردن شرایط تولید در کشور و همچنین فارغ از ضرورت سیاست های حمایتی اتخاذ می شود. در این میان، دولت باید به این موارد ورود کند و مزیت هایی را برای شرکت هایی مانند نساجی بروجد قائل شود. تا این مسائل تسهیل نشوند و مزیت های لازم برای تولید کنندگان در نظر گرفته نشود، نمی توانیم بین کشور های منطقه، به موفقیت های قابل توجهی دست پیدا کنیم.

نمود این مزیت ها تا چه اندازه بر ورود صنایع نساجی به بازار های منطقه ای تاثیر گذاشته است؟

دولت می تواند با ایجاد مزیت های مناسب، تولید کنندگان را به حضور در بازار های منطقه ای امیدوار کند. تولید کنندگان در کشور هایی نظیر ترکیه، از مزیت های زیادی برخوردارند که زمینه رشد و توسعه آن ها را فراهم کرده است. نساجی ترکیه در بازه زمانی کمتر از دودهم، به یکی از قطب های نساجی در منطقه تبدیل شده و سهم به سزایی از بازار های منطقه را به خود اختصاص داده است. حتی در حوزه ساخت ماشین آلات نساجی نیز رشد چشمگیری داشته و بنده ارتقاء محصولات آن ها را در نمایشگاه اخیر استانبول مشاهده کردم. مطابق با سیاست های وضع شده در این کشور، نساجی ها ملزم شده اند تا حد زیادی از ماشین آلات داخلی خود استفاده کنند و ماشین های دسته دوم آن ها به کشورهای نظیر ایران فروخته شود. این سیاست باعث تقویت صنایع ماشین سازی در ترکیه شده؛ در حالی که در ایران، جز راه اندازی معدود شرکت هایی مانند غدیر یزد یا ماشین سازی تبریز در دهه های قبل، اتفاق خاصی را در زمینه ساخت ماشین آلات شاهد نبودیم که البته این دو مجموعه نیز کاملاً تعطیل شده اند. فعالیت های محدودی که در این زمینه وجود دارد، بیشتر به قطعه سازی محدود می شود که در آن حوزه نیز، تولیدات داخلی به لحاظ کیفی، مزیت قابل توجهی نسبت به قطعات خارجی ندارند. ماشین آلات نساجی بروجد ساخت کشورهای سوئیس و آلمان است و در خط های تولید جدیدمان نیز تا حدودی از دستگاه های ایتالیایی استفاده کرده ایم. هزینه خرید و واردات دستگاه برای ما چند برابر قیمت واقعی آن ها تمام می شود؛ چرا که به دلیل شرایط تحریم، باید از طریق کشورهای دیگری خرید های مان را انجام دهیم.

چه چشم اندازی را برای نساجی بروجد متصور هستید؟

نساجی بروجد یک برند ملی است و ما ملزم هستیم که برای حفظ این برند، کیفیت محصولات مان را حفظ کنیم. یکی از چالش های موجود در رقابت با رقبای خارجی، قیمت محصولات است. سعی ما بر این بوده تا با کنترل و مدیریت قیمت ها، ظرفیت رقابت را افزایش دهیم؛ بنابراین حفظ کیفیت و کنترل قیمت ها، از اهداف اصلی ما در حوزه صادرات به شمار می آید. ■



اقتصاد کلان



در این بخش می خوانیم:

- کنترل تورم با درمان زخم پیکره تولید
- جهش در صادرات ایران به رغم تحریم های خارجی

مدیر کل دفتر برنامه‌ریزی و پایش سازمان توسعه تجارت ایران مطرح کرد

جهش در صادرات ایران به رغم تحریم‌های خارجی

فرهاد امیرخانی

در ایران، همواره تاجران و بازرگانان از منزلت و جایگاه ممتازی نزد مردم برخوردار بوده‌اند. شاید همین توجه ویژه بوده که اقتصاد کشورمان را به یک اقتصاد تجارت خیز تبدیل کرده است. اکنون متولی امور صادرات و واردات کشورمان، سازمان توسعه تجارت ایران است که نقش بی‌بدیلی در گسترش اقتصاد بومی دارد. به همین منظور با مهندس سهراب سلیمی، مدیر کل دفتر برنامه‌ریزی و پایش سازمان توسعه تجارت ایران به گفت‌وگو نشستیم و نظر وی در خصوص عملکرد این سازمان در حوزه تجارت و بازرگانی را جویا شدیم. مشروح این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

با توجه به تحریم‌های آمریکا، اکنون صادرات ایران در چه وضعیتی قرار دارد؟

به رغم تحریم‌های آمریکا و سایر تحریم‌های جهانی که هم‌اکنون و تا این لحظه وجود دارد، باید اذعان کرد که در مدیریت تجارت خارجی ایران، وضعیت نگران‌کننده‌ای وجود ندارد؛ هر چند که وضعیت کنونی مطلوب نیست و این انگیزه را به ما می‌دهد که باید همواره در جهت توسعه کشور تلاش نماییم تا تولید ثروت و ارزآوری بیشتری را برای کشورمان رقم بزنیم. در حال حاضر صادرات کشورمان در پنج‌ماهه نخست امسال نزدیک به ۲۱ میلیارد دلار بوده که نسبت به ۵ ماه ابتدایی سال گذشته حدود ۲۱ درصد افزایش داشته است. این در شرایطی است که این حجم از صادرات در بازه زمانی ذکر شده، از نظر وزنی حدود ۴۴ میلیون تن بوده که حدود ۳/۵ درصد کاهش داشته و بیانگر این نکته است که امسال، ارزش یک کیلو صادرات کشورمان افزایش پیدا کرده است.

آیا سازمان توسعه تجارت با وجود آثار زیان‌بار تحریم، همچنان از صادرکنندگان و فعالان تجاری حمایت می‌کند؟

بله و در واقع رسالت اصلی و مهم این سازمان، همچنان حمایت و پشتیبانی از صادرکنندگان است، ولی این حمایت‌ها در سال‌ها و دوره‌های مختلف اشکال گوناگونی داشته است. مثلاً در دوره‌ای از سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰، به صادرکنندگان براساس ارزش صادراتی که انجام می‌دادند، جوایز صادراتی به صورت مستقیم و نقدی داده می‌شد. در کنار آن، از صادرکنندگانی که در بازارهای خارجی در قالب هیات‌های بازاریابی می‌رفتند یا به صورت نمایشگاهی که صادرکنندگان در آن شرکت می‌کردند و دیگر موارد، حمایت صورت می‌گرفت و بخش مهمی از هزینه‌ها را سازمان توسعه تجارت ایران پرداخت می‌کرد. اکنون نیز که پرداخت نقدی وجود ندارد، حمایت‌ها همچنان ادامه دارند و به صورت بسته‌های حمایتی از صادرکنندگان حمایت و پشتیبانی می‌شود.

تعامل سفارتخانه‌ها با رایزنان بازرگانی و صادرکنندگان ایرانی چگونه است؟

تعامل سفارتخانه‌ها با رایزنان و صادرکنندگان بستگی به اهمیت کشورها از بُعد صادراتی دارد. اکنون مادر ۱۳ کشور رایزن بازرگانی داریم که این



سازمان توسعه تجارت ایران در چه زمانی و با چه هدفی آغاز به کار کرد؟

پیدایش این سازمان به ۲۹ آذرماه ۱۳۴۵ بازمی‌گردد که حاصل قانون‌گذاری در مجلس شورای ملی بوده است. این سازمان در ابتدا در زیرمجموعه وزارت اقتصاد که متفک از وزارت دارایی بوده، فعالیت می‌کرد و مقرر شده بود که اساسنامه آن با مشورت بخش خصوصی، یعنی اتاق بازرگانی و اتاق صنایع و معادن ایران تنظیم شود و سپس از سوی وزارت اقتصاد در هیات وزیران مطرح و به تصویب برسد. این سازمان از سال ۱۳۴۷ رسماً فعالیت خود را (البته با نام مرکز توسعه صادرات ایران) آغاز کرد و اکنون در محل فعلی نمایشگاه‌های دائمی تهران در منطقه ولنجک و اوین، راهبری صادرات غیر نفتی ایران را بر عهده دارد. این سازمان در سال ۱۳۸۳ با چند سازمان دیگر که تولید تجارت خارجی کشور را به عهده داشتند، ادغام شد و سازمان جدیدی را که امروز به همان نام شناخته می‌شود، یعنی «سازمان توسعه تجارت ایران» را تشکیل دادند. لازم به یادآوری است، اتفاق مهمی که در این مقطع از زمان افتاد این بود که این سازمان علاوه بر مسئولیت صادرات که پیش از این به عهده داشت، مسئولیت واردات را نیز بر عهده‌دار شد و مسئولیت توسعه صادرات و مدیریت واردات کشور به این سازمان محول شد.

کشورهای شامل عمان، لبنان، افغانستان، ارمنستان، آذربایجان، قطر، عراق، پاکستان، چین، روسیه، بلاروس، هند و امارات هستند. در بعضی از این کشورها، ریز نان بازرگانی در سفارت مستقرند و در برخی دیگر، دفتر مستقلی داشته و به فعالیت خود مشغول هستند. نوع تعامل آن‌ها بستگی به وزارت امور خارجه و سفارتخانه‌ها با ریز نان بازرگانی دارد که در برخی از جاهای تعامل بیشتر و در بعضی دیگر تعامل کمتری دیده می‌شود. همه این‌ها بستگی به نگاه و برنامه‌های سفیر در کشورهای مربوطه دارد.

آباد سازمان توسعه تجارت ایران دوره‌های آموزشی برای افرادی که تمایل به صادرات کالا دارند، برگزار می‌شود؟

برپایه دوره‌های آموزشی صادرات یکی از وظایف اصلی سازمان توسعه تجارت است. در این سازمان، همواره از اساتید برتر دعوت به عمل آمده و در این ۵ دهه که از عمر سازمان می‌گذرد، دروس و آموزش‌های صادراتی متناسب ارائه شده است. ضمن اینکه این آموزش‌ها علاوه بر افراد علاقه‌مند، به پرسنل سازمان نیز ارائه می‌شود و طی آن، افراد به صورت گام به گام با چگونگی انجام صادرات آشنا شده و می‌توانند در نتیجه این توانمندی، به انجام صادرات مبادرت ورزند. اکنون نیز مطابق هر سال، تقویم سالانه آموزشی منتشر می‌شود تا افراد بدانند که چه زمانی می‌توانند در این دوره‌ها شرکت نمایند و به جرگه صادرکنندگان بپیوندند.

به نظر شما صادرات در ایران چه سرانجامی پیدامی‌کند؟

پاسخ به این پرسش کار راحتی نیست؛ چون در موضوع صادرات، معادلات چند وجهی با متغیرهای چندگانه وجود دارند. در بحث تحریم‌ها که علیه ایران اعمال شده است، عمده مشکلات در تامین مواد اولیه و ماشین‌آلات صنعتی و تجهیز و نوسازی صنایع رخ داده است. در حال حاضر بخش‌های خصوصی برنامه‌هایی برای تولید و صادرات دارند، اما وقتی نتوانند ماشین‌آلات صنعتی بیاورند یا قطعاتی که برای تجهیز صنایع خود به آن نیاز دارند را وارد کنند، قطعاً اهداف صادراتی که مورد نظر است نیز تامین نخواهد شد. اکنون نیز هر چند، تحریم‌ها باعث شدند تا به سمت توسعه حرکت نماییم، اما در صورت رفع تحریم‌های بانکی و مشکلات با کشورهای خارجی، قطعاً در میزان صادرات محصولات کشورمان نیز شاهد تحول خواهیم بود و می‌توانیم به قله‌های صادراتی که هدف‌گیری کرده‌ایم، دست پیدا کنیم.

اکنون چه اقلامی در صادرات، از اقبال بیشتری برخوردارند؟

چنانچه بخواهیم آمار چهار ماهه نخست سال را بررسی کنیم، می‌توان گفت که در بخش صادرات غیر نفتی؛ پتروشیمی و گاز حدود ۱۰ میلیارد دلار، در بخش فرآورده‌ها و صنایع معدنی حدود ۴ میلیارد دلار، در بخش محصولات باغی و کشاورزی حدود ۱/۴ میلیارد دلار، در بخش فرش و صنایع دستی حدود ۴۵ میلیون دلار و در کل صنعت نیز حدود ۱/۷ میلیارد دلار صادرات انجام شده است. به تعبیر دیگر، ۵۸ درصد از صادرات به محصولات پتروشیمی و گاز، ۲۴ درصد به فرآورده و صنایع معدنی، ۸ درصد به صنایع کشاورزی و غذایی، ۱۰ درصد به دیگر صنایع و ۳ درصد در صنایع فرش و صنایع دستی اختصاص یافته است. لازم است در اینجا یادآوری کنیم که آنچه در بحث صادرات فرش و صنایع دستی می‌گذرد، نگران کننده است؛ چون یک زمانی صادرات سالانه فرش ایران به رقم

یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلار نیز رسید، اما اکنون شاهد نزول شدید صادرات فرش هستیم که از دیرباز رتبه نخست آن متعلق به ایران بود.

برخی معتقدند که افزایش نرخ ارز، به دیگر معنا کاهش شدید پول ملی، باعث رونق صادرات شده است؟ نظر شما در این باره چیست؟

افزایش صادرات در کشورمان همراه با بالا رفتن نرخ ارز و ضعیف شدن پول ملی، یک معادله چندوجهی است که پارامترها و متغیرهای بسیاری در آن نقش بازی می‌کنند. به همین جهت نمی‌توان بر این موضوع صحت گذاشت که به دلیل ضعیف شدن ارزش پول ملی است که شاهد افزایش صادرات هستیم. در واقع ارتباط مستقیمی بین آن‌ها در این زمینه وجود ندارد.

با توجه به رویکرد دولت سیزدهم مبنی بر حمایت از تولید داخل، به نظر شما آیا در آینده‌ای نه چندان دور شاهد رونق بازار به جهت صادرات کالاهای ایرانی خواهیم بود؟

حمایت دولت‌ها از تولید داخل در هر دوره به شکلی انجام شده، ولی یک محل آسیمی در این زمینه وجود دارد که صرفاً با جلوگیری از واردات و پرداختن به تولید داخل، به آن اهداف نخواهیم رسید. به عنوان مثال، در بحث حمایت تولید داخل، لازم است تا نظارت بسیار دقیق بر کیفیت کالاهای داخل صورت پذیرد. اگر چنین نظارتی وجود نداشته باشد، تولید داخل راه به جایی نخواهد برد. تولیدی که نتواند رضایت داخلی را جلب کند، قطعاً توجه طرف‌های خارجی را نیز جلب نخواهد کرد و در نتیجه، قابلیت صادرات را نیز نخواهد داشت.

و سخن آخر...

در خصوص صادرات خدمات فنی و مهندسی و دانش‌بنیان نکاتی وجود دارد که می‌خواهیم در پایان به آن اشاره کنیم. بحث صادرات این گونه خدمات، موضوعی است که به عنوان یک راه‌حل می‌تواند مورد توجه قرار گیرد، چون از طریق آن می‌توان صادرات کشورمان را افزایش داد. مادر سال ۱۴۰۱ حدود ۱۵۸ میلیون دلار محصولات فناوری با سطح بالا، حدود ۲۰۸ میلیون دلار صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان و در بخش دیگر خدمات هم حدود ۲۵۰ میلیون دلار صادرات در قالب عقد قراردادها و خارجی داشته‌ایم. در واقع می‌توان بر صادرات خدمات فنی و مهندسی و دانش‌بنیان متمرکز شد، ولی مشکلات ضمانتنامه‌ها و تحریم‌های بانکی را دارد. به نظر بنده تصمیم‌گیران، اعم از قانون‌گذاران در قوه مقننه و سایر قوا باید به این موضوع خیلی توجه کنند. توجه به این موضوع می‌تواند در صادرات کشورمان جهش ایجاد کند و آن را از جابکند و صادرات غیر نفتی کشورمان را به شدت افزایش دهد. من خیلی امیدوارم که سالی هم به عنوان سال خدمات و صادرات خدمات با ارزآوری و تولید ثروت نام‌گذاری شود. ما باید زمینه‌اش را آماده کنیم تا قانون‌گذاری بر حسب آن انجام شود. به هر حال می‌توان صادرات کشور را به این سو هدایت کرد که به جای تمرکز بر صادرات کالا، به سمت صادرات خدمات فنی و مهندسی و دانش‌بنیان هم روی بیاوریم و به این وسیله برای کشورمان ارزآوری کند. این گونه است که مشخص می‌شود تا چه میزان جنبه‌های جدید در بخش صادرات خدمات شکوفای می‌شود و پی خواهیم برد که چه ظرفیت‌هایی وجود دارند که از آن‌ها خبر نداشتیم و می‌توانند به اقتصاد کشورمان کمک کنند. ■

صادرات کشورمان
در پنج ماهه نخست
امسال نزدیک به
۲۱ میلیارد دلار
بوده که نسبت به
۵ ماه ابتدایی سال
گذشته حدود ۲۱
درصد افزایش
داشته است

کنترل تورم بادرمان زخم‌پیکره تولید

دکتر مهدی کریمی تفرشی

رئیس کارگروه کسب و کارهای جاده ابریشم سازمان ملل - یونسکو

اما چرا تولیدکننده عرضه را کاهش می‌دهد؟ متأسفانه در شرایط فعلی؛ فشار بر تولیدکننده، قیمت‌گذاری دستوری و کمبود منابع باعث شده که تولیدکننده انگیزه تولید و عرضه را از دست بدهد و افزایش تقاضا و کاهش عرضه نیز منجر به افزایش نقدینگی و تورم می‌شود.

حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد ظرفیت واحدهای تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی خالی است که این موضوع باعث کاهش تولید و اشتغال در کشور شده و تورم را تشدید کرده است. اگر دولت همت کرده و موانع کسب و کار را حذف کند، تولید و اشتغال افزایش یافته و در پی آن تورم نیز کاهش می‌یابد. وقتی حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد ظرفیت واحدهای تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی بلا استفاده مانده است، وقتی بنگاه‌های کوچک و زودبازده که اهرم اصلی تولید هستند با مانع مواجه هستند، این موضوع باعث رکود تولید شده و متعاقباً اشتغال در کشور را با بحران مواجه کرده و تورم را تشدید می‌کند. اینجاست که اگر دولت همت نکند و در صدد حذف موانع کسب و کار بر نیاید، تولید و اشتغال کاهش می‌یابد و در پی آن، تورم غیر قابل کنترل خواهد شد؛ بنابراین تنها با علاج زخم‌های پیکره تولید می‌توانیم زخم کهنه تورم در کشور را درمان کنیم. دولت باید پای درد تولیدکنندگان بنشیند و صدای صنایع کوچک و متوسط را بشنود. بسیاری از فعالان صنعت و تولید با کمبود نقدینگی و مشکلات تامین مواد اولیه بخش تولید دست به گریبان هستند که نادیده گرفتن این موانع، تولیدکنندگان را هر روز دلسردتر می‌کند.

و اما در کنار همه این موارد، اگر دولت با ابزارهای محکم، با اختلال گران بازار، سوداگران، سودجویان و مفسدان اقتصادی مقابله نکند، همچنان هر روز زخم کهنه تورم بیشتر و بیشتر سرباز می‌کند. فقط خدا کند که این زخم به استخوان نرسد. ■



یکی از نامطلوب‌ترین پدیده‌های اقتصادی که هزینه‌های زیادی بر جامعه تحمیل می‌کند، تورم است. وقتی تورم از سطحی بالاتر می‌رود؛ نظام قیمت‌ها را مختل می‌کند، انگیزه سرمایه‌گذاری کاهش می‌یابد و سرمایه از بخش‌های مولد اقتصاد مثل تولید به سمت بازارهای دارایی، سفته‌بازی و دلال‌بازی می‌رود و به این ترتیب رشد اقتصادی متوقف می‌شود. قطعاً زمانی که تورم کنترل شود و بازار به ثبات نسبی برسد، اقتصاد قابل پیش‌بینی می‌شود و رشد اقتصادی اتفاق می‌افتد. همان‌طور که تجربه کشورهای دیگر در شرایط مشابه نشان می‌دهد که هم رشد تولید و هم کنترل تورم هر دو با هم در وضعیت بحرانی امکان‌پذیر است.

اما برای کنترل تورم چه باید کرد؟ قطعاً کنترل نوسانات ارزی و ثبات در بازار ارز عامل بسیار تعیین‌کننده است. تشویق صادرات و ایجاد مشوق‌های صادراتی، پیمان‌های مالی و پولی و تهاجر تجاری می‌تواند فشار بر منابع ارزی را کاهش دهد و منجر به ارزآوری در کشور شود، اما سوداگران ارزی، آسیب‌زنندگان اصلی به منابع ارزی کشور هستند که باید حتماً با آن‌ها مقابله جدی شود. تورم زمانی اتفاق می‌افتد که سرعت رشد نقدینگی از سرعت رشد تولید ناخالص ملی بیشتر شود. متأسفانه نقدینگی فعلی ایران که بیش از ۴/۵ هزار میلیارد تومان است، به جای اینکه جذب تولید و رشد اقتصادی شود، جذب بازارهای موازی می‌شود و این خود یکی از عوامل اصلی تورم‌زا است. تورم فقط ناشی از افزایش تقاضا نیست، بلکه ناشی از کاهش عرضه تولیدکنندگان نیز می‌باشد.



خواندنی‌های سرمایه‌گذاری



در این بخش می‌خوانیم:

- برترین سازندگان دستگاه چاپ در جهان
- صفر تا صد سرمایه‌گذاری در چاپ دیجیتال

برترین سازندگان دستگاه چاپ در جهان

عارف فغانی

از آنجا که صنعت چاپ به سوی دیجیتالی شدن پیش می‌رود و به‌طور فزاینده‌ای تبدیل به سیستم‌های اتوماتیک می‌شود، شکی نیست نقش انسان در فرآیند تولید تغییر خواهد کرد. شرکت‌های بسیاری در زمینه تولید دستگاه‌های چاپ در جهان فعالیت دارند و هر ساله دست به ساخت جدیدترین دستگاه‌های چاپ و بسته‌بندی می‌زنند و در نمایشگاه‌های تخصصی این رشته شرکت می‌کنند. در این مطلب با برخی از برترین سازندگان دستگاه چاپ در جهان آشنا می‌شوید. با ما همراه باشید.

زیراکس Xerox



نیلپتر nilpeter



یکی از موفق‌ترین ابتکارات در مدل کسب و کار مربوط به دستگاه‌های چاپ دیجیتال کپی شرکت زیراکس است. این شرکت نخستین عرضه‌کننده دستگاه‌های اداری کپی خشک بوده، موضوعی که موجب تغییری تاریخی در دستگاه‌های زیراکس شده و به نوعی امروزه همه ما از دستاوردهای آن بهره می‌بریم. زیراکس با دریافت ده‌ها جایزه ملی و بین‌المللی، پرونده موفقیتی در عرصه چاپ و کپی دارد. اختراع فناوری عکسبرداری الکترونیکی یا زیروگرافی خیلی سریع، شرکت را از دنیای فناوری‌های قدیمی به فناوری‌های نوین منتقل کرد. زیراکس Xerox با سرمایه‌گذاری عظیم در تحقیق و توسعه، توجه به کیفیت و برآوردن نیازها و همچنین کسب رضایت مشتری، نشان تجاری خود را در دنیای مدیریت مستندات بر همه تحمیل کرد و در بازار بیش از ۱۰۰ میلیارد دلاری این صنعت، سرآمد همگان شد. این شرکت با عرضه نخستین دستگاه کپی اداری، زنجیره موفقیت‌های خود را آغاز کرد و پس از آن، با عرضه

برند شماره یک جهانی برای چاپ لیبل، لفاف و جعبه متعلق به شرکت نیلپتر دانمارک است که به غول صنعت لیبل جهان معروف می‌باشد و با حدود ۱۰۰ سال سابقه در ساخت ماشین آلات لیبل، نوآورترین و پیشرفته‌ترین سیستم‌های چاپ لیبل و بسته‌بندی انعطاف‌پذیر را به بازار جهان عرضه می‌کند. شرکت نیلپتر در اکثر فناوری‌های چاپ پیش‌تاز بازار لیبل بوده و سطح اختراعات و فناوری‌های عرضه‌شده در ماشین آلات این شرکت به قدری بالا است که برای رقابتی این شرکت دست‌نیافتنی است. قابلیت چاپ ماشین آلات نیلپتر علاوه بر چاپ لیبل و بسته‌بندی، چاپ جعبه، لفاف‌های بسته‌بندی، آلومینیوم، لیبل‌های IML، تیوب‌های پلاستیکی آرایشی-بهداشتی و چاپ بر روی کاغذ و مقوا می‌باشد.

محصولات و خدمات متعدد و متنوع در زمینه چاپ گرهای لیزری رنگی، دستگاه‌های مختلف کپی، نرم‌افزارهای مدیریت مستندات و پشتیبانی با انواع کاغذ و جوهرهای خشک و تر، مراحل ترقی را طی کرد و توانست در حوزه‌های متعددی جایگاه ارزشمندی در میان ۵۰۰ شرکت برتر در جهان داشته باشد.

هایدلبرگ Heidelberg



کارخانه‌های کمپانی آلمانی هایدلبرگ در ۶ کشور جهان قرار دارند و با در اختیار داشتن بیش از ۴۷ درصد از سهم بازار جهانی ماشین آلات صنعت چاپ افست و دیگر تکنولوژی‌های مدرن چاپ، بزرگ‌ترین شرکت صنعت چاپ در جهان به شمار می‌رود. این شرکت تنها ارائه‌کننده راهکارهای یکپارچه و متمرکز در صنعت چاپ جهان است. کمپانی هایدلبرگ در سال ۱۹۶۲ میلادی پایه حیطة فن افست گذاشت و با تولید نخستین ماشین چاپ دوورقی چهار رنگ از خانواده اسپیدمستر در سال ۱۹۷۴ میلادی، جهشی عظیم را در زمینه کیفیت، دقت و سرعت ماشین آلات چاپ افست ایجاد کرد.

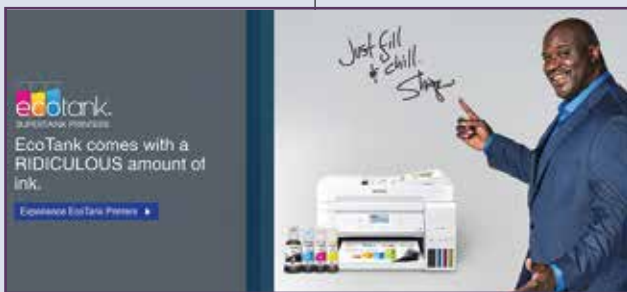
کانن Canon



کمپانی کانن یک شرکت ژاپنی فعال در زمینه تکنولوژی است و در حال حاضر به عنوان یکی از غول‌های صنعت عکاسی، نور و چاپ مطرح

است. کانن امروزه در نقاط مختلف دنیا از جمله آمریکا، اروپا، خاور میانه، آفریقا و اقیانوسیه دارای مراکز مدیریت است که بر تمام شعب کانن در کشورهای شامل حوزه خود نظارت می‌کنند. کانن را معمولاً با بازه گسترده دوربین‌های عکاسی آن می‌شناسند، اما اگر با صنعت چاپ چه در ابعاد وسیع و تجاری و چه در ابعاد کوچک مانند محل کار و منزل، سرو کار داشته باشید، به خوبی با قدرت چاپ گرهای کانن آشنا هستید. دوربین عکاسی، تجهیزات جانبی چاپ، دستگاه‌های فتوکپی، چاپگر، تجهیزات جانبی عکاسی و فیلمبرداری، اسکنر، فانتوم، دوربین‌های عکاسی و فیلمبرداری در مدل‌های گوناگون و... برخی از محصولات ساخت این شرکت می‌باشند.

اپسون Epson



کمپانی اپسون یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فعال در زمینه تولید دستگاه چاپ است و بیشتر شهرت به دست آمده را مدیون پرینترهای خود است. این شرکت ژاپنی، زیرمجموعه‌ای از گروه سیکو (Seiko) که ابتدا فقط در زمینه

ساعت‌سازی فعالیت داشت،

می‌باشد. اپسون همواره محصولات جدید خود را در انواع نمایشگاه‌های تکنولوژی که هر ساله برپا می‌شوند، عرضه می‌کند و همواره از پیش‌تازان عرصه چاپ به خصوص در زمینه چاپگرهای خانگی است. این کمپانی از تکنولوژی جوهرافشان میکرو پیژو (با استفاده از کریستال‌های کوارتز) استفاده کرد و در سال ۱۹۹۳ میلادی کارتریج جوهرافشان MJ-500 را برای پرینترهای اپسون استایلو ۸۰۰ تولید کرد.

زایکون Xeikon



شرکت زایکون یک شرکت بلژیکی است که شامل ۳ کارخانه است که هر سه در بلژیک می‌باشند. یکی از کارخانه‌های آن در شهر ایپر مستقر است که در آن روی تجهیزات پیش از چاپ کار می‌شود. کارخانه دیگر مخصوص تولید تونرهای چاپ است و سومین کارخانه هم در شهر آنتورپ واقع شده که مهمترین بخش زایکون را به خود اختصاص می‌دهد.

دستگاه‌های چاپ دیجیتال شرکت

زایکون Xeikon بالاترین رتبه کیفیت و سرعت در جهان را دارند. این کمپانی در سال ۱۹۸۸ میلادی و فقط با تحقیق و توسعه شروع به کار کرد و ۶ سال بعد، اولین دستگاه چاپ دیجیتال را به بازار جهانی معرفی کرد. ■

صفر تا صد سرمایه‌گذاری در چاپ دیجیتال

ابوالفضل علیزاده

آن، از سطح چاپ شده محافظت می‌کند و سهم قابل توجهی در کیفیت و ماندگاری محصول دارد. این دستگاه در ابعاد مختلف قابلیت چاپ با عرض‌های متنوع را دارد و بسته به میزان بودجه و سرمایه اولیه، می‌توان کار را با سائیزی مناسب شروع کرد.

بعد از پلات-لمینیت، تجهیز دفتر خدمات به دستگاه‌های چاپ فلکسی و بنر، گام بعدی توسعه است. این ماشین‌ها که بیشتر به ماشین‌های چاپ تبلیغات شناخته می‌شوند، در ابعادی عریض و گسترده قابلیت تولید دارند. چاپ فلکسی معمولاً در ساخت تابلوهای نئونی استفاده می‌شود که بر سر در فروشگاه‌ها و مراکز تجاری نصب می‌شود. متر یا مصرفی در این نوع چاپ، قابلیت عبور نور نئون را دارد و این امتیاز، سهم محصولات آن را در بازار تبلیغات تضمین می‌کند. اما در چاپ بنر از متر یا ضخیم‌تری استفاده می‌شود که کاربرد آن‌ها، بیشتر در تابلو و بیلبوردهای شهری است. امروزه در فضاهای شهری، شاهد نصب بزرگ‌ترین بیلبوردها در مجاورت معابر و بزرگراه‌ها هستیم که چاپ موارد تبلیغاتی روی آن‌ها، تنها از ماشین‌های بزرگ چاپ بنر ساخته است.

حک و طلاکوب یاد تان نرو

اگر توسعه کسب و کار در بازار چاپ دیجیتال را تا مرز خرید دستگاه‌های گران‌قیمت و عریض پیش بردید، حتماً به ماشین‌های دیگری که بتواند خدمات شمارا در عرصه دیجیتال تکمیل کند، فکر خواهید کرد. از جمله این موارد، دستگاه طلاکوب دیجیتال است که بر خلاف مدل‌های مکانیکی قدیمی، در آن‌ها نه خبری از لک‌پشه و حروف چینی هست و نه از داغی. طلاکوب‌های دیجیتال قابلیت چاپ روی انواع کاغذ، مقوا، طلق، لیبل پشت چسبدار، کارت ویزیت، پاکت نامه و... را در گام‌ها و ابعاد مختلف به دقت فنی می‌دهد و از این حیث، ماشین پرکاربرد در حوزه تبلیغات به‌شمار می‌آید. ماشین کاربردی دیگری که در عرصه چاپ تبلیغات کارایی فراوانی دارد، ماشین حک لیزری است. حتماً تاکنون با اقلام مختلف تبلیغاتی نظیر خودکار، جاسوئیچی، فلش مموری و... آشنا شده‌اید، محصولاتی که نام برند سفارش‌دهنده به صورت لیزری روی آن‌ها حک شده است. با بهره‌مندی از ماشین‌های حک لیزری دیجیتال می‌توانید روی انواع فلزات، چوب، مواد پلی‌اتیلن، وینیل پلیمر و حتی سرامیک و شیشه نیز حکاکی کنید و مشتریان اقلام تبلیغاتی را راضی نگه دارید.

فناوری‌های دیجیتال از دو دهه پیش، صنعت چاپ را دچار دگرگونی‌های شگفتی کرد و به فراخور همین تحولات، بازار خدمات چاپی روز به روز گسترده‌تر شد؛ به‌طوری که دیگر کمتر محله‌ای را می‌شود سراغ داشت که در آن، دست کم یک یا دو مرکز ارائه خدمات فنی و چاپ دیجیتال، با دستگاه‌های کوچک و بزرگ خود مشغول به فعالیت نباشند. از پرینترهای و ماشین‌های کپی چندکاره گرفته تا دستگاه‌های چاپ بنر و فلکسی که تماشا کردن آن‌ها حین کار همیشه جذاب است. اگرچه بخشی از فعالان این صنعت، نگاه خوشایندی به روند رشد این واحدهای صنفی ندارند و برخی، از اشباع شدن بازار کار آن‌ها سخن می‌گویند، اما همچنان ورود به این کسب و کار، به شرط خلاقیت و نوآوری می‌تواند توجیه اقتصادی داشته باشد.

ورودی ارزان و مطمئن

اکثر افرادی که در این مسیر پا می‌گذارند، قدم‌های اول را محتاط و البته کم‌خرج برمی‌دارند. معمولاً خرید یک یا دو دستگاه پرینتر لیزری، جوهرافشان، چاپ لیبل و یک ماشین فتوکپی، شروع مرسوم است که می‌شود با راه‌انداختن آن‌ها، کار را با سفارش‌های خرد شروع کرد و وارد مسیر توسعه شد. طبیعتاً ظرفیت تولید و ظرفیت کسب درآمد از این دستگاه‌ها، چندان چشمگیر نیست؛ ضمن اینکه همیشه مشکلات ریز و درشتی در زمینه تامین مواد اولیه وجود دارد که با توجه به حجم مصرف، معمولاً با قیمت‌های بالایی قابل دسترسی هستند.

گسترش به دنیای چاپ عریض

برای دفتری که توانسته با تکیه بر ماشین‌های معمول، پاسخگوی سفارش‌های خرد مشتریان خود باشد، وقت آن رسیده که ظرفیت تولیدات خود را با یک ماشین چاپ پلات-لمینیت بالا ببرد.

کاربرد محصولات این ماشین، بیشتر در مصارف هنری، نمایشگاهی و تبلیغاتی کاربرد دارد. چاپ پلات-لمینیت نوعی چاپ ویژه با متر یاال مخصوص است که پوشش لمینیت



انقلابی به نام چاپ سه بعدی

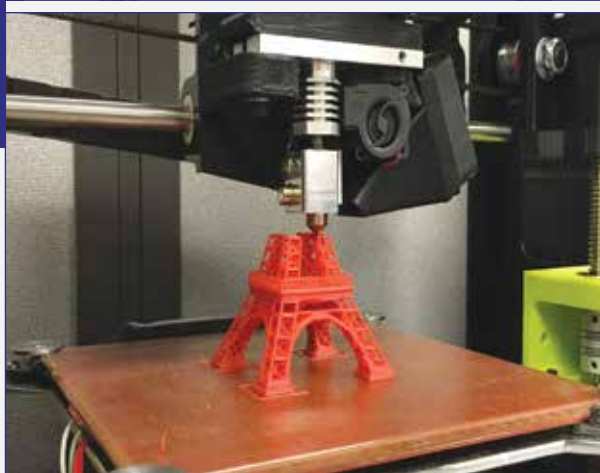
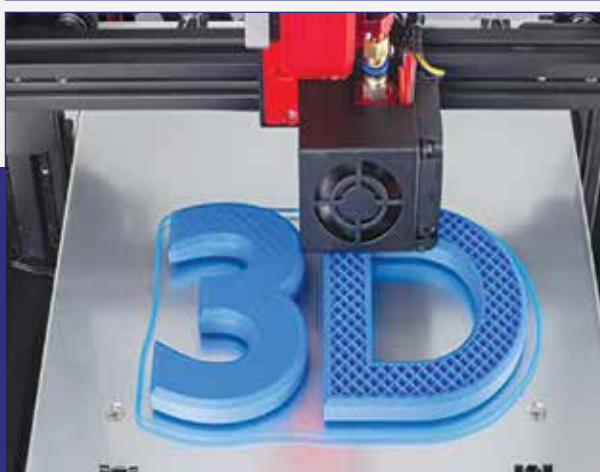
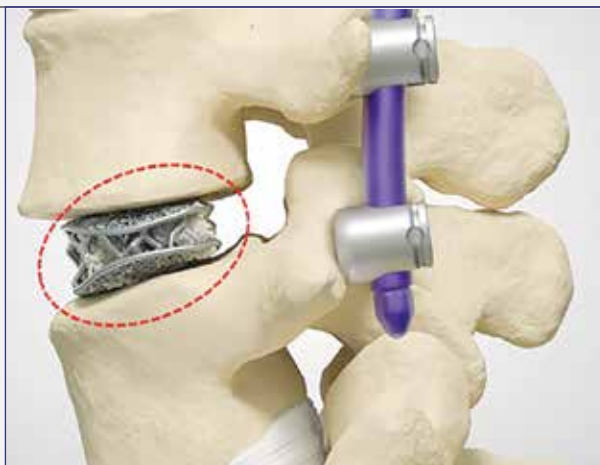
«توجیه اقتصادی» کلیدواژه سرمایه‌گذاری در هر صنعت است، ولی همیشه سرمایه‌گذارانی هستند که با ریسک‌پذیری بالا، قدم گذاشتن به میدان‌های جدید و بازارهای بکر را به مسیرهای تجربه‌شده و ورود به بازارهای رقابتی ترجیح می‌دهند. با این توضیح، صنعت چاپ طی یکی - دو دهه اخیر، شاهد انقلاب عظیمی در حوزه چاپ سه‌بعدی بوده است. در واقع دستگاه پرینتر سه‌بعدی می‌تواند یک فایل سه‌بعدی طراحی شده با استفاده از نرم‌افزارهای سه‌بعدی و یا اسکنرهای سه‌بعدی را به یک شیء فیزیکی قابل لمس تبدیل کند.

پیشینه ابداع این فناوری به سال ۱۹۸۰ میلادی بازمی‌گردد، اما تجاری شدن ماشین‌های مجهز به این فناوری و عرضه وسیع آن‌ها به بازار، اتفاقی است که از سال‌های ابتدایی قرن ۲۱ رخ داد. امروزه حدود ۲۵ تکنیک برای چاپ سه‌بعدی در دنیا وجود دارد که بعضی از آن‌ها تجاری شده‌اند و می‌توان گفت، حدود ۱۰ مورد از آن‌ها در بازار قطعه‌سازی و نمونه‌سازی با مصارف صنعتی، آزمایشگاهی، پزشکی، هنری، تبلیغاتی (نظیر آیت‌ها و نشان‌های اقتصادی) و... به صورت رایج وجود دارد. به کارگیری ماشین‌های چاپ سه‌بعدی، دانش خاصی را می‌طلبد که جز از طریق آموزش‌های حرفه‌ای میسر نمی‌شود. گستره مواد مصرفی آن‌ها بسیار متنوع است و حتی فلزات مختلفی همچون آلومینیوم را نیز شامل می‌شود، اما در عمده مدل‌ها، فیلامنت و رزین بیشترین کاربرد را دارند.

فیلامنت نوعی رشته رول ترموپلاستیک است که داخل پرینتر سه‌بعدی، ذوب و به صورت قطرات کوچکی از نازل خارج می‌شود و با دقت میکرونی، به لایه‌ها فرم می‌دهد. فیلامنت لایه لایه روی هم رچ و محصول مورد نظر ساخته می‌شود. چاپگرهای FDM که از فیلامنت تغذیه می‌شوند، برای ساخت قطعات صنعتی، مجسمه و... در اندازه‌های متوسط تا بزرگ استفاده می‌شود.

متریال رزین برای چاپگرهای سه‌بعدی نوری (لیزری) به کار می‌رود. رزین مایع در این ماشین‌ها، با تابش تابنده نوری یا لیزری سخت می‌شود و جسم مورد نظر را شکل می‌دهد. از این تکنولوژی، بیشتر برای ساخت قطعات کوچک با دقت استفاده می‌شود و عمدتاً در قالب‌سازی جواهر یا ایمپلنت‌ها کاربرد دارند. از چاپگر سه‌بعدی رزینی می‌توان در صنعت پزشکی و دندانسازی یا برای تولید سفارشی قالب پروتز و ایمپلنت استفاده کرد.

امروزه چاپ سه‌بعدی در جهان، تعاریف شغلی مرسوم در صنعت چاپ را دستخوش تغییر قرار داده است. محصولات این تکنولوژی نوین، کاربردهای متفاوتی از دیگر انواع چاپ دارد و به تبع آن، گستره مشتریان در این حوزه از طیف‌های متفاوتی هستند. با این همه، ورود به این عرصه از صنعت که همچنان در کشور ما بکرو کمتر شناخته شده است، می‌تواند به سرمایه‌گذاران احتمالی این شانس را بدهد که در سال‌های آتی، از بزرگان چاپ سه‌بعدی در کشور باشند. ■



الاختـيار

اقترح رئيس اتحاد بائعي الورق والكرتون في طهران
الغلاء والركود في سوق الورق والكرتون



الرئيس التنفيذي لشركة ركورد
تعد الطباعة الرقمية فرصة للتحويل في إنتاج السلع



الرئيس التنفيذي لمجمع بارت للطباعة والتغليف
القيود الحكومية هي عقبة أمام زيادة تصدير منتجات الطباعة والتغليف



د. مسعود اسفنديار
الرئيس التنفيذي لشركة نفط باسارجاد
إيران في طريقها لتصبح مركز البيتومين في المنطقة



الرئيس التنفيذي لشركة الغاز الوطنية الإيرانية
خلال العام الماضي، تم توصيل أكثر من ١٤٨٠ قرية و ٦ مدن بشبكة إمداد الغاز



رئيس مجلس إدارة مجموعة اتوشناس
وصل مستوى عدم رضا العملاء إلى الصفر



الرئيس التنفيذي لشركة نانومهييار
منصة الاستثمار في صناعة المموه النانوية متاحة



اقترح المدير العام لمكتب التخطيط والمراقبة لمنظمة تنمية التجارة الإيرانية
قفزة في الصادرات الإيرانية رغم العقوبات الأجنبية



عالم الاستثمار

اختيار ذكي لدخول سوق الأعمال الإيرانية

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

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

صاحب الامتياز و الرئيس التنفيذي:

مرتضى فغانى

رئيس التحرير: فرهاد اميرخانى

المدير التجارى: سارة نظرى

المترجم: سعيد عدالت جو

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

رقم ٢٧، الوحدة الثامنة

رقم الهاتف : +٩٨٢١ ٨٨٨٦٤٨٤٢

رقم الفاكس : +٩٨٢١ ٨٨٨٦٤٧٨٦

الرمز البريدي : ١٥٨٨٨٦٦٣٤٤

رقم الهاتف المحمول : +٩٨ ٩١٢٧٧٠٧٧٤٥

البريد الإلكتروني : d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

التسعير الإلزامي هو

سبب الفساد الاقتصادي



مرتضى فغاني
عضو غرفة تجارة طهران

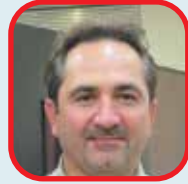
يعد تحديد سعر السلع وفقًا لنسبة العرض والطلب ومحاولة تعديل السعر من خلال خلق توازن بين هذين المكونين الأساسيين معيارًا للتمييز بين الاقتصاد السليم والديناميكي والاقتصاد الموجه.

في تقرير البحث والاستقصاء من شركة مباركة للحديد، يمكن رؤية تأثير التسعير الإلزامي

وعدم الاهتمام بالعرض والطلب في تحديد سعر المنتج بوضوح. وبحسب المعلومات المنشورة، فمن أصل ٩٢ ألف مليار تومان من الانتهاكات التي أعلنها البرلمان، كان أكثر من ٦٣٪ منها، أي أكثر من ٥٨ ألف مليار تومان، في قطاع المبيعات، وأكثر من ٩٣٪ منه، أي أن أكثر من ٥٤ ألف مليار تومان هي نتيجة الاختلاف بين سعر الإلزامي للبيع منتجات شركة مباركة للصلب وسعر السوق. في غضون ذلك، فإن آلية بيع الصلب عبر بورصة السلع هي أيضًا مفاجئة، لأن كل الصلب الذي يتم توفيره للسوق تقريبًا يتم بيعه من خلال تبادل السلع، والذي يباع بسعر أساسي يعتمد على نصف دولار والمتوسط. يتم احتساب سعر فوب للمنتجات في الخليج الفارسي في الأسبوع. المنافسة بين المشتريين، أي زيادة جانب الطلب، يمكن أن ترفع هذا المعدل، ولكن إذا تجاوز حدًا معينًا، فإن المراقبين سوف يبتلون الصفة، وهو ما يعد تدخلًا واضحًا في آلية العرض والطلب. في السنوات الماضية، قام المشرف على البورصة مرارًا وتكرارًا بإبطال معاملات شركة مباركة للصلب. من ناحية أخرى، يختلف سعر الدولار النيماي عن السعر الحر للدولار في السوق، ويمكن اعتبار هذا الاختلاف على أنه أصل الربح الذي تم إنشاؤه ونتيجة لذلك هو بداية مسار الفساد، لذلك أن فرق السعر بين الاثنين يبلغ حوالي ٣٠٪. وهذا يعني أن شركة مباركة للصلب يجب أن تباع منتجاتها في بورصة السلع بسعر أقل بنسبة ٣٠٪ من سعرها الفعلي في السوق العادية. بسبب الاختلاف بين هذا السعر والسوق الحر، يتم إنشاء فساد كبير، وهو مذكور أيضًا في تقرير التحقيق البرلماني.

أفضل مثال لفهم هذا هو صناعة السيارات في البلاد. من عام ٢٠١٩ إلى عام ٢٠٢٠، استلم مصنعو السيارات (سايبا وإيران خودرو) حوالي ١,٥٤٠ ألف طن من الصلب بسعر الإلزامي وقاموا ببيع جزء منه بالسعر الحر في السوق، وبدون أي عمليات إنتاج، أخذوا ربح ضخم. وباختصار، فإن الخصم الممنوح لمصنعي السيارات بشكل غير معقول ودون مراعاة للاحتياجات الحقيقية لهذه الشركات قد تسبب في خسائر لشركة مباركة للصلب ومساهميها ولم يكن له تأثير على تعديل أسعار السيارات. الآن علينا أن نسأل عما إذا كانت مسؤولية خلق هذا الربح الضخم والفساد لعشرات المليارات من تومان تقع على عاتق مديري شركات التصنيع أو المجلس الذي يشجع ويقنع الناس بالانخراط في أنشطة السمسرة والربح بدلاً من الاستثمار في من خلال تحديد الأسعار الإلزامية. لذلك، لا يمكن محاربة الفساد والربح إلا من خلال تنظيم العرض والطلب حسب احتياجات السوق ودون تدخل، والذي، بالإضافة إلى القضاء على الاحتكار، يمكن أن يعطي حياة جديدة لاقتصاد البلاد المتعثر. ■

ممر الشمال والجنوب ؛ قدرة كبيرة للاقتصاد الإيراني



فرهاد أميرخاني
رئيس التحرير

لطالما عُرفت إيران كدولة تقع على مفترق طرق استراتيجي للنقل العالمي. بالرغم من أن هذا الامتياز الدولي قد تسبب في كثير من المصاعب لشعب بلادنا، بما في ذلك الحرب والنهب، خلال الفترات الماضية ؛ لكن بالإضافة إلى ذلك، فقد جلبت أيضًا منافع لم يتم استغلالها بشكل صحيح حتى الآن، وترتبط إحدى هذه القدرات بالممر الشمالي الجنوبي. هذا الممر الدولي المهم

الذي كان في الجوار لسنوات عديدة وقد تم إهماله ؛ في عام ١٩٩٨، بجهود ثلاث دول هي إيران وروسيا والهند، تمت إعادة النظر فيه، وأخيرًا تم توقيع عقد لتفعيل هذا الممر من قبل هذه الدول الثلاث. بعد هذا الاتفاق، أرادت جمهورية أذربيجان ثم تركيا وأرمينيا وبيلاروسيا وكازاخستان وقيرغيزستان وطاجيكستان وعمان وسوريا وأوكرانيا وبلغاريا وحتى الدول الأوروبية الأخرى الاستفادة من هذا المعبر الدولي المهم. الآن، نظرًا لمنافسة العبور الشرسة التي زادت في السنوات الأخيرة، أصبح هذا الممر أكثر أهمية من أي وقت مضى بالنسبة لبلدان جمهورية آسيا الوسطى. حاليًا، نظرًا للحرب بين روسيا وأوكرانيا والقضايا الأمنية والسياسية التي تحكم أفغانستان والتوترات القائمة بين باكستان والهند، فإن العديد من الدول على استعداد للتعاون والاستفادة من ممر التصدير الآمن هذا. بالنسبة لهذه البلدان، يعد الوصول إلى سوق الهند الذي يبلغ عدد سكانه ١,٤ مليار نسمة و ٢٠٠ مليون شخص في باكستان فرصة فريدة، وهو أمر ممكن من خلال استخدام هذا الممر.

بغض النظر عن الفرص التجارية الإقليمية الفريدة التي يمكن أن يوفرها هذا الممر لبلداننا، الآن في مناقشة أوراسيا الكبرى، تهدف بلادنا إلى أن تصبح جهة فاعلة مهمة في دفع الخطط الاقتصادية والتنموية للدول الأعضاء في شنغهاي والاتحاد الأوراسي، من خلال الاستفادة من موقعها الاستراتيجي اليوم، تم وضع بلدنا في موقع مميز ومميز من وجهة نظر النقل الدولي، جنبًا إلى جنب مع النقل المشترك واستخدام قدرات المطارات والموانئ، فقد وفر فرصة فريدة للعب دور في اللوجستيات والبضائع عبور. في الوقت الحالي، تحاول سلطات بلدنا زيادة حصة النقل بالسكك الحديدية والطرق إلى أعلى مستوى ممكن، بناءً على وثيقة رؤية ٢٠ عامًا وحتى أفق عام ٢٠٢٥. ومن بين المشاريع ذات الأولوية التي تم أخذها في الاعتبار عند تفعيل هذا الممر، إنشاء خط سكة حديد رشت - أستارا وجابهار - زاهدان، وتجديد الأسطول المتهالك، وتحسين الطرق وخطوط السكك الحديدية الموجودة. في هذا الممر.

وفي الوقت الحالي، تُبذل جهود كثيرة للاستفادة من القدرات الكامنة في هذا الممر؛ لكن دعونا نتذكر أنه بدون مشاركة القطاع الخاص، لن تتحقق هذه القدرات المحتملة بشكل صحيح، ومن الضروري استخدامها على النحو الأمثل، وضخ الموارد المالية، والتدابير الثقافية والإعلامية، وتسهيل ودعوة القطاع الخاص المحلي والمستثمرين الأجانب إلى شارك واكتتمل الأجزاء المتبقية من هذا الممر الضخم أجزاء دولية. من المؤكد أنه مع مثل هذا النهج، في وقت ليس ببعيدًا، سنشهد تحقيق هذا الحلم الطويل الأمد. ■

تحقيق الحكومة الإلكترونية بمشاركة شركات PSP



كما أدى دخول شركات PSP إلى مجال الدفع، مع تسهيل عملية أداء بعض الأنشطة للشبكة المصرفية، إلى تسهيل شؤون العملاء. للتعرف على هذا الموضوع توجهنا إلى المهندس فرشيد دعائي مدير ادارة المشاريع الخاصة بشركة «سامان للدفع الالكتروني» وتحدثنا معه. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

وفقاً للمنشورات الدولية، بما في ذلك تقرير نيلسون، احتلت شركة سامان للدفع الإلكتروني المرتبة ١٦ من بين ١٥٠ شركة PSP في العالم في عام ٢٠١٩، كما سجلت أيضاً شركة صناعة الدفع الأكثر معاملات في منطقة الشرق الأوسط في عام ٢٠٢١.

تتعاون شركة سامان للدفع الإلكتروني مع كبار المقبولين مثل المتاجر المتسلسلة، والأزياء وصناعة الأغذية، وصناعة الأغذية والمطاعم، والمجال الطبي، والمؤسسات الحكومية، إلخ. في مجال الدفع من خلال بوابة الإنترنت، فإن معظم شركات الطيران هي عملاء لهذه الشركة، وتستخدم الشركات الكبرى مثل ديجي كالا و بانى مد وغيرها خدمة بوابة الدفع الإلكترونية الخاصة بـ سامان .

لا تقتصر خدمات شركة سامان للدفع الإلكتروني على فرع أو بنك معين بل تتوسع يوماً بعد يوم بناءً على خطة إستراتيجية. حالياً، يعتبر بنكان، سامان ورفاح، المساهمين الرئيسيين في هذه الشركة، ويتم إدراج ١٠٪ من أسهمها في البورصة برمز SEP.

ومن بين هذه الميزات، كما يتضح من العملاء، مرونة وسرعة عمليات شركة سامان للدفع الإلكتروني. من حيث الدعم والشؤون الفنية واستقرار التبديل، كانت هذه الشركة محور اهتمام العديد من العملاء، ووفقاً لذلك، فإن معظم المتبنين التسعة قد عملوا معها حصراً ولديهم لوحات منفصلتان مع شايبرك دون أي انقطاع. على الرغم من الدعم القوي، فتحت شركة سامان للدفع الإلكتروني فروعاً في جميع أنحاء البلاد ومراكز المقاطعات، وجميع شؤون الموظفين تحت إشراف المكتب المركزي لسامان.

تلتزم الشركة بجميع معايير الأمان التي تحددها الهيئات التشريعية وتجدد سنوياً تراخيص البرامج والأمان.

نظراً لأن هذا القطاع هو أحد أكبر وأهم قطاعات اقتصاد الدولة، فهناك توجه إيجابي تجاهه. على سبيل المثال، كانت هذه الشركات مع الحكومة في مختلف المشاريع الوطنية والمعيشية مثل الكتالوج الإلكتروني، وتوريد الخبز، وسيلة المساعدات المعيشية، والأهم من ذلك، تحقيق شعار الحكومة الإلكترونية، لا سيما في جزء من دفع ثمن البضائع والخدمات، وكذراع تنفيذي مهم للحكومة. ■

تقدم كبير في صناعة معدات المتاجر



داود آدينه
رئيس جمعية المصنعين والمصدرين
ومقدمي الخدمات للمعدات والمستلزمات
للمخازن والمجمعات التجارية في إيران

قبل انتصار الثورة الإسلامية، تم استيراد معظم المعدات المتعلقة بسلسلة المتاجر في البلاد. علاوة على ذلك، كان لا بد من تزويد هذه المحلات، التي كان لها أحياناً وكالة أو فرع لمتجر كبير أو سلسلة دولية، وفقاً للديكور العام بناءً على النموذج المقدم من المكتب المركزي، وتم توفير جميع عناصر الديكور والأجهزة من خلال الواردات. لحسن الحظ، يتم إنتاج واستخدام المعدات المطلوبة بالكامل في بلدنا. في عام ٢٠٠١، أقيم المعرض الدولي الأول للسلع والخدمات ومعدات المخازن وسلسلة المتاجر بهدف جودة الإنتاج وتصدير السلع والخدمات، والتي سيطرت عليها المنتجات الأجنبية؛ ولكن في المعرض الدولي الخامس عشر للسلع والخدمات ومعدات المخازن وسلسلة المتاجر في عام ٢٠٢١، والذي أقيم في المكان الدائم للمعارض الدولية لجمهورية إيران الإسلامية، برزت القدرة الكاملة لهذا القطاع في المقدمة مع المنتجات الإيرانية بالكامل. المنتجات التي تم استيرادها من الخارج حتى عام ٢٠٠١، يتم تصديرها الآن إلى دول أخرى كمنتجات إيرانية من الدرجة الأولى وممتازة. من خلال زيارة المتاجر الكبيرة والمتسلسلة، ستلاحظ تغييرات جذرية وأساسية في هذه الصناعة. وفقاً للمتبنين الأجانب الذين زاروا المعرض، فإن المنتجات من الدرجة الأولى وليست متشابهة فحسب، بل إنها عالية الجودة وجميلة ومقاومة أكثر بكثير من المنتجات التي كانت تجلب العملات الأجنبية خارج إيران وتدر الآن عملات أجنبية وخلق فرص عمل. نظراً لأهمية الموضوع وتحسين المستوى الكمي والنوعي لإنتاج هذه الصناعة، فمنذ عام ٢٠١١، تم اقتراح مسألة تشكيل وتأسيس اتحاد لهذه الصناعة، ومع العديد من التقلبات، وأخيراً في عام ٢٠٢٠، رابطة مصنعي ومصدري ومقدمي الخدمات للمعدات والضروريات للمحلات والمجمعات الإيرانية التجارية تم تسجيلها وتأسيسها في وزارة التعاون والعمل والرعاية الاجتماعية. تقوم هذه الجمعية حالياً بتجنيد الأعضاء لتقديم هذه الصناعة المهمة بشكل أكثر كفاءة وشمولية وعلماً على المستويين المحلي والدولي. في الوقت الحالي، تحاول رابطة مصنعي ومصدري ومقدمي خدمات تخزين المعدات والمستلزمات والمجمعات التجارية الاستفادة من قدرات جميع أعضاء الجمعية وأصحاب المصلحة الآخرين والأطراف المهتمة من خلال تشكيل لجان مختلفة من أجل أداء دورها في المستقبل. يجري حالياً تطوير وتوسيع المتاجر الكبيرة والمتسلسلة، فضلاً عن إعادة بناء وتحسين المتاجر المحلية والإقليمية في مختلف القطاعات. في النهاية، تجدر الإشارة إلى أن صناعة المعدات وأساسيات المتاجر والخدمات ذات الصلة تتمتع بقدرة عالية جداً على هذا النوع من التغييرات الجادة والأساسية في الدولة، وبعد ذلك، يمكن أيضاً أن يكون لها وجود ناجح في الخارج. ■

هويتا؛ ضمان المصادقة الآمنة والتوقيع الرقمي



هويتا هي شركة مبنية على المعرفة ورشيقة اتخذت العديد من الخطوات في مجال رقمنة العمليات مع ما يقرب من ٢٠ عامًا من الخبرة. تعد البنية التحتية للمفاتيح العامة والتوقيع الرقمي والمصادقة الإلكترونية من بين الأشياء التي تلعب دوراً مهماً في عملية الرقمنة. منتجات هويتا

• خدمة التوقيع الرقمي (DSS)

زهرة صالح - خبيرة أولى في أمن المعلومات بجامعة شريف للتكنولوجيا في العقد الماضي، عُرف التوقيع الرقمي باسم «الهوية الإلكترونية الآمنة» للأشخاص الطبيعيين / الاعتباريين في العالم، لذلك، تم توفير حل «التوقيع الرقمي المستند إلى الخدمة» بواسطة شركة هويتا. يعتمد منتج ParsDSS من هويتا على حل «التوقيع الرقمي القائم على الخدمة»، والذي يمكن الأنظمة من التجهيز بسهولة وسرعة بقدرات التوقيع الرقمي.

ربط المحمول

رقية يونسي - خبيرة أولية في هندسة أنظمة الحاسوب في جامعة إيران للعلوم والتكنولوجيا

استراتيجية "Mobile Connect" هي حل آمن وشامل لتسجيل الدخول إلى حساب المستخدم والمصادقة وإصدار إذن للوصول إلى معلومات المستخدم أو توفير معلومات المستخدم أو التحقق من هوية المستخدم. تفخر شركة هويتا بلعب دور في شكل اتحاد مع شركة مهيمن كمطور لأول مشروع اتصال محمول واسع النطاق مع أكثر من ٥٠ مليون مستخدم نشط وأكثر من مليون معاملة مصادقة يومية.

HSM و HSM كخدمة

د. سيد محمد سبط - دكتوراه في هندسة أنظمة الحاسوب، جامعة العلوم والتكنولوجيا

يعتبر التشفير اليوم الطريقة الأكثر شيوعاً لضمان أمن المعلومات والاتصالات. تم تكييف حل التوقيع الرقمي الشامل من هويتا مع أنظمة HSM التابعة لمركز أبحاث باراساشراف بالإضافة إلى منتج سرين لشركة رادين حصين، وتم الانتهاء من العديد من المشاريع وتسليمها. أيضاً، تم استخدام منتجات Utimaco و SafeNet الأجنبية بنجاح في بعض المشاريع.

خدمة التوقيع الرقمي المتنقل

موسى درويش بور - خبير برمجيات من جامعة الشريف للتكنولوجيا خدمة توقيع الهاتف المحمول لشركة هويتا هي تقنية جديدة وبديل مناسب ويمكن الوصول إليه بشكل أكبر للرموز أو البطاقات الذكية. تتميز هذه الخدمة بإمكانية نقل أكثر من الحلول الأخرى وأيضاً بسبب دعم هواتف اليوم لوحدة الأجهزة الداخلية (Secure Element)، يمكن أن توفر إجراءات أمنية مشددة

الكيمياء الإلكترونية

راضية بابائي - خريجة علوم حاسب من جامعة العلامة الطباطبائي السندات الإلكترونية التجارية والسندات الإلكترونية متاحة حالياً للأشخاص في شكل ورق مطبوع ومن خلال عمليات محددة. مع إضفاء الطابع الإلكتروني على السند الإلكتروني والكيمياء، ستتم عملية إصداره بالكامل إلكترونياً وغير متصل. يوفر هذا النظام في الواقع نظاماً بيئياً شاملاً لإشراك جميع أصحاب المصلحة ويستخدم البنية التحتية للمفاتيح العامة والتوقيع الرقمي لمصادقة العمليات والأشخاص. ■

اقترح رئيس اتحاد بائعي الورق والكرتون في طهران

الغلاء والركود في سوق الورق والكرتون

يعتبر الورق والكرتون من المواد الخام الرئيسية لنشر الكتب والصحف، وبما أن غالبية الاستهلاك المحلي لهذه الأصناف يأتي من الواردات، فإن عوامل مثل الأسعار العالمية والعقوبات والعوائق التي تعترض طريق التجار تؤثر على سعرها النهائي. بشكل مستقيم. لمعرفة المزيد، أجرينا محادثة مع أحمد شريفان، رئيس اتحاد بائعي الورق والكرتون في طهران. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

يضم اتحاد الورق والكرتون قطاعات مختلفة مثل بائعي الورق والكرتون و قصاصات الورق والكرتون ومكاتب المبيعات وبائعي بطاقات الدعوة والمغلفات وما إلى ذلك ويضم ٦٣٠ عضواً رسمياً. كما أن عدداً من النشاطات في هذا السوق بصدد الانضمام إلى عضويته، ولم يتخذ بعض النشاطات حتى الآن أي إجراء للحصول على ترخيص من النقابة، والتي إذا اعتبرنا عددهم، تنشط في حوالي ألف وحدة. تحديد صفوف النقابة في طهران.

يجب على كل مشغل اقتصادي دفع الضرائب، ومع ذلك، فإن حالة تحصيل الضرائب في إيران ليست مناسبة جداً للشركات.

من أسباب ارتفاع الأسعار التي شهدناها في الأشهر الأخيرة تقلبات الأسواق العالمية التي سببتها الحرب بين روسيا وأوكرانيا. وارتفع سعر كل طن من أنواع الورق المختلفة بين ٢٠٠ و ٣٠٠ دولار، ومن الطبيعي أن يؤثر هذا التضخم على السوق لكون أصناف الورق والكرتون مستوردة. من ناحية أخرى، يرجع جزء كبير من الزيادة الكبيرة في الأسعار إلى وجود الوسطاء والوسطاء الذين احتكروا السوق، بالطبع، لعب قطع العملة المفضلة لاستيراد الورق دوراً مهماً في زيادة سعر الورق.

المعرض الخامس للورق والكرتون كان ديناميكيًا للغاية ومقارنة بالفترات السابقة، رافقه تطورات إيجابية. في هذه الفترة، تعرفنا على الإمكانيات الجديدة للصناعات ووحدات إنتاج الورق ومنتجات السليلوز التي لديها القدرات اللازمة لتلبية الاحتياجات المحلية وحتى دخول أسواق الشرق الأوسط. كان تقييمنا لهذا المعرض أنه إذا تم دعم المنتجين من قبل الحكومة والمنظمات المحلية، فإن الوصول إلى مستوى التصدير وكسب العملات الأجنبية للبلاد يمكن تحقيقه تماماً.

في مجال صناعة الكرتون، تتمتع المصانع عالية الكفاءة حالياً بإمكانيات تصدير جيدة. هناك قدرات مواتية في مجال الورق والكرتون، من بينها نشاط الصناعات الخشبية والورقية في مازندران. هذه المجموعة هي أكبر منتج لأوراق الصحف في الشرق الأوسط وإذا تم دعمها في قطاع ورق الكتابة، فستحقق نتائج جيدة. ■



يحتاج تجديد صناعة الورق الإيرانية إلى مستثمرين أجانب



لقد مرت حوالي ٦ عقود منذ إنشاء أول مصنع لإنتاج الورق في إيران، وتسبب إهمال المعدات وتحديث صناعة الورق في العقود الأخيرة في إضعاف وتوقف خطوط الإنتاج لهذا المنتج الاستراتيجي. في محادثة مع رضا اميدي، أمين ومنظم «المعرض الدولي للورق والكرتون ومنتجات السليلوز والآلات ذات الصلة»، الذي أقيمت النسخة الخامسة منه في أغسطس ٢٠٢٢، قمنا بفحص حالة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

لحسن الحظ لم يتوقف هذا المعرض في السنوات الماضية رغم موجة العقوبات وانتشار مرض كورونا وبدعم من صناعة السليلوز يقام المعرض كل عام وكذلك اتباع البروتوكولات الصحية. هذا العام، لقيت النسخة الخامسة من المعرض استحساناً كبيراً

شاركت حوالي ١٣٠ شركة في معرض هذا العام، والتي كانت مرتبطة تماماً بصناعة السليلوز وكانت نشطة في مجال توريد المواد الخام والآلات وإنتاج المنتجات والصناعات التحويلية وتوزيع المنتجات. في الواقع، شكل المشاركون روابط سلسلة السليلوز في مجال الآلات وتجديد مجموعات الإنتاج، رأينا استقبلاً جيداً.

شارك في هذا المعرض حوالي ٩ شركات أجنبية من الصين وروسيا والإمارات والهند، وكان نشاطها الرئيسي في مجال توريد قطع وآلات إنتاج الورق والكرتون. خلال أيام الفعالية، تم توفير الأرضية للمفاوضات وتوقيع العقود بينها وبين الشركات الإيرانية، بحيث تم الإعلان عن تجربة حضور معرض ٢٠٢٢ كتجربة مفيدة.

في مجال الورق والكرتون نورد ٧٠٪ من استهلاكنا عن طريق الاستيراد. بالطبع في مجال ورق التغليف نقترب تقريباً من مرحلة الإنتاج الكاملة، لكن في مجال ورق الكتابة، لم نحقق النجاح بعد.

إن أهم قضية في مجال إنتاج الورق هي جذب المستثمرين ورأس المال الأجنبي. كما أن وجود المستثمرين الأجانب في هذا المجال، بالإضافة إلى جعل استيراد آلات إنتاج الورق الحديثة إلى البلاد حقيقة واقعة، يوفر أيضاً منصة للمنافسة. لسوء الحظ، فإن المنافسة الموجودة في صناعات الورق والكرتون في البلاد غير صحيحة وغير كاملة، لأنه لا يوجد منافس قوي يمكنه رفع مستوى المنافسة وتحسين جودة المنتجات.

خططنا هي دعوة الطلاب من المجالات ذات الصلة لحضور المعرض، مع التعرف على قدرة الصناعات المختلفة، وكذلك متابعة الموضوعات العلمية. ■

الرئيس التنفيذي لشركة كاردو كارتون بوكان

يجب على الحكومة دعم تصدير الشركات الصغيرة

مع تطور الصناعات والمنتجات المختلفة، أصبح التغليف المناسب مع المواد ووزن المنتج أحد الاحتياجات الرئيسية لأصحاب الصناعة. يتطلب استيفاء هذا المطلب لبعض العناصر ذات الحجم أو الوزن الكبير تغليفاً خاصاً وثقيلاً. في هذا الصدد، أجرينا محادثة مع المهندس فؤاد إسماعيل بور، الرئيس التنفيذي لشركة كاردو كارتون والمختص في التغليف الثقيل. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

نحن أول شركة بدأت في إنتاج الكرتون والكرتون الحديث المطلوب في عبوات ثقيلة بطريقة علمية ومتخصصة وجلبت تكنولوجيا التصنيع إلى إيران. حالياً، ننصح أيضاً الشركات الكبيرة في مختلف قطاعات الصناعة، ولحسن الحظ، مع الإمكانيات المناسبة، حققنا نجاحاً جيداً في هذا المجال.

شركة كاردو كارتون هي الشركة الأولى في إيران التي تنتج المنصات والصناديق من الكرتون. منصات البضائع مصنوعة من الخشب أو البلاستيك. تتمثل ميزة لوح الكرتون في أنه لا يتطلب قطع الأشجار لصنعه، وعلى عكس البلاستيك، فهو قابل للتحلل البيولوجي تماماً وصديق للبيئة.

بالإضافة إلى المنصات، قمنا بإنتاج منتجات مصنوعة من الورق المقوى بسعر رخيص للغاية، وفعالة وخفيفة الوزن، والتي يمكنها بسهولة استبدال الألواح الخشبية والمعدنية في مختلف الاستخدامات والهيكل. لإثبات فعالية منتجاتنا وكفاءتها، قمنا بصنع جميع أقسام وأقسام الكشك باستخدام الورق المقوى في معرض الورق والكرتون الذي أقيم في أغسطس من هذا العام، مما جذب انتباه الزوار وأثار دهشتهم. في المواد الاستهلاكية الأخرى، مراحل البحث والتطوير مستمرة وبشكل عام يمكن القول أن نشاط كاردو كارتون محدد في فئة الصناعات القائمة على المعرفة.

لا تملك الشركات الناشئة والمؤسسات الاقتصادية الصغيرة إمكانية شراء كمية كبيرة من المواد الخام من أجل توفير تكاليفها، وبطبيعة الحال، في هذه الحالة، تكون إدارة مجمعات الإنتاج الصغيرة أصعب بكثير من إدارة المجمعات الكبيرة. المصانع والإنتاج، وتتطلب الصبر والقدرة وهناك حاجة إلى مزيد من الابتكارات.

تقع بوكان على بعد مسافة قصيرة من حدود تركيا والعراق، كما أن بعدنا عن حدود أذربيجان يمنحنا القدرة على تصدير المنتجات. كانت السياسة الأولية لبناء المصنع قائمة على التصدير، وفي هذه السنوات، نظراً للجودة العالية والسعر المنخفض للمنتج، فقد جذبنا انتباه العملاء الأجانب إلى منتجاتنا، ومع ذلك، هناك دائماً العديد من المخاوف في قطاع التصدير. ■



إحياء مصنع بارس للورق وجهود زيادة الإنتاج



أثار ارتفاع أسعار الورق المستورد في السنوات الأخيرة مسألة تجهيز خطوط إنتاج الورق المحلي ودعمها مرة أخرى. منذ عقود مضت، بدأت العديد من المصانع في مجال إنتاج الورق وكذلك اللب المستخدم في مصانع الورق أنشطتها في البلاد. متابعة المسؤولين الحكوميين، بدأت الجهود لحل مشاكل مصانع الورق في إيران، والتي تشمل إطلاق خط PM1، وأشار إلى خطة إنتاج 60 ألف طن من الورق في عام 2022 بواسطة الخشب والورق. مصنع مازندران، وكذلك الإجراءات المتخذة لإحياء مصنع بارس للورق في خوزستان.

في غضون ذلك، من المهم الانتباه إلى مجموعة بارس ودعمها من عدة جهات نظر. تأسس هذا المصنع الذي كان يحتل المرتبة الثانية في إنتاج الورق في البلاد منذ البداية، في عام 1966 في شمال خوزستان بهدف استخدام ثفل قصب السكر المتخلف من مصنع هفت تبيي لقصب السكر، ويقال إنه مصنع سنوياً. تراوح إنتاجها بين 20 و 30 ألف طن من الورق. وفقاً لتصريحات مديري مجموعة بارس، فإن هذا المصنع، إذا كان مجهزاً، لديه القدرة على إنتاج أكثر من 70 ألف طن من الورق سنوياً ويمكن أن يساهم كثيراً في توريد ورق الطباعة والكتابة في الدولة. أشار الرئيس التنفيذي الجديد لمجموعة بارس للصناعات الورقية إلى مشاكل مثل انقطاع التيار الكهربائي الذي يؤدي إلى توقف الإنتاج وتعطل آلات المصنع، وسمي توفير مولد بسعة 6 ميغاوات من الكهرباء وتشغيله على أنه إحدى خطته المستقبلية. هو. وبحسبه، «من خلال توفير هذا المولد، سيتم توفير 70٪ من الكهرباء التي يحتاجها هذا المصنع وتقليل الأضرار الناجمة عن انقطاع التيار الكهربائي». وأكد روغاني بشكل خاص على إنتاج 70 ألف طن من أنواع مختلفة من الورق بما في ذلك لب الورق هذا العام والأهداف المحددة في هذا الاتجاه، معرباً عن أمله في أن تلبية الزيادة في إنتاج هذه الشركة في المستقبل حاجة البلاد المختلفة. أنواع الورق التي إذا تحقق هذا الوعد سييسهل وصول صناعات النشر والطباعة والتغليف إلى جميع أنواع الورق وخاصة ورق الكتابة. يمكن أن تلعب هذه المشكلة أيضاً دوراً مهماً في خفض سعر الورق، وبهذا المعنى، إنهاء التضخم الجامح لسوق الورق. ■

الرئيس التنفيذي لشركة تعاونية صناع الطباعة
الحجرية الإيرانية

يعتمد تزويد صناعة الطباعة الإيرانية بالزرك على دعم الحكومة



تعتبر صناعة الطباعة من الصناعات الإستراتيجية في العالم، بل إنها تحتل المرتبة الثانية أو الثالثة من الصناعات في العديد من البلدان. في بلدنا، يرتبط النشاط الصناعي المهيم بصناعة الطباعة والتغليف. في محادثة مع غلام رضا شجاع، الرئيس التنفيذي لشركة تعاونية صناع الطباعة الحجرية الإيرانية، استعرضنا حالة هذه الصناعة في إيران. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

الشركة التعاونية لصناعة الطباعة الحجرية الإيرانية لها تاريخ يمتد إلى 40 عاماً وتضم ما يقرب من ثلاثة فروع رئيسية للاتحاد. خلال هذه السنوات، نجحنا في الحصول على لقب أكبر تعاونية بالدولة لمدة أربع فترات، وبشكل عام، تم تحقيق العديد من النجاحات في مجال جذب الأعضاء، وجذب رؤوس الأموال، والحصول على تمثيل حصري من الشركات العالمية.

يملك هذه التعاونية تاريخاً يمتد إلى 50 عاماً ويتكون هيكله الرئيسي من صناع الطباعة الحجرية ونشطاء في مجال طباعة الشاشة وصناع الطوابع والألواح، بالطبع، أعضاء الشركة التعاونية ينشطون أيضاً في هذه المجالات. تم تحديد ما مجموعه 13 رتبة في الاتحاد، منها مطبوعات حجرية تضم أكبر عدد من الأعضاء. كان أداء الاتحاد جيداً أيضاً خلال هذه السنوات وتمكن من الخروج بفخر من مشاكل مختلفة.

في السنوات القليلة الماضية، رأينا باستمرار ارتفاع أسعار الألمنيوم في العالم، وهو المادة الرئيسية لإنتاج الزرك، والذي زاد بنسبة 80٪ تقريباً. بطبيعة الحال، تؤثر هذه التقلبات على السعر النهائي. صعوبة وتكلفة نقل البضائع من الصين إلى إيران هي قضية أخرى وقلقنا اليوم. زادت تكلفة نقل البضائع إلى البلاد خمس مرات تقريباً وزاد إيجار الحاوية من 600 دولار إلى 4500 دولار. بالطبع، ارتفعت تكلفة النقل بشكل كبير في البلاد أيضاً.

نظراً لاعتماد 80٪ من منتجات صناعة الطباعة على الزرك في العقود الأخيرة، أبدى القطاع الخاص أيضاً اهتماماً بإنتاج الزرك عدة مرات، ولكن نظراً لعدم وجود مبرر اقتصادي، فقد تخلوا عن هذا العمل. ومع ذلك، إذا أراد المستثمر دخول هذا المجال، فسيكون أمامه سوق يضم 400 مليون شخص؛ لأن جميع دول المنطقة المحيطة بإيران مستوردة للزرك وليس لها إنتاج في هذا المجال. بالطبع، هناك مشكلة أخرى لا ينبغي تجاهلها وهي إمكانية إزالة الزرك من نظام الطباعة المستقبلي. مثلما تمت إزالة «الفيلم» الآخر تقريباً من مراحل الطباعة الحجرية والطباعة، ربما في العشرين عاماً القادمة، لن يكون للزرك مكان في صناعة الطباعة. ■

الرئيس التنفيذي لشركة ركورد

تعد الطباعة الرقمية فرصة للتحويل في إنتاج السلع

منذ نشأتها، شهدت صناعة الطباعة تطورات مختلفة ومع تطور التقنيات الرقمية في العقود الأخيرة، ارتبطت بنمو كبير في إنتاج خدمات الطباعة وتوفرها. في محادثة مع حامد ديلمى، الرئيس التنفيذي لشركة ركورد، التي كانت نشطة في مجال آلات الطباعة الرقمية منذ حوالي عقدين، قمنا بفحص حالة هذه الصناعة في إيران. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

أنا من الجيل الثاني من عائلة ديلمى التي تنشط في مجال تصنيع وتجهيز ماكينات الطباعة. بالطبع خلفية نشاطنا كانت في البداية في مجال الأدوات الآلية ثم في مجال التجليد الذي وصل أخيراً إلى مجال الطباعة والتغليف. منذ عام ٢٠١٣، تركّز نشاطنا على أجهزة الطباعة الرقمية، وبالنظر إلى مجموعة الأنشطة التي يتم تنفيذها في مجموعة السجلات اليوم، فهي بلا شك أكبر مركز لأجهزة الطباعة الرقمية في المنطقة، والتي تضم مراكز نشطة في تركيا، مصر والإمارات العربية المتحدة. من حيث حجم ونطاق النشاط، لا يمكنهم التنافس معنا.

تم تنشيط معظم أجهزتنا في مجال الإعلان، ويتم طباعة وإنتاج أكثر من ٧٠٪ من المنتجات الإعلانية في الدولة، خاصة في قطاع طباعة اللوحات الإعلانية، باستخدام آلات التسجيل. نحن نعمل في مجال صناعة النسيج منذ ما يقرب من خمس سنوات. باستثناء هذين المجالين اللذين ندخلهما أكثر من غيرهما، فإننا نتفاعل أيضاً مع مجالات أخرى مثل البلاط والسيراميك من وجهة نظر تقنية، حيث تشترك أجهزتها في شيء مع أجهزتنا. نحاول أيضاً معرفة المزيد عن قطاع الملصقات ولدينا حضور أقوى في هذا المجال في المستقبل. نظراً للسرعة العالية للتطورات في مجال التكنولوجيا، فإننا نشهد باستمرار تقديم حلول جديدة من قبل شركات مختلفة في العالم. يعد التكيف مع التقنيات الجديدة مهمة صعبة ومعقدة للغاية، لذلك لا تفكر دور الطباعة المعروفة في المنطقة أبداً في شراء آلات الطباعة مباشرة من الشركات المصنعة الأوروبية والصينية واليابانية، لأن معلومات ومعرفة الشركات المحلية حول مختلف الآلات أكثر موثوقة.

نظراً لفريق الخبراء لدينا، نتطلع إلى الحفاظ على مكانتنا في السوق في المقام الأول وفي نفس الوقت، نحاول تطوير مجموعة السجلات وتقديم خدمات طباعة جديدة.

نأمل أن تساعد أحداث المعرض في إعلامهم وجذب ثقتهم. يجب أن نتوصل إلى توافق عام. ومع ذلك، لا مفر من التكنولوجيا عاجلاً أم آجلاً، يتعين على الجميع قبول التقنيات الجديدة. ■



العضو المنتدب للمجمع طلاي للطباعة والصحافة

التكلفة العالية للورق والمواد الاستهلاكية تدمر صناعة الطباعة والنشر



ينقسم مجال نشاط صناعة الطباعة إلى قسمين رئيسيين: النشر والطباعة الصناعية (الصناديق ومواد أخرى)، أولهما، بسبب الوظائف الثقافية للكتب والصحف والصحافة في المجتمع، يتطلب اهتماماً خاصاً من الحكومات ومديري التجارة. في محادثة مع علي مزرعتي قهرودي، الرئيس التنفيذي لمجمع طلاي للطباعة، قمنا بفحص حالة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

السمة الرئيسية لمجمع طلاي للطباعة أنها متخصصة في مجال النشر، وعلى عكس معظم دور الطباعة. نحن نطبع وننتج فقط الكتب والمجلات والدوريات وما إلى ذلك.

هذا المجمع مجهز بجميع الأقسام الثلاثة قبل الطباعة (الطباعة الحجرية والطباعة وبعد الطباعة (طباعة المطبعة).

من الأطفال إلى الطلاب، منتجاننا مستهدفة. في قطاع الأطفال والمراهقين، نتعاون مع مراكز مرموقة مثل مراكز التنمية الفكرية وناشري الكتب المدرسية، وفي مجال الكتب المدرسية والكتب التعليمية، نتعاون مع المجموعات. بعض الناشرين العموميين هم عملاؤنا، وبعضهم يعمل في مدن وبلدات أخرى. كما نقوم بطباعة الكتب للعديد من المراكز التعليمية. نحن لسنا ناشطين في مجال الأوراق إطلاقاً، لأن أحجام طباعة أجهزتنا مخططة فقط لأعمال النشر.

يمكن للورق الإيراني أن يلبي جزءاً من احتياجات البلاد، لكن بشرط أن يكون سعره النهائي أرخص بكثير من الأنواع المستوردة، فقد أظهرت التجربة أن الدعم المؤقت بطريقة الشراء المسبق وما إلى ذلك لن يحل المشكلة على المدى الطويل. تحتاج صناعة الورق والكرتون في بلدنا إلى التحديث أكثر من أي شيء آخر، ويجب على الحكومة أولاً وقبل كل شيء المساعدة في تجهيز مصانع الورق.

أصدر صناع القرار، بغض النظر عن احتياجات السوق وضروراته، تراخيص تجارية لمقدمي الطلبات، وشهدت صناعة الطباعة نمواً غير متوازن.

في توريد المواد الخام، يتم استيراد معظم المواد. باستثناء الورق المذكور، ارتفع أيضاً بشكل حاد سعر العناصر الأخرى مثل الحبر والكحول والزنك والغراء وما إلى ذلك.

تتمثل خطتنا في جعل مجموعة طلاي من أفضل خمس شركات في مجال الطباعة بحلول نهاية عام ٢٠٢٥ من خلال الحصول على أحدث ماكينات صناعة الطباعة والتجليد واستخدام العمال ذوي الخبرة، وكذلك باستخدام أحدث الأدوات والبرامج من هذه الصناعة. ■



الرئيس التنفيذي لمجمع بارت للطباعة والتغليف

القيود الحكومية هي عقبة أمام زيادة تصدير منتجات الطباعة والتغليف



المنتجات المطبوعة وخدمات التغليف لتلبية احتياجات السوق وتشمل الصناعات المختلفة مجموعة متنوعة من العناصر، أحدها الصناديق الصلبة، يمكن لهذا المنتج أن يخلق قيمة مضافة كبيرة لمنتجات مختلفة، من أجل التعرف على المزيد، أجرينا محادثة مع المهندس سهيل رضا، العضو المنتدب لـ

لمجمع بارت للطباعة والتغليف. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. بدأ هذا المجمع العمل في عام ٢٠١٤ وقدم في البداية خدمات في شكل الاستعانة بمصادر خارجية في مجال توليد الأفكار والتصميم والإشراف على التنفيذ. بسبب النقص في السوق، اتجهنا نحو الإنتاج وبالتوازي مع ذلك، قصرنا نشاطنا على مجالات أكثر تخصصاً من أجل تحسين الجودة والخدمات. الجدير بالذكر أننا نركز الآن على إنتاج المواعيد المحددة والدفاتر والصناديق الصلبة.

كان دفاतर التقويم أول منتج استثمر فيه شركتنا واليوم أصبحت علامة تجارية أكثر شهرة في السوق بهذا المنتج. كانت كل جهودنا هي دخول السوق بأفكار جديدة منذ البداية، بحيث تم إنتاج وعرض هذا المنتج بأغلفة متعددة لأول مرة في إيران من خلال مجموعتنا. وقد جعلنا ذلك من بين أكبر ثلاثة منتجات في البلاد في غضون ٥ سنوات على الرغم من وجود منتجات أقوى وذوي خبرة.

يميل العديد من العملاء إلى تقديم طلباتهم بكميات صغيرة ولكن في كثير من الأحيان على مدار العام، لذلك بينما كان الحد الأدنى لكمية الطلبات الخاصة بمصنعي الصناديق الصلبة الأخرى هو ١٠٠٠ عنصر لكل طلب، قررنا الاستجابة لاحتياجات العملاء عن طريق طلب منا بأي كمية.

حاولنا في السنوات الثلاث الماضية دراسة أسواق المنطقة بما في ذلك الإمارات وأرمينيا وجورجيا وأفغانستان والعراق، وزيارة بعض المعارض الأجنبية، وبناءً عليه، في سبتمبر من هذا العام، سنشارك في طباعة و معرض التغليف في اسطنبول وتنتهي مرحلة دراستنا. في مجال الصناديق الصلبة، هناك رغبة وقدرة على التصدير جزئياً للطباعة والتغليف، لكن احتياجات السوق المحلي تتطلب منا التركيز عليها في الوقت الحالي.

هدفنا الأول هو دخول أسواق الذهب والمجوهرات في المنطقة وتوريد الصناديق الصلبة للمستهلكين لهذه التجارة. نهجنا هو أن العناصر الموجودة في السوق متكررة للغاية ونريد أن يتم تحديد هذه العناصر بناءً على إحدائيات واحتياجات العمل. ■

الرئيس التنفيذي لشركة سوپروايد

إنتاج منتجات نسيجية متنوعة مع الاستفادة من الطباعة الرقمية



لا تزال الطباعة الرقمية في إيران تعتبر تقنية حديثة العهد، لكن النمو السريع والمذهل لآلات الطباعة واستخدامها في مختلف الصناعات يزيد من الحاجة إلى الاستفادة منها. شركة سوپروايد هي واحدة من أقدم الشركات النشطة والمعروفة في مجال الطباعة الرقمية في إيران، والتي تعمل في مجال آلات طباعة الأقمشة. في محادثة مع حميد رضا خير الله، الرئيس التنفيذي لهذه الشركة، قمنا بفحص حالة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

في عام ٢٠٠٣، قمت بتأسيس شركة سوپروايد. لحسن الحظ، كان لدي تعاون جيد مع شريكي اللبناني، والذي انتهى ببيع وتركيب عشرات الأجهزة في إيران.

لقد كانت سنة مثيرة. كان دخول التكنولوجيا إلى البلاد بسرعة عالية؛ لدرجة أنه في بعض النقاط،

بالإضافة إلى السوق الإيراني، كنت أفكر دائماً في أسواق الدول المجاورة. من خلال هذا النهج، أنشأنا في عام ٢٠٠٧ سوپر وايد دي، والذي كان أدائه جيداً في دول الخليج العربي. بالإضافة إلى المبيعات العالية التي حققناها في قطر، عمان، الإمارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، إلخ، وجدنا أيضاً عملائنا في إفريقيا وحققنا نتائج إيجابية.

حالياً، نحن نعمل بشكل رئيسي على آلات طباعة المنسوجات. ومع ذلك، ما زلنا نقدم خدمات للعملاء الذين اشتروا منا آلات طباعة اللافتات والإعلان في آخر ٢٠ عاماً. كما قلت، منذ عام ٢٠١٨، توقفنا عن بيع آلات طباعة اللافتات. لحسن الحظ، أعطتنا خبرة العمل في تركيا معرفة جيدة في هذا المجال ولدينا عملاء راعون حتى الآن

عملائنا هم من يقدمون خدمات الطباعة في مجال الملابس والستائر والشراشف وما إلى ذلك. لدينا ماكينات من عرض متر واحد و ٦٠ سم إلى عرض ثلاثة أمتار و ٢٠ سم يمكنها الطباعة على جميع أنواع الأقمشة. على الرغم من رغبتنا في التعاون مع شركات النسيج، إلا أن الحظر قد يكون فرصة كبيرة لصناعات النسيج لدينا لتجهيز مصانعها بالمطابع الرقمية في حالة توقف استيراد الأقمشة المطبوعة إلى البلاد.

في الوضع الحالي، نقدم أفضل الخدمات لعملائنا. أنا فخور بالقول إن سوپروايد هي شركة صغيرة من حيث عدد الموظفين، وليس لدي أي نية لزيادة عدد الموظفين، ومع ذلك، فنحن ديناميكيون وفعالون، وأعتقد أنه في بعض القطاعات، وخاصة في قطاع الخدمات الفنية واستشارات المبيعات، لدينا أعلى منصب في بلدنا. ■



نجاح كبير لشيراز للبتروكيماويات



الاجتماع الوطني الثالث للمدير الوطني الناجح في الثورة الصناعية الرابعة، في آب من العام الحالي، بدعم من وزارات النفط؛ الصناعة والتعدين والتجارة والتعاون، والعمل والرعاية الاجتماعية، وكذلك مع وجود كبار المسؤولين الوطنيين والعسكريين، والشخصيات العلمية والأكاديمية الشهيرة، ورجال الأعمال، ونخب الصناعة والاقتصاد في البلاد، وأعضاء وسائل الإعلام. عقدت في قاعة المؤتمرات الدولية.

شركة شيراز للبتروكيماويات، بثقافة الجهد وجودة إنتاج المنتجات، من أجل تلبية احتياجات البلاد وتوفير المواد الخام الاستراتيجية للصناعات التحويلية والزراعة، بالاعتماد على مواردها البشرية القيمة، سعت دائماً لتحقيق أهدافها القيمة مع إدارة ناجحة مع جهود متواصلة ورحيمة. لسنوات عديدة، قدمت منتجاتها فوق السعة الاسمية. أيضاً، هذه الشركة من خلال خلق ثقافة تنظيمية في عملية تنفيذ فاعلية الاستراتيجيات واللوائح، وزيادة مستوى الذكاء التنافسي، وتقييم وتحديد الأسواق المحتملة مع دور إدارة المنظمة في تصميم سياسة مناسبة للرقابة والتحليل الصناعي، وجدوى التفاعلات وأسس استراتيجية الأعمال في خلق علاقات بين المساهمين من خلال مناهج التطوير المبتكرة لثقافة ريادة الأعمال، تمكنت من أن تكون على رأس الشركات الناجحة في الدولة كما في السنوات السابقة.

وفي إشارة إلى شعار العام، أضاف المهندس بهمنى: بلغ إجمالي ربح المنتجات البتروكيماوية في الربع الأول من العام الماضي ٩٧٣ مليار تومان. من ناحية أخرى، واستناداً إلى البيانات المالية للربع الأول من عام ٢٠٢٢، فإن مبلغ ربح السهم من منتجات شيراز البتروكيماوية في الفترة المذكورة هو ٤٦٣٧ ريالاً بارتفاع ٢٦٤٪ مقارنة بنفس الفترة من العام السابق. وقال: إن هدف مديري هذا المجمع البتروكيماوي الكبير في الدولة هو الحفاظ على استراتيجية الحفاظ على الإنتاج المستمر والمبيعات القصوى للمنتجات، مع ترسيخ مكانتهم في الأسواق السابقة وتطوير أسواق جديدة تتماشى مع مصالح الدولة. المساهمين.

سعت شركة شيراز للبتروكيماويات، بالاعتماد على مواردها البشرية القيمة، إلى تحقيق هدف إنتاج منتجات عالية الجودة بجهود متواصلة ورعاية، وقدمت منتجاتها فوق السعة الاسمية لسنوات عديدة.

الجدير بالذكر أن المنتجات البتروكيماوية الرئيسية في شيراز هي: تأسيس البورينا والأمونيا وحمض النيتريك ونترات الأمونيوم والميثانول كأقدم بتروكيماويات في البلاد في عام ١٩٥٨ بالقرب من مدينة مرو دشت. ■



إيران في طريقها لتصبح مركز البيتومين في المنطقة

بلغ إنتاج واستهلاك البيتومين في العالم ١٢٥ مليون طن في عام ٢٠٢١، وتمتلك إيران ٨٪ من سوق البيتومين العالمي مع القدرة على إنتاج أكثر من ٦ ملايين طن من البيتومين. تحتل إيران المرتبة السابعة والرابعة في العالم من حيث إنتاج وتصدير البيتومين، على التوالي. تكمن أهمية هذه المسألة في معرفة أن أحد المصادر الرئيسية للدخل من النقد الأجنبي في الحظر النفطي مرتبط بالبيتومين. وحققت صادرات هذا المنتج في عام ٢٠٢١ ١,٥ مليار دولار وشكلت ٢,٩ بالمئة من إجمالي الصادرات غير النفطية للبلاد هذا العام، ومن حيث قيمة الصادرات غمت بنسبة ٧٣ بالمئة مقارنة بعام ٢٠٢٠. من ناحية أخرى، يبلغ إجمالي الطاقة الإنتاجية للبلاد من الهراوات المفرغة ١٢ مليون طن سنوياً، منها حوالي ٦ ملايين طن لإنتاج زيت الوقود وأكثر من ٦ ملايين طن لإنتاج البيتومين، منها ٤ ملايين طن لإنتاج البيتومين. و ٢ مليون طن للاستهلاك المحلي. من أصل ١٠٠٪ من البيتومين المنتج في الدولة، ٧٠٪ للتصدير و ٣٠٪ للطلب المحلي. من حيث الاستهلاك المحلي، يستخدم حوالي ٩٠٪ من البيتومين المنتج في تشييد الطرق، ويستخدم العزل ١٠٪ فقط من استهلاك البيتومين.

وفقاً للإحصاءات المسجلة على الموقع الإلكتروني لبورصة السلع الإيرانية، تمتلك شركة نفط أكبر حصة في السوق، ومن حيث الإنتاج والمبيعات، فهي أكبر منتج للبيتومين في إيران بـ ١,٣ مليون طن في عام ١٤٠٠، وبعد ذلك تأتي شركة باسارجاد في المرتبة التالية بإنتاج مليون طن من البيتومين. وبحسب معلومات بورصة السلع، تمتلك شركة نافتيجي ٢٣٪ من حصة سوق التصدير (٨٢٠ ألف طن) وهي أكبر مصدر للقرار في إيران عام ٢٠٢١، وشركة باسارجاد رغم انخفاض مبيعات التصدير بمقدار ٨٠ ألف طن. مقارنة بعام ٢٠٢٠، تصل إلى ٢١٪ من حصة سوق التصدير (حوالي ٧٥٠ ألف طن) وحصة الشركات الخاصة الأخرى حوالي ٥٦٪ من إجمالي سوق التصدير.

نقطة أخرى جديرة بالملاحظة في مجال تصدير البيتومين هي زيادة حجم صادرات البيتومين السائبة الإيرانية مقارنة بالبراميل في عام ٢٠٢١ من بندر عباس، حيث تم حسب المعلومات المتاحة أكثر من مليون و ٦٠٠ ألف طن من القار السائب. مرسله من بندر عباس لوجهات التصدير. ■



د. مسعود اسفنديار
الرئيس التنفيذي لشركة نفط باسارجاد



أعلن الرئيس التنفيذي لشركة مبین إنرجي للخليج الفارسي

تحقيق ٩٩٪ من إنتاج وبيع المنتجات



انعقدت الجمعية العمومية السنوية لشركة موبین إنرجي للخليج الفارسي بحضور ٦,٨٢ من المساهمين ومجلس إدارة الشركة في قاعة آزادگان في مركز المؤتمرات الدولي بمعهد أبحاث صناعة النفط. أعلن مهدي فرزانه، الرئيس التنفيذي لشركة مبین إنرجي للخليج الفارسي، عن تحقيق

٩٩٪ من خطة إنتاج ومبيعات مبین إنرجي من خلال الإعلان عن أرباح الشركة الفعلية البالغة ١٣٦٥٠ مليار تومان العام الماضي.

وقدم تقريراً عن أداء هذه الشركة في العام المالي ٢٠٢١، والذي تم تقديمه في عدة أقسام، وذكر: على الرغم من حدوث اختناقات إنتاجية واقتصادية وتقلبات في الأسعار العالمية لمعدات وآلات الإنتاج وزيادة العرض. وتكاليف الإنتاج بسبب تقلبات أسعار الصرف والتضخم، تمكنا من تحقيق أعلى ربح من وقت التشغيل وأيضاً أكبر قدر من الإنتاج في بعض المنتجات. في السنة المالية ٢٠٢١، من خلال مراعاة المبادئ المهنية والالتزام بالتزاماتنا. وقال الرئيس التنفيذي لشركة موبین إنرجي للخليج الفارسي، مشيراً إلى أننا نعتبر التنمية المستدامة والربحية في رؤية هذه الشركة: إن قيمة شركة موبین إنرجي للخليج الفارسي في سوق رأس المال الآن ٦٧٠ ألف مليار ريال. واعتبر العام الماضي عامًا مثمراً من حيث حجم الإنتاج واستقرار الإنتاج والوفاء بالتزامات شركة موبین للطاقة للخليج الفارسي تجاه شركات التكرير والبتروكيماويات وأضاف: لقد تم تحقيق معظم خطة إنتاج ومبيعات الشركة في عام ٢٠٢١ بحلول عام ٢٠٢١ تقريباً. ٩٩٪.

تابع الرئيس التنفيذي لشركة مبین إنرجي للخليج الفارسي: بالإضافة إلى ذلك، تم إنتاج بعض منتجات الشركة، مثل المياه العذبة والبخار والنيروجين وهواء الأجهزة، بنسبة ٥ و ١٦ و ٣ و ١١٪ أكثر من الخطة السنوية، على التوالي؛ بالإضافة إلى ذلك، تم تسجيل كمية قياسية من إنتاج البخار والمياه العذبة ومياه التغذية البخارية منذ إنشاء هذه الشركة حتى العام الماضي. صرح الرئيس التنفيذي لشركة مبین إنرجي للخليج الفارسي أن أرباح هذه الشركة قد تحققت وفقاً للخطة في عام ٢٠٢١ وذكر: إن الأرباح الفعلية المدققة لـ ١٤٠٠ تبلغ حوالي ١٣,٦٥٠ مليار تومان.

بناءً على عقد جديد، قامت إدارة هذه الشركة بتمويل توفير الخدمات الإضافية من خلال أخذ نسبة من الاستثمار المطلوب من شركة باريسيان سيهر، مما سيزيد من مبيعات الشركة في السنوات القادمة.

من المتوقع أن ترتفع الأسعار بشكل كبير في عام ٢٠٢١ بسبب زيادة الأرباح التشغيلية للشركات الاستهلاكية وتأثيرها على الصيغة. وفي نهاية الاجتماع تم توزيع ٦٥٠٠ ريال للسهم على مساهمي مبین. ■



الرئيس التنفيذي لشركة الغاز الوطنية الإيرانية

خلال العام الماضي، تم توصيل أكثر من ١٤٨٠ قرية و ٦ مدن بشبكة إمداد الغاز



وأشار نائب وزير النفط لشئون الغاز إلى أن إمداد أكثر من ١٤٨٠ قرية بالغاز في طرق وعرة خلال العام الأول من خدمة الحكومة الثالثة عشرة إنجاز كبير وقال: إن هذا الجهد يدل على نهضة وتطور صناعة الغاز التي يجب اعتباره مهماً، فقد تم استخدامه بكفاءة ولصالح الناس. صرح بذلك مجيد چگنی، نائب وزير النفط والرئيس التنفيذي لشركة الغاز الوطنية الإيرانية، عشية الأسبوع الحكومي: هذا على الرغم من حقيقة أنه خلال هذا العام، مع هذا العدد من القرى و ٦ مدن مزودة بالغاز، فإن النسبة المئوية من الأسر التي تستخدم الغاز الطبيعي في

الحضر ٩٨,٥٪ والريف ٨٦,٨٪ وإجمالاً ٩٥,٧٪. وأوضح أنه في نفس الفترة الزمنية تم تركيب ٣٣٥ ألفاً و ٧٣٦ فرعاً جديداً للغاز في المناطق الحضرية والريفية، وتابع: بناءً على ذلك، تم إضافة ٩٣٦ ألفاً و ٨٦١ مشتركاً إلى إجمالي عدد مشتركي الغاز في العام الماضي. وأعلن چگنی أن تشغيل خطوط نقل الغاز الجديدة في العام الماضي بلغ ٥٠٣ كيلومترات، وقال: بالإضافة إلى ذلك، تم تنفيذ ١٤٣٩٦ كيلومتراً من شبكات الغاز الجديدة في المناطق الحضرية والريفية، مع استخدام محطتين أخريين لزيادة الضغط في نفس الفترة. وبلغ العدد الإجمالي لهذه المحطات ٨٨ محطة.

أفاد الرئيس التنفيذي لشركة الغاز الوطنية الإيرانية بأنه خلال هذه الفترة، انضمت ٦ محطات طاقة أخرى إلى مجموعة محطات توليد الطاقة الغازية، ودعا الرقم القياسي اليومي البالغ ٣١٦ مليون متر مكعب من الغاز الذي تم تسليمه إلى محطات الطاقة في صيف عام ١٤٠١. كأحد التكريمات الأخرى للشركة وصرح: في العام الماضي، كان هذا الرقم ٣٧٠ مليون متر مكعب في اليوم.

وفي الختام أشار نائب وزير النفط لشؤون الغاز وشرح انجازات هذه الشركة في مجال تكرير الغاز المنزلي ونقله وتوزيعه وتجارة الغاز وتصديره في فترة عام واحد: تحقيق القدرة على الاستفادة منها. القدرة الاسمية لمعالجة الغاز الطبيعي في المصافي والمنشآت. تجفيف شركة الغاز الوطنية الإيرانية بمبلغ ١٠٣٠ مليون متر مكعب، وإنشاء وتشغيل منشأتين ضخمتين لزيادة ضغط الغاز على الخط الوطني الثامن وزيادة استقرار الغاز شبكة النقل، التي نفذت أكثر من ١٤٠ حالة من إصلاحات الضواغط التوربينية النشطة على شبكة نقل الغاز بالدولة وزيادة الاستقرار والمرونة يمكن اعتبار تشغيل الشبكة أحد أهم أعمال الشركة. ■





رئيس جمعية مصنعي معدات صناعة النفط الإيرانية

تضمن المنتجات القائمة على المعرفة العمالة المستدامة

بالنظر إلى القدرات الهائلة لبلدنا في مجال الطاقة، فإن استيعاب المعدات ذات الصلة سيلعب دوراً مهماً في خلق فرص عمل مستدامة مع المساعدة في عملية الإنتاج.

لمزيد من التحقيق في هذه القضية، ذهبنا إلى المهندس إحسان ثقفي، رئيس جمعية مصنعي معدات صناعة النفط الإيرانية، وتحدثنا معه، نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

قبل ٢٢ عامًا، اجتمعت مجموعة من مصنعي المعدات النفطية وبجهودهم، تم تشكيل هذه الجمعية، وأصبحت شركتنا أيضًا عضوًا في جمعية مصنعي معدات صناعة النفط الإيرانية. مع مرور الوقت، زاد عدد أعضاء هذه الجمعية ووصل إلى ٩٠٠ عضو.

تتكون رابطة مصنعي معدات صناعة النفط الإيرانية من ١٠ مجموعات منتجات على شكل لجنة وتتخصص في فحص المنتجات المطلوبة من قبل المتقدمين، والتي يمكن زيادتها ودمجها وتغييرها وفقًا لاحتياجات صاحب العمل.

يجب أن يقال تقريبًا، يوفر المصنعون حاليًا حوالي ٨٠٪ من المعدات اللازمة في صناعة النفط بجودة وسعر معقول. ومع ذلك، في ذروة الحظر، لم يسمح المصنعون المحليون بإيقاف إنتاج النفط والغاز والبتروكيماويات. كما ذكرنا، فإن الشركات التابعة للجمعية تنتج سلعة مختلفة وأحيانًا تقدمت بنسبة ١٠٪ وبعضها يصل إلى ١٠٠٪. على سبيل المثال، خلال السنوات الثلاث الماضية، نما عدد من المنتجات مثل المحفزات، والصمامات، والمعدات الثابتة والعامة، ومعدات السلامة، وما إلى ذلك بنحو ٣٠٪، بل وتم تصديرها إلى بلدان أخرى.

أكثر من ٨٠٪ من المنتجات التي ينتجها أعضاء الجمعية تفي بالمعايير اللازمة ويتم توفيرها لشركات غير نفطية مثل مصنعي السيارات ومحطات الطاقة والزراعة، إلخ. تستفيد معظم المعدات التي يتم إنتاجها للقطاع النفطي من المعايير الكافية وحتى بعضها يباع تحت أسماء العلامات التجارية الأجنبية من خلال الأسواق الأوروبية.

بالنظر إلى قوانين المنهج الجيدة التي تدعم البناء. من الضروري مراعاة مصالح الناشطين الصناعيين المحليين في عقود مثل روسيا والصين، ومن الأفضل أو بعبارة أخرى، من الضروري أن تستفيد المنظمات من رأي الخبراء.

في رأيي، يعتمد نمو هذا المجال على الدعم الشامل والعقلاني. إن أهم مطلب الصناعة هو استقرار الإجراء في السياسات الاقتصادية والصناعية. على الرغم من كل أوجه القصور، إلا أنني أعتبر المساحة مناسبة للحرفيين الحقيقيين وذوي التوجه المعرفي. ■



تم طرحه من قبل الرئيس التنفيذي لشركة شتابكار دخول أسواق التصدير باستخدام المعرفة والتكنولوجيا الحديثة



بدأت شركة شتابكار نشاطها في عام ١٩٩٥ تحت اسم سابكو ٤ تماشيا مع التوسع في صناعة قطع غيار السيارات وبهدف توفير جزء من احتياجات هذه الصناعة وغيرت اسمها إلى شركة شتابكار في عام ١٩٩٦. بالاعتماد على معرفتها ورأس المال البشري وبجهود متواصلة، في حديث مع الدكتور حميد رضا شاهين فر الرئيس التنفيذي لشركة شتابكار استعرضنا إنجازات هذه الشركة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تقوم هذه الشركة بتصنيع الأجزاء والاكتفاء الذاتي من التوجيه الكهربائي والهيدروليكي وقضيب التوصيل لمنتجات السيارات من مجموعة إيران خودرو الصناعية وسايلا، وهي أيضًا واحدة من الموردين الرئيسيين في سوق خدمات ما بعد البيع.

زيادة الحصة السوقية وتحسين جودة المنتجات هي إحدى خطط شركة شتابكار الأخرى. كما أن من أهم مهام الشركة حماية الموارد البشرية المتخصصة وزيادة الإنتاج ومتابعة المشاريع الحالية حتى تحقيق النتائج.

لمزيد من التفاعل وبهدف تحسين رضا العملاء، طورت هذه الشركة وحدة اتصال مع عملاء الشركة. تماشيا بشؤون رضا العملاء في شتابكار مع تقدير العملاء المحترمين، تسعى حاليًا إلى إنشاء إدارة علاقات العملاء على أساس نظام معلومات متكامل.

الهدف الرئيسي من هذا النظام المتكامل هو تمكين العاملين في هذه الشؤون في شكل تخطيط وجدولة ومراقبة الأنشطة قبل وبعد بيع المنظمة. بمساعدة الوحدات الهندسية والفنية للشركة وباستخدام قوة الشركات المحلية والأجنبية، يتم اتخاذ التدابير اللازمة لتحديث خطوط الإنتاج الحالية وإطلاق خطوط جديدة لمنتجات جديدة. أيضًا، من خلال امتلاك المعرفة التقنية والاستفادة من التكنولوجيا الحديثة والإنتاج والتحسين المستمر، بهدف إنتاج وتزويد مجموعات من قوى التوجيه والقوى الدافعة، ستنطو الأسواق المحلية ونقودها ودخول أسواق التصدير بمنتجات عالية الجودة تتجاوز احتياجات العملاء.

بالنظر إلى أن شركة شتابكار من أوائل الشركات المتخصصة في مجال إنتاج عجلات القيادة وسيارات السيدان، فإن مصنعي السيارات الرئيسيين في الدولة سيستفيدون استفادة كاملة من إمكانيات هذه الشركة، ومن خلال تصدير السيارات المحلية إلى الدول المجاورة، فإن كما سيتم إعطاء الأولوية لإمكانية تصدير منتجات شركة شتابكار.

تحاول شركة شتابكار اتخاذ الخطوات اللازمة لتحسين الجودة ورضا العملاء من خلال تحديد مشروع سابكو من درجة آ في مجال الجودة واللوجستيات والإنتاج. من ناحية أخرى، من خلال اعتماد مختبر قوي بالمعيار الوطني ١٧٠٢٥، يتم التحقق من جودة جميع المنتجات بأحدث المعارف. ■



وصل مستوى عدم رضا العملاء إلى الصفر



بدأت مجموعة اتوشناس العمل بهدف تقديم الخدمات لأصحاب السيارات في مجال الإصلاح واستبدال الإطارات والبطاريات وإصلاح الثقوب وتحريك السيارة ... وأثناء الاستعانة بخبراء ومهنيين محترفين وتوفير تدريب مستمر ومنتظم للوظيفة للباحثين، هناك أيضًا مساحة تسمى

اتوكافه تم إنشاؤها من أجل رفاهية العملاء. في حديث مع المهندس علي خسرواني رئيس مجلس إدارة مجمع اتوشناس استعرضنا هذا المجمع وإنجازاته. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تشمل خدمات مجموعة خبراء السيارات العديد من المراكز الفنية والمتخصصة والإصلاحية، مثل خدمات التنعيم والواجهة الأمامية، وشراء السيارات وبيعها، والخبرة قبل شراء سيارة، وأكاديمية السيارات، وغسيل السيارات، ومقهى السيارات، والتعاون التنظيمي وغيرها من الخدمات الخاصة. خدمات.

في الماضي كان الناس يشترون سيارة جديدة عند تغير لون السيارة أو تعفن الجسم، ولكن مع زيادة الأسعار وانخفاض القوة الشرائية لدى الناس، ازدادت الرغبة في إصلاح السيارة وتجديدها أكثر من ذي قبل مع أفضل جودة، سيزداد عمر سيارات الناس

عادةً ما تتضمن خدمات الطوارئ في اتوبار مهامًا عادية على ما يبدو. على سبيل المثال، مهمة إصلاح الإطار المفرغ من الهواء ليست صعبة في ظل الظروف العادية، ولكنها مزعجة في يوم ممطر وفي ظروف صعبة. في مثل هذه الحالة، تندفع مجموعة أطباء الأذن لمساعدة الشخص في أقل من ٢٠ دقيقة باستخدام قوة قسم اتوبار.

تم تخصيص قسم التدريب في أكاديمية ميكانيكا السيارات، بحيث يتم توفير التدريب اللازم للأفراد بحيث يمكن تجنيدهم في مجموعة فنيي السيارات بعد دورات التدريب والحصول على الاستعدادات اللازمة. بالإضافة إلى ذلك، تم تحديد ثقافة تنظيمية لهذه المجموعة بحيث يمكن تدريب القوى العاملة بناءً عليها، وبناءً على ذلك، في مجموعة علم النفس، الثقافة أكثر أهمية من الخبرة، ولا تقتصر مؤشرات هويتها على لون الشعار. والمظهر. يعد اتوكافه مقهى قياسيًا مستقلًا بحيث يمكن للعملاء الاسترخاء واستخدام مساحة المقهى لفترات طويلة من الوقت، تمامًا مثل ما يتم رؤيته في الشركات الأجنبية.

يتمثل النشاط الرئيسي لمجموعة اتوشناس في مجال بيع وشراء السيارات. نظرًا لأن هذا العمل يتم حاليًا عبر الإنترنت، فسيكون من الصعب جدًا كسب ثقة العملاء، وعلى الرغم من أنه يجب القول، بهذه الطريقة، يحصل العملاء على الكثير من البيانات حول السيارة المعنية في فترة زمنية قصيرة.

مجموعة اتوشناس لديها عقود مع شركات مختلفة مثل المستشفيات والبنوك وشركات التأمين وتقدم لهم الخدمات المطلوبة. ■



اقترح الرئيس التنفيذي لمجموعة دي الصناعية

إنشاء كليات إدارة الأعمال هو حاجة اليوم، وضرورة الغد



أدت زيادة متاجر السلسلة وحاجتها الواسعة إلى المعدات والمرافق الحديثة لتقديم الخدمة المثلى للعملاء إلى تكوين بعض شركات الخدمات والإنتاج بالتوازي مع أنشطتها. لمزيد من التحقيق، ذهبنا إلى المهندس ميثم خادمي، الرئيس التنفيذي لمجموعة دي الصناعية، وتحدثنا معه. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

منذ عام ٢٠١٨، بدأت هذه المجموعة الصناعية أنشطتها في مجال قطع غيار التبريد وإنتاج معدات المخازن، وفي عام ٢٠٢١، بدأت العمل في ثلاثة قطاعات تجارية مختلفة من قطع غيار التبريد، وإنتاج معدات المخازن مثل الرفوف والأرفف والثلاجات من أجل سلسلة متاجر.

كما ذكرنا، تتكون مجموعة دي الصناعية من ثلاث شركات تقدم جميع الخدمات اللازمة لإنشاء متجر بأي حجم وتصميم، مثل الرفوف، وطاولات الخروج، وعربات التسوق، وما إلى ذلك من بين هذه الخدمات.

هذه المجموعة هي واحدة من أوائل المجموعات الصناعية التي تشارك في الإصلاح لتوفير عائد للاستثمارات الوطنية وتجديد المعدات البالية. في هذا الصدد، سيتم إرجاع المنتج المهترئ بنسبة ٥٠٪ إلى دورة الإنتاج بتكلفة ٣٠٪، بحيث يتم تجديد عدد كبير من فروع متجر كوروش بهذه الطريقة.

يتمثل أحد إجراءات مجموعة دي الصناعية في اقتراح استبدال النماذج التقليدية بأخرى جديدة، بحيث تشتري هذه المجموعة الصناعية معدات التقاليدية وتستبدلها بمعدات جديدة. في هذا السياق، أقيمت علاقة جيدة مع المتاجر الصغيرة، كما تم تجديد العديد من الفروع في مدينة أصفهان. بشكل عام، يجب أن يقال، نظرًا لقبول الناس للمتاجر المتسلسلة، سيؤخذ هذا العمل أيضًا في الاعتبار.

نظرًا لنمو سلاسل المتاجر، ستبدأ مسألة تطوير الفروع مرة أخرى اعتبارًا من منتصف العام المقبل. تتحول العديد من المتاجر أيضًا إلى أمط جديدة وتحتاج إلى معدات وتصميمات جديدة، لذلك يتوقع مستقبل هذه الأعمال بشكل إيجابي، على الرغم من أن مجموعة دي الصناعية تعمل أيضًا في قطاعات مختلفة وتغطيها جميعًا.

هناك فجوة كبيرة بين الجامعة والصناعة، وقد أعاقَت هذه المشكلة الوصول إلى مدربي الأعمال، لذلك يُقترح على الحكومة والمديرين إنشاء كليات إدارة أعمال في هذا المجال لتقديم المشورة المتخصصة للشركات. ■

الرئيس التنفيذي لشركة كيان نور راياه

صناعة البرمجيات الإيرانية لديها القدرة على أن تصبح عالمية



أدى تطور التكنولوجيا، وتطوير صناعة البيع بالتجزئة، وزيادة تفاعلات الإنترنت إلى مضاعفة ضرورة استخدام البرامج المتخصصة في هذا المجال من أجل تسهيل عمل المتاجر المتسلسلة. لمعرفة المزيد عن أنشطة الشركات الإيرانية في هذا المجال، أجرينا محادثة مع المهندس محمد علي عطارها، المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة كيان نور راياه. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

باستخدام المعرفة التقنية التي تم الحصول عليها خلال التعاون مع الشركة الألمانية وخبرات خبرائها، وكذلك بالاعتماد على أحدث التقنيات، قامت شركة كيان نور راياه بتصميم وتنفيذ برنامج مناسب لسوق البلاد ونهج التصدير، وفي هذا الصدد، في عام ١٣٨٥ قدم الإصدار الأول من برنامج KCMS (برنامج مبيعات متجر كيان الشامل إلى سوق البلاد.

يعمل برنامج كيان الشامل والمتكامل، أثناء الإجابة على جميع العمليات التجارية والمبيعات والمالية وإدارة العملاء وتنفيذها، على إنشاء إدارة ورقابة مركزية وفي الوقت الفعلي للمؤسسة على مستوى مقرر سلسلة المتاجر.

باستخدام نظام البرنامج هذا، يمكن لمديري المؤسسة في المكتب المركزي مراقبة جميع العمليات التجارية وعمليات البيع في الوقت الفعلي والوصول إلى معلومات المبيعات والمخزون الخاصة بالمتجر. الجدير بالذكر أن النظام البرمجي لهذه الشركة لديه القدرة على تحديد وتغطية جميع العملات والعديد من اللغات، وهي حالياً قادرة على التعاون مع دول المنطقة من خلال تقديم خدمات باللغات الفارسية والعربية والجورجية والكردية والإنجليزية. اللغات.

منذ بداية تقديم منتجنا إلى السوق، كنا نعتقد أن نوع الخدمة وجودة تقديمها ستكون الركيزة الأساسية لنجاح الشركة، لذلك كنا حساسين للغاية تجاه هذه القضية، واليوم من خلال إنشاء وحدة رضا العملاء، نحاول دائماً قياس هذه المشكلة. بناءً على المعلومات المتاحة، قمنا بزيادة هذا الرضا إلى مستوى جيد جداً.

تمتلك هذه الشركة نظام دعم خاص، حيث تقدم خدمات الدعم لعملائها عن طريق الهاتف وعن بعد، وشخصياً إذا لزم الأمر، من الساعة ٩:٠٠ صباحاً حتى ٩:٠٠ مساءً. كل يوم. أيضاً، من خلال إنشاء منصة مناسبة، يتم تقديم الخدمات لكل عميل بواسطة فريق أو أشخاص معينين، مما أدى إلى زيادة مستوى جودة الخدمات المذكورة بشكل كبير، لأنه بعد مرور بعض الوقت، أصبح الخبراء على دراية كاملة بالعمليات وإجراءات المنظمة المذكورة، مثل موظفي منظمة العمل، الذين يقع مقرهم في كيان، يمكنهم تقديم خدماتهم. ■

اقترح الرئيس التنفيذي لشركة راک تهران

تقلبات العملة هي التحدي الرئيسي لمصدري معدات المتاجر

أدى قبول الناس للمتاجر المتسلسلة و هابراستار إلى تكوين شركات كبيرة في صناعة معدات المتاجر تعمل في هذا المجال باستخدام المعرفة الجديدة والقوى العاملة الخبيرة. للتعرف أكثر على هذا الموضوع، تحدثنا مع المهندس محمد رسول شاملو، الرئيس التنفيذي لشركة راک تهران. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تنتج شركة راک تهران حالياً أرفف جميلة ومقاومة وقوية وطويلة الأمد لمتاجر السلسلة والنجوم الفاتحة وتعتبر أحد الموردين الرئيسيين لمعدات متاجرهم بناءً على معايير جديدة.

جزء آخر من نشاط شركة راک تهران هو تجهيز المستودعات الصناعية لجميع الصناعات من السيارات إلى قطاعات النفط والغاز والبتروكيماويات والممتلكات وأي صناعة تحتاج إلى مستودعات لتخزين المواد الخام أو المنتجات، لذلك عادة ما تكون مرتبطة بهذه الصناعات. ومن خلال تجهيز مستودعاتها، تحاول استخدام مساحة المستودعات على النحو الأمثل؛ بمعنى أن المستودع به مساحة أكبر ويحتاج الناس إلى حركة مرور أقل.

نجحت شركة راک تهران في تحقيقها بسبب اختيارها لأهداف صغيرة رغم العديد من العقبات، حتى أنها تقوم بالتصدير حالياً إلى الإمارات وعمان وقطر مع إمكانية الوصول الدولي ووجود العلامات التجارية التركية والأوروبية فيها. وتجدر الإشارة إلى أنه نظراً للسمعة الطيبة لهذه الشركة، فإن معظم الشركات على استعداد للتعاون معها.

سرحب المشاركون بحضور العلامات التجارية الإيرانية في المعارض الدولية بسبب المزايا التنافسية مثل تكاليف الرواتب المنخفضة والوصول إلى أسواق الخليج الفارسي،

كان هناك طلب كبير في السوق المحلية على معدات إنتاج شركة راک تهران، مما يقلل من الحاجة للتصدير. من ناحية أخرى، وعلى الرغم من كل المشاكل، فقد أنشأت هذه الشركة مصنعاً بطول ١٥٠٠٠ مترًا في مدينة باراند الصناعية، مما سيزيد من طاقتها الإنتاجية بنسبة ٤٠-٥٠٪.

هذه الشركة هي الشركة الوحيدة التي تنتج في وقت واحد معدات المخازن والصناعية. ميزة أخرى مهمة لشركة راک تهران هي استخدام التقنيات الحديثة في تجهيز المستودعات الصناعية. من ناحية أخرى، قامت هذه الشركة بزيادة السعة الداخلية للمستودعات بنسبة ٩٠٪ وألغت الحاجة إلى المصانع لشراء الحظائر والأراضي. تعد الآلات الحديثة وخط الطلاء التي تزيد من قوة الهياكل، ووجود قوى قادرة وذكية، وخبرة عالية وخبرة في الإنتاج والتأسيس في طهران، التي لديها المزيد من مراكز الاستهلاك، من بين المزايا الأخرى لشركة راک تهران. ■



الرئيس التنفيذي لشركة توزين صدر الهندسية

يعمل المصنعون في صناعة التوزيع بنسبة ٣٠٪



لعبت الميزان دائماً دوراً
كواحد من أهم مؤشرات
التبادل التجاري في حياة
الإنسان. في محادثة مع
المهندس محمود ديانتي
، الرئيس التنفيذي ومالك
شركة صدر توزين الهندسية
، قمنا بفحص حواجز
الإنتاج وإحداثيات السوق
لمنتجات صناعة الوزن. نقرأ
أجزاء من هذه المقابلة.

لطالما اعتبرت هذه الشركة التطوير والبحث وتلبية احتياجات قطاعات
السوق المختلفة كأحد الركائز الأساسية لنشاطها. إن استخدام المعرفة
الإلكترونية اليوم في صناعة الوزن والتعاون مع الشركات الأجنبية ذات
السمعة الطيبة جعلنا ننتج العديد من المنتجات لأجزاء مختلفة من
سوق البلاد في هذه السنوات. حالياً ، بصفتنا الشركة الأولى ، نشارك في
إنتاج وتوريد موازين طابعة المصنوعات المجهزة ببرنامج متقدم يمكن
توصيله بجميع برامج المتاجر المتسلسلة. الجدير بالذكر أن شركة توزين
صدر الهندسية تمتلك الحصة الأكبر من سوق التوريد.

منتجات الوزن لها معيار إرامي ، وبالتالي ، فإن جميع منتجات هذه
الشركة لديها معايير الجودة الوطنية لإيران ويتم تسويقها بعلامة المعيار
الوطني الإيراني. من أهم مميزات منتجات شركة توزين صدر الهندسية
الحفاظ على الجودة والامتثال للمعايير إلى جانب استخدام المعرفة
والتكنولوجيا الحديثة.

لقد قمنا بتفعيل صفحة تسمى SADRSERVICE على انستاغرام ، إلى
جانب مراكز الخدمة في جميع أنحاء البلاد ، وكذلك مركز خدمة الشركة
الذي يخدم العملاء شخصياً في الموقع أو عبر الهاتف أو في موقع الشركة.
صفحة التدريب مجانية ويمكن استخدامها من قبل العملاء والزعماء
والمهتمين بالتعرف على منتجاتنا.

تواصل شركة الصدر للوزن نشاطها في قطاعات الموازين التي تتطلب
برامج عالية التقنية ودعم هندسي ، وفي هذا الصدد فهي تلبي احتياجات
سلاسل المتاجر.

بالنظر إلى أن منظمة المعايير الوطنية بدأت حركتها الأولى في عام ١٩٢٤
من خلال الموافقة على قانون الأوزان والمقاييس ، فإن إحدى المشكلات
الرئيسية لهذه الصناعة هي عدم وجود وصي ومنظمة تنفيذية أو نقابة.
بعد حوالي ١٠٠ عام ، لا تزال وحدات الإنتاج في هذه الصناعة بدون
اتحاد وطني أو إقليمي مستقل. رابطة أصحاب العمل لمصنعي معدات
القياس والوزن هي المنظمة الوحيدة التي تتابع مشاكل زملائها وتحاول
إقامة تنسيق مع المنظمات الأخرى ، والتي أعيد تأسيسها من قبل عدد
قليل من الزعماء بعد عدة سنوات من الإغلاق لبعض الأسباب ولديها
بدأت أنشطتها مرة أخرى لمدة ثلاث سنوات. ■

الرئيس التنفيذي لشركة بروجرد للمنسوجات

يجب على الحكومة أن تخلق ميزة لصناعة النسيج



يمكن أن تخلق صناعة النسيج مزايًا كبيرة في البلاد في مجالات مختلفة
مثل الإنتاج والعمالة الأجنبية وخلق فرص العمل. يعتقد أمير علائي،
الرئيس التنفيذي لشركة بروجرد للمنسوجات، أن استمرار ازدهار هذه
الصناعة يتطلب من الحكومة إعطاء مزايا المنتجين وينبغي أن يكون
من الممكن لهم دخول الأسواق الإقليمية. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.
شركة بروجرد للمنسوجات هي واحدة من أكبر شركات النسيج في إيران،
وتهدف هذه المجموعة إلى إنتاج مختلف أنواع المنسوجات في مجال
البيع إلى الدول الأجنبية على شكل صادرات. لا شك أننا سنبدأ العمل
مع بعض دول الجوار التي تربطنا بها علاقات أكثر ولا حدود في التعامل
معها، ونأمل أن نتحرك وفق الخطة في هذا القطاع أيضاً ونحقق أهدافنا
قصيرة المدى بنهاية. من السنة.

في السنوات الأخيرة، كانت الطباعة الرقمية إحدى الإمكانيات الجديدة
التي اتجهت إليها مجموعات قليلة من المنسوجات، على الرغم من أن
معظم الشركات المصنعة الأجنبية مجهزة حالياً بالطباعة الرقمية وتنتج
مجموعة متنوعة من المنتجات من خلال هذه الوسيلة. كما اعتبرت
بروجرد للمنسوجات أنه من الضروري استخدام الطباعة الرقمية وأن
تكون مجهزة بأحدث التقنيات في العالم، بهدف توسيع محفظة إنتاجها
ولأن لديها منتجات أكثر تحديداً على جدول أعمالها. إن إضافة هذه
السعة إلى خط الإنتاج يمكن أن يمنحنا مزايا نسبية على المنافسين
الأخرين في السوق. مع هذا النهج، سترى قريباً وصول العديد من
منتجات النسيج المطبوعة من بروجرد إلى السوق.

وفقاً للقدرات الموجودة في القطاعات القائمة على المعرفة في صناعة
النسيج، في وحدة بحث وتطوير المنسوجات في بروجرد، نستخدم أساتذة
اسم الدولة. في هذه الوحدة، نقوم بإبرام العقود مع جامعات مرموقة
وهدفنا هو الوصول إلى مشاريع بحثية تؤدي إلى إنتاج منتجات قائمة على
المعرفة. نأمل أن نحقق نتائج جيدة في هذا المجال بنهاية هذا العام.
ونأمل أنه بسبب المشاورات الجارية، سنستفيد من المزيد من الدعم
والمساعدات الحكومية. ومن مطالبنا أنه في القوانين والتعاميم، يجب
تخصيص امتيازات وتسهيلات خاصة لوحدات الإنتاج والشركات التي
تقدم أداءً أفضل من غيرها.

منسوجات بروجرد هي علامة تجارية وطنية ونحن مطالبون بالحفاظ
على جودة منتجاتنا من أجل الحفاظ على هذه العلامة التجارية. أحد
التحديات في المنافسة مع المنافسين الأجانب هو سعر المنتجات. لقد
حاولنا زيادة القدرة التنافسية من خلال التحكم في الأسعار وإدارتها ؛
لذلك فإن الحفاظ على الجودة والتحكم في الأسعار من أهدافنا
الرئيسية في مجال التصدير. ■



الرئيس التنفيذي لشركة نانو مهيار

منصة الاستثمار في صناعة المموه النانوية متاحة

إن تحقيق تقنية النانو وإمكانية استخدامها في شكل صناعات وإنتاج منتجات مختلفة، قد أوجد القدرة على تحسين الجودة وخلق إنجازات جديدة في البلاد، كان جزء كبير منها نشاطاً في صناعة النسيج و عائلة الملابس والمنسوجات. لمعرفة المزيد حول هذه الصناعة، أجرينا مقابلة مع محمود ضرابي، الرئيس التنفيذي لشركة نانو مهيار وأحد رواد صناعة النسيج النانوي. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

من أهم منتجات نانو مهيار الجوارب والقفازات والمناشف والملابس الداخلية. نستخدم تقنية النانو في منتجاتنا، مما يمنحها خصائص مضادة للبكتيريا، كما تجعل المنتجات مقاومة للبقع ومضادة للماء والرائحة. تضم مجموعة نانو مهيار ٥٠ موظفًا وأكثر من ١٠٠ ممثل في جميع أنحاء البلاد يوزعون منتجاتنا في مراكز المقاطعات والمدن الكبرى. وغني عن القول، أن التصميمات المتنوعة والأسعار المعقولة والتوزيع الواسع تسببت في جذب نطاقات مختلفة من العملاء إلى المنتجات التي تنتجها نانو مهيار.

أحد أهدافنا الرئيسية هو الحفاظ على عملائنا والحفاظ على ولائهم، الأمر الذي حقق لنا لحسن الحظ نجاحًا جيدًا في هذا المجال أيضًا. يتم تعريف إنشاء وظيفة إلى جانب تدريب العمال الشباب والمتعلمين ليتم توظيفهم في أجزاء مختلفة من التصميم والإنتاجية والتجارة المحلية والخارجية لمجتمع نانو مهيار على أنها خطة تطوير الشركة. كما أن تعزيز قسم الأبحاث في هذه الشركة لإنشاء منتجات ذكية له أهمية خاصة حضور المعارض الدولية من الخطط المنتظمة لشركة نانو مهيار يتم هذا العمل بهدف إجراء المفاوضات وفهم الإحتياجات الثقافية والاحتياجات التي أثرت في كل بلد.

شروط الاستثمار في هذه الصناعة مواتية للغاية ويمكن للأشخاص المهتمين بهذه الصناعة الاستثمار في هذا المجال في أوقات فراغهم. إن تعلم الخبرة المتعلقة بهذه الصناعة والتسويق والمبادرة والابتكار يمكن أن يجعل الاستثمارات ناجحة. في هذا الصدد، مجموعتنا على استعداد لتقديم المعلومات والمشورة اللازمة للمهتمين في مجال الاستثمار.

تمثل صناعة النسيج والملابس ثقافة كل بلد، ولهذا السبب تجعل الحكومات دعم هذه الصناعة إحدى أولوياتها. المنسوجات هي صناعة تخلق فرص العمل ولها تكلفة منخفضة مقارنة بالصناعات الأخرى، ومن خلال تعميمها، يمكن للبلدان تلبية الاحتياجات الداخلية لشعوبها مع منع التدفقات الخارجية للعملاء الأجنبية، ويمكنها أيضًا اتخاذ خطوات نحو التصدير والعملات الأجنبية. ■



نائب رئيس جمعية أرباب عمل الأجهزة المنزلية الإيرانية

منافسة جودة بعض الأجهزة المنزلية الإيرانية مع نظيراتها الأجنبية



وفرت العقوبات والحظر المفروض على دخول البضائع الأجنبية فرصة جيدة للمنتجين المحليين، بسبب شغور العلامات التجارية الأجنبية وأسعارها المرتفعة للغاية، فقد عززت مبيعات وتوريد صناعات الأجهزة المنزلية المحلية.

للتحقيق في هذه المشكلة، ذهبنا إلى المهندس محمد رضا جعفري، نائب رئيس جمعية أرباب عمل الأجهزة المنزلية الإيرانية وتحدثنا معه، ونحن نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

السعة مهمة في صناعة الأجهزة المنزلية، وإذا لم تكن اقتصادية، فلن يكون الإنتاج منافسًا. أدى تعدد العلامات التجارية إلى جعل بلدنا غير قادر على امتلاك علامة تجارية إقليمية قوية للتصدير. من ناحية أخرى، حجم رأس المال صغير وقوة الشركات منخفضة أيضًا، بينما إذا كانت هناك علامة تجارية قوية أو اثنتين في بلدنا،

حققت صناعة الأجهزة المنزلية نموًا كبيرًا بسبب دخول القطاع الخاص تحت العقوبات، ولا يمكن تمييز منتجاتها عن العلامات التجارية الأجنبية ذات السمعة الطيبة. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الصناعة قد اتخذت مسارات متنامية واستخدمت ١٠٠٪ من المواد الخام المحلية في إنتاج المنتجات مثل مواقد الغاز.

في قسم الخدمات بوزارة صناعة التعدين والتجارة، حددت الأنظمة التي يتم فيها تحديد كود معرف المنتج بحيث يمكن منح العملاء ضمانًا بناءً على ذلك. من ناحية أخرى، نظرًا لأن السوق منافس تمامًا في صناعة الأجهزة المنزلية، فإن الشركات في منافسة شديدة مع بعضها البعض في مجال خدمة ما بعد البيع. إذا لم تكن الخدمة جيدة، فسيكون المستهلك معلنًا سلبيًا للسلع، ولكن الآن حقق المصنعون المحليون أداءً أفضل من الشركات الأجنبية فيما يتعلق بخدمة ما بعد البيع.

إذا تم وضع الشركات القائمة على المعرفة بجوار وحدات رأس المال والصناعية، فستشهد نموًا مزدوجًا، وبالتالي، فإننا نعتمد إنشاء اتصال بين الصناعة والجامعة على الرغم من المسافة الطويلة الحالية.

تعد صناعة الأجهزة المنزلية واحدة من أكبر الصناعات في البلاد وتعتبر القوة الدافعة لاقتصاد البلاد، بحيث تزدهر الصناعات مثل النحاس والألمنيوم والزجاج وما إلى ذلك وستزداد الصادرات مع نشاطها. من المأمول أنه مع الاتفاقية النووية، سيتم تطبيع العلاقات التكنولوجية والاقتصادية لبلدنا مع العالم مثل البلدان الأخرى، وبينما سيدخل المستثمرون الأجانب ويخلقون استثمارات مشتركة، فإن القدرات والمزايا الداخلية لصناعة الأجهزة المنزلية ستكون تستخدم بطريقة مواتية لتزويد المنطقة بأكملها، لأنه في هذا الصدد، هناك قدرة كافية في هذه الصناعة. ■

حل مشكلة التضخم يعتمد على حل مشكلة الإنتاج



د. مهدي كريمي تفرشي

رئيس مجموعة عمل طريق الحرير بين الأمم المتحدة واليونسكو

التضخم هو أحد أكثر الظواهر الاقتصادية غير المرغوب فيها والتي تفرض الكثير من التكاليف على المجتمع. لكن ما الذي يجب فعله للسيطرة على التضخم؟ من المؤكد أن التحكم في تقلبات العملات واستقرار سوق العملات هو عامل حاسم للغاية. إن تشجيع الصادرات وخلق حوافز للتصدير، والاتفاقيات المالية والنقدية، والمقاصة التجارية يمكن أن يقلل الضغط على موارد النقد الأجنبي ويؤدي إلى زيادة العملة في البلاد، لكن المضاربين بالعملات هم المدمرون الرئيسيون لموارد النقد الأجنبي في البلاد، والتي يجب التعامل معها بجدية. يحدث التضخم عندما يتجاوز معدل نمو السيولة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي. لا ينجم التضخم عن زيادة الطلب فحسب، بل يرجع أيضاً إلى انخفاض المعروض من المنتجين. لكن لماذا يقلل المنتج العرض؟ للأسف، في الوضع الحالي؛ أدى الضغط على المنتج والتسعير الإلزامي ونقص الموارد إلى فقدان المنتج الدافع للإنتاج والعرض، كما تؤدي زيادة الطلب ونقص العرض إلى زيادة السيولة والتضخم.

حوالي ٥٠ إلى ٦٠ في المائة من طاقة وحدات الإنتاج والمؤسسات الاقتصادية خالية، مما تسبب في انخفاض الإنتاج والتوظيف في البلاد وتفاقم التضخم. إذا بذلت الحكومة جهداً وأزالت الحواجز التجارية، سيزداد الإنتاج والتوظيف وسيقل التضخم نتيجة لذلك. عندما يتم ترك حوالي ٥٠ إلى ٦٠٪ من طاقة وحدات الإنتاج والمؤسسات الاقتصادية غير مستخدمة، وعندما تواجه المؤسسات الصغيرة وذات العائد المبكر، والتي تعتبر الرافعة الرئيسية للإنتاج، عقبات، فقد أدى ذلك إلى ركود في الإنتاج، وبالتالي، واجهت العمالة في البلاد أزمة وتضخم يشتد هذا هو المكان الذي إذا لم تبذل الحكومة جهداً ولم تحاول إزالة عقبات العمل، سينخفض الإنتاج والتوظيف، ومن ثم سيصبح التضخم خارج السيطرة؛ لذلك، فقط من خلال معالجة جروح الجسم المنتج، يمكننا علاج الجرح القديم للتضخم في البلاد. يجب على الحكومة الاستماع إلى آلام المنتجين والاستماع إلى صوت الصناعات الصغيرة والمتوسطة. يعاني العديد من نشاطات الصناعة والإنتاج من نقص السيولة ومشاكل توريد المواد الخام في قطاع الإنتاج، وتجاهل هذه العقبات يثبط عزيمته المنتجين أكثر فأكثر كل يوم.

وإلى جانب كل هذه الحالات، إذا لم تتعامل الحكومة مع معطلي السوق والمبرحين والمستفيدين والمفسدين الاقتصاديين بأدوات قوية، فإن الجرح القديم للتضخم سيستمر في التئام أكثر فأكثر كل يوم. لا يدع الله هذا الجرح يصل إلى العظم. ■

اقترح المدير العام لمكتب التخطيط والمراقبة لمنظمة

تنمية التجارة الإيرانية

قفزة في الصادرات الإيرانية رغم العقوبات الأجنبية



في إيران، كان التجار دائماً يتمتعون بمكانة متميزة بين الناس. الآن هو المسؤول عن شؤون التصدير والاستيراد لبلدنا منظمة تنمية التجارة الإيرانية، التي تلعب دوراً لا غنى عنه في تنمية الاقتصاد المحلي لبلدنا. لهذا الغرض، أجرينا محادثة مع المهندس سهراب سليمي، المدير العام لمكتب التخطيط والمراقبة في منظمة تنمية التجارة الإيرانية، ونحن نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

على الرغم من العقوبات الأمريكية والعقوبات العالمية الأخرى الموجودة الآن وحتى هذه اللحظة، يجب الاعتراف بأنه لا يوجد وضع مقلق في إدارة التجارة الخارجية لإيران؛ على الرغم من أن الوضع الحالي غير مواتٍ ويعطينا الدافع بأننا يجب أن نسعى دائماً لتنمية البلد من أجل توليد المزيد من الثروة والعملية لبلدنا.

لا تزال المهمة الرئيسية والمهمة لهذه المنظمة هي دعم المصدرين، لكن هذه الدعامات كان لها أشكال مختلفة في سنوات وفترات مختلفة. يستمر الدعم ويتم دعم المصدرين في شكل حزم دعم.

يعتمد تفاعل السفارات مع الاستشاريين والمصدرين على أهمية الدول من حيث الصادرات. الآن لدينا مستشارون أعمال في ١٣ دولة، بما في ذلك عمان ولبنان وأفغانستان وأرمينيا وأذربيجان وقطر والعراق وباكستان والصين وروسيا وبيلاروسيا والهند والإمارات العربية المتحدة. إن إقامة الدورات التدريبية الخاصة بالتصدير هي إحدى المهام الرئيسية لمنظمة تنمية التجارة. في هذه المنظمة، تمت دعوة كبار الأساتذة دائماً، وفي هذه العقود الخمسة من حياة المنظمة، تم توفير الدورات التدريبية والدورات التدريبية المناسبة.

إن زيادة الصادرات في بلدنا، إلى جانب زيادة سعر الصرف وضعف العملة الوطنية، هي معادلة متعددة الأوجه تلعب فيها العديد من العوامل والمتغيرات دوراً. لذلك لا يمكن التأكيد على أن الزيادة في الصادرات ترجع إلى ضعف قيمة العملة الوطنية. في الواقع، لا يوجد اتصال مباشر بينهما في هذا المجال.

فيما يتعلق بتصدير الخدمات الفنية والهندسية والمعرفية، هناك بعض النقاط التي أردت أن أذكرها في النهاية. إن موضوع تصدير مثل هذه الخدمات هو موضوع يمكن اعتباره حلاً لأنه من خلاله يمكن زيادة تصدير بلدنا.

إن الاهتمام بهذه القضية يمكن أن يحدث طفرة في صادرات بلادنا وتحريكها وزيادة صادرات بلادنا غير النفطية بشكل كبير. من الممكن توجيه صادرات البلاد في هذا الاتجاه. ■

دنیای
رسانه‌های دیجیتال

منتخب صاحبان سرمایہ و تجارت

C

تلفن تماس: .

تلفن همراه: ..

نشانه یست الکترونیک (ایمیل): ..

○ خیر



واحد اشتراک: ۵۳۵۴۸۸۸-۰۲۱

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

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

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



CEO of Nano Mehyar Company

The platform for investment in the nanotextile industry is available



The achievement of nano technology and the possibility of using it in the form of industries and production of various products, has established the ability to improve quality and create new achievements in the country, a significant part of which has been active in the textile industry and the family of clothing and textiles. To learn more about this industry, we have conducted an interview with Mahmoud Zarrabi, CEO of Nano Mahyar and one of the pioneers of nano textile. We read parts of this interview.

One of the most important products of Nano Mahyar are socks, gloves, towels and underwear. We use nano technology in our products, which gives them antibacterial properties and also makes the products anti-stain, water-repellent and anti-odor.

Nano Mahyar Group has 50 employees and more than 100 representatives across the country who distribute our products in the centers of provinces and big cities. Needless to say, diverse designs, reasonable prices, and wide distribution have caused various ranges of customers to be attracted to the products produced by Nano Mehyar.

One of our main goals is to keep our customers and keep them loyal, which fortunately has brought us good success in this field as well.

The creation of a job position along with the training of young and educated workers to be employed in various parts of design, productivity and domestic and foreign trade of Nano Mahyar complex is defined as the development plan of the company. Also, strengthening the research department of this company to create smart products is of particular importance.

Attending international exhibitions is one of the regular plans of Nano Mahyar Company. This work is done with the aim of carrying out negotiations and understanding the cultural coordinates and the needs raised in each country. The conditions for investment in this industry are very favorable and people interested in this industry can invest in this field at their leisure. Learning the expertise related to this industry, marketing, initiative and innovation can make investments successful. In this regard, our group is ready to provide the necessary information and advice to those interested in the investment field.

The textile and clothing industry represents the culture of every country, that's why governments make supporting this industry one of their priorities. Textile is a job-creating industry and has a low cost compared to other industries, and by popularizing it, countries can meet the internal needs of their people while preventing foreign currency outflows, and can also take steps towards export and foreign exchange. ■

Vice President of Iran Home Appliance Employers Association

Quality competition of some Iranian household appliances with foreign counterparts



Sanctions and the ban on the entry of foreign goods provided a good opportunity for domestic producers, due to the vacancy of foreign brands and their very high prices, it boosted the sales and supply of domestic home appliance industries. To investigate this issue, we went to

engineer Mohammad Reza Jafari, the vice president of Iran Home Appliance Employers Association and had a conversation with him. We are reading parts of this interview. We read parts of this interview.

Capacity is important in the home appliances industry, and if it is not economical, the production will not be competitive. The multiplicity of brands has made our country unable to have a strong regional brand for export. On the other hand, the amount of capital is small and the power of companies is also low, while if there were one or two strong brands in our country,

The home appliance industry has achieved significant growth due to the entry of the private sector under sanctions, and its products cannot be distinguished from reputable foreign brands. It should be noted that this industry has taken a growing path and has used 100% domestic raw materials in the production of products such as gas stoves.

In the service department of the Ministry of Mining Industry and Trade, it has defined systems in which the product ID code is defined so that customers can be given a guarantee based on this. On the other hand, since the market is quite competitive in the home appliance industry, the companies are in close competition with each other in the field of after-sales service. If the service is not good, the consumer will be a negative advertiser for the goods, but now the domestic manufacturers have done even better than the foreign ones in terms of after sales service.

If knowledge-based companies are placed next to capital and industrial units, they will experience double growth, therefore, we intend to establish a connection between industry and university despite the current long distance.

The home appliance industry is one of the country's largest industries and is considered as the driving force of the country's economy, so that with its activity, industries such as copper, aluminum, glass, etc. will prosper and exports will increase. It is hoped that with JCPOA agreements, our country's technological and economic relations with the world will be normalized like other countries, and while foreign investors will enter and create joint investments, the internal capacities and advantages of the home appliance industry will be used in a favorable way to supply the entire region, because in this There is enough capacity in this industry. ■

CEO of Tozin Sadr Engineering Company Manufacturers in the weighing industry are operating at 30% capacity

Scales and weighing have always played a role as one of the most important indicators of trade exchange in human life. In a conversation with engineer Mahmoud Di-anti, the CEO and owner of Sadr Tozin Engineering Company, we examined the production barriers and market coordinates of the weighing industry products. We read parts of this interview.



This company has always considered development, research and meeting the needs of different market segments as one of the main pillars of its activity. The use of today's electronic knowledge in the weighing industry and cooperation with reputable foreign companies have made us produce many products for different parts of the country's market in these years. Currently, as the first company, we are engaged in the production and supply of label printer scales equipped with advanced software that can be connected to all chain store software. It is worth mentioning that Tozin Sadr Engineering Company has the largest share of the supply market.

Weighing products have a mandatory standard, and accordingly, all the products of this company have the national quality standard of Iran and are marketed with the mark of the national standard of Iran. One of the most important features of Tozin Sadr Engineering Company's products is to maintain quality, comply with standards, along with the use of modern knowledge and technology.

We have activated a page called SADRSERVICE on Instagram, along with service centers across the country, as well as the company's service center that serves customers in person on site or by phone or at the company's location. The training page is free and can be used by customers, colleagues and those interested in learning about our products. Sadr Weighing Company continues its activity in the sectors of scales that require high-tech software and engineering support, and in this regard, it meets the needs of chain stores.

Considering that the National Standard Organization started its first movement in 1924 by approving the Law of Weights and Scales, one of the main problems of this industry is not having a trustee and an executive organization or union. After about 100 years, the production units of this industry still do not have an independent national or provincial union. Employers' Association of Measuring and Weighing Equipment Manufacturers is the only organization that follows up on the problems of its colleagues and tries to establish coordination with other organizations, which was re-established by a few colleagues after several years of closure for some reasons and has started its activities again for about three years. ■

CEO of Boroujerd Textiles The government should create an advantage for the textile industry

The textile industry can create significant advantages in the country in various areas such as production, foreign exchange and job creation. Omid Alaei, CEO of Borujerd Textile Company, believes that the continuation of the prosperity of this industry requires the government to give advantages to the producers and it should be possible for them to enter the regional markets. We read parts of this interview.

Borujerd Textile Company is one of the largest textile companies in Iran. This group aims to produce various textile goods in the field of sales to foreign countries in the form of exports. Undoubtedly, we will start working with some neighboring countries with whom we have more relations and there is no limit in dealings with them, and we hope to move according to the plan in this sector as well and achieve our short-term goals by the end of the year.

In recent years, digital printing has been one of the new capabilities that a few textile collections have gone towards, even though most of the foreign manufacturers are currently equipped with digital printing and produce a variety of products through this medium. Nesaji Borujerd also considered it necessary to use digital printing and to be equipped with the latest technologies in the world, with the aim of expanding its production portfolio and because it has more specific products on its agenda. The addition of this capacity to the production line could give us relative advantages over other competitors in the market. With this approach, you will soon see the arrival of various printed textile products of Borujerd in the market.

According to the capacities that exist in the knowledge-based sectors of the textile industry, in the Borujerd textile research and development unit, we use the professors of the name of the country. In this unit, we conclude contracts with prestigious universities and our goal is to reach research projects that lead to the production of knowledge-based products. We hope to achieve good results in this field by the end of this year.

We hope that due to the ongoing consultations, we will benefit from more government support and assistance. One of our demands is that in the laws and circulars, special concessions and facilities should be allocated to production units and companies that perform better than others.

Borujerd textile is a national brand and we are required to maintain the quality of our products in order to maintain this brand. One of the challenges in competing with foreign competitors is the price of products. We have tried to increase the capacity of competition by controlling and managing prices; therefore, maintaining quality and controlling prices is one of our main goals in the field of export. ■



**The CEO of Rock Tehran Company
proposed**

Currency fluctuations are the main challenge for exporters of store equipment



People's acceptance of chain stores and hyperstars has led to the formation of large companies in the store equipment industry that operate in this field by using new knowledge and expert manpower. To get to know more about this issue, we talked to engineer Mohammad Rasul Shamlou, CEO of Rock Tehran Company. We read parts of this interview.

Rock Tehran Company currently produces beautiful, resistant, strong and long-lasting shelves for chain stores and hyper stars and is considered one of the main suppliers of their store equipment based on new standards.

Another part of Rock Tehran Company's activity is equipping industrial warehouses for all industries from automobiles to oil, gas and petrochemical sectors, property and any industry that needs warehouses to store raw materials or products, so it is usually related to these industries and by equipping their warehouses, it is trying to use the warehouse space optimally; In the sense that the warehouse has more space and people need less traffic.

Rock Tehran Company has been successful in achieving it due to choosing small goals despite many obstacles, so that it is currently exporting to the UAE, Oman and Qatar with the possibility of international access and the presence of Turkish and European brands in them. It should be noted that, due to the good reputation of this company, most companies are willing to cooperate with it.

The presence of Iranian brands in international exhibitions will be welcomed by the participants due to competitive advantages such as low salary costs, access to Persian Gulf markets, etc.

There has been a great demand in the domestic market for the production equipment of Rock Tehran Company, which reduces the need for export. On the other hand, despite all the problems, this company has set up a 15,000-meter factory in Parand Industrial Town, which will increase its production capacity by 40-50%.

This company is the only company that simultaneously produces industrial and store warehouse equipment. Another important advantage of Rock Tehran Company is the use of modern technologies in equipping industrial warehouses. On the other hand, this company has increased the internal capacity of warehouses by 90% and eliminated the need for factories to buy sheds and land. The up-to-date machinery and paint line that increase the power of the structures, the presence of capable and intelligent forces, high experience and experience in production and establishment in Tehran, which has more consumption centers, are among the other advantages of Rock Tehran Company.■

CEO of Kyan Soft Company Iran's software industry has the capacity to become global



The development of technology, the development of the retail industry and the increase of internet interactions have doubled the necessity of using specialized software in this field in order to facilitate the work of chain stores. To learn more about the activities of Iranian companies in this field, we have conducted a conversation with engineer Mohammad Ali Attarha, the founder and CEO of Kyan Soft Company. We read parts of this interview.

By using the technical knowledge obtained during the co-operation with the German company and the expertise of its experts, as well as based on the latest technology, Kyan Soft Company designed and implemented software suitable for the country's market and export approach, and in this regard, in the year 1385 introduced the first version of KCMS software (Comprehensive Kyan Store Sales Software) to the country's market.

Kyan's comprehensive and integrated software, while answering and implementing all commercial, sales, financial and customer management processes, creates centralized and real-time management and control for the organization at the chain store headquarters level.

By using this software system, the managers of the organization in the central office can monitor all the commercial and sales processes in real time and have access to the sales and inventory information of the store. It is worth mentioning that the software system of this company has the ability to define and cover all currencies and many languages, and it is currently able to cooperate with the countries of the region by providing services in Persian, Arabic, Georgian, Kurdish and English languages.

From the beginning of presenting our product to the market, we believed that the type of service and the quality of its provision will be the main pillar of the company's success, so we were very sensitive about this issue, and today, by setting up a customer satisfaction unit, we are always trying to measure this issue. Based on the available information, we have increased this satisfaction to a very good level.

This company has a special support system, in that it provides support services to its customers by phone and remotely, and in person if needed, from 9:00 a.m. to 9:00 p.m. every day. Also, by creating a suitable platform, providing services for each customer is done by a specific team or people, which has caused the level of quality of the said services to increase significantly, because after some time, the experts are fully aware of the processes and procedures of the mentioned organization and such as The personnel of the client's organization, who are based in Kyan, can provide their services.■

**Chairman of the Board of Directors of
Autoshenas Group**

The level of customer dissatisfaction has reached zero

Autoshenas Group has started to operate with the aim of providing services to car owners in the field of repair, tire and battery replacement, puncture repair, moving the car... and while using professional experts and professionals and providing continuous and regular training to job seekers, there



is also a space called Autocafe has been created for the well-being of customers. In a conversation with engineer Ali Khosravani, the chairman of the board of directors of Autoshenas complex, we examined this complex and its achievements. We read parts of this interview.

The services of the auto expert group include several technical, specialized and repair centers, such as smoothing and front-end services, car buying and selling, and expertise before buying a car, car academy, car wash, auto cafe, organizational cooperation and other special services.

In the past, people used to buy a new car when the color of the car changed or the body rotted, but with the increase in prices and the decrease in people's purchasing power, the desire to repair and refurbish the car has increased more than before. With the best quality, the lifespan of people's cars will increase

Autoyar's emergency services usually include seemingly mundane tasks. For example, the job of fixing a flat tire is not difficult under normal conditions, but it is troublesome on a rainy day and in difficult conditions. In such a situation, the Autoshenas group rushes to the person's aid in less than 20 minutes using the force of the Autoyar department.

The training department of the auto mechanic academy is dedicated, so that the necessary training is provided to the people so that they can be recruited into the auto technician group after the internship courses and obtaining the necessary preparations. In addition, an organizational culture has been defined for this group so that the workforce can be trained based on it. Accordingly, in the Autoshenas group, culture is more important than expertise, and its identity indicators are not limited to the color of the logo and appearance.

The main activity of Autoshana group is in the field of buying and selling cars. Since this work is currently done online, it will be very difficult to gain the trust of customers, and although it must be said, in this way, customers get a lot of data about the car in question in a short period of time.■



**World of
INVESTMENT**

**The CEO of Day Industrial Group
proposed**

The establishment of business schools is today's need, tomorrow's necessity

The increase of chain stores and their extensive need for modern equipment and facilities to provide optimal service to customers has led to the formation of some service and production companies in parallel with their activities. For further investigation, we went to engineer Meisam Khademi, CEO of Day Industrial Group, and talked with him. We read parts of this interview.

Since 2018, this industrial group has started its activities in the field of refrigeration parts and production of store equipment, and in 2021, it started operating in three different commercial sectors of refrigeration parts, production of store equipment such as shelves and racks and refrigerators for chain stores.

As mentioned, Day Industrial Group consists of three companies that provide all the services needed to set up a store in any size and design, such as shelves, check-out tables, shopping carts, etc. Among these services.

This group is one of the first industrial groups that is involved in overhaul to provide the return of national investments and renovation of worn out equipment. In this regard, a product that is 50% worn out will be returned to the production cycle at a cost of 30%, so that a large number of Korosh store branches have been renovated in this way.

One of the actions of Day Industrial Group is to propose replacing traditional models with new ones, in such a way that this industrial group buys their traditional equipment and replaces it with new equipment. In this context, a good relationship has been established with small stores and several branches in Isfahan city have also been renovated. In general, it should be said, due to people's acceptance of chain stores, this work will also be taken into consideration. Due to the growth of chain stores, the issue of branch development will start again from the middle of next year. Many stores are also turning to new styles and need new equipment and designs, so the future of this business is predicted positively, although Day Industrial Group also operates in different sectors and covers all of them.

There is a big gap between the university and the industry, and this issue has hindered the access to business coaches, so it is suggested to the government and managers to set up business schools in this field to provide specialized advice to businesses.■



11

World of Investment
No 69 • September 2022

**President of Iran Oil Industry Equipment
Manufacturers Association**

**Knowledge-based
productions guarantee
sustainable employment**



Considering the enormous capacities of our country in the field of energy, the internalization of related equipment will play an important role in creating sustainable employment while helping the production process. To further investigate this issue, we went to engineer Ehsan Saghafi, the head of the Iranian Oil Industry Equipment Manufacturers Association, and talked with him. We read parts of this interview.

22 years ago, a group of oil equipment manufacturers got together and with their efforts, this association was formed, and our company also became a member of the Iranian Oil Industry Equipment Manufacturers Association. Over time, the number of members of this association increased and reached 900 members.

The Iranian Oil Industry Equipment Manufacturers Association consists of 10 product groups in the form of a committee and specializes in examining the products required by the applicants, which can be increased, merged and changed according to the needs of the employer.

It should be said roughly, currently manufacturers provide about 80% of the equipment needed in the oil industry with quality and reasonable price. However, at the height of the embargo, domestic manufacturers did not allow oil, gas and petrochemical production to stop.

As mentioned, the companies under the association produce various goods and sometimes they have progressed by 10% and some up to 100%. For example, during the last three years, a number of products such as catalysts, valves, fixed and general equipment, safety equipment, etc. have grown by about 30% and have even been exported to other countries.

More than 80% of the products produced by the members of the association meet the necessary standards and are supplied to non-oil companies such as automobile manufacturers, power plants, agriculture, etc. Most of the equipments that are produced for the oil sector benefit from sufficient standards and even some of them are sold under the name of foreign brands through the European markets.

Given the good upstream laws that support build-in. It is necessary to consider the interests of domestic industrial activists in contracts like Russia and China, and it is better or in other words, it is necessary that the organizations benefit from the opinion of experts.

In my opinion, the growth of this field depends on all-round and rational support. The most important demand of the industry is the stability of the procedure in economic and industrial policies. Despite all the shortcomings, I consider the space suitable for real and knowledge-oriented artisans. ■

**It was brought up by the CEO of
Shetabkar Company
Entering export
markets using modern
technical knowledge
and technology**



It was brought up by the CEO of Shetabkar Company Entering export markets using modern technical knowledge and technology Shetabkar Company started its activity in 1995 under the name Sapco 4 in line with the expansion of the auto parts manufacturing industry and with the aim of providing part of the needs of this industry and changed its name to Shetabkar Company in 1996. Relying on its knowledge and human capital and with continuous efforts. In a conversation with Dr. Hamidreza Shahinfar, CEO of Shetabkar Company, we have reviewed the achievements of this company. We read parts of this interview.

This company manufactures parts and self-sufficiency of Plus sets, electric and hydraulic steering and connecting rod for the automotive products of Iran Khodro Industrial Group and Saipa, and is also one of the main suppliers in the after-sales service market. Increasing the market share and improving the quality of the products is one of the other plans of the Shetabkar Company. Also, the most important mission of the company should be to protect the specialized human resources and increase the production and follow up the current projects until the results are achieved. For more interaction and with the aim of improving customer satisfaction, this company has developed a communication unit with the company's customers. Shetabkar's customer satisfaction affairs in line with valuing respected customers is currently seeking to establish customer relationship management based on an integrated information system. The main goal of this integrated system is to empower the personnel of these affairs in the form of planning, scheduling and controlling the activities before and after the sale of the organization.

With the help of engineering and technical units of the company and using the power of domestic and foreign companies, the necessary measures are being taken to upgrade existing production lines and launch new lines for new products. Also, by possessing technical knowledge and benefiting from modern technology, production and continuous improvement, with the aim of producing and supplying sets of steering and driving forces, we will develop and lead the domestic markets and enter the export markets with quality products that exceed the needs of customers. . Considering that Shetabkar Company is one of the first specialized companies in the field of production of steering wheels and sedans, the main car manufacturers of the country will take full advantage of this company's capabilities, and through the export of domestic cars to neighboring countries, the possibility of exporting Shetabkar company's products will also be prioritized.

Shetabkar Company is trying to take the necessary steps to improve the quality and satisfaction of customers by defining Sapco A Grade project in the field of quality, logistics and production. On the other hand, by adopting a powerful laboratory with the national standard 17025, the quality of all products is checked with the latest knowledge. ■

The CEO of Mobin Energy Persian Gulf Company announced Realization of 99% production and sale of products

The Annual General Assembly of Mobin Energy Persian Gulf Company was held with the attendance of 6.82% of the shareholders and the company's board of directors held in Azadegan Hall at the International Conference Center of Oil Industry Research Institute. Mehdi Farzaneh, the CEO of Mobin Energy Persian Gulf Company, announced the realization of 99% of Mobin Energy's production and sales plan by announcing the company's actual profit of 13,650 billion tomans last year.



He presented a report on the performance of this company in the fiscal year 2021, which was presented in several sections, and stated: despite the occurrence of production and economic bottlenecks and fluctuations in the global price of production equipment and machinery and the increase in supply and production costs due to exchange rate fluctuations and inflation We were able to achieve the highest profit from the time of operation and also the highest amount of production in some products in fiscal year 2021, by observing professional principles and adhering to our commitments.

The CEO of Mobin Energy Persian Gulf Company, pointing out that we consider sustainable development and profitability in the vision of this company, stated: The value of Mobin Energy Persian Gulf Company in the capital market is now 670 thousand billion Rials.

He considered the last year to be a fruitful year in terms of production volume, production stability and fulfilling the obligations of Mobin Energy Persian Gulf Company to downstream companies and added: Most of the company's product production and sales plan in 2021 has been achieved by about 99%.

The CEO of Mobin Energy Persian Gulf Company continued: In addition, some of the company's products, such as fresh water, steam, nitrogen and instrument air, have been produced 5, 16, 3 and 11% more than the annual plan, respectively; In addition, the record amount of production of steam, fresh water and steam feed water has been recorded since the establishment of this company until last year.

The CEO of Mobin Energy Persian Gulf Company stated that the profit of this company has been realized according to the plan in 2021 and stated: the actual audited profit of 1400 is about 13,650 billion tomans.

Based on a new contract, the management of this company has financed the provision of ancillary services by taking a percentage of the desired investment from Parsian Sepehr Company, which will increase the company's sales in the coming years.

Rates are expected to increase significantly in 2021 due to the increase in operating profit of consumer companies and its impact on the formula. At the end of this meeting, 6500 rials per share was distributed among the shareholders of Mobin. ■



CEO of Iran National Gas Company Over the past year, more than 1,480 villages and 6 cities were connected to the gas supply network

The deputy minister of oil for gas affairs mentioned the supply of gas to more than 1480 villages in difficult roads during the first year of serving the 13th government as a great achievement and said: This effort shows the rebirth and development of the gas industry, which should be considered as important. It was used efficiently and for the benefit of the people.

Majid Chegeni, Deputy Minister of Oil and CEO of Iran National Gas Company, stated this on the eve of the government week: This is despite the fact that during this one year, with this number of villages and 6 cities supplied with gas, the percentage of households using urban natural gas to 98.5% and rural has reached 86.8% and in total it has reached 95.7%.

He stated that in the same period of time, 335 thousand 726 new branches of urban and rural gas were installed, he continued: Accordingly, 926 thousand 861 subscribers have been added to the total number of gas subscribers in the last one year.

Chegeni announced that the operation of new gas transmission lines in the last one year was 503 km and said: In addition to this, 14396 km of new urban and rural gas networks were implemented, while using 2 other pressure boosting stations in the same period of time. The total number of these stations reached 88.

Stating that during this period, 6 more power plants have joined the group of gas receiving power plants, the CEO of the National Gas Company of Iran called the daily record of 316 million cubic meters of gas delivered to the power plants in the summer of 1401 as one of the other honors of the company and stated: Last year, this figure was 270 million cubic meters per day.

In the end, the deputy minister of oil for gas affairs pointed out and explained the achievements of this company in the field of domestic gas refining, transmission and distribution and gas trade and export in a one-year period: achieving the ability to benefit from the nominal capacity of natural gas processing in refineries and facilities Dehumidification of the National Gas Company of Iran in the amount of 1030 million cubic meters, construction and commissioning of 2 huge gas pressure boosting facilities on the 8th national line and increasing the stability of the gas transmission network, carrying out more than 140 cases of repairs of active turbo compressors on the country's gas transmission network and increasing stability and flexibility The operation of the network can be considered as one of the most important actions of the company. ■



Iran is on the way to become the bitumen hub of the region



Dr. Masoud Esfandiar
CEO of Pasargad Oil Company

The production and consumption of bitumen in the world amounted to 125 million tons in 2021, and Iran has an 8% share of the global bitumen market with the capacity to produce more than 6 million tons of bitumen. Iran ranks 7th and 4th in the world in terms of bitumen production and export, respectively. The importance of this issue is when we know that one of the main sources of foreign exchange income in the oil embargo is related to bitumen. The export of this product in 2021 earned 1.5 billion dollars and accounted for 2.9 percent of the country's total non-oil exports this year, and in terms of export value, it has grown by 73 percent compared to 2020. On the other hand, the country's total vacuum bitumen production capacity is 12 million tons per year, of which about 6 million tons are for fuel oil production and more than 6 million are for bitumen production, of which 4 million tons are for export bitumen production and 2 million ton is for domestic consumption. Out of 100% of bitumen produced in the country, 70% is for export and 30% is for domestic demand. In terms of domestic consumption, about 90% of bitumen produced is used in road construction, and insulation uses only 10% of bitumen consumption.

According to the statistics registered on the website of the Iran Commodity Exchange, the J Oil Refining Company has the largest share of the market, and in terms of production and sales, it is the largest bitumen producer in Iran with 1.3 million tons in 1400, and after that, the company Pasargad ranks next with the production of one million tons of bitumen. According to the information of the Commodity Exchange, Naftji Company has 23% of the export market share (820 thousand tons) and is the largest exporter of bitumen in Iran in 2021, and Pasargad Company, despite the decrease of 80 thousand tons in export sales compared to 2020, amounts to It has 21% of the export market share (about 750 thousand tons) and the share of other private companies was about 56% of the total export market.

Another noteworthy point in the field of bitumen export is the increase in the volume of Iranian bulk bitumen exports compared to barrels in 2021 from Bandar Abbas, so that according to the available information, more than one million and 600 thousand tons of bulk bitumen have been sent from Bandar Abbas to export destinations.■



Great success for Shiraz Petrochemical



The third nationwide meeting of the successful national manager in the fourth industrial revolution, in August of this year, with the support of the oil ministries; Industry, mining and trade and cooperation, work and social welfare, as well as with the presence of high-ranking national and military officials, famous scientific and academic figures, entrepreneurs, elites of the country's industry and economy, and members of the media were held in the international conference hall.

Shiraz Petrochemical Company, with the culture of effort and quality product production, in order to meet the country's needs and provide strategic raw materials for downstream industries and agriculture, relying on its valuable human resources, has always pursued its valuable goals with a successful management with unceasing and compassionate efforts. For many years, it has provided its products above the nominal capacity. Also, this company by creating an organizational culture in the process of implementing the effectiveness of strategies and regulations, increasing the level of competitive intelligence, evaluating and identifying potential markets with the role of the organization's management in designing a suitable policy for industry control and analysis, the feasibility of interactions and the foundation of business strategy in creating relationships between shareholders With the innovative development approaches of entrepreneurial culture, it was able to be at the top of the successful companies in the country as in previous years.

Referring to the slogan of the year, engineer Bahmai added: the gross profit of petrochemical products in the first quarter of last year was 973 billion tomans. On the other hand, based on the financial statements of the first quarter of 2022, the amount of profit per share of Shiraz petrochemical products in the said period is 4,637 rials, which has increased by 264% compared to the same period of the previous year.

He stated: The goal of the managers of this large petrochemical complex in the country is to maintain the strategy of maintaining continuous production and maximum sales of products, while consolidating their position in the previous markets and developing new markets in line with the interests of the shareholders.

Shiraz Petrochemical Company, relying on its valuable human resources, has always pursued the goal of producing high-quality products with unceasing and caring efforts and has provided its products above the nominal capacity for many years.

It is worth mentioning that the main petrochemical products of Shiraz; Urea, Ammonia, Nitric Acid, Ammonium Nitrate and Methanol was established as the oldest petrochemical in the country in 1958 near the city of Maroodasht.■



CEO of Part printing and packaging complex

Government restrictions are an obstacle to increasing the export of printing and packaging products

Printed products and packaging services to meet the needs of the market and different industries include a variety of items, one of which is hard boxes. This product can create significant added value for different products. In order to get to know more, we had a chat with engineer Soheil Reza, the managing director of Part Printing and Packaging Complex. We read parts of this interview.



This complex began to operate in 2014 and initially provided services in the form of outsourcing in the field of idea generation, design and implementation supervision. Due to the shortages in the market, we moved towards production and in parallel, we limited our activity to more specialized areas in order to improve the quality and services. It is worth mentioning that we are now focused on the production of due dates, notebooks and hard boxes.

The calendar was the first product that the Part complex invested in, and today our brand is more known in the market with this product. All our efforts were to enter the market with new ideas from the very beginning, so that product with multiple covers was produced and offered for the first time in Iran by our collection. This caused us to be among the top three producers in the country within 5 years despite the presence of powerful and experienced producers.

Many customers tend to place their orders in small quantities but frequently throughout the year, so while other hard box manufacturers' minimum order quantity was 1000 items per order, we decided to respond to customers' needs by Order us in any quantity.

In the past three years, we have tried to study the markets of the region, including the UAE, Armenia, Georgia, Afghanistan, and Iraq, and visit some foreign exhibitions. Accordingly, in September this year, we will participate in the printing and packaging exhibition in Istanbul. And our study phase will end. In the field of hard boxes, there is a desire and ability to export in part printing and packaging, but the needs of the domestic market require us to focus on it for now.

Our first goal is to enter the gold and jewelry markets in the region and supply consumer hard boxes of this trade. Our approach is that the items in the market are very repetitive and we want these items to be selected based on the coordinates and needs of the business. ■



CEO of Superwide Company Production of various textile products with the benefit of digital printing

Digital printing in Iran is still considered a young technology, but the rapid and stunning growth of printing machines and their use in various industries increases the need to benefit from it. Superwide Company is one of the oldest active and well-known companies in the field of digital printing in Iran, which operates in the field of fabric printing machines. In a conversation with Hamidreza Kheirollahi, CEO of this company, we have examined the state of this industry. We read parts of this interview.

In 2003, I founded the Superwide Company. Fortunately, I had a good cooperation with my Lebanese partner, which ended in the sale and installation of dozens of devices in Iran.

It was an exciting year. The entry of technology into the country had a high speed; So much so that at some points, In addition to the Iranian market, I always thought about the markets of the neighboring countries. With this approach, in 2007, we established Superwide Dubai, which performed very well in the Persian Gulf countries. In addition to the high sales we had in Qatar, Oman, UAE, Saudi Arabia, etc., we also found our own customers in Africa and achieved favorable results.

Currently, we are mainly working on textile printing machines. However, we still provide services to customers who have purchased banner printing and advertising machines from us in the last 20 years. As I said, since 2018, we have stopped selling banner printing machines. Fortunately, our work experience in Turkey has given us good knowledge in this field and we have had great clients so far. Our customers are those who provide printing services in the field of clothing, curtains, sheets, etc. We have machines from a width of one meter and 60 cm to a width of three meters and 20 cm, which can print on all kinds of fabrics. Although our wish is to cooperate with textile companies, the embargo could be a great chance for our textile industries to equip their factories with digital printing presses in the situation where the import of printed fabrics to the country has stopped take

In the current situation, we provide the best services to our customers. I am proud to say that Superwide is a small company in terms of the number of personnel, and I have no intention of increasing the number of employees, however, we are dynamic and efficient, and I think that in some sectors, especially in the technical services and sales consulting sector, we have the highest position in We have a country. ■



CEO of Record Company

Digital printing is an opportunity to transformation in the production of goods



Since its inception, the printing industry has seen various developments and with the development of digital technologies in recent decades, it has been associated with a significant growth in the production and provision of printing services. In a conversation with Hamed Deilami, the CEO of "Record" company, which has been active in the field of digital printing machines for about two decades, we have examined the state of this industry in Iran. We read parts of this interview.

I am the second generation member of the Deilami family, which has been active in the field of manufacturing and equipping printing machines. Of course, the background of our activity was first in the field of machine tools and then in the field of binding, which finally reached the field of printing and packaging. Since 2013, our activity has been focused on digital printing devices, and considering the range of activities that are carried out in the record collection today, it undoubtedly has the largest center of digital printing devices in the region, which includes active centers in Turkey, Egypt, and the United Arab Emirates. In terms of volume and scope of activity, they cannot compete with us.

Most of our machines have been activated in the field of advertising, and over 70% of advertising products in the country, especially in the billboard printing sector, are printed and produced with record machines. We have been operating in the field of textile industry for almost five years. Except for these two fields, which we enter the most, we also interact with other fields such as tiles and ceramics from a technical point of view, whose devices have something in common with our devices. We are also trying to learn more about the label sector and have a stronger presence in this field in the future.

Due to the high speed of developments in the field of technology, we are constantly witnessing the presentation of new solutions by different companies in the world. Adapting to new technologies is a very difficult and complex task, therefore, well-known printing houses in the region never think of directly buying printing machines from European, Chinese and Japanese manufacturers do not fall, because the information and knowledge of local companies about different machines is much more and more reliable. Due to the expert team that we have, we are looking to maintain our position in the market in the first place and at the same time, we are trying to develop the record collection and provide new printing services.

We hope that exhibition events can help inform and attract their trust. We must reach a general consensus; However, there is no escape from technology and sooner or later, everyone has to accept new technologies. ■



Managing Director of Talayi Printing Complex

The high cost of paper and consumables destroys the printing and publishing industry



The activity field of the printing industry is divided into two main parts: publishing and industrial printing (boxes and other items), the first of which, due to the cultural functions of books, newspapers and the press in society, requires special attention from governments and trade managers. In a conversation with Ali Mazreati Ghahreudi, CEO of the Talayi Printing Complex, we have examined the state of this industry. We read parts of this interview.

The main feature of the Talayi Printing Complex is that it specializes in the field of publishing, and unlike most printing houses; we only print and produce books, magazines, periodicals, etc.

This complex is equipped with all three sections before printing (lithography), printing and after printing (press printing).

From children to students, our products are targeted. In the child and adolescent sector, we cooperate with reputable centers such as intellectual development centers and textbook publishers, and in the field of textbooks and educational books, we work with collections. Some public publishers are our clients, some of them operate in other cities and towns. We also print books for several educational centers. We are not active in the field of papers at all, because the printing sizes of our machines are only planned for publishing work.

Iranian paper can meet a part of the country's needs, but provided that its final price is much cheaper than its imported types, experience has shown that temporary support by the method of pre-purchase etc. will not solve the problem in the long run. The paper and cardboard industry in our country needs modernization more than anything else, and the government should first of all help to equip the paper factories.

The decision-makers, regardless of the needs and necessities of the market, have issued business licenses to the applicants, and the printing industry has experienced an unbalanced growth.

In the supply of raw materials, most of the materials are imported. Except for the mentioned paper, the price of other items such as ink, alcohol, zinc, glue, etc. has also increased sharply.

Our plan is to make Talayi Complex one of the top five companies in the field of printing by the end of 2025 by acquiring the latest machines of the printing and binding industry and using experienced workers, as well as by using the latest tools and programs of this industry. ■



**CEO of Pars Paper Industries
Group said**

Revival of Pars paper factory and efforts to increase production



The increase in the price of imported paper in recent years has raised the issue of equipping domestic paper production lines and supporting them again. Since decades ago, several factories in the field of paper production as well as pulp used for paper mills started their activities in the country. With the follow-up of government officials, efforts have been started to solve the problems of paper mills in Iran, which include the launch of the PM1 line. He mentioned the plan to produce 60 thousand tons of paper in 2022 by the wood and paper factory of Mazandaran, as well as the measures taken to revive the Pars paper factory in Khuzestan.

In the meantime, it is important to pay attention to the Pars paper and support it from several perspectives. This factory, which had the second rank of paper production in the country from the beginning, was established in 1966 in the north of Khuzestan with the aim of using the bagasse left over from the Haft Tepe sugarcane factory, and it is said that its annual production was between 20 and 30 thousand tons of paper. According to the statements of Pars Paper managers, this factory, if equipped, has the capacity to produce more than 70 thousand tons of paper per year and can contribute a lot to the supply of printing and writing paper in the country.

The new CEO of Pars Paper Industries Group has pointed out problems such as power outages that lead to production stoppages and disruption of the factory's machinery, and has named the provision of a generator with a capacity of 6 megawatts of electricity and putting it into operation as one of his future plans. Is. According to him, "by providing this generator, 75% of the electricity needed by this factory will be provided and the damage caused by the power cut will be minimized." Roghani specifically emphasized on the production of 70 thousand tons of different types of paper including paper pulp this year and the targets set in this direction, and expressed hope that the increase in the production of this company in the future will meet the country's need for different types of paper, which if realized This promise will facilitate the access of publishing, printing and packaging industries to all types of paper, especially writing paper. This issue can also play a significant role in reducing the price of paper and in this sense, end the unbridled inflation of the paper market. ■

World of
INVESTMENT

**CEO of Lithograph Makers Cooperative
Company**

Supplying zinc to Iran's printing industry depends on the government's support

The printing industry is considered one of the strategic industries in the world and even occupies the second or third category of industries in many countries. In our country, the dominant industrial activity is tied to the printing and packaging industry. In a conversation with Gholamreza Shoja, CEO of Iran Lithograph Makers Cooperative Company, we have reviewed the state of this industry in Iran. We read parts of this interview.

Iran Lithograph Makers Cooperative Company has a history of 45 years and includes almost three main branches of the union. During these years, we have succeeded in obtaining the title of the country's top cooperative for four periods, and in general, many successes have been achieved in the field of attracting members, attracting capital, and obtaining exclusive representation from global companies.

This union has a history of 50 years and its main structure is made up of engravers, lithographers and activists in the field of screen printing and stamp and plate makers, of course, the members of the cooperative company are also active in these fields. A total of 13 ranks have been defined in the union, of which Lithograph have the largest number of members. The union has also performed well during these years and has been able to come out of various problems proudly.

In the last few years, we have constantly seen the growth of the price of aluminum in the world, which is the main material for the production of zinc, which has increased by almost 80%. Naturally, these fluctuations affect the final price. The difficulty and cost of transporting cargo from China to Iran is another issue and concern of ours today. The cost of transporting goods to the country has increased almost five times and the rent of a container has increased from \$600 to \$4,500. Of course, the cost of transportation has increased drastically in the country as well.

Due to the dependence of 85% of printing industry products on zinc in recent decades, the private sector has also shown interest in zinc production several times, but due to the lack of economic justification, they abandoned this work. However, if an investor wants to enter this field, there will be a market of 400 million people in front of him; because all the countries in the region around Iran are zinc importers and have no production in this field. Of course, another issue that should not be ignored is the possibility of removing zinc from the future printing system. Just as the other "film" was almost removed from the lithography and printing stages, maybe in the next 20 years, zinc will have no place in the printing industry. ■



CEO of Kardo Karton Company The government should support the export of small companies



With the development of various industries and products, suitable packaging with the material and weight of the product has become one of the main needs of industry owners. Fulfilling this requirement for some items that have a high volume or weight requires special and heavy packaging. In this regard, we had a conversation with engineer Foad Ismailpour, the CEO of Kardo Karton Company and a specialist in heavy packaging. We read parts of this interview.

We are the first company that started the production of modern cartons and cardboard required in heavy packaging in a scientific and specialized manner and brought its manufacturing technology to Iran. Currently, we also advise large companies in various industry sectors, and fortunately, with the right potential, we have achieved good success in this field.

Kardo Karton Company is the first company in Iran that produces cardboard pallets and boxes. Cargo pallets are made of wood or plastic. The advantage of the cardboard pallet is that it does not require cutting down trees to make it, and unlike plastic, it is completely biodegradable and environmentally friendly.

In addition to pallets, we have produced products made of cardboard at a very cheap price, efficient and light, which can easily replace wood and metal plates in various uses and structures. To prove the functionality and efficiency of our products, we made all the sections and partitions of the booth using cardboard at the paper and cardboard exhibition held in August this year, which attracted the attention of the visitors and aroused their surprise.

In other consumer items, the research and development stages are ongoing and in general, it can be said that the activity of Kardo Karton is defined in the category of knowledge-based industries.

Start-up companies and small economic enterprises do not have the possibility to buy a large amount of raw materials in order to save their costs, and naturally, in this situation, the management of small production complexes is much more difficult than the management of large factories and productions, and requires patience, ability and more innovations are needed.

Bukan is a short distance from the border of Turkey and Iraq, and our distance from the border of Azerbaijan also gives us the ability to export products. The initial policy of building the factory was based on export, and in these years, due to the high quality and low price of the product, we have attracted the attention of foreign customers to our products, however, there are always many concerns in the export sector. ■

Director of the fifth exhibition of paper, cardboard, cellulose products and related production machinery Renovation of Iran's paper industry needs foreign investors



About 6 decades have passed since the establishment of the first paper production factory in Iran, and neglecting the equipment and modernization of the paper industry in recent decades has caused the weakening and stopping of the production lines of this strategic product. In a conversation with Reza Omid, the trustee and organizer of the "International Exhibition of Paper, Cardboard, Cellulosic Products and Related Machinery", the fifth edition of which was held in August 2022, we have examined the state of this industry. We read parts of this interview.

Fortunately, this exhibition was not stopped in the past years, despite the wave of sanctions and the spread of the Corona disease, and with the support of the cellulose industry, the exhibition has been held every year, as well as following health protocols. This year, the fifth edition of the exhibition was very well received.

About 130 companies participated in this year's exhibition, which were completely related to the cellulose industry and were active in the field of raw material and machinery supply, product production, conversion industries and product distribution. In fact, the participants formed the cellulose chain links. In the field of machinery and renovation of production sets, we saw a good reception.

About 9 foreign companies from the countries of China, Russia, UAE and India were actively present in this exhibition, whose main activity was in the field of supplying parts and machinery for paper and cardboard production. During the days of the event, the ground for negotiations and contract signing was provided between them and Iranian companies, so that the experience of attending the 2022 exhibition was declared as a useful experience.

In the field of paper and cardboard, we supply 70% of our consumption through imports. Of course, in the field of packaging paper, we are almost close to the full production stage, but in the field of writing paper, we have not yet achieved success.

The most important issue in the field of paper production is attracting investors and foreign capital. The presence of foreign investors in this area, in addition to making the import of modern paper production machines to the country a reality, also provides a platform for competition. Unfortunately, the competition that exists in the country's paper and cardboard industries is incorrect and incomplete, because there is no strong competitor that can raise the level of competition and improve the quality of products.

Our plan is to invite students from related fields to attend the exhibition, while learning about the capacity of various industries, and also follow scientific topics. ■

Hovita; Secure authentication and digital signature guarantor



Hovita is a knowledge-based and agile company that has taken many steps in the field of digitalization of processes with nearly 20 years of experience. Public key infrastructure, digital signature and electronic authentication are among the things that play an important role in the digitization process.

Hovita products

• Digital Signature Service (DSS)

Mrs. Zahra Salehi - senior expert in information security of Sharif University of Technology

In the last decade, digital signature is known as the "secure electronic identity" of natural/legal persons in the world, therefore, the "service-based digital signature" solution has been provided by Hovita company. Hovita's ParsDSS product is based on the "service-based digital signature" solution, which enables systems to be easily and quickly equipped with digital signature capabilities.

Mobile Connect

Mrs. Roqieh Younesi - senior expert in computer systems architecture of Iran University of Science and Technology
The "Mobile Connect" strategy is a safe and comprehensive solution for logging into a user account and authenticating, issuing permission to access user information, providing user information or verifying the user's identity. Hovita Company is proud to play a role in the form of a consortium with Mohyman Company as the developer of the first large-scale mobile connect project with more than 50 million active users and more than one million daily authentication transactions.

• HSM and HSM as service

Dr. Seyed Mohammad Sebat - Doctor of Computer Systems Architecture, University of Science and Technology
Today, encryption is considered as the most common method to ensure the security of information and communication.

Hovita's comprehensive digital signature solution has been adapted to Parsashrif Research Center's Sadaf HSMs as well as the Serbon product of Radin-e-Hassin Company, and several projects have been completed and delivered. Also, Utimaco and SafeNet foreign products have been successfully used in some projects.

Mobile digital signature service

Mr. Musa Darvishpour - software expert from Sharif University of Technology

The mobile signature service of Hovita Company is a new technology and a suitable and more accessible alternative for tokens or smart cards. This service has more portability than other solutions and also due to the support of today's phones for the internal hardware module (Secure Element), it can provide high security.

• Electronic promissory note

Mrs. Razieh Babaei - Computer Science graduate of Allameh Tabataba'i University

Commercial promissory notes and promissory notes are currently available to people in the form of printed paper and through specific processes. With the electronicization of the promissory note and bill of exchange, the entire process of issuing it will be done electronically and offline. This system actually provides a comprehensive ecosystem to involve all stakeholders and uses public key infrastructure and digital signature to authenticate processes and people. ■

The head of the paper and cardboard sellers union of Tehran proposed

Expensiveness and stagnation in the paper and cardboard market

Paper and cardboard are the main raw materials for publishing books and newspapers, and since the majority of domestic consumption of these items comes from imports, factors such as global rates, sanctions, and obstacles in the way of merchants affect their final price. They put it straight. To learn more, we had a conversation with Ahmad Sharifan, the head of Tehran's paper and cardboard sellers' union. We read parts of this interview.

The paper and cardboard union includes various sectors such as paper and cardboard sellers, paper and cardboard scraps, sales offices, invitation card and envelope sellers, etc. and officially has 630 members. A number of activists in this market are also in the process of becoming a member, and some of the activists have not yet taken any action to obtain a license from the union, which if we consider their number, about one thousand units are active in defining the ranks of the union in Tehran.

Every economic operator must pay taxes, however, the state of tax collection in Iran is not very suitable for businesses.

One of the reasons for the high prices that we have seen in recent months is the fluctuations in the world markets, which is caused by the war between Russia and Ukraine. Each ton of different types of paper has increased in price between 200 and 300 dollars, and it is natural that this inflation affects the market due to the fact that paper and cardboard items are imported. On the other hand, a large part of the significant price increase is due to the presence of middlemen and brokers who have monopolized the market. Of course, the cutoff of the preferred currency for importing paper has also played a significant role in increasing the price of paper.

The fifth exhibition of paper and cardboard was very dynamic and compared to the previous periods, it was accompanied by positive developments. In this period, we got acquainted with new potentials of industries, paper production units and cellulose products that have the necessary capacities to meet domestic needs and even enter the Middle East markets. Our assessment of this exhibition was that if the producers are supported by the government and domestic organizations, reaching the level of export and foreign exchange earning for the country is completely achievable.

In the field of carton making, currently very efficient factories have good export potential. There are favorable capacities in the field of paper and cardboard, among which we can mention the activity of wood and paper industries in Mazandaran. This group is the largest producer of newsprint in the Middle East and if it is supported in the writing paper sector, it will bring good results. ■



Significant progress in the store equipment industry



Davood Adineh
*President of the Association
of Manufacturers, Exporters
and Service Providers of
Equipment and Necessities
for Stores and Commercial
Complexes in Iran*

Before the victory of the Islamic Revolution, most of the equipment related to chain stores in the country were imported. Moreover, these stores, which sometimes had the agency or branch of a large store or an international chain, had to be decorated in accordance with the general decoration based on the model provided by the central office, and all decor items and hardware were supplied through imports. Fortunately, the required equipment is completely produced and used in our country. In 2001, the first international exhibition of goods, services, store equipment and chain stores was held with the aim of quality production and export of goods and services, which was dominated by foreign products; But in the 15th international exhibition of goods, services, store equipment and chain stores in 2021, which was held at the permanent place of international exhibitions of the Islamic Republic of Iran, the full capacity of this sector came to the fore with completely Iranian products. The products that were imported from abroad until 2001, are now exported to other countries as first class and premium Iranian products. By visiting large and chain stores, you will notice serious and fundamental changes in this industry. According to the foreign producers who have visited the exhibition, the products are first-class and not only similar, but much more high-quality, beautiful and resistant than the products that used to bring foreign currency out of Iran and are now generating foreign currency and creating jobs. Due to the importance of the issue and the improvement of the quantitative and qualitative level of the production of this industry, since 2011, the issue of forming and establishing a union for this industry was proposed, and with many ups and downs, finally in 2020, the Association of Manufacturers, Exporters and Service Providers of Equipment and Necessities for Shops and Complexes Iran Commercial was registered and established in the Ministry of Cooperation, Labor and Social Welfare. Currently, this association is recruiting members to introduce this important industry more efficiently, comprehensively and scientifically at the domestic and international level. Currently, the Association of Manufacturers, Exporters and Service Providers of Store Equipment and Necessities and Commercial Complexes is trying to benefit from the capacity of all the members of the association and other stakeholders and interested parties by forming various committees in order to fulfill its role in the future. Currently, the development and expansion of large and chain stores, as well as the reconstruction and improvement of local and regional stores in different sectors are underway. In the end, it should be mentioned that the industry of equipment, shop essentials and related services has a very high capacity for this kind of serious and fundamental changes in the country, and beyond that, it can also have a successful presence abroad. ■

**Manager of Special Projects
Department of Sep Company (Saman
Electronic Payment)**

Realization of electronic government with the participation of PSP companies



The entry of PSP companies into the field of payment, while facilitating the process of performing some activities for the banking network, has also made the affairs of customers easier. To learn about this issue, we went to engineer Farshid Danaei, the manager of

the special projects department of "Saman Electronic Payment" Sep company and talked with him. We read parts of this interview.

According to international publications, including Nielsen Report, Saman electronic payment company ranked 16th among 150 PSP companies in the world in 2019, and also registered the most transactional payment industry company in the Middle East region in 2021.

Saman electronic payment company cooperates with big acceptors such as chain stores, fashion and food industry, food and restaurant industry, medical field, government institutions, etc. In the field of payment through the internet portal, most of the airline companies are customers of this company, and big companies such as Digikala, Bonny Mod, etc. use the service of the electronic payment portal of Saman.

The services of Saman electronic payment company are not limited to a specific branch or bank and are expanding day by day based on a strategic plan. Currently, two banks, Saman and Refah, are the main shareholders of this company, and 10% of its shares are listed on the stock exchange with the symbol SEP.

Among these features, as evidenced by customers, is the agility and speed of operations of Saman Electronic Payment Company. In terms of support, technical affairs and stability of the switch, this company has been the focus of many customers, according to this, most of the 9 adopters have worked exclusively with it and have two separate panels with Shoprak without any outages. Despite the strong support, Saman electronic Payment Company has opened branches in the whole country and provincial centers, and all personnel matters are under the supervision of the central office of Saman.

The company adheres to all security standards defined by legislative bodies and annually renews software and security licenses.

Since this sector is one of the largest and main sectors of the country's economy, there is a positive approach towards it. For example, these companies have been with the government in various national and livelihood projects such as electronic catalog, bread supply, and livelihood aid basket and most importantly, the realization of the slogan of electronic government, especially in the part of paying the price of goods and services has acted as an important executive arm of the government. ■

Mandatory pricing is the cause of economic corruption



Morteza Faghani
Member of Tehran
Chamber of Commerce

Determining the price of goods according to the proportion of supply and demand and trying to adjust the price by creating a balance between these two basic components is a criterion for distinguishing a healthy and dynamic economy from a command economy.

In the report of research and investigation from Mobarakeh Steel Company, the effect of mandatory pricing and lack of attention to supply and demand in determining the price of the product can be clearly seen. According to the published information, out of 92 thousand billion tomans of violations stated by the parliament, more than 63% of it, that is, more than 58 thousand billion tomans, was in the sales sector, and more than 93% of it, that is, more than 54 One thousand billion tomans is the result of the difference between the sales price of Mobarakeh steel products and the mandated rate and the market price. In the meantime, the mechanism of selling steel through the commodity exchange is also surprising, because almost all the steel supplied to the market is sold through the commodity exchange, which is sold at a base rate that is based on Nimai dollar and the average FOB price of the products in the Persian Gulf per The week is calculated. Competition among buyers, i.e. increasing the demand side, can raise this rate, but if it exceeds a certain limit, the observers will invalidate the transaction, which is clearly an interference in the supply and demand mechanism. In the past years, the supervisor of the stock exchange has repeatedly invalidated the transactions of Mobarakeh Steel. On the other hand, the price of the Nimai dollar is different from the free price of the dollar in the market, and this difference can be seen as the origin of the created rent and as a result the beginning of the path of corruption, so that the price difference between the two is about 30%. This means that Mobarakeh Steel Company must sell its products in the commodity exchange at a price 30% lower than its actual price in the normal market. Due to the difference between this price and the free market, a large rent is created, which is also mentioned in the report of the parliamentary investigation. The best example to understand this is the country's automobile industry. From 2019 to 2020, the car manufacturers (Saipa and Iran Khodro) have received about 1.540 thousand tons of steel at the order price and sold a part of it at the free price in the market, and without any production operations, they have taken a huge profit. In short, the discount given to car manufacturers in an unreasonable way and without considering the real needs of these companies has caused losses to Mobarakeh Steel Company and its shareholders and has not had an effect on adjusting car prices. Now we have to ask whether the responsibility of creating this huge rent and corruption of several tens of billions of tomans lies with the managers of the manufacturing companies or the council that encourages and persuades people to engage in brokering and profiteering activities instead of investing in the field of production by setting mandatory prices. Therefore, it is not possible to fight against corruption and rent except by regulating supply and demand according to the market's needs and without intervention, which, in addition to eliminating monopoly, can give new life to the country's ailing economy. ■

North-South Corridor A great capacity for Iran's economy



Farhad Amirkhani
Chief Editor

Iran has long been known as a country located at the strategic crossroads of world transportation. Although this international privilege has given the people of our country many hardships, including war and looting, during the past periods; But in addition to that, it has also brought benefits that have not been properly exploited until now, and one of these capacities is related to the North-South Corridor. This important international corridor, which was in the vicinity for many years and has been neglected; In 1998, with the efforts of three countries, Iran, Russia and India, it was re-examined and finally, a contract was signed for the activation of this corridor by these three countries. It was after this agreement that the Republic of Azerbaijan and then Turkey, Armenia, Belarus, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Oman, Syria, Ukraine and Bulgaria and even other European countries wanted to benefit from this important international crossing. Now, due to the fierce transit competition that has increased in recent years, this corridor is more important than ever for the countries of the Central Asian Republic. Currently, due to the war between Russia and Ukraine and the security and political issues governing Afghanistan and the existing tensions between Pakistan and India, many countries are willing to cooperate and benefit from this safe export corridor. For these countries, access to India's market of 1.4 billion people and Pakistan's 200 million people is a unique opportunity, which is possible through the use of this corridor.

Regardless of the unique regional commercial opportunities that this corridor can provide for our country, now in the discussion of Greater Eurasia, our country aims to become an important actor in advancing the economic and development plans of the member states of Shanghai and the Eurasian Union, by taking advantage of its strategic position. Today, our country has been placed in a special and significant privileged position from the point of view of international transportation, along with combined transportation and the use of airport and port capacities, it has provided a unique opportunity to play a role in logistics and cargo transit. Currently, the authorities of our country are trying to increase the share of rail and road transportation to the highest possible level, based on the 20-year vision document and up to the horizon of 2025. Among the priority projects that have been taken into consideration in the activation of this corridor are the construction of the Rasht-Astara and Chabahar-Zahedan railway lines, the renovation of the worn-out fleet, and the improvement of the road and rail routes located in this corridor.

Currently, many efforts are being made to benefit from the latent capacities in this corridor; But let's remember that without the participation of the private sector, these potential capacities will never be realized properly, and it is necessary to use them optimally, inject financial resources, cultural and media measures, facilitate and invite the domestic private sector and foreign investors to participate and complete. The remaining parts of this huge corridor are international. It is definitely with such an approach that in a not so distant time, we will witness the realization of this long-standing dream. ■



“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



Manager of Special Projects Department of Sep Company
(Saman Electronic Payment)

Realization of electronic government with the participation of PSP companies



CEO of Kardo Karton Company

The government should support the export of small companies



CEO of Lithograph Makers Cooperative Company

Supplying zinc to Iran's printing industry depends on the government's support



President of Iran Oil Industry Equipment Manufacturers Association

Knowledge-based productions guarantee sustainable employment



The CEO of Day Industrial Group proposed

The establishment of business schools is today's need, tomorrow's necessity



It was brought up by the CEO of Shetabkar Company

Entering export markets using modern technical knowledge and technology



CEO of Boroujerd Textiles

The government should create an advantage for the textile industry



CEO of Superwide Company

Production of various textile products with the benefit of digital printing

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

KARDO KARTON BOKAN

WWW.KARDOKARTON.COM



کاردو کارتن بوکان

اولین و تنها تولید کننده ورق کارتن آکاردئونی در ایران

تولید ورق آکاردئونی کروگیتی در ضخامت های ۲ . ۳ . ۵ و ۱۰ سانتیمتری به عرض حداکثر ۱۸۰

پالت مقوایی با تحمل وزن ۱/۵ تن بر متر مربع

هاردباکس و پالت باکس مقوایی تا حجم ۴ متر مکعب

نبشی مقوایی جهت بسته بندی و پالت بندی انواع کالاها

آدرس کارخانه : بوکان - شهرک صنعتی بوکان

TEL. +98 21 284 23800

KARDO KARTON BOKAN

ما قدرت را فرمان می دهیم
we steer the power



شرکت شتاب کار

(سهامی خاص)

تولید کننده انواع فرمان برقی و هیدرولیک، پلوس و قوای محرکه



info@shetabkar.com



@SKC_company



۰۲۱-۴۴۵۲۷۱۴۳



www.shetabkar.com



@shetabkar.co



۰۲۱-۴۴۵۳۳۰۲۰

دفتر مرکزی: کیلومتر ۸ جاده مخصوص کرج، خیابان شانزدهم





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

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

از شما و همراهان عزیز دعوت میشود در هشتمین نمایشگاه بین المللی پوشاک ایران - واقع در نمایشگاه بین المللی تهران حضور بعمل آورید.
وعده دیدار: ۲۲-۱۹ بهمن ۱۳۹۹ - سالن ۵ (ملی)



www.mahyarco.com

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

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



زنجان - شهرک صنعتی شماره یک - پشت سایت بانوان - خیابان شقایق 2 - قطعه 562
کدپستی: 4513358585 دفتر: ۹-۹۸۲۴-۳۲۵۶۷۵۷۶ کارخانه: ۳-۹۸۲۴-۳۲۲۳۱۶۲



نساجی بروجرد

● معرفی کارخانجات

شرکت کارخانجات نساجی بروجرد در سال ۱۳۶۲ در زمینی به مساحت ۵۰ هکتار و در جنوب شرقی شهر بروجرد-استان لرستان-واقع در غرب ایران بنا نهاده شد. این پروژه دارای ۱۲۴ هزار متر مربع زیر بنا شامل ۵ کارخانه در یک مجموعه می باشد.

مجموعه تولید کارخانه ها در سال حدود ۲۰ میلیون متر انواع پارچه های لباسی، ملحفه ای، پرده ای و رو مبلی است. افتخار آن را داریم که با حدود ۲۰۰۰ نفر پرسنل با تجربه و با استفاده از بهترین مواد اولیه، مدرنترین ماشین آلات و تجهیزات آزمایشگاهی، جهت تامین نیاز هم میهنان، در حال تلاش و تولید باشیم.

● تولیدات کارخانجات

- ✓ تولید انواع نخ پنبه ای، مصنوعی و مخلوط از نمره ۱۰ انگلیسی تا ۴۰ انگلیسی رینگ، جت و این اند.
- ✓ بافت پارچه های لباسی-ملحفه ای، پرده ای دابی و رو مبلی دابی با وزن های ۶۰ تا ۶۵ گرم در متر مربع با عرض های تکمیل شده ۹۰ الی ۳۹۰ سانتی متر.
- ✓ تولید انواع نخ رنگی و پارچه های تولید شده با این نخ ها.
- ✓ تولید انواع پارچه های رنگی و چایی با عرض تکمیل ۹۰ سانتی متر تا ۳۰۰ سانتی متر.
- ✓ تولید انواع کالای خواب و منسوجات خانگی.
- ✓ تولید انواع البسه از پارچه های تولید شده در شرکت.

● جردن، خیابان بنیسی، پلاک ۲۲

● ۰۲۱-۴۳۹۰۷۰۰۰

● info@borujerddhome.co

● borujerddhome



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

مجهز به پیشرفته‌ترین تکنولوژی
مدیریت رنگ و کنترل فرآیند تولید

Your Brand is OUR PROMISE

مجمع چاپ هودیس پارس | تلفن: ۰۲۱ - ۹۱۰۰۳۴۴۴
@hoodispars | www.hoodis.co