

سرمایه‌گذاری



مدیرعامل بزرگترین شرکت تولید کارتن خرمادر جنوب کشور

کیفیت کاغذ

چالش صنعت کارتن سازی ایران

CEO of the largest date carton production company in the country

Paper quality is the challenge of Iran's carton industry

الرئيس التنفيذي لأكبر شركة إنتاج كرتون التمور في الدولة

جودة الورق هي التحدي صناعة الكرتون الإيراني

با آثار و گفتاری از:

پیرام شکوری
علیرضا پیمان پاک
جلال سلطانی
حسین کفائی مقدم
سید محمد معین توکلی
افشین ایرچی
حسین گروسی
مجید کیانی
ابوالفضل غلامی
محمد کاظم گلغام
روح الله فقیهی
مریم نادری
بنفشه اسداله زاده
هلیا سلمانی
عمادالدین دیلمی
شهرام خیاطان

برگزارکننده مناقصات

بیمه

مطالع و فراملا



روشهای همکاری:

- ۱- قرارداد مشاوره بیمه
- ۲- قرارداد مشاوره و مجری مناقصات و صدور بیمه، پیگیری خسارت
- ۳- قرارداد ارزیابی ریسک، مجری مناقصات و صدور بیمه، پایش ریسک، ارزیابی خسارت

شرکت کارگزاری رسمی بیمه معین مسیر امن

آدرس: تهران نجات الهی شمالی پلاک ۲۰۸

پست الکترونیک: Thesafelin.co@gmail.com

شماره تماس: ۰۲۱ ۸۸۸۹۶۰۳۳-۴ فکس: ۰۲۱ ۸۸۹۱۱۴۱۱

وب سایت: MehrBime.com





وب اپلیکیشن مانی بیمه

هرآنچه از صنعت بیمه نیاز دارید را در
وب سایت مانی بیمه فراهم کردیم.

- بیمه شخص ثالث و بدنه اتومبیل
- بیمه آتش سوزی مسکونی / تجاری / صنعتی
- انواع بیمه مسئولیت کارفرما / پزشکان / اصناف
- بیمه درمان تکمیلی و مسافرتی خارج از کشور
- بیمه تجهیزات الکترونیکی (موبایل، تبلت...)
- بیمه حادثه 24 ساعته
- بیمه حادثه راننده
- بیمه کرونا

اقساط ۱۲ ماهه

بدون پیش پرداخت

با نصب وب اپلیکیشن مانی بیمه همواره
بروزترین قیمت و خدمات بیمه را در دسترس
خواهید داشت.

www.manibimeh.com

<https://dana.manibimeh.com>

02158126000 09201201308





افشین ایرجی

کارگزار رسمی بیمه مرکزی کد 585

تخصص: تجمیع امور بیمه ای سازمانهای معظم و ارائه خدمات

بیمه ای در شان بیمه شدگان و بیمه گذار

سوابق شغلی در صنعت بیمه:

- اخذ پروانه کارگزاری رسمی بیمه از بیمه مرکزی 1390 به کد 585

- رییس هیئت مدیره انجمن صنفی کارفرمایی کارگزاران بیمه

فعالیت های بیمه ای:

- تیم سازی و اتوماسیون فرایندها در بازاریابی عمرو سرمایه گذاری از

سال 1386 لغایت 1390

- اخذ گواهی MDRT از طریق نمایندگی کارآفرین کد 1101

- مشاور و تحلیل گر سامانه اتوماسیون فرایندها و سیستمها

در بحث خسارت درمان تکمیلی (به نام سامانه سیناد)

- طراحی و تسهیل سیستمها و فرایندهای صدور، خسارت و

- مشاور و تحلیلگر اپلیکیشن های بازاریابی در شبکه های اجتماعی

- ارائه خدمات بیمه درمان تکمیلی به دهها وزارتخانه و

سازمان در مقیاس کشوری و تجمیع پرتفوی غیردرمانی و ارائه

خدمات بیمه ای آنلاین به بیمه شدگان

- طراحی سامانه های fraud detection در خسارات درمان تکمیلی

- پی گیری طراحی کارتابل نرخ دهی درمان تکمیلی و برآورد

تالیفات بیمه ای :

- دهها مقاله بیمه ای در روزنامه ها و مجلات و همایش ها

- کتاب راهنمای جامع اطلاعات بیمه عمرو سرمایه گذاری بیمه

ارآفرین

- کتاب رازهای بیمه درمان تکمیل گروهی

- کتاب بیمه نامه های دانشجویی

www.Portalbime.com

@afshiniraji

گوشی رو چک کن!



چک‌نو: چک امن دیجیتال بانک صادرات ایران

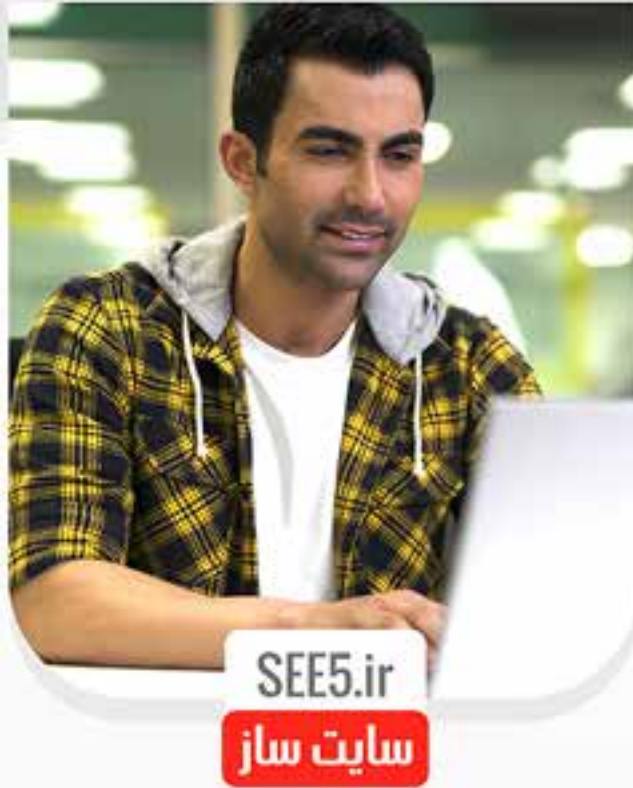


نصب کن

چک‌نو

نسخه چهارم پرداخت





سایت ساز سے فایو

• سرویس آنلین ساخت وب سایت و فروشگاه اینترنتی •



۲۳۰.۰۰۰

سایتہای ساخته شده با سی فایو

۲۵ کشور

گسترده گی مشتریان در سراسر دنیا

مشاوره رایگان طراحی و ساخت وب سایت و فروشگاه آنلین

@SEE5Web

تلفن تماس : ۰۲۱-۹۱۳۰۲۵۵۳



دماوند مارکتینگ

بیش از ۱۷ سال تجربه

مجموعه مشاوره کسب و کار دماوند مارکتینگ

مشاوره مدیریت . کسب و کار . بازاریابی و فروش

مشاور ارشد بیش از ۱۵۰ کسب و کار متوسط و کلان داخلی و بین المللی

تهران . مشهد . تبریز . اصفهان . یزد . زاهدان . عراق . امارات و ...

۰۵۱-۳۶۰۸۲۰۲۲ • ۰۹۲۰۹۱۹۴۲۱۹ • Hello@damavandmarketing.ir



با اعلام رسمی یونسکو؛

ژئوپارک ارس به ثبت جهانی رسید

تا آغازی برای تحول در حوزه گردشگری
منطقه آزاد ارس باشد.

www.arasgeopark.com



مقام معظم رهبری:

بلا تکلیفی فعالان اقتصادی در شرایط کنونی موجب رکود سرمایه گذاری در کشور شده است



مهارت روز
پشتین



One Stop Shop

فرایند ایجاد اتاق تسهیل و خدمات سرمایه گذاری در منطقه آزاد ماکو



MODERN

گروه پژوهش صنعت مدرن
moderngroup.ir

گروه پژوهش صنعت مدرن و شرکت‌های تابعه با تکیه بر دانش، تخصص طراحی و تولید قطعات و همچنین شبکه تامین و توزیع گسترده در کشور به شکوفایی اقتصاد کشور مان می‌اندیشد.





توسعه باور ماست

Development is Our Belief

“شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر”

GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.



کسب تندیس بلورین از بیستمین جایزه ملی سازمانی



کسب رتبه ۳۹ در بین ۱۰۰ شرکت برتر ایران



صادرکننده برتر کشور



کسب تندیس زرین یک ستاره از پنجمین جشنواره ملی صنعت سلامت محور



واحد نمونه صنعتی استان کرمان از خانه صنعت، معدن و تجارت استان کرمان



واحد نمونه جشنواره امتنان از نخبگان جامعه کار و تولید استان کرمان



اخذ ISO17025 مدیریت کیفیت و ISO50001 مدیریت انرژی



شرکت برگزیده و پیشرو در توسعه فن آوری و رشد اقتصادی از وزارت صنعت



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



@tose.e_ahan_foolad @www.gisdco.com



فاراب

Since 1986

راهکارهای کاهش مصرف انرژی و سیستم‌های مدیریت هوشمند ساختمان

CONTROL VALVE & ENERGY SOLUTION PROVIDER

نماینده رسمی هرترز اتریش، بلتز آلمان و رگین سوئد



دفتر مرکزی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان زاگرس، پلاک ۱۳ تلفن: ۸۹۶۳۰ (۰۲۱)
کارخانه: شهر صنعتی هشتگرد، فاز ۲، خیابان ۱۳، شماره ۱۸۶ farabvalve.com

پیشرو اورامان

شرکت چاپ و بسته بندی



آنجاکه کیفیت و زیبایی در
تعمایت اطمینان مآفدگار خواهد مآفد

چاپ و تولید انواع جعبه های صنایع آرایشی ، بهداشتی ، مواد غذایی ، صنعتی و...
مجهز به دستگاه های پیشرفته جهت تولید جعبه های لوکس مقوایی

آدرس : ابتدای جاده قدیم قم ، ۶۰ متری امام حسین شهرک صنعتی تهران ، پلاک ۳۷

@pishrooraman

www.pishrooraman.com

pishrooraman.co@gmail.com

تلفن : ۵۶۵۲۶۷۳۷-۹

۵۶۵۲۲۳۹۰

فکس : ۵۶۵۲۲۲۸۲

قابل توجه مدیران سازمان‌های سرتاسر ایران بزرگ

بایک تیر، چند نشان بزنید

با دعوت از استاد در برنامه‌های خود:

۱- توانمندی‌های مدیران و کارکنان خود را
چندین برابر نمایید.

۲- تعهد سازمانی کارکنان خود را به طور قابل
ملاحظه‌ای تقویت نمایید.

۳- اعتماد به نفس، خلاقیت و تفکر مثبت
کارکنان خود را به طرز چشمگیری افزایش
دهید.

۴- آسیب‌های روحی و روانی ناشی از مشکلات
خانواده‌ها را تا حدود زیادی از بین ببرید.

۵- سودآوری، پیشرفت و شهرت مستمر
سازمان خود را برای همیشه ضمانت کنید.

۰۹۳۳۱۸۲۱۶۹۱



«استاد دکتر شهرام خیاطان»

سخنران فوق‌انگیزشی

مبتکر و مجری دوره‌های ۱۰۰٪ کاربردی موفقیت
استاد دوره‌ی آموزشی قدرت ذهن و اعتماد به نفس

مشاور و مدرس تکنیک‌های خلاقانه بازاریابی

مشاور توسعه کسب و کار و کارآفرینی

مشاور حرفه‌ای مشکلات حاد خانواده‌ها

۰۹۱۵۵۱۹۰۸۱۹

ASEMAN
HOTELS



گروه هتل های آسمان

www.Asemangrouphotels.com

هتل آسمان



اصفهان، خیابان مطهری

www.Asemanhotel.com



هتل ستاره آسمان



اصفهان، میدان نقش جهان، خیابان حافظ

www.Setarehhotel.com



هتل باران آسمان



اصفهان، خیابان امام خمینی، جنب خیابان ۱۲ بهمن

www.Baronhotel.ir



هتل آسمان رояل



به زودی...

جزیره کیش، بلوار موج

www.asemanroyal.com





مدیرعامل شرکت پالایش نفت آبادان عنوان کرده

رشد تولید داخلی

با استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش بنیان

۴۴

۴۶

مدیرعامل شرکت تولید روغن موتور اسپو گلستان

مدیران کشور

تولیدکنندگان را

از دست دلان نجات دهند



۳۲

عضو هیات مدیره انجمن کارگزاران بیمه
و مدیر استارت آپ مانی بیمه

انتقال تخفیف بیمه ثالث

و بدنه مزیت یا مرجعی

برای سوءاستفاده



دنیای چاپ
۷۴ تا ۶۶



دنیای صنعت
۶۴ تا ۵۰



دنیای انرژی
۴۸ تا ۴۲



پرونده ویژه
۴۰ تا ۳۴



اقتصاد بازار
۳۲ تا ۲۲

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

مرتضی فغانی

قائم مقام مدیر مسئول:

رضا فغانی

سر دبیر:

فرهاد امیرخانی

مدیر هنری:

سعیده نیکبخت

مدیر بازرگانی:

سارا نظری

ویراستار:

مصطفی حاتمی

مترجم:

سعید عدالت‌جو

عکاس:

میثم مخملی، ابراهیم صفیریان

اعضای هیات علمی:

- دکتر فریدون حسنوند 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 حسین‌زاده عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- مهندس احمدویایی مدیر عامل شرکت گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو
- 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 آلومینای ایران
- دکتر محمدابراهیم پورزند استاد دانشگاه و مدیر بازار سرمایه
- مهندس حسن کریمی سنجر مدیر ارشد صنعت خودرو
- دکتر یاسر فلاح مشاور ارشد رئیس پژوهشگاه بولی و باتکی
- دکتر مسعود مرادنی مشاور مدیر عامل کانون جهانگردی و اتومبیلرانی ج.ا.ا.
- دکتر غلامرضا خلیل‌ارجمندی مدیر ارشد حوزه اقتصاد
- دکتر امیرحامد ضایعی عضو هیات مدیره لیزینگ پارسیان
- دکتر محمد دامادی نماینده سابق مجلس شورای اسلامی
- مهندس آرش محبی‌نژاد دبیر انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحركه و قطعه‌سازان خودرو کشور
- دکتر جمشید حمزه‌زاده رئیس جامعه هتلداران کشور
- دکتر مهدی کریمی تفرشی رئیس کارگروه کسب و کارهای جادابریشم سازمان ملل - یونسکو
- مهدی حکیمیان کارشناس ارشد حوزه سرمایه‌گذاری و اقتصاد
- مهتاب خیاط‌فراهانی عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی
- مهندس سید محمد مقدسی رئیس هیات مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران

گروه دبیران:

سید قاسم قاری، مصطفی حاتمی، محمدجعفری
عرفان فغانی، ثمانه نادری، سعید عدالت‌جو
سپه‌لزامانی، هادی حسینی‌نژاد

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

www.dsarmaye.ir

نشانی:

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

کد پستی: ۱۵۸۸۸۶۶۳۴۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۴۲

واحد تبلیغات: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۲۶

دورنگار: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۷۸۶

پست الکترونیک: D.sarmayeh@gmail.com

لیتوگرافی، چاپ و توزیع: شرکت خاتم‌نو
تلفن: ۷۷۸۱۳۳۴۹



۵۴

رئیس انجمن مس ایران مطرح کرد

ضرورت تدوین استراتژی توسعه بر مبنای آمایش سرزمین



۷۲

مدیر عامل شرکت تهران ماشین ابزار

چاپخانه‌های سنتی در آینده نابود می‌شوند



۷۶

دکتر حسین کنعانی مقدم

برای مهار نورم و رشد تولید باید ساز و کار علمی داشت



۸۶

مدیر عامل هلدینگ موفقیت

راهکارهای قدیمی مشکلات کشور را حل نمی‌کند



دنیای کار آفرینی
۸۲ تا ۸۹



اقتصاد کلان
۷۶ تا ۸۰

تحول در صدور مجوزهای کسب و کار به عنوان نقطه آغازین سرمایه‌گذاری و تولید موضوعی است که از مدت‌ها پیش به دغدغه کارشناسان حوزه اقتصاد تبدیل شده، به طوری که تسهیل فضای کسب و کار و زمان لازم برای دریافت مجوز آن به شاخصی برای سنجش شفافیت و شکوفایی فضای کسب و کار هر کشور مبدل شده است. در ایران نیز راه‌اندازی درگاه ملی مجوزها با هدف افزایش شفافیت، مبارزه با رانت، فراهم کردن زمینه شکوفایی اقتصاد و در نهایت، افزایش تولید و رونق اقتصادی صورت گرفته است. صدور پروانه و مجوز در درگاه ملی مجوزها شامل مراحل ثبت، احراز هویت، نشانی و اعلام‌های ۸ گانه است که به صورت غیر حضوری صورت می‌گیرد. بنا بر آمارهای ذکر شده، از ابتدای سال جاری نزدیک به ۱۶ هزار و ۷۰۰ درخواست پروانه کسب در این درگاه ثبت شده، اما از این میان تنها حدود ۱۰ درصد آن‌ها؛ یعنی یک هزار و ۷۰۰ درخواست منجر به صدور پروانه کسب و کار شده است. به نظر می‌رسد، تار سیدن این عدد به ۱۰۰ و حذف کاغذ در زمینه صدور مجوز راه‌درازی مانده است.

بنا به آمارهای انتشار یافته از فروردین ماه سال گذشته تا ۱۵ اردیبهشت ماه امسال، تعداد ۸۴۴ هزار و ۵۶۶ درخواست صدور مجوز در درگاه ملی مجوزهای کشور ثبت شده که از این تعداد ۳۱۳ هزار و ۴۱۰ متقاضی موفق به دریافت مجوز شده‌اند. همچنین ۴۰۸ هزار و ۲۲۲ درخواست بررسی و رد شده، ۱۱۹ هزار و ۷۹۱ درخواست نیز در دست بررسی است و بررسی ۸۳ هزار و ۷۷۲ درخواست صدور مجوز با تاخیر مواجه شده است؛ به این ترتیب شاخص کل پاسخ‌گویی به ۹۰/۱ درصد در درگاه ملی مجوزها رسیده است. با این حال تاکنون نزدیک به ۴ هزار و ۵۶۱ عنوان مجوز به درگاه ملی مجوزها متصل شده که ۹۶/۸ درصد مجوزهای کسب و کار را شامل می‌شود.

در این میان صندوق نوآوری، سازمان انرژی اتمی، سازمان محیط‌زیست، اتاق بازرگانی و وزارت نیرو موفق به کسب شاخص پاسخ‌گویی به موقع در ۱۰۰ درصد موارد شده‌اند و هیچ تاخیری در بررسی درخواست‌ها از آن‌ها به ثبت نرسیده است. با این حال برخی از نهادهای بسیار تاثیرگذار از قبیل سازمان نظام مهندسی ساختمان، کارشناسان رسمی دادگستری، جامعه حسابداران رسمی، سازمان اداری و استخدامی، سازمان برنامه و بودجه و قوه قضائیه، هیچ‌گونه مجوزی از طریق این درگاه صادر نکرده‌اند. از سویی وزارت کشور، سازمان نظام پزشکی، جامعه مشاوران مالیاتی و شهرداری‌های کلان‌شهرها هم صدور مجوز از درگاه نداشته‌اند، هر چند که درخواست‌های ثبت‌شده‌ای برای آن‌ها در درگاه موجود بوده است. لذا با توجه به وضعیت فعلی می‌توان گفت، ورود نهادهایی از قبیل قوه قضائیه و دیگر نهادهای تصمیم‌گیر برای برخورد با دستگاه‌های متخلفی، می‌تواند گامی مهم برای اصلاح مسیر موجود باشد. با این حال باید توجه داشت، تسهیل در صدور مجوز نباید با هر چه و مرج و بی‌قانونی در حوزه کسب و کارها یکسان انگاشته شود، بلکه تقویت ساز و کارهای نظارتی بیش از پیش ضرورتی است که نباید آن را از یاد برد. می‌توان گفت که وضعیت مطلوب در این زمینه تسهیل ورود به حوزه کسب و کار، تقویت نظارت در حوزه کسب و کارها و فراهم کردن زمینه رقابت شکوفاکننده در این حوزه است که می‌توان آن را قلب تپنده اقتصاد هر کشور دانست. ■

عزم حاکمیتی

اهرم اجرای کامل درگاه ملی مجوزها



مرتضی فغانی
عضو اتاق بازرگانی تهران

تقویت نمایشگاه‌های بین‌المللی فرصتی برای احیای اقتصاد ایران



فرهاد امیرخانی
سردبیر

اقتصاد ایران شرایط سخت، بسیار پیچیده و ناهمواری را تجربه می‌کند. اکثر فعالان اقتصادی از شرایط موجود نگران هستند و معتقدند که تحریم‌ها، نه تنها باعث شکوفایی اقتصادی نشده است، بلکه تورم لحام گسیخته، رشد نرخ ارز و افزایش قیمت کالاها را برای کشور به وجود آورده است. هر چند برخی مسئولان از این تحریم‌ها گاهی به عنوان برکت و گاهی به عنوان جنگ اقتصادی یاد می‌کنند؛ اما فعالان اقتصادی که در صف اول این جنگ نابرابر قرار گرفته‌اند، به سختی دچار شده و ناگزیرند که در میان این تلاطم‌های طوفانی اقتصادی - سیاسی داخلی و در اوج رقابت‌های منطقه‌ای و جهانی، به دنبال بازار و فرصت‌های جدید باشند تا شاید بتوانند مطابق نظریه مشهور «دست نامرئی» آدام اسمیت (بنیان‌گذار مکتب کلاسیک و پدر علم اقتصاد)، شرایط جدیدی را برای رونق کسب و کار خود فراهم آورند. بی‌تردید یکی از این فرصت‌ها، حضور پررنگ در نمایشگاه‌های بین‌المللی، جهت رویارویی و تعامل با دیگر فعالان اقتصادی به منظور آشنایی و معرفی کالا و آخرین دستاوردها است.

مروری بر اقتصاد دیگر کشورها، مشخص می‌سازد که برپایی نمایشگاه، نقشی تاثیرگذار در پیشرفت اقتصاد آن‌ها داشته است. در این باره می‌توان به برپایی نمایشگاه اکسپو در دبی که به مدت ۶ ماه در سال ۲۰۲۱ میلادی به طول انجامید، اشاره کرد. مسئولان دبی برای برپایی این نمایشگاه حدود ۴۲ میلیارد دلار هزینه کردند و تنها برای بخش حمل و نقل، حدود ۱۷ میلیارد دلار اختصاص دادند. در این نمایشگاه، حدود ۱۹۵ کشور و نهاد بین‌المللی حضور یافتند و بیش از ۲۵ میلیون نفر در همان روزهای نخست از غرفه‌های آن بازدید به عمل آوردند. بی‌جهت نیست که بعد از جام جهانی فوتبال و بازی‌های المپیک، از نمایشگاه‌های اکسپو به عنوان سومین رویداد مهم بین‌المللی جهان و به تعبیر دیگر «المپیک فرهنگ و ملل» یاد می‌شود.

مثال در این زمینه بسیار است که از جمله می‌توان به برپایی ابرنمایشگاه‌های کشور چین تحت عناوینی مانند پکن، شانگهای، گوانجو، شنژن، چینگدائو، ونژو، سوژو و کانتون اشاره کرد که طی آن، میلیون‌ها نفر فعال اقتصادی از این نمایشگاه‌ها بازدید به عمل آورده و بالاترین ترنورهای مالی در این نمایشگاه‌ها ایجاد می‌شود. بی‌تردید مهمترین دستاورد نمایشگاه‌ها، عبور از مرزهای سنتی و شکل‌گیری روابط اقتصادی جدید است که طی آن فعالان اقتصادی این امکان را می‌یابند تا با محصولات دیگر رقبا آشنا شوند و با آن‌ها چهره به چهره به گفت‌وگو بنشینند و با توجه به اهداف خود، مناسب‌ترین تعامل را پی‌ریزی کنند.

در ایران نیز، برپایی نمایشگاه، همواره از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردار بوده است. مطابق تقویم نمایشگاه‌ها، امسال بیش از ۵۸ نمایشگاه تخصصی در محل نمایشگاه دائمی تهران برپا خواهد شد. به تازگی نیز، در تهران، نمایشگاه ایران اکسپو با میزبانی از ۳۰۰ برند صادراتی ایرانی از ۱۰۰۰ تاجر بین‌المللی از ۶۰ کشور دنیا در حوزه چرم، پوشاک، صنایع دستی، مواد غذایی، لوازم خانگی، مبلمان، صنعت، پتروشیمی، بهداشتی و... برگزار شد. هر چند برپایی این نمایشگاه‌ها در نوع خود جای تقدیر دارند؛ اما از آن جهت که این نمایشگاه‌ها فقط عناوین بین‌المللی را با خود به يد می‌کشند، اما باید با بستر سازی مناسب و تقویت این نمایشگاه‌ها، به دور از شعار و سوءاستفاده از عناوین، نسبت به بین‌المللی کردن این نمایشگاه‌ها اهتمام ورزید تا در نتیجه برگزاری این نمایشگاه‌ها، دستاورد بزرگ برای فعالان اقتصادی و در یک کلام؛ فرصت احیای اقتصاد کشور بیش از پیش فراهم شود. ■

اهمیت تراز تجاری در سلامت اقتصاد



مهررداد جلالی پور
کارشناس ارشد صنعت نمایشگاهی

امروزه کشورهای دنیا با ابزارهای مختلف سعی در ارتقاء سطح کمی و کیفی اقتصاد کشور متبوع خود دارند که یکی از مهمترین این ابزارها، تنظیم تراز تجاری است که نقش مهمی در سلامت کلی اقتصاد دارد. تراز تجاری در اغلب کشورها به عنوان مهمترین رکن اقتصادی محسوب می‌شود و مازاد آن زمانی اتفاق می‌افتد که صادرات کشور از واردات آن فزونی پیدا کند. صادرات کشورها عمدتاً بر مبنای مزیت‌های نسبی اعم از ظرفیت‌های منابع معدنی، نیروی انسانی، تولید و تجارت شکل می‌گیرد. صادرات و واردات هر کشور، نماد و معرف ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها، تخصص‌ها، زیرساخت‌ها، استانداردها و مدیریت خدمات بازرگانی آن است. در همین راستا، تجار کشورهای مختلف جهت حضور در بازارهای جهانی برای به دست آوردن سهم از این سید بازار، باید در رقابتی تنگاتنگ و فشرده با بهره‌گیری از ابزارهای مختلف فنی و اقتصادی شرایط را برای حضور کالا، خدمت با تنوع مناسب، کیفیت بالا، قیمت رقابتی و شرایط پشتیبانی فنی و اقتصادی ایجاد نمایند که برای تحقق این مهم از ابزارهای مختلف بازاریابی نظیر استفاده از تجارت الکترونیک، اعزام و پذیرش هیات‌ها، برپایی سمینارها و کارگاه‌ها، آموزش، مذاکرات بین دولت‌ها، برپایی جلسات B2B و B2C و مهمترین از همه، برپایی رویدادهای تخصصی و بین‌المللی نمایشگاهی استفاده می‌شود.

به رغم رشد گسترده ابزارهای اطلاع‌رسانی و بازاریابی بین‌المللی، جایگاه نمایشگاه‌ها نه تنها کاسته نشده، بلکه با به خدمت گرفتن ابزارهای نوین بازاریابی صنعت نمایشگاهی رشد و توسعه یافته است. ساختار نمایشگاه‌های امروز از عمومی به تخصصی و فوق تخصصی توسعه پیدا کرده است. کشورهای صنعتی نظیر آلمان، ایتالیا، فرانسه، ترکیه و چین با رویکرد ظرفیت‌های فنی و تولیدی؛ کشورهای تجارت محور مانند امارات، هنگ کنگ، عمان، سنگاپور و... با رویکرد معرفی ظرفیت‌های بازرگانی، بازاریابی و لجستیک کشورهای در حال توسعه و کشورهای واردات محور همچون عراق، کویت، قزاقستان، ازبکستان و... با رویکرد تامین نیازهای بازار داخل، واردات مواد اولیه و ماشین آلات و کمک به ارتقاء و جایگاه تولید داخلی در حوزه صنعت نمایشگاهی ورود پیدا کرده‌اند. ایران نیز از سال ۱۳۴۸ صرفاً با رویکرد تامین نیازهای بازار داخل در دو عرصه واردات محصول نهایی، جهت تامین نیاز بازار داخل و واردات تکنولوژی و محصول واسطه‌های و ماشین آلات با هدف توسعه صنعتی در عرصه نمایشگاهی ورود پیدا کرد. به تدریج بار شد تولید و تنوع محصول به ویژه پس از دوران جنگ تحمیلی، نمایشگاه‌های کشور از ساختار عمومی به ساختار تخصصی گرایش پیدا کرد و از اواخر دهه ۷۰ به بعد، شاهد برپایی نمایشگاه‌های تخصصی صادراتی و بین‌المللی با تنوع موضوعی متفاوت بودیم، به طوری که هم‌اکنون حدود ۷۰ عنوان نمایشگاه در حوزه‌های مختلف در تقویم نمایشگاهی تهران و عناوین نمایشگاهی دیگر در مراکز استان‌های دیگر در تقویم سالانه پیش‌بینی شده است. برپایی نمایشگاه در صورت پیش‌بینی تمهیدات لازم از جمله مشارکت و حضور تجار و بازرگانان خارجی متخصص و شناخته شده، برپایی جلسات B2B، برگزاری سمینار تخصصی و همچنین راه‌اندازی کارگاه‌های آموزش می‌تواند ابزار موثر در تبادل تجارب، دانش فنی و توسعه همکاری‌های بازرگانی به ویژه در حوزه صادرات، جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، انتقال دانش فنی و... باشد. در این میان، برپایی نمایشگاه‌هایی نظیر اکسپو صادراتی را می‌توان از چند منظر مورد ارزیابی قرار داد. به عنوان مثال، حضور ده‌ها هیات از ۷۵ کشور دنیا مشتمل بر بیش از ۱۲۰۰ مقام سیاسی، اقتصادی و بنگاه اقتصادی از اقصی نقاط دنیا را می‌توان به عنوان نقطه قوت نمایشگاه تلقی کرد؛ تجربه‌ای که می‌تواند لزوماً در نمایشگاه‌های بزرگ و تخصصی دیگر از جمله نمایشگاه‌های صنعت نفت، گاز و پتروشیمی، صنایع غذایی و... موجبات تحرک و تمرکز بیشتر در حوزه تولید و تجارت در این نمایشگاه‌ها باشد. ■

یادداشت اختصاصی از سید محمد معین توکلی

در این بخش می خوانیم:

- نقش موثر بیمه های زندگی بر در آمد باز نشستگی
- ورشکستگی صنعت بیمه با تداوم ناترازی در آمد و هزینه ها
- عدم دریافت حق بیمه متناسب با ریسک مخاطره ای برای صنعت بیمه

مدیرعامل شرکت بیمه حافظ مطرح کرد

ورشکستگی صنعت بیمه باتداوم ناترازی درآمد و هزینه‌ها

محمد جعفری

افزایش چندبرابری قیمت‌ها، هزینه شرکت‌های بیمه‌ای را برای تامین مالی و پرداخت خسارت‌ها به شدت بالا برده و همین مساله سود آنان را در بلندمدت پایین آورده، به همین دلیل برخی از کارشناسان معتقدند که زنگ خطر ورشکستگی صنعت بیمه به صدا درآمده و این موضوع دیر یا زود مساله‌ساز خواهد شد. در این شرایط می‌توان با جذب سرمایه‌های خارجی و استفاده از برخی محصولات جدید، تا حد زیادی بر بازدهی این شرکت‌ها افزود و هزینه‌های حاشیه‌ای آن‌ها را نیز کاهش داد. برای بررسی این موضوع با دکتر جلال سلطانی، مدیرعامل شرکت بیمه حافظ و فارغ‌التحصیل رشته کامپیوتر از دانشگاه صنعتی شریف گفت‌وگویی داشتیم. وی بعد از استخدام به عنوان هیأت علمی در دانشگاه از دهه هشتاد وارد صنعت بیمه شده و بعد از فعالیت در بیمه‌های ملت و آسیا به عنوان مدیرعامل شرکت پژوهش و نوآوری صنایع آموزشی، زیرمجموعه صندوق ذخیره فرهنگیان مشغول به کار شد و بعد از کسب تجارب منحصربه‌فرد در حوزه نرم‌افزارهای ملی و سپس انجام فعالیت‌های مشاوره در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، وارد شرکت بیمه حافظ شده است. مشروح این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

شرکت بیمه حافظ یک برنامه دو ساله به بیمه مرکزی تقدیم کرد که بر اصل و پیش فرض ورود به سرزمین اصلی تمام شاخص‌ها و برنامه‌ها تشریح شده است. برنامه ۵ ساله جدید در قالب سند چشم‌انداز دو نیز برنامه‌های خاص خود را دارد که در سال جاری با پارادایم نوآوری و راهاندازی زیرساخت‌ها و رشته‌های روز دنیا تدوین گردیده و در صورت اجرایی شدن برنامه‌های آن، بودجه شرکت را به ۵۰۰۰ میلیارد تومان ارتقاء خواهد داد. از مهمترین ویژگی‌های بیمه حافظ می‌توان به چابکی، سرعت، قابلیت انعطاف، رشد مبتنی بر فناوری، منابع انسانی با انگیزه و توانمند و فرصت‌های رشد بسیار بالا اشاره کرد.

چه اقداماتی برای توسعه فعالیت‌های این شرکت انجام داده‌اید؟

شرکت بیمه حافظ تمام رشته‌های بیمه‌ای را در مناطق آزاد در ذیل چتر خود دارد و هم‌اکنون به ترتیب بر رشته‌های درمان، خودرو و مسئولیت، متمرکز و مسلط است. باید دانست، در مناطق آزاد ضرب نفوذ رشته‌های زندگی بسیار پایین است. در برخی از مناطق اصولاً اعتقادی به چنین رشته‌ها وجود ندارد، در حالی که مادر تلاش هستیم تا این رشته را در مناطق آزاد شکل داده و حتی برای اهل تسنن هم بیمه‌نامه مطلوب خودشان را بنویسیم.

آیا از ابتدای فعالیت خود تاکنون به اهداف تعیین شده دست پیدا کرده‌اید؟

خوشبختانه صد درصد این برنامه‌ها محقق شده است. اگر به برنامه ۵ ساله این شرکت در چشم‌انداز اول نظرس بیاندارید، خواهید دید که تمام اهداف آن، حتی بحث ورود به سرزمین اصلی، با تلورانس ۵ درصد محقق شده‌اند. در مبحث زیرساخت، یکی از اهداف محقق این بود که قابلیت ورود به دورترین بخش‌ها و نقاط با امکانات و دسترسی متنوع اینترنتی را داشته و در حوزه نرم‌افزار بیمه‌گری نیز سرویس‌های خاص تری تعریف و اجرا نماییم.



در ابتدا گزارشی از فعالیت‌های شرکت بیمه حافظ ارائه فرمایید.

از سال ۱۳۹۸ که بنده وارد این شرکت شدم، بیمه حافظ در گیر چالش‌های مختلفی بود تا اینکه با اجرای یک برنامه منظم مانند اقدامات اصلاحی و نه‌ایتاً افزایش سرمایه، این شرکت از این وضعیت عبور کرد، به طوری که از سال ۱۳۹۸ به بعد هر سال صد درصد افزایش پرتفو داشته است. علاوه بر این، در حال حاضر نسبت به سال گذشته که پرتفو ۳۲۰ میلیارد تومان بوده، به بودجه ۷۰۰ میلیارد تومانی رسیده‌ایم. یکی از اهداف برنامه استراتژیک شرکت بیمه حافظ با عنوان چشم‌انداز یک در سال ۱۳۹۸، اخذ مجوز فعالیت سراسری است که البته با توجه به اینکه در این رابطه با خلأهای قانونی روبه‌رو بودیم، لذا در ابتدا مسیرهای طولانی اخذ مصوبه را طی کردیم. هم‌اکنون این شرکت از نظر شاخص‌های فنی و مالی بیمه‌ای مثل پرتفو یا ضرب خسارت و ترکیب پرتفو وضعیت بسیار مناسبی دارد؛ بدین معنی که در این شاخص‌ها پرشتاب‌ترین شرکت در توسعه متناسب و متوازن بوده است. سال گذشته

آیا به منظور خدمات رسانی به مشتریان خارجی اقداماتی در این شرکت انجام شده است؟

خوشبختانه شرکت بیمه حافظ، مجوز لازم به منظور خدمات دهی به بیمه گذاران پاکستان و افغانستان را طی دو سال اخیر از بیمه مرکزی دریافت کرده است. در خصوص افغانستان از آنجایی که دولت اسلامی در شرف استقرار زیر ساخت نرم و فکر افزار بوده است، لذا این فرآیند در انتظار و در حال پیگیری است. در رابطه با کشور پاکستان نیز یک سری مقررات بومی و محلی وجود دارد که باید رعایت شود. از طرفی، این کشور به مانند ایران و ترکیه دارای بیمه مرکزی با عبارتی رگولاتور مستقل بیمه ای نیست، به همین دلیل هدف گذاری های شرکت بیمه حافظ در این کشور به آرامی در مسیر تحقق است و هر روز مشغول عبور از سدهای بروکراتیک داخلی این دو کشور هستیم. در ارتباط با دیگر کشورها مانند عمان و عراق نیز برنامه ریزی لازم انجام شده است.

به عنوان یکی از مدیران فعال، وضعیت صنعت بیمه را چگونه ارزیابی می کنید؟

تورم در ارتباط با برخی از کالاها مانند خودرو، قیمت ها را چنان به حد انفجار رسانده که بیمه گذاران قادر به خرید بیمه نامه مرتبط نیستند، در حالی که با افزایش روزانه قیمت ها، بیمه گران نیز انگیزه ای برای پرداخت کامل و غیر نسبی و جلب رضایت مشتریان ندارند. رشد ضریب نفوذ بیمه نسبت به شاخص های اقتصادی کشور بسیار عقب است. در حال حاضر حدود ۴۰ درصد پرتفوی صنعت بیمه متعلق به بیمه شخص ثالث است که نرخ آن هم به صورت دستوری به شرکت های بیمه ای اعلام می شود، در حالی که حق بیمه وصولی هیچ تناسبی با مجموع خسارت های پرداختی، عوارض قانونی و کارمزدها ندارد و همین روند سطح خدمات و ضریب نفوذ واقعی صنعت بیمه را پایین نگاه می دارد. حال همین جریان تورمی در بخش درمان، داروها و... با حذف ارزش ترجیحی و در بیمه های زندگی با افزایش سود بانکی به صورت مضاعف اتفاق افتاده است. در چنین فضای اقتصادی، بسیاری از فعالیت های بیمه گری بی معنا شده، زیرا توجهات سودآوری خود را از دست داده و تنها باعث زیان انباشته می گردد. شرایط فعلی درست مانند این است که فردی پایش روی گلوله شماس، ولی انتظار دارد و می خواهد تا نفس بکشد، در حالی که چنین کاری عملاً ممکن نیست.

صنعت بیمه با چه موانعی در بخش سرمایه گذاری روبه رو است؟

در بحث های سرمایه گذاری، صنعت بیمه با محدودیت های زیادی مواجه است که از آن جمله لزوم رعایت نسبت توانگری مالی و حاشیه پرداخت بدهی و به عبارتی، آمادگی لجستیکی برای بروز هر گونه حادثه است، بنابراین آئین نامه ۹۷ شورای عالی بیمه، شناسایی شرکت های بیمه را به منظور پاسخ گویی به حوادث غیر مترقبه و فجایع به نحوی باید تضمین کند که همین امر، کار را برای استفاده از فرصت های سرمایه گذاری به شدت سخت کرده است. از آنجایی که فعالیت بیمه گری به خودی خود صرفاً سودآور نیست، لذا تنها پارادوکس مدیریت گردش مالی با لحاظ جمیع جهات مدیریت ریسک است که باقی می ماند. متأسفانه مدیران و کارشناسان حرفه ای که به طور

علمی و تجربی در این فضای آکنده از عدم قطعیت قادر باشند، پایداری مالی و عملیاتی یک سازمان پرریسک بیمه ای را تضمین کنند، تقریباً به عدد صفر رسیده است.

با توجه به شرایط کنونی آیا استقبال مردم از خدمات بیمه ای کمتر نگ نشده است؟

اینکه مردم از خدمات بیمه ای ناراضی هستند و کم کم از بیمه فاصله می گیرند، ارتباطی به سطح خدمات ارائه شده ندارد. واقعیت این است که شرکت های بیمه بدون معطلی، به همه تکالیف خود عمل و زیان دیدگان نیز به حق و حقوق خود دست پیدای می کنند، اما ارزش زمانی پول است که معادلات انتظاری را به هم می ریزد.

برخی به بیمه شخص ثالث درست مانند چاه نفتی سودآور نگاه می کنند، چه رویکردی در این خصوص دارید؟

بیمه شخص ثالث یک پشتوانه قانونی دارد و یک بیمه اجباری است، اما حق بیمه آن تناسبی با هزینه های مترتب و خسارت های موجود ندارد. ضمن اینکه، نه تنها محل انواع تقلبات بیمه ای است، بلکه نحوه احتساب ذخایر خسارات معوق و... آن و همچنین هزینه های زیرساختی آن واقعاً شبیه چاه نفتی می ماند که سفره زیرزمینی آن خالی است و از طرفی، از گرفتن مطالبات معوق خود از مشتریان و دلالتان عاجز است. آیا با این اوضاع و احوال می توان سودی از شخص ثالث به دست آورد؟ حال بیمه شخص ثالث اصلاً خوب نیست و فعالان تنها رویکرد متالاش برای حذف عوارض به اصطلاح قانونی از بودجه کشور و مبارزه با تقلبات بیمه ای است.

چه چشم اندازی برای صنعت بیمه متصور هستید؟

صنعت بیمه در شرایط فعلی هیچ راهی ندارد، جز آنکه به سراغ محصولات فناورانه ای برود که مردم در ریسک و منافع آن شریک باشند. با بازار، محصولات و قواعد سنتی و با وجود زیان انباشته کل صنعت و احتساب ذخایری که باید گرفته شود، این صنعت در حال ورود به ورطه ورشکستگی است.

وسخن آخر...

به اعتقاد بنده، تنها راه نجات صنعت بیمه در کشور، بین المللی کردن آن است؛ به این صورت که باید هم به سمت محصولات رفاهی رفت که در دنیا مورد استفاده قرار گرفته و هم از تکنولوژی هایی مانند بلاکچین استفاده کرد تا هزینه های مازاد و بالاسری جلوگیری نموده تا قیمت تمام شده محصول توجیه پذیر شود. از سوی دیگر، باید شرایط لازم برای ورود سرمایه گذار خارجی به صنعت بیمه را فراهم کرد تا اهالی صنعت با رقبای فناور مواجه شده و خود را تنظیم کنند. در شرایط فعلی بسیاری با این موضوع مخالف هستند و ضرورتی برای ورود این سرمایه گذاران نمی بینند. به عنوان مثال، انتقادات زیادی نسبت به ورود صنعت بیمه چین به واسطه قرارداد ۲۵ ساله دارند، در حالی که قطعاً با ورود سرمایه گذاران چینی و تاسیس شعبات بیمه ای آن ها، تحولات مثبتی در صنعت بیمه کشور ایجاد خواهد شد. از نظر بنده، باید شرایط فعالیت شرکت های بیمه ای خارجی در کشور با قید فوریت فراهم شود. ■

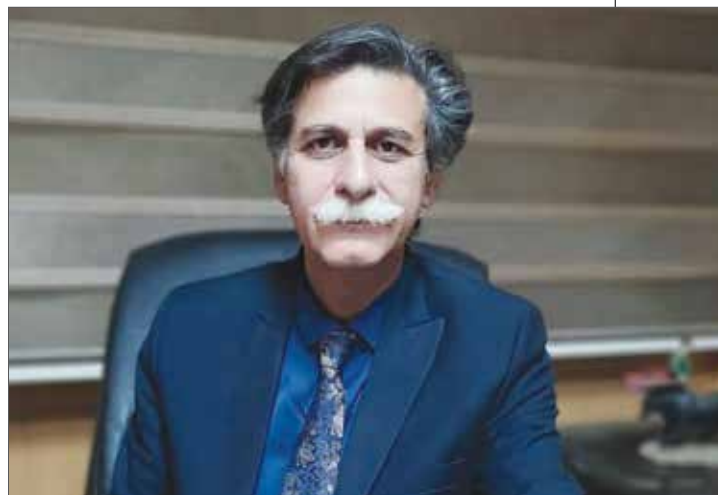
در حال حاضر حدود ۴۰ درصد پرتفوی صنعت بیمه متعلق به بیمه شخص ثالث است که نرخ آن هم به صورت دستوری به شرکت های بیمه ای اعلام می شود، در حالی که حق بیمه وصولی هیچ تناسبی با مجموع خسارت های پرداختی عوارض قانونی و کارمزدها ندارد

نقش موثر بیمه‌های زندگی بر درآمد باز نشستگی

پرتو علوی شوشتری
نایب رئیس انجمن صنفی کارگزاران بیمه

و نبود قوانین حمایتی از کارگران، افزایش نقش دولت‌ها در زندگی اقتصادی و اجتماعی مردم به عنوان حاکمیت ملی و سیاسی اجتناب‌ناپذیر ساخت و دولت‌ها به وضع قوانینی برای حل این مشکلات رو به رشد، اقدام کردند؛ چراکه عملاً امکان مساعدت به افراد و خانواده‌ها در صورت بروز اتفاقات و حوادثی مانند بیماری، از کارافتادگی، نقص عضو، مرگ و... به مانند دوران ماقبل صنعتی وجود نداشت؛ خصوصاً که هیچ گونه حمایت موثری از شاغلان نیز در دوران کهولت سن، از کارافتادگی و بازنشستگی پیش‌بینی نشده بود و بیم هرچ و مرج ناشی از اعتراضات و انقلاب‌های کارگری و اجتماعی، کشورها و جوامع را تهدید می‌کرد.

اولین اقدام موثر دولت‌ها در آن زمان (قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی) پایه‌ریزی نظام تامین اجتماعی بود که دولت به عنوان بزرگ‌ترین متولی تنظیم و حفظ حقوق افراد، سازمان‌ها و موسسات در مقابل یکدیگر و مرجع قانون‌گذاری، سیاست‌گذاری، حاکمیت ملی، سیاسی و دارنده قدرت در آن به ایفای نقش پرداخت و قوانین مختلفی در جهت ساماندهی وضعیت اشتغال و تامین معاش و حقوق دوران بازنشستگی وضع و به اجرا گذاشته شد. هرچند این کار در آن زمان بسیار مطلوب، اثرگذار و انقلابی محسوب می‌شد، ولی در طول زمان، اشکالات و محدودیت‌های خود را نمایان ساخت و دولت‌ها را مجبور کرد تا با تغییر رویکرد خود، تن به اصلاحاتی داده و از ابزار و امکانات جایگزین بهره ببرند. از سوی دیگر، سازمان تامین اجتماعی به اجبار در طول زمان وظایف متعددی را به عهده گرفته بود که در آن میان، دو وظیفه جبران هزینه‌های پزشکی و درمانی بیمه‌شدگان و پرداخت حقوق و مستمری دوران بازنشستگی بسیار شاخص و برای همگان موضوعی آشنا است. اتفاقاً توأم بودن این دو وظیفه در کنار تصدی‌گری دولت بر این مجموعه (به عنوان تاجری ناموفق)، وجود قوانین بازدارنده و دست و پاگیر، عدم رشد حقوق، متناسب با میزان تورم و انتظارات، نیازها و خواسته‌های افراد جامعه و... موجب شده که این سازمان به سازمانی عریض و طویل با بروکراسی اداری بسیار زیاد، ناموفق و ناکارآمد در ایفای دو وظیفه اشاره شده تبدیل شود. (به اعتقاد نگارنده، این دو بخش از وظایف سازمان تامین اجتماعی باید از یکدیگر تفکیک شود). در این میان بارشده و توسعه شرکت‌های بیمه بازرگانی، حضور موثر بخش خصوصی در این حوزه و ضرورت پاسخگویی به نیاز رو به رشد اجتماعی در



اولین اشارات به بیمه‌های زندگی و ضرورت تامین نیازهای مالی برای افراد جامعه، در الواح کشف‌شده تمدن سومر در منطقه بین‌النهرین توسط باستان‌شناسان و مربوط به حدود ۵ هزار سال پیش مشاهده شده و نشان می‌دهد که همواره تامین مالی دوران حیات و پس از فقدان فرد، یکی از مهمترین دغدغه‌های بشر بوده، هست و خواهد بود. در دوران زندگی بشر تا قبل از انقلاب صنعتی اگر خانواده‌ای به لحاظ مالی دچار مشکلی می‌شد، این معضل معمولاً با تعاون، همکاری و مساعدت ساکنان شهر و روستا، اقوام و خویشاوندان و خانواده حل و فصل می‌شد و تلاش جمعی صورت می‌گرفت تا مشکل به وجود آمده، رفع و رجوع گشته و برطرف گردد. هم‌اکنون نیز این شیوه تعاون و همکاری تا حد زیادی نه فقط در جوامع مبتنی بر کشاورزی و جوامع روستایی، بلکه در برخی از جوامع صنعتی و امروزی نیز همچنان مشاهده می‌شود. به عنوان مثال، در کشور خودمان بسیار شنیده‌ایم که در شهر تبریز گدا وجود ندارد. این امر به دلیل توجه ویژه مردمان این شهر به حال و روز یکدیگر خصوصاً از بُعد اقتصادی است که در واقع یکی از ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی مردمان آن خطه نیز محسوب می‌شود.

با آغاز انقلاب صنعتی و دوران بعد از آن، همچنین با پیدایش قشر کارگر، توسعه شهرها، ازدیاد جمعیت، رشد بهداشت، افزایش طول عمر، ظلم و ستم کارخانه‌داران نسبت به کارگران، شرایط سخت کار با ساعات طولانی

حوزه جبران هزینه‌های درمان و ترمیم حقوق بازنشستگی، این شرکت‌ها تلاش کردند تا رفع بخش مهمی از ناکارآمدی سازمان تامین اجتماعی را در بخش جبران هزینه‌های پزشکی و پرداخت مستمری بازنشستگی به عهده گرفته و بیمه‌نامه‌های متعددی را در طول زمان طرح‌ریزی و به جوامع عرضه کرده‌اند. هر چند سابقه بیمه‌های عمر به شکل امروزی در جهان به قرن ۱۸ بازمی‌گردد و در ایران اولین بیمه‌نامه عمر در سال ۱۲۷۰ شمسی صادر شده، ولی آغاز رشد بیمه‌های عمر ساده که فقط فوت افراد را تحت پوشش قرار می‌داد، مربوط به دوران پهلوی دوم است که شرکت‌های بیمه خارجی و ایرانی در این رشته به فعالیت پرداختند، اما این بیمه‌نامه‌ها فراگیر نبود و عده کمی از افراد جامعه آن را خریداری می‌کردند. پس از انقلاب سال ۱۳۵۷ بیمه‌های عمر برای نزدیک به ۱۵ سال مورد توجه قرار نگرفت، ولی از آغاز دهه هفتاد بیمه‌نامه‌های جدید مختلط عمر به نام عمر و پس انداز توسط شرکت‌های بیمه عرضه شد که محدودیت‌های بیمه‌نامه‌های قبلی را داشت و پیشرفت خوبی در این رشته محسوب می‌شد. در این بیمه‌نامه شرکت بیمه متعهد بود که در صورت فوت بیمه‌شده در طول مدت بیمه‌نامه در صورت حیات و پایان مدت بیمه‌نامه مبلغ ثابتی را به ذینفع بیمه‌نامه پرداخت نماید. در میان چهار شرکت بیمه دولتی در آن مقطع شرکت‌های بیمه ایران و آسیا بیمه‌نامه‌های متعددی در این رشته را به فروش رساندند که نشان از توجه عامه مردم به مقوله بیمه، خطر فوت، پس انداز و تامین آتیه داشت. با آغاز دهه هشتاد و نیاز و ضرورت به رفع انحصار از بازار بالقوه و بالفعل بیمه و شرکت‌های بیمه دولتی، صدور مجوز برای فعالیت بخش خصوصی در صنعت بیمه در دستور کار بیمه مرکزی و شورای عالی بیمه قرار گرفت و با آغاز به کار شرکت‌های بیمه جدید با سهامداران بخش خصوصی شکل جدیدی از بیمه‌های زندگی در ایران پایه عرصه وجود گذاشت که کامل‌ترین شکل بیمه‌های مختلط عمر را ارائه می‌کرد و در همان زمان مورد استقبال چشمگیر بیمه‌گذاران واقع شد. شرکت بیمه کارآفرین اولین شرکت بیمه عرضه‌کننده این بیمه‌نامه بود و در ادامه شرکت‌های بیمه پاسارگاد، ما، ملت و... نیز در این رشته فعالیت‌های چشمگیری کردند.

بیمه‌های مختلط عمر که توانان حیات و وفات بیمه‌شده را تحت پوشش قرار می‌داد، در شرکت‌های مختلف بیمه به نام‌های مختلفی نامیده شد و در این مقاله آن را به نام اصلی خود؛ یعنی بیمه زندگی می‌نامیم، محدودیت‌های بیمه‌نامه‌های قبلی را عملاً از بین برد. در این بیمه‌نامه هر یک از بیمه‌شدگان، با انتخاب حق بیمه و مدت بیمه‌نامه (با لحاظ ضوابط قانونی)، بیمه‌نامه خود را طراحی می‌کردند و در نتیجه بیمه‌شدگان احساس خوبی نسبت به این بیمه‌نامه داشتند. ضمن اینکه نه فقط خطر فوت بیمه‌شده، ناشی از بیماری تحت پوشش بود، بلکه در صورت فوت ناشی از حادثه مبلغ بیشتری از سوی شرکت بیمه به بازماندگان پرداخت می‌شد. همچنین چنانچه بیمه‌شده دچار بیماری‌های خاص یا از کارافتادگی می‌شد، از سوی شرکت بیمه با پرداخت کمک هزینه، متناسب با حق بیمه

پرداختی، مورد حمایت قرار می‌گرفت. در این بیمه‌نامه، سن بیمه‌شده و حق بیمه انتخابی در شروع بیمه‌نامه نقش مهم و تأثیرگذاری دارد. نگارنده معتقد است که در خصوص تعیین حق بیمه به دو مفهوم باید توجه کرد؛ اول حق بیمه ایده آل که برابر است با معادل یک ماه درآمد یا حقوق دریافتی بیمه‌گذار برای پرداخت حق بیمه سالانه در هر سال بیمه‌نامه و دوم، حق بیمه مناسب که برابر است با مبلغی که بیمه‌گذار به راحتی بتواند آن را پرداخت کند، بدون اینکه لطمه‌ای به زندگی اقتصادی وی وارد شود یا زندگی اقتصادی او را با محدودیت مواجه کند. بدیهی است، هر چقدر مبلغ حق بیمه بالاتر یا طول مدت بیمه‌نامه بیشتر باشد، امتیازات بیمه‌نامه نیز بیشتر است. در کنار همه این‌ها یکی دیگر از مهمترین امتیازات این بیمه‌نامه نسبت به بیمه‌نامه‌های قبل این بود که بیمه‌شده می‌توانست از سال سوم بیمه‌نامه بدون نیاز به بازخرید کردن بیمه‌نامه از موجودی اندوخته صندوق بیمه‌نامه خود تا سقف نود درصد برداشت کرده یا وام دریافت کند و یا اینکه در زمان بازنشستگی یا پس از پایان مدت بیمه‌نامه، به جای دریافت یکجای موجودی اندوخته بیمه‌نامه، آن را به صورت مستمری یا مدت معین یا مستمری در طول حیات دریافت نماید که در این قسمت عملکرد شرکت بیمه مشابه سازمان تامین اجتماعی است.

استقبال عمومی از این بیمه‌نامه در دهه هشتاد از سوی عموم مردم و فعالیت شبکه تخصصی و حرفه‌ای فروشندگان و عرضه‌کنندگان بیمه از قبیل کارگزاران بیمه به عنوان مشاوران بیمه‌گذاران در شناسایی نیازهای اصلی متقاضیان از بیمه‌نامه و ارائه رهنمود و راهنمایی به منظور انتخاب بهترین بیمه‌نامه از بهترین شرکت بیمه متناسب با خواسته بیمه‌گذار و همچنین نمایندگان شرکت‌های بیمه به عنوان سخنگویان شرکت‌های متبوع خود در آن نقش به‌سزایی داشتند، نه فقط کلیه شرکت‌های بیمه جنرال را که در تمام رشته‌های صنعت بیمه؛ یعنی اموال و اشخاص فعالیت می‌کردند و به تدریج تعداد آن‌ها به بیش از ۳۰ شرکت رسیده بود به توسعه فعالیت در این رشته تشویق می‌کرد، بلکه باعث شد تا شرکت‌های بیمه تخصصی زندگی مورد نیاز قرار گرفته و تاسیس شود که فعالیت خود را به‌طور خاص و بسیار تخصصی معطوف به این رشته کردند. با اینکه چشم‌انداز مطلوبی برای توسعه و فراگیر شدن بیمه‌های زندگی از سوی صاحب‌نظران و فعالان این رشته پیش‌بینی می‌شد و صاحب‌نظران اعتقاد داشتند که به مدد بیمه‌نامه‌های زندگی ضریب نفوذ بیمه در کشور افزایش می‌یابد و بیمه‌نامه زندگی می‌تواند سایر رشته‌های بیمه‌ای را نیز در بین جامعه و سطح کشور فراگیر نماید، اما متأسفانه چنین اتفاقی نیفتاد و رشد ضریب نفوذ بیمه از بر نامه و میزان تعیین شده توسط متولیان و سیاست‌گذاران صنعت بیمه جاماند و تحقق پیدا نکرد. به عبارت دیگر، در دهه نود استقبال بیمه‌گذاران از این بیمه‌نامه نسبت به دهه قبل کاهش یافت. در بخش دوم این مقاله که در شماره آینده این نشریه به چاپ خواهد رسید، به دلایل این موضوع پرداخته و آسیب‌شناسی کرده و تلاش می‌شود، راهکارهای مناسب و اجرایی پیشنهاد گردد. ■

با آغاز دهه هشتاد و نیاز و ضرورت به رفع انحصار از بازار بالقوه و بالفعل بیمه و شرکت‌های بیمه دولتی، صدور مجوز برای فعالیت بخش خصوصی در صنعت بیمه در دستور کار بیمه مرکزی و شورای عالی بیمه قرار گرفت

عدم دریافت حق بیمه متناسب با ریسک مخاطره‌ای برای صنعت بیمه

سید محمد معین توکلی
مدیر عامل کارگزاری مسیر امن



عدم دریافت حق بیمه متناسب با ریسک، علاوه بر ایجاد مخاطره برای صنعت بیمه، تأثیر منفی بر میزان و نوع خدمات رسانی بیمه‌گران نیز دارد. این نقش کلیدی را بر عهده دارند

که عدم دریافت حق بیمه متناسب با ریسک، علاوه بر ایجاد مخاطره برای صنعت بیمه بر میزان و نوع خدمات رسانی بیمه‌گران نیز تأثیر گذار است و "اکچوئران بیمه" این نقش کلیدی را بر عهده دارند.

اما همه این مطالب صرفاً تئوری است و در عمل به گونه دیگری اتفاق می‌افتد. در حال حاضر بعضاً دیده می‌شود که شرکت‌های بیمه علاوه بر وظایف ذاتی، حضور در بازار رقابت و کنار زدن سایر ارائه‌دهندگان خدمات بیمه‌ای را به عنوان یکی از رسالت‌های خود می‌پندارند و به جای تحلیل صحیح ریسک و جمع‌آوری و استفاده از بزرگ داده‌ها، سعی در تأمین بخشی از هزینه‌های خود از طریق تصاحب حقوق سایر نقش‌ها دارند. بیمه‌گذاران هم باتصور دریافت خدمات بهتر از طریق حذف واسطه‌ها و ارتباط گرفتن مستقیم با بیمه‌گران در این مسیر حرکت می‌کنند. البته از نقش و حضور مشاوران بیمه بدون ضابطه نیز نباید غافل بود؛ اشخاصی که بدون هیچ سابقه شفاف یا اخذ مدرک معتبر از بیمه‌مرکزی، تحت عنوان مشاور بیمه در انواع و اقسام نهادهای سازمان‌ها و شرکت‌های بیمه‌گذار دیده می‌شوند.

برخی از کارگزاران بیمه نیز بدون درک صحیح از رسالت کاری خود وارد این صنف شده و خود را فروشنده بیمه می‌دانند تا واسطه خدمات رسانی به بیمه‌گذار، تبدیل به نماینده چند شرکت بیمه شده و در عمل از میزان استقلال آن‌ها کاسته می‌شود. همچنین اگر به این مطلب، موضوع و جوهر آیین‌نامه‌ای عقد قرارداد بین بیمه‌گران و کارگزاران را نیز اضافه کنیم، عمق فاجعه چند برابر خواهد شد و عملاً کارگزار از رسالت و جود خود به عنوان نماینده بیمه‌گذار خارج و تبدیل به نماینده بیمه‌گر و ملزم به حفظ منافع وی می‌شود. از بابان خسارت نیز اوضاع بهتری ندارد و شرکت‌های بیمه ضمن عقد قرارداد با تعداد محدودی از آن‌ها و عدم پذیرش سایر ارز بابان مورد تأیید بیمه‌مرکزی، عملاً این صنف را تحت اختیار خود گرفته، به‌طوری که ارزش یاب خسارت مستقل به ارزش یاب پیمانکار بیمه‌گر تبدیل شده است.

در کل از این سیستم چه انتظاری می‌توان داشت؟ آیا میزان رضایت‌مندی خروجی سیستم مذکور می‌تواند در افزایش ضریب نفوذ بیمه تأثیر داشته باشد؟ آیا با مرتفع شدن موانع بیرونی و بدون ایجاد حس رضایت‌مندی مطلوب در متقاضیان بیمه، می‌توان امید به رشد ضریب نفوذ بیمه داشت؟ راه‌حل که کاملاً روشن و مشخص است و فقط لازم و کافی است که هر یک از بازیگران این صنعت به نقش‌های اصلی و ذاتی خود بازگردند و نسبت به رشد در نقش خود همت گمارند؛ موضوعی که سال‌هاست در صنایع پیشرفته بیمه دنیا رعایت می‌شود و نتیجه آن نیز در آمار و ارقام ضریب نفوذشان مشخص است.

البته بدیهی است، شرکت‌های بیمه‌گر، کارگزاران رسمی بیمه و ارزش یابان خسارت مستقلی نیز هستند که به‌رغم همه مشکلات، سعی دارند تا با رعایت موازین فوق در جهت ارائه هر چه بهتر خدمات به بیمه‌گذاران گام بردارند. ■

برای درک اهمیت موضوع ضریب نفوذ بیمه و تأثیر آن در بازارهای مالی و رشد اقتصادی کشور، باید نقش صنعت بیمه در این زمینه‌ها را بررسی کرد و سپس نقش میزان اعتماد عمومی به صنعت بیمه را به عنوان یکی از عوامل موثر نقد کنیم که در ادامه مختصر توضیحاتی تقدیم می‌شود.

عموماً نقش صنعت بیمه در بازارهای مالی به سه صورت نقش دارد:

- اولین تأثیری که این صنعت می‌تواند بر سایر بازارهای مالی اعمال کند، نقش پشتیبانی برای کاهش ریسک سرمایه‌گذاری است.
- جمع‌آوری و تجهیز منابع مالی با استفاده از عملیات بیمه‌گری که جهت سرمایه‌گذاری غیر مستقیم به کار می‌رود.
- سرمایه‌گذاری مستقیم صنعت بیمه در فعالیت‌های اقتصادی کشور نیز از اهمیت قابل توجهی برخوردار است.

ضریب نفوذ بیمه بیانگر حرکت صنعت بیمه در مقایسه با مجموعه کل اقتصاد کشور و یکی از مهمترین شاخص‌های مورد استفاده در بررسی عملکرد صنعت بیمه است. ضریب نفوذ بیمه از نسبت حق بیمه‌های تولیدی به تولید ناخالص داخلی محاسبه شده و به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه اقتصادی هر کشور شناخته می‌شود. در این میان، عوامل موثر بر ضریب نفوذ می‌توان به دو دسته عوامل بیرونی و درونی صنعت بیمه تقسیم کرد. ما در این مقاله سعی داریم، نقش شبکه ارائه خدمات بیمه‌ای بر اعتماد عمومی و اهمیت آن در افزایش ضریب نفوذ بیمه به عنوان یکی از عوامل با منشأ درون صنعتی را مورد نقد و بررسی قرار دهیم. در حال حاضر اگر بخواهیم اجزاء صنعت بیمه را در یک چارت نمایش دهیم، "شورای عالی بیمه به عنوان قانون‌گذار"، "بیمه‌مرکزی جمهوری اسلامی ایران به عنوان ناظر، مفسر و مجری قوانین شورای عالی بیمه" و "سپس" عرضه‌کنندگان خدمات بیمه‌ای تحت عنوان، موسسات بیمه، کارگزاران رسمی بیمه، ارزش یابان خسارت بیمه و اکچوئران بیمه وجود دارد.

مهمترین و اصلی‌ترین نقش موسسات بیمه یا همان شرکت‌های بیمه‌گر؛ تحلیل، پذیرش و توزیع انواع ریسک، مدیریت منابع و سرمایه‌گذاری و در صورت بروز حادثه، مدیریت پرداخت خسارت است. از آنجا که بیمه‌نامه، یک سند حقوقی دو طرفه و تابع قوانین خاص بیمه‌گری است، برای حفظ حقوق متقاضیان بیمه (بیمه‌گذاران) باید مشاوران و هم‌راهانی آگاه به قوانین بیمه در زمان عقد قرارداد در کنار بیمه‌گذار حضور داشته تا ضمن شفاف‌سازی حدود قرارداد، نسبت به حفظ منافع ایشان نیز کوشا باشند که به این مشاوران در صنعت بیمه "کارگزار رسمی بیمه" گفته می‌شود. همچنین در صورت وقوع خسارت، موضوع ارزش‌یابی عادلانه از اهمیت بالایی برخوردار بوده و ارزش‌یابی عادلانه میزان خسارت توسط شرکت‌های بیمه‌گر با منافع آن‌ها در تضاد قرار دارد؛ لذا بیمه‌مرکزی با اعطای پروانه صلاحیت حرفه‌ای به "ارزش یابان خسارت"، سعی در حفظ منافع بیمه‌گذاران دارد. از سوی دیگر، بدیهی است



یادداشت اختصاصی از عباس شهریور

در این بخش می خوانیم:

- ضرورت تحول دیجیتال در بیمه درمان تکمیلی
- انتقال تخفیف بیمه ثالث و بدنه مزیت یا مرجعی برای سوءاستفاده

ضرورت تحول دیجیتال در بیمه درمان تکمیلی

افشین ایرجی

رئیس هیات مدیره انجمن صنفی کارگزاران رسمی بیمه

که به عنوان یکی از اولویت‌های اولین مصوبه شورای عالی بیمه در جلسه اول سال جدید مطرح شده است تا نهایتاً رضایت ذینفعان این رشته مهم بیمه‌ای توأمان فراهم شود. در این مقاله، ابتدا به وضعیت فعلی فناوری در بیمه درمان تکمیلی و سپس به بررسی پتانسیل‌های تحول دیجیتال در بیمه درمان تکمیلی در صنعت بیمه پرداخته و نهایتاً به چالش‌های آن می‌پردازیم و راهکارهایی برای بهره‌برداری از این پتانسیل‌ها و مواجهه با چالش‌های موجود پیشنهاد می‌شود.

تحول دیجیتال و فناوری اطلاعات در حوزه درمان، باعث شده که بیمه درمان تکمیلی نیز به سمت الکترونیکی شدن حرکت کند. استفاده از فناوری‌های نوین، می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای مهم در ارائه خدمات بیمه درمان تکمیلی، بهبود عملکرد و کیفیت خدمات را فراهم آورده و در عین حال به کاهش هزینه‌ها کمک کند. برخی از پتانسیل‌های استفاده از فناوری‌های دیجیتال در بیمه درمان تکمیلی، شامل بهبود دسترسی به خدمات پزشکی، کاهش هزینه‌های بیمه درمان تکمیلی، افزایش کیفیت خدمات و ارتقاء تجربه بیماران در بحث درمان و تشکیل پرونده الکترونیک سلامت بیمه‌شدگان از مرحله جنین تا مرگ می‌باشد. همچنین برخی از چالش‌هایی که با استفاده از فناوری‌های دیجیتال در بیمه درمان تکمیلی مواجه می‌شویم، شامل مسائل حریم خصوصی، امنیت اطلاعات و همچنین نیاز به آموزش و آگاهی بیشتر و تغییر نگرش کاربران از فناوری‌های دیجیتال تغییر فرآیندها هستند.

وضعیت فعلی فناوری در بیمه درمان تکمیلی در شرکت‌های بیمه

رشته درمان تکمیلی بیشترین تواتر خسارت را در بین رشته‌های بیمه‌ای در صنعت بیمه داشته و با توجه به تنوع و سقف تعهدات بیمه‌نامه درمان تکمیلی میانگین تعداد خسارت هر بیمه‌شده در طول مدت یک سال می‌تواند بین ۶ تا ۱۰ فقره خسارت باشد.

با توجه به اینکه فرهنگ ارائه و دریافت خدمات در این رشته بیمه‌ای در سال‌های اخیر به صورت سنتی بوده، قطعاً پیاده‌سازی تحول دیجیتال در این بخش از صنعت بیمه با مقاومت‌هایی از سوی بیمه‌شدگان، بیمه‌گران و مراکز درمانی مواجه می‌شود. صرف نظر از اینکه سوءاستفاده‌کنندگان



بیمه درمان تکمیلی یکی از انواع بیمه‌نامه‌هایی است که در سال اخیر با افزایش سهم از کل عملکرد کل رشته‌های صنعت بیمه مواجه شده و بیشترین فاصله با میانگین خسارت سال گذشته را به خود اختصاص داده، به طوری که یکی از اولویت‌های اولین جلسه شورای عالی بیمه، بررسی پیشنهاد تدوین سازوکار نظام نرخ‌گذاری آیین‌نامه بیمه‌های درمان اعلام شده است.

سلامتی مدیران، کارکنان به عنوان سرمایه‌های انسانی و خانواده گرامی‌شان، از مهمترین دغدغه‌های مدیران ارشد هر بیمه‌گذاری است، ولی متأسفانه در سال‌های اخیر به دلایلی، رضایت کمتری از وضعیت بیمه‌های درمانی سازمانی دیده می‌شود. در حال حاضر عملکرد این رشته، نه مورد رضایت بیمه‌گذار است و نه مورد رضایت بیمه‌گر. روزانه به جای مدیریت سیستمی هزینه‌های بیمه‌ای، اغلب شرکت‌های بیمه برای دور شدن از منطقه ضرر به سراغ این موارد می‌روند، حق بیمه را افزایش می‌دهند، خدمات بیمه‌ای خود را محدودتر می‌کنند، تعرفه‌ها را از هزینه‌ها کمتر افزایش می‌دهند، مراکز طرف قرارداد بیمه‌ها کمتر می‌شوند، پوشش برخی از موارد محدود می‌شود و زمان پرداخت خسارت طولانی‌تر می‌شود؛ بنابراین ارتقای کیفیت خدمات این رشته مهم بیمه‌ای در کنار کاهش هزینه‌ها و سودآوری برای بیمه‌گران آن قدر حیاتی شده

از عدم شفافیت، فرصت‌های بسیاری برای انجام تخلقات متعدد دارند و تمایلی به پیاده‌سازی تحول دیجیتال در این زمینه ندارند. در حال حاضر در رشته درمان تکمیلی عمدتاً بخش صدور بیمه‌نامه و تولید حواله پرداخت به صورت الکترونیکی انجام می‌شود و ارتباط با مراکز درمانی و جمع‌آوری مستندات درمانی و کارشناسی اسناد و ثبت مبلغ خسارت در سامانه بیمه‌گری به صورت کاملاً دستی و کاغذی انجام می‌شود. با توجه به پتانسیل‌های استفاده از فناوری‌های دیجیتال در دنیای امروز، می‌توان در رشته بیمه درمان تکمیلی، این روند را گسترش و توسعه داد.

پتانسیل‌های پیاده‌سازی تحول دیجیتال در رشته بیمه درمان تکمیلی

امروزه بسیاری از شرکت‌های بیمه در رشته درمان تکمیلی، به دنبال استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای ارائه خدمات بهتر و بهبود کیفیت خدمات خود می‌باشند. برای مثال، بسیاری از شرکت‌های بیمه درمان تکمیلی، در حال راه‌اندازی دسترسی آنلاین و اپلیکیشن‌های موبایلی برای ارائه خدمات بهتر و بهبود دسترسی به خدمات بیمه‌ای برای بیمه‌شدگان خود می‌باشند.

به دلیل روند رو به رشد استفاده از فناوری‌های دیجیتال، بسیاری از بیمه‌گران در رشته بیمه درمان تکمیلی به دنبال توسعه راه‌حل‌های نوینی هستند که به طور مستقیم به کاهش هزینه‌های خود و همچنین بهبود کیفیت خدمات و رضایت بیمه‌شدگان منجر شود. به عنوان مثال، برخی از شرکت‌های بیمه، به دنبال توسعه راه‌حل‌هایی هستند که به طور خودکار اطلاعات درمانی بیمه‌شدگان را جمع‌آوری کنند و این اطلاعات را با دیگر ارائه‌دهندگان خدمات درمانی به اشتراک بگذارند تا به بهبود دسترسی به خدمات درمانی برای بیمه‌شدگان منجر شود.

با تحول دیجیتال و استفاده از فناوری‌های نوین، امکان جلوگیری از تقلب در بیمه درمان تکمیلی به میزان قابل توجهی افزایش می‌یابد. برخی از روش‌هایی که می‌توان برای جلوگیری از تقلب در بیمه درمان تکمیلی با استفاده از فناوری‌های دیجیتال به کاربرد عبارتند از احراز اصالت بیمه‌شده به روش‌های الکترونیکی. با استفاده از فناوری‌های شناسایی هویت الکترونیکی می‌توان اصالت ادعای پوشش بیمه‌ای شخصی که نیاز به دریافت خدمات درمانی دارد را با اطمینان بالاتری احراز کرد و اطمینان حاصل کرد که فردی که ادعا می‌کند بیمه‌شده شرکت بیمه است، واقعاً همان فرد است. این روش می‌تواند شامل تایید هویت با استفاده از مطابقت اثر انگشت، کارت ملی یا حتی تایید هویت بر اساس شناسایی چهره باشد. کنترل بسیار دقیق خدمات می‌تواند از پتانسیل‌های تحول دیجیتال در این زمینه باشد. در روش‌های فعلی بیمه‌گر صرفاً نام تعهد، مانده سقف و فرانشیز مربوط را به مرکز درمانی جهت استفاده از خدمات اعلام می‌نماید، ولی با سیستم‌های الکترونیکی آنلاین می‌توان ریز خدمات را با بررسی سوابق و محدودیت‌های مختلف به مرکز درمانی اعلام کرد، در حالی که

از رفت و آمد آزاردهنده برای بیمه‌شده جلوگیری نمود؛ مثلاً برای بحث دارو بیمه‌شدگان بیمه درمان برای استفاده از معرفی‌نامه درمان تکمیلی به دلیل عدم امکان بررسی‌های لازم برای صدور معرفی‌نامه تقریباً در همه موارد غیر از چند بیمه‌گذار خاص پس از تهیه دارو توسط بیمه‌شده و تسویه با داروخانه، ارائه مدارک و مستندات به بیمه‌گر بررسی و جبران می‌شود، این در حالی است که دارو و سایر موارد مهم همچون دندانپزشکی و غیره، امکان بررسی آنلاین و بدون نیاز به تایید حضوری اسناد توسط بیمه‌گر با استقرار سامانه‌های دیجیتال با کمترین خطا را خواهند داشت.

بایگانی دیجیتال و اطلاعات در دسترس، در روش‌های فعلی با هزینه بسیار هنگفتی مدارک درمانی مراکز طرف قرارداد و غیر طرف قرارداد با بیمه‌گران توسط بیمه‌شده و بیمه‌گر جمع‌آوری شده و پس از مراجعات حضوری کارشناسان ارزیاب، مدارک بررسی و مورد تایید، اعلام نقص یا خارج از تعهد اعلام می‌شود که موارد اعلام نقص شده نیز مستلزم صرف زمان و هزینه برای تکمیل در مراجعات حضوری خواهد بود. پس از نهای شدن مستندات و پرداخت خسارت برآوردی، این بار نیاز به صرف هزینه بابت اشغال زونکن، کمد بایگانی و فضای اداری برای نگهداری این اسناد به لحاظ نیاز به استفاده احتمالی در آینده خواهیم داشت و نهایتاً بعد از یکسال، نیاز به صرف هزینه جهت بسته‌بندی، حمل و نگهداری در بایگانی را کد شرکت بیمه برای چند سال متوالی، نهایتاً صرف هزینه برای معدوم نمودن بایگانی‌هایی که عملاً با وجود نگهداری طولانی مدت آن‌ها، دسترسی به اسناد آن غیر ممکن بوده است. در بایگانی دیجیتال اسناد به صورت الکترونیکی چه متن و چه تصویر در فضای مجازی بایگانی می‌شوند و بیمه‌شده و هر شخصی که بر اساس دسترسی‌های اعطا شده نیاز به مشاهده آن داشته باشد و در هر لحظه بدون محدودیت زمانی و مکانی امکان استفاده از این داده‌ها را خواهد داشت. هزینه دیجیتالی شدن این اطلاعات و نگهداری آن‌ها در سرور شرکت‌های بیمه در قبال آورده‌های این روش و هزینه‌های بایگانی به روش فیزیکی عملاً ناچیز و نزدیک صفر است. از طرفی، داده‌های بایگانی فیزیکی برای تحلیل و بررسی نیاز به نیروی انسانی دارد و احتمال کشف تخلف در مدارک

استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای مهم در ارائه خدمات بیمه درمان تکمیلی، بهبود عملکرد و کیفیت خدمات را فراهم آورده و در عین حال به کاهش هزینه‌ها کمک کند



بایگانی شده بسیار کم بوده، ولی در بایگانی دیجیتال سیستم‌های هوش مصنوعی و ماشین‌های یادگیرنده می‌توانند با تحلیل داده‌ها نسبت به روند انحراف هزینه‌ها و تخلفات احتمالی گذشته هشدارها و گزارشات لازم را ارائه نمایند. دیگر پتانسیل بایگانی دیجیتال، ایجاد خودکار پرونده سلامت بیمه‌شدگان برای پایش سلامتی بیمه‌شدگان می‌باشد.

حذف تردد بسیار بیماران برای دریافت خدمات درمانی در روش‌های دیجیتال محور می‌تواند از هزینه‌های درمان بیمه‌شدگان کاسته و شفافیت بیشتری را در بررسی این هزینه‌ها اعمال نماید، چراکه در روش‌های فیزیکی فعلی هر شخص فاقد بیمه درمان تکمیلی به راحتی می‌تواند به جای شخص بیمه‌شده به مراکز درمانی مراجعه نموده و از خدمات بیمه درمان تکمیلی استفاده نماید. برخلاف ذهنیت موجود که در روش‌های الکترونیکی، دست بیمه‌شده برای انتقال خدمات درمانی تحت پوشش خود به افراد غیر بیمه‌شده باز است، این امر می‌تواند در لحظه پذیرش به روش‌های مختلف الکترونیکی، غیر از اعتماد به کاربر پذیرش مرکز درمانی، احراز شود و اگر بیمه‌شده بداند با استفاده شخص دیگری از پوشش بیمه‌ای اطلاعات ایشان در پرونده سلامت شخصی ایشان مخدوش خواهد شد، دیگر تمایلی به در اختیار گذاشتن پوشش بیمه‌ای خود به دیگران نخواهد داشت. از سویی، با تحلیل هوش مصنوعی مغایرت آیتم‌های سلامتی بیمه‌شده می‌تواند هشدارهای لازم برای تحت نظر گرفتن بیمه‌شده توسط بیمه‌گر صادر نماید.

با توجه به هزینه بالای استفاده از خدمات درمانی در منزل، بیمه‌گران از جبران هزینه‌های این نوع خدمات سرباز می‌زنند و به همین دلیل بیمه‌شدگان جهت دریافت خدمات درمانی با پذیرش تبعات منفی آن به مراکز درمانی مراجعه می‌کنند؛ در صورتی که با وجود خدمات دیجیتال در بیمه درمان در اپلیکیشن بیمه‌شده و مراکز درمانی، به راحتی می‌توان خدمات را در محل مورد نظر بیمه‌شده ارائه نمود و سهم بیمه‌شده و شرکت بیمه و سایر موارد را به راحتی محاسبه و به هر طرف اختصاص داد. در این صورت هیچ هزینه اضافی به بیمه‌گر تحمیل نمی‌شود و تمامی هزینه‌های درمانی بر اساس تعرفه‌های مصوب و توافق شده محاسبه می‌شود. از طرفی، مرکز درمانی به عنوان مزیت رقابتی خدمات خود را در محل مورد نظر بیمه‌شده ارائه نموده و بیمه‌شده صرفاً هزینه خدمات غیر درمانی اضافی را متحمل شده است، نه اینکه کل صورتحساب خارج از تعهد شده باشد. از سوی دیگر، در سامانه‌های الکترونیکی برای دریافت این خدمات می‌توان بر اساس شرایط بیمه‌شدگان الگوهای گروهی خاص و مربوط به خودشان را تعریف کرد تا به دلیل تسهیل در استفاده از این نوع خدمات، فراوانی استفاده از آن‌ها افزایش پیدا نکند.

نسخ الکترونیکی از دیگر پتانسیل‌های تحول دیجیتال در بیمه‌های درمان تکمیلی است که بارها اندازه‌ی نسخ الکترونیکی بیمه‌های پایه عملاً در بیمه‌های تکمیلی تفاوتی رخ نداد، چراکه قبلاً بر گه دفترچه بیمه پایه

و صورتحساب مرکز درمانی به عنوان اهم مستندات بیمه درمان تکمیلی مطالبه می‌شد و در حال حاضر این دو مستند به صورت یکجا از طرف مرکز درمانی چاپ و به بیمه‌شده جهت تحویل به بیمه‌گزار ارائه می‌شود و عملاً چاپ دفترچه بیمه پایه جمع‌آوری شده، ولی فرآیند کاغذی همچنان برای بیمه‌شدگان تکمیلی ادامه دارد؛ لذا با اتصال آنلاین سامانه بیمه‌گری شرکت‌های بیمه به مراکز درمانی این امر می‌تواند به صورت کامل منجر به حذف کاغذ در فرآیند پذیرش و جبران هزینه‌های درمانی بیمه‌شدگان در مراکز طرف قرارداد و غیر طرف قرارداد شود و از رفت و آمدهای بسیار بیمه‌شدگان به مراکز درمانی و تخلفات و مغایرت‌های احتمالی مرتبط کاسته شود.

سیستم‌های خودکار کشف تقلب، بر اساس یک گزارش پژوهشی منتشر شده با عنوان "مرور نظام‌مند بر الگوریتم‌های داده‌کاوی مورد استفاده برای کشف تقلب در رشته بیمه‌های درمان" از سوی پژوهشکده بیمه در پاییز سال ۱۴۰۰ طبق برآورد خوشبینانه کارشناسان داخلی، تقلب در رشته درمان برای صنعت بیمه ایران بین ۱۰ تا ۱۵ درصد برآورد شده است که این میزان حدود ۵ هزار میلیارد تومان بر اساس آمار خسارت رشته درمان در سال ۱۴۰۱ می‌باشد. قطعاً با هیچ تحولی نمی‌توان این میزان تخلف را به صفر رساند، ولی با تحول دیجیتال هر سهمی که از این مبلغ کاسته شود، قطعاً عایدی قابل توجهی برای صنعت بیمه خواهد بود. با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین و هوش مصنوعی، سیستم‌هایی طراحی شده که به صورت خودکار مستندات مشکوک را شناسایی و بررسی کنند. این سیستم‌ها می‌توانند الگوهای تقلبی را بر اساس تجربیات گذشته یاد بگیرند و به مرور زمان بهتر عمل کنند.

استفاده از اینترنت اشیا، امکانات تلفن همراه و ساعت هوشمند بیمه‌شده، به عنوان روشی برای کاهش ریسک در بیمه درمان تکمیلی می‌تواند موثر باشد. این دستگاه‌ها می‌توانند اطلاعات مربوط به سلامت، رفتار و موقعیت مکانی فرد را به صورت خودکار و بلافاصله به شرکت بیمه ارسال کنند که می‌تواند در افزایش اطلاعات پرونده سلامت بیمه‌شدگان موثر بوده و با هشدار به بیمه‌شده مبنی بر احتمال بروز برخی از بیماری‌ها، نسبت به پیشگیری از آن اقدامات لازم را به عمل آورد.

پلتفرم‌های همکاری بین بیمه‌گران، با ایجاد پلتفرم‌های مشترک بین شرکت‌های بیمه می‌تواند در کاهش تخلف و تقلب کمک کند. این پلتفرم‌ها می‌توانند اطلاعات مربوط به تقلب‌های شناسایی شده در بین شرکت‌های بیمه را به اشتراک بگذارند و از این طریق باعث شوند تا شرکت‌های بیمه بهتر تقلب‌ها را شناسایی و با آن مقابله کنند، بیمه‌شدگان متخلف در لیست سیاه دریافت خدمات قرار گیرند و از طرفی، از ارائه یک پرونده خسارت به شرکت‌های مختلف بیمه جلوگیری نماید.

در کل، تحول دیجیتال و استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند به طور قابل

توجهی در کاهش هزینه‌ها و افزایش خدمات و بهره‌وری در بیمه درمان تکمیلی و نهایتاً افزایش رضایتمندی بیمه‌شدگان کمک کند.

چالش‌های پیاده‌سازی تحول دیجیتال در رشته بیمه درمان تکمیلی

به‌طور کلی، بهره‌برداری از پتانسیل‌های تحول دیجیتال در بیمه درمان تکمیلی، باعث بهبود دسترسی به خدمات درمانی، کاهش هزینه‌های بیمه درمان تکمیلی و افزایش کیفیت خدمات می‌شود. با این حال، برای مواجهه با چالش‌های موجود نیاز به آگاهی و توانمندی‌های لازم برای مدیریت این چالش‌ها و بهره‌برداری بهینه از تحولات دیجیتال در بیمه درمان تکمیلی وجود دارد.

یکی از چالش‌های مهم مطرح در تحول دیجیتال در بیمه درمان، مسائل حریم خصوصی و امنیت اطلاعات می‌باشد که ممکن است با استفاده از فناوری‌های دیجیتال در بیمه درمان تکمیلی به وجود آید که باید به دقت مدیریت شوند. موضوع حریم خصوصی و امنیت اطلاعات در فرآیند فیزیکی و دستی فعلی بسیار ناایمن و با درجه حفاظت پایین است، ولی با توجه به اینکه از دسترسی افراد مختلف در فضای مجازی به داده‌های بیمه‌شدگان اطلاع دقیقی نداریم، این امر می‌تواند به نگرانی ذهنی و چالشی برای بیمه‌گران و بیمه‌شدگان تبدیل شود.

با پروتکل‌های امن ارتباط و با استفاده از رمزنگاری اطلاعات و پروتکل‌های ارتباطی امن می‌توان موانعی برای دسترسی به اطلاعات حساس بیمه‌گذاران ایجاد و از سوءاستفاده از این اطلاعات جلوگیری کرد تا بیمه‌شدگان، بیمه‌گذاران و بیمه‌گران با اعتماد کامل از این سامانه‌ها بهره‌برداری نمایند؛ در حالی که این امر در بایگانی فیزیکی که بخشی از اطلاعات از دسترس خارج شود، امری غیر ممکن است.

همچنین، نیاز به آموزش و آگاهی بیشتر کاربران از فناوری‌های دیجیتال و نحوه استفاده از آن‌ها نیز از جمله چالش‌های موجود است که باید مدیریت شود. آموزش و افزایش آگاهی بیمه‌شدگان، بیمه‌گذاران، مراکز درمانی، کارشناسان ارزیاب و کارکنان بیمه‌گران در مورد انواع تقلب‌ها و راه‌های مقابله با آن‌ها و تبعات درج این تخلفات در پرونده سلامتی بیمه‌شدگان نیز می‌تواند در کاهش تقلب در بیمه درمان تکمیلی موثر باشد. برنامه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی می‌توانند به افراد کمک کنند تا بهتر از خدمات درمان تکمیلی استفاده کنند و نارضایتی بیمه‌شدگان از خدمات درمانی دریافتی کاسته شود.

برای پیاده‌سازی تحول دیجیتال چه باید کرد؟

از مهمترین اقداماتی که برای پیاده‌سازی تحول دیجیتال در ارائه خدمات بیمه‌های درمان تکمیلی انجام داد و خلاصه‌طور الکترونیکی بیمه‌نامه تا پرداخت الکترونیکی خسارت را پر کرد، می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود: شرکت‌های بیمه می‌توانند با طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های اطلاعاتی قدرتمند، از جمله سیستم‌های ارتباط با بیمه‌شدگان و سیستم‌های

پشتیبانی، بهبود قابل توجهی در فرآیند ارائه خدمات به بیمه‌شدگان خود داشته باشند.

ایجاد سامانه تحت وب جدید برای بیمه‌شدگان و ارائه خدمات بهتر و شفاف کردن تمامی مراحل فرآیند ارائه خدمات درمانی و جبران خسارت، شرکت‌های بیمه باید با حذف فرآیند دستی ارائه خدمات بیمه درمان تکمیلی و بایگانی فیزیکی اسناد درمانی به سمت تحول دیجیتال در این زمینه مهاجرت کنند که شرکت‌های انگشت‌شماری در حال حاضر قدم‌های خوبی در این زمینه برداشته‌اند و فرآیند ارائه خدمات درمانی خود را در گوشی هوشمند بیمه‌شده نمایش می‌دهند که می‌تواند الگوی خوبی برای سایر شرکت‌ها باشد.

استفاده از سامانه‌های خودکار گفت‌وگو و بهره‌مندی از ربات‌های پاسخگوی خودکار می‌تواند به شرکت‌های بیمه کمک کند تا با بیمه‌شدگان خود در ارتباط باشند و به سوالات آن‌ها پاسخ دهند که با سامانه‌های آماده برای این امر بدون نیاز به حضور فیزیکی کارکنان بیمه‌گر در محل کار، این امر قابل تحقق است.

استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی می‌تواند به شرکت‌های بیمه کمک کند تا بهبود کیفیت خدمات خود را افزایش دهند؛ مثلاً با ارائه تحلیل‌های دقیق‌تر از داده‌های بیماران و پیش‌بینی نیازهای آینده آن‌ها شرکت‌های بیمه می‌توانند با استفاده از اپلیکیشن‌های تلفن همراه به بیمه‌شدگان امکان مدیریت بیمه درمان تکمیلی از قبیل مشاهده پوشش بیمه، نحوه کارشناسی، تاریخچه ارزیابی و پرداخت خود را بدهند.

شرکت‌های بیمه می‌توانند آموزش الکترونیکی را برای بیمه‌شدگان و کارکنان خود ارائه دهند تا آن‌ها با استفاده از تکنولوژی‌های به‌روزتر، درک بهتری از خدمات بیمه درمان تکمیلی داشته باشند و آموزش‌های مختلف در مورد نحوه استفاده بهینه از خدمات بیمه درمان تکمیلی را در اپ گوشی نمایش دهند.

در کل، برای اجرایی کردن تحول دیجیتال در بیمه درمان تکمیلی، باید شرکت‌های بیمه از تکنولوژی‌های به‌روز و راهکارهای دیجیتال استفاده کنند و این اهداف را به عنوان ضرورت برای سازمان خود تعیین کنند. ■

برای اجرایی کردن تحول دیجیتال در بیمه درمان تکمیلی باید شرکت‌های بیمه از تکنولوژی‌های به‌روز و راهکارهای دیجیتال استفاده کنند و این اهداف را به عنوان ضرورت برای سازمان خود تعیین کنند



انتقال تخفیف بیمه ثالث و بدنه مزیت یا مرجعی برای سوءاستفاده

عباس شهریور

عضو هیات مدیره انجمن کارگزاران بیمه و مدیر استارت آپ مانی بیمه



در حال حاضر
بالغ بر ۹۰ هزار
نماینده و کارگزار
در صنعت بیمه
تحت عنوان
شبکه فروش در
جهت گسترش
ضریب نفوذ بیمه
فعالیت می‌کنند

در ماده ۸ شرایط عمومی بیمه نامه بدنه نیز به صراحت اعلام شده که چنانچه خریدار، اتومبیلی که دارای بیمه بدنه می‌باشد را خریداری نماید، در صورتی مالک بیمه نامه بدنه خواهد بود که حق بیمه تخفیفات ستواتی مندرج در بیمه نامه را پرداخت نماید و در صورت عدم پرداخت در زمان وقوع خسارت احتمالی به همان میزان تخفیفات، از خسارت کسر خواهد شد. در بیمه های شخص ثالث و بدنه، انتقال تخفیفات دارای شرایط خاصی است و شاید بتوان گفت که جایزهای بزرگ برای رانندگانی که محتاط هستند، می‌باشد. همان طور که در آیین نامه اجرایی پیش بینی شده است، بیمه مرکزی موظف به عملیاتی کردن سامانه‌ای برای اطلاع عموم مردم و بیمه گران از آخرین وضعیت تخفیفات و فک پلاک بوده که متأسفانه تاکنون این موضوع به درستی اجرا نشده و زمینه ساز فساد بزرگ در شبکه فروش صنعت بیمه شده است. پیشنهاد می‌شود، نهاد ناظر دغدغه های وزیر محترم اقتصادی وقت در خصوص فساد در صنعت بیمه را جدی تر گرفته و اولویت بندی بر نامه های سال ۱۴۰۲، سیستمی کردن انتقال تخفیفات، عدم امکان استفاده از تخفیفات یک بیمه نامه در چندین بیمه نامه دیگر در شرکت های بیمه گر مختلف، اتصال سیستم بیمه به سامانه راهور جهت اعلام تاریخچه پلاک و... را در برنامه های کاری خود قرار دهد.

در حال حاضر بالغ بر ۹۰ هزار نماینده و کارگزار در صنعت بیمه تحت عنوان شبکه فروش در جهت گسترش ضریب نفوذ بیمه فعالیت می‌کنند. به دلیل ضعف اطلاعات فنی و عدم اطلاع به روز از جزئیات بخشنامه ها و قوانین صنفی مرتبط توسط تعداد زیادی از شبکه فروش، امکان انتقال ریسک و مشاوره صحیح برای هموطنان فراهم نشده و توصیه می‌کنیم که ریسک های بیمه ای خود را به کارگزار یا نماینده بیمه ای واگذار نمایند که دارای دانش و اطلاعات کافی بوده تا در زمان بروز خسارت نیز به عنوان مشاور حامی شما باشد.

با توجه به تاریخ تصویب آیین نامه اجرایی، از مهر ماه ۱۳۹۷ چنانچه قبل از تصویب آیین نامه اجرایی، مالک رسمی وسیله نقلیه ای بوده و بعد از تاریخ تصویب آیین نامه اجرایی تاکنون خودرو را فروخته و فک پلاک انجام داده اید، شما مشمول استفاده از تخفیفات عدم خسارت بیمه شخص ثالث خواهید بود و می‌توانید با مراجعه به یکی از کارگزاران صنعت بیمه یا نمایندگان بیمه که مشخصات آن هادر وبسایت بیمه مرکزی جمهوری اسلامی درج شده، از آخرین وضعیت تخفیفات خود باخبر و در زمان تمدید بیمه نامه خودرو جدید از سابقه تخفیفات بهره مند شوید. ■

سال های متعددی یکی از شاخص های خریداران خودرو در کشورمان، تعداد سال و درصد تخفیفات بیمه نامه ثالث و بدنه بوده و از سال ۱۳۹۵ با نگرش راننده محور شدن در تبصره ماده ۶ قانون بیمه شخص ثالث مصوب ۱۳۹۵/۰۲/۲۰ مجلس شورای اسلامی، انتقال تخفیفات بر اساس رویه سابق غیر مجاز اعلام شد و صرفاً در زمان فروش خودرو تخفیفات به وسیله نقلیه دیگر از همان نوع که متعلق به فروشنده یا متعلق به همسر، والدین یا اولاد بلاواسطه وی باشد، قابل انتقال است. در همین قانون پیش بینی گردید که رویه اجرایی این قانون بر اساس آیین نامه اجرایی این تبصره که به پیشنهاد بیمه مرکزی و تایید شورای عالی بیمه به تصویب هیات وزیران می‌رسد، قابل انجام است.

در تاریخ ۱۳۹۷/۰۷/۱۵ آیین نامه اجرایی قانون فوق به تصویب هیات وزیران رسید که نکات مهم آیین نامه اجرایی عبارتند از:

● چنانچه انتقال دهنده سابقه تخفیف عدم خسارت را به وسیله نقلیه متعلق به همسر، والدین یا اولاد بلاواسطه خود انتقال دهد، از آن تاریخ به بعد فرد انتقال گیرنده مالک تخفیفات خواهد بود.

● در صورت عدم انتقال سابقه تخفیف عدم خسارت به وسیله نقلیه دیگر از همان نوع که متعلق به انتقال دهنده یا همسر، والدین یا اولاد بلاواسطه وی باشد، بیمه گر موظف است، گواهی داشتن سابقه تخفیف عدم خسارت را برای فروشنده خودرو صادر کند.

● چنانچه انتقال دهنده شخص حقوقی باشد، سابقه تخفیف عدم خسارت فقط به وسیله نقلیه دیگر از همان نوع که متعلق به همان شخص باشد، قابل انتقال است.

● در صورت انتقال مالکیت وسیله نقلیه و عدم انتقال سابقه تخفیف عدم خسارت توسط فروشنده، خسارت هایی که بیمه گر از محل بیمه نامه برای حوادث بعد از زمان انتقال مالکیت وسیله نقلیه تا پایان مدت اعتبار بیمه نامه پرداخت می‌کند، سابقه بیمه ای خریدار محسوب می‌شود و در سابقه تخفیف عدم خسارت فروشنده منظور نخواهد شد.

● انتقال سابقه تخفیف عدم خسارت به بیش از یک وسیله نقلیه مجاز نیست.

● بیمه مرکزی موظف است، از طریق سامانه الکترونیک امکان ثبت و اعلام سابقه تخفیف عدم خسارت، بر اساس شماره ملی یا شناسه ملی بیمه گذار برای بیمه گر و امکان اعلام سابقه تخفیف عدم خسارت را برای بیمه گذار فراهم نماید.

پرونده ویژه

گفت و گوی اختصاصی با علیرضا پیمان پاک

در این بخش می خوانیم:

- مجلس مزیت های مناطق آزاد را حفظ کند
- ۲۰۰ میلیون دلار حجم مبادلات تجاری ایران و قطر
- جهش اقتصادی کشور با جذب سرمایه گذاران خارجی در مناطق آزاد

رئیس سازمان توسعه تجارت ایران

امسال بیش از ۵۵ میلیارد دلار صادرات غیر نفتی خواهیم داشت

محمد جعفری

اقدامات قابل توجه سازمان توسعه تجارت ایران طی ماه‌های اخیر، تحولات ملموسی را در دیپلماسی تجاری رقم زده که در صورت تداوم، آینده خوبی را برای اقتصاد کشورمان در پی خواهد داشت، به‌طوری که در این مسیر می‌توان به توسعه صادرات، تنوع بخشی به بازارهای صادراتی، برگزاری نمایشگاه‌های گسترده، گسترش تعاملات تجاری با دنیا و افزایش درآمدهای ارزی خوش بین بود. با توجه به این موضوع با مهندس علیرضا پیمان پاک، رئیس سازمان توسعه تجارت ایران گفت‌وگویی داشتیم. وی پیش از این سابقه فعالیت‌های بازرگانی با کشورهای اوراسیا را دارد و از سال ۱۳۹۶ هم در آستان قدس رضوی به عنوان مدیر بازرگانی آستان قدس و مدیر شرکت تامین رضوی به فعالیت پرداخته که هدف اصلی این شرکت تکمیل زنجیره تامین بوده است. ماحصل این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

بکری مانند کشورهای حوزه اوراسیا، آفریقا، شرق و جنوب شرق آسیا، آمریکای لاتین و... مواجه هستیم که می‌توان از آن برای رونق بازرگانی کمک گرفت و مأموریت فعالیت‌های صادراتی را بر آن قرار دادیم، بر این اساس الزامات و چالش‌های صادرات به این بازارها مورد بررسی قرار گرفت. به عنوان مثال، در بحث تعرفه‌های گمرکی، استاندارد، لجستیک، حمل و نقل، ضمانت‌نامه‌های ارسال کالا مثل ضمانت‌نامه‌های بانکی و بیمه‌ای، انتقال وجوه، توسعه بازار، برگزاری نمایشگاه، حضور و فرستادن هیات‌ها، ارتباط پلتفرم‌های مجازی توسعه بازار مثل B2B و B2C، توسعه مراکز تجاری و رایزنان بازرگانی و به‌طور کل برنامه‌ای جامع طراحی شد که سایر برنامه‌ریزی‌ها نیز بر اساس آن به سرانجام رسید. با تمرکز بر همین برنامه در سال ۱۴۰۰، تعداد رایزنان از ۵ نفر به ۲۰ نفر افزایش پیدا کرد و از حدود ۳۰ مرکز تجاری که وجود دارد، ۱۰ عدد به‌طور دائمی فعال شده و کسب و کارهای خیلی خوبی را راه‌اندازی کرده است. در رابطه با کشورهایمانند چین، روسیه، صربستان و در برخی از کشورهای همسایه پلتفرم‌های بازاریابی مثل دیجی کالا با پلتفرم‌های بازاریابی توزیع کالای کشورهای مقصد پیوند زده شده، به‌طوری که هم‌اکنون این پلتفرم ایرانی با چند پلتفرم در چین و روسیه ارتباط برقرار کرده است. در حوزه حمل و نقل نیز پیگیری‌ها و ارتباطات سازمان توسعه تجارت، موجب توسعه خطوط مستقیم در دریای خزر با شرق آسیا شده و تلاش بر این است که این خطوط به غرب و شرق آفریقا نیز متصل شوند که البته در حوزه جنوب شرق آسیا؛ یعنی "آسه آن" این کار صورت گرفته است. از سوی دیگر، موافقت‌نامه تجارت آزاد اوراسیا که بازار بسیار گسترده‌ای برای کشور ایران فراهم می‌کند نیز طی مذاکرات فشرده منعقد شده، از این رو تجارت آزاد با دو کشور پاکستان و سوریه نیز فعال شده است. همچنین مذاکراتی برای



در خصوص فعالیت‌ها و اهداف سازمان توسعه تجارت ایران توضیح دهید.

بنده در ابتدای شروع فعالیت در این سازمان، یک برنامه و هدف گذاری تدوین کردم که مبتنی بر شعارهای رئیس‌جمهور، افزایش صادرات غیر نفتی به میزان دو برابر و همچنین افزایش صادرات خدمات فنی و مهندسی بود تا بر اساس آن در پایان سال ۱۴۰۴ به ۷۰ میلیارد دلار صادرات غیر نفتی دست پیدا کنیم و حدود ۵ میلیارد دلار نیز صادرات سالانه خدمات فنی و مهندسی داشته باشیم. به این منظور هدف گذاری‌هایی تعیین شد که از جمله آن برای سال ۱۴۰۰، رسیدن صادرات غیر نفتی به ۴۸ میلیارد دلار و برای سال ۱۴۰۱ نیز صادرات غیر نفتی ۵۲ میلیارد دلار بود که خوشبختانه محقق گردید. علاوه بر آن، دو هدف ایجاد تنوع در بازارهای صادراتی و مقاصد صادراتی بسیار مورد توجه قرار گرفت. اگر دقت کنید، با بازارهای صادراتی بسیار

تعرفه ترجیحی کشور اندوزی نیز در دست انجام است و در سفر آقای رئیس جمهور به امضاء خواهد رسید که هدف از آن، عرضه کالای ایرانی با تعرفه گمرکی ارزان تر به این کشور خواهد بود که برای ما یک مزیت نسبی ایجاد می کند.

به منظور حل چالش های مبادلات پولی و بانکی در این سازمان چه اقدامی انجام شده است؟

با پیگیری های سازمان توسعه تجارت و با همکاری و مشارکت بانک مرکزی در کشورهای همسایه سیستم و سامانه هایی ایجاد شده که از طریق اتاق های مشترک محتوای آن به تجار اطلاع رسانی شده تا آن ها راحت تر و جوه و مبالغ خود را به دیگر کشورها منتقل کنند. همچنین ارتباطات بانکی کشور ایران و روسیه نیز برقرار شده و مهمتر از آن، سیستم پیام رسان داخلی بانک های روسی و ایرانی راه اندازی شده، به طوری که SPFS روس ها به بانک ها وصل است.

صندوق ضمانت صادرات نیز ایجاد شده و از طریق آن می توان به ۱۱ کشور مقصد تعامل داشت، به گونه ای که برای کالاها بیمه نامه صادر شده و طرف خارجی در صورت هر گونه خسارت می تواند هزینه آن را از صندوق ضمانت صادرات دریافت کند. به واسطه این اقدامات کشور ایران در نمایشگاه های بزرگ نیز حضور گسترده دارد و مشوق های صادراتی زیادی برای حضور شرکت ها نیز داده شده است. یکی از این نمایشگاه ها، نمایشگاه اتوموبیلیتی ۲۰۲۲ روسیه بود که با بیش از ۱۷۰۰ متر سالن، ایران یک سالن اختصاصی در آن داشت و بیش از ۵۰ شرکت بزرگ خودرویی و قطعه ساز ایرانی نیز در آن حضور داشتند که بر اساس آن موافقت نامه هایی با ارزش ۷۰۰ میلیون یورو امضاء شد. همین فرآیند نیز در کشورهای عمان، ترکیه، هند، چین و کشورهای آفریقایی انجام شد، به طوری که ایران بعد از حدود سه سال محدودیت حضور فیزیکی، در نمایشگاه چین شرکت کرد و امسال نیز در نظر دارد تا در نمایشگاه وارداتی این کشور حضور گسترده تری داشته باشد. تمام این موارد، به علاوه اقدامات دیگر به این نتیجه منتهی شد که به صادر کنندگان و تجار دلگرمی داده شود، به نحوی که سه اتاق بازرگانی ایران، تهران و اتاق اصناف مکاتبه ای با رئیس جمهور داشته و از اقدامات سازمان توسعه و تجارت تقدیر کردند. اسفندماه سال گذشته نیز بیش از ۷۷ تشکل صادراتی، اتحادیه، اتاق های استانی و اتاق های مشترک با رئیس جمهور مکاتبه داشته و از رویه سازمان تجارت اظهار رضایت کرده و درخواست حمایت از چنین رویکردهایی داشتند.

وضعیت صادرات غیر نفتی را با توجه به اقدامات دولت چطور ارزیابی می کنید؟

صادرات غیر نفتی کشور در سال ۱۴۰۰-۱۳۹۹، ۳۸ درصد رشد داشت و سال بعد نیز به رشد ۱۲ درصدی رسید. به طور کل میزان صادرات غیر نفتی بدون احتساب برق، خدمات فنی و مهندسی حدود ۵۳/۵ میلیارد دلار بوده است. البته بیشترین رقم صادرات به سال ۱۳۹۵ مربوط می شود که میزان آن ۵۰ میلیارد دلار بوده که با وجود چالش های موجود عددی بسیار قابل توجه است. مادر سال گذشته با حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی روبه رو بودیم که قیمت مواد غذایی را افزایش و موجب کاهش صادرات آن شد. همچنین با قطعی برق و گاز در صنایع مواجه بودیم که منجر به کاهش صادرات محصولات فولادی، پتروشیمی و فلزی گردید. بروز اغتشاشات در کشور نیز آمدورفت هیات ها را در کشور تحت تاثیر قرار داد، با این حال قابل توجه ترین رقم صادرات غیر نفتی در سال ۱۴۰۲ رقم خورد که با تداوم آن در سال جاری به رشد ۱۰ درصدی خواهد رسید. پیش بینی می شود، طی تجارت آزاد با کشورهای اوراسیا که قرارداد آن شهریور ماه امضاء می شود، رقم صادرات به این کشورها از ۲ میلیارد دلار به ۷ میلیارد دلار افزایش پیدا کند که البته بر اساس برآوردها به حمایت های دولت نیز نیاز دارد. البته یکی از چالش های ما به مساله بازگشت ارز بازمی گردد که باید آن را با مذاکره با بانک مرکزی حل کرد. به عنوان مثال، برخی از حوزه ها از مورد نیاز خود را از سامانه نیما تامین نمی کنند و قطعاً قیمت تعیین شده ارز در بانک مرکزی برای آن ها در دسر ساز است که به منظور جهش صادراتی باید آن را حل کرد. به طور کل پیش بینی می شود، در سال جاری بیش از ۵۵ میلیارد دلار صادرات داشته باشیم.

این اعتقاد وجود دارد که ایران به سمت تجارت با کشورهای ضعیف پیش رفته است. تا چه اندازه با این موضوع موافقت می کنید؟

ایران با روسیه که یکی از کشورهای حوزه اوراسیا است، حدود ۳۰ درصد تجارت داشته یا کشور عمان که بازار بسیار خوبی دارد، از دیگر مقاصد صادراتی ما به شمار می رود. پاکستان نیز با وجود داشتن بیش از ۵۰ میلیارد دلار واردات، از کشورمان تنها ۲/۵ میلیارد دلار کالا وارد می کند. چطور کشوری مانند ترکیه بازارها را از هم تفکیک نکرده و به همه آن ورود پیدا می کند؟ ما هم باید با همین نگاه به بحث صادرات بپردازیم، چرا که موضوع مهم، درآمد ارزی و دلاری و رشد مستمر ما در بازارهای صادراتی است، نه اینکه صرفاً ما به بازارهای اروپایی ورود کنیم. امروز ایران بیش از ۱۰ درصد به چین صادرات دارد که به عنوان یک بازار بسیار مهم مطرح است. وقتی ورود به بازارهای اطراف بدون کمترین زحمتی میسر است، چرا برای ورود به بازارهای اروپایی که مدام پیش پای ما سنگ اندازی می کنند، اصرار داشته باشیم؟ یا چرا بخشی مانند آسه آن که حدود ۳ هزار و ۵۰۰ میلیارد دلار تراز تجاری دارد، باید مورد غفلت قرار گیرد؟ یکی دیگر از بازارهای خیلی خوب کشورمان بازار هند است

متأسفانه عموم
کشورهای دنیا این
تصور را در مورد ایران
دارند که عمده صادرات
آن صرفاً محصولات
مانند فرش، پسته
خاویار و محصولات
کشاورزی است، در
حالی که کشورمان
ظرفیت زیادی در
محصولات صنعتی
دارویی و پزشکی
پلیمرها، دانش بنیان ها
توربین و... دارد

این نمایشگاه اتفاقاً یکی از رویدادهای برنامه‌ریزی شده بود که سازمان حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان برای توسعه بازار تعریف کرد و سال‌های قبل نیز برگزار می‌شد. در دوره‌های قبل، نمایشگاه‌ها در یک سطح متوسطی برگزار می‌شد، در حالی که امسال فرصتی پیش آمد که با پشتیبانی وزارت خارجه و دفتر معاونت ریاست جمهوری، حجم گسترده‌ای از تجار را به ایران آورده و آن‌ها را با ظرفیت‌ها و توانمندی‌های صادرکنندگان آشنا کنیم. متأسفانه عموم کشورهای دنیا این تصور را در مورد ایران دارند که عمده صادرات آن صرفاً محصولات ماندفرش، پسته، خاویار و محصولات کشاورزی است، در حالی که کشورمان ظرفیت زیادی در محصولات صنعتی، دارویی و پزشکی، پلیمرها، دانش‌بنیان‌ها، توربین و... دارد و هدف پنجمین نمایشگاه توانمندی‌های صادراتی (ایران اکسپو) شناسایی آن به مخاطبان بوده است. طی ۸ ماه گذشته با همکاری معاونت اقتصادی وزارت امور خارجه و پشتیبانی معاونت سیاسی دفتر ریاست جمهوری، ضمن شناسایی و دعوت از ۷۵۰ شرکت توانمند صادراتی ایران با بیش از ۶۵ کشور دنیا مکاتبه، مذاکره و پیگیری داشتیم تا اینکه بیش از ۱۲۰۰ تاجر به صورت رسمی از بیش از ۶۵ کشور دنیا در این نمایشگاه حضور پیدا کردند. علاوه بر این، معاون بازرگانی چین به اضافه ۱۰۰ تاجر برند، وزیر تجارت و صنعت عمان با بیش از ۵۰ تاجر بزرگ عمانی، بیش از ۷۰ رییس اتاق بازرگانی و ۳۰ تاجر برجسته اماراتی، چندین تشکل روسی، تجار کشورهای صربستان، عراق، افغانستان، برزیل، یونان، وزیر کشاورزی فیلیپین به اضافه تجار آن کشور، رییس توسعه و تجارت پاکستان، تشکل‌های هندی، تجار و هیات‌های تجاری از غرب و شرق آفریقا و... در این نمایشگاه حضور یافتند و بنا بر اذعان شرکت‌کنندگان، بسیار متفاوت از نمایشگاه‌های سال گذشته بود. در پنجمین نمایشگاه توانمندی‌های صادراتی (ایران اکسپو) قراردادهایی امضاء شد و در نظر داریم که در سال آینده با اصلاح ساختارها به‌طور گسترده‌تر و بهتری آن را دایر کنیم. البته به موازات این نمایشگاه بیش از ۶۰۰ نشست تخصصی برگزار شد که منجر به عقد قراردادهای و معرفی ظرفیت‌های این حوزه گردید.

وسخن آخر...

موتور محرک رونق تولید، توسعه صادرات است. دولت هم با توجه به تعاملات گسترده با بخش خصوصی چنین عزمی را دارد و به‌طور مستقیم از تاجران و نهادهای مربوطه پشتیبانی می‌کند، از این رو دوستان فعال در بخش خصوصی باید از این فرصت استفاده کرده و به سمت رفع چالش‌ها و مشکلات حرکت کنند. ما نیز از تشکل‌ها دعوت می‌کنیم که برای حل مشکلات زیرساخت‌ها با سازمان توسعه تجارت تعامل داشته باشند. ■

که می‌توان از آن برای اهداف صادراتی بهره کافی گرفت. به‌طور کل آنچه باعث کشش به سمت کشورهای همسایه می‌شود، اول این است که آن‌ها واردات قابل توجهی دارند و دوم آنکه می‌توان سهم خود را از بازار آن‌ها افزایش داد. طبیعتاً وقتی به کشوری مانند هند وارد می‌شویم که رقابت راحت‌تری دارد و برندها در آن بهتر جا می‌افتند، چرا باید به بازار یک کشور دیگر وارد شد؟ بر همین اساس، تمرکز سازمان توسعه تجارت بر بازارهای بکر و پرسود است.

آیا اقدامی برای ورود به بازار کشورهای اروپایی انجام شده است؟

قبلاً ما سه مرکز تجاری در صربستان، لهستان و مجارستان داشتیم و یکی از فعال‌ترین مراکز تجاری مهم نیز لهستان بوده است، اما با توجه به محدودیت‌هایی که کشورهایمانند آلمان، فرانسه و... ایجاد کردند، برای ارتباط با آن‌ها موانعی وجود دارد. قطعاً بازار هر کشوری که به روی ایران باز شود، سازمان توسعه تجارت برای ورود تاجران به آن بر اساس ظرفیت‌ها، برنامه‌ریزی و زیرساخت‌سازی خواهد کرد، همان‌طور که در ارتباط با کشور عربستان چنین کاری را به محض برقراری تعاملات انجام داد.

پنجمین نمایشگاه توانمندی‌های صادراتی (ایران اکسپو) را چطور ارزیابی می‌کنید؟



موتور محرک
رونق تولید، توسعه
صادرات است.
دولت هم با توجه به
تعاملات گسترده
با بخش خصوصی
چنین عزمی را دارد
و به‌طور مستقیم از
تاجران و نهادهای
مربوطه پشتیبانی
می‌کند

جهش اقتصادی کشور

با جذب سرمایه گذاران خارجی در مناطق آزاد

مهدیه شهسواری



وی با جمع بندی جلسات و بازدیدهای صورت گرفته در پنجمین نمایشگاه توانمندی صادراتی کشور در تهران گفت: حضور سرمایه گذاران از کشورهای چین، روسیه، ترکیه، تاجیکستان، قرقیزستان، پاکستان، قرقیزستان، گرجستان، کامرون، تانزانیا و اقلیم کردستان عراق در غرفه منطقه آزاد ماکو و آشنایی آنان با فرصت های سرمایه گذاری از دستاوردهای مهم این نمایشگاه بود.

یوسف زاده با بیان اینکه طی برگزاری این نمایشگاه در مجموع ۱۸ جلسه با اتباع خارجی تشکیل شده افزود: ۸۷ نشست نیز کارشناسان اقتصادی و سرمایه گذاری سازمان منطقه آزاد ماکو با بازدید کنندگان و فعالان اقتصادی ایرانی برگزار کردند.

مدیر جذب سرمایه گذاری، بانک و بیمه سازمان منطقه آزاد ماکو با اشاره به برگزاری جلسه اختصاصی با رایزن اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در کشورهای هند، بلژیک و جمهوری چک افزود: در این نمایشگاه بیش از ۲۲ سانه با مدیر عامل، معاونان و مدیران سازمان منطقه آزاد ماکو مصاحبه اختصاصی انجام داده و همچنین یک نشست خبری مشترک بین مدیران عامل سازمان های منطقه آزاد ارس و ماکو در حاشیه نمایشگاه ایران اکسپو برگزار شد.

وی به برگزاری یک سمینار فرصت های سرمایه برای علاقه مندان به سرمایه گذاری در منطقه آزاد ماکو نیز اشاره کرد و گفت: بازدید مقامات مختلف از این نمایشگاه و نشست های مسئولان ملی با مدیر عامل و معاون اقتصادی و سرمایه گذاری سازمان از دیگر اقدامات انجام گرفته در این نمایشگاه بود.

به گفته یوسف زاده، برای هیاتی از کشور چین مواردی مانند موقعیت جغرافیایی، مزایای قانونی و فرصت های سرمایه گذاری از جمله لجستیک و حمل و نقل و همچنین نحوه صادرات زمینی از طریق منطقه آزاد ماکو، تشریح شد.

مدیر جذب سرمایه گذاری، بانک و بیمه سازمان منطقه آزاد ماکو اضافه کرد: همچنین هیاتی از اقلیم کردستان نیز در دیدار با مدیر عامل سازمان منطقه آزاد ماکو در خصوص همکاری مشترک اقتصادی با ماکو مذاکره کرده و از تجار و بازرگانان منطقه دعوت به عمل آوردند تا ضمن حضور در شهر سلیمانیه، تفاهم نامه همکاری برای کار اقتصادی منعقد نمایند.

وی همچنین از مذاکره با یک شرکت کامرونی که به دنبال شریک ایرانی برای کار اقتصادی بودند، خبر داد.

یوسف زاده به اهمیت حضور واحدهای تولیدی مستقر در منطقه آزاد ماکو در چنین نمایشگاهی تاکید کرد و افزود: انتظار می رود، تمامی واحدهای تولیدی به منظور توسعه فعالیت اقتصادی خود برای حضور و بهره گیری از ظرفیت های چشم گیر نمایشگاه ها و همایش های پیش اهدامورزند. شایان ذکر است، در خلال برگزاری نمایشگاه ایران اکسپو، فعالان اقتصادی و تولید کنندگان منطقه آزاد ماکو از جمله واحدهای تولیدی ماوی، ماگوش، بتادنت، سالا، تجارت، دومان صنعت، گروه تولیدی روغن زمردی، دیانا تجارت ریسمان، ویستا آسان پور، ساری داش ماکو و پرتو پیشگامان به نمایش محصولات تولیدی صادراتی خود به بازدید کنندگان پرداختند. ■

پنجمین نمایشگاه توانمندی های صادراتی جمهوری اسلامی ایران (ایران اکسپو ۲۰۲۳) از تاریخ ۱۷ تا ۲۰ اردیبهشت ماه در محل نمایشگاه های بین المللی تهران، میزبان فعالان اقتصادی و سرمایه گذاران از کشورهای خارجی و داخلی بود. این نمایشگاه، با میزبانی ۷۰ هیات تجاری و دولتی مشتمل بر بیش از یک هزار و ۲۰۰ تاجر و مقام دولتی از سراسر دنیا با هدف ایجاد بازارهای صادراتی جهانی با تمرکز بر شرق آسیا، اوراسیا، آفریقا و آمریکای لاتین و تنوع بخشی به کالاهای صادراتی کشور (خاصه دانش بنیان و نیز دارای ارزش افزوده بیشتر) به منظور افزایش ضریب تاب آوری اقتصادی کشور برگزار شد که در این میان، منطقه آزاد ماکو در این نمایشگاه با رونمایی ۵۲ طرح سرمایه گذاری و نمایش توانمندی های صادراتی حضور فعال داشت.

جهش اقتصادی کشور با جذب سرمایه گذاران خارجی به مناطق آزاد

حسین گروسی، مدیر عامل سازمان منطقه آزاد ماکو گفت: جذب سرمایه گذاران و فعالان اقتصادی خارجی به مناطق آزاد موجب جهش اقتصادی کشور خواهد شد.

وی در حاشیه برگزاری پنجمین نمایشگاه توانمندی های صادراتی جمهوری اسلامی با بیان اینکه در نمایشگاه ایران اکسپو ۳۷۰ فرصت سرمایه گذاری در مناطق آزاد تجاری صنعتی معرفی می شود، افزود: به لحاظ رویکردی که مناطق آزاد در جهانی شدن دارند، باید با استفاده از جذب سرمایه گذاران خارجی، مناطق آزاد را به محل جهش اقتصادی کشور تبدیل کنیم.

مدیر عامل سازمان منطقه آزاد ماکو با اشاره به اینکه در دولت سیزدهم، جذب سرمایه گذاران خارجی به منظور جهانی شدن مناطق آزاد در دستور کار است، افزود: در این نمایشگاه، سرمایه گذاران بیش از ۷۰ کشور حضور داشتند که در شناساندن ظرفیت ها و مزیت های کار اقتصادی در مناطق آزاد تاثیر گذار بود. گروسی اذعان داشت: مناطق آزاد، چون در پیرامون قرار دارند، می توانند باعث توسعه کشور شوند، چرا که اقتصاددانان معتقدند، پیشرفت از پیرامون به مرکز می رسد.

رئیس هیات مدیره سازمان منطقه آزاد ماکو با بیان اینکه مناطق آزاد، نمونه بارز اصل ۴۴ قانون اساسی هستند، ابراز امیدواری کرد: اقتصاد و تجارت رادر مناطق آزاد مردمی کنیم و انشاالله با استفاده از سرمایه های مردمی باعث رشد اقتصادی در عرصه های مختلف شویم.

گروسی در پایان گفت: منطقه آزاد ماکو جزو اولین مناطق در تشکیل اتاق تسهیل و حمایت از سرمایه گذاران است و در این راستا ۱۰۰ فرصت سرمایه گذاری در حوزه های لجستیک ترانزیت، کشاورزی صنعت و معدن و گردشگری تهیه شده و در اختیار مراجعان و علاقه مندان به سرمایه گذاری قرار می گیرد.

برگزاری ۱۸ نشست با فعالان اقتصادی خارجی

آرش یوسف زاده، مدیر جذب سرمایه گذاری، بانک و بیمه سازمان منطقه آزاد ماکو گفت: در مدت چهار روز برگزاری نمایشگاه ایران اکسپو ۲۰۲۳، در محل نمایشگاه های بین المللی تهران، بیش از ۴ هزار نفر از غرفه منطقه آزاد ماکو بازدید کردند.

دبیر کل و مدیر روابط عمومی اتاق بازرگانی مشترک ایران و قطر مطرح کرد

۲۰۰ میلیون دلار حجم مبادلات تجاری ایران و قطر

عرفان فغانی

شرط ورود به بازارهای جهانی؛ شناخت نیازها، سلائق این بازارها و فراهم کردن مقدمات لازم برای ورود و فعالیت در آن‌ها است که معمولاً از بستر اتاق‌های بازرگانی مشترک میسر خواهد بود. یکی از بازارهایی که از دیرباز به دلیل نزدیکی به کشورمان مورد توجه بوده، بازار قطر است که به‌رغم جمعیت اندک، تقاضای زیادی برای واردات کالا دارد و تاجران زیادی مشتاق ورود به آن هستند. با توجه به این موضوع با مصطفی صالحی‌نژاد، دبیر کل و مدیر روابط عمومی اتاق بازرگانی مشترک ایران و قطر گفت‌وگویی داشتیم که حاصل آن در ادامه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

منظور توسعه تجارت، گر دهمایی تجارت دو کشور و گفت‌وگو در خصوص مسائل مرتبط با توسعه تجارت و مسائل مرتبط با آن برگزار می‌شود تا کار تجارت رونق بیشتری بگیرد. البته این موضوع از طریق ابزارهای دیگری نظیر سفر هیات‌های تجاری، ایجاد نمایشگاه در کشور مقصد، جلسات مستقیم تجار با مسئولان اقتصادی دو کشور و هر ابزاری که به رفع مسائل و مشکلات تجاری دو کشور و به‌طور کلی تسهیل تجارت بین دو کشور کمک کند نیز اجزای می‌شود.

پنجمین نمایشگاه توانمندی‌های صادراتی (ایران اکسپو) تا چه اندازه به اتاق‌های بازرگانی مشترک در تحقق اهداف آن‌ها کمک کرد؟

به منظور رشد تجارت و بازرگانی علاوه بر حل مشکلات پیش رو، باید تولیدکنندگان داخلی و خریداران کشور خارجی را شناسایی کنیم. تجارت به صادرات محدود نمی‌شود، بلکه واردات را نیز در بر می‌گیرد. کار مهمی که اتاق بازرگانی مشترک ایران و قطر در این نمایشگاه انجام داد، شناسایی و معرفی بازار قطر به مخاطبان بود تا راهی برای ورود به آن پیدا کنند و همین موضوع موجب شلوغی این غرفه در پنجمین نمایشگاه توانمندی‌های صادراتی (ایران اکسپو) شده بود. در حال حاضر سخت‌ترین قسمت تجارت برای تجار ما، پیدا کردن مشتری خارجی است. در کل باید گفت، اصل تجارت همین پیدا کردن مشتری خارجی برای محصولات است. مسائل دیگری نظیر بسته‌بندی، حمل و نقل و دیگر مسائل به راحتی انجام می‌شود. موضوع دیگر در بحث شناسایی بازار هدف این است که اگر قرار است، محصولی به یک کشور صادر شود، حتماً باید استانداردهای آن کشور مقصد را اخذ کرده باشد. به‌طور کل در حوزه نمایشگاهی، با تعداد زیادی از تولیدکنندگان مواجه هستیم که تقاضای ورود به بازار قطر را داشته و تمایل دارند از طریق اتاق بازرگانی مشترک ایران و قطر به این امر اقدام کنند تا فرآیند کار برای آن‌ها آسان‌تر شده و به‌فراخور نیاز کشور قطر به آن ورود پیدا کنند.

در حال حاضر برای تولیدکنندگان ایرانی علاقه‌مند به تجارت با کشور قطر، تسهیلات یا شرایطی در نظر گرفته شده است؟



مختصری در خصوص روابط تجاری ایران و قطر توضیحاتی ارائه فرمایید.

معمولاً حجم روابط تجاری بین ایران و قطر در یک طیف مشخص و باهاله‌ای از نوسانات جزئی قرار دارد. به‌طور کلی حجم مبادلات تجاری این دو کشور در حال حاضر حدود ۲۰۰ میلیون دلار است که هدف بلندمدت و ایده‌آل ما رسیدن به حجم مبادلات تجاری در حدود یک میلیارد دلار در سال است، بر این اساس یکی از وظایف اصلی اتاق مشترک، تسهیل تجارت و کمک به افزایش سطح مبادلات تجاری ایران با کشور قطر است.

آیا این اتاق به اهداف از پیش تعیین شده خود دست پیدا کرده است؟

همان‌طور که اشاره شد، کار اصلی این اتاق، تسهیل تجارت میان دو کشور است. از آنجایی که این موضوع معمولاً از سمت بخش خصوصی و با حمایت دولتی انجام می‌شود، تجار بخش خصوصی در دو کشور مایل هستند که این تجارت میان آن‌ها بیشتر شود. وظیفه اصلی اتاق‌های بازرگانی مشترک نیز انجام همین امر است، بر همین اساس به

به دلیل جذابیت‌های
کشور قطر در بحث
برگزاری رویدادهای
جهانی در کل
طرفداران تجاری
زیادی دارد
اما بالاترین میزان
صادرات ما به قطر
در این برهه زمانی
مواد غذایی و
ساختمانی است

قطر در این برهه زمانی، مواد غذایی و ساختمانی است. با این حال اکثر صنوف برای ورود به این کشور اشتیاق دارند، چرا که آن را بازار جذابی می‌دانند. هر چند که باید دانست، رقابت‌پذیری در این کشور بسیار بالا، جمعیت آن کم است و نیاز محدودی نیز دارد، به همین دلیل باید نگاه کاملاً متعادلی نسبت به آن داشت.

آیا در این عرصه با چالش و مشکلی روبه‌رو هستید؟

مشکل اصلی ما به مسائل بانکی و انتقال پول بازمی‌گردد که البته در ارتباط با سایر کشورها نیز ملموس است. امید است با پیگیری دولتی و با ایجاد صرافی و یا در حالت خوشبینانه، تأسیس بانک مشترک این مساله را حل کرد. هر چند بنده به آینده روابط ایران و قطر بسیار خوش بین هستم و به نظر می‌رسد، به واسطه تجاربی که طی ارتباط با این کشور در این سال‌ها به دست آمده، در آینده هم فضای بهتری ایجاد کنیم.

و سخن آخر...

زمانی که یک کشور در فاصله کوتاه با کشورمان چنین رویدادهای بزرگی را برگزار می‌کند، بهترین فرصت برای تجار است که کیفیت تولید محصول خود را بالا برده و به بازار آن ورود کنند. با مجموعه اتفاقاتی که افتاده، می‌توان به توسعه ارتباطات اقتصادی این دو کشور کمک کرد. ■



همان‌طور که اشاره شد، کار اصلی اتاق‌های بازرگانی مشترک، تسهیل فرآیند تجارت است، نه اعطای امتیازات. اگر دقت کنید، بازار قطر به دلیل برگزاری رویدادهای بزرگی مانند جام جهانی بازاری کاملاً رقابتی است و افراد برای ورود به آن باید توانمند بوده و کالاهای صادراتی آنان از نظر کیفی و رعایت استاندارد در سطح مطلوبی قرار داشته باشد، در غیر این صورت شاید شانس زیادی برای عرض اندام در این بازار نداشته باشند. برخی هم البته بیش از آنکه با مشکل پایین بودن سطح کیفی کالا مواجه باشند، با نبود اطلاعات کافی از چگونگی ورود به بازار قطر و اقناع مشتری خارجی یا مساله مهم انتقال و دریافت پول مواجه هستند.

در زمان برگزاری بازی‌های جام جهانی فوتبال، اتاق بازرگانی چه اقدامی در کشور قطر انجام داد؟

این اتاق در این برهه، نمایشگاه توانمندی‌های ایران را برگزار کرد که در بهترین موقعیت جغرافیایی این کشور دایر شد و ضمن جلب مخاطبان زیاد، آن‌ها را بیش از پیش با محصولات ایرانی آشنا کرد. البته باید این موضوع را مد نظر قرار داد که بعد از برگزاری هر رویداد بزرگ نظیر جام جهانی، تجار و شرکت‌های بزرگ قراردادهای بلندمدت با آن کشور امضا می‌کنند و می‌توان گفت که شاید بازاری که از ۱۲ سال پیش در قطر فراهم بود، امروز دیگر اشباع شده و همین امر موجب کاهش شانس ورود به بازار قطر در این برهه زمانی شده است. بسته به رویدادها و زمانی که از رویدادها می‌گذرد، نیازها نیز تغییر می‌کند. یک تاجر قوی باید بازار را تحلیل کرده و در موقعیت مناسب به آن ورود کند.

تحریم‌ها و مسائل سیاسی چه تاثیری در روابط ایران و قطر داشته است؟

در حال حاضر کشورمان روابط سیاسی خوبی با کشور قطر دارد که در روابط اقتصادی آن نیز می‌تواند موثر باشد، از این رو با بهبود روابط سیاسی با همسایه‌ها امیدواریم که روابط اقتصادی نیز بهتر از این شود. به موازات این امر، اتاق‌های بازرگانی مشترک با دیگر کشورهای منطقه نیز سال‌هاست که فعال هستند و فعالیت آن‌ها در توسعه تجارت موثر است.

هم‌اکنون چه صنوفی علاقه بیشتری برای ورود به بازار قطر دارند؟

به دلیل جذابیت‌های کشور قطر در بحث برگزاری رویدادهای جهانی، در کل طرفداران تجاری زیادی دارد، اما بالاترین میزان صادرات ما به



مجلس مزیت‌های مناطق آزاد را حفظ کند

نماینه نادری



مناطق آزاد، ریه‌های اقتصادی کشور می‌باشند و اگر قوانین و مشوق‌ها به‌طور کامل و واقعی صورت پذیرد، شاهد وقوع سرمایه‌گذارهای خارجی در این مناطق خواهیم بود

ماهانمه دنیای سرمایه‌گذاری
اردیبهشت ۱۴۰۲، شماره ۷۸

۴۰

کیانی با اشاره به نقش مهم رسانه‌ها در جلب توجه مردم و مسئولان به کریدور شمال به غرب، توضیح داد: یک کریدور بالفعل در کشور وجود دارد که این کریدور، روسیه را به گرجستان، گرجستان را به ارمنستان، ارمنستان را به نخجوان، نخجوان را به جلفا و جلفا را به کل شبکه‌های ریلی کشور متصل می‌سازد. اولین خط راه‌آهن برقی کشور در بین تبریز و جلفا احداث شده که ما از این گونه ظرفیت‌ها مغفول مانده‌ایم.

وی اضافه کرد: شبکه ریلی جلفا-نخجوان-ارمنستان-گرجستان-روسیه به جز چند کیلومتر برقرار بوده و در صورت فعال‌سازی این کریدور، مسافت جلفا به ایران به ۲ ساعت کاهش خواهد یافت که در بازدید معاون وزیر امور خارجه و مدیرعامل راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران از غرفه سازمان منطقه آزاد ارس در نمایشگاه ایران اکسپو این موضوع مطرح گردید. مدیرعامل سازمان منطقه آزاد ارس از تدوین ۵۰ بسته سرمایه‌گذاری در ارس خبر داد و عنوان کرد: بسته‌های سرمایه‌گذاری آماده و دارای مجوز بی‌نام بوده، تمامی پروکراسی‌های اداری را طی کرده و حتی زمین‌های این بسته‌ها هم تعیین شده است که علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری می‌توانند در کمترین زمان ممکن نسبت به اجرای این طرح‌ها اقدام نمایند.

کیانی در پایان گفت: ثبت جهانی ژئوپارک ارس رویداد بزرگی است که در ماه‌های آتی رخ خواهد داد و به روایت اساتید دانشگاه تبریز، در دنیا ۲ آبشار دیگر شبیه به آبشار آسیاب وجود دارد. همان‌طور که در جزیره قشم جنگل‌های حرا وجود دارد، در حاشیه رود ارس نیز جنگل‌های گز داریم.

گروسی مدیرعامل سازمان منطقه آزاد ماکو نیز در این نشست با دعوت از گردشگران برای بازدید از منطقه آزاد ارس یادآور شد: در حالی که در فصل گرما، به مناطق گرمسیر کشور به راحتی نمی‌توان سفر کرد، منطقه آزاد ارس با ظرفیت‌ها و پتانسیل بالقوه، عامل مهمی در جذب گردشگر به شمار می‌رود، به‌طوری که می‌تواند پاسخگوی نیاز گردشگران در فصل تابستان باشد.

وی بر ضرورت معرفی هر چه پیشتر این منطقه تأکید و اظهار داشت: منطقه آزاد ارس جزو جوان‌ترین مناطق آزاد در کشور است که با داشتن جذابیت‌های گردشگری فراوان، خیل عظیم گردشگران داخلی و خارجی را پوشش می‌دهد. ■

دکتر مجید کیانی، مدیرعامل سازمان منطقه آزاد ارس در حاشیه برگزاری نمایشگاه ایران اکسپو ضمن اشاره به عدم معرفی مطلوب ارس در سطح ملی و بین‌المللی در سالیان گذشته اظهار داشت: تاکنون حدود ۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در این منطقه صورت گرفته و تمرین اقتصاد بدون نفت در ارس به وقوع پیوسته، اما کافی نیست و ما به خدمت وجود اکتفا نخواهیم کرد. وی با اشاره به تولید بنزین هواپیما و یورو ۴ و ۵ در منطقه آزاد ارس خاطر نشان کرد: تنها در خوشه نفت و گاز ۷ مینی پالایشگاه در ارس فعال هستند که مصرف قیر گرجستان، شرق ترکیه و بخش‌های از اتحادیه اوراسیا در ارس تولید و صادر می‌گردد.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد ارس با اشاره به وجود ۲۲۰ هکتار گلخانه زیر کشت و فعالیت بزرگ‌ترین گلخانه هیدروپونیک خاورمیانه در این منطقه افزود: ۲۸۵ هکتار گلخانه در حال احداث است و در سال‌های آتی این ظرفیت به ۵۰۰ هکتار افزایش خواهد یافت که طبق آمار وزارت جهاد کشاورزی، منطقه آزاد ارس، قطب گلخانه‌ای هیدروپونیک کشور می‌باشد و با تکنیک روز دنیا محصولات خود را تولید می‌کند.

کیانی به انتخاب منطقه آزاد ارس به عنوان مهمترین و اولین مقصد گردشگری شمال غرب کشور از سوی وزارت کشور در تعطیلات نوروزی اشاره کرد و گفت: با تعطیلی مدارس موج سفرها به منطقه آزاد ارس آغاز خواهد شد و در همین راستا برنامه‌ریزی‌های لازم جهت ارائه خدمات مطلوب به گردشگران و مسافران منطقه آزاد ارس صورت پذیرفته است.

وی یکی از مشکلات منطقه آزاد ارس را کمبود نیروی کار خواند و متذکر شد: برای حل این موضوع راهکارهایی اعم از تأمین نیروی کار از استان‌های همجوار و همچنین مذاکره با راه‌آهن جمهوری اسلامی جهت راه‌اندازی قطار حومه‌ای تبریز-جلفا جهت انتقال نیروی کار از تبریز به منطقه آزاد ارس صورت پذیرفته است.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد ارس افزود: مناطق آزاد، ریه‌های اقتصادی کشور می‌باشند و اگر قوانین و مشوق‌ها به‌طور کامل و واقعی صورت پذیرد، شاهد وقوع سرمایه‌گذارهای خارجی در این مناطق خواهیم بود و این نیازمند همراهی مجلس شورای اسلامی است.



دنیای انرژی



گفت و گوی اختصاصی با مهندس ابوالفضل غلامی

در این بخش می خوانیم:

- دست دولت در جیب تولید کنندگان بخش خصوصی است
- رشد تولید داخلی با استفاده از ظرفیت شرکت های دانش بنیان

مدیرعامل هلدینگ پتروساران انرژی

دست دولت در جیب تولیدکنندگان بخش خصوصی است

محمد جعفری

وضعیت بد اقتصادی و فشارهای دولت به تولیدکنندگان با تدوین قوانین پیچیده و متناقض، فرآیند فعالیت‌های آن‌ها را با اختلال جدی روبه‌رو کرده که با توجه به این موضوع پیش‌بینی می‌شود، در آینده‌ای نه‌چندان دور با کاهش ارزش‌های صادراتی و توقف فعالیت بخش خصوصی، به‌ویژه شرکت‌های پالایشگاهی و تولیدکنندگان مشتقات نفتی مواجه باشیم که قطعاً دولت نیز از آسیب آن در امان نخواهد بود. برای بررسی بیشتر این موضوع به سراغ مهندس ابوالفضل غلامی، مدیرعامل هلدینگ پتروساران انرژی رفته و با وی گفت‌وگویی داشتیم که در ادامه به مشروح آن می‌پردازیم.

حالی که هلدینگ پتروساران انرژی با بهره‌گیری از ظرفیت شرکت‌ساران تریدینگ در تمام پالایشگاه‌ها و پتروشیمی‌هایی که در ایران وجود دارند، به‌عنوان رجیستر عمل کرده‌ و از طرفی دیگر، با تمام شرکت‌های پتروشیمی و پالایشگاهی اطراف مثل پالایشگاه‌های عراقی، سوری، اماراتی، هندی و کشورهای عربی اطراف کشور امارات که اهمیت بالایی برای شرکت‌های پتروشیمی و پالایشگاهی کشور دارند، ارتباط دارد. این هلدینگ از سوی اتحادیه صادرکنندگان نفت ایران، موظف به ایجاد پل ارتباطی بین اروپا و آسیای شرقی است. علاوه بر این، اقدامات دیگری نیز در بخش لجستیک، جابه‌جایی مالی و حمل‌ونقل به‌منظور کمک به هم‌نوعان و باز کردن راه‌های ارتباطی با شرکت‌های دیگر در دست انجام دارد که طبیعتاً به رشد صادرات در شرایط تحریمی و کم‌رنگ کردن محدودیت‌های فعلی کمک می‌کند. به‌نظر می‌رسد، این هلدینگ با شرایطی که هم‌اکنون وجود دارد، در صورت همکاری ارگان‌ها و نهادهای دولتی و عدم مشکل تراشی و سنگ‌اندازی آنان، کمک‌بخش اقتصاد کشور باشد.

مهم‌ترین اهداف این هلدینگ چیست و در راستای تحقق آن چه کارهایی انجام شده است؟

هدف اصلی هلدینگ پتروساران انرژی، ایجاد پل ارتباطی بین اروپا، آفریقای جنوبی و آسیای شرقی و به عبارتی ایجاد یک شاه‌راه در حوزه پتروشیمی و پالایشگاهی در سبب مانند اقدام کشور امارات است. در این مسیر کشور روسیه هم حضور خواهد داشت. متأسفانه ایران به‌رغم اینکه در چهارراه مهم ارتباطی دنیا قرار گرفته، از ظرفیت آن استفاده نمی‌کند، در حالی که هلدینگ پتروساران انرژی در صدد احیای این شاه‌راه و پل ارتباطی با کشورهای آفریقایی و آسیای شرقی است تا آن‌ها را از طریق لجستیک زمینی به کشورهای اروپایی وصل کند. بی‌توجهی به این بخش هم‌اکنون موجب شده کشورمان مانند عربستان، روغن باکیفیت ایران را پس از خرید بانام خود و با قیمتی بسیار بالاتر به کشورهای دیگر عرضه کند، در حالی که این محصول با ارزش باید بانام ایران عرضه گردد. هرچند تحریم هم در این زمینه نقش داشته، اما عامل اصلی این موضوع به‌فعالیت کم اقتصادی کشور و کاهش فعالیت بخش خصوصی بازمی‌گردد. در صددیم با توسعه هلدینگ پتروساران انرژی، دفاتری را در سایر کشورهای ایجاد کرده و بازاریابی دقیقی برای آن داشته باشیم، بدین معنی که اگر باری به کشورهای لهستان، یونان و... صادر شد، آن را بدون هیچ‌گونه چالشی تحویل گرفته و باقیمت خوب به کشورهای اروپایی توزیع کنند.

در خصوص فعالیت‌های هلدینگ پتروساران انرژی و شرکت‌های وابسته به آن توضیح دهید.

این هلدینگ متشکل از سه شرکت "پتروساران زرین شیمی"، "پتروساران توان شیمی" و "ساران تریدینگ" است. شرکت پتروساران زرین شیمی در حوزه تجارت مشتقات نفتی ایران با کشورهای دیگر به صورت مستقیم و غیرمستقیم فعالیت دارد و شرکت پالایشگاه پتروساران توان شیمی واقع در استان کردستان نیز مشتقات نفتی مثل هیدروکربن‌ها، روغن‌های پایه و انواع و اقسام سوخت‌های فرآوری شده از روغن‌ها و هیدروکربن‌ها را تولید می‌کند. این پالایشگاه در سه مسیر تولید خود چیزی حدود ۱۰ هزار تن تولید داشته که از این سه مسیر در حال حاضر دو مسیر فعال است و بخش سوم نیز به‌زودی فعال خواهد شد. شرکت پالایشگاه پتروساران توان شیمی، آمادگی تولید انواع و اقسام روغن موتور‌ها را دارد و در حال ساخت مجموعه‌ای برای تولید انواع روغن موتور‌ها با BELEND خارج از کشور و ادتیوهای وارداتی از کشور آلمان و انگلیس است تا بازاری رقابتی را در کشورهای آسیای شرقی و آفریقا ایجاد کند. مجموعه ساران تریدینگ نیز یک شرکت بین‌المللی در امارات است که تمام امور تجاری بین‌المللی را انجام می‌دهد. به عبارتی دیگر: تمام معاملات تجاری به امارات ارسال شده و از آنجا با اسم شرکت ساران تریدینگ به هر شرکتی که نیاز باشد، ارسال خواهد شد. این مجموعه قادر به همکاری با اکثر پالایشگاه‌ها در زمینه تولید مشتقات نفتی است.

این هلدینگ هم‌اکنون بر تولید چه محصولاتی تمرکز دارد؟

فعالیت اصلی پالایشگاه پتروساران انرژی تولید انواع هیدروکربن‌ها و روغن‌های صنعتی است. از دوشرکت وابسته هلدینگ پتروساران نیز یک مورد به عنوان شرکت تجاری با تمام پالایشگاه‌های دولتی در عراق تعامل دارد که به نوعی به ارتباط دو ملت ایران و عراق منتهی شده است. ناگفته نماند، پالایشگاه پتروساران انرژی ظرفیت و سیستم و امکانات کافی برای تولید هر محصول مرتبط با هیدروکربن و روغن‌های صنعتی را در اختیار داشته و همین امر، آن را در شمار با ظرفیت‌ترین شرکت‌ها قرار می‌دهد.

هلدینگ پتروساران انرژی چه مزیتی نسبت به دیگر شرکت‌های این حوزه دارد؟

به دلیل نیاز زیاد این بخش به قدرت بالای مالی، در ایران شاید تنها حدود ۱۰ شرکت پتروشیمی و پالایشگاهی توان رجیستر شدن داشته باشند، در



در حال حاضر به دلیل قوانین تحمیلی و ناکارآمد دولت، از میان ۳۵۰ واحد روغنی کشور، کمتر از ۱۰ شرکت فعال است که البته فعالیت آن‌ها نیز توأم با ضرر است و تنها به منظور حفظ مشتریان سابق ادامه دارد

طرح هلدینگ پتروساران برای فعال سازی پل ارتباطی کشورها تا چه اندازه عملیاتی شده است؟

در این راستا مشغول آماده سازی یک سری مخازن در کشور یونان هستیم. در کشور لهستان نیز ضمن انجام اقداماتی، دفتری مستقر کرده تا به گسترش ارتباطات بین المللی بپردازد. دفاتر مادر کشور ترکیه نیز راه اندازی شده و در کشور امارات نیز چند سالی مشغول به فعالیت است. این هلدینگ در شهرهای آفریقای، هند، تانزانیا، کنیا و... هم نماینده و بنادر ویژه دارد. از سوی دیگر، در شرایط فعلی هر چند در بخش تجارت از سوئیفت استفاده می شود، اما هلدینگ پتروساران انرژی تعدادی از صرافان را گرد هم آورده تا مبادلات ارزی را در کشورهای آسیای شرقی، چین و کره جنوبی انجام دهند. به این منظور افراد مشخصی برای این کار تعیین شده و ارتباطات نیز برقرار شده است. به همین دلیل تصور می کنم تا یکی دو سال آینده، ظرفیتی چند برابری برای ارتباط با کشورهای مورد نظر داشته باشیم.

تحریم و محدودیت های سیاسی تا چه اندازه در شکل گیری این تعاملات مانع ایجاد کرده است؟

قطعا تحریم ها برای همه افراد آزاردهنده است، اما با توجه به شرایطی که شرکت پتروساران انرژی ایجاد کرده و وجود واسطه های تجاری، در بحث تبادلات مالی کمتر شرکتی با مشکل مواجه است، اما موضوع مهم در این خصوص، کار بلد بودن فرد واسطه گرو استفاده از اسناد کاربردی است. متأسفانه مسئولان از نظر اقتصادی تا حد بسیار زیادی کم کاری کرده، در حالی که بسیاری از پالایشگاه ها هم انحصاری شده است. برای مثال، این پالایشگاه ها در اختیار دو یا سه فردی است که اول از همه در خارج از کشور و کشور آمریکا سکونت دارند و عمدتاً قیمت گازوئیل و محصول مورد نظر را به گونه ای تعیین می کنند که امکان فعالیت برای افراد دیگر در بازار آزاد وجود نداشته باشد. فعالان اقتصادی کشور مابه شدت تضعیف شده و همین موضوع، عامل اساسی مشکلات کنونی است.

شرایط اقتصادی کنونی چه پیامدهایی برای فعالیت های این هلدینگ به همراه داشته است؟

اگر شما هم اکنون وارد اتحادیه نفت شوید، آقایان دکتر معروف خانی و دکتر حسینی و... به طور مستقیم در حال حل این مسائل هستند، اما اتفاق مهم به برگشت ارز مرتبط است. قبلاً این طور بود که باید ۷۰ درصد ارز صادراتی محصول از طریق مسیرهای مشخص طی یک سال به کشور بازمی گشت، اما هم اکنون این الزام از ۷۰ به ۱۰۰ درصد و از بازه زمانی یک سال به سه ماه رسیده، در حالی که با عدم برگشت ارز صادراتی نیز بانک مرکزی به طور کامل جلوی صادرات صادر کننده را می گیرد. در این شرایط پالایشگاه ها و شرکت های مرتبط چه راهکاری دارند؟ از یک طرف قیمت خوراک به شدت بالا است و از سوی دیگر، اگر قرار به رعایت قانون برگشت ارز باشد، شرکت ها باید ۱۵ میلیون تن ضرر بدهند. در این وضعیت اکثر شرکت های پتروشیمی و پالایشگاهی دست نگه داشته و منتظر تعیین و تکلیف قیمت ارز هستند. در این راستا افزایش قیمت ارز مساله اصلی نیست، بلکه چالش اصلی به قوانین متعدد دولت بازمی گردد. به دلیل عدم نظارت های کارشناسی، قوانینی که در سال جاری وضع شده، با قوانین سال قبل کاملاً مغایر است. با تداوم سیاست های دولت، نه تنها شرکت های خصوصی، بلکه شرکت های خصوصی نیز تحت فشار خواهند بود. همان طور که در حال حاضر کارخانه های قیر امکان ادامه فعالیت تولیدی نداشته، به پالایشگاه های هیدروکربن هیچ گونه خوراک داده نمی شود و حدود ۳ ماه است که پالایشگاه های هیدروکربن در وضعیت بالاتکلیفی به سر می برند. پالایشگاه های روغنی و پارافینی هم به دلیل قانون ناکارآمد برگشت ارزی

سال جدید، تمایلی به صادرات بار ندارند. دولت در احتساب ارقام دلخواه به هیچ یک از چالش ها، هزینه ها و مسائل تولید کنندگان نمی اندیشد و همین موجب تعطیلی و توقف کار بسیاری از کارخانه ها شده است.

توقف یا تعطیلی واحدهای تولیدی این حوزه تا چه اندازه صحت دارد؟

در حال حاضر به دلیل قوانین تحمیلی و ناکارآمد دولت، از میان ۳۵۰ واحد روغنی کشور، کمتر از ۱۰ شرکت فعال است که البته فعالیت آن ها نیز توان بازرگانی و تنها به منظور حفظ مشتریان سابق ادامه دارد. از سوی دیگر، حدود ۱۸۰ کارخانه قیر در کشور وجود دارد که حجم زیادی از ارز کشور را تامین می کنند، اما کمتر از سه مورد از آن ها فعال است، از این رو امروز برای ۵ هزار تن مواد اولیه عرضه شده در بورس خریداری وجود ندارد. از نظر بنده، راهکار اصلی این مساله حذف وزارت صمت، بانک مرکزی و یک سری ارگان های دولتی است. طی چند ماه گذشته قوانین زیادی علیه تولید کنندگان وضع شده که برای هیچ یک از آن در عمل امکان اجرا وجود ندارد. برای نمونه، از کارخانه های روغن درخواست شده تا از تامین کنندگان فاکتور رسمی بگیرند، در حالی که این موضوع در عمل پتانسیل اجرایی ندارد.

موضوع خام فروشی در ارتباط با این حوزه تا چه اندازه درست است؟

کل صنایع پتروشیمی در حال خام فروشی هستند. اگر در طول روز با صادرات بیش از ۲۰۰ هزار تن روغن و پارافین مواجه باشیم، به ازای آن حتی ۱۰ تن روغن تولید شده صادر نمی شود. متأسفانه روزانه ۵۵ هزار تن و به طور کل ۹۹ درصد این محصولات به صورت خام صادر می شود و درست مشابه انحصار شرکت های خودروسازی ایران خودرو و سایپا، شرکت های پالایشگاهی دولتی اجازه فعالیت به بخش خصوصی نمی دهند.

چه طرح و برنامه ای برای توسعه فعالیت های این هلدینگ در نظر گرفته اید؟

هلدینگ پتروساران انرژی در حال ساخت کارخانه BELENDING در شهرک صنعتی امید در شهر اشتهارد به منظور تولید و صادرات محصول نهایی روغن موتور به آفریقای جنوبی و کشورهای آسیای شرقی است. یک کارخانه BELENDING دیگر نیز در کشور امارات در حال ساخت است که قطعاً کمک شایانی به فروش BELENDING خواهد کرد.

اهداف تعیین شده هلدینگ پتروساران انرژی در سال گذشته چه میزان عملیاتی شد؟

سال ۱۴۰۱ تا حدی برای این هلدینگ سال سختی بود، اما به هر حال به نظر می رسد، خیلی بهتر از سال ۱۴۰۲ باشد. متأسفانه با مشکلات زیادی در سال جاری روبه رو هستیم که نمونه آن فرآیند بسیار طولانی مدت بارگیری و حمل بار است.

با توجه به آنچه که گفته شد و شرایط موجود، آینده این صنعت را چگونه ترسیم می کنید؟

اگر دو سه ماه اخیر را کنار بگذاریم، بعد از تعطیلات با توقف فعالیت کارخانه های خصوصی روبه رو شدیم که در صورت عدم رسیدگی به آن ها شاهد فاجعه ای بزرگ و از دست رفتن ذخایر ارزی کشور خواهیم بود، چرا که بخش زیادی از آن توسط همین شرکت ها تامین می شود. امیدوارم بنده اشتباه تصور کنم، اما با توجه به تجارت بسیاری که از سال های گذشته دارم، به نظر نمی رسد که وضعیت خوبی در انتظار این بخش باشد. متأسفانه دست دولت در جیب تولید کنندگان بخش خصوصی است و این موضوع در بلندمدت فاجعه ای به بار خواهد آورد که شاید خود او هم از آن بی خبر باشد. ■

به دلیل عدم نظارت های کارشناسی، قوانینی که در سال جاری وضع شده، با قوانین سال قبل کاملاً مغایر است. با تداوم سیاست های دولت، نه تنها شرکت های خصوصی بلکه شرکت های خصوصی نیز تحت فشار خواهند بود

مدیرعامل شرکت پالایش نفت آبادان عنوان کرد

رشد تولید داخلی با استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش بنیان

عرفان فغانی



۴۴

ما هنامه دنیای سرمایه‌گذاری
اردیبهشت ۱۴۰۳، شماره ۷۸

هرچند خام فروشی به عنوان یکی از معضلات جدی حوزه انرژی به شمار می‌رود، اما شرکت‌های زیادی در این حوزه به منظور ایجاد ارزش افزوده تاسیس شده و به عنوان شرکت‌های مطرح در سطح ملی و بین المللی محصولات پربراری را به بازار عرضه می‌کنند. استفاده برخی از آن‌ها از تکنولوژی و دانش روز شرکت‌های دانش بنیان نیز در موفقیت آن‌ها نقشی چندبرابری داشته است. در گفت‌وگویی با مهندس حکیم قیوم، مدیرعامل شرکت پالایش نفت آبادان به تشریح و بررسی بیشتر این موضوع پرداخته‌ایم. وی فارغ التحصیل دانشکده نفت آبادان در سال ۱۳۶۵ بوده و دارای ۳۲ سال سابقه کار در وزارت نفت، پالایشگاه‌ها، پتروشیمی‌ها و همچنین سابقه سرپرستی و مدیریت پروژه‌های مختلف است. ماحصل این مصاحبه در ادامه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

کیفیت محصولات شرکت پالایشگاه نفت آبادان منتهی گردید، بر این اساس بنزین به سطح بنزین یورو ۴ ارتقاء یافت و با تکمیل شدن فاز دوم پالایشگاه آبادان به عنوان یکی از بزرگترین واحدهای پالایشی ایران و منطقه، میزان نفت کوره این شرکت هم از ۴۱ درصد به ۳۰ درصد کاهش پیدا کرد. شرکت پالایش نفت آبادان در عین حال با تولید حدود ۱۰ میلیون لیتر بنزین و ۱۸ میلیون لیتر گازوئیل، نقش مهمی را در کشور ایفا کرده که امید است با تکمیل شدن فاز دوم واحد پالایشی آن سهم پررنگ‌تری در تولید داشته باشد. با توجه به آنچه ذکر شد، این شرکت هم اکنون به عنوان بزرگترین پالایشگاه نفتی در کشور نقش مهمی در تولید محصولات اولیه و مورد نیاز مانند بنزین و گازوئیل دارد.

در راستای تحقق شعار رشد تولید چه برنامه‌هایی در دست اجرا دارد؟

در سال گذشته با تکمیل و راه‌اندازی فاز دوم شرکت پالایشگاه نفت آبادان، استفاده از ۱۱۱ شرکت دانش بنیان و فناوری داخلی و همچنین طراحی اساسی و راه‌اندازی واحد پالایشی توسط شرکت‌های دانش بنیان، به شعار سال ۱۴۰۱ که در راستای حمایت از تولید دانش بنیان بود، پرداخته شد. به منظور تحقق شعار سال جدید نیز شرکت پالایش نفت آبادان در صد افزایش ظرفیت تولید خود از ۳۶۰ هزار بشکه به ۴۸۰ هزار بشکه در سال ۱۴۰۲ است و برای رسیدن به ظرفیت‌های بالاتر به مطالعه و اجرای طرحی با عنوان افزایش ظرفیت پالایشگاه نفت آبادان مشغول شده که در صورت اجرایی شدن، ظرفیت این پالایشگاه را به بیش از ۵۰۰ هزار بشکه در روز خواهد رساند. البته در این طرح قرار است از ظرفیت کلیه شرکت‌های دانش بنیان و فناوری استفاده شده و تکنولوژی ساخت واحدهای پالایشی نیز کاملاً ایرانی باشد تا در کنار شعار سال گذشته مبنی بر استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش بنیان، تولید داخلی هم رشد کند. بر اساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، این شرکت ظرفیت اسمی تولید ۶۴۰ هزار بشکه در روز را پیش‌بینی کرده که امید است آن را به ظرفیت واقعی پالایشگاه تبدیل کرده تا مجدداً نقش قابل توجه و بزرگی را در این زمینه داشته باشد. ■

شرکت پالایش نفت آبادان با تمرکز بر انجام چه فعالیت‌هایی شروع به کار کرد؟

این شرکت با قدمت بالغ بر ۱۱۰ سال قدیمی‌ترین و بزرگترین پالایشگاه نفت ایران و منطقه است و در طول سال‌های مختلف در میان صنایع نفتی ایران نقش قابل توجهی داشته است. شرکت پالایش نفت آبادان در سال‌های پیش از انقلاب نیز با ظرفیت ۶۲۰ هزار بشکه، به عنوان بزرگترین پالایشگاه نفت به شمار می‌رفته. با شروع جنگ تحمیلی با توجه به نزدیکی این پالایشگاه با کشور عراق و قرار داشتن آن در نقطه صفر مرزی، بیشترین آسیب را از این جنگ متحمل شد و بیش از ۶۵ درصد آن از بین رفت. با این حال با فاصله کوتاهی یعنی شش ماه بعد از پایان جنگ تحمیلی، اولین واحد پالایشگاهی آن بازسازی و با حضور مقام معظم رهبری در فروردین ماه سال ۱۳۶۸ راه‌اندازی گردید. پس از آن دیگر واحدها نیز در دست تعمیر قرار گرفت و تولید پالایشگاه نفت آبادان نهایتاً به ظرفیت ۳۸۰ تا ۴۰۰ هزار بشکه در روز رسید.

در خبرها آمده، شرکت پالایشگاه نفت آبادان در تولید نیتروژن خود کفا شده است. در این راستا چه اقداماتی صورت گرفته است؟

یکی از واحدهای مهم راه‌اندازی شده در فاز دوم این پالایشگاه، واحد نیتروژن است که برای مصارف مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. در سال‌های گذشته به دلیل فقدان چنین واحدی، ماده نیتروژن از شرکت‌های دیگر تامین می‌شد که هم هزینه زیادی در پی داشت و هم به هدر رفتن گاز نیتروژن در عملیات بارگیری، تخلیه و استفاده منجر می‌شد. از این‌رو از سال گذشته با راه‌اندازی این واحد میزان نیتروژن مورد نیاز در این شرکت تولید شد و با این کار هدر رفت نیتروژن به حداقل رسید، به طوری که در حال حاضر می‌توان آن را به کشورهای همجوار صادر کرد و بدین واسطه پویایی حوزه انرژی را در سطح منطقه افزایش داد.

چه برنامه‌هایی به منظور توسعه فعالیت‌های این حوزه در نظر گرفته‌اید؟

با توجه به قدمت واحدهای پالایشی این شرکت، طرح‌هایی برای ارتقاء و تثبیت ظرفیت آن تدوین شد که در سه فاز اجراء شده و به افزایش سطح

دنیای انرژی



گفت و گوی اختصاصی با محمد کاظم گلفام

در این بخش می خوانیم:

- مدیران کشور تولید کنندگان را از دست دلان نجات دهند
- افزایش ظرفیت تولید روغن موتور و صنعتی در سال جاری

مدیرعامل شرکت تولید روغن موتور اسپو گلستان

مدیران کشور تولید کنندگان را از دست دلالتان نجات دهند

مهدیه شهسواری

شرکت تولید روغن موتور اسپو گلستان در سال ۱۳۹۰ با اهداف ایجاد فرصت‌های شغلی و نیل به خودکفایی در تولید انواع روانسازها تاسیس و پس از اخذ مجوزهای لازم و احداث کارخانه در شهرک صنعتی کردکوی واقع در استان گلستان، در سال ۱۳۹۵ شروع به تولید و بهره‌برداری کرد. این شرکت با همکاری مدیران و کارشناسان متخصص و استفاده از باکیفیت‌ترین تجهیزات و ماشین‌آلات اتوماتیک از فرآیندهای فیلترینگ فیزیکی و کنترل کیفی با تکیه بر بالاترین متدهای روز دنیا محصولات خود را به بازار عرضه می‌کند. شرکت تولید روغن موتور اسپو گلستان به منظور حفظ و ارتقاء کیفیت محصولات و مطابقت آن‌ها با استانداردهای ملی و بین‌المللی تلاش کرده تا آزمایشگاه خود را به وسایل و ابزار آزمایشگاهی مدرن تجهیز کند و همچنین حرکت بر مبنای استانداردهای روز جهان همواره سرلوحه این شرکت بوده و در این راستا در زمره شرکت‌هایی است که موفق به اخذ گواهینامه‌های سیستم مدیریت کیفیت ISO ۹۰۰۱:۲۰۱۵، سیستم مدیریت محیط زیست ISO ۱۴۰۰۱:۲۰۱۵، سیستم مدیریت ایمنی و بهداشت شغلی ISO ۴۵۰۰۱:۲۰۱۸ و سیستم مدیریت یکپارچه IMS گردیده است. برای آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این شرکت، گفت‌وگویی با محمدکاظم گلفام، مدیرعامل و از سهامداران شرکت تولید روغن موتور اسپو گلستان انجام داده‌ایم که مشروح آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

شرکت تولید روغن موتور اسپو گلستان در زمینه تولید چه محصولاتی فعالیت دارد؟

مجموعه محصولات این شرکت را انواع روغن‌های موتور مونو گرید و مولتی گرید، روغن‌های دنده، روغن هیدرولیک، روغن کمپرسور هوا، روغن ترانس، هیدروکربن‌های سبک و سنگین حاصل از بلندینگ تشکیل می‌دهد که با توجه به کیفیت و مرغوبیت کالاهای تولیدی و مطابقت با استانداردهای ملی و بین‌المللی، موفق به دریافت پروانه‌های کاربرد علامت استاندارد ملی اجباری و تشویقی شده است. همچنین در جهت کمک به خودکفایی کشور با همکاری دانشگاه و اساتید محترم برای اولین بار موفق به ثبت اختراع در خصوص روغن ترانسفورماتور و دستیابی به دانش تولید این نوع روغن شده‌ایم. با توجه به سابقه فعالیت تولید محصولات این شرکت و حضور در بازارهای داخلی و خارجی، عمده برنامه‌های این مجموعه تولیدی، در مرحله اول توجه به نوآوری و حرکت به سوی رضایت‌مندی مشتریان از نمایندگی‌ها گرفته تا مصرف کنندگان بوده و در این مسیر با استفاده از بالاترین سطوح استاندارد دور رعایت موضوع حقوق مصرف کنندگان گرامی، مبادرت به تهیه بهترین نوع مواد اولیه در تولید محصولات نهایی، ظروف بسته‌بندی و همچنین پاسخگویی در خصوص اتفاقات و مشکلات احتمالی از نماینده تا مصرف کننده ورزیده است. ناگفته نماند، این مجموعه با توجه به نوسانات ارزی، بخشنامه‌های کشوری و اتفاقات سیاسی به وجود آمده در منطقه، تمام تلاش و برنامه‌ریزی خود را فقط به حفظ نیروهای انسانی و متخصصان خود که از سرمایه‌های واحد بوده و می‌باشد، اختصاص داده است.

به منظور افزایش کیفیت محصولات چه تدابیری اتخاذ کرده‌اید؟



لطفاً در خصوص سوابق کاری خود توضیح دهید.

بنده عضو اتاق بازرگانی، بازرس خانه صنعت، معدن و تجارت، عضو هیات مدیره شهرک صنعتی کردکوی و مشاور عالی هیات مدیره شهرک صنعتی بندر گز هستم و سابقه عضویت در هیات مدیره شهرک صنعتی بندر گز از سال ۱۳۸۴ تاکنون با عنوان‌های بازرس، خزانه‌دار و نایب رییس را دارم. همچنین نماینده حقوقی و تام‌الاختیار در گمرکات کشور از طرف شرکت‌های طرف قرارداد به مدت ۱۵ سال و گذراندن حداقل ۵۰۰ ساعت دوره‌های از جمله مدیریت برنامه‌ریزی تولید و مواد، مدیریت در واحدهای صنعتی، مهندسی ارزش VE، سیستم‌های پنوماتیک، تکنیک‌های حل مساله، تکنولوژی فکر و مدیریت منابع انسانی و... از سال ۱۳۸۲ تا ۱۴۰۲، از دیگر سوابق بنده به شمار می‌رود.

این واحد، ایده و برنامه‌های متعددی را برای بالا بردن سطح کیفیت تولیدات و افزایش محصولات جدید جهت قرار دادن در سبد تولیدات خود به همراه برنامه‌های جدید آموزشی برای ارتقاء کیفی نیروهای متخصص و اپراتورهای خود دارد. از سوی دیگر، توسعه بازار فروش، نه تنها در کشورهای آسیایی، بلکه صادرات به کشورهای اروپایی از برنامه‌های این مجموعه است.

آیا قیمت محصولات تولیدی مجموعه شما و سایر مجموعه‌های دیگر در بازار مناسب است؟

خیر. با توجه به تورم‌های تحمیلی به علت مشکلات سیاسی که با کشورهای دیگر داشتیم، این موضوع ما را به سمت و سویی برده که بهای تمام شده محصولات تولیدی، نه تنها در رشته تخصصی روانکارها، بلکه در خیلی از رشته‌های دیگر باعث عدم توان خرید برای مصرف کنندگان شده است. با تاخیر در سرویس دهی وسایل نقلیه به دلیل بالا رفتن قیمت‌ها، آسیب‌های جدی برای موتورها، گیربکس‌ها و... به وجود خواهد آمد.

آیا تولیدات شرکت روغن موتور اسپو گلستان، قابلیت رقابت با تولیدات خارجی را دارند؟

تولیدات این مجموعه، قابل رقابت با نمونه‌های خارجی است، چرا که در تولید محصولات از با کیفیت‌ترین مواد اولیه وارداتی از شرکت‌های تامین کننده معتبر استفاده شده و فرمولاسیون محصولات هم مطابق با به روزترین استانداردهای روز دنیا انجام می‌شود.

آیا شرایط سرمایه گذاری در این صنعت فراهم است؟

در خصوص سرمایه گذاری در این صنعت باید به این نکته اشاره داشته باشم که در کشورمان به این نتیجه نرسیده‌ایم که واحدهای تولیدی خود را از وابستگی به بانک‌های کشور با سودهای بسیار بالا نجات داده و از توانمندی‌ها و پتانسیل‌های جایگزین مانند افراد دارای سرمایه یا ایجاد هلدینگ برای ارتقاء سبد کالا و فروش خود استفاده کنیم که امیدوارم مسئولان مربوطه توجه ویژه‌ای به این موضوع داشته باشند.

گاهی اوقات شنیده می‌شود، تولیدات غیر استاندارد در این صنف وجود دارد. آیا شما این موضوع را تایید می‌کنید؟

در هر صنف یا گروهی، همیشه افرادی غیر متعهد و بدون اعتقاد به رعایت اخلاق حرفه‌ای و در نظر گرفتن صدمات ناشی از تخلف در کارهای تولیدی، غذایی، بهداشتی و صنعتی، فقط برای سودجویی مشغول به فعالیت هستند که باعث آسیب‌های جدی به سلامت انسان، دام و تجهیزات صنعتی می‌شود و موجب تضعیف و از بین بردن منابع ملی کشور می‌گردد.

انتظار شما از مدیران ارشد کشور به ویژه صنعت نفت چیست؟

درخواستی که از مدیران در سطح کلان کشور در موضوع فرآورده‌های نفتی می‌توان داشت، این است که برای واحدهای تولیدی روانکارها، به جای پیگیری برای تهیه مواد اولیه در بورس، با توجه به ظرفیت اسمی و نه واقعی، به میزان تولیداتشان، سهمیه مواد اولیه را اقرار داده و آن‌ها را وارد بازارهایی که توسط دلالان و دارندگان سرمایه‌های آنچنانی هستند، هدایت نکنند.

چه عواملی باعث ایجاد قاچاق می‌شود؟

قوانین گمرکی دست و پاگیر، توجه نداشتن و جدی نگرفتن تولیدات داخلی کشور و استفاده از رانت در امور، باعث ایجاد قاچاق می‌شود. همچنین شرکت‌های بزرگ تولید کننده مانند شرکت نفت بهران، نفت پارس، ایرانول و... با امکانات و توانمندی‌هایی که دارند، اجازه نمی‌دهند تا سهم اندکی از بازار به واحدهای کوچک‌تر برسد.

و سخن آخر...

کسی که در کشور جمهوری اسلامی ایران، تمام سرمایه‌های معنوی و مادی خود را برای حفظ تمامیت ارضی کشور قرار داده و به صورت شبانه‌روز به عنوان یک سرباز در مبارزات اقتصادی جهت جلوگیری از ترویج بیکاری، طلاق، افزایش مواد مخدر، اعتیاد و فحشا تلاش می‌کند، لایق چه چیز نخواهد بود؟ حداقل در خواست هر فردی داشتن احترام در جامعه است. قناعت از این بهتر را می‌شود دید؟ اگر جایی برای احترام نداریم، حداقل جلوی پایمان سنگ نیندازند. ■

بهای تمام شده محصولات تولیدی، نه تنها در رشته تخصصی روانکارها، بلکه در خیلی از رشته‌های دیگر باعث عدم توان خرید برای مصرف کنندگان شده است



افزایش ظرفیت تولید روغن موتور و صنعتی در سال جاری

سارا نظری

شرکت نفت ایرانول یکی از اصلی‌ترین شرکت‌ها در زمینه روانکاران بوده و همواره سهم عمده‌ای از نیاز بازارهای داخلی را تامین می‌کند. روغن خودرو یک کالای استراتژیک که رابطه مستقیم با حمل‌ونقل و صنعت دارد، از دهه هشتاد این شرکت همواره یکی از برندهای برتر در بین شرکت‌های روانکار و صنعت نفت بوده است. پالایشگاه روغن‌سازی ایرانول در آبادان و پالایشگاه ایرانول در تهران با تمام ظرفیت در حال رفع نیاز بازار داخلی و در ادامه صادرات محصولات کشورهای مختلف می‌باشند. در این میان، یکی از تولیدات پالایشگاه ایرانول تولید TAR است که در صنایع قیر سبک و سنگین کارایی دارد و محصولات جانبی دیگر شرکت در حوزه لاستیک‌سازی، دوده، پارافین، محصولات آرایشی، شمع‌سازی و... نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. به منظور آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این شرکت، گفت‌وگویی با سید روح‌الله فقیهی، عضو هیات مدیره و معاون بازرگانی شرکت نفت ایرانول انجام داده‌ایم. وی حضور در پتروشیمی امیرکبیر و پتروشیمی تبریز، عضویت در هیات مدیره شرکت رنو پارس، مشاور مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری سایپا، عضویت در هیات مدیره شرکت زرین پخش و معاون بازرگانی و مدیریت مجموعه فرهنگی ورزشی انقلاب تهران را تجربه کرده است. مشروح این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

در سال جاری را رقم‌بزن تا به حول و قوه‌الهی توان تولید افزایش یابد. شایان ذکر است، شرکت نفت ایرانول، فرمایش مقام معظم رهبری در زمینه سال تولید، اشتغال‌آفرینی و دانش‌بنیان را سرلوحه خود قرار داده و در سال جدید چه در زمینه تولید و چه در زمینه استفاده از شرکت‌های دانش‌بنیان برای تولید افزودنی‌های داخلی، تمام تلاش و کوشش خود را انجام خواهد داد تا به فضل الهی کشورمان از نیازهای خارجی خود کفایت کند. ناگفته نماند، پیش از این ایرانول سطوح مختلف استاندارد و تاییدیه‌های شرکت‌های خودروساز نظیر ولوو را کسب کرده که هم‌اکنون با توجه به تحریم‌ها این امکان از ایرانول و سایر شرکت‌های ایرانی سلب شده است.

فروش کلی انواع محصولات ایرانول تا چه میزان رشد داشته است؟

در حال حاضر تمامی انواع روغن موتور و روغن صنعتی در این شرکت تولید می‌شود. امسال نیز چند نوع روغن موتور صنعتی و روغن موتور در سطح کیفی SP (بالاترین سطح کیفی ایران) به تولیدات ایرانول اضافه خواهد شد. با توجه به ظرفیت تولید این شرکت، تولید در سال‌های متوالی میزان مشخصی (حدود ۶۰۰ میلیون لیتر) را داشته، اما امسال با افزایش صادرات تلاش می‌شود تا امکان تولید و فروش را تا ۱۵ هزار تن در سال افزایش دهیم. باید به این موضوع نیز اشاره داشته باشیم که فروش لیتر اژی کل فروش داخلی و صادراتی ۴۲۲ میلیون لیتر، مقدار فروش کل موتوری ۱۱۰ میلیون لیتر، مقدار فروش کل صنعتی ۱۷ میلیون لیتر، مقدار فروش روغن بنزینی ۴۸ میلیون لیتر، مقدار فروش روغن دیزلی ۶۳ میلیون لیتر، مقدار فروش روغن گیربکس ۱۲ میلیون لیتر، محصولات جانبی؛ فروش کل اکستراکت ۱۰۰ میلیون لیتر، فروش کل و کس ۲۲/۴ میلیون لیتر بوده است. همچنین در زمینه فروش انواع روغن پایه نیز فروش برایت استاک ۶/۶ میلیون لیتر، فروش انواع روغن پایه سفارشی ۵۲/۶ میلیون لیتر و فروش PDATAR ۹۹ میلیون لیتر بوده است. از سوی دیگر، راه‌اندازی و ارتقای واحد موم‌گیری میزان روغن پایه حاصل از mek را افزایش خواهد داد. شایان ذکر است، پروژه تحقیقاتی شرکت در جهت تولید روغن پایه گروه ۲ شروع شده و در حال بررسی می‌باشد. ■



لطفا در خصوص اعم فعالیت‌های بخش بازرگانی شرکت نفت ایرانول توضیح دهید.

از آنجا که تامین مواد اولیه و ملزومات داخلی و خارجی و خدمات بازرگانی (قراردادهای تامین) در حوزه معاونت بازرگانی شرکت است، همواره رابطه مستقیم و زنجیروار بین تامین و تولید در پالایشگاه وجود دارد. تامین ملزومات اعم از خرید قطعات مورد نیاز پالایشگاهی و ادتیه‌ها و انواع خوراک پالایشگاه مانند لوبکات و وکیوم باتوم، آیزورسیاکیل و همچنین قراردادهای ملزومات سالانه مانند مظروفات و سطل‌ها و بشکه به انضمام کارت‌ها و چاپ و... از جمله وظایف معاونت بازرگانی می‌باشد.

به منظور توسعه فعالیت‌های این شرکت چه برنامه‌هایی را در نظر دارید؟

از ابتدای امسال، برنامه تعمیرات اساسی پالایشگاه (اورهال) در دستور کار قرار گرفت که به لطف الهی در کوتاه‌ترین زمان و بدون کمترین آسیب به پایان رسید. انسجام و هماهنگی بین واحدهای مختلف، حاصل تلاش‌های شبانه‌روزی و خستگی‌ناپذیر همکاران بنده در پالایشگاه و قسمت‌های مختلف بود. معاونت بازرگانی با تامین کلیه قطعات درخواستی تیم فنی پالایشگاه که برخی از موارد آن در کشور وجود نداشت، با همت نیروهای مهندسی و بازاریابی قطعات موجود در انبار توانست یکی از بهترین اتفاقات

شرکت نفت ایرانول،
فرمایش مقام معظم
رهبری در زمینه سال
تولید، اشتغال‌آفرینی
و دانش‌بنیان را
سرلوحه خود قرار
داده و در سال جدید
چه در زمینه تولید و
چه در زمینه استفاده
از شرکت‌های
دانش‌بنیان برای
تولید افزودنی‌های
داخلی، تمام تلاش و
کوشش خود را انجام
خواهد داد

گفت و گوی اختصاصی با محمدرضا کاظم پور

در این بخش می خوانیم:

- تحقق رشد تولید در شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر
- ضرورت تدوین استراتژی توسعه بر مبنای آمایش سرزمین
- پیشرفت در اکتشاف در گروی آموزش و تهیه تجهیزات به روز است

مدیر عامل شرکت معدنی و اکتشافی دشت یوز دره انجیر

پیشرفت در اکتشاف در گروی آموزش و تهیه تجهیزات به روز است

سارا نظری

ذخایر معدنی به عنوان یکی از اصلی ترین منابع تجدیدناپذیر طبیعی، نقش مهمی در اقتصاد جهانی و تمدن بشری دارند، به گونه ای که صنعت و حتی زندگی بشری بر شانه های معدن بنا شده است. ذخایر معدنی ویژگی های منحصر به فردی نظیر پایان پذیری، بین نسلی بودن و انتقال بودن دارند و فعالیت های معدنی، در زنجیره تامین بخش های مختلف اقتصادی به ویژه صنایع فولاد و مس، در حداکثر سازی ثروت های بالقوه و بالفعل کشور، ایجاد ارزش افزوده، رشد متوازن و محرومیت زدایی نقش به سزایی دارند. کشورها با شناسایی و بهره برداری از ذخایر معدنی در جهت ارزش افزوده، صادرات، اشتغال و محرومیت زدایی و گسترش صنایع پایین دستی بهره می برند. به منظور بررسی مزیت های بخش معدن و صنایع معدنی، گفت و گویی با محمدرضا کاظم پور، مدیر عامل شرکت معدنی و اکتشافی دشت یوز دره انجیر انجام داده ایم که با هم می خوانیم.

تهیه تجهیزات و دستگاه های جدید که توانایی اکتشاف عمیق را داشته باشند، جزو اولویت های این موضوع است. معدن سنگ آهن آریز پیش از شروع عملیات استخراجی، علی رغم اینکه به عنوان یک آنومالی مستعد ذخیره معدنی شناخته می شد، ولی تا سال ها هیچ شرکتی به خاطر ریسک بالای عملیات اکتشافی حاضر به سرمایه گذاری در این محدوده نبود که بالاخره شرکت دشت یوز دره انجیر با اتکا به دانش داخلی، پشتیبانی دو شرکت سنگ آهن مرکزی بافق و شرکت چادرملو عملیات اکتشافی در این محدوده را آغاز کرد که نتیجه آن، منجر به تبدیل آنومالی 19D به معدن سنگ آهن آریز گردیده است. این موضوع وقتی پررنگ تر می شود که بدانیم برای پیشبرد عملیات اکتشافی در معدن سنگ آهن آریز به خاطر شرایط زمین شناسی آن نیاز به حفاری های عمیق بوده که این مهم با تهیه تجهیزات و دستگاه های جدید که توانایی حفاری مغزه گیری عمیق را داشته اند، انجام شده است.

در حوزه ماشین آلات معدنی چه در زمینه اکتشاف و چه در زمینه بهره برداری، اوضاع سخت افزاری کشور چگونه است و چه نمره ای دریافت می کند؟ آیا تحریم های اعمال شده، باعث عقب ماندگی در حوزه سخت افزار صنایع معدنی شده است؟

تامین ماشین آلات در حوزه اکتشاف و استخراج، نیاز اصلی و حیاتی معدنکاری است. در حال حاضر ماشین آلات مورد استفاده در معادن، فرسوده و امکان تامین قطعات مربوط به آن دشوار می باشد. البته خاطر نشان می شود، با توجه به محدودیت های اعمال شده به واسطه تحریم های ظالمانه و با اتکا به دانش داخلی و شرکت های دانش بنیان تا حد قابل قبولی این مشکل مرتفع شده است. با این حال شرکت دشت یوز دره انجیر تلاش کرده که تا حد امکان با استفاده از ماشین آلات و تجهیزات بومی به فعالیت خود ادامه داده و اجازه ندهد که این مشکل خللی در روند پیشرفت معدن ایجاد کند. برای نمونه می توان بخش اکتشاف را نام برد که کل عملیات اکتشافی از شروع پیمایش و عملیات ژئوفیزیک تا عملیات حفاری و مدل سازی و تخمین ذخیره با استفاده از ظرفیت شرکت های دانش بنیان و توان متخصصان داخلی انجام شده است.



یکی از مزیت های اقتصادی کشور، بخش معدن و صنایع معدنی می باشد. به نظر شما ایران در خصوص شناسایی و اکتشاف معادن، چقدر از این مزیت استفاده کرده است؟ آیا این استفاده مبتنی بر اصول علمی و بهره وری بوده است؟ آیا در حوزه استفاده از معادن و توسعه صنایع معدنی توفیق مناسبی داشته ایم؟

اکتشاف نخستین حلقه زنجیره تولید در بخش معدن محسوب می شود و اگر سرمایه گذاری در آن اصولی نباشد، سایر مراحل استخراج، استحصال و فرآوری مواد معدنی پر هزینه خواهد بود. در گذشته گفته می شد که ریسک پذیری اکتشاف بالاست و هزینه های بالایی دارد، اما امروزه شرکت های بسیاری تمایل به ورود به این بخش را دارند. وقتی ذخیره ای پیدا شود و ارزش افزوده بالایی داشته باشد، می تواند هزینه های اکتشاف را جبران کند. یکی از اهداف برنامه پنجم توسعه، اکتشاف معادن جدید است و اگر امروز می خواهیم در اکتشاف پیشرفت کنیم، باید به زیر ساخت، آموزش و تهیه تجهیزات به روز توجه کنیم. با توجه به اینکه در بسیاری از کانسارها نیاز به حفاری عمیق می باشد،

به نظر شما کشور تا چه حد در زمینه خود کفایی ماشین آلات معدنی پیشرفت کرده است؟ چند درصد از ماشین آلات معدنی مورد نیاز کشور هم اکنون توسط صنعتگران ایرانی ساخته می شود؟ آیا این ماشین آلات به لحاظ امنیتی، ایمنی و کارآمدی، قابل قبول و قابل اعتماد است؟

تعداد دستگاه های معدنی تولید داخل به نسبت تقاضای واقعی بازار کمتر از نیاز واقعی معادن است که با توجه به ظرفیت کم تولید و تامین نشدن نیاز مصرف کننده، باید برای حمایت از آن ها تدابیری اندیشیده شود تا بخش معدن و صنایع پایین دست بتوانند تامین شوند. طبق آمارها در حدود ۲۵ هزار دستگاه نیاز هست تا بخش معدن تامین شود. ماشین آلات موجود و وارداتی، نیازمند تامین قطعات و لوازم یدکی و متخصصان کارآمد و تجهیزات مناسب می باشد. همچنین ظرفیت داخل برای بخش تامین و ساخت قطعات با توجه به مهندسی معکوس شرکت های دانش بنیان تا حد قابل قبولی مرتفع شده است.

به لحاظ بازدهی اقتصادی، آیا حوزه معدن و صنایع معدنی برای سرمایه گذاران جذاب و پربازده بوده است؟ از جمله نکات مهم در این باره قابل پیش بینی بودن بازار است. آیا بازار معدنی چه در ایران و چه در منطقه خاورمیانه برای سرمایه گذاران جذاب است؟

با وجود میلیاردها تن ذخایر شناخته شده معدنی در ایران، هنوز سهم بخش معدن در تولید ناخالص داخلی کمتر از یک درصد است. عدم رشد و توسعه بخش معدن از عدم نگاه علمی و کارشناسی به این بخش، کمبود تکنولوژی های مناسب و به روز برای اکتشافات تکمیلی جهت شناسایی ذخایر جدید ناشی می شود. با توجه به این عدم تناسب، معضلات و تنگنای بخش معدن منجر به کاهش سرمایه گذاری در این بخش شده است. مواردی نظیر فقدان زیربنای فیزیکی، کمبود منابع برای تحقیق و توسعه، ریسک بالای اکتشاف و بهره برداری در بخش معدن به دلیل نبود اطلاعات پایه زمین شناسی قابل اتکا، زمان بردن اکتشاف معدنی و کند بودن بازگشت سرمایه، ناکافی بودن استانداردهای تولید و مصرف مواد معدنی، ضعف در بهره گیری از فناوری های پیشرفته، افزایش محدودیت های بین المللی و تحریم های ظالمانه و تاثیر آن بر دریافت دانش فنی و تجهیزات تولیدی از خارج کشور، پایین بودن عمر مفید تجهیزات معدنی، پایین بودن تکنولوژی اکتشاف و استخراج در ایران و غیره از جمله معضلات بخش معدن می باشد.

در حوزه اکتشاف و استخراج معدن در ایران تا چه حد ملاحظات زیست محیطی در نظر گرفته و رعایت می شود؟ معمولاً معدنکاران به بی توجهی به امور محیط زیست و سلامتی انسان های منطقه اکتشاف متهم می شوند. آیا به طور کلی در مورد صنعت معدن و معدنکاری ایران این موضوع مورد پذیرش است؟

میزان تخریب و آسیب معادن به منابع طبیعی در مقایسه با ضرورت و اهمیت معادن هر چند بسیار ناچیز بوده، اما نیازمند تعامل بین دستگاه های متولی این موضوع است. کشور ما با دارا بودن یک درصد جمعیت جهان، بیش از هفت درصد ذخایر معدنی را دارا می باشد که نشان می دهد، حتی در صورت تداخل فعالیت های معدنی با موضوعات زیست محیطی، باید به شکل درست و عقلانی این مشکلات را مدیریت کرد. فعالیتهای

معدنی به علت اینکه عمدتاً در دل طبیعت انجام می شوند، موجب اثرگذاری بر محیط زیست می شوند، اما می توان این تاثیرات را با انجام اقدامات پیشگیرانه و متفاوت بودن سطح تخریب، کاهش داد. می توان با مطالعه و کار کارشناسی عملیات معدنکاری را طوری انجام داد تا هم از منافع معدن استفاده و هم از محیط زیست محافظت کرد؛ در واقع می توان از منابع خدادادی و طبیعی استفاده کرد، اما با ایجاد روش ها و متدهای جدید راهکاری یافته که از محیط زیست نیز محافظت شود.

گفته می شود، دولت توجه چندانی به موضوع اکتشاف و شناسایی معدن نمی کند. برای اثبات این ادعا معمولاً به بودجه سنواتی و نبود ردیف مناسب برای پرداختن به امور معدنی استناد می شود، آیا این بی توجهی در سال جاری برطرف شده است؟

بخش معدن و صنایع معدنی به عنوان یکی از حوزه های مهم اقتصاد کشور در حال حاضر با چالش ها و موانع متعددی روبه رو است. از مهمترین چالش ها و موانع تولید در این حوزه می توان به تعارض منافع معادن با دستگاه های اجرایی موضوع ماده (۲۴) قانون معادن، محبوس شدن محدوده های اکتشافی و معادن در دست واسطه ها و سازمان های دولتی، فقدان سیاست گذاری هماهنگ و یکپارچه در حوزه اکتشاف منابع معدنی و ایجاد پایگاه جامع اطلاعات زمین شناسی و اکتشافی کشور، عدم اختصاص صد در صدی درآمدهای حاصل از حقوق دولتی معادن به بخش معدن کشور و... اشاره کرد. حل چالش محبوس شدن محدوده های اکتشافی و معادن کشور در ید سازمان های دولتی و واسطه ها از طریق نظارت بر اجرای قانون معادن مبنی بر سلب صلاحیت دارندگان مجوزهای معدنی غیرفعال که در موعد مقرر نتوانسته اند، نسبت به اکتشاف و بهره برداری از معادن اقدام کنند، آزادسازی محدوده ها و معادن غیرفعال طی فراخوان عمومی و ایجاد تحرک در بخش معدن کشور، اصلاح قانون معادن به منظور مشخص کردن بازه های زمانی شفاف برای دارندگان مجوزهای معدنی برای انجام تعهدات در خصوص اکتشاف و بهره برداری از معادن و اصلاح دستورالعمل اجرایی قانون معادن به منظور حذف استثنای امکان پذیر است.

برای رفع چالش های حوزه اکتشافات معدنی، ایجاد شورای هماهنگی و سیاست گذاری اکتشاف منابع معدنی در وزارت صمت با محوریت سازمان زمین شناسی و اکتشافات معدنی کشور، اصلاح قانون تاسیس و تدوین و تصویب اساس نامه سازمان زمین شناسی و اکتشافات معدنی کشور با هدف اصلاح ساختارها، تعیین تکلیف منابع درآمدی سازمان و ایجاد بانک جامع اطلاعات اکتشافی در کشور و نظارت بر اجرای تبصره «۳» ماده (۵) قانون معادن در خصوص تجمیع اطلاعات زمین شناسی و اکتشافی کلیه دستگاه ها در بانک اطلاعات زمین شناسی و اکتشافی از جمله راهکارهای عملیاتی این حوزه است.

نظارت بر اجرای ماده (۴۳) قانون برنامه ششم توسعه کشور مبنی بر تخصیص صد در صدی درآمدهای حاصل از حقوق دولتی معادن به بخش معدن کشور برای اجرای وظایف حاکمیتی در حوزه اکتشاف و بهره برداری از معادن و توسعه تولید و صادرات محصولات فرآوری شده در صنایع معدنی، منجر به ایجاد تحول عظیم در حوزه معادن و صنایع معدنی خواهد شد. ■



طی فروردین ماه ۱۴۰۲ رقم خورد

تحقق رشد تولید

در شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر

رضا فغانی

میلیون و ۵۵۰ هزار تنی فعلی آهن اسفنجی این شرکت افزوده می‌شود. احداث کارخانه فولادسازی و نورد گرم، دیگر پروژه شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر با ظرفیت تولید بالغ بر سه میلیون تن ورق نازک فولادی با ضخامت ۰/۸ تا ۲۰ میلی‌متر است که بهره‌برداری از آن تا نیمه دوم سال ۱۴۰۳، منجر به تامین محصولاتی منحصر به فرد استاندارد که هم‌اکنون در داخل کشور تولید نمی‌شود، خواهد شد.

اشاعه فرهنگ مشتری‌مداری همگام با توسعه تولید

ترکیب سهام‌داران شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر را شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر (۳۵ درصد)، شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه گل‌گهر (۱۵ درصد) و شرکت‌های آهن و فولاد غدیر ایرانیان، بین‌المللی توسعه صنایع و معادن غدیر، سرمایه‌گذاری توسعه معادن و فلزات، گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید و موسسه صندوق بازنشتی کارکنان بانک‌های ملی هر یک به میزان ۱۰ درصد تشکیل می‌دهند. این شرکت همواره تلاش کرده تا با حمایت سهام‌داران خود، رضایت مشتریان در بالاترین سطح ممکن را جلب کند و بر همین اساس اشاعه فرهنگ مشتری‌مداری در دستور کار این مجتمع فولادی قرار گرفته است. این شرکت به‌طور مداوم وضعیت کسب‌وکار مشتریان خود را بررسی می‌کند و جهت مدیریت بهینه رضایت مشتریان، نسبت به رتبه‌بندی آن‌ها بر اساس مدل «RSVP» اقدام کرده است. شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر همچنین نسبت به استقرار استاندارد «ISO10004» جهت سنجش

شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر به عنوان بزرگ‌ترین عرضه‌کننده آهن اسفنجی در کشور، با تکیه بر دانش و تکنولوژی روز تولید و توان نخبگان و متخصصان داخلی، موفق به ثبت رکورد کم‌نظیر تولید ۳۰۰ هزار و ۳۰۱ تن آهن اسفنجی در دو واحد مگامدول گوهر و کوثر طی فروردین ماه سال جاری شده که این موفقیت، بیانگر عزم بالای این شرکت در راستای تحقق شعار سال مبنی بر رشد تولید است.

شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر، بزرگ‌ترین عرضه‌کننده آهن اسفنجی در کشور به شمار می‌آید. این شرکت با بهره‌برداری از دو کارخانه احیا مستقیم تحت عنوان مگامدول گوهر با ظرفیت تولید سالانه یک میلیون و ۷۰۰ هزار تن آهن اسفنجی و مگامدول کوثر با ظرفیت تولید سالانه یک میلیون و ۸۵۰ هزار تن آهن اسفنجی، ضمن نقش‌آفرینی موثر در زنجیره فولاد، منجر به رونق اشتغال‌زایی چه به صورت مستقیم و چه غیر مستقیم در سطح منطقه و کشور شده است. تولید آهن اسفنجی در شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر، با استفاده از روش میدرکس انجام می‌شود و این شرکت قادر به تولید آهن اسفنجی گرم (HDRI) و آهن اسفنجی سرد (CDRI) است. شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر با رویکرد متنوع‌سازی محصول، گام‌های بلندی در مسیر توسعه برداشته که از جمله آن‌ها می‌توان به پروژه احداث کارخانه مگامدول طوبی با ظرفیت تولید سالانه یک میلیون و ۸۵۰ هزار تن آهن اسفنجی اشاره کرد. با احداث و راه‌اندازی این کارخانه، به ظرفیت تولید سه

شرکت توسعه آهن
و فولاد گل‌گهر با
بهره‌گیری از دانش
و فناوری روز دنیا
ورفع اشکالات
موجود در خط
تولید، همواره به
دنبال بهبود کیفیت
تولیدات خود بوده
است



رضایت مشتریان و همچنین استاندارد «ISO10002» جهت مدیریت شکایات اقدام کرده و موفق به اخذ گواهینامه‌های لازم شده است. افزایش کیفیت محصول نهایی که همان آهن اسفنجی است، پارامتر مهم دیگری به شمار می‌آید که بررسی و ارزیابی کارشناسانه آن، به‌طور مداوم در شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر انجام می‌شود. درصد متالیزاسیون (MD)، میزان آهن فلزی، درصد سولفور و فسفر، درصد کربن و درصد نرمه، از جمله مهمترین پارامترهای کیفی آهن اسفنجی مورد نظر فولادسازان به شمار می‌آیند؛ بر همین اساس همواره عوامل موثر بر کیفیت محصول در این شرکت، شناسایی و اقدامات لازم برای بهبود آن‌ها صورت می‌پذیرد. تامین پایدار مواد اولیه و رعایت حداقل فاکتورهای شیمیایی و فیزیکی، از جمله اقداماتی است که در این زمینه انجام می‌شود. در نهایت این موارد، نه تنها منجر به افزایش سودآوری شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر شده، بلکه گامی مستحکم برای ارتقای سطح مدیریت کیفیت و قرار گرفتن در مسیر رشد و تعالی این مجموعه عظیم فولادی است. شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر با بهره‌گیری از دانش و فناوری روز دنیا و رفع اشکالات موجود در خط تولید، همواره به دنبال بهبود کیفیت تولیدات خود بوده است. در همین راستا، چالش‌های تولید و مسائل مرتبط با کیفیت محصول به صورت طرح مساله و یا پروژه‌های پژوهشی بررسی و سپس با تکیه بر توان و دانش فنی متخصصان داخلی و مطالعات و کارشناسی‌های دقیق، راهکارهای علمی و عملی برای رفع این مشکلات ارائه می‌شود. این شرکت در راستای تحقق چشم‌انداز اهداف استراتژیک خود به ویژه در حوزه فناوری و تکنولوژی، علاوه بر استقرار نظام مدیریت استراتژیک، استقرار نظام مدیریت دانش و نظام مدیریت تحقیق و توسعه را در دستور کار خود قرار داده است. هدف از استقرار نظام تحقیق و توسعه در شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر، کاهش قیمت تمام شده، افزایش تولید زیرسقفی، مدیریت کارآمد دارایی‌های فیزیکی، افزایش ظرفیت تولید، توسعه سبد محصول، استفاده بهینه از ضایعات در راستای اقتصاد چرخشی و آینده‌پژوهشی و تحلیل تکنولوژی‌های روز صنعت فولاد است.

ثبت موفقیت‌های پیاپی در شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر

شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر موفق به ثبت موفقیت‌های بی‌شماری طی ماه‌های اخیر شده است که از جمله آن‌ها می‌توان به کسب تندیس

واحد نمونه برتر ملی و استانی در صنعت از سی و چهارمین جشنواره امتنان از نخبگان کار و تولید، کسب لوح و تندیس شرکت برگزیده و پیشرو در توسعه فناوری از همایش بنگاه، فناوری و رشد اقتصادی، کسب تندیس بلورین جایزه ملی تعالی از بیستمین دوره جایزه ملی تعالی، کسب تندیس زرین یک ستاره در بخش صنعت، معدن و تجارت از پنجمین جشنواره ملی صنعت سلامت محور و همچنین انتخاب به عنوان واحد برتر شاخص مسئولیت‌پذیری و تاب‌آوری سازمان در دوران کووید ۱۹ و پاندمی بیماری‌های نوظهور و واحد برتر شاخص خدمت‌رسانی و پاسخگویی سلامت به مشتریان و ذی‌نفعان در همین جشنواره اشاره کرد. شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر همواره در تلاش است، با درک علمی از مسئولیت‌های اجتماعی و با حفظ اصول سه‌گانه پایداری محیط زیست، اقتصاد و جامعه، به توسعه پایدار شهرستان سیرجان یاری رساند. اشتغال‌زایی و رفع بیکاری در شهرستان سیرجان و استان کرمان، یکی از مهمترین مسئولیت‌های اجتماعی شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر به شمار می‌آید و با توجه به اشتغال‌زایی بالغ بر دو هزار و ۷۰۰ نفری به صورت مستقیم در حوزه‌های مختلف کاری این شرکت، بیش از ۱۱ درصد سهم اشتغال منطقه گل‌گهر به این شرکت تعلق یافته است. با توجه به فناوری‌ها و تکنولوژی‌های خاص و منحصر به فرد مورد استفاده در کارخانه‌ها و پروژه‌های فعال توسعه آهن و فولاد گل‌گهر، بسیاری از نخبگان شهرستان سیرجان و استان کرمان جذب این شرکت عظیم فولادی شده‌اند. تکمیل و بازسازی سالن همایش‌های سیرجان، خانه دکتر علی صادقی و پارک آبی دلفین، از دیگر اقدامات این شرکت در راستای عمل به مسئولیت‌های اجتماعی محسوب می‌شوند. علاوه بر این، ثبت رکورد مجموع تولید ماهانه دو واحد مگامدول آهن اسفنجی شرکت یعنی گوهر و کوثر به میزان ۳۰۰ هزار و ۳۰۱ تن در فروردین ماه امسال و همچنین ثبت رکورد تولید ماهانه بدون توقف آهن اسفنجی در واحد کوثر به میزان ۱۵۶ هزار و ۸۱۲ تن طی همین مدت، بیانگر این مهم بوده که شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر، عزم خود برای تحقق شعار سال مبنی بر رشد تولید را از همان ابتدای سال جزم کرده است و بدون شک با بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی روز تولید و نیروی انسانی نخبه و جوان، به مسیر روبه‌رشد خود در سال جاری ادامه می‌دهد. ■

هدف از استقرار نظام تحقیق و توسعه در شرکت توسعه آهن و فولاد گل‌گهر، کاهش قیمت تمام شده، افزایش تولید زیرسقفی، مدیریت کارآمد دارایی‌های فیزیکی، افزایش ظرفیت تولید، توسعه سبد محصول، استفاده بهینه از ضایعات در راستای اقتصاد چرخشی و آینده‌پژوهشی و تحلیل تکنولوژی‌های روز صنعت فولاد است



رئیس انجمن مس ایران مطرح کرد

ضرورت تدوین استراتژی توسعه بر مبنای آمایش سرزمین

سارا نظری

یکی از راهکارهایی که کارشناسان اقتصادی برای عبور از بحران تورمی کنونی پیشنهاد می‌کنند، تدوین یک استراتژی همه جانبه توسط بخش خصوصی است که دولت باید ملزم به رعایت آن باشد، هر چند این موضوع در قالب طرح‌ها و برنامه‌های مختلف مورد بحث و بررسی قرار گرفته، اما خروجی قابل ملموسی برای تغییرات جدی در اقتصاد کشور به همراه نداشته و دولت‌ها نیز نسبت به آن رویکردی واقع بینانه اتخاذ نکرده‌اند. برای بررسی بیشتر این موضوع با دکتر بهرام شکوری، رئیس انجمن مس ایران گفت و گویی داشتیم که ماحصل آن از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

اساس وزارت نیرو در این زمینه باید چاره‌ای بیاندیشد یا به فکر تامین آب آن بوده یا در جانمایی‌های خود به این موضوع بپردازد که آیا با وجود کم‌آبی، سرمایه‌گذاری در برخی بخش‌ها اصلاً ضروری است؟ به عنوان مثال، اگر این ضرورت در بخش کشاورزی ملموس است، نوع محصولات کشاورزی قابل کشت با هزینه کمتر و بازده بیشتر مشخص شود. به طور کل در یک استراتژی مواردی مانند موضوع سرمایه‌گذاری در بخش‌های پر بازده، ایجاد کارخانه‌های سودآور و مورد نیاز، میزان مزایای رقابتی تولید محصول، مقاصد صادراتی آن، مصرف بهینه ذخایری مانند آب و نحوه تقسیم بهینه این ذخایر به منظور دست‌یابی به نتایج بیشتر مشخص خواهد شد و بعد از تبدیل شدن آن به یک سند ملی، سازمان‌ها و ارگان‌ها ملزم به اجرای آن هستند، در حالی که متأسفانه به دلیل نبود استراتژی مدونی برای توسعه در کشور به هیچ‌یک از این موارد پرداخته نشده است. این استراتژی بر اساس آمایش سرزمین سطوح مختلفی دارد. در سطح قوانین مانمی توانیم بدون در نظر گرفتن استعدادها، خصوصیات، تهدیدها و موانع مختلف در پهنه وسیع کشور، یک قانون و یا مقررات خاص را برای کل کشور تعمیم دهیم. برای مثال، قوانین مربوط به آب و خاک در مناطقی که با وفور نسبی هر یک از این دو مقوله مواجه هستند، باید متفاوت و بر اساس قید منبع کمیاب وضع شود، اما ما برای کل کشور یک سری قوانین و مقررات عمومی داریم. البته بر اساس استعدادهای منطقه‌ای، استثناهایی مانند مناطق ویژه اقتصادی داریم که نمونه‌هایی از آمایش سرزمین هستند. با این حال تدوین یک استراتژی همه جانبه، با دید کلی، دارای پیوست‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی با توجه به زیرساخت‌ها، منابع و ظرفیت‌ها تهیه شود، بسیار ضروری است.

آیا سابقه‌ای از اجرای موضوع آمایش سرزمین در کشور مان وجود دارد؟

نمی‌توان به طور کلی منکر آن شد، چرا که قطعاً استراتژی‌هایی تدوین شده، اما مطابق با شکل و قالب اصولی که به آن اشاره شد، کامل و



آمایش سرزمین چه تاثیری بر روند توسعه صحیح صنعت و معدن کشور دارد؟

اساساً کشورهایی که در حال توسعه هستند، استراتژی‌هایی برای توسعه تدوین می‌کنند که فاز اول آن مطالعاتی است و بر اساس طرح آمایش سرزمین میسر خواهد بود؛ بدین معنی که آن کشور چه استعدادها و ظرفیت‌هایی دارد؟ آیا کشاورزی، گردشگری، بخش معدن و سایر بخش‌های آن قابلیت سرمایه‌گذاری دارد؟ اگر دارد، چه میزان در آن باید سرمایه‌گذاری کرد؟ یا این سرمایه‌گذاری در کجا و به چه شکلی باید انجام شود؟ لازمه پاسخگویی به همه این‌ها انجام طرح آمایش سرزمین است. این کار درست مانند تکمیل قطعات یک پازل است که بخش‌های آن منحصر به سرمایه‌گذاری، احداث کارخانه، اکتشاف معادن و... نیست. کشورها باید متناسب با موضوع آمایش سرزمین، برنامه‌های توسعه‌ای خود را تنظیم کنند. برای مثال، اگر ما در حوزه‌های مختلف در صدد توسعه و تحقق استراتژی‌ها باشیم، قطعاً به برق نیاز داریم؛ بر این

همه‌جانبه نبوده است. متأسفانه یکی از مسائلی که پیش پای تدوین این استراتژی وجود دارد، تغییر دولت‌ها و نقض سیاست‌های آن‌ها توسط یکدیگر بوده است. امروز طرح‌های جامع زیادی نوشته شده که تنها بخش کوچکی از پازل کلی استراتژی همه‌جانبه و مدون است. البته قبل از پیروزی انقلاب اسلامی ایران نیز چنین استراتژی تدوین نشده، ولی برنامه‌های توسعه‌ای مطرح بوده که در نهایت پیامد چندان قابل توجهی برای اقتصاد کشور به همراه نداشته و به عبارتی سازمان‌ها و ارگان‌ها را ملزم به تبعیت از یک الگو و ساختار مشخص نکرده است. امروز بیش از هر چیزی باید نظام بانکی همراه و پشتیبان تولید باشد و با حذف ربا به عنوان موتور محرک آن عمل کند. به طور کل باید گفت، ارتباط دولت با دنیا و سیاست‌های پولی و مالی آن باید در راستای اجرای استراتژی همه‌جانبه و تدوین شده باشد. در واقع این استراتژی همه‌جانبه است که برای مارویشن می‌کند، محصولات کشور را به چه کشوری به فروش رسانده تا مطابق با آن تعرفه ترجیحی تعیین شود. باید توجه داشت که تدوین این استراتژی بسیار زمان‌بر، نیازمند مطالعه دقیق، بررسی تجربیات دیگر کشورها و همچنین نگاه غیرسیاسی است؛ لذا با وجود آنکه دولت‌های زیادی در ایران در دوره مدیریت خود لزوم ایجاد این سند را پذیرفته‌اند، اما تکمیل تدوین یا ورود به اجرای آن در عمر یک دولت انجام نشده و باروی کار آمدن دولت بعدی، تدوین طرحی جدید در دستور کار قرار گرفته است. بر این اساس بهتر است، بخش خصوصی با دید ملی و حداکثر کردن منافع کشور تدوین این سند عظیم ملی را در دستور کار قرار دهد. این سند به این شکل غیرسیاسی و صرفاً کارشناسی خواهد بود و امکان اجرایی شدن بیشتری دارد. در حقیقت امکاناتی که قانون‌گذار از مسیر اتاق بازرگانی در اختیار بخش خصوصی قرار داده، می‌تواند بستری مناسب برای تدوین استراتژی توسعه صنعتی کشور باشد. همچنین در بخش قوانین و مقررات، برنامه‌های توسعه که هم‌اکنون نسخه لایحه برنامه هفتم منتشر شده، می‌تواند به عنوان یک سند بالادستی برای تدوین استراتژی توسعه صنعتی کشور تلقی شود.

آیا ادغام وزارت صنعت، معدن و تجارت از گذشته تا کنون به توسعه بخش معدن کمکی کرده است؟

بهتر است، به جای ادغام، کلمه تجمیع را در ارتباط با این وزارتخانه به کار ببریم. بر اساس مطالعاتی که پیش از این در خصوص این وزارتخانه‌ها در کشورهای مختلف انجام شد، متوجه شدم که در برخی از کشورها این بخش‌ها با یکدیگر ادغام شده و بسیار هم موفق بوده‌اند. برخی هم وزارتخانه‌های کاملاً تفکیک شده دارند، به طوری که برای محصولاتی مانند موز یا نیشکر که سهم زیادی در تولید ناخالص داخلی آن‌ها دارد نیز یک وزارتخانه جداگانه تعریف کرده و موفق هم بوده‌اند؛ بنابراین عامل موفقیت، در ادغام و تفکیک نیست، بلکه نگاه و ساختار دولت، سهم بخش خصوصی در بازار و مدیریت بهینه به عنوان رکن مهم و اساسی به شمار می‌رود. در ایران نیز از سال ۱۳۸۵ تا کنون این بخش‌ها طی چندین مرحله و با بیش از ۲۰ نام مختلف در هم تجمیع یا از هم تفکیک شده‌اند

و توفیق یا ضعف عملکرد دولت‌ها را نمی‌توان با این موضوع مترادف دانست. پس انتظار حل مشکلات با هر یک از این دو سناریو منتفی است و چگونگی عملکرد بر چگونگی ساختار اولویت دارد. اگر دولت به عنوان یک هماهنگ کننده عمل کرده و دست از مداخله در بسیاری امور بردارد، بستر برای تحقق استراتژی همه‌جانبه توسعه در کشور در حوزه‌های مختلف راه، معادن، بنادر، گردشگری و... محقق خواهد شد. مادر حال حاضر بزرگ‌ترین اشکالات را در مسائلی داریم که مداخله در بازار به شکل دستوری در دست اجرا است. باید توجه داشته باشیم که هرگز این مداخله موفق نبوده و نیروهای بازاری مبتنی بر عرضه و تقاضا نهایتاً خود را به سیاست‌گذار تحمیل می‌کنند. از طرفی، باید شرایط برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی و تضمین امنیت سرمایه آن‌ها برای جبران خلأهای مالی فراهم گردد و صحبت و شعارهای واگذاری از بخش‌های دولتی به خصوصی به طور واقعی اجرا شود. استفاده از تمام ظرفیت‌های قانونی نظیر واگذاری مدیریت بنگاه‌های بزرگ و حفظ مالکیت دولت می‌تواند کارایی و عملکرد بسیاری از واحدها را بهبود و انتفاع کل جامعه را حاصل کند.

توجه به بخش خصوصی تا چه اندازه به حل مسائل و چالش‌های موجود منجر خواهد شد؟

یکی از اهدافی که از سوی دولت هنوز محقق نشده، خصوصی‌سازی واقعی بوده است. اتاق‌های بازرگانی که باید محلی برای فعالیت فعالان اقتصادی باشند تا گزارش‌های کارشناسی تهیه کرده، مناسبات کشور را با دنیا تعریف و هیات‌های تجاری را شناسایی کرده و به طور دقیق عملکرد دولت‌مردان را رصد کنند، آن گونه که انتظار می‌رود، عمل نکرده‌اند و درست مانند دولت در برخورد با پول‌های نفت و ذخایر نفتی، به جای سرمایه‌گذاری آن به سمت سپرده‌گذاری رفته و سرمایه‌های مشخص برای اجرای استراتژی را در بانک‌ها بلوکه کرده‌اند. در برخی از موارد نیز یا قوانین دارای ضعف و ایراد است یا دیگر قابلیت اجرایی ندارد. بر اساس قانون اساسی، دولت باید از بخش خصوصی مشورت بگیرد، در حالی که این طور نبوده است. گاهی هم مواردی از سوی دولت بدون اطلاع بخش خصوصی تدوین شده و انتظار دارند که یک‌روزه در خصوص آن اظهار نظر شود، در حالی که هر یک از افراد اتاق بازرگانی، گرفتاری‌ها و مسائل خاص خود را دارند. به جای این کار دولت می‌تواند که از همان ابتدا در کنار بخش خصوصی قرار بگیرد و آن را مطلع سازد تا مسائل و مشکلات را برطرف کند. دولت‌ها باید در سیاست‌گذاری‌ها و سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، ثبات داشته باشند تا افق سرمایه‌گذاری در ۱۰ الی ۲۰ ساله آینده روشن باشد و سرمایه‌گذاران از وضعیت موجود اطمینان حاصل کنند. امروز به دلیل تحریم‌ها، سرمایه‌گذاران ایرانی قادر به جابه‌جایی پول خود از دیگر کشورها نیستند که باید راهکاری برای حل این مساله وجود داشته باشد. قطعا در چنین شرایطی نمی‌توان از سرمایه‌گذار خارجی توقع داشت، پول خود را به کشوری که ریسک‌های بالایی در بخش

یکی از ملزومات
اساسی کشور، تدوین
یک استراتژی منظم
برای توسعه است
که پایه و اساس آن
اصل آمایش سرزمین
می‌باشد که می‌توان
آن را توسط اتاق
بازرگانی و بخش
خصوصی انجام داده
و دولت‌ها نیز مقید به
اجرای آن باشند

باید شرایط برای ورود سرمایه گذاران خارجی و تضمین امنیت سرمایه آنها برای جبران خا‌لای مالی فراهم گردد و صحبت و شعارهای واگذاری از بخش های دولتی به خصوصی به طور واقعی اجرا شود

سرمایه گذاری دارد، منتقل کند. ما در یک نقطه خاصی از دنیا قرار داریم که کشورهای همسایه آن ۸ درصد جمعیت و ۱۲ درصد از اقتصاد دنیا را تشکیل می دهند که موضوع بسیار مهمی است. این کشورها بازار مصرف بسیار خوبی برای کشورمان به شمار می روند، اما متأسفانه به دلیل عدم تدوین مناسبات بهینه با آنان و عدم اجرای استراتژی بهینه هنوز به این امر دست پیدا نکرده ایم، ولی در صورت توجه به این مقوله می توان از ظرفیت های این بازار بزرگ به خوبی بهره گرفت. ایران هنوز از بازار کشورهای مانند اوکراین، ترکیه، سوریه و... به خوبی استفاده نکرده، در حالی که سایر دولت ها از تعامل با این کشورها بهره زیادی می گیرند. حجم تجارت ما با کشورهای همسایه مکفی نیست. برای مثال، جمعیت بالای پاکستان یک بازار بزرگ و رو به رشد است که تقریباً هیچ سهمی از آن در اختیار ایران نیست. همچنین در خصوص کشورهای شمالی نظیر ترکمنستان نیز ظرفیت های تجاری مورد استفاده قرار نگرفته است. تمام این موارد از بخش قانون گذاری تا ارتباطات تجاری، ایجاد ثبات و امنیت سرمایه گذاری، چگونگی رفتار دیپلماسی اقتصادی و همچنین چشم اندازهای رشد اقتصادی نیازمند مطالعه و تدوین استراتژی مدون توسعه صنعتی کشور است و باید به شکل جدی تدوین این سند را در دستور کار قرار دهیم.

دولت به منظور مهار تورم به ویژه در بخش معدن چه اقداماتی را باید انجام دهد؟

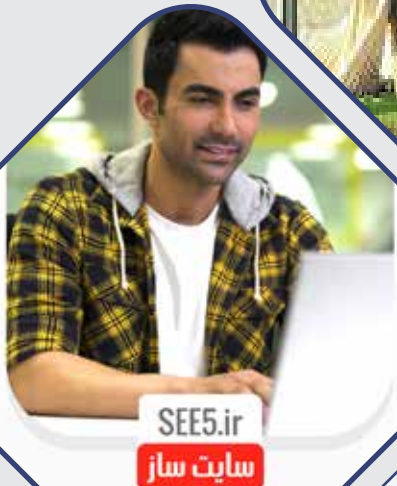
اگر به خوبی دقت کنید، بیش از ۵۰ درصد از شعارهای نام گذاری شده برای سال های مختلف اقتصادی و البته در چند سال اخیر تمام آنها به موضوع اقتصاد و معیشت مربوط بوده است، اما باید میزان اجرایی شدن این شعارها که بر اساس ضرورت های جامعه تدوین شده را اندازه گیری، دلایل عدم توفیق در تحقق آن را شناسایی و از تکرار دلایل جلوگیری کرد. حتی در بسیاری از موارد، متأسفانه همیشه عکس این شعارها اجرا شده است. برای مثال، اگر شعار حذف موانع تولید مطرح بوده، این موانع در آن سال بیشتر

از همیشه بوده است. حمایت از تولید باید در قالب یک استراتژی مشخص تدوین شده و سازمان های مختلف نیز بر اساس این استراتژی عمل کنند تا در نهایت رشد و توسعه اقتصادی افزایش یافته و تورم هم کاهش پیدا کند، اما سیاست گذاری های کنونی چیزی جز هدر دادن منابع تولید، افزایش تورم و بدتر شدن شرایط تولید نبوده است. متأسفانه حمایت از تولید در موارد زیادی که بدون رعایت الزامات انجام شده، به رانت و فساد تبدیل شده و با بستن مسیر رقابت، تحمیل هزینه به مصرف کننده های و کاهش کیفیت را ایجاد کرده است. حمایت از تولید باید موضوعی زمان دار و نه همیشگی و منجر به امکان عرضه محصول در بازار پر رقیب بین المللی شود. متأسفانه دولت تماماً در حال تکرار اشتباهات گذشته است، در حالی که باید از او پرسید: در حال حاضر که تمام قوا با او همراه هستند، چه چیزی موجب عدم انجام تعهدات دولت شده و چرا شاهد بهبود شاخص های اقتصادی نیستیم؟ اگر قرار است، نظارت ها از سوی دولت تداوم داشته باشد، این نظارت نباید به معنی تعطیلی بخش خصوصی و یا هزینه تراشی برای آنها باشد. متأسفانه دولت ها از تجارب قبلی بهره گیری لازم رانمی کنند و ماسا هداصرار بر اشتباهات گذشته و تکرار آنها هستیم. ایجاد و حفظ ثبات اقتصادی، لازمه تولید و انتقال منابع از بخش غیر مولد به بخش مولد است. این ثبات مقررات چیزی جدای تحریم ها است. به نظر بنده، ثبات اقتصادی حتی از رفع تحریم هم مهمتر است، چرا که با وجود مشکلات بسیار زیاد تحریم و هزینه های ناشی از آن باز هم می توانیم مسیر هایی برای فعالیت اقتصادی بیابیم، ولی در شرایط عدم ثبات مقررات، امکان فعالیت از همه سلب می شود. البته این صحبت بنده، منافی لزوم تلاش جدی برای رفع تحریم ها نیست و این موضوع اهمیت بسیار زیادی دارد، اما ایجاد ثبات مقررات تماماً در اختیار خودمان و سیاست گذاران کشور است و در قدم اول می توانند این موضوع را برای فعالان اقتصادی تثبیت کنند و هزینه های تولید و اشتغال در کشور را کاهش دهند.

وسخن آخر...

یکی از ملزومات اساسی کشور، تدوین یک استراتژی منظم برای توسعه است که پایه و اساس آن اصل آمایش سرزمین می باشد که می توان آن را توسط اتاق بازرگانی و بخش خصوصی انجام داده و دولت ها نیز مقید به اجرای آن باشند. هر کس نیز که از اجرای آن تخلفی کرد، به مجازات سختی گرفتار شود. موضوع دیگر، رعایت اصل ثبات در سیاست گذاری ها است تا زمینه سرمایه گذاری سرمایه گذاران داخلی و خارجی را فراهم سازد و در این راستا شوراهای سیاست گذاری با مجموعه دبیران صنوف، خبرنگاران بخش های مختلف اقتصادی و کارشناسان مختلف احیاء شود و مسائل صنوف بررسی و راهکارهای آن ارائه گردد. هر چند مدتی است که این موضوع به وزارت صمت پیشنهاد شده، اما متأسفانه آنها حاضر به اجرای آن نیستند. مساله دیگر اینکه دولت باید مناسبات اقتصادی با دنیا را اصلاح کرده و بستر را برای ارتباط با کشورهای دیگر فراهم سازد، در غیر این صورت با سیاست های کشور کره شمالی نمی توان برای مردم احساس امنیت و آرامش اقتصادی ایجاد کرد. تدوین یک استراتژی جامع، ایجاد ثبات در مقررات و بهبود روابط اقتصادی و تجاری با جهان موضوعاتی است که باید مورد توجه جدی قرار گیرد. ■





ت ساز سے فا



در این بخش می خوانیم:

- اجرای موفق ۳ هزار پروژه در ۲۰ کشور دنیا
- واردات خودروهای دست دوم؛ کنترل بازار یا رانت جدید؟
- تأسیس مرجعی برای ارزیابی شرکتهای مشاوره ضرورت دارد

بنیان‌گذار و مدیر مارکتینگ سایت ساز SEE5.net

اجرای موفق ۳ هزار پروژه در ۲۰ کشور دنیا

عارف فغانی

امروزه طراحی سایت حرفه‌ای با امکانات کامل، یک موضوع بسیار مهم به شمار می‌رود و شما با سایت‌ساز سی‌فایو می‌توانید ظرف چند دقیقه، وب‌سایت یا فروشگاه اینترنتی خود را بسازید و کسب‌وکار خود را اینترنتی کنید. با سی‌فایو تاکنون بیش از ۲۳۰ هزار وب‌سایت ساخته شده و تلاش این مجموعه بر آن است تا بهترین کیفیت ممکن در پیاده‌سازی انواع وب‌سایت را با پلتفرم روان و فوق‌العاده حرفه‌ای بومی شده خود، در اختیار تمام صاحبان کسب‌وکار قرار دهد. رسول زارع، بنیان‌گذار و مدیر مارکتینگ سایت‌ساز سی‌فایو است که فعالیت تخصصی خود را از سال ۱۳۸۵ در زمینه طراحی سایت، طراحی رابط کاربری و تجربه کاربری UI&UX در مجموعه توسعه سامان مشهد شروع کرد و در سال ۱۳۹۱ به همراه برادر خود، سجاد زارع، مدیرعامل این مجموعه و مهندس علی‌اکبر کریمان، مجموعه «اسپاد» را راه‌اندازی کردند. شایان ذکر است، در طول سال‌های گذشته، نرم‌افزارهای متنوعی در اسپاد تولید شده که ۳ محصول به بلوغ و درآمدزایی رسیده و هم‌اکنون بیش از ۵۵ نفر در سی‌فایو مشغول به فعالیت هستند. مشروح مصاحبه با این مدیر جوان را می‌خوانیم.

مهمترین هدف ما، تبدیل شدن به بزرگ‌ترین سایت‌ساز و فروشگاه‌ساز در ایران است که خوشبختانه با تلاش‌های همکارانم در سی‌فایو توانستیم به بخش زیادی از این هدف دست یابیم. ما به دنبال این هستیم که با این ابزار به همه کسب‌وکارهای آنلاین کمک کنیم تا کسب‌وکار خود را با یک وب‌سایت خوب، آنلاین کنند. مهمترین مزیت بر خورنداری از وب‌سایت این است که شما نگرانی برای بلاک شدن یا فیلترینگ ندارید. در حال حاضر بالاترین تعداد سایت ساخته‌شده در کشور متعلق به سی‌فایو است و نزدیک‌ترین رقبای ما در مارکت سایت‌ساز، عده‌هایی نزدیک به ۱۶۰ تا ۱۸۰ هزار وب‌سایت را اعلام کرده‌اند، در حالی که با سی‌فایو تا امروز بیش از ۲۳۰ هزار سایت ساخته شده است. شایان ذکر است، در بخش محصول، ۲ سرویس هیجان‌انگیز و کاربردی را لانچ خواهیم کرد. همچنین رونمایی از سرویس ویژه سیوال که داشبوردهای موبایلی کار با فروشگاه‌های سی‌فایو است هم از جمله امکانات بی‌نظیر سال جاری است که انشاءالله تا ابتدای تابستان رونمایی می‌شود. مساله مهم دیگر، توجه ویژه‌تر به مشتریان فعلی و ارائه خدمات بیشتر به آنان است. پشتیبانی vip و کمک به افزایش فروش کاربران با تبلیغات گوگل ادز از جمله مسائلی است که امسال روی آن‌ها تمرکز ویژه‌ای داریم، چرا که تبلیغات گوگل به افزایش فروش مشتریان ما کمک خواهد کرد. موفقیت مادر گروهی موفقیت مشتریانمان است.

محدودیت‌های اینترنتی در سال گذشته، شما را با چه مشکلاتی مواجه کرد؟

در سال گذشته به دلیل بحران‌های اجتماعی و محدودیت اینترنت، این امکان وجود داشت که دچار آسیب جدی شویم. به یاد دارم که در مهر ماه ۱۴۰۱ به دلیل اعمال محدودیت‌های سنگین در اینترنت، شرایط به نحوی سخت شده بود که یکی از مهمترین کانال‌های جذب مشتری؛ یعنی گوگل را برای مدت ۱۰ روز از دست دادیم، اما به‌جز همان برهه یک‌ماهه که به‌مانند همه با شرایط سختی مواجه بودیم، نه تنها تعدیل نبر و نداشتیم، بلکه تعداد اعضای تیم از حدود ۴۵ نفر به بیش از ۵۵ نفر افزایش پیدا کرد و در میزان درآمد نیز رشد ۱۰۰ درصدی را تجربه کردیم. این موفقیت چیزی نبود، جز لطف خدا و تلاش‌های شبانه‌روزی همکارانم در بخش‌های مختلف سی‌فایو که از تمام آنان قدردانی می‌کنم.



در خصوص فعالیت‌های سایت‌ساز سی‌فایو توضیحاتی ارائه فرمایید.

سی‌فایو یک سایت‌ساز آنلاین است که به کاربر کمک می‌کند تا ظرف مدت کوتاه و با قیمت بسیار مقرون به‌صرفه یک سایت یا فروشگاه آنلاین برای خود راه‌اندازی کند. سی‌فایو همه آنچه که برای راه‌اندازی یک وب‌سایت خوب لازم است را به صورت یکپارچه و آماده در اختیار کاربر قرار می‌دهد. با سی‌فایو تا امروز بیش از ۲۳۰ هزار وب‌سایت راه‌اندازی شده و یکی از جذابیت‌های آن این است که در بیش از ۲۰ کشور دنیا مشتری دارد. البته باید به این نکته اشاره داشته باشم که محصول MVP سی‌فایو در سال ۱۳۹۴ تولید شد و تا سال ۱۳۹۸ عملاً به دلیل هماهنگ نبودن محصول با بازار و عدم استقبال کاربران ایرانی، این محصول رشد چندانی نداشت. در سال ۱۳۹۸ با رونق گرفتن فضای دیجیتال مارکتینگ، تبلیغات آنلاین را به شکل جدی شروع کردیم و این بار به لطف خدا ظرف مدت کوتاهی، رشد ۱۳۰۰ درصدی را تجربه کردیم. ناگفته نماند، سی‌فایو در شهریور ماه ۱۴۰۱ یک سایت‌ساز دانش بنیان شد.

در این مجموعه چه اهدافی را دنبال می‌کنید؟

۵۸

ما هفت ماهه دنیای سرمایه‌گذاری اردیبهشت ۱۴۰۲، شماره ۷۸

از زمان شروع به کار تا کنون، چه دستاوردهایی داشته‌اید؟

مهمترین دستاورد ما رشد ۱۳۰۰ درصدی در سال ۱۳۹۹ طی ۹ ماه بود که از همان زمان سی‌فایو از یک استارت‌آپ نوپا به یک کسب‌وکار بالغ تبدیل شد. در سال ۱۴۰۱ نیز رشد ۱۰۰ درصدی را تجربه کردیم و خدا را شاکریم که تمام این رشد، به صورت کاملاً بوت‌استرپ بدون جذب سرمایه شکل گرفته است. گستردگی مشتریان سی‌فایو در ۲۰ کشور دنیا و انجام بیش از ۳ هزار پروژه موفق در کارخانه ساخت سایت سی‌فایو از جمله موفقیت‌های چشمگیر مادر ۲ سال گذشته بوده است. از طرفی، صحبت و مشاوره مستقیم به بیش از ۱۵۰ هزار کاربر طی ۱۸ ماه گذشته که با مرکز تماس و کال سنتر سی‌فایو در ارتباط بودند هم یکی از دستاوردهای جذاب و شیرین ما در سی‌فایو است. تعداد مشتریان فعال سی‌فایو مضربی از هزار است. علاوه بر این، ما میزبان برندهای بزرگی همچون پگاه، ایران خودرو، کفش ملی، لوازم خانگی آزما، پتروشیمی شیخ بهایی و صدها کسب‌وکار خرد و کلان دیگر بودیم و هستیم که این موضوع، نشان‌دهنده کیفیت محصول و پشتیبانی سی‌فایو است. در گذشته، یکی از ضعف‌های سی‌فایو، نداشتن پلنی بعد از راه‌اندازی وب‌سایت بود؛ یعنی کاربر بعد از ساخت محیط مورد نظر نمی‌توانست به درآمذایی برسد، بر همین اساس مادر سی‌فایو طی ۶ ماه گذشته بخشی از راه‌اندازی کردیم که بعد از ساخت وب‌سایت، کاربر می‌تواند کمپین‌های تبلیغاتی خود را به سرعت راه‌اندازی کند.

سایت‌سازی سی‌فایو چه ویژگی‌های منحصر به فردی دارد؟

مهمترین ویژگی سی‌فایو در محصول این است که کاربر خود را محدود نمی‌کند. سایت‌سازهای خوب و سریعی وجود دارند، اما کاربر خود را محدود می‌کنند و کاربر، امکان توسعه را ندارد و این موضوع ممکن است که کسب‌وکار را با چالش‌های زیادی مواجه کند؛ ولی در سی‌فایو به دلیل استفاده از وردپرس امن و بهینه شده، کاربر بدون دغدغه می‌تواند وب‌سایت خود را در مراحل بعدی توسعه دهد. مادر سی‌فایو ابزاری را در اختیار داریم که یک آنلاین شاپ اینستاگرامی بدون نیاز به لپ‌تاپ یا کامپیوتر، صرفاً با وارد کردن آی‌دی پیج در سی‌فایو، می‌تواند با محتوای پیج اینستاگرام خود یک فروشگاه آنلاین حرفه‌ای بسازد و همان فروشگاه را با گوشی موبایل مدیریت کند. یکی دیگر از ویژگی‌های منحصر به فرد سی‌فایو، ایجاد خط تولید طراحی سایت است که ما به آن کارخانه ساخت سایت می‌گوییم. در این کارخانه، محتوای ۵ صفحه اصلی یا بارگذاری محصولات فروشگاه کاربرانی که خودشان وقت و فرصت محتوای و کار با سایت را ندارند از طرف چند روز به صورت کامل انجام می‌دهیم. در این خط تولید وب‌سایت کاربر به صورت کامل با محتوای مورد نظرشان پیاده‌سازی می‌شود که به شدت مورد استقبال کاربران قرار گرفته است. از سوی دیگر، وبینارهای آموزشی آنلاین، سرویس چت آنلاین اختصاصی، سرویس مرکز تماس، داشبورد پنل مدیریت با موبایل و اتصال به نرم‌افزارهای حسابداری، از جمله امکاناتی است که بر روی آن‌ها تنها در سی‌فایو قابل دسترسی است.

تا چه اندازه استفاده از وب‌سایت را ضروری می‌دانید؟

امروز داشتن یک وب‌سایت، ضرورتی انکارناپذیر است. همه شاهد آن بودیم که ابزارهای خوبی مثل اینستاگرام و سایر شبکه‌های اجتماعی، آن‌چنان که باید پایداری لازم را نداشته‌اند و هر لحظه ممکن است که بلاک، فیلتر یا محدود شوند؛ بنابراین یک کسب‌وکار باید وب‌سایت مستقل خود را داشته باشد و از شبکه‌های اجتماعی برای ارتباط با کاربران خود استفاده کند. به قول ما «در زمین دیگران خانه مساز». از طرفی، در دنیا دیگر برای ساخت یک وب‌سایت به شرکت‌های طراحی سایت مراجعه نمی‌کنند. مراجعه به یک شرکت طراحی سایت برای راه‌اندازی یک وب‌سایت، مثل این است که برای تماشای یک فیلم، به دنبال سی‌دی آن در ویدیو کلوپ‌های قدیمی بگردیم. همه می‌دانیم که سرویس‌های نمایش فیلم آنلاین مثل فیلیمو و...

چقدر کار را متنوع‌تر، سریع‌تر و ارزان‌تر کرده است. سایت‌سازها هم به همین شکل به کاربر کمک می‌کنند تا فرآیند ساخت وب‌سایت را به سرعت پشت سر گذاشته و خیلی سریع کسب‌وکار خود را آنلاین کنند؛ فقط کافی است که کاربر، فروشگاه اینترنتی خود را با یک سایت‌ساز بسازد. حالا از طریق سی‌فایو یا هر سایت‌ساز دیگری و بعد از بارگذاری محصولات در سایت ترب و ایمالز آن را معرفی کند. بعد از این مرحله، فروش آنلاین کاربر شروع می‌شود. به همین سرعت هر کاربری می‌تواند فروشگاه اینترنتی پول‌ساز داشته باشد.

چه نظری در خصوص طراحی سایت با سی‌فایو دارید؟

این موضوع در دنیا کاملاً جا افتاده و افراد شرکت‌های دیگر ماه‌ها وقت از شمند خود را صرف طراحی سایت نمی‌کنند، چرا که با سایت‌سازها می‌توانند با کیفیت بهتر و ظرف چند ساعت یا نهایت چند روز با قیمتی بسیار ناچیز یک وب‌سایت خوب راه‌اندازی کنند. البته وب‌سایتی که توسط سایت‌ساز ساخته می‌شود، به دلیل قدرت بالا، کیفیت و پایداری بالاتری را ارائه کرده و تیم پشتیبانی آن همیشه در دسترس است. سایت‌سازهای بزرگی مانند وی‌کس و سکور اسپیس در دنیا فعالیت می‌کنند. به عنوان مثال، توسط بزرگ‌ترین سایت‌ساز دنیا؛ یعنی وی‌کس بیش از ۲۳۰ میلیون سایت ساخته شده است. هم‌اکنون روزانه حدود ۴۹ هزار سایت با این سرویس ساخته می‌شود که این موضوع، نشان‌دهنده اقبال عمومی کاربران دنیا به سمت سایت‌سازها است.

شرایط سرمایه‌گذاری در سایت‌سازها را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در حال حاضر سرمایه‌گذاری خوبی در دنیا روی سایت‌سازها صورت گرفته، اما در ایران به تازگی صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر، تاحدودی به این بخش اقبال پیدا کردند، به طوری که چند پیشنهاد هم به سی‌فایو ارائه شده که در حال بررسی آن‌ها هستیم. موضوع مهم در این حوزه ورود ایکامرز دنیا به نسل جدید؛ یعنی دیجیتالی‌سازی کامرز ۴ است که با کمی جست‌وجو به وسعت این بازار پی خواهید برد. بر اساس اعلام سایت معتبر crunchbase، در سایت‌ساز SquareSpace مبلغی بالغ بر ۵۷۸ میلیون دلار سرمایه‌گذاری صورت گرفته که ۳۰۰ میلیون دلار آن در سال ۲۰۲۱ میلادی همزمان با کرونا بوده است. همچنین GoDaddy، مبلغ ۸۰۰ میلیون دلار، شایفای ۱۲۲ میلیون دلار و وی‌کس ۵۸ میلیون دلار در این زمینه سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

برای پایداری در این بازار، چه اقداماتی را انجام داده‌اید؟

نوآوری و تمرکز، رمز موفقیت مادر سی‌فایو است. تمرکز در نوآوری و ارتقاء کیفی محصول، تمرکز در بازار پای و مارکتینگ، توجه به نیازهای مشتری و سیستم‌سازی در بخش‌های مختلف کسب‌وکار از مهمترین مسائلی است که ما همچنان به آن‌ها توجه ویژه داریم. اگرچه طراحی وب‌سایت یک کسب‌وکار سخت و غیرمقیاس‌پذیر است، اما همین طراحی سایت وقتی با نگاه مقیاس‌پذیر، به یک سایت‌ساز تبدیل می‌شود، می‌توان با آن میزبان صدها هزار کاربر بود؛ چیزی که مادر سی‌فایو بعد از سال‌ها تلاش به آن دست پیدا کردیم. به اعتقاد بنده، علت اصلی نتیجه نگرفتن تیم‌ها، توجه به حواشی است. حالا این حاشیه، گاهی شرایط اجتماعی ناراحت‌کننده کشور و گاهی هم مسائل داخلی یک شرکت است. یکی از مسائلی که منجر به موفقیت تیم مادر سال ۱۴۰۱ شد، توجه ویژه مدیرعامل سی‌فایو، روی همین موضوع بود که به رغم فضای عمومی کشور با مراقبت جدی، تیم را در شرایط عالی حفظ کردند.

وسخن آخر...

امیدواریم که امسال طبق برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده و همچنین همراهی تیم خوبمان، به اهدافمان دست یابیم و این روند رشد ادامه داشته باشد. از همه خوانندگان این نشریه تقاضا می‌کنم که یک بار وارد سایت see5.net شوند و در صورت تمایل به ساخت وب‌سایت، پاسی‌فایو تماس بگیرند. ما با افتخار تخفیف ویژه‌ای را برای شما در نظر می‌گیریم. ■

در حال حاضر
سرمایه‌گذاری
خوبی در دنیا روی
سایت‌سازها
صورت گرفته، اما
در ایران به تازگی
صندوق‌های
سرمایه‌گذاری
خطرپذیر،
تاحدودی به این
بخش اقبال پیدا
کردند

مدیر مجموعه دماوند مارکتینگ

تاسیس مرجعی برای ارزیابی شرکت‌های مشاوره ضرورت دارد

ثمانه نادری

مصطفی احمدی مروت، متولد تیرماه ۱۳۶۲ و فارغ‌التحصیل کارشناسی IT و دارای ارشد مدیریت اجرایی و DBA مارکتینگ از دانشگاه تهران است. اولین تجربه کاری وی، ویزیتوری برای یک مرکز دارویی در حوزه هومیوپاتی بود و بعد از ۶ ماه ویزیتوری لوازم آرایشی، پس از قبولی در دانشگاه، ابتدا به مدت ۶ ماه به صورت پاره‌وقت در واحد بازرگانی یکی از دو مجموعه بزرگ پخش لوازم آبی تی در شرق کشور مشغول به فعالیت بود. پس از آن به عنوان کارشناس IT در اداره بهزیستی مشهد مشغول به کار شد و سپس تا رده مدیریتی ارتقاء پیدا کرد. البته در همین حال با تاسیس مجموعه توسعه ارتباطات کویر پاژ در زمینه طراحی سایت و سئو فعالیت‌های ویژه‌ای داشت و با بیش از ۱۰۰ مشتری حرفه‌ای خرد و کلان در کشور در ارتباط بود؛ اما پس از مدتی طولانی (حدود ۸ سال) کار و فعالیت در این حوزه را کنار گذاشت و از سال ۱۳۹۰ وارد تیم بازاریابی گلدیران - الجی شد و به مدت ۱۰ سال در رده‌های مختلف تا مدیریت تیم بازاریابی شرق کشور فعالیت کرد. به گفته خود او، تجربه بیش از ۱۷ سال فعالیت در حوزه‌های مختلف بازار تا مدیریت سازمان‌های دولتی و سپس فعالیت‌های مدیریتی در شرکتی در سطح اول جهانی، آموزه‌های فراوانی برایش داشت که سرآغاز ایجاد مجموعه «مشاوره بازاریابی و فروش دماوند مارکتینگ» شد. حال برای آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این مجموعه، گفت‌وگویی با احمدی مروت انجام داده‌ایم که ماحصل آن را می‌خوانیم.

که ضمن درگیر شدن باریزترین جزئیات تا کلان‌ترین استراتژی‌های مجموعه، توانایی تحلیل روش‌های بهینه در هر دو حوزه بازاریابی را داشته باشند. در این بخش، مجموعه دماوند مارکتینگ سعی می‌کند تا ضمن قرارگیری در لایه‌های ارشد تصمیم‌ساز مجموعه به عنوان مشاور و درگیر شدن با کسب و کار، بتواند رویکردی تأثیرگذار و البته تصمیماتی بر اساس درک سازمان و بیزینس مجموعه و مشتریان هدف آن داشته باشد.

برای دستیابی به اهداف خود، بیشتر به چه مسائلی تمرکز دارید؟

شعار مجموعه ما، پیش به سوی قله فروش است. این عبارت در کنار هدف‌گذاری هوشمندی که اشاره به رشد فروش دارد و استفاده از عباراتی چون قله که وام‌گرفته از دماوند استوار ایران زمین است، در پس خود اشاره‌ای ظریف به «پیش روی» دارد. معتقدیم، همچون کوهنوردی که با عزم راسخ برای رسیدن به قله، برای شروع و در حین و افق غایی خود، برنامه‌ریزی می‌کند، پیش روی بیزینس‌ها نیز جز با برنامه بلندمدت، اصلاح زیرساخت‌های منابع انسانی، فرهنگ سازمانی، تیم‌های بازاریابی و فروش و سپس حرکتی آرام و پیوسته ممکن نیست. اعتقاد ما بر این است که بازاریابی و فروش، حلقه آخر زنجیره‌ای از فعالیت‌های حیاتی و کلیدی است که ابتدا باید در اصلاح امور آن‌ها تلاش کرد.

مجموعه دماوند مارکتینگ از چه ویژگی‌هایی برخوردار است؟

برخلاف بسیاری از شرکت‌های مشاور مدیریت، چند سیاست اصلی را چراغ راه خود قرار داده‌ایم. همکاری ما با مجموعه‌ها صرفاً به صورت بلندمدت و حداقل یک‌ساله است و از پذیرش پروژه‌های کوتاه‌مدت خودداری می‌کنیم. به عنوان یک مجموعه مشاور، عهد بسته‌ایم تا به



در خصوص اهمیت فعالیت مجموعه دماوند مارکتینگ توضیح دهید.

فعالیت چندین ساله در حوزه بازاریابی و فروش شرکت‌های مختلف، ما را متوجه نکته‌ای اساسی کرد. بسیاری از شرکت‌های تبلیغاتی و اجرایی صرفاً مجری می‌باشند و در تصمیم‌گیری‌های کلان یک مجموعه درگیر نیستند، بلکه صرفاً بر اساس سفارش کار فرما، پروژه‌ای را تعریف و پیاده‌سازی می‌کنند. از سوی دیگر، بسیاری از شرکت‌های کنونی در بازار تبلیغات ایران، صرفاً در یکی از حوزه‌های مارکتینگ برون‌گرا (Outbound Marketing) یا مارکتینگ درون‌گرا (Inbound Marketing) تخصص دارند و اکثراً تأثیرگذاری روش و متدهای دیگری را خطئه می‌کنند. چالش اساسی از همین دو مورد آغاز می‌شود. مدیران ارشد کسب و کارهای تجاری صرفاً به دنبال مجری نیستند، بلکه برای آنان، مجموعه و تفکراتی الزامی است



۶۰

ما هنامه دنیای سرمایه‌گذاری
اردیبهشت ۱۴۰۲ • شماره ۷۸



باقی مانده است. فارغ از نبود فرهنگ مشاوره، عملکرد ضعیف برخی از شرکت‌های مشاوره نیز در طول سالیان گذشته مزید بر علت است. از نظر ما، شرکت مشاور ایده‌آل آن است که ضمن برخورداری از عواملی همچون تیم‌های متخصص و کارآمد و داشتن تجربه‌های اجرایی سودمند، حتماً در انتخاب مشتریان هدف خود گزیده عمل کند و از اجرای پروژه‌های کوتاه‌مدت خودداری نماید. علاوه بر این، در سالیان اخیر، میزان استقبال صاحبان کسب و کار از مقوله داشتن مشاورین مدیریت یا مشاورین بازاریابی و فروش و... بسیار رشد کرده و بهبود داشته است؛ اما به نظر می‌رسد، کماکان به علت عدم وجود نهادی به عنوان مرجع در این حوزه برای گردآوری و ارزیابی و گردبندی شرکت‌های مشاور، کمی اوضاع بی‌سر و سامان است و هنوز تا پذیرش الزام وجود یک مشاور ارشد در کنار مدیران عامل سازمان‌های متوسط و کلان، فاصله زیادی داریم.

وسخن آخر...

بسیاری از کسب و کارها در نقطه‌ای از مسیر خود با مسائلی مواجه می‌شوند که شاید مدیران، توانایی حل آن مساله را ندارند. زمانی که یک کسب و کار قصد ایجاد تغییرات یا بهبود شرایط را داشته باشد و تیم اجرایی توانایی پیشبرد همزمان با روند روتین و تغییرات را نداشته باشد، به سراغ مشاورین مدیریت می‌آیند. این افراد علاوه بر ارائه راهکار مناسب در پیشبرد و انجام راهکار تارسیدن به هدف در کنارشان هستند. پس فقط هرگاه به «پذیرش» نیاز به مشاور رسیدید، در هر کجای ایران زمین که هستید، دماوند مارکتینگ در کنار شماست. ■

هیچ وجه مجیزگوی موسسان و مدیران ارشد مجموعه نباشیم و به شدت روی تصمیم‌هایی که بر اساس داده‌های درست استوار باشد، پافشاری می‌کنیم و مشتاق به بحث و جدل‌های تاثیرگذار و هدفمند با تمام مدیران و اعضای تیم‌های کارفرمای محترم هستیم. معتقدیم که «اگر همچون همیشه اقدام کنید، بهتر از آنچه تاکنون بوده‌اید، نخواهید شد.» به عنوان یک تیم مشاور مدیریت، به رغم اعتقاد راسخ به مفهوم پوست در بازی (Skin In The Game) به هیچ وجه وارد اجرا نخواهیم شد. ما تیم مشاور مدیران ارشد در تصمیم سازی و نظارت بر اجرای درست تصمیمات اخذ شده هستیم و ورود به فاز اجرا، عملاً با نظارت بر عملکرد تیم‌های اجرا، دارای تناقض شدید می‌باشد.

وجود مجموعه‌های مشاور مدیریت چه ضرورتی دارد؟

پاسخ به این سوال شاید تا چند سال قبل کمی مشکل بود، اما امروزه این سوال را اگر از هر مدیر ارشد سازمانی پرسید، احتمالاً برای حل چنین چالش‌هایی نیازمند مشاورانی در خصوص تهیه برنامه استراتژیک، بهبود فرآیندهای کسب و کار، مدیریت تحول، توسعه رهبری سازمانی و توسعه فرآیندهای بازاریابی و فروش باشند که البته باید به این موارد، توجه ویژه‌ای داشت.

هم‌اکنون مهمترین چالش کسب و کارها چیست؟

در حال حاضر و بعد از سال‌ها تجربه، معتقدیم که مهمترین مساله «پذیرش» است. از نگاه ما، رشد و ایجاد تغییرات اساسی و اصولی و بهبود، فقط در سایه پذیرش سازمان قابل دستیابی است و این نیز فقط و فقط از گذر «پذیرش و همراهی شخص یا اشخاص مدیران ارشد سازمان» به دست می‌آید. با توجه به طولانی بودن مسیر بهبود و نیاز مبرم به صبر و همچنین جلوگیری از اجرای تصمیم‌های هیجانی، تاثیر شگرف مشاوره‌های مدیریت، بازاریابی و فروش، زمانی محقق می‌شود که فعل خواستن از هیات مدیره سازمان در بدنه سازمان جاری و ساری شود.

سازمان‌ها تا چه اندازه به فرهنگ مشاوره توجه دارند؟

واقعیت آن است که فرهنگ مشاوره و به ویژه مشاوره کسب و کار، به رغم رشد فزاینده در میان سازمان‌های خصوصی و خصولتی، کماکان مهجور

واقعیت آن
است که فرهنگ
مشاوره و به
ویژه مشاوره
کسب و کار، به رغم
رشد فزاینده در
میان سازمان‌های
خصوصی و
خصولتی، کماکان
مهجور باقی مانده
است



واردات خودروهای دست دوم کنترل بازار یا رانت جدید؟

مهندس حسن کریمی سنجری
مدیر ارشد صنعت خودرو

در اقتصاد کشور که منجر به ایجاد حباب قیمتی در خودرو می‌شود، واردات خودرو را به هدف تنظیم بازار در اولویت قرار داده و تسریع نماید؛ از آن رو وظیفه ذاتی وزارت صمت ایجاد می‌کند که به امید احتمال رخدادهای آینده، بازار را به حال خود رها نکرده و برای مسیرهای برنامه‌ریزی شده، راهکارهای موافق و پوششی طراحی نماید که از جمله این وظایف ذاتی، تنظیم‌گری بازار است. طبیعی است، وزارت صمت باید تعداد متقاضیان خودرو در کشور را تخمین زده و با اولویت دادن به تولید داخل، مازاد نیاز بازار را از طریق واردات تامین کند. البته تنظیم‌گری در بازار، نافی توجه به اصلاح ساختاری صنعت و بازار نیست، اما قطعا به عنوان یک اقدام اصلاحی می‌تواند، رشد افسار گسیخته و حبابی قیمت را در بازار مهار کند.

واردات از طریق خودروهای دست دوم یا نو

اینکه وزارت صمت باید برای تنظیم بازار خودرو، واردات را تسریع کند، کاملاً بدیهی است، اما در اینکه واردات خودروهای دست دوم ۲ تا ۵ سال کار کرد، آن هم در سگمنت سواری نسبت به واردات خودروهای صفر کیلومتر برتری دارد یا خیر، موضوعی است که باید در آن تعمق کرد. برای بررسی این موضوع باید به چند نکته توجه شود. نخست آنکه؛ آیا در واردات خودروی نو، محدودیتی وجود دارد که دولت به سراغ واردات خودروهای دست دوم رفته است؟ دوم آنکه؛ آیا واردات خودروی دست دوم به لحاظ کیفی و خدمات پس از فروش به‌ویژه در بلندمدت، می‌تواند با شرایط کشور سازگاری داشته باشد؟ سومین نکته نیز به موضوع ساختار موتور از نظر استانداردهای زیست محیطی و نوع سوخت مصرفی خودروهای دست دوم مربوط است که آیا زیرساخت‌های داخلی با ساختار چنین خودروهایی سازگاری دارد؟ این موضوع از آن نظر قابل عمل است که خودروهای دست دوم بخشی از میراثی خود را در مناطقی با سوخت و هوای متفاوت سپری کرده‌اند؛ لذا انتقال آن‌ها به کشور آن هم با وجود محدودیتی که در تامین سوخت با استاندارد مناسب وجود دارد، قابل بررسی است. چهارمین نکته به بررسی آثار واردات این نوع خودروها در جهت گیری مسیر توسعه صنعت خودروی کشور بازمی‌گردد. پنجمین مورد هم، به نحوه واردات این خودروها و تقاضاهای جدیدی که از این طریق برای خریدار ایجاد می‌شود و طبیعتاً افزایش قیمتی که در نرخ ارز ایجاد می‌شود مربوط می‌شود که موضوع مهمی است و باید پیش از تصویب این طرح بدان توجه شود.



بررسی روی داده‌های تولید خودرو در کشور نشان می‌دهد که روند کاهشی تولید خودروی سواری در خلال سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰ در مقایسه با تولید ۱/۴ میلیون دستگاه خودروی سواری در سال ۱۳۹۶ در کنار ممنوعیت مطلق واردات خودرو باعث شد که بخشی از نیاز بازار به خودرو طی این سال‌ها بدون پاسخ رها شده و مجموع نیازهای پاسخ داده نشده هر سال، به سال بعد سرریز شود، به طوری که در سال ۱۴۰۱ بازار با انبوهی از تقاضاهای سرریز شده در کنار نیاز معمول سالانه به خودرو مواجه شد. در واقع با وجود کاهش قدرت خرید مردم به دلیل تورم‌های پی‌درپی سال‌های اخیر، به دلیل سرمایه‌ای شدن خودرو، کماکان تعداد تقاضا در جامعه فراتر از میزان عرضه آن به بازار است. به عبارت دیگر؛ با وجود افزایش چشمگیر تولید خودرو در سال ۱۴۰۱ و همچنین کاهش تقاضا به دلیل افت قدرت خرید مردم، عطش بازار برای خرید، کماکان وجود دارد و این نشان دهنده آن است که فاصله میان تعداد عرضه و تقاضا در بازار آن چنان بوده که حتی افزایش قابل توجه تولید خودروهای سواری در سال گذشته هم نتوانسته این فاصله را پوشش دهد. بر این اساس، با فرض تحقق کامل برنامه پیش‌بینی شده تولید ۱/۵ میلیون دستگاه در سال جاری، به نظر می‌رسد که شکاف میان عرضه و تقاضای خودرو در بازار هم چنان زیاد است، به گونه‌ای که وزارت صمت باید برای کنترل بهتر بازار و جلوگیری از افزایش نرخ تورم خودرو، بیش از تورم عمومی موجود

قیمت بالای خودروی صفر کیلومتر مهمترین محدودیت واردات

یکی از مهمترین شروط واردات خودرو که سیاست گذار در دولت سیزدهم بدان توجه کرده، اقتصادی بودن آن به مفهوم خودروهایی با قیمت زیر ۲۰ هزار دلار و با ترجیح خودروهایی در حدود ۱۰ هزار دلار است. با دلار حدود ۳۰ هزار تومان طبیعتاً می‌شود، امیدوار به واردات خودروهایی بود که قیمت داخلی آن زیر یک میلیارد تومان باشد. اگر چه این رقم نیز در مقایسه با قدرت خرید عموم مردم، اقتصادی و ارزان محسوب نمی‌شود، اما به هر حال می‌توانست فشار بخشی از نیاز کشور به خودرو را از روی خودروسازان داخلی بردارد، ولی افزایش شدید نرخ ارز و تغییر مسیر آن به سطوح قیمتی بالای ۵۰ هزار تومان باعث شد که هدف گذاری دولت در واردات خودروهای اقتصادی در عمل بی‌اثر شود. این شاید مهمترین دلیل تغییر رویکرد دولت به واردات خودروهای دست دوم به جای نو باشد، اما واردات خودروی دست دوم تحت عنوان کالای همراه مسافر، به گونه‌ای که در لایحه تقدیمی به مجلس مطرح شده، طبیعتاً به قدری جذاب خواهد بود که تقاضا برای ارز در بازار را به شدت افزایش خواهد داد که در آن صورت، هدف گذاری طرح برای کاهش قیمت خودرو از طریق افزایش نرخ ارز بی‌اثر می‌شود. این تصور که استفاده از ارز با منشأ خارجی، فشاری را متوجه تقاضای ارز در کف بازار نمی‌کند، غلط است؛ چرا که مطمئناً بخش زیادی از ارز به اسم منشأ خارجی از طریق بازار داخل تأمین خواهد شد، به طوری که فشار این تقاضا می‌تواند رکورد جدیدی از نرخ ارز در بازار غیر رسمی را رقم بزند. به نظر می‌رسد، ارائه این طرح از سوی وزارت صمت نیز اقدام عجولانه‌ای بوده که می‌توان آن را یک اقدام واکنشی در مقابل استیضاح وزیر صمت تلقی کرد.

سطح خدمات پس از فروش و آثار زیست محیطی خودروهای دست دوم

صرف نظر از طبقات مالی این اقدام و در صورت تصویب طرح، سیاست گذار باید نسبت به انتخاب خودروهایی با حداکثر تناسب زیست محیطی و خدمات قابل ارائه پس از فروش در کشور توجه نماید. در واقع در انتخاب نوع برند و مدل خودروهای دست دوم وارداتی این مهم است که آن دسته از خودروهایی مجوز ورود پیدا کنند که استفاده از آن‌ها در کشور مسبوق به سابقه باشد و زیر ساخت ارائه خدمات تعمیراتی به آن‌ها پیش از این در کشور مهیا شده باشد، در حالی که در طرح پیشنهادی این موضوع نادیده گرفته شده است. علاوه بر این، در بررسی‌های کیفی باید به پرونده تعمیراتی هر خودرو توجه شود، چرا که سابقه واردات خودروهای تجاری دست دوم نشان می‌دهد، برخی از این خودروها متأسفانه با مدل و کارکرد کیلومتری خود تناسب نداشتند. در واقع صدور مجوز واردات خودروهای دست دوم به کشور نباید اقدامی باشد برای نوسازی خودروهای فرسوده در کشورهایی که این نوع خودروها پیش از این در آنجا تردد می‌کردند. مجلس و سیاست گذار در این خصوص باید به این موضوع توجه کنند که واردات خودروهای دست دوم برای دلالت‌ها آن قدر جذاب است که حتماً

منجر به شکل‌گیری تشکیلات سازمان یافته‌ای می‌شود که از آن طریق خودروهای تصادفی بازسازی شده و یا خودروهایی که قطعات اصلی آن با قطعات مستعمل از رده خارج شده جابه‌جا شده و حتی خودروهایی که مایل کیلومتر شمار با کارکرد واقعی آن‌ها تطابق ندارد، به کشور وارد می‌شوند. قطعاً این توانایی در چنین تشکیلات ساختار یافته‌ای وجود دارد که خودروهایی را وارد کشور کنند که سال تولید و میزان کارکرد آن‌ها با آنچه اظهار می‌شود، تفاوت داشته باشد و برای این کار حتی اسناد خودروها را نیز دست کاری می‌کنند. قرار نیست به بهانه ارزانی، تفاله‌های تقلبی خارجی‌ها را به خورد مردم با شرف ایران بدهیم.

اثر واردات خودروهای دست دوم روی شرکت‌های خودروساز داخلی

در حال حاضر فروش شرکت‌های داخلی تحت تأثیر قیمت گذاری دستوری از حجم بازار و میزان تقاضا پذیرد ندارد، چرا که اختلاف قیمت فاحش بین کارخانه و بازار در کنار تورم موجود در اقتصاد کشور که خودرو را به عنوان یک دارایی ثابت تبدیل به کالایی سرمایه‌ای کرده، باعث شده که مردم صرف نظر از آنکه به خودرو نیاز داشته باشند، همواره متقاضی خرید خودرو به نرخ کارخانه‌ای باشند؛ بنابراین واردات خودروهای دست دوم نمی‌تواند بازار شرکت‌های داخلی را محدود کند؛ اما اگر تناسب واردات در مقایسه با نیاز موجود بازار را رعایت نشود، به طوری که تعداد خودروهای وارداتی باعث رکود تقاضا در بازار شود، قطعاً در میان مدت می‌تواند فشار در خواست روی خودروهای داخلی را کاهش دهد و در آن صورت افت تقاضا می‌تواند باعث کاهش قیمت‌های فعلی خودرو در کارخانه هم بشود.

نتیجه‌گیری

با وجود فاصله معنادار میان تولید و تقاضای خودرو در کشور، واردات مطابق وظیفه تنظیم‌گری وزارت صمت امری حیاتی است. با توجه به افت شدید ارزش پایه پولی کشور، طبیعتاً واردات خودروهای صفر کیلومتر نمی‌تواند نیاز بخش زیادی از مردم و مصرف‌کنندگان را تأمین کند، زیرا به دلیل شدت گرفتن اختلاف دلار و ریال دیگر نمی‌توان به خودروهای وارداتی زیر ۲۰ هزار دلار و حتی حول و حوش ۱۰ هزار دلار مانند گذشته مفهوم اقتصادی را اطلاق کرد؛ بنابراین به نظر می‌رسد، واردات خودروهای دست دوم مشروط به رعایت الزامات کیفی و استاندارد متناسب با شرایط فعلی کشور و نیز با تعداد کنترل شده برابر با نیاز داخل، در کوتاه مدت و تازمانی که تولید داخل لااقل به لحاظ تعدادی بتواند نیاز داخل را تأمین کند، نسخه مورد تاییدی است که با این وجود توصیه نمی‌شود، چرا که تجربه نشان داده، معمولاً در پس طرح‌های این چنینی که به صورت شتاب زده و به بهانه کنترل بازار تنظیم می‌شود، بیش از آنکه دغدغه مردم وجود داشته باشد، سودهای بادآورده رانتی نهفته است که هدف سیاست گذار از طراحی آن را مخدوش می‌کند. ■

واردات خودروهای دست دوم مشروط به رعایت الزامات کیفی و استاندارد متناسب با شرایط فعلی کشور و نیز با تعداد کنترل شده برابر با نیاز داخل، در کوتاه مدت و تازمانی که تولید داخل لااقل به لحاظ تعدادی بتواند نیاز داخل را تأمین کند

نیاز حوزه گردشگری به برنامه‌ریزی و مدیریتی کارآمد

مریم نادری
مدرس دانشگاه

گوناگون است. از زمانی که بازدیدکنندگان وارد مقصد می‌شوند تا زمانی که مقصد را ترک می‌کنند، کیفیت تجربه آن‌ها از خدمات و تجارب بسیاری تاثیر می‌پذیرد که شامل گستره‌هایی از خدمات بخش عمومی و خصوصی، تعاملات جامعه، محیط و میهمان‌نوازی است. ایجاد ارزش برای یک مقصد، به همکاری سازمان‌های متعددی که به عنوان یک واحد با هم کار می‌کنند، بستگی دارد. مدیریت مقصد، اتحادی از همه این بخش‌های مختلف را ایجاد می‌کند تا برای هدفی مشترک که همان کارایی و یکپارچگی مقصد در زمان حال و آینده است، تلاش کنند.

امروزه صنعت گردشگری با توجه به اثرگذاری بالا در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی، کالبدی و سیاسی بر جوامع، به عنوان یکی از مهمترین عوامل و ابزارهای توسعه همه‌جانبه در سطح جهان مطرح شده و به طور گسترده‌ای به عنوان یک فعالیت اقتصادی قابل توجه که دارای موقعیت پیشرو در اقتصاد جهان شناخته شده است، می‌تواند نقش مهمی برای توسعه پایدار داشته باشد. شناخت دقیق و تحلیل علمی این پدیده، می‌تواند چارچوب مطمئنی را برای برنامه‌ریزی صنعت گردشگری فراهم آورد. توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته و بسیاری از کشورها به طور فزاینده به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود، باید ابتکار عمل به خرج دهند و در صدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند. بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه، از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. پیش‌بینی روند گردشگری در کشور برای همه نهادهای مرتبط با گردشگری و به خصوص برای بخش دولتی که مسئولیت ایجاد زیرساخت‌ها و تسهیلات مورد نیاز آینده را عهده‌دار است، ضرورتی راهبردی به شمار می‌رود. در این راستا حوزه گردشگری در صورت برنامه‌ریزی و مدیریتی کارآمد، قادر خواهد بود تا منافع مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فراوانی را برای ذی‌نفعان فراهم کند.

استفاده از سناریوی گردشگری؛ ابزار ارزشمندی را برای آزمایش خطمشی، توسعه استراتژی و نوآوری این صنعت در کشور فراهم می‌آورد. بی‌شک کسب جایگاهی شایسته در بخش گردشگری، نیازمند کشف و شناسایی پیش‌دستانه رویدادهای آینده این بازار است؛ بنابراین مهمترین مساله در میدان رقابت روبه‌رشد گردشگری، کسب بینش در مورد عدم قطعیت‌ها و شناخت آینده‌های بدیل و سپس جداسازی اولویت فعالیت‌ها به همراه تحلیلی از فرصت‌ها و چالش‌های عوامل درگیر می‌باشد. ■



ایران کشوری با جاذبه‌های فراوان است. غنای جاذبه‌ها در کشورمان موجب شده که آن را جهانی در یک مرز بنامند. جاذبه‌های ایران آن قدر متنوع است که تقریباً برای هر سلیقه‌ای، انگیزه سفر به این کشور را به وجود می‌آورد. پتانسیل‌های گردشگری بیش از هر چیز به سرمایه‌های جغرافیایی، کیفیت مناظر طبیعی و آثار تاریخی و فرهنگی بستگی دارد. صنعت توریسم (گردشگری) از گزینه‌های مناسبی است که پتانسیل بالای اقلیمی، فرهنگی و تاریخی کشورمان، برنامه‌ریزی و توجه به آن را ضروری کرده و می‌توان به عنوان یکی از توانمندی‌های مهم ارزشمند از آن در جهت توسعه‌های پایدار استفاده کرد. به نظر می‌رسد، گردشگری نقش مهمی را در کالایی شدن و به عبارت بهتر، تبدیل فرهنگ به محصول بر عهده دارد. این بخش یکی از مهمترین فعالیت‌های اقتصادی در دنیاست که در سال‌های اخیر بارشده سریع بین‌المللی مواجه بوده و از سه ویژگی اصلی برخوردار است. نخست اینکه؛ در بیشتر اوقات قبل از خرید نمیتوان این خدمت را دید یا آزمون کرد؛ به عبارت دیگر آزمون پس از خرید انجام می‌شود. دوم اینکه؛ خدمت در محل خرید مصرف می‌شود و قابل انتقال و جابه‌جایی نیست و در نهایت؛ مردم و محل ارائه خدمت، بخشی از خدمت به شمار می‌روند. بر همین اساس گردشگری، بسیاری از بخش‌های جامعه را شامل شده و پیچیده و متشکل از قسمت‌های

استفاده از سناریوی
گردشگری؛ ابزار
ارزشمندی را برای
آزمایش خطمشی،
توسعه استراتژی و
نوآوری این صنعت
در کشور فراهم
می‌آورد. بی‌شک کسب
جایگاهی شایسته در
بخش گردشگری،
نیازمند کشف و
شناسایی پیش‌دستانه
رویدادهای آینده این
بازار است

گفت و گوی اختصاصی با علی نجفی

در این بخش می خوانیم:

- چاپخانه های سنتی در آینده نابود می شوند
- کیفیت کاغذ، چالش صنعت کارتن سازی ایران
- تحریم مانع اصلی توسعه و رشد صنعت چاپ و بسته بندی

مدیرعامل بزرگترین شرکت تولید کارت‌ن خرما در جنوب کشور

کیفیت کاغذ چالش صنعت کارت‌ن سازی ایران

هادی حسینی نژاد

در میان محصولات منحصر به فرد کشاورزی ایران، خرما جایگاهی ویژه و تاریخی دارد؛ بنابراین کیفیت و نوع بسته‌بندی این محصول برای مصارف داخلی و صادراتی از اهمیت بالایی برخوردار است. این دغدغه، بهانه‌ای شد تا به سراغ یکی از برندهای شناخته‌شده کارت‌ن سازی که مدت‌ها به شکل تخصصی در مهد خرما، ایران، شهر بم فعالیت داشته، یعنی صنایع بسته‌بندی و کارت‌ن خیرخواه برویم و گفت‌وگویی را با محمدرضا خیرخواه کرمانی، مدیرعامل این شرکت و نایب رئیس هیات مدیره انجمن مدیران صنایع کارت‌ن و ورق ایران ترتیب دهیم. لازم به ذکر است، این مجموعه از سال ۱۳۶۳ فعالیت خود را آغاز کرده و در حال حاضر سهم قابل توجهی از بازار بسته‌بندی خرما، کشور را به خود اختصاص داده و تامین‌کننده جعبه و کارت‌ن صادرکنندگان این محصول به کشورهای خارجی است. برای آشنایی بیشتر با این شرکت و پیشینه شکل‌گیری آن، با این گفت‌وگو همراه شوید.

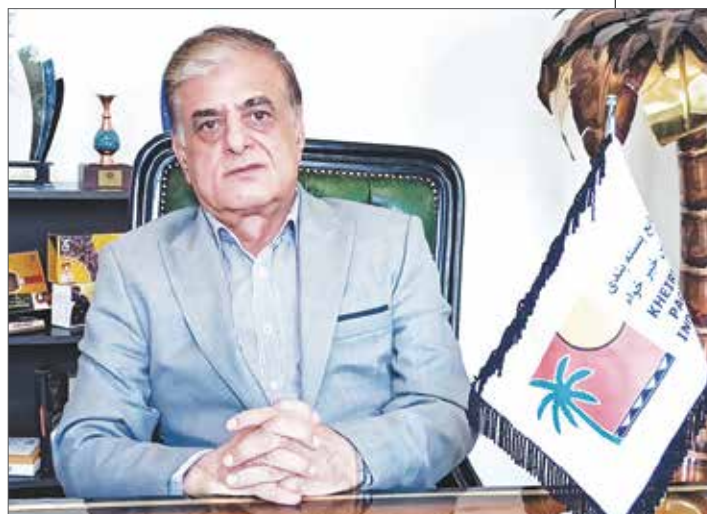
پشیمان نیستیم. اینکه توانسته‌ام در طول این سال‌ها، بستر مناسبی برای اشتغال و امرار و معاش صدها کارگر فراهم آورم، اوج رضایت و خوشبختی است. خوشبختانه این تعامل و علاقه‌مندی، دوسویه است و کارگران نیز قلباً و از جان و دل برای کارخانه زحمت می‌کشند و در پیشرفت و توسعه آن سهم دارند.

با این حساب تامین کارت‌ن و جعبه‌های باغداران را پدرتان آغاز کردند.

بله. پدر بنده، محمدعلی خیرخواه کرمانی، اولین تاجر در کشور بود که برای بسته‌بندی خرما از کارت‌ن استفاده کرد. تا پیش از آن محموله‌های خرما به شکل سنتی یا در حلب‌های ۲۰ لیتری خالی بنزین یا در «جُلت» (سبد‌های بافته‌شده از سرشاخه‌های نخل) بسته‌بندی و به سایر شهرها انتقال داده می‌شد. این روش، بهداشتی نبود و معمولاً به از بین رفتن بخش قابل توجهی از محصول خرما منجر می‌شد. پدرم برای رفع این مشکل، در ابتدا خرما را به شکل فله‌ای در کارت‌ن‌های بزرگ بسته‌بندی کرد و توانست با وجود مقاومت‌هایی که از سمت باغداران وجود داشت، این شیوه را توسعه دهد. به مرور زمان، سایر تجار و باغداران نیز متوجه شدند که استفاده از کارت‌ن‌های مقوایی، مناسب‌ترین گزینه برای بسته‌بندی خرما است. در آن سال‌ها علاوه بر بم، کارت‌ن مصرفی باغداران فارس، بوشهر و بخش‌هایی از خوزستان را پدر من تامین می‌کرد و طولی نکشید که استفاده از کارت‌ن در ابعاد مختلف برای بسته‌بندی و انتقال خرما به داخل و خارج از کشور مرسوم شد.

در ابتدای راه، کارت‌ن سازی را با چه ماشین‌آلاتی شروع کردید و مراحل توسعه کارخانه به چه شکل پیش رفت؟

از روز اول، کارت‌ن سازی را با یک ماشین دایکات دستی یا به اصطلاح پینگ‌پنگی آغاز کردیم. در گام دوم، یک ماشین چاپ فلکسو دو رنگ به مجموعه اضافه شد که با آن می‌توانستیم چاپ‌های ساده را روی کارت‌ن‌ها پیاده کنیم. یک ماشین لب‌چسب معمولی هم در اختیار داشتیم که با استفاده از آن، سفارش‌ها را تولید و به دست مصرف‌کنندگان می‌رساندیم. در آن مقطع، ورق مورد نیاز برای تولید کارت‌ن را از شهرهای دیگر از



چرا و از چه زمانی رسماً وارد صنعت کارت‌ن سازی شدید؟ کمی درباره پیشینه کارت‌ن خیرخواه توضیح دهید.

مدرک تحصیلی بنده، کارشناسی ارشد در رشته مهندسی مکانیک است و به همین دلیل، بعد از اتمام تحصیل و خدمت سربازی که هم‌زمان با سال‌های جنگ تحمیلی همراه بود، در شرکت‌هایی مشغول به کار شدم که در حوزه ساخت سازه‌های فلزی فعالیت داشتند. در برخی از عملیات‌های دفاع مقدس مشارکت داشتیم و برای رزمندگان، پل‌های معلق می‌ساختیم، اما از آنجایی که پدرم از تاجر شناخته‌شده خرما بود و به کمک و همراهی نیاز داشت، تصمیم گرفتم که تجارت خانوادگی را در پیش بگیرم. البته وارد حوزه تجارت خرما نشدم؛ بلکه فقط روی بخش کارت‌ن سازی و بسته‌بندی خرما متمرکز شدم و با حفظ برند «خیرخواه»، مجتمع بسته‌بندی و کارت‌ن سازی را در شهرک صنعتی بم احداث کردم. دلیل این انتخاب، تعلق خاطری بود که به زادگاهم داشتیم و با وجود اینکه انتقال کارخانه به تهران، موقعیت‌های اقتصادی به‌مراتب بیشتری را به همراه داشت، روی تصمیم خودم ماندم و امروز هم از این تصمیم

جمله تهران خریداری می کردیم، اما در ادامه و با مجهز شدن کارخانه به ماشین های کرو گیتور ورق سازی، در این بخش به خود کفایی دست یافتیم و ورق مصرفی مورد نیازمان را تولید کردیم. مرحله بعدی توسعه، به ارتقای ماشین آلات چاپ اختصاص داشت. تا اواخر دهه هفتاد، هنوز چاپ چند رنگ و لمینیت مرسوم نبود و کارتن سازی های معدودی در هر منطقه فعالیت داشتند، اما با ورود تکنولوژی های جدید و متنوع چاپ، انتظار مشتریان نیز بالا رفت؛ به همین دلیل و به موازات نیاز بازار، توسعه بخش چاپ را در دستور کار قرار دادیم و در آخرین مرحله، یعنی در سال ۱۳۹۶، کارخانه کارتن خیر خواه به یک ماشین چاپ فلکسو پنج رنگ مجهز شد که همزمان، توانایی چاپ بیووی و دایکات را نیز دارد. این ماشین به ما امکان می دهد که مستقیماً روی ورق هایی که با کاغذ های کوتد (کاغذ سفید لعاب داده شده) تولید شده، عملیات با کیفیت چاپی با انجام دهیم، به طوری که می توانم به جرأت بگویم، قابلیت رقابت با چاپ افست و لمینیت را دارد. البته همچنان پاسخگوی مشتریانی که می خواهند سفارش های شان لمینیت شوند نیز هستیم، اما چاپ روی کارتن هایی که با کاغذ کوتد پوشیده شده اند، یک مرحله از تولید را کم می کند و این روش، در افزایش سرعت تولید و کاهش هزینه ها نقش به سزایی دارد. جالب است بدانید که با این ماشین، توانسته ایم ورق در ابعاد ۲/۲۰ متر در ۹۰ سانتی متر را چاپ کنیم که فکر می کنم، بزرگ ترین سطح چاپ در کشور باشد. در حال حاضر ماشین آلات مختلف چاپ، لب چسب ها، لمینیت ها، دایکات ها (روتاری، فکی و طرح بوبست) به همراه ماشین آلات کرو گیتور و ورق سازی، صنایع بسته بندی و کارتن سازی خیر خواه را به یک مجموعه کامل و به روز تبدیل کرده که در جنوب شرقی کشور بی نظیر است. البته توسعه همچنان ادامه دارد و همواره سعی خواهیم کرد با بهره مندی از جدیدترین تکنولوژی های کارتن سازی به تجهیز کارخانه بپردازیم.

آیا حادثه ناگوار زلزله بم در سال ۱۳۸۲ تاثیر روی فعالیت های شما داشت؟

قطعاً تاثیر داشت. تبعات آن فاجعه تلخ، هنوز در ذهن و روح ما و مردم منطقه باقی مانده است. همه جا با خاک یکسان شده بود و بخش قابل توجهی از کارخانه و ماشین ها نیز آسیب دیده بودند. شرایط بسیار سختی بود، اما می دانستیم باید هر چه سریع تر، مرمت بخش های آسیب دیده را آغاز کنیم؛ چون به هر حال تعداد زیادی از کارگران بیکار شده بودند و باز گشایی

کارخانه به لحاظ روحی و روانی از اهمیت بالایی برخوردار بود. به خاطر دارم، در اردیبهشت ماه سال ۱۳۸۳ که وزیر صنایع وقت برای بازدید به بم سفر کرده بود، در مراسم باز گشایی و آغاز به کار مجدد کارخانه شرکت کرد و به بنده گفت: «شمار و حیه زندگی را به مردم شهر باز گردانید». در ادامه نیز مسیر توسعه آن طور که توضیح دادم، پیش رفت و در هر مرحله، درآمد حاصل از کار را صرف گسترش همین مجموعه کردم.

کارتن خیر خواه در طول این سال ها، چقدر در اقتصاد منطقه و بازار بسته بندی خرما تاثیر گذار بوده است؟

پیش از تاسیس و توسعه کارتن خیر خواه در منطقه بم، بازار کارتن بسته بندی خرما در انحصار دلال ها بود؛ یعنی افراد محدودی بودند که به شرکت کارتن سازی «ایران» سفارش های سنگین می دادند، انبار های شان را با حجم بالایی از کارتن پر می کردند و در فصل چیدن محصول، کارتن را با قیمت دلخواه به باغداران به فروش می رساندند. باغداران نیز به ناچار به این رویه تن می دادند؛ چرا که اگر خرما را برداشت شده بلافاصله در کارتن قرار نگیرد، از بین می رود. این روند، مدت ها ادامه داشت تا اینکه کارخانه صنایع بسته بندی و کارتن سازی خیر خواه، این انحصار را شکست و دیگر باغداران می توانستند، کارتن های تولید شده در شهر خودشان را خریداری کنند. با این حال، انحصار گران و دلالان روش دیگری را در پیش گرفتند که آن هم ثبت سفارش های سنگین در کارخانه ما بود، به طوری که حجم قابل توجهی از ظرفیت تولیدات کارخانه را به خود اختصاص می دادند و باز هم سهم بالایی از بازار را به انحصار خود در می آوردند. در واقع دیگر امکان ثبت سفارش های کم تیراژ برای باغداران وجود نداشت و به دلیل پر شدن ظرفیت، نمی توانستند از ما کارتن خریداری کنند. به همین دلیل، تصمیم گرفتیم که برای همیشه دست سوداگران را از بازار منطقه کوتاه کنیم؛ آن هم با متوقف کردن ثبت سفارش های عمده و پیش فروش محصول. از آن زمان به بعد، باغداران می توانستند سفارش های خرد با تیراژ های پایین را ثبت و کارتن مصرفی خود را بدون واسطه و با قیمت مناسب از کارخانه خریداری کنند. این تصمیم، عملیات فروش و تولید را با تراکم بالایی در فصل برداشت محصول مواجه می کند، ولی تنها با هدف همراهی با باغداران محترم این فشار مضاعف را متحمل می شویم. این اقدام باعث شده، هزینه بسته بندی خرما برای باغداران کاهش پیدا کند و آن ها را به صرفه اقتصادی قابل توجهی برساند.

در حال حاضر
حفظ محیط زیست
اصلی ترین
دغدغه در جهان
به شمار می آید
و در این راستا
بیشتر کشورهای
توسعه یافته،
استفاده از ظروف
پلیمری جهت
بسته بندی مواد
غذایی را ممنوع
کرده اند



انتظار ما این است که دولت با تخصیص تسهیلات بانکی مناسب و رفع مشکلاتی نظیر عدم دسترسی به کاغذ با کیفیت و قیمت مناسب، از این صنعت حمایت کند زیرا حمایت از این صنعت، به نفع تمام صنایع و به تبع آن کشور می باشد

هم اکنون چند نفر در مجموعه کارتن خیر خواه اشتغال دارند و به نظر شما چه عاملی بر نند خیر خواه را از سایر برندها متمایز می کند؟

در فصل برداشت محصول، حدود ۲۰۰ نفر کارگر به صورت ۲۴ ساعته و طی سه شیفت کاری در بخش های مختلف کارخانه فعالیت دارند و در سایر فصل های سال، تعداد کارگران به یک سوم، یعنی حدود ۷۰ نفر می رسد که در واقع نیروهای دائمی مجموعه به حساب می آیند. خداوند را شاکریم که با اتکاب به نیروی انسانی توانمند و بهره مندی از تجهیزات به روز، بخش اعظم تامین کارتن بسته بندی خرما در منطقه را بر عهده داریم و توانسته ایم علاوه بر اشتغال زایی، سهم چشمگیری در اقتصاد خانواده ها و باغداران محترم ایفا کنیم. در واقع به شکل مستقیم با اقتصاد و زندگی مردم در تعامل هستیم و این شاید مهمترین نقطه تمایز کارتن سازی خیر خواه با سایر کارتن سازان باشد.

آیا از محصولات خیر خواه در بسته بندی اقلام دیگری نیز استفاده می شود؟

بله؛ اما پیش از پاسخ به سوال شما، باید اشاره کنم که هزینه های حمل و نقل باعث می شود که ثبت سفارش از نقاط دیگر کشور، برای سفارش دهندگان صرفه اقتصادی چندانی نداشته باشد، به همین دلیل گستره ای که تحت پوشش تولیدات کارتن سازی خیر خواه قرار دارد، عمدتاً محدوده استان کرمان و برخی از استان های مجاور را شامل می شود. به هر ترتیب به جز کارتن خرما، بخشی از ظرفیت کارخانه به تولید کارتن مصرفی برای تامین کارتن بسته بندی توت فرنگی، خیار سبز، گوجه فرنگی و سایر سیفی جات اختصاص دارد، اما از آنجایی که حجم اصلی تولید به فصل برداشت خرما اختصاص می یابد، برای پر کردن ظرفیت تولید در سایر فصل ها، روی تامین جعبه های صادراتی خرما تمرکز کرده ایم. عموماً شیوه صادرات خرما این گونه است که صادر کنندگان در فصل برداشت، تناژهای بالایی از خرما را خریداری و در سردخانه نگهداری می کنند تا در سایر ایام سال، ضمن بسته بندی مجدد در ابعاد و جعبه های مختلف، محموله های خود را به کشورهای مقصد صادر کنند. در حال حاضر جعبه ها و کارتن های مصرفی بزرگترین صادر کننده کشور که صادرات خرما به کشور هندوستان را بر عهده دارد، توسط صنایع بسته بندی و کارتن خیر خواه تولید و تامین می شود. صادر کنندگان دیگری نیز هستند که کار صادرات به سایر کشورها از جمله روسیه را آغاز کرده اند و در زمینه تولید جعبه و کارتن با آنها همکاری داریم. البته باید به ارائه مشاوره های تخصصی به صادر کنندگانی که به تازگی وارد این حوزه شده اند نیز اشاره کنم؛ چرا که معمولاً تجربه و اطلاعات لازم را برای طراحی و انتخاب نوع جعبه مقاوم در برابر سرمای سردخانه ها و فشاری که در حین بارگیری و انتقال به کشور مقصد به آنها وارد می شود، ندارند. در واقع همکاران متخصص مادر زمینه طراحی و انتخاب نوع جعبه، مشاوره مناسب به صادر کنندگان می دهند. به هر حال هدف مشترک ما این است که خرماي ایران که مرغوب ترین نوع خرماي جهان به شمار می آید، سالم، بدون آسیب دیدگی و با کیفیت مطلوب به دست مصرف کنندگان خارجی برسد و از این حیث، خدای نخواست به باعث سلب اعتماد و آبروی کشور نشود.

به نظر شما مهمترین چالش کارتن سازی برای محصولات کشاورزی در کشور چیست؟

بسته بندی مناسب، همیشه یکی از اصلی ترین چالش های صادرات

محصولات کشاورزی بوده و هست. معمولاً کشاورزان فاقد بضاعت مالی و بعضاً فکری لازم در جهت ارتقای کیفیت بسته بندی محصولات خود هستند و در بسیاری از موارد، صادر کننده نیز بی توجه به پارامترهای کیفی مناسب، از طریق بسته بندی ارزان تر به دنبال کاهش هزینه ها می باشد. البته کیفیت بسته بندی هایی از جنس کارتن، تنها به فرآیند کارتن سازی معطوف نیست و کیفیت کاغذ مصرفی در تولید ورق، نقش به سزایی در میزان کیفیت کارتن ها و جعبه های تولیدی دارد. همان طور که می دانید، بخش قابل توجهی از کاغذ های مصرفی در تولید ورق های کارتنی در کشور از طریق بازیافت کاغذ و کارتن های مستعمل تامین می شود و مطابق با نظر کارشناسان، کارتن تهافت بار قابلیت بازیافت را به شرط حفظ کیفیت دارد، اما متأسفانه فرآیند بازیافت کارتن معمولاً ده ها بار تکرار می شود که این روند، باعث کوتاه شدن بیش از اندازه الیاف های کاغذ و کاهش مقاومت ورق و کارتن های تولیدی می شود؛ بنابراین در پاسخ به سوال شما باید بگویم که مهمترین چالش ما در تولید کارتن، دسترسی به کاغذ با کیفیت است که در صورت تحقق این امر، کارتن سازی در ایران چیزی از توسعه یافته ترین کشورهای جهان کم نخواهد داشت. در این زمینه، شاید تجمیع کارخانه های کاغذ سازی، ارتقای ماشین آلات و واردات خمیر کاغذ بتواند روی کیفیت تولیدات داخلی تاثیر گذار باشد. البته کارخانه های مجهزی نیز در کشور وجود دارند که کاغذ های مرغوبی تولید می کنند، ولی عمده محصولات شان به کشورهای خارجی صادر می شود. طبیعتاً صادرات، منافع ملی قابل توجهی برای کشور به همراه دارد، اما به اعتقاد بنده، تامین بازار داخلی با کاغذ مرغوب، بر صادرات در این زمینه اولویت دارد. با این تفاسیر، در انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق ایران، کار گروه مشترکی با سندیکای کاغذ تشکیل داده ایم تا بر اساس منافع ملی نسبت به ترویج یا اجباری کردن بسته بندی سلولوزی به عنوان بسته بندی پایدار که موجب سلامت جامعه و حفظ محیط زیست می باشد، راهکارهای اجرایی تدوین و به مسئولان ذی ربط ارائه شود. البته هنوز در ابتدای راه هستیم و امیدواریم که در آینده بتوانیم به ارتقای کیفیت کاغذ بسته بندی و ورق های کارتن در کشور کمک کنیم.

نظر تان درباره نقش کارتن در ملاحظات محیط زیستی و چالش افزایش سهم مواد پلیمری در فرآیندهای بسته بندی چیست؟

در حال حاضر حفظ محیط زیست، اصلی ترین دغدغه در جهان به شمار می آید و در این راستا، بیشتر کشورهای توسعه یافته، استفاده از ظروف پلیمری جهت بسته بندی مواد غذایی را ممنوع کرده اند و تاکید دارند که از فرآورده های سلولوزی برای این کار استفاده شود. دلیلش هم این است که مواد سلولوزی در طبیعت قابل بازیافت می باشد؛ در حالی که ظروف پلاستیکی و پلیمری این قابلیت را ندارند و مصرف آن آسیب هایی فراوانی را به محیط زیست وارد می کند. متأسفانه ارزان بودن مواد پتروشیمی در ایران، کفه تولید ظروف پلیمری را سنگین تر کرده و حتی باعث شده تا بخش زیادی از مصرف کنندگان به دلیل گرانی کاغذ و کارتن، به بسته بندی محصولات خود در ظروف و جعبه های پلیمری روی آورند. این روند را طی سال های اخیر در نوع بسته بندی انواع میوه و محصولات کشاورزی مشاهده کرده ایم، به طوری که سبدهای پلاستیکی تا حدود زیادی جای کارتن را گرفته اند؛ آن هم سبدهایی که از آسیاب مواد پلاستیکی دست دوم، بدون رعایت استانداردهای بهداشتی، بازیافت

و تولید می‌شوند و حتی بعضاً بوی نامطبوعی دارند که برای سلامتی مضر هستند. مثال دیگری که به‌وضوح مشاهده می‌شود، عدم استفاده از جعبه‌های کارتنی برای بسته‌بندی بطری‌های پلاستیکی آب معدنی و انواع نوشیدنی‌ها است. این بطری‌های پت، در پلاستیک شیرینک می‌شوند و در بسیاری از مواقع، در معرض تابش نور خورشید قرار می‌گیرند که این مساله باعث گرم شدن آن و ایجاد فعل و انفعالات شیمیایی می‌شود. در صورتی که این بطری‌ها باید در جعبه‌های کارتنی بسته‌بندی شوند تا از تابش نور آفتاب در امان بمانند. همین‌طور، در بسته‌بندی برخی از اقلام دارویی نیز وجود دارو شیشه‌های دارو توسط برخی از تولیدکنندگان، شیرینک می‌شوند. طبیعتاً بی‌توجهی به این موارد، آلودگی‌های فراوانی را به همراه خواهد داشت و در بلندمدت روی سلامت هموطنان تأثیرات ناخوشایندی می‌گذارد. برای مقابله با شیوع چنین رفتارهایی در بخش‌های مختلف تولید، چاره‌های جز فرهنگ‌سازی و حمایت از مصرف‌فرآورده‌های سلولزی در انواع بسته‌بندی نداریم. مسئولان امر باید بدانند که فقط با شعار و تبلیغات، کاری پیش نمی‌رود؛ زیرا فرهنگ‌سازی و تغییر الگوهای رفتاری در جامعه، نیازمند سیاست‌گذاری‌های صحیح و تأثیرگذار است. به عنوان مثال، در بسیاری از کشورها، کیسه‌ها و ساک‌های پلاستیکی به مشتریان فروخته می‌شود، اما ساک‌های کاغذی به صورت رایگان در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد. چنین سیاست‌هایی می‌تواند ضمن کاهش مصرف پلاستیک، مصرف محصولات سلولزی را که قابل بازیافت هستند و آسیبی به محیط‌زیست وارد نمی‌کنند، در جامعه ترویج کند. همان‌طور که گفتیم؛ متأسفانه در کشور ما ارزانی مواد پلیمری و پلاستیک در مقابل گرانی کاغذ و کارتن، روز به روز به تهدیدی بزرگ‌تر برای سلامتی مردم و محیط‌زیست تبدیل می‌شود.

آیا کارتن‌سازی در ایران، مزیت‌های صادراتی لازم را برای گسترش بازارهای منطقه‌ای و جهانی دارد؟

راهکار اصلی برون‌رفت از بحران‌های اقتصادی موجود، افزایش صادرات است. اما صادرات هدفمندی که بیشترین ارزش افزوده را برای تولیدکننده و کشور به همراه داشته باشد. به عنوان مثال، محصولات کارتن‌سازی خیرخواه قابلیت این را دارند که مستقیماً به سایر کشورهای منطقه صادر شوند، ولی اگر این محصول همراه با مظروفی به نام خرما از کشور صادر شود، طبیعتاً ارزش افزوده بیشتری را برای زنجیره تولید ایجاد می‌کند. بدیهی است، انجام صادرات تولیدات مازاد بر نیاز داخلی کشور بر هر

تولیدکننده‌ای لازم و واجب می‌باشد، به همین دلیل است که معتقدم، تامین نیاز تولیدکنندگان داخلی بر صادرات اولویت دارد؛ چرا که تقویت توان تولید در داخل کشور، زمینه‌ساز ارتقای صادرات و افزایش ارزش‌آوری به کشور می‌شود و می‌تواند به اشتغال‌زایی و رونق تولید بیانجامد. این روند حتی روی افزایش ارزش واحد پول ملی در بازارهای جهانی نیز تأثیر می‌گذارد و اقتصاد کشور را از انزوای بحران خارج می‌کند.

به‌طور کلی شرایط صنعت کارتن‌سازی در کشور را چگونه ارزیابی می‌کنید و مطالبه صنفی شما از مدیران دولتی چیست؟

مطابق با آمارهای ارائه‌شده، حدود ۸۵ هزار واحد تولیدی صنعتی و حدود ۶۰۰ هزار واحد تولیدی صنفی در کشور وجود دارد که تقریباً در ۷۰ درصد این صنایع، کارتن کاربرد دارد و حیات آن‌ها به کارتن وابسته است. با این وجود، اهمیت کارتن‌سازی آن‌طور که باید و شاید مورد توجه قرار نمی‌گیرد. به همین دلیل فکر می‌کنم، صنعت کارتن‌سازی در میان سایر صنایع، مظلوم واقع شده است. انتظار ما این است که دولت با تخصیص تسهیلات بانکی مناسب و رفع مشکلاتی نظیر عدم دسترسی به کاغذ با کیفیت و قیمت مناسب، از این صنعت حمایت کند؛ زیرا حمایت از این صنعت، به نفع تمام صنایع و به تبع آن کشور می‌باشد.

با توجه به اینکه شغل پدری را ادامه داده‌اید، آیا این زنجیره توسط فرزندان شما نیز دنبال خواهد شد؟

به نظر بنده، شرکت‌هایی موفق‌تر هستند که عمر فعالیت آن‌ها بیش از یک نسل تداوم یابد و فرایند توسعه و پیشرفت را در یک جریان پیوسته و مستمر دنبال کنند، بر همین اساس تصمیم گرفتم که حرفه پدرم را ادامه دهم و در حال حاضر نیز سه فرزند من در مجموعه کارتن‌سازی خیرخواه فعالیت دارند. آن‌ها دیدگاه‌هایی بعضاً متفاوت نسبت به من دارند که به نظر من در اداره یک تجارت خانوادگی، باید این تفاوت‌ها را که منشأ تغییر و تحول هستند، ارج نهاد. در کشورهای پیشرفته نیز همین‌طور است. خوشبختانه نمونه‌های موفق تجارت خانوادگی در کشور خودمان مانند شیرینی خلیفه‌رهر در یزد یا گز کرمانی در اصفهان که چند نسل از پیدایش و فعالیت آن‌ها می‌گذرد نیز وجود دارد. اینکه فرزندان به شرط علاقه، فعالیت پدران خود را ادامه دهند و تکامل ببخشند، به مراتب مفیدتر از آن است که بخواهند فعالیت اقتصادی تازه‌ای را از نقطه صفر آغاز کنند. ■



صنایع کارتن خیرخواه به قدمت تاریخ بسته‌بندی خرما است. (عکس بسته‌بندی سنتی قدیم از کتاب بم؛ جاسم غضبانپور)

مدیرعامل شرکت چاپ و بسته‌بندی پیشرو اورامان مطرح کرد

تحریم، مانع اصلی

توسعه و رشد صنعت چاپ و بسته‌بندی

هادی حسینی نژاد

شکی نیست که رونق و شکوفایی تولید، در گروی توسعه و پیشرفت صنعت چاپ و بسته‌بندی است، چراکه با اتکا به خدمات این صنعت می‌توان به توسعه بازارها و صادرات محصول به سایر کشورها امیدوار بود. این در حالی است که شرایط متغیر و نوسانات اقتصادی شدید، امکان آینده‌نگری و تقویت سخت‌افزاری و نرم‌افزاری صنایع چاپ و بسته‌بندی را از فعالان این حوزه گرفته است. علی‌نحی، مدیرعامل شرکت چاپ و بسته‌بندی پیشرو اورامان که یکی از مجتمع‌های توانمند و شناخته‌شده در کشور است، در گفت‌وگو با ماهنامه دنیای سرمایه‌گذاری نیز چنین باوری دارد و می‌گوید؛ وقتی تولیدکننده برای اعلام قیمت باید لحظه‌به‌لحظه نوسانات قیمت مواد اولیه را بررسی کند، آینده‌نگری برای این صنعت و سایر صنایع امکان‌پذیر نیست. برای آشنایی بیشتر با فعالیت‌های مجموعه پیشرو اورامان و جویا شدن نظرات این فعال صنعت چاپ، با ما همراه شوید.

از بازار جعبه‌سازی را به خود اختصاص دهد. این مجموعه با پایبندی به منشور اخلاقی تعریف‌شده و مبتنی بر اصول انعطاف‌پذیری، سرعت در ارائه خدمات و ایجاد تعاملات دوستانه با مشتریان، تلاش می‌کند تا ضمن پرهیز از رقابت‌های ناسالم و به دور از شئون حرفه‌ای، تنها با تکیه بر مهارت‌های فنی و رفتار سازمانی خود سهم خود از بازار وسیع متقاضیان خدمات چاپی را حفظ و در گسترش آن بکوشد.

در حال حاضر پیشرو اورامان به چه تجهیزات و چه بخش‌هایی در خطوط تولید خود مجهز است؟

مادر حال حاضر به کلیه ماشین‌آلات تخصصی در زمینه تولید جعبه مجهز هستیم و می‌توانیم بدون وابستگی به خارج از مجموعه، تمام مراحل تولید را در مجموعه پیشرو اورامان انجام دهیم. وجود سایت طراحی و لیتوگرافی، ماشین‌آلات چاپ در سایز ۴/۵ ورق، دایکات، برجسته‌سازی، یووی سیلندری و موضعی، سلفون حرارتی، جعبه چسبانی لب‌چسب و لاک باتم و سایر تجهیزات مورد نیاز، توانایی تولید ۱۵۰ هزار ورق چاپ و ظرفیت تولید ۵۰۰ هزار جعبه در یک شیفت کاری ۸ ساعته را برای مجموعه فراهم کرده که به حفظ رضایت مشتریان می‌انجامد.

مشتریان شما عموماً از چه صنایعی هستند و آیا از چاپ‌های تکنیکال و هایپرید نیز در محصولات خود استفاده می‌کنید؟

چاپخانه پیشرو اورامان طی سال‌های فعالیت خود، با توجه به انتخاب بازار هدف متفاوت توانسته از صنایع متعدد همچون داروسازی، غذایی، مخابراتی، آرایشی بهداشتی و... مشتریان بالقوه بزرگی را جذب و با ارائه خدمات صحیح و اصولی و تعهد در زمان تحویل، در حفظ رضایت آن‌ها موفق عمل نماید. همان‌طور که گفتیم، در حال حاضر با شرکت‌های بزرگ و شناخته‌شده متعددی همکاری داریم که این مساله باعث افتخار و البته اعتبار مجموعه است. طبیعتاً تنوع مشتریان و محصولات مورد نظرشان باعث شده که به حوزه‌های متعدد و مختلف تولید وارد شویم که تولید جعبه با طراحی‌های خاص و چاپ بارنگ‌های پنتون و متالیز از جمله این موارد به‌شمار می‌آید.



مختصری درباره پیشینه فعالیت خود در صنعت چاپ و همچنین سابقه مجموعه پیشرو اورامان توضیح دهید.

این مجموعه در سال ۱۳۸۲ با در نظر گرفتن نیاز بازار و مطالبات مشتریان، احداث و آغاز به فعالیت کرد. راه‌اندازی بخش‌های مختلف پیش از چاپ، چاپ و مراحل تکمیلی پس از چاپ در این مجموعه، با هدف تأمین کلیه نیازهای مشتریان و مراجعان عزیز به‌طور یکجا در مکانی وسیع صورت گرفت و تا به امروز تمام تلاش خود را برای ارائه بهترین خدمات به مشتریان خود به کار بسته‌ایم. استفاده از نرم‌افزارهای تخصصی مدیریت CRM این امکان را ایجاد کرده که مشتریان گرامی لحظه‌به‌لحظه در جریان انجام مراحل مختلف سفارش‌های خود قرار گیرند. ضمن اینکه اطلاعات مربوط به سفارش‌های قبلی آنان از بدو مراجعه به این مجتمع نیز از این طریق قابل مشاهده و در دسترس است. شرکت چاپ و بسته‌بندی پیشرو اورامان با پشتوانه مشتریان شناخته‌شده و صاحب‌برند و همچنین با بهره‌گیری از خطوط کامل و کارآمد تولید جعبه، توانسته سهم قابل توجهی

کرونا، تحریم و بی ثباتی نرخ ارز به عنوان چالش های اصلی تولید در صنایع مختلف مطرح می شوند. صنایع چاپ و بسته بندی (مشخصاً جعبه سازی) چقدر دستخوش این تنگناها قرار گرفته است؟

به طور کلی صنعت چاپ کشور با چالش ها و مشکلات فراوانی دست و پنجه نرم می کند که با توجه به اوضاع اقتصادی در سال های اخیر، حادثه تر هم شده اند. عدم امکان صادرات و تا حد زیادی واردات، رقابت های ناسالم و نوسان شدید نرخ ارز و... بسیاری از فعالان این صنعت را با مشکل تامین مواد اولیه مورد نیاز روبه رو کرده و عدم دسترسی به مواد اولیه با کیفیت با نرخ مناسب، متعاقباً مشکلات دیگری را رقم زده است. همچنین در دوره کرونا، تغییر الگوی مصرف مشتریان باعث کاهش تولید در برخی از صنایع و شرکت ها شد که این مساله، در کوچک شدن سبد سفارش های صنعت چاپ نیز تاثیر چشمگیری داشت. از طرفی، شرایط سخت و گاهی غیر ممکن واردات تجهیزات و ماشین آلات به دلیل تحریم ها، تاثیر زیادی در رشد نکردن و عقب ماندگی چاپخانه ها از تکنولوژی روز دنیا را به همراه داشته است. این موارد تاثیرات فراوان و غیر قابل انکاری در پیشرفت این صنعت در کشور ما داشته است.

شما سابقه تحصیل در رشته چاپ را در کارنامه دارید. به نظر تان آموزش به روز و تربیت نیروی متخصص چاپ، چقدر برای این صنعت دغدغه است؟

بنده در سال های گذشته در یکی از مصاحبه های خود، وجود نیروهای علاقه مند و تکنسین های متخصص در این صنعت را جزو نقاط قوت این صنف بر شمردم، اما متأسفانه در سال های اخیر، خلأهای ایجاد شده در این زمینه نیز به یکی دیگر از معضلات بزرگ چاپخانه داران تبدیل شده است. نبود نیروی کار و یا بهتر است بگویم که عدم تمایل به کار نیروهای باتجربه به دلایل مختلف از جمله پایین بودن سطح دستمزدها نسبت به شرایط اقتصادی موجود و همچنین تحمیل شدن استرس های کاری بالا در محیط کار، نیروهای متخصص و توانمند را به انجام کارهای ساده تر و زودبازده تر متمایل کرده است؛ کارهایی که درآمد بالاتر و استهلاک جسمی و روحی کمتری را برایشان به همراه داشته باشد. با این اوصاف، تربیت و تامین نیروهای متخصص کار گری و فنی از مسیر آموزش های تخصصی لازم، بسیار حائز اهمیت است.

شما در آورده های جهانی چاپ و بسته بندی شرکت کرده اید. از این منظر، ظرفیت های سخت افزاری و نرم افزاری صنعت چاپ ایران را چطور ارزیابی می کنید و آینده ایران در بازارهای جهانی را چطور می بینید؟

به هر حال این صنعت با توجه به مسائل اقتصادی، تحریم ها و سیاست های بین المللی موجود در کشور در زمینه معاملات خارجی، در مقایسه با سایر کشورهای پیشرو در این صنعت، چه به لحاظ سخت افزاری که شامل ماشین آلات و تجهیزات، قطعات یدکی، مواد مصرفی و... می شود و چه به لحاظ نرم افزاری از جمله مسائل آموزش پرسنل و نیروی متخصص، دسترسی به نرم افزارهای تخصصی در زمینه طراحی، لیتوگرافی و برخی از نرم افزارهای لازم که برای به کارگیری صحیح تر و کاربردی تر از ابزار و

ماشین آلات استفاده می شود، دچار عقب ماندگی ها و بازماندن از مسیر رشد و توسعه شده است. این معضل نه تنها قابل چشم پوشی نیست، بلکه باید به عنوان یک موضوع حائز اهمیت در دستور کار عوامل دولتی مرتبط به لحاظ برطرف کردن موانع قرار گیرد. به هر حال صنعت چاپ جزو صنایع مادر محسوب می شود. در پاسخ به سوال شما باید بگویم در شرایط موجود، نمی توان تصویر درستی از آینده صنعت چاپ داشت؛ جز اینکه اگر وضعیت به همین شکل پیش برود، این صنعت دچار دشواری ها و مشکلات فراوانی خواهد بود.

فرآیند طراحی و تولید سفارش ها در مجموعه شما به چه شکل انجام می شود و مهمترین پارامترها در ساخت جعبه متناسب برای هر محصول چه مواردی است؟

در نخستین مرحله از تولید جعبه، باید توجه داشته باشیم که نیاز مشتری چیست و با توجه به نوع کالایی که قرار است در بسته بندی قرار گیرد، بهترین پیشنهاد از نظر کیفی که با بازار هدف مشتری نیز تناسب داشته باشد، ارائه می شود. بررسی پارامترهای مهم شامل نوع متریال مصرفی مناسب (مقوا با جنس و گراماژ مناسب)، سبک طراحی (با توجه به نوع محصول)، انجام چه و چگونه مراحل تولید و تکمیل بسته بندی (مانند استفاده از مراحل تکمیلی لوکس مانند طلاکوب، سلفون، ویوی موضعی و...) و با توجه به بازار اقتصادی حال حاضر، در نظر گرفتن مقرون به صرفه بودن با حفظ ارزش و جذابیت به طور دقیق بررسی و امکان سنجی می شود تا بهترین پیشنهاد از هر لحاظ به مشتری ارائه شود. پس از تایید مراحل فوق توسط مشتری، محصول وارد چرخه تولید می شود که خوشبختانه در چاپخانه پیشرو اورامان با توجه به نوع ماشین آلات در حداقل سرعت و با بهترین کیفیت خدمات به عزیزان ارائه می شود و در صورت تمایل مشتری به بازدید و کنترل و نظارت بر پیشبرد مراحل تولید می توانند در هر مرحله با حضور در چاپخانه نظارت مستقیم بر روند تولید سفارش های خود داشته باشند.

استراتژی مجتمع پیشرو اورامان برای سال جاری و سال های آتی چیست؟ آیا طرح توسعه ای خاصی را در دست اجرا دارید؟

بنده به عنوان مالک، صاحب امتیاز و مدیر عامل چاپخانه پیشرو اورامان، با وجود کلیه سختی ها و مشکلاتی که طی این مصاحبه به آن ها اشاره شد، تمام تلاش خود را برای به روز رسانی چاپخانه، چه به لحاظ تجهیزات و ارتقاء ماشین آلات و چه به لحاظ بالا بردن سطح کیفی خدمات از راه آموزش، به کار می برم تا بتوانم مشتریان عزیز و محترم مجموعه را در نهایت رضایت خاطر، حفظ کنم و بتوانم بر تعداد مشتریان چاپخانه بیافزایم. به هر حال هر مجموعه ای در هر صنفی، برنامه ها و استراتژی های مدونی را برای دستیابی به اهداف کوتاه مدت و بلندمدت خود در دستور کار دارد که ما نیز از این قاعده مستثنا نیستیم. همان طور که گفتم؛ در بازاری که برای خرید یا اعلام قیمت باید نرخ لحظه ای مواد اولیه را که متاثر از نوسانات قیمت ارز است، استعلام کرد، از نظر بنده آینده نگری خاصی نمی توان برای این صنعت و حتی سایر صنایع داشت؛ مگر اینکه با تدبیر دولت مردان، شاهد تغییر شرایط باشیم و به آینده امیدوار شویم. ■



مدیرعامل شرکت تهران ماشین ابزار

چاپخانه‌های سنتی در آینده نابود می‌شوند

رضا فغانی

شرکت تهران ماشین ابزار (TMC) سابقه دور و درازی در تولید و عرضه ماشین‌آلات صنعتی دارد که در گذر زمان، فعالیت‌های خود را در صنعت چاپ و بسته‌بندی گسترش داده است. اکنون این شرکت اهتمام خود را در عرضه ماشین‌آلات چاپ، پس از چاپ و بسته‌بندی به کار بسته و با جلب اعتماد اهالی این صنعت، به برندی معتبر و شناخته‌شده تبدیل شده است. در این راستا، گفت‌وگویی را با مهندس عمادالدین دیلمی، مدیرعامل شرکت تهران ماشین ابزار ترتیب دادیم و از وی خواستیم تا ضمن تشریح فعالیت‌های کنونی این شرکت، درباره ملاحظات بازار چاپ و بسته‌بندی و ضرورت ارتقاء ماشین‌آلات مورد استفاده در این صنعت توضیح دهد. دیلمی اعتقاد دارد که قطار پیشرفت و توسعه در حال حرکت است و واحدهای صنعتی برای بقا و ماندگاری، چاره‌ای ندارند، جز اینکه مسافر این قطار شوند. مشروح این گفت‌وگو را از نظر می‌گذارید.

TMC واگذاری یک دستگاه، پایان یک معامله نیست؛ بلکه آغاز یک ارتباط است. به عبارت دیگر؛ خریداران را صرفاً به عنوان مصرف‌کننده نمی‌بینیم و هریک از آن‌ها را عضوی از خانواده بزرگ تهران ماشین ابزار می‌دانیم. در این راستا، تامین قطعات یدکی که ضامن تداوم ارتباط با مشتریان است نیز از اهمیت زیادی برخوردار است؛ بنابراین TMC با تعهد در گارانتی ماشین‌آلات و تامین قطعات مورد نیاز، این اطمینان را به مشتریان خود می‌دهد که پس از خرید ماشین‌آلات و در صورت بروز هرگونه مشکلی، می‌توانند از خدمات پس از فروش شرکت بهره‌مند شوند.

با توجه به گستره فعالیت شرکت و عرضه ماشین‌آلات مختلف، چه سیاست‌هایی برای افزایش سهم خود از بازار چاپ و بسته‌بندی کشور دارید؟

شرکت تهران ماشین ابزار طی سال‌های اخیر در تلاش بوده تا بازار داخلی چاپ کشور را با بازار جهانی آشنا کند تا پلی بین شرق و غرب باشد تا بلکه از این طریق، هم کیفیت و تکنیک‌های کاری بالا برود و هم سهم خود را در بازار تثبیت و افزایش دهد.

مهمترین چالش‌هایی که در واردات ماشین‌آلات و عرضه آن‌ها پیش روی خود می‌بینید، چیست؟

طی سال‌های اخیر، بزرگ‌ترین مشکلی که کل اقتصاد کشور و همه اصناف را درگیر کرده، مساله تحریم‌هایی است که برای واردات، چه واردات ماشین‌آلات و مواد مصرفی و چه تکنولوژی برای تمامی بخش‌های اقتصادی کشور مشکلاتی را ایجاد کرده است. از طرفی، تحریم‌ها بر فرآیند حمل‌ونقل از مسیرهای دریایی و زمینی نیز تاثیر به‌سزایی گذاشته، به‌طوری که گاهی شاهد آن بوده‌ایم، محموله‌ای



لطفاً مختصری درباره پیشنهاد مدیریتی خود، شرکت تهران ماشین ابزار (TMC) و فعالیت آن در صنعت چاپ و بسته‌بندی توضیح دهید.

این شرکت بیش از ۴۰ سال پیش در ایران شروع به کار کرد و در گذر زمان با توجه به تغییر قوانین بازرگانی در کشور، دامنه فعالیت‌های خود را گسترش داد. امروز شرکت تهران ماشین ابزار فقط در زمینه ماشین‌آلات و مواد مصرفی صنعت چاپ و بسته‌بندی فعالیت خود را ادامه می‌دهد. بیشترین فعالیت این شرکت نیز در صنف ماشین‌آلات لیبل و پس از چاپ (مشخصاً ماشین‌های سلفون کشی) تعریف شده است. از طرفی، با توجه به اینکه خدمات پس از فروش، همواره دغدغه اصلی خریداران به‌شمار می‌آید و عرضه‌کنندگان محصول در قبال این دغدغه مسئولیت دارند، توجه خاصی به این حوزه داریم و دائماً در حال آموزش نیروی انسانی و اپراتورهای ماشین‌آلات هستیم. در

که قرار بوده ۲۰ روزه وارد شود، بعد از ۶ ماه یا حتی بیشتر به دست ما رسیده است. طولانی بودن فرآیند واردات، مشکلات بسیار زیادی را برای واردکنندگان و تمام بخش‌های وارداتی کشور ایجاد کرده است.

اجرای طرح‌های توسعه‌ای شرکت چطور پیش می‌رود؟ آیا شرایط اقتصادی و سیاسی کشور در سال‌های اخیر، شمارا با مشکل مواجه کرده است؟

بله. طبیعتاً با سخت‌تر شدن شرایط و ایجاد موانع در مسیر واردات و همچنین مشکلاتی که در زمینه جابه‌جایی پول و پرداخت به کشورهای ذی‌نفع یا فروشنده خارجی با آن مواجه هستیم، هزینه‌های بسیاری را بر ما تحمیل کرده است. علاوه بر این، طولانی‌تر شدن بازه زمانی ارسال تجهیزات از کشور فروشنده به ایران، روند گردش مالی شرکت را بابتی نظمی روبه‌رو کرده و باعث شده که در نهایت، نیاز به نقدینگی در شرکت بالا برود. در این شرایط، قطعاً پیشبرد برنامه‌های توسعه‌ای مشکل است. البته همان‌طور که گفتیم این مشکلات، به شرکت تهران ماشین ابزار محدود نمی‌شود؛ بلکه تمام حلقه‌ها و بخش‌های اقتصادی کشور را دچار مشکل کرده است.

با توجه به پیشرفت‌های جهانی در صنعت چاپ و افزایش سهم تکنولوژی‌های دیجیتال در ماشین‌آلات روز دنیا، نیاز به نوسازی صنایع چاپ و بسته‌بندی، چقدر محسوس است؟

نیاز به نوسازی بدنه صنعت چاپ در کشور، کاملاً ملموس و محسوس است. تکنولوژی‌های دیجیتال هم سهم قابل توجهی در این زمینه دارند که امروزه می‌توانیم در صنایع مختلف جهان، شاهد مصادیق آن باشیم، ولی بازاری که شرکت ما در آن مشغول به فعالیت است، بازاری صنعتی است و دیجیتال، سهم بسیار بالا و یا بهتر است بگوییم که سهمی اساسی و تاثیرگذار در آن دارد. امروزه نوآوری‌های دیجیتال این امکان را ایجاد کرده که ماشین‌آلات چاپ دیجیتال بتوانند همپای چاپ افست، فلکسو یا هلیوگراف، فعالیت داشته باشند و نیاز کاربران را برآورده کنند. البته فرآیندهای دیجیتال، به تنهایی و به شکل مجزا، کاری را از پیش نمی‌برند؛ ولی پایین آمدن تیراژ سفارش‌ها، به طور کلی باعث کاهش سهم چاپ‌های صنعتی افست، فلکسو و... از بازار می‌شود و تولید محصولات چاپی کم‌تیراژ، به ماشین‌آلات دیجیتال انتقال یابد؛ بنابراین تنها دلیلی که من می‌بینم، پایین آمدن تیراژ تولید است.

آیا با این نقد که بدنه صنعت چاپ و بسته‌بندی در ایران همچنان ماهیتی سنتی دارد، موافقتی؟ به نظر تان راهکار پیشرفت و همگام شدن با جهان مدرن چیست؟

صنعت چاپ، ماهیت و روند سنتی دارد؛ اما به سمت صنعتی و علمی شدن در حال حرکت است. خیلی از چاپخانه‌های قدیمی از نبود

کار یا قیمت‌های پایین سفارش‌ها گلایه دارند، اما در کنار آن‌ها، چاپخانه‌هایی نیز وجود دارند که با قیمت‌های خیلی بالاتر، مسیر حرکت خود را با سرعت طی می‌کنند و به پیشرفت خود ادامه می‌دهند؛ درست مثل قطار در حال حرکتی است که یا ما سوار آن می‌شویم و به سمت پیشرفت حرکت می‌کنیم، یا سوار نمی‌شویم و بر سستی بودن روش‌های فروش، تولید، انبارداری و تک‌تک مراحل کار، پافشاری می‌کنیم که در این صورت عقب ماندن از تکنولوژی‌های روز دنیا و نابودی تدریجی شرکت‌ها، سرنوشتی محتوم و ناگزیر خواهد بود. باید بپذیریم که همسو شدن با تکنولوژی‌های روز جهان، تنها مسیر رسیدن به موفقیت و پیشرفت شرکت‌ها است.

اخیراً در اخبار، خبر از ارتقای دانش و تکنولوژی مبتنی بر هوش مصنوعی، به کرات شنیده می‌شود. سهم هوش مصنوعی در آینده صنعت چاپ و بسته‌بندی چقدر است و مصادیق آن چیست؟

به کمک هوش مصنوعی، تولید و چاپ لیبیل، با کیفیت و سرعت بالاتری انجام می‌شود. از طرفی، استمرار کیفیت و رنگ در فرآیند چاپ تاثیر زیادی بر خروجی لیبیل دارد. به کمک هوش مصنوعی ماشین‌های چاپ به طور اتوماتیک فرآیند تکرار و یکپارچه‌سازی چاپ لیبیل را کنترل می‌کنند و خطای انسانی را از بین می‌برند. همچنین مراحلی مانند تنظیم کردن اهرم‌ها که قبلاً باید توسط نیروی انسانی انجام می‌شد، به صورت خودکار توسط ماشین قابل انجام است. همه این موارد باعث کاهش هزینه نهایی چاپ لیبیل می‌شود و برای شرکت‌های تولیدکننده، صرفه اقتصادی خوبی را به دنبال دارد. ماشین‌های هوشمند با کاهش دخالت نیروی انسانی، هم کیفیت چاپ را افزایش داده‌اند و هم خطاهای انسانی را از بین برده‌اند.

جدیدترین ماشین‌آلاتی که در کشور عرضه کرده‌اید و یا عرضه آن‌ها را در دستور کار دارید، چه ماشین‌هایی است؟

همان‌طور که عرض کردم، شرکت تهران ماشین ابزار، روی بخش بسته‌بندی و پس از چاپ و ماشین‌آلات لیبیل تمرکز دارد و ماشین جدیدی که در بازار عرضه کرده‌ایم، ماشین سلفون کش دوکاره است. خوشبختانه عرضه این ماشین، با استقبال بسیار خوبی روبه‌رو بوده و در قسمت ماشین‌آلات لیبیل هم دستگاه‌های جدیدی که باعث پایین آمدن هزینه و بالا رفتن کارایی می‌شوند را به بازار عرضه کرده‌ایم. در حقیقت بهره‌مندی از این دستگاه‌ها باعث می‌شود، صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران در رقابت با سایر کشورهای همسایه، حرفی برای گفتن داشته باشد و فعالان این صنعت بتوانند سهم خود و کشورمان را در بازارهای صادراتی دوباره به دست آورند. ■

خیلی از چاپخانه‌های
قدیمی از نبود کار
یا قیمت‌های پایین
سفارش‌ها گلایه
دارند، اما در کنار
آن‌ها، چاپخانه‌هایی
نیز وجود دارند که
با قیمت‌های خیلی
بالاتر، مسیر حرکت
خود را با سرعت طی
می‌کنند

دستگاه سلفون کش دو کاره (سرد و گرم)

WATER-BASED GLUE & THERMAL FILM

دستی و اتوماتیک

سیستم برش زنجیری: قابلیت برش متریال های را داراست. این سیستم با بهره مندی از ویژگی جداسازی دقیق و بدون حاشیه برای برش متریالهایی از جمله متالایز در کارتن سازی کاربرد دارد

پودر جمع کن: غلتک حرارتی به همراه لیسه به طور موثر پودر و گرد و غبار موجود در سطح کاغذ را تمیز میکند و پس از سلفون کشی به بهبود چسبندگی و برش و جداسازی ساده تر کمک میکند



جمع کن بدون توقف: تکنولوژی پنوماتیک به دریافت کار سلفون شده و آماده کمک میکند و آنها را مرتب دسته میکند و با دقت و سرعت هر ورق را شمارش میکند

سیستم حرارتی القایی: سیلندرهای حرارتی با قطر بزرگ، سیلندر خشک کن و سیلندر فشار باعث بهبود ثبات و قوی تر شدن سلفون کشی می شود

سیستم آپارات سرو و موتور: تغذیه کننده اتومات با توجه به بهره گیری از تکنولوژی سرو درایو به بهبود سرعت، ثبات، دقت بی نهایت کمک و از اتلاف وقت و هزینه اضافه اجتناب میکند



www tmcmachine.com

021-43000888



در این بخش می خوانیم:

- آینده پژوهی، ابزار رویارویی با فرصت ها و چالش ها
- برای مهار تورم و رشد تولید باید ساز و کار علمی داشت
- بررسی چالش های فرآوری تا صادرات محصولات خرما

دکتر حسین کنعانی مقدم

برای مهار تورم و رشد تولید باید ساز و کار علمی داشت

سید قاسم قاری

وضعیت نگران‌کننده اقتصاد ایجاب می‌کند که امروز مسئولان و دولت‌مردان با اقدامات و برنامه‌های مشخص‌تری برای حل مسائل کشور تدبیراندیشی کنند؛ در غیر این صورت خطر جهش تورم دیر یا زود دامن بخش‌های دولتی را نیز فراگرفته و برای حل آن راهی باقی نمی‌ماند. از آنجایی که یکی از شعارهای دولت سیزدهم، کاهش نرخ تورم و بازگرداندن ثبات به اقتصاد است، از مسئولان و کارگزاران دولت انتظار می‌رود که در این راستا با عزم و همت بیشتری گام بردارند. با توجه به این موضوع با دکتر حسین کنعانی مقدم، دبیرکل حزب سبز ایران گفت‌وگویی داشتیم. وی حدود ۵۰ مقاله علمی و پژوهشی داشته و ضمن داشتن ۱۲ اختراع ثبت شده، حدود ۴۳ سال در بخش مدیریت استراتژیک کلان کشور مشغول به کار بوده که از جمله آن عضویت در شورای عالی سپاه، مسئولیت طرح عملیاتی کل سپاه و انجام فعالیت‌های استراتژیک در دوران جنگ بوده است. همچنین مسئولیت در کمیسیون اصل ۴۴ مجمع تشخیص مصلحت نظام، موسس و رییس انجمن تونل ایران، مدیر پروژه آزادراه تهران-شمال، مسئولیت مرکز تحقیقات استراتژیک، صاحب‌امتیاز و مدیرمسئول مجله پیام سفیر و... در شمار این فعالیت‌ها است. در ادامه به مشروح این مصاحبه می‌پردازیم.

کل اقتصاد درگیر یک بیماری است که شاید بتوان نام آن را دیابت اقتصادی گذاشت. نقدینگی درست مانند قند که با افزایش در خون دیابت را رقم می‌زند، در اقتصاد موجب تورم افسارگسیخته‌ای خواهد شد که مانند بیماری دیابت سه راهکار دارد. نخست اینکه فرد کمتر قند بخورد؛ یعنی پایه پولی را کنترل کرد یا ورزش کند؛ به این صورت که نقدینگی را به سمت تولید هدایت کند و یا اینکه به فرد انسولین تزریق کرد، یعنی در اقتصاد از منابع خارجی برای حل مسائل کشور بهره گرفت، در حالی که هم‌اکنون نرخ سرمایه‌گذاری خارجی به دلیل شرایط ریسک اقتصادی در کشور منفی است. هرچند که باید دانست، این موضوع راه حل اصولی حل مشکلات نیست، چرا که به هر حال درست مانند وابستگی بدن به انسولین، کشور را وابسته به دریافت منابع خارجی خواهد کرد. اقتصاد کشور باید به سمتی برود که بتوان از این سه راهکار به‌طور همزمان بهره گرفت و رشد تولید ناخالص کشور را افزایش داد. البته همان‌طور که می‌دانیم، این بیماری درمان‌نهایی ندارد و تنها قابل کنترل است. در حال حاضر وضعیت اقتصادی کشور درست مانند یک فرد مصدوم است که از چند عضو دچار شکستگی شده و در بخش ICU به سر می‌برد تا مورد جراحی قرار گیرد. در این میان، اولین راهکار برای درمان این است که در ابتدا مانع از خونریزی او شود. در اقتصاد ما هم که درگیر دیابت، شکستگی و خونریزی است، اول باید جلوی افزایش پایه پولی را گرفت.

دسترسی دولت سیزدهم به اهداف اقتصادی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به اعتقاد بنده احزاب قوی، دولت ساز هستند؛ یعنی وزیرسازی و



در ابتدا نظر تان را در خصوص وضعیت اقتصاد کشور ارائه فرمایید.

در این راستا باید شاخص‌های اقتصادی به‌طور جداگانه مورد بررسی قرار گیرد. بر اساس برنامه ۵ ساله، تکلیف بر این بوده که نرخ تورم به ۸ درصد، نرخ رشد به ۵ الی ۸ درصد، نرخ رشد سرمایه‌گذاری خارجی به ۸ درصد و نرخ بیکاری نیز به کمتر از ۸ درصد برسد، در حالی که وضعیت این موارد در حال حاضر نمره مردودی می‌گیرد. در این راستا لازم است، اندک نگاهی به وضعیت دولت سیزدهم و تیم اقتصادی آن داشته باشیم. هرچند اعضای تیم اقتصادی به خودی خود از اشخاص حرفه‌ای و توانمند هستند، اما شاید ایراد کار آنان را بتوان در تعامل با همدیگر عنوان کرد. از سوی دیگر، به‌طور

برنامه‌نویسی کرده و تئوری ارائه می‌دهند که پیامد آن در درست گرفتن قدرت است تا بر این اساس آن‌ها را عملیاتی سازند، با این حال دولت‌های روی کارآمده در کشور طی سال‌های اخیر، برآمده از احزاب نبوده‌اند. برای مثال، باید پرسید که دولت سیزدهم به‌طور دقیق چه برنامه‌هایی در ابتدا برای اقتصاد در نظر گرفته یا اصلاً مدل اقتصادی او چیست؟ اگر مدل اقتصادی آقای رئیسی روشن است که باید سایر برنامه‌های خود را در راستای آن تدوین سازد و تیم اقتصادی تعیین شده و وزرای منتخب نیز در راستای این مدل حرکت نمایند تا بعد از مدتی به نتایج اولیه دست پیدا کرده، اما رئیس جمهور مدل و تجربه اقتصادی نداشته و به‌طور کل بیش از آنکه بتواند یک مربی باشد، یک هماهنگ‌کننده است، در حالی که وقتی برنامه اقتصادی مشخص نیست، چطور می‌توان این برنامه‌ها را به سرانجام رساند. از سوی دیگر، دولت از زمانی که انتخاب شد، به رقاباتی انتخاباتی خود سمت داد. نیت ایشان هر چند خوب باشد، اما باید دانست که آن افراد همچنان به عنوان رقیب موقعیت خود را در مقابل ایشان حفظ کرده و خود را برای انتخابات و دوره‌های بعدی آماده می‌کنند که در نهایت به تیم اقتصادی دولت صدمه خواهد زد. با توجه به این موضوع به نظر می‌رسد، از آنجایی که دولت برآمده از یک خلأ سیاسی در کشور و برآمده از مشارکت حداقلی بوده، از قدرت کافی برخوردار نباشد. علاوه بر این، هماهنگی سران قوا نیز در موضوع خودروها تا حدی آسیب‌پذیر شده است. با توجه به این امر، آقای رئیسی باید ریل‌گذاری مجلس را در برنامه هفتم که بر مبنای سیاست‌های مقام معظم رهبری است، بپذیرد و مجری این برنامه باشد، در غیر این صورت اگر قرار باشد که مجلس و دولت و هر نهادی به‌طور جداگانه ریل‌گذاری کنند، هیچ‌یک به مقصد نخواهد رسید.

تحقق شعار مهار تورم و رشد تولید در چه صورت میسر است؟

شعارهای مقام معظم رهبری طی سال‌های گذشته، درست مانند قطعاتی از یک پازل کلی است که هر سال یک قطعه از آن رونمایی می‌شود. به نظر می‌رسد، این‌ها صرف این‌که شعار سال باشند، یک فرآیند ریل‌گذاری است که ممکن است، ۲۰ الی ۱۰ سال طول بکشد، اما در آن سال باید زیرساخت‌ها و قوانین کشور را برای آن آماده کرد. کشورمان در حال حاضر درگیر رکود تورمی است که بدترین نوع بیماری اقتصادی است و در کنار آن دیابت اقتصادی مانند دو لبه قیچی در حال تضعیف وضعیت مالی کشور است، به همین دلیل در وهله اول برای مهار تورم باید از رکود خارج شد که این امر نیز سازوکار خود را دارد و با تزریق پول، تسهیلات و حمایت مالی میسر نیست. اقدام اصلی برای خروج از رکود و حرکت چرخ‌های اقتصادی کشور در

همه ابعاد و ایجاد امید در مردم، حرکت در مسیر مدل‌های اقتصادی شناخته‌شده در دنیا است. اینکه ما منابع مالی را در کارخانه‌ای تزریق کنیم که تولید آن از رده خارج شده و بازدهی اقتصادی ندارد، اصلاً کار درستی نیست. شاید بهتر باشد، چنین کارخانه‌هایی را برای جلوگیری از زیان‌های بیشتر متوقف کرده یا کارخانه‌های مبتنی بر تکنولوژی‌های جدید را با آن جایگزین کرد. ما چاره‌ای جز این نداریم که بخشی از اقتصاد را وابسته به شرکت‌های پیشرو دنیا کرده و از شیوه‌هایی استفاده کنیم که بازدهی در اقتصاد ایجاد می‌کند. امروز کشور ما مزیت‌های زیادی در بخش کشاورزی دارد و حتی می‌توان بسیار بهتر از کشور اوکراین از این محصولات بهره‌برداری کرد، اما متأسفانه کشاورزی ما ۱۰۰ سال عقب‌تر از کشاورزی دنیا است. اداره‌ها و نهادهای مرتبط با این موضوع نه تنها راهگشای تولید نبوده، بلکه مانع آن نیز شده‌اند. برای مثال، وزارت جهاد کشاورزی، بخش‌داری‌هایی که برای اعطای مجوز پول می‌گیرند و سامانه ثبت اسناد و املاک کشور، بزرگ‌ترین موانع این امر هستند؛ اما چه کسی این موانع را برمی‌دارد؟ باید گفت هیچ‌کس، چرا که همه این‌ها شریک دولت و اسباب درآمدزایی برای او هستند. به جای اینکه موانع را بردارند، مدام از مردم پول می‌گیرند و این پول به دولت می‌رسد. تا زمانی که این مسائل وجود دارد؛ کشاورزی، صنعت، سیستم بانکداری و دیگر بازارها شرایط بازدهی نخواهند داشت. در هر جای دنیا اگر برنامه‌ای برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی وجود داشته باشد، در مرحله اول تلاش می‌شود تا موانع برداشته شود، اما در ایران این موضوع هیچ مصداقی ندارد و به نوعی می‌توان گفت که موضوع سرمایه‌گذاری خارجی به معنی ورود سرمایه‌ها به ایران دروغی بیش نیست. به نظر می‌رسد، دولت سیزدهم اگر در صدد تحقق شعار مهار تورم و رشد تولید است، باید از سازوکارهای علمی و خاص خود استفاده کند. بسیاری به اسم اقتصاددان مشغول فعالیت هستند، در حالی که افراد آگاه و متخصص این حوزه به حاشیه رفته‌اند. اگر چه امروز اهمیت اقتصاد دانش‌محور مطرح است و در بیانات مقام معظم رهبری نیز بر آن تأکید شده، ولی هیچ ساختار اجرایی برای آن فراهم نشده است، به همین دلیل بسیاری از دانش‌آموختگان از کشور مهاجرت می‌کنند و هیچ‌گونه نهاد تصمیم‌گذاری برای برنامه‌ریزی‌های علمی در اقتصاد کشور وجود ندارد. قطعاً با آزمون و خطا نمی‌شود اقتصاد را پیش برد، در غیر این صورت مثل الان هزینه‌های سنگینی را باید بپردازیم.

عامل اصلی گرانی‌ها و شرایط تورمی کنونی چیست؟

بر اساس شاخص‌های اقتصادی کشور، ارزش دلار نسبت به ریال در چند سال گذشته بر مبنای منابع نفتی، گازی، نرخ شد و به‌طور

یکی از راهکارهای پیشنهادی به دولت این است که معادل سود ریالی به سرمایه‌های مردم، سود دلاری دهد یا به منظور جذب سکه‌ها و طلاهایی که در اختیار مردم است، تدابیری بیاندیشد

در شرایط فعلی
شرکای ما تنها
کشور چین و روسیه
نیستند، بلکه از
کشورهای دیگری
می‌توان برای مقابله
با سیاست‌های
تحریمی آمریکا
بهره گرفت

کل فاکتورهای اقتصادی موثر، ۲ هزار و ۲۰۰ تومان بود، اما مساله این است که وقتی دولت می‌تواند دلار را با قیمت بالاتری به مردم بفروشد، چرا باید کمتر بفروشد؟ پس عامل اصلی گرانی، خود دولت است که دلار و ارز را در اختیار دارد. مساله دیگر بحث تحریک تقاضا است. مردم در شرایط تورمی سرمایه‌های خود را به سمت این بازارها می‌آورند و این چرخه طی سال‌های مختلف، هم نقدینگی را تحت تاثیر قرار داده و هم منابع ارزی را از چرخه تولید به سمت واسطه‌گری می‌آورد.

به منظور مهار نوسانات نرخ ارز، در بخش سیاست‌های ارزی چه اقداماتی باید انجام داد؟

یکی از شعارهای اقتصادی از دیرباز تاکنون نیز همین بحث کنترل مداخلات دولت در عرضه و تقاضای طلا و دلار بوده است. بانک مرکزی مسئول حفظ ارزش پول ملی است، بدین معنی که اگر مداخلات بیرونی به جز دولت، قصد به هم زدن بازار را داشته باشد، کنترل‌کننده و حافظ ارزش پول ملی باشد، نه اینکه دولت مدام ولخرجی کند و پول آن را از مردم دریافت نماید. در این شرایط آیا بانک مرکزی قادر است، ارزش پول ملی را حفظ کند؟ استقلال بانک مرکزی موضوع مهمی است و در همه دنیا این استقلال با هدف حفظ ارزش پول ملی وجود دارد، اما مساله این است که در کشورمان این موضوع به دلیل سیاست‌های دولت مورد غفلت قرار گرفته است.

اقتصاد زیرزمینی چه آسیب‌هایی به کشور زده و چه سهمی در تورم کنونی دارد؟

امروز باید تکلیف بحث اقتصاد ملی، همان‌طور که در کتاب اقتصاد سبز نیز به آن اشاره کرده‌ام، روشن شود. بدین صورت که درآمدها به تناسب هزینه‌ها تعیین گردد. امروز شاهدیم که ۶۰ درصد اقتصاد کشور به صورت زیرزمینی اداره می‌شود که اصلاً پاسخگوی دولت نیست. زمانی که هزینه‌های سرسام‌آور این ۶۰ درصد در اقتصاد ملی کشور مورد غفلت قرار می‌گیرد و برعکس همه بر هزینه‌های اقتصاد ملی متمرکز هستند، چه توقعی وجود دارد که دولت اقتصاد را سروسامان دهد، در صورتی که اختیاری بر اکثریت آن ندارد. همه این بخش‌های زیرزمینی می‌توانند با نوساناتی که در اقتصاد کشور ایجاد می‌کنند، آن را دچار چالش سازند. چرا نامی از صنایع و بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی کشور در بودجه دولتی نیست، در حالی که سهم بسیاری در اقتصاد کشور دارد؟ پاسخ روشن است؛ آن‌ها هم رانت سیاسی و هم رانت اقتصادی دارند و به هیچ‌کس نیز پاسخگو نیستند. با توجه به این امر، هر سیاستی که در کشور تدوین شود، از سوی همین گروه نادیده گرفته می‌شود.

چشم‌انداز اقتصاد کشور را چطور ارزیابی می‌کنید؟

چاره‌ای جز تجدید نظر رئیس‌جمهور در برنامه‌های اقتصادی وجود ندارد. دولت باید افرادی متناسب با برنامه‌های تعیین شده انتخاب کند تا در بلندمدت از بحران عبور کند و البته این به مفهوم حل کامل آن نیست. مردم نیز با ورود منابع پولی به چرخه تولید در این مسیر قادرند که کمک بخش دولت باشند. اگر آقای رئیسی، جلوی گرانی‌ها و کاهش ارزش پول ملی را بگیرد و در مردم امید ایجاد کرده تا منابع خرد خود را وارد چرخه اقتصاد کشور کنند، مشکلات کنونی حل می‌شود، اما آیا دولت برنامه‌ای برای این پول‌های خرد و ورود آن‌ها به بانک‌ها دارد؟ یکی از راهکارهای پیشنهادی به دولت این است که معادل سود ریالی به سرمایه‌های مردم، سود دلاری دهد یا به منظور جذب سکه‌ها و طلاهایی که در اختیار مردم است، تدابیری بیاندیشد. ای‌کاش از همان اول مدل اقتصادی کشور را بیان کنند تا حداقل مردم و کسب و کارها نیز حساب کار دستشان بیاید و معلوم شود که اقتصاد به چه سمتی می‌رود.

و سخن آخر...

اقتصاد یک موضوع وابسته به سیاست‌های جهانی است. سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز بر موضوع اقتصاد درون‌گرا و برون‌گرا تاکید کرده است. در این راستا برجام، نه مذاکره بود و نه معامله، بلکه یک ابلاغیه از جانب غرب بود که با هدف کنترل ایران صادر شد. افرادی هم که چنین ابلاغیه‌ای را صادر کردند، همان کسانی بودند که موضوع معاوضه نفت در برابر غذا را به کشور عراق پیشنهاد دادند و این کشور را آن‌چنان ضعیف و وابسته کردند که از درون متلاشی گردید. به اعتقاد بنده، امروز مدل نظام بین‌المللی تغییر کرده است. با حمله کشور روسیه به اوکراین و حتی ترک مخاصمه ایران و عربستان، نظام بین‌الملل خود را در یک قالب جدید نشان داده که این قالب باید برجام را تعریف کند، از این‌رو در شرایط فعلی شرکای ما تنها کشور چین و روسیه نیستند، بلکه از کشورهای دیگری می‌توان برای مقابله با سیاست‌های تحریمی آمریکا بهره گرفت. کشور آمریکا نشان داد که دیگر نمی‌تواند از طریق تحریم به ما اعمال قدرت کند. آن برجام سابق مرده و دیگر هیچ منفعت اقتصادی و سیاسی برای ما ندارد. در واقع ما با امضاء آن به سمتی حرکت می‌کردیم که انتهای روشنی نداشت. در این متن کلماتی به کار رفته که هزاران معنی دارد. برای مثال، زمانی که گفته می‌شود، آمریکا باید از عملکرد ایران نسبت به اجرای این ابلاغیه راضی باشد، یعنی هر موقع امکان امتناع از آن را دارد. بالاخره در نظم نوین بین‌الملل، ما اگر قدرت‌مند باشیم، در این نظم جدید خودمان را از منظر اقتصادی و سیاسی پیدا خواهیم کرد، اما اگر یک کشور ضعیف باقی بمانیم، به شیوه آن نظم جدید وابسته و

تحقیر می‌شویم. ■

آینده‌پژوهی

ابزار رویارویی با فرصت‌ها و چالش‌ها

دکتر سارا نوری
مدرس دانشگاه



آینده‌پژوهی، مدیران
سازمان‌ها را قادر
می‌سازد تا متناسب
با نسل‌های متفاوت
بشری، مسائل
مشترک را شناسایی
و برنامه‌سازمان
و جامعه را برای
رویارویی با آن‌ها
آماده کنند

مشارکت در توسعه تفکر بلندمدت، سرعت بخشیدن به همکاری بیشتر فعالیت‌های مرتب موسسات دولتی و درگیر شدن ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری اشاره کرد. آماده‌سازی افراد برای آینده، مستلزم نظام‌ها و رویه‌هایی است که اهداف فردی و سازمانی را همسو کرده و ضمن برقراری ارتباط با مدیران و متخصصان، آن‌ها را به شیوه موثری توسعه دهد. در حقیقت، سازمان‌ها برای حفظ حیات و موفقیت در موج‌سواری قرن حاضر، باید خود را با راه جدیدی از اداره کردن، تطبیق دهند که مبتنی بر ظرفیت یادگیری سازمان و تغییر هوشیارانه، مداوم و سریع است. در محیط پویا و متغیر امروز که سرمنشأ آن رقابت‌های فزاینده، جهانی‌سازی و ظهور تکنولوژی‌های جدید است؛ راه‌شد، رسیدن به عملکرد بالا و بقاء در اقتصاد جهانی، نوآوری است. به همین خاطر از آغاز انقلاب صنعتی، نوآوری یک منبع کلیدی برای کسب مزیت رقابتی بوده و به‌رغم مشکلات بسیار در مدیریت آن، همچنان امری الزامی برای شرکت‌ها محسوب می‌شود. شواهد نشان می‌دهد، شرکت‌هایی که از توانایی استفاده از راهبردهای نوآوری برای تحقق بخشیدن به موفقیت برخوردار هستند، در زمینه‌هایی مانند سود و سهم بازار، موفقیت بیشتری کسب کرده‌اند، بر همین اساس شرکت‌ها باید برای ماندگاری و دوام در عرصه رقابت جهانی، محصولات و خدمات جدیدی را ارائه و فرآیندهای نوینی را به کار گیرند. در این میان، آگاهی از تحولات نوین آینده‌امری جدی و ضروری است. این دانش، توانایی انتخاب هوشمندانه را افزایش می‌دهد و به همگان اجازه می‌دهد تا بدانند که به کجاها می‌توانند بروند (آینده‌های اکتشافی)؛ به کجاها باید بروند (آینده‌های هنجاری) و از چه مسیرهایی می‌توانند با سهولت بیشتری به آینده مطلوب خود برسند (راهبردهای معطوف به خلق آینده). آینده‌پژوهی ویژگی تعاملی و مشارکتی دارد و زمانی که فرآیند مناسبی برای آینده‌پژوهی به کار گرفته شود، ارتباطات افزایش یافته و برقراری ارتباط میان اجزای مختلف سیستم با هدف بررسی دقیق حوادث غیرمترقبه آینده، ساختاری تعاملی و کارآمد ایجاد خواهد کرد. با این اوصاف، خالی از لطف نیست که سازمان‌ها در صدد برآیند و از این دانش بهره‌مند شوند، از متخصصان این رشته مشاوره بگیرند و با آگاهی به آموزش کارکنان خود بپردازند؛ چرا که پیشرفت در محیط پر رقابت امروزی و پر شتاب قرن حاضر، در سایه مدیریت راهبردی نوین امکان‌پذیر است. ■

عصر جدید، حاصل پنداره‌های جدید، ماموریت‌های نو و روش‌های تازه است؛ عصر انفجار اطلاعات، اطلاع‌رسانی سریع و جامع؛ دوره رقابت در حوزه‌های آینده‌نگری و آینده‌پژوهی. امروزه تحولات و رخداد‌های اجتماعی، بسیار متنوع، متکثر و پیچیده است. بررسی مفهوم امنیت در بازار اشباع کنونی، علاوه بر رویکردهای واقعی، علمی و تحلیلی، مستلزم رویکرد استراتژیک نظام‌مند بوده و واکنش‌ها باید سریع و اثربخش باشد، در غیر این صورت ایده‌ها و راه‌حل‌ها مرده به دنیا می‌آیند. در دنیایی که به سرعت در حال تغییر است که برای به دست آوردن جایگاه خود، سرعتی همچون نور باید داشت. "آینده در دو قدمی ماست." مرز شکنی دانش، مستلزم تربیت آینده‌پژوهانی است که با تفکرات فلسفی و مدل‌سازی برای کاوش‌های منظم، به کشف انتخاب‌های مختلف برای آینده، تعیین راهبردهای هدفمند و طراحی عمل اجتماعی موثر بپردازد. ما به عصر امروز، عصر عدم قطعیت می‌گوییم. شاید بتوان گفت، مدیران امروز نیاز به پیشگویی با تجربه‌ای دارند تا آینده‌ای که به زودی خواهد رسید را برای‌شان توصیف کنند. آینده‌پژوهی رشته‌ای نوظهور در جهان است. از آنجایی که آینده هنوز وجود ندارد، هدف اصلی مطالعات آینده‌پژوهی ایجاد راه آگاهانه و مسئولانه برای تفکر در مورد آینده است. کشورها و سازمان‌ها در جهان با ایجاد مراکز آینده‌پژوهی به مقابله با آینده نامشخص و آمادگی برای تحولات جهانی می‌پردازند، از این‌رو طراحی الگوی توانمندی آینده‌پژوهی مدیران، به لحاظ نظری یک دستاورد جدیدی محسوب می‌شود. دانش آینده‌پژوهی از ابزارهای مهم و اثرگذار در این عرصه است. آینده‌پژوهی ابزاری است برای حساس ساختن مدیران سازمان‌ها درباره موضوعات خارج از سازمان و در حال پیدایش، پیش از آنکه سازمان‌ها مغلوب آن حوادث شوند. در واقع این ابزار، مدیران سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا متناسب با نسل‌های متفاوت بشری، مسائل مشترک را شناسایی و برنامه‌سازمان و جامعه را برای رویارویی با آن‌ها آماده کنند؛ بنابراین آینده‌امری است که انسان می‌تواند آن را با اقدامات هدفمند خود طراحی کرده و شکل دهد. آینده‌پژوهی در عرصه تجارت می‌تواند منجر به تشخیص حوزه‌های جدید تحقیق، کاربرد مناسب تحقیقات موجود، ایجاد شراکت‌ها و شبکه‌های جدید شود و همچنین موجب کاهش ریسک و تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری بهتر خواهد بود. از جمله مزایای آینده‌پژوهی برای دولت‌ها می‌توان به

بررسی چالش‌های

فرآوری تا صادرات محصولات خرما

دکتر مهدی کریمی تفرشی

رییس کارگروه کسب و کارهای جاده ابریشم سازمان ملل - یونسکو



منطبق با استانداردهای ملی یا بین‌المللی در این صنعت رعایت نمی‌شود و ظرفیت‌های سردخانه‌ای نیز در برخی از استان‌ها با کمبود مواجه است. از طرفی، واحدهای فناوری در صنعت خرما هم با کمبود نقدینگی مواجه‌اند و تامین منابع مالی در این حوزه با چالش مواجه است. بازار فروش خرما در زنجیره ارزش خرما اهمیت بسیار بالایی دارد که این روزها این بازار همچون گذشته به دلیل افزایش قیمت‌ها رونق چندانی ندارد و تقاضا برای مصرف این محصول کاهش پیدا کرده است.

بررسی آمار و اطلاعات مربوط به صادرات خرما نشان‌دهنده آن است که ایران، در سال ۱۳۹۹ با رقمی حدود ۲۹۷ میلیون دلار دومین صادرکننده بزرگ خرما در جهان بوده است. با این حال، با توجه به پایین بودن متوسط قیمت خرمای صادراتی ایران به کشورهای در سال ۲۰۲۰ میلادی در مقایسه با قیمت صادراتی کشورهای دیگر نظیر تونس، عربستان، فرانسه، هلند و آمریکا، ارزش افزوده خرما به نسبت کمتری دارد. ضمن اینکه خرمای ایران عمدتاً به صورت فله‌ای و در بسته‌بندی‌های بزرگ ۵ الی ۱۰ کیلویی به کشورهای دیگر صادر می‌شود که هم از نظر بازار پسندی مناسب نیست و هم اینکه فرصت و زمینه انجام فرآوری‌های مختلف را محدود می‌کند، از این رو صادرات خرمای ایران با ارزش افزوده پایین‌تری همراه است. در واقع می‌توان گفت، معمولاً خرمای ایران بعد از صادرات به کشورهای هدف، با انجام فرآوری‌های مختلف، مجدداً بسته‌بندی شده و با الصاق برچسب مربوط به انواع استانداردهای کیفی و بهداشتی (حلال، ایزو ۲۲۰۰۰، ایزو ۹۰۰۲ و HACCP)، با برند و بسته‌بندی‌های دیگر به بازار کشورهای دیگر، به ویژه ایران نیز صادر می‌شود و این جای تاسف بسیار دارد.

عدم توجه شرکت‌های صادرکننده به الزامات، ویژگی‌ها، سلاقی و نیاز بازارهای هدف به ویژه از نظر نوع بسته‌بندی محصول، یکی از مهمترین دلایل ضعف نظام بازاریابی محصول خرما است. با توجه به اینکه ایران سومین تولیدکننده خرما در جهان است، انتظار می‌رود که روی صادرات این محصول به عنوان یکی از کالاهای با ارزش گسترش‌دهنده صادرات غیر نفتی مدیریت بیشتری صورت گیرد، چراکه این محصول پتانسیل این را دارد که منشأ ارزش افزوده در کشور باشد. ■

ایران سومین تولیدکننده خرما در جهان است که سالانه ۱/۳ میلیون تن خرما تولید می‌کند. از طرفی، زنجیره فرآوری خرما نیز در کشور فعال است و سالانه بیش از یک میلیون تن خرما جذب می‌کند؛ یعنی ضریب فرآوری خرما در کشور ۷۸/۷ درصد است. با این حال، به رغم ارزش افزوده‌ای که این صنعت می‌تواند در کشور ایجاد کند، همچنان با مشکلات و چالش‌های فراوانی دست و پنجه نرم می‌کند.

اصلاح و جایگزینی ارقام مناسب تجاری و توسعه ارقام از طریق کشت بافت از جمله چالش‌های تولید خرما در کشور است. علاوه بر این، عملیات کاشت و برداشت خرما، نیاز به مکانیزه شدن دارد و باید با ابزارهای مناسب در این زمینه فراهم شود. متأسفانه ظرفیت صنایع فرآوری و بسته‌بندی خرما در کشور ناکافی است و احداث این صنایع فرآوری در قطب‌های تولید به طور مناسبی انجام نشده است. در واحدهای بسته‌بندی و فرآوری خرما از فناوری‌های مدرن و به روز استفاده نمی‌شود، بر همین اساس سطح فرآوری به نسبت پایین است. از سوی دیگر، در فرآوری محصولات خرما، خلاقیت و نوآوری بسیاری وجود دارد که در این میان، انجمن‌های تخصصی تحقیق و توسعه و پژوهش‌کده‌ها در این حوزه باید به طور فعال‌تری ورود کنند تا شاهد ایده‌های نوآورانه در این صنعت باشیم. آن‌چنان که انتظار می‌رود، اصول و الزامات مرتبط با برچسب‌زنی محصولات

دنیای کار آفرینی



گفت و گوی اختصاصی با
بانوی هنرمند بنفشه اسداله زاده

طراح، نقاش و نویسنده کتاب کودک و نوجوان

لازمه موفقیت در کارهای هنری اشتیاق و جسارت است

مصطفی حاتمی

ذوق درونی و بزرگ شدن در یک خانواده هنرمند، از همان ابتدا جرقه‌ای برای ورود او به فعالیت‌های هنری شد و به مرور زمان او را تا سر حد یک هنرمند خبره و توانا پیش برد. از دوران کودکی تا نوجوانی نیز نشانه‌های این توانایی هنری با خلق آثار متعدد و جذاب و به ویژه برگزاری دوره‌های آموزشی و نمایشگاه‌ها در وی نمایان شد و توانست به اهداف مورد نظر خود دست یابد. این بانوی هنرمند و خلاق، خانم بنفشه اسداله‌زاده است که هم‌اکنون به عنوان طراح، نقاش و نویسنده کتاب کودک و نوجوان، حرف‌هایی برای گفتن دارد. وی حدود ۶ ماه است که به عنوان دبیر اجرایی در انجمن خانه هنرمندان آفتاب مشغول به فعالیت است و دبیری چندین ورکشاپ و نمایشگاه هنرهای تجسمی را بر عهده دارد. ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» در گفت‌وگو با این بانوی هنرمند، به بررسی چگونگی ورود وی به دنیای هنر و همچنین عمده فعالیت‌ها پرداخته که ماحصل آن را با هم می‌خوانیم.

این علاقه در سن ۱۸ سالگی (بعد از اتمام دوره دبیرستان) با حمایت و تشویق خانواده به شکل جدی وارد حیطه آموزش نقاشی با رنگ روغن شدم و پس از اتمام آن با گذراندن دوره‌های نقاشی روی پارچه، باتیک و همچنین فراگرفتن تکنیک‌های مختلف نقاشی اعم از اکریک، مدادرنگی، ویترا و... به شکل تخصصی در این عرصه مشغول به کار شدم. به عقیده من، هنرمندان، انسان‌هایی با روح لطیف و خلاق هستند که در خلق آثارشان از تمامی حواس خود برای انتقال بهتر افکار و عقایدشان استفاده می‌کنند تا به زیبایی بر عواطف و احساسات مخاطبان خود اثر بگذارند. هنر ابزاری است برای انتقال احساسات و افکار یک هنرمند. یکی دیگر از فعالیت‌های مورد علاقه من در زمینه طراحی مد و لباس و استایل کردن لباس‌هاست؛ در واقع چیدمان و ست کردن لباس‌ها با توجه به رنگ، جنس و سن و دیگر فاکتورها که به این منظور نیز دوره‌های خاصی را مانند طراحی مد و لباس، استایلینگ و مدنویسی را گذرانده‌ام که قطعاً با موضوع رنگ‌شناسی و نقاشی حیطه مورد علاقه‌ام مرتبط بوده است. طبیعتاً بزرگ شدن در خانواده‌ای که پدر و مادر توجه ویژه‌ای به چیدمان، دکوراسیون و تزئینات جانبی داشته‌اند، در شکل‌گیری این علاقه و گرایش من به این موضوع بی‌تأثیر نبوده است. شایان ذکر است، در سنین نوجوانی بعد از گذراندن دوره طراحی دوخت به طراحی لباس روی آوردم و به دلیل علاقه زیادی که به کیف و کفش و اکسسوری‌ها داشتم، به سمت طراحی اکسسوری رفتم. البته در این مدت به دنبال هنرهای دیگری همچون پتینه، قلاب بافی، دکوپاژ، چرم‌دوزی و... رفتم، اما پس از گذراندن دوره‌های تخصصی طراحی اکسسوری و کیف و کفش، در این مسیر به فعالیت خود ادامه دادم، به طوری که هم‌اکنون مشغول تدریس رشته طراحی کیف و کفش در موسسه‌های هنری هستم.



در حال حاضر عمده‌ترین فعالیت شما در چه زمینه‌ای است؟

عمده فعالیت‌های من در حوزه نقاشی، طراحی و دیزاین، نویسندگی کتاب کودک و نوجوان و به طور کلی فعالیت‌های هنری است که محوریت آن بر پایه طراحی مد، لباس، کیف و کفش و اکسسوری اختصاص دارد. البته این ذوق هنری به واسطه تربیتم در خانواده‌ای هنرور و نیک‌اندیش بود و از سنین قبل از ورود به مدرسه به فعالیت‌های هنری از جمله نقاشی، طراحی، کتاب‌خوانی، چیدمان وسایل و... علاقه‌مند بودم و این اشتیاق و علاقه چنان در من زیاد بود که حتی برخی مواقع در حین پخش کارتون از تلویزیون، مشغول کشیدن و نقاشی کارکترهای مورد علاقه از روی صفحه متحرک تلویزیون می‌شدم و از دیدن و نقاشی کردن آن‌ها بسیار لذت می‌بردم. با تداوم

شما در زمینه نقاشی هم فعالیت دارید. معمولا این

نقاشی‌ها در چه سبک‌ها و طرح‌هایی انجام می‌شود؟

سبک اکثر نقاشی‌های من رئالیسم (واقع‌گرایی) و سبک طبیعت‌بی‌جان با موضوع جهان پیرامون، گل‌ها و احساسات دخترانه است. البته به غیر از نقاشی، در زمینه نویسندگی هم فعالیت‌هایی دارم که این استعداد نیز به دوران کودکی‌ام بازمی‌گردد، به طوری که در آن زمان به خرید و خواندن کتاب‌های داستان، نقاشی و رنگ‌آمیزی علاقه شدیدی داشتم، بر همین اساس یکی از گزینه‌های جذاب برای دریافت هدیه از سوی مادرم، کتاب‌های رنگ‌آمیزی و داستان بود که همچنان بعد از گذشت سه دهه، یادآوری و نگاه به آن‌ها برایم مسرتبخش است. این علاقه از کودکی از من وجود داشت و با تولد فرزندم و سپری کردن دوران کودکی او، بیشتر شد تا اینکه اولین کتابم با عنوان «پارسا پشیمون شده» را که با محوریت آموزش رفتاری برای کودکان طراحی شده، در سال ۱۳۹۳ منتشر و شماره‌های بعدی آن با عناوین «پارسا کمک می‌کنه، پارسا وقتشو تلف نمی‌کنه» طی سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ راهی بازار شد و خوشبختانه مورد استقبال خوبی هم قرار گرفت. همچنین کتاب دیگری را با عنوان «چرا امروز ناراحتم؟» برای راهنمایی نوجوانان که با شناخت و فهم قوانین جهان هستی، نحوه مقابله با مشکلات روبرو می‌شوند، به رشته تحریر در آوردم که چاپ اول در سال ۱۳۹۵ و چاپ دوم آن در سال ۱۴۰۰ منتشر شد.

به منظور معرفی فعالیت‌ها و آثار خود تاکنون در چه

نمایشگاه‌هایی حضور پیدا کرده‌اید؟

تاکنون در بیش از ۳۰ نمایشگاه هنرهای تجسمی و ۴ نمایشگاه انفرادی نقاشی در داخل و چندین نمایشگاه نقاشی در شهرهای ایلدور و پاناجی کشور هند، استانبول ترکیه، آریزونا آمریکا و همچنین نمایشگاه مشترکی که بین هنرمندان ایران، فرانسه و کانادا برگزار شد، حضور داشته‌ام. علاوه بر این، در نمایشگاه‌هایی با موضوع صنایع دستی و هنرهای تزئینی نیز حضور داشته‌ام. همچنین در جشنواره ملی مد و لباس در سال ۱۳۹۹ به عنوان منتخب طراح کیف و کفش و در جشنواره مَدیافت با محوریت طراحی مد و لباس نیز به عنوان منتخب طراحی ماسک برگزیده شدم. شایان ذکر است، علاقه‌مندان به کارهای هنری می‌توانند از طریق صفحه اینستاگرام (banafshe_plus_painting) به صورت مستقیم با من در ارتباط باشند.

به عنوان یک هنرمند فعال در رشته طراحی مد و لباس،

معمولا به هنرجویان خود چه توصیه‌هایی می‌کنید؟

قبل از هر چیز باید توضیح مختصری در رابطه با این رشته ارائه دهم. این رشته یکی از محبوب‌ترین رشته‌های طراحی مد و لباس در بین علاقه‌مندان به طراحی لباس و فشن محسوب می‌شود و تاریخچه آن به اوایل قرن نوزدهم بازمی‌گردد؛ زمانی که اشراف و شاهزادگان برای لباس‌های خود دنبال طراحان جدید بودند تا بتوانند برای البسه و

کیف و کفش طرح‌های جدیدی ارائه دهند. آموزش‌ها طی دو مرحله مقدماتی و پیشرفته انجام می‌شود و اکثر هنرجویانی که وارد این عرصه می‌شوند، اطلاعات چندانی از تاریخچه و طراحی آناتومی پا و کفش، زوایا و جنسیت‌سازی، رنگ‌شناسی و... ندارند و تصور می‌کنند که بعد از گذراندن این دوره می‌توانند به راحتی وارد بازار کار شده و موفق به طراحی برند شخصی شوند. به عقیده من، برای ورود به دنیای هنر و طراحی برند و... فاکتورهایی مانند جسارت، اشتیاق، صبر، پشتکار و جدیت بسیار مهم هستند. از طرفی، هر کار نو و جدیدی ابتدا با انتقادات زیادی روبرو می‌شود که از آن گریزی نیست و فقط داشتن روحیه خوب، جسارت و اشتیاق و از همه مهمتر خودباوری می‌تواند سدی محکم در روبرویی با این گونه انتقادات باشد. توصیه من به هنرجویان و به طور کلی کسانی که وارد عرصه هنر می‌شوند این است که ابتدا هدف خودشان را مشخص کنند؛ بدون انتظار حمایت و تشویق از اطرافیان، با اشتیاق و بدون هراس به راهشان ادامه دهند؛ فقط به خدا و توانایی خودشان متکی باشند و هیچ وقت ناامید نشوند، چرا که خداوند بهترین

متاسفانه هیچ
حمایتی از سوی
نهادهای ذی‌ربط
انجام نشده؛ اگر
هم اقدامی صورت
گیرد، تاجایی
سنگ‌اندازی
می‌کنند که هنرمند
از ادامه همکاری
با آن‌ها منصرف
می‌شود



به عنوان یک استایلیست بفرمایید که چه مواردی در طراحی یک استایل خوب دخیل هستند؟

به نظرم، از مهمترین پارامترها برای یک پوشش مناسب و جذاب می توان به شناخت افراد از فرم و فیزیک بدن، توجه به رنگ پوست و مو، سلیقه شخصی و روحیات خلقی، فرهنگ جامعه و حتی مذهب اشاره کرد که در طراحی یک استایل خوب کاملاً دخیل است.

آیا سازمان ها و ارگان های مربوطه تاکنون توجه ویژه ای به بانوان هنرمند داشته اند؟

متأسفانه هیچ حمایتی از سوی نهادهای ذی ربط انجام نشده؛ اگر هم اقدامی صورت گیرد، تا جایی سنگ اندازی می کنند که هنرمند از ادامه همکاری با آن ها منصرف می شود، البته برخی از افراد هم در تلاش برای حمایت از هنرمندان هستند، ولی آن طور که باید به سرانجام نمی رسد. یکی از اهداف مهم من، کشف توانایی ها و استعدادهایم است. احساس می کنم که به عنوان یک فرد از خیلی توانایی ها و استعدادها برخوردار هستم که هنوز به فعل درنیامده است. در کنار آن، اقدامات زیادی هم برای کشف استعداد هنرجویان انجام می دهم. متأسفانه در شرایط اقتصادی فعلی و با وجود فقر فرهنگی جامعه، مردم از توانایی ها و استعدادهای درونی دور شده و خود را دست کم می گیرند که این موضوع مانع از رشد آنان می شود.

چه خصوصیات بارزی در شما به عنوان یک هنرمند نمایان است؟

یکی از خصوصیات بارز من، سرعت بالا در انجام فعالیت هایم است. به عنوان مثال، به خاطر دارم، یکی از طرح های من مورد تایید کشور هند قرار گرفت و قرار بود که آن را طی چند روز مشخص برای شرکت در نمایشگاه به این کشور ارسال کنم که از قضا در آن زمان مسافرت بودم و مجبور شدم به تهران برگردم تا در زمان تعیین شده کارم را برای نمایشگاه پست کنم. پس از جست و جوی فراوان متأسفانه تابلوی مورد نظر را پیدا نکردم و با اینکه تا زمان ارسال آن تنها چند ساعت باقی مانده بود، به ناچار مجبور به کشیدن مجدد همان تابلوی نقاشی شدم و خدا رو شکر توانستم طی زمان بسیار کوتاهی، تابلویی به زیبایی کار قبلی با همان جزئیات را کار کنم و برای شرکت در نمایشگاه ارسال کنم.

و سخن آخر...

در کشاکش تمام سختی ها و کم آوردن هایی که زندگی برای من رقم می زند، هیچ گاه اسیر عظمت درد و غم و ناامیدی نباشیم که خدای ما از تمام آنچه که دلمان را آزرده، بزرگ تر است. برای آنچه که اعتقاد داریم و برای چیزی که روحمان را همچون هنر جلا می دهد، زمان بگذاریم و ایستادگی کنیم. مسئولیت و هزینه شادی خودمان را بپذیریم و هیچ وقت بر عهده دیگران نگذاریم، حتی اگر هزینه اش تنها ایستادن باشد. ■



متأسفانه در شرایط اقتصادی فعلی و با وجود فقر فرهنگی جامعه مردم از توانایی ها و استعدادهای درونی دور شده و خود را دست کم می گیرند که این موضوع مانع از رشد آنان می شود

حامی و بهترین هدایت کننده است. معتقدم که همه انسان ها با نیروها و توانمندی های خاص و منحصر به فردی پا به این جهان گذاشته اند تا با احاطه و اشراف بر این توانمندی ها، برای خود و دیگران مفید واقع شوند. این استعدادها و توانایی ها، هدیه خدا به ما و استفاده از آن ها هدیه ما به خدا است. توصیه من استفاده از استعدادها و توانایی ها است، بدون انتظار از دیگران.

دنیای کار آفرینی

گفت و گوی اختصاصی با دکتر شهرام خیاطان

در این بخش می خوانیم:

- راهکارهای قدیمی مشکلات کشور را حل نمی کند
- قیمت آثار هنری باید متناسب با توان اقشار مختلف جامعه باشد

مدیرعامل هلدینگ موفقیت

راهکارهای قدیمی مشکلات کشور را حل نمی کند

ابوالفضل علیزاده

دکتر شهرام خیاطان متولد ۲۷ خردادماه ۱۳۴۷، به مدت ۳۷ سال پژوهشگر رموز و تکنیک های موفقیت بوده و نتیجه ارزشمند این تحقیقات را در قالب آموزش های بسیار خاص و مشاوره، در اختیار علاقه مندان قرار داده که البته شهرت وی در اثربخشی فوق العاده آموزش ها و مشاوره ها می باشد. از سوابق تحصیلی خیاطان می توان به لیسانس اقتصاد نظری از دانشگاه شهید بهشتی تهران، ارشد مدیریت دولتی از مرکز آموزش و پژوهش سازمان مدیریت و برنامه ریزی، DBA (مدیریت حرفه ای کسب و کار و بازاریابی) از موسسه آموزش عالی آسیا اشاره کرد. وی پدر دختر حافظه و نابغه ایران و جهان در حافظه و ریاضی لقب گرفته و دارای مدارک بین المللی فنی و حرفه ای از جمله مدیریت بازاریابی و مدیریت کسب و کار (BP) می باشد. توانمندی خیاطان در زمینه های مختلف مانند سخنران انگیزشی؛ مدرس قدرت ذهن و اعتماد به نفس؛ پژوهشگر علوم ذهنی و موفقیت؛ مدرس و مشاور مدیریت، بازاریابی و روابط عمومی؛ مدرس و مشاور خانواده و مهارت های زندگی؛ مشاور و مجری استعدادیابی و نبوغ؛ مدرس و مشاور اشتغال و کار آفرینی و... باعث شده تا در حیطه کاری خود به موفقیت های چشمگیری دست پیدا کند. وی در حال حاضر مدیرعاملی هلدینگ موفقیت را بر عهده دارد. ماهنامه «دنیای سرمایه گذاری» گفت و گویی با این مدیر خلاق و توانمند داشته که ماحصل آن را می خوانیم.

عالی انجمن مخترعین؛ همکاری با بنیاد ملی نخبگان، استعدادهای درخشان و...؛ تهیه کننده و طراح مستند از ایرانی (در حال ساخت)؛ مسئول کمپین مدیران خلاق؛ بازرس شرکت گهربارپیشه استانداری خراسان رضوی؛ مدیر روابط عمومی مجموعه های هلدینگ HI؛ مشاور و مدیر داخلی شرکت توسعه ارتباطات بین المللی تجاری ارگ و... از دیگر سوابق شغلی بنده به شمار می رود.

در خصوص شیوه فعالیت هلدینگ موفقیت از ابتدا تا کنون توضیح دهید.

فعالیت اصلی اولیه، آموزش بود که از سال ۱۳۶۵ با تاسیس موسسه آموزشی دانشجو آغاز گردید که بعدها تحت عنوان شرکت تعاونی خدمات آموزشی رسالت دانشجو به ثبت رسید و به همت مدیران مجموعه و با همکاری هزاران استاد و دانش پذیر به عنوان یکی از قدیمی ترین و موفق ترین موسسات آموزشی ایران مطرح شد. در طی سال های طولانی به علت نیاز به توسعه فعالیت های آموزشی و اجرایی کردن حرفه ای و گسترده مباحث مهم و اساسی مورد نیاز کشور، ناچار به اخذ مجوز و راه اندازی مراکز مختلفی مانند اتحادیه تعاونی های آموزشی خراسان رضوی (وزارت تعاون / اتاق تعاون)، شرکت تعاونی همایش گستران (اداره ارشاد / اداره تعاون)، کانون آگهی و تبلیغات رسالت هنر (اداره ارشاد)، مرکز مشاوره شغلی و کار یابی آرامش (اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی) و... شدیم که همگی تحت مدیریت واحد اداره می شدند که تحت عنوان «هلدینگ موفقیت» مطرح گردیدند.

این هلدینگ چه اهدافی برای توسعه فعالیت های خود در نظر دارد؟



در باره سوابق شغلی خود توضیحاتی ارائه فرمایید.

بنده در دوران فعالیت خود سوابق مختلفی را تجربه کرده ام که به عنوان نمونه می توان به مسئول تعاونی آموزشی رسالت دانشجو (یکی از قدیمی ترین و موفق ترین موسسات آموزشی ایران)، رئیس هیات مدیره اتحادیه آموزشی استان خراسان رضوی، رئیس کمیسیون آموزش اتاق تعاون خراسان رضوی، عضو کمیته آموزش انجمن کار یابی های خراسان رضوی، رئیس هیات مدیره تعاونی همایش گستران (همایشگران حرفه ای استان خراسان) صاحب امتیاز و مدیر کانون تبلیغات رسالت هنر و مسئول مرکز مشاوره شغلی و کار یابی آرامش اشاره کرد. همچنین مشاور صنعت، معدن و تجارت؛ مشاور

مهمترین هدف مادر هلدینگ موفقیت، آگاهی دادن به هم‌میهنان عزیزمان با آموزش‌های حرفه‌ای، کاربردی و پایه‌ای، به ویژه آموزش‌های بسیار خاصی است که برای توسعه فردی و سازمانی به معنای واقعی، بسیار ضروری است و به جرات می‌توان گفت که برای حل مشکلات جوامع از جمله کشورمان، به اجرای قوی آن‌ها نیاز است. این آموزش‌ها فقط در برخی از مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز خاص کشور‌های پیشرفته ارائه می‌شود؛ لیکن کسانی که در سطح جهانی برای تسلط بر مردم جهان و کشورها تصمیم‌گیرنده هستند، مانع از ورود این تکنیک‌ها و آگاهی‌ها به کشورهای دیگر می‌شوند. البته مانع بزرگ دیگری که وجود دارد، ذهنیت ترس بسیاری از مردم از تغییر و تحول اساسی در زندگی، ناشی از پرداختن بیش از حد و ناچار به روزمرگی می‌باشد. متأسفانه به واسطه موانع موجود، در رسیدن به اهداف عالی هلدینگ موفقیت، حتی با وجود تجارب و نتایج ارزشمند حاصله، هنوز به نتیجه مورد انتظار دست پیدا نکرده‌ایم، با این حال امیدواریم که با درایت مقامات آگاه و نیک‌اندیش و یاری رسانه‌های ارزشمندی همچون "ماهنامه سرمایه‌گذاری"، هر چه سریع‌تر به این مهم دست یابیم؛ زیرا ارزنده‌ترین سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذاری روی سرمایه‌های انسانی هر سازمان و کشور می‌باشد. شایان ذکر است، هلدینگ موفقیت، برنامه‌های متنوعی را در سال جاری در نظر دارد که می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- بسط تمام فعالیت‌های هلدینگ همانند مشاوره‌ها، نیازسنجی آموزشی، همایش‌ها و آموزش‌های خاص به کل شهرستان‌های کشور و حتی برای ایرانیان مقیم خارج از کشور
- تمرکز بیشتر ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای به سازمان‌های دولتی و شرکت‌های بزرگ سراسر ایران

از مهمترین دستاوردهای این هلدینگ برایمان بگویید.

به اعتقاد بنده، دستاوردهای ارزشمند است که در نهایت اثربخشی، در کمترین زمان و با نازل‌ترین هزینه حاصل شود. افتخار مادر هلدینگ موفقیت این است که در تجارب ۳۷ ساله خود در زمینه‌های مختلف به ویژه آموزش و مشاوره، موارد فوق را در اوج رعایت کرده و به‌طور معجزه‌آسایی بسیاری از عزیزان و سازمان‌های خصوصی و دولتی را در جهت مثبت، متحول کرده‌ایم.

هلدینگ موفقیت از چه ویژگی‌هایی برخوردار است؟

به جرات می‌توان گفت که مهمترین ویژگی این هلدینگ و مدیران آن؛ پویا بودن، اوج خلاقیت و نوآوری و شجاعت در ورود به راهکارهای نوین جهانی است. البته درک و تحلیل واقعی مشکلات، بدون داشتن تعصبات رایج نیز یکی از ویژگی‌های مهم مدیران هلدینگ موفقیت می‌باشد. از برجسته‌ترین امتیازات این هلدینگ نیز می‌توان به مرتبط بودن

فعالیت‌های آن با اهداف عالی کلیه سازمان‌ها، مجموعه‌ها و حتی اشخاص اشاره کرد. به عبارت دیگر؛ هلدینگ موفقیت می‌تواند همواره یاریگر همه اشخاص و سازمان‌ها باشد.

آیا فعالیتی هم در خارج از کشور دارید؟

در زمینه «آموزش»، برنامه‌های اندکی در خارج از کشور داشته‌ایم، ولی در زمینه «مشاوره» بیشتر به صورت حضوری و مجازی فعالیت کرده‌ایم. در یک سال اخیر هم در زمینه صادرات تجهیزات ساختمانی ایرانی، از طریق واگذاری غرفه در مرکز تجاری دائمی در کشور عراق، مشاوره‌هایی داشته‌ایم که به زودی بازگشایی می‌شود و به عنوان یک فرصت طلایی برای تولیدکنندگان مصالح و تجهیزات ساختمانی باکیفیت ایرانی در تصاحب بازارهای بین‌المللی و کسب درآمد ارزی عالی به شمار می‌رود. اخیراً نیز مشاوره و جذب‌هایی برای سرمایه‌گذاری ملکی در قبرس شمالی داشته‌ایم. همچنین پروژه دیگری در زمینه جذب گردشگران خارجی جهت بازدید از زیبایی‌ها و جذابیت‌های ایران در حال طراحی و اجرا است.

به نظر شما مهمترین مشکل کنونی کشور چیست؟

با توجه به تحقیقات انجام‌شده و مقایسه با عملکرد کشورهای پیشرفته، مهمترین مشکل کشور ما، مربوط به مسائل فرهنگی و آموزشی است و اگر اقدام فوری برای رفع این معضل، آن‌هم با روش‌های نوین جهانی انجام نشود، سیاست‌های پولی و مالی و... اثر بخشی لازم را در اقتصاد و رفاه مردم نخواهند داشت. از آنجایی که شرایط جوامع همواره در حال تغییر است، مسئولان نباید انتظار داشته باشند که با راهکارهای گذشته بتوان مشکلات حال و آینده را مرتفع کرد. همواره باید به دنبال راهکارهای جدید باشیم و این امکان‌پذیر نخواهد بود، مگر با خلاقیت و متفاوت‌اندیشیدن. خلاقیت هم زمانی تقویت خواهد شد که اذهان مردم و مدیران، پذیرشگر عوامل و وضعیت‌های جدید باشد؛ لذا برای حل مشکلات فعلی جامعه باید سیستم و نوع آموزش‌های بسیار خاص جوامع پیشرفته را بررسی و توسط اساتید کاربردی و آگاه اجرایی کرد و از سوی دیگر، راهکارها را از مردم نظرسنجی و کارشناسان خلاق را مسئول بررسی و تجمیع نظرات کرد.

وسخن آخر...

مهمترین سرمایه زندگی ما، زمان است، چرا که با میلیاردها تومان هزینه نیز نمی‌توان به یک ثانیه قبل بازگشت. باید قدر تمام لحظاتمان را بدانیم و آن‌ها را در کارترین حالت صرف کنیم. شایسته‌ترین اقدام برای این هدف، کسب تجارب و علم و دانش دیگران است. پس بیایید برای پیشرفت، آسایش و آینده خودمان، همواره در حال فراگیری و پذیرشگر دانش‌های جدید باشیم. ■

برای حل مشکلات
فعلی جامعه باید
سیستم و نوع
آموزش‌های بسیار
خاص جوامع پیشرفته
را بررسی و توسط
اساتید کاربردی و آگاه
اجرایی کرد

مدیر هلیا آرت گالری

قیمت آثار هنری باید متناسب با توان اقشار مختلف جامعه باشد

مصطفی حاتمی

با آرامش و چهره‌ای متبسم وارد دفتر نشریه می‌شود و با حوصله به همه سوال‌هایی که از او می‌پرسیم، پاسخ می‌دهد. آنچه که در صحبت‌های او بسیار تکرار می‌شود، اهمیت عشق، علاقه و آموزش هنگام ورود به یک حرفه هنری است. تجربه زیاد هم موجب شده که اطلاعات پرباری برای عرضه به هنرجویان و علاقه‌مندان داشته باشد و برای ادامه مسیر بی‌پایان هنر، سرشار از دانستنی‌ها و نصایح کاربردی باشد. خانم هلیا سلمانی، مدیر هلیا آرت گالری و فارغ‌التحصیل مقطع کارشناسی ارشد در رشته نقاشی، همزمان با تدریس در آموزش و پرورش به عنوان معلم، به این هنر ورود کرده و در اکثر کاخ‌موزه‌های تهران مانند موزه سعدآباد، موزه رضاعیاسی و سایر موزه‌ها و همچنین در ترکیه، آلمان، رم و لندن نمایشگاه‌های هنری دایر کرده که آخرین مورد آن، شهر یورماه امسال در شهر استانبول ترکیه خواهد بود. مشروح مصاحبه با این بانوی هنرمند به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

هم مشاوره می‌دهم، چراکه امروزه آموزش، نه تنها در این حوزه، بلکه در همه حوزه‌ها اهمیت زیادی دارد.

به موضوع درآمدزایی از این هنر اشاره کردید. این مساله تا چه اندازه برای شما حائز اهمیت بوده است؟

از آنجایی که کارمند بودم، کمتر به موضوع مالی این بخش توجه داشتم، اما از سن ۳۰ سالگی به بعد این امر تا حدی برای من اهمیت پیدا کرد، به طوری که طی سه سال اخیر، بعد از شیوع کرونا، فعالیت‌هایم در زمینه فروش آثار هنری بیشتری شد. در همان زمان، مشاوره‌های زیادی با اساتید مختلف داشتم و به افزایش ابعاد فضای مجازی روی آوردم، البته نه بدان معنی که برای این بخش تبلیغات خاصی در نظر گرفته باشم.

علاقه به هنر نقاشی از کجا و چگونه در شما شکل گرفت؟

در کنار علاقه‌ای که به این موضوع داشتم، پدر من نیز در این زمینه مشغول به فعالیت بود و یکی از مشوق‌هایم در این زمینه به شمار می‌آید. البته هیچ کس در کودکی نقاش یا هنرمند نیست، شاید به صورت فی‌البداهه، اثری به فراخور ذوق هنری و اطلاعات ناخودآگاه ذهنی یک کودک شکل بگیرد، اما عنوان این اثر را نمی‌توان هنر یا پیشینه هنری گذاشت؛ هرچند که از دوران کودکی فعالیت‌های هنری زیادی انجام داده‌ام و در تهران و مازندران نیز تعداد زیادی نقاشی‌های دیواری دارم. در شهر نگاه هم یک مجسمه ۱۰ متری طراحی کردم و در تهران نیز با همکاری شهرداری تهران در جشنواره‌های متعددی حضور یافتم. پس از آن با ورود به هنرستان به طور جدی در این زمینه مشغول به کار شدم. برخلاف تصور برخی که دلیل ورود به هنرستان و رشته‌های فنی و حرفه‌ای را معدل پایین عنوان می‌کنند، من با معدل بالای ۱۹ به هنرستان وارد شدم که از عشق و علاقه‌ام به هنر حکایت داشت. ابتدا در دانشگاه استان مازندران مشغول به تحصیل شدم و بعد از آن، مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد را در دانشگاه آزاد تهران مرکز گذراندم. البته بعد از دریافت مدرک فوق دیپلم، از سن ۲۰ سالگی وارد آموزش و پرورش شدم و اختلاف سنی من با هنرجویان حدود ۴ سال بود. از میان دروس تئوری به تاریخ هنر ایران علاقه داشتم و بیشترین بخش



با چه انگیزه‌ای وارد دنیای هنر، به ویژه نقاشی شدید؟

عامل اصلی این امر، کشش و عشق درونی نسبت به این هنر بوده که با مرور زمان موضوع درآمدزایی و سودآوری نیز مطرح شده است. من عاشق تدریس و ارتباط با هنرمندان هستم و در فعالیت‌هایم نیز این موضوع انعکاس یافته است. همان‌طور که ماهنامه "دنیای سرمایه‌گذاری" افراد فعال در بخش اقتصادی و سرمایه‌گذاری را با انتشار اخبار مرتبط با آن‌ها همراهی می‌کند، کار عمده من هم همراهی با هنرجویان است. برای مثال، با شرکت‌کنندگان نمایشگاه، در ابتدا رابطه دوستانه‌ای برقرار می‌کنم و با مرور زمان وارد حوزه تدریس بخش‌های هنری شده و برای عرضه یک اثر هنری در نمایشگاه به نقد، بررسی و تحلیل آن می‌پردازم. البته این فرآیند به معرفی و عرضه چند محصول در نمایشگاه محدود نمی‌شود، بلکه ضمن انجام این فعالیت هنری در طی روز، با تعداد زیادی از افراد مشغول بررسی ایرادها و مسائل مربوط به طرح‌های هنری هستیم و علاوه بر تدریس، به افراد مختلف



■ تکنیک طراحی با مداد ■ سایز ۷۰-۵۰
■ موضوع زنانگی سیاه و سفید



■ تکنیک رنگ روغن ■ سایز ۸۰-۱۲۰
■ موضوع مجموعه ماهی ها



■ تکنیک رنگ روغن و آکرلی ■ سایز ۷۰-۱۰۰
■ موضوع مجموعه ماهی ها در اسارت



■ تکنیک طراحی با مداد ■ سایز ۴۵-۳۵
■ موضوع زنانگی سیاه و سفید

تمام اقشار جامعه است و باید قیمت آن به فراخور توان خرید همه مردم تعیین شود؛ زیرا مهمترین رسالت هنر، ارتباط ذهنی و کلامی با اشخاص است.

آیا به نظر شما فرهنگ سازی درستی در زمینه معرفی آثار هنری هنرمندان صورت گرفته است؟

خیر. متأسفانه انسان ها بیش از توجه به علائق و نیازهای روحی، توجه ویژه ای به جسم خود دارند و در واقع، به غذای روح که همان هنر است، اصلاً فکر نمی کنند، در حالی که به دلیل حمایت های دولت، این موضوع در کشورهای دیگر از ۱۰۰ سال پیش فرهنگ سازی شده و زمانی که یک گالری آثار خوبی دارد، مردم برای دیدن آن به صف می ایستند و پول های خود را برای خرید آن پس انداز می کنند. در یک دوره ای، دولت ایران هم از هنرمندان حمایت می کرد و حتی به آن ها، مکان مناسب و پول ثابتی می داد تا به آموزش افراد و خلق آثار هنری بپردازند. همان طور که ذکر شد، از آنجایی که در کشورهای اروپایی این پروسه از سال های پیش شروع شده، هم اکنون به مرحله هوش مصنوعی رسیده که در این قسمت باید دید با ورود هوش مصنوعی و یا مجازی شدن هنر، چه اقدامی برای عدم توقف فعالیت های آنان بهتر است که صورت گیرد، چرا که هم اکنون تبلیغات و برنامه ریزی زیادی در این بخش از هنر صورت گرفته و سطح آگاهی های عمومی نسبت به آن نیز افزایش پیدا کرده است. ناگفته نماند، زمانی که تبلیغات آثار هنری گسترده تر شود و رسانه مورد اعتماد مردم مانند صدا و سیما نیز به موضوع هنر و اهمیت آن در زندگی مردم بپردازد، قطعاً فرهنگ سازی مناسبی در این زمینه ایجاد می شود. اگر دقت کنید، هر کالا و محصولی که در تلویزیون تبلیغ می شود، بعد از مدتی در خانه ها مورد استفاده قرار می گیرد. به اعتقاد من، می توان با توجه به کشش مردم به فضای مجازی و نقش کم بیلبردها در فرهنگ سازی، بخش هنر را در قالب رسانه های جمعی مانند تلویزیون به مردم معرفی کرد.

به منظور موفقیت در عرصه هنر معمولاً به هنر جوان و دانشجویان خود چه پیشنهادی دارید؟

در صورت تربیت حرفه ای هنر جوان توسط مدرسان به ویژه در بخش های کار آفرینی، شاهد پیامدهای مثبتی در این حوزه خواهیم بود، بر این اساس اگر بنده نیز ۲۰ سال پیش می توانستم راهکارهای درست بازاریابی و مسیرهای هنری را از طریق آموزش های کار آفرینی پیدا کنم، دیگر نیازی به امتحان رشته های هنری مختلف نبود. البته علاوه بر بازاریابی، دانستن راه های تجارت بسیار مهم است و باید هنر جوان را به سمت آن هدایت کرد. طبیعتاً کتاب کار آفرینی، آن ها را بسیار زودتر از حد انتظار به این هدف نزدیک می کند. هدف از هنر، تربیت یک هنرمند سر در گم برای پیدا کردن راه های فروش نیست.

و سخن آخر...

هنر، یک راه بی نهایت است و نقطه پایانی ندارد. در دنیای هنر نمی توان آرزو کرد که مثلاً جای فلان شخصیت هنری بود، چرا که زوایای شخصیتی و ذوق هنری هنرمندان کاملاً متفاوت است. با این حال یکی از خواسته های قلبی من، همواره این بوده که نامم در تاریخ ماندگار شود، هر چند که تحقق یا عدم تحقق آن معلوم نیست. ■

تدریس من در حوزه طراحی و درس علمی در مدارس و دانشگاه ها بوده است. پس از آن به تدریس با شهرداری های زیادی همکاری کردم و همزمان هم در بخش انیمیشن با صدا و سیما همکاری داشتم که نمونه آن، بخش انیمیشن شهید حسین فهمیده از شبکه دو بود.

شیوع بیماری کرونا خسارت زیادی به کسب و کارها وارد کرد. شما در زمینه فعالیت خود با چه مشکلاتی مواجه شدید؟

این موضوع موجب شد تا فعالیت های هنری من کاهش پیدا کند، به همین دلیل با این تفکر که نباید فعالیت هایم در فضای کوچک محدود شود، گالری را که در اختیار داشتم، تعطیل و پس از آن، بزرگترین نمایشگاه آن سال را در باغ موزه قصر با حضور حدود ۲۵۰ هنرمند و عرضه بیش از ۵۰۰ اثر هنری برگزار کردم که مدیریت سختی هم داشت. چندین دوره نیز به بیماری کرونا مبتلا شدم و طی دوره قرنطینه تا حدی افسرده شدم. بعد از مدتی به طرح نقاشی های سیاه و سفید روی آوردم که در حال حاضر تنها در حوزه مداد مطرح است. با توجه به علاقه ای که به کار تیمی و گروهی داشتم، به جای فعالیت انفرادی، ترجیح دادم که آثارم در قالب تیم هنری به نمایش گذاشته شود، هر چند طی این سال ها بیش از ۸۰۰ اثر هنری خلق کرده ام که تعدادی از آن نیز به فروش رسیده است.

سبک هنری شما بیشتر بر چه موضوعات و بخش هایی متمرکز است؟

این سبک عمدتاً ترکیبی است و به نوعی می توان آن را سبک پست مدرنیستی عنوان کرد که بر چندین موضوع و مفهوم مختلف تاکید دارد و بخش اصلی آن موضوعات اجتماعی است. همیشه بعد از ایجاد یک اثر هنری، تمایل داشتم که اثری بهتر از آن خلق کنم، بر همین اساس تعداد زیادی آثار هنری دارم که تعصب خاصی برای نگهداری دائمی آن ها ندارم، هر چند که برای عرضه آن نیز کمتر به سمت نمایشگاه های انفرادی رفته ام.

حضور شما به عنوان یک بانوی هنرمند و نقاش در نمایشگاه ها، با چه رویکردی بوده است؟

باید به این نکته اشاره داشته باشم که تاکنون ۶۰ نمایشگاه داخلی و خارجی برگزار کرده ام که از این تعداد بعد از فراخوان ها از گالری ها و فضاهای آموزشی مختلف از سراسر کشور، یک گروه ۵۰۰ نفره فراهم شده که با کشورهای دیگر مانند آلمان، لندن، آمریکا و کشورهای عربی در ارتباط بوده که این ارتباطات هنری باعث حفظ آن خواهد شد. ناگفته نماند، در این نمایشگاه ها افراد از شهرهای مختلف تهران، تبریز، مشهد، کهکیلویه و بویر احمد، اصفهان، شیراز، سیستان و بلوچستان، اهواز و... حضور دارند و آموزش ها نیز تمام طیف های سنی را در بر می گیرد. به طور کلی به تدریس علاقه دارم، چرا که در این فرآیند فرد دانسته های خود را به مخاطبان عرضه می کند تا پس از آن به سراغ مطالب جدیدتری برود.

آیا قیمت این محصولات هنری به طور واقعی تعیین می شود؟

قطعاً قیمت باید بر مبنای یک نرخ منطقی تعیین شود، هر چند که شاید هنرمند ارزش کار خود را فراتر از نرخ های بازار بدانند. به نظر من، قیمت ها باید به گونه ای تعیین شوند که اقشار مختلف توان خرید آن را داشته باشند. شعار "هنر برای هنر" را قبول ندارم، چرا که از نظر من، هنر برای

الاختـيار

عباس شهريور

عضو مجلس إدارة جمعية وسطاء التأمين ومدير بدء تشغيل التأمين المالي
نقل خصومات التأمين ضد الغير والتأمين على الجسم؛ ميزة أو إشارة إلى الإساءة



صرح الأمين العام ومدير العلاقات العامة في غرفة التجارة الإيرانية القطرية المشتركة

٢٠٠ مليون دولار حجم التبادل التجاري بين إيران وقطر



عضو مجلس إدارة شركة نفط إيرانول

زيادة الطاقة الإنتاجية من زيوت المحركات والزيوت الصناعية هذا العام



الرئيس التنفيذي لشركة اسبو جستان لإنتاج زيت المحركات
نستخدم المواد الخام عالية الجودة لإنتاج المنتجات



مؤسس ومدير تسويق سيفايو (سيفايو.نت)

التنفيذ الناجح لثلاثة آلاف مشروع في ٠٢ دولة



د. سارا نوري
الاستاذة في الجامعة

البحث المستقبلي هو أداة لمواجهة الفرص والتحديات



مدير مجموعة دماوند للتسويق

من الضروري إنشاء مرجع لتقييم الشركات الاستشارية



الرئيس التنفيذي لشركة النجاح القابضة

الحلول القديمة لا تحل مشاكل البلاد



عالم الاستثمار

اختيار ذكي لدخول سوق الأعمال الإيرانية

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

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

التنفيذ الكامل لبوابة الترخيص الوطنية؛ يتطلب العزم السيادي



مرتضى فغاني
عضو غرفة تجارة طهران

تطور إصدار الرخص التجارية كنقطة انطلاق للاستثمار والإنتاج هو موضوع أصبح شاغلاً للخبراء في مجال الاقتصاد لفترة طويلة، بحيث أصبح تسهيل بيئة الأعمال والوقت اللازم للحصول على ترخيصها مؤشر لقياس شفافية وازدهار بيئة الأعمال في كل دولة. في إيران، تم إنشاء بوابة الترخيص الوطنية بهدف زيادة الشفافية، ومكافحة الإجارات، وتوفير الأساس

للازدهار الاقتصادي، وأخيراً زيادة الإنتاج والازدهار الاقتصادي. يتضمن إصدار التصاريح والتراخيص في البوابة الوطنية للتراخيص خطوات التسجيل والمصادقة على الهوية والعنوان و ٨ استفسارات تتم شخصياً. وبحسب الإحصائيات المذكورة، فمنذ بداية العام الجاري، تم تسجيل ما يقرب من ١٦ ألفاً و ٧٠٠ طلب ترخيص عمل في هذه البوابة، ولكن حوالي ١٠٪ منها فقط؛ أي، أدى ١٧٠٠ طلب إلى إصدار تراخيص تجارية. يبدو أن الطريق ما زال طويلاً قبل أن يصل هذا الرقم إلى ١٠٠ وإزالة الورق في مجال الترخيص. وفقاً للإحصاءات المنشورة، من أبريل من العام الماضي إلى ١٥ مايو من هذا العام، تم تسجيل ٨٤٤,٥٦٦ طلب ترخيص في بوابة الترخيص الوطنية للبلاد، نجح ٣١٣,٤١٠ متقدماً في الحصول على التراخيص. كما تمت مراجعة ورفض ٤٠٨ آلاف ٢٢٢ طلباً، وجاري مراجعة ١١٩ ألفاً ٧٩١ طلباً، وتأخير مراجعة ٨٣ ألفاً ٧٧٢ طلب ترخيص؛ وبهذه الطريقة وصل مؤشر الاستجابة الإجمالية إلى ٩٠,١٪ في بوابة الترخيص الوطنية. ومع ذلك، حتى الآن، تم ربط ما يقرب من ٤٥٦١ سند ترخيص ببوابة الترخيص الوطنية، والتي تشمل ٩٦,٨٪ من تراخيص الأعمال.

في غضون ذلك، نجح صندوق الابتكار ومنظمة الطاقة الذرية ومنظمة البيئة وغرفة التجارة ووزارة الطاقة في الحصول على مؤشر الاستجابة في الوقت المناسب في ١٠٠ في المائة من الحالات ولم يتم تسجيل أي تأخير في مراجعة الطلبات المقدمة منهم. ومع ذلك، فإن بعض المؤسسات المؤثرة للغاية، مثل هيئة هندسة أنظمة البناء، والخبراء القضائيين الرسميين، وجمعية المحاسبين القانونيين، والهيئة الإدارية والتوظيفية، وتنظيم البرنامج والميزانية، والسلطة القضائية، لم تصدر أي تصاريح عبر هذه البوابة. من ناحية أخرى، لم تصدر وزارة الداخلية ومنظمة النظام الطبي وجمعية مستشاري الضرائب وبلديات المدن الكبرى تراخيص من خلال البوابة، على الرغم من وجود طلبات مسجلة لها في البوابة. لذلك، ووفقاً للوضع الحالي، يمكن القول إن دخول مؤسسات مثل القضاء ومؤسسات صنع القرار الأخرى للتعامل مع المؤسسات المخالفة يمكن أن يكون خطوة مهمة لتصحيح المسار الحالي. ومع ذلك، تجدر الإشارة إلى أن تسهيل الترخيص لا ينبغي أن يعادل الفوضى والخروج على القانون في مجال الأعمال، بل إن تعزيز الآليات التنظيمية ضرورة لا ينبغي نسيانها. يمكن القول أن الوضع المثالي في هذا المجال هو تسهيل الدخول إلى مجال الأعمال، وتعزيز الإشراف في مجال الأعمال، وتوفير مجال للمنافسة المزدهرة في هذا المجال، والتي يمكن اعتبارها القلب النابض للاقتصاد لأي دولة. ■

تعزيز المعارض الدولية فرصة لإنعاش الاقتصاد الإيراني



فرهاد أميرخاني
رئيس التحرير

يمر الاقتصاد الإيراني بظروف صعبة ومعقدة للغاية ومتفاوتة. معظم النشاط الاقتصادي غير راضٍ عن الظروف الحالية ويعتقدون أن العقوبات لم تؤد فقط إلى ازدهار الاقتصاد.

من خلال مراجعة اقتصاد الدول الأخرى، يتضح أن إقامة المعارض كان لها دور مؤثر في تنمية اقتصادها. ونذكر في هذا الصدد

إقامة معرض إكسبو في دبي الذي استمر ٦ أشهر عام ٢٠٢١ بدولة الإمارات العربية المتحدة. وأنفقت سلطات دبي نحو ٤٢ مليار دولار لإقامة هذا المعرض وخصصت نحو ١٧ مليار دولار فقط لقطاع النقل. وشارك في هذا المعرض حوالي ١٩٥ دولة ومؤسسة دولية وزار أكثر من ٢٥ مليون شخص أكشاكه في الأيام الأولى. ليس من دون سبب أنه بعد كأس العالم والألعاب الأولمبية، يشار إلى معارض إكسبو على أنها ثالث أهم حدث دولي في العالم، وبعبارة أخرى، "أولمبياد الثقافة والأمم".

هناك العديد من الأمثلة في هذا المجال، بما في ذلك إقامة المعارض الضخمة في الصين تحت عناوين مثل بكين وشانغهاي وقوانغتشو وشنتشن وتشينغداو ووينزهو وسوتشو وكانتون، حيث زار خلالها ملايين الأشخاص النشطين اقتصادياً هذه المعارض. ويتم إنشاء أعلى عوائد مالية في هذه المعارض. مما لا شك فيه أن أهم إنجاز للمعارض هو عبور الحدود التقليدية وتكوين علاقات اقتصادية جديدة، يحصل خلالها الناشطون الاقتصاديون على فرصة التعرف على منتجات المنافسين الآخرين والجلوس للتحدث معهم وجهاً لوجه، ووفقاً لأهدافهم، قم بإجراء التفاعل الأنسب.

في إيران، كان لإقامة المعرض أهمية ومكانة خاصة على الدوام. وفقاً لوروزنامه المعارض، سيقام هذا العام أكثر من ٥٨ معرضاً متخصصاً في موقع المعارض الدائم في طهران. في الآونة الأخيرة، في طهران، استضاف معرض إيران إكسبو ٣٠٠ علامة تجارية إيرانية للتصدير من ١٠٠٠ تاجر دولي من ٦٠ دولة في مجالات الجلود، والملابس، والحرف اليدوية، والأغذية، والأجهزة المنزلية، والأثاث، والصناعة، والبتروكيماويات، والصحة، وما إلى ذلك. نشاط. وإن كانت إقامة هذه المعارض جديرة بالثناء على طريقتها الخاصة؛ ولكن نظراً لكون هذه المعارض تحمل عناوين دولية فقط، فمن الضروري بذل جهد لتدويل هذه المعارض من خلال إنشاء منصة مناسبة وتعزيز هذه المعارض، بعيداً عن الشعارات وسوء استخدام الألقاب، بحيث يكون ذلك نتيجة إقامة هذه المعارض. هي إنجاز عظيم للنشطاء الاقتصاديين وبكلمة واحدة. سيتم توفير فرصة لإنعاش اقتصاد البلاد أكثر من ذي قبل. ■

أهمية الميزان التجاري في صحة الاقتصاد



مهرداد جلاي بور
خبير أول في صناعة المعارض

اليوم، تحاول دول العالم تحسين المستوى الكمي والنوعي لاقتصاد بلادهم بأدوات مختلفة، ومن أهم هذه الأدوات تعديل الميزان التجاري الذي يلعب دوراً مهماً في الصحة العامة للاقتصاد. على الرغم من النمو الهائل للمعلومات وأدوات التسويق الدولي، فإن مكانة المعارض لم تتراجع فحسب، بل نمت وتطورت باستخدام أدوات تسويقية جديدة لصناعة المعارض. تطور هيكل معارض اليوم من عام إلى متخصص ومتخصص للغاية. الدول الصناعية مثل ألمانيا وإيطاليا وفرنسا وتركيا والصين مع نهج القدرات التقنية والإنتاجية؛ البلدان ذات التوجه التجاري مثل الإمارات العربية المتحدة، وهونغ كونغ، وسلطنة عمان، وسنغافورة، وما إلى ذلك، مع نهج إدخال القدرات التجارية والتسويقية واللوجستية للبلدان النامية والبلدان الموجهة نحو الاستيراد مثل العراق والكويت وكازاخستان وأوزبكستان، إلخ. مع نهج تلبية احتياجات السوق المحلية، دخلت واردات المواد الخام والآلات وتساعد على تعزيز الإنتاج المحلي في مجال صناعة المعارض. منذ عام ١٩٧٠، دخلت إيران مجال المعارض مع نهج تلبية احتياجات السوق المحلية في مجالي استيراد المنتج النهائي، من أجل تلبية احتياجات السوق المحلية واستيراد التكنولوجيا والمنتجات الوسيطة والآلات مع هدف التنمية الصناعية. بالتدريج، ومع نمو الإنتاج وتنوع المنتجات، خاصة بعد فترة الحرب المفروضة، تحولت معارض الدولة من هيكل عام إلى هيكل متخصص، ومن أواخر السبعينيات فصاعداً، شهدنا إنشاء تصدير متخصص وعالمي مع مجموعة متنوعة من الموضوعات، بحيث يتم حالياً التخطيط لحوالي ٧٠ عنواناً للمعرض في مناطق مختلفة في تقويم معرض طهران وعناوين المعارض الأخرى في مراكز المحافظات الأخرى في التقويم السنوي. يمكن أن يكون إنشاء المعرض، إذا كانت الترتيبات اللازمة متوقعة، بما في ذلك مشاركة وحضور تجار ورجال أعمال أجانب متخصصين ومعروفين، وإقامة اجتماعات B2B، وعقد ندوات متخصصة وأيضاً إطلاق ورش عمل تدريبية. أداة فعالة في تبادل الخبرات والمعرفة الفنية وتطوير التعاون التجاري، وخاصة في مجال التصدير، وجذب الاستثمار المحلي والأجنبي، ونقل المعرفة التقنية، إلخ. في غضون ذلك، يمكن تقييم إقامة المعارض مثل إكسبو إكسبو من عدة زوايا. على سبيل المثال، يمكن اعتبار وجود عشرات الوفود من ٧٥ دولة بما في ذلك أكثر من ١٢٠٠ مسؤول سياسي واقتصادي ومؤسسة اقتصادية من جميع أنحاء العالم نقطة قوية للمعرض؛ تجربة يمكن أن تؤدي بالضرورة إلى قدر أكبر من التنقل والتركيز في مجال الإنتاج والتجارة في المعارض الكبيرة والمتخصصة الأخرى مثل معارض صناعة النفط والغاز والبتروكيماويات وصناعة الأغذية، إلخ. ■

رفع الرئيس التنفيذي لشركة حافظ للتأمين

إفلاس صناعة التأمين مع استمرار عدم تطابق الدخل والمصروفات



أدت الزيادة المتعددة في الأسعار إلى زيادة كبيرة في تكلفة شركات التأمين لمواجهة المصاريف الجارية ودفع المطالبات، مما أدى إلى انخفاض أرباحها على المدى الطويل، ولهذا السبب يعتقد بعض الخبراء أن جرس إنذار إفلاس

صناعة التأمين قد بدأ وهذه القضية متأخرة. أو ستصبح مشكلة قريباً. في محادثة مع الدكتور جلال سلطاني، الرئيس التنفيذي لشركة حافظ للتأمين، قمنا بفحص حالة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

شركة حافظ للتأمين في وضع جيد للغاية من حيث مؤشرات التأمين الفني والمالي مثل المحفظة أو نسبة الخسارة وتكوين المحفظة. قدمت شركة حافظ للتأمين العام الماضي برنامجاً مدته سنتان للتأمين المركزي، والذي يقوم على مبدأ وافترض دخول جميع المؤشرات والبرامج إلى البر الرئيسي. الخطة الخمسية الجديدة في شكل وثيقة الرؤية الثانية لها أيضاً خططها الخاصة، والتي تم تطويرها هذا العام بنموذج الابتكار وإنشاء البنى التحتية والتخصصات ذات المستوى العالمي، وإذا تم تنفيذ خططها، فإن ميزانية الشركة سترتفع إلى ٥٠٠٠ مليار تومان. واحدة من أهم ميزات حافظ للتأمين هي السرعة، والمرونة، والنمو القائم على التكنولوجيا، والموارد البشرية المحفزة والقادرة، وفرص النمو العالية للغاية.

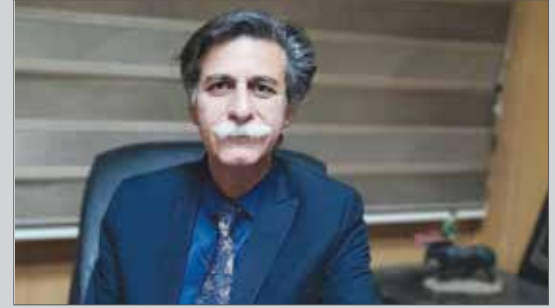
شركة حافظ للتأمين لديها جميع مجالات التأمين في المناطق الحرة تحت مظلتها وهي حالياً تركز وتهيمن في المجالات الطبية والسيارات والمسؤولية على التوالي. يجب أن نعلم أن معدل اختراق دورات الحياة منخفض جداً في المناطق الحرة. في بعض المناطق، لا يوجد اعتقاد أساسي في مثل هذه المجالات، بينما نحاول تشكيل هذا المجال في المناطق الحرة وكتابة بوليصة التأمين الخاصة بهم حتى بالنسبة للسنة.

لحسن الحظ، حصلت شركة حافظ للتأمين على الترخيص اللازم لخدمة حاملي وثائق التأمين في باكستان وأفغانستان في العاميين الماضيين من شركة التأمين المركزية.

لقد شكل التضخم الوضع بطريقة تجعل العديد من أنشطة التأمين في مثل هذه البيئة الاقتصادية بلا معنى، لأنها فقدت مبررات ربحيتها وتسبب فقط في خسائر متراكمة. الوضع الحالي هو تماماً مثل شخص يضع قدمه على حلقه، ولكنه ينتظر ويريد أن يتنفس، عندما يكون مثل هذا الشيء غير ممكن عملياً.

في الوضع الحالي، ليس أمام صناعة التأمين خيار سوى البحث عن المنتجات التكنولوجية التي يشترك فيها الناس في المخاطر والفوائد. مع السوق والمنتجات والقواعد التقليدية وعلى الرغم من الخسائر المتراكمة للصناعة بأكملها ومع مراعاة الاحتياطات التي يجب أخذها في الاعتبار، تدخل هذه الصناعة في هاوية الإفلاس. ■

الدور الفعال للتأمين على الحياة في دخل التقاعد



برتو علوي ششتري
نائب رئيس جمعية وسطاء التأمين

لطالما كان التمويل خلال الحياة وبعد فقدان الشخص أحد أهم اهتمامات البشرية.

في إيران، تم إصدار أول بوليصة تأمين على الحياة منذ ١٣٣ عامًا، لكن بداية نمو سياسات التأمين على الحياة البسيطة، والتي تغطي فقط وفاة الأشخاص، تعود إلى عهد بهلوي الثاني، عندما بدأت شركات التأمين الأجنبية والإيرانية في العمل في هذا المجال، لكن بوالص التأمين هذه منتشرة على نطاق واسع، ولم تكن موجودة وقليل من المجتمع اشتراها. بعد الثورة الإسلامية، لم يتم النظر في التأمين على الحياة منذ ما يقرب من ١٥ عامًا، ولكن منذ بداية التسعينيات، تم تقديم وثائق تأمين جديدة مختلطة على الحياة تسمى الحياة والادخار من قبل شركات التأمين، والتي لم يكن لديها قيود بوالص التأمين السابقة و تعتبر تطوراً جيداً في هذا المجال.

الاستقبال العام لبوليصة التأمين هذه في العقد القادم من قبل عامة الناس ونشاط شبكة متخصصة ومهنية من بائعي وموردي التأمين مثل وسطاء التأمين كمستشارين لحاملي الوثائق في تحديد الاحتياجات الرئيسية للمتقدمين لوثائق التأمين وتقديم التوجيه والتوجيه من أجل اختيار أفضل بوليصة تأمين من أفضل شركة تأمين وفقاً لرغبات حامل الوثيقة وأيضاً لعب ممثلو شركات التأمين دوراً مهماً فيها كمتحدثين رسميين لشركاتهم، وليس فقط جميع شركات التأمين العامة ولكن في جميع مجالات صناعة التأمين؛ أي أن الممتلكات والأشخاص كانوا يعملون، ووصل عددهم تدريجياً إلى أكثر من ٣٠ شركة، مما شجع على تطوير الأنشطة في هذا المجال، لكنه تسبب أيضاً في الحاجة إلى إنشاء شركات تأمين على الحياة متخصصة، تعمل أنشطتها بشكل خاص ومتخصص للغاية. في هذا الحقل. على الرغم من توقع الخبراء والنشطاء في هذا المجال منظوراً إيجابياً لتطوير وانتشار التأمين على الحياة، ويعتقد الخبراء أنه مساعدة بوالص التأمين على الحياة، سيزداد معدل تغلغل التأمين في الدولة ووثيقة التأمين على الحياة يمكن أيضاً الترويج لمجالات تأمين أخرى بين المجتمع والمستوى لتغطية الدولة، ولكن للأسف لم يحدث مثل هذا الحدث وترك نمو معدل اختراق التأمين وراء الخطأ والمبلغ الذي يحدده الأمناء وصانعو السياسات صناعة التأمين ولم تتحقق. بمعنى آخر، في عام ٢٠١٠، انخفض قبول حملة وثائق التأمين مقارنة بالعقد السابق. في الجزء الثاني من هذا المقال، الذي سينشر في العدد القادم من هذا المنشور، نوقشت أسباب هذه القضية وناقشتها، وحاولت اقتراح حلول مناسبة وفعالة. ■

ضرورة التحول الرقمي في التأمين الطبي التكميلي



أفشين إيرجي
رئيس مجلس إدارة جمعية وسطاء
التأمين الرسميين

التأمين الطبي التكميلي هو أحد أنواع بوالص التأمين التي واجهت زيادة في نصيبها من إجمالي أداء صناعة التأمين بالكامل في العام الماضي، وقد اتخذت أكبر مسافة من متوسط الخسارة في العام الماضي، بحيث أصبح أحد أولويات الاجتماع الأول للمجلس الأعلى للتأمين هي المراجعة وقد تم الاعلان عن وضع آلية لنظام معدل لوائح التأمين الطبي.

أدى التحول الرقمي وتكنولوجيا المعلومات في مجال العلاج إلى دفع التأمين الطبي التكميلي نحو التحول الإلكتروني. يمكن أن يؤدي استخدام التقنيات الجديدة، كأحد الأدوات المهمة في تقديم خدمات التأمين الطبي التكميلي، إلى تحسين أداء وجودة الخدمات وفي نفس الوقت المساعدة في تقليل التكاليف.

اليوم، تتطلع العديد من شركات التأمين في مجال العلاج التكميلي إلى استخدام التقنيات الرقمية لتقديم خدمات أفضل وتحسين جودة خدماتهم.

• مع التحول الرقمي واستخدام التقنيات الجديدة، تزداد بشكل كبير إمكانية منع الاحتيال في التأمين الطبي التكميلي.

• يمكن أن يكون التحكم الدقيق للغاية في الخدمات أحد إمكانات التحول الرقمي في هذا المجال. باستخدام الأنظمة الإلكترونية عبر الإنترنت، يمكن إبلاغ المركز الطبي بالخدمات المصغرة عن طريق التحقق من السجلات والقيود المختلفة.

• في الأرشيف الرقمي، يتم أرشفة المستندات، سواء كانت نصية أو مصورة، إلكترونياً في الفضاء الافتراضي، والمؤمن عليه وأي شخص يحتاج إلى عرضها بناءً على حق الوصول الممنوح ويمكنه استخدام هذه البيانات في أي وقت دون زמן ومكان محددات. سوف نحصل على.

• يمكن أن يؤدي إلغاء حركة العديد من المرضى لتلقي الخدمات الطبية بالطرق الرقمية الموجهة إلى تقليل تكاليف العلاج للمؤمن عليهم وتطبيق المزيد من الشفافية في مراجعة هذه التكاليف.

• مع وجود الخدمات الرقمية في التأمين الطبي في التطبيق المؤمن عليه والمراكز الطبية، يمكن تقديم الخدمات بسهولة في الموقع المطلوب للمؤمن عليه ويمكن حساب نصيب المؤمن عليه وشركة التأمين والأمور الأخرى بسهولة وتخصيصها إلى كل حفلة.

• يمكن أن يكون استخدام إنترنت الأشياء ومرافق الهاتف المحمول والساعة الذكية للمؤمن عليه وسيلة فعالة لتقليل المخاطر في التأمين الطبي التكميلي.

• منصات التعاون بين شركات التأمين، من خلال إنشاء منصات مشتركة بين شركات التأمين يمكن أن تساعد في تقليل الاحتيال والانتهاكات. بشكل عام، يمكن أن يساعد التحول الرقمي واستخدام التقنيات الجديدة بشكل كبير في تقليل التكاليف وزيادة الخدمات والإنتاجية في التأمين الطبي التكميلي وزيادة رضا المؤمن عليهم في نهاية المطاف. ■

نقل خصومات التأمين ضد الغير والتأمين على الجسم؛ ميزة أو إشارة إلى الإساءة



عباس شريور
عضو مجلس إدارة جمعية وسطاء التأمين
ومدير بدء تشغيل التأمين المالي

لسنوات عديدة، كان أحد مؤشرات مشتري السيارات في بلدنا هو عدد السنوات ونسبة الخصومات على بوالص التأمين ضد الأطراف الثالثة والجسم، ومنذ عام ٢٠١٦، مع الموقف المتمثل في التوجه نحو السائق، في ملاحظة المادة ٦ من قانون تأمين الطرف الثالث الذي أقره المجلس الإسلامي في عام

٢٠١٦، لا يسمح بنقل الخصومات على أساس الممارسة السابقة. في عام ٢٠١٨، تمت الموافقة على اللائحة التنفيذية للقانون أعلاه من قبل مجلس الوزراء، وأهم نقاط اللائحة التنفيذية هي:

- إذا قام المحول بتحويل تاريخ خصم عدم الضرر إلى السيارة التي تخص زوجته أو والديه أو أطفاله المباشرين، فسيكون المحول إليه مالك الخصومات من ذلك التاريخ فصاعداً.
- في حالة عدم تحويل سجل خصم عدم الضرر إلى مركبة أخرى من نفس النوع تخص الناقل أو زوجته أو والديه أو أطفاله المباشرين، يلتزم المؤمن بإصدار شهادة سجل خصم عدم وجود ضرر للسيارة تاجر.
- إذا كان المحول كياناً قانونياً، فلا يمكن نقل سجل خصم عدم الضرر إلا إلى مركبة أخرى من نفس النوع تنتمي إلى نفس الشخص.
- لا يجوز نقل تاريخ خصم عدم الضرر لأكثر من مركبة واحدة.
- يلتزم التأمين المركزي بتزويد شركة التأمين بإمكانية التسجيل والاستعلام عن تاريخ خصم عدم الخسارة بناءً على الرقم الوطني أو الهوية الوطنية لحامل الوثيقة وإمكانية الاستعلام عن تاريخ خصم عدم الخسارة لحامل الوثيقة من خلال النظام الإلكتروني.
- في المادة ٨ من الشروط العامة لبوليصة التأمين على الجسم، تم النص بوضوح على أنه إذا اشترى المشتري سيارة بها تأمين على الجسم، فسيكون مالك بوليصة التأمين على الجسم إذا دفع قسط التأمين عن الخصومات السنوية المحددة في بوليصة التأمين، وفي حالة عدم السداد في وقت حدوث ضرر محتمل، سيتم خصم نفس مبلغ الخصومات من الضرر.

من خلال زيارة أحد وسطاء صناعة التأمين أو ممثلي التأمين الذين ترد تفاصيلهم على موقع التأمين المركزي لجمهورية إيران الإسلامية، سيتم إعلامك بأحدث حالة خصوماتك والاستفادة من تاريخ الخصومات في وقت تجديد حسابك الجديد للتأمين للسيارة. ■

يعد عدم تلقي أقساط التأمين المتناسبة مع المخاطر مخاطرة لصناعة التأمين

من أجل فهم أهمية عامل اختراق التأمين وتأثيره على الأسواق المالية والنمو الاقتصادي للبلد، يجب دراسة دور صناعة التأمين في هذه المجالات ومن ثم دور الثقة العامة في صناعة التأمين تم انتقاده باعتباره أحد العوامل الفعالة، والتي سيتم مناقشتها بإيجاز أدناه. يتم توفير التفسيرات.

بشكل عام، دور صناعة التأمين في الأسواق المالية ثلاثي:

- التأثير الأول الذي يمكن أن تمارسه هذه الصناعة على الأسواق المالية الأخرى هو دور الدعم لتقليل مخاطر الاستثمار.
- جمع وتجهيز الموارد المالية باستخدام عمليات التأمين التي تستخدم في الاستثمار غير المباشر.
- الاستثمار المباشر لصناعة التأمين في الأنشطة الاقتصادية للبلد هو أيضاً ذو أهمية كبيرة.

نحاول في هذا المقال استعراض دور شبكة خدمات التأمين في الثقة العامة وأهميتها في زيادة معدل انتشار التأمين كأحد العوامل الناشئة داخل الصناعة. حالياً، إذا أردنا عرض مكونات صناعة التأمين في مخطط واحد، "المجلس الأعلى للتأمين كمشروع"، "التأمين المركزي لجمهورية إيران الإسلامية كمشرع ومترجم ومنفذ لقوانين المجلس الأعلى للتأمين" ثم "مقدمي خدمات التأمين تحت عناوين هناك مؤسسات التأمين، وسماصة التأمين الرسميين، وخبراء التأمين وخبراء التأمين.

أهم وأهم دور مؤسسات التأمين أو شركات التأمين : تحليل وقبول وتوزيع جميع أنواع المخاطر، وإدارة الموارد والاستثمار، وفي حالة وقوع حادث، إدارة دفع التعويضات. نظراً لأن بوليصة التأمين عبارة عن مستند قانوني من جانبيين وتخضع لقوانين التأمين المحددة، فمن أجل حماية حقوق طالبي التأمين (شركات التأمين)، يجب أن يكون المستشارون والمرافقون الذين هم على دراية بقوانين التأمين حاضرين مع حامل الوثيقة على يجب أن يكون وقت توقيع العقد من أجل توضيح حدود العقد، فيما يتعلق بالحفاظ على مصالحهم، حريصاً أيضاً، حيث يُطلق على هؤلاء المستشارين "وسطاء التأمين الرسميين" في صناعة التأمين.

بالطبع، هناك أيضاً شركات تأمين ووسطاء تأمين رسميين ومقيمين مستقلين للأضرار يحاولون، على الرغم من كل المشاكل، اتخاذ خطوات لتقديم أفضل الخدمات لحملة الوثائق من خلال الامتثال للمعايير المذكورة أعلاه. ■



سيد محمد معين توكللي
الرئيس التنفيذي لشركة مسيرامن

رئيس منظمة تنمية التجارة ايران هذا العام، سيكون لدينا أكثر من ٥٥ مليار دولار من الصادرات غير النفطية



أبرزت الإجراءات الملحوظة التي اتخذتها منظمة تنمية التجارة في الأشهر الأخيرة تطورات ملموسة في الدبلوماسية التجارية للبلاد، والتي، إذا استمرت، ستؤدي إلى مستقبل جيد لاقتصاد بلدنا، في محادثة مع المهندس علي رضا بيمان باك، رئيس منظمة تنمية التجارة، وقد بحثنا في هذه المسألة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

زيادة الصادرات غير النفطية بمقدار الضعف وكذلك زيادة تصدير الخدمات الفنية والهندسية كان من أهم أهدافنا منذ بداية تواجدي في هذه المنظمة، حتى نصل بنهاية عام ٢٠٢٥ ٧٠ مليار دولار صادرات غير نفطية ونحو ٥ مليارات دولار لتصدير سنوي للخدمات الفنية والهندسية. لهذا الغرض، تم تحديد الأهداف، بما في ذلك عام ٢٠٢١، الصادرات غير النفطية التي تصل إلى ٤٨ مليار دولار، ولعام ٢٠٢٢، بلغت الصادرات غير النفطية ٥٢ مليار دولار، والتي تم تحقيقها لحسن الحظ. بالإضافة إلى ذلك، حظي هدفي التنويع في أسواق التصدير ووجهات التصدير باهتمام كبير.

نمت الصادرات غير النفطية للبلاد بنسبة ٣٨٪ في ٢٠١٩-٢٠٢٠ ووصلت إلى ١٢٪ في العام التالي. وبلغ إجمالي الصادرات غير النفطية باستثناء الكهرباء والخدمات الفنية والهندسية نحو ٥٣,٥ مليار دولار. ومع ذلك، تم الوصول إلى الرقم الأكثر أهمية للصادرات غير النفطية في عام ٢٠٢٢، والذي سيصل نموًا بنسبة ١٠٪ هذا العام. ومن المتوقع أنه خلال التجارة الحرة مع دول أوراسيا، والتي سيتم توقيع عقدها في سبتمبر، سيزداد رقم الصادرات إلى هذه الدول من ٢ مليار دولار إلى ٧ مليارات دولار، والتي بالطبع، وفقًا للتقديرات، سترتفع. بحاجة أيضًا إلى دعم حكومي. بالطبع، يعود أحد تحدياتنا إلى مسألة عودة العملة، والتي يجب حلها عن طريق التفاوض مع البنك المركزي. على سبيل المثال، بعض المناطق لا تحصل على العملة التي تحتاجها من نظام نيم، والسعر الثابت للعملة في البنك المركزي يمثل مشكلة بالنسبة لها، والتي يجب حلها من أجل تعزيز الصادرات. بشكل عام، من المتوقع أن تصدر أكثر من ٥٥ مليار دولار هذا العام.

القوة الدافعة وراء ازدهار الإنتاج هي تنمية الصادرات. تتمتع الحكومة بهذا التصميم بسبب التفاعلات المكثفة مع القطاع الخاص وتدعم بشكل مباشر رجال الأعمال والمؤسسات ذات الصلة، لذلك يجب على الأصدقاء النشطين في القطاع الخاص الاستفادة من هذه الفرصة والمضي قدمًا نحو حل التحديات والمشاكل. كما ندعو المنظمات للتفاعل مع منظمة تنمية التجارة لحل مشاكل البنية التحتية. ■

نقلة اقتصادية للدولة من خلال جذب المستثمرين الأجانب في المناطق الحرة



استضاف المعرض الخامس للقدرات التصديرية للجمهورية الإسلامية الإيرانية (معرض إيران ٢٠٢٣) نشاط اقتصاديون ومستثمرون من دول أجنبية ومحلية في الفترة من ١٧ إلى ٢٠ مايو في مركز طهران الدولي للمعارض. هذا المعرض، من خلال استضافة ٧٠ وفدًا تجاريًا وحكوميًا يتألف من أكثر من ١٢٠٠ رجل أعمال ومسؤول حكومي من جميع أنحاء العالم بهدف إنشاء أسواق تصدير عالمية مع التركيز على شرق آسيا وأوراسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية وتنويع صادرات البلاد تم عقد السلع (خاصة القائمة على المعرفة وذات القيمة المضافة) من أجل زيادة عامل المرونة الاقتصادية للبلاد، وفي الوقت نفسه، كانت منطقة ماكو الحرة حاضرة بنشاط في هذا المعرض من خلال الكشف عن ٥٢ مشروعًا استثماريًا وعرض إمكانات التصدير.

قفزة اقتصادية للدولة من خلال جذب المستثمرين الأجانب إلى المناطق الحرة

قال حسين غروسي، الرئيس التنفيذي لمنظمة منطقة ماكو الحرة: إن جذب المستثمرين الأجانب والنشطاء الاقتصاديين إلى المناطق الحرة سيؤدي إلى نمو اقتصادي في البلاد.

وذكر على هامش المعرض الخامس للقدرات التصديرية للجمهورية الإسلامية، أنه سيتم عرض ٣٧٠ فرصة استثمارية في مناطق التجارة الحرة الصناعية في معرض إيران إكسبو، وأضاف: من حيث النهج الذي تتبعه المناطق الحرة في العملة يجب أن نستخدم جاذبية المستثمرين الأجانب لتحويل أزداد إلى مكان للنمو الاقتصادي للبلاد.

وفي الختام قال غروسي: منطقة ماكو الحرة من المناطق الأولى في تشكيل غرفة التيسير والدعم للمستثمرين، وفي هذا الصدد ١٠٠ فرصة استثمارية في مجالات اللوجستيات والعبور والزراعة والصناعة والتعدين، وتم إعداد السياحة وإتاحتها للعملاء والمهتمين بالاستثمار.

عقد ١٨ لقاء مع نشطاء اقتصاديين أجانب

قال آرشد يوسف زاده، مدير جذب الاستثمار والبنك والتأمين في منظمة منطقة ماكو الحرة: خلال الأيام الأربعة لمعرض إيران إكسبو ٢٠٢٣ (١٧-٢٠ مايو ١٤٠٢) في مركز طهران الدولي للمعارض، زار أكثر من ٤ آلاف شخص متحف ماكو. كشف المنطقة الحرة

ولخص الاجتماعات والزيارات التي عقدت في المعرض الخامس للقدرات التصديرية للبلاد في طهران، قال: حضور مستثمرين من الصين وروسيا وتركيا وطاجيكستان وقيرغيزستان وباكستان وقيرغيزستان وجورجيا والكاميرون وتنزانيا وإقليم كردستان. العراق في جناح منطقة ماكو الحرة وتعريفهم بفرص الاستثمار كان من أهم إنجازات هذا المعرض.

وأوضح يوسف زاده أنه تم خلال المعرض عقد ما مجموعه ١٨ لقاء مع رعايا أجانب، مضيفًا: عقد ٨٧ اجتماعًا من قبل خبراء اقتصاديين واستثماريين من منظمة المنطقة الحرة في ماكو مع زوار إيرانيين ونشطاء اقتصاديين.

وبحسب يوسف زاده، فقد تم شرح أمور مثل الموقع الجغرافي والفوائد القانونية وفرص الاستثمار بما في ذلك الخدمات اللوجستية والنقل، وكذلك كيفية تصدير الأراضي عبر منطقة ماكو الحرة لوفد من الصين. ■



يجب على البرلمان الحفاظ على مزايا المناطق الحرة

وقال الدكتور مجيد كياني، العضو المنتدب لمنظمة المنطقة الحرة في ارس، على هامش معرض إيران إكسبو، مشيراً إلى عدم وجود مقدمة مواتية لارس على المستويين الوطني والدولي في السنوات الماضية، قال: حتى الآن، حوالي ٥ مليار دولار تم استثمارها في هذا المجال وحدثت ممارسة الاقتصاد الخالي من النفط في آرس، لكنها ليست كافية ولن نكتفي بالمستوى الحالي.

في إشارة إلى إنتاج بنزين الطائرات و ٤ و ٥ يورو في المنطقة الحرة في ارس، أشار إلى أنه فقط في منطقة النفط والغاز، تنشط ٧ مصافي صغيرة في ارس، التي تستهلك البيتومين في جورجيا، شرق تركيا، وأجزاء من الاتحاد الأوروبي.

وأشار الرئيس التنفيذي لمنظمة المنطقة الحرة في ارس إلى وجود ٢٢٠ هكتاراً من البيوت البلاستيكية قيد الزراعة وتشغيل أكبر صوبة زراعية مائية في الشرق الأوسط في هذه المنطقة، وأضاف: ٢٨٥ هكتاراً من البيوت البلاستيكية قيد الإنشاء وفي السنوات القادمة هذه القدرة. سترتفع المساحة إلى ٥٠٠ هكتار حسب إحصائيات وزارة الجهاد والزراعة. تعتبر منطقة ارس الحرة قطب الزراعة المائية في الدولة وتنتج منتجاتها بتقنيات حديثة.

وأضاف الرئيس التنفيذي لمنظمة المنطقة الحرة في ارس: المناطق الحرة هي الرئة الاقتصادية للبلاد، وإذا تم تنفيذ القوانين والحوافز بشكل كامل وحقيقي، فسوف نشهد وجود مستثمرين أجانب في هذه المناطق، وهذا يتطلب دعم المجلس الاسلامي.

في إشارة إلى الدور المهم لوسائل الإعلام في لفت انتباه الناس والمسؤولين إلى الممر الشمالي الغربي، أوضح كياني: هناك ممر فعلي في البلاد، يربط روسيا بجورجيا، وجورجيا بأرمينيا، وأرمينيا بنجوان، و نخجوان بجلفا و جلفا بكامل شبكة السكك الحديدية في البلاد. تم بناء أول خط سكة حديد كهربائي في البلاد بين تبريز وجلفا، وقد أهملنا هذه القدرات. وفي النهاية قال كياني: التسجيل العالمي لمنتزه آريس الجيولوجي حدث كبير سيحدث في الأشهر المقبلة، ووفقاً لأساتذة جامعة تبريز، هناك شلالان آخران في العالم شبيهان بشلال أسياح. مثلما توجد غابات المنغروف في جزيرة قشم، لدينا أيضاً غابات الأثل على ضفاف نهر ارس. وشدد على ضرورة التعريف بهذه المنطقة قدر الإمكان، وقال: إن منطقة ارس الحرة هي واحدة من أصغر المناطق الحرة في البلاد، والتي تضم العديد من المعالم السياحية وتغطي عدداً كبيراً من السياح المحليين والأجانب. ■

صرح الأمين العام ومدير العلاقات العامة في غرفة التجارة الإيرانية القطرية المشتركة

٢٠٠ مليون دولار حجم التبادل التجاري بين إيران وقطر



من الأسواق التي حظيت بالاهتمام منذ فترة طويلة لقربها من بلدنا السوق القطري، والذي على الرغم من قلة عدد سكانه، إلا أن الطلب مرتفع على استيراد السلع ويتوقع كثير من التجار لدخوله. بالنظر إلى هذه المسألة، أجرينا محادثة مع مصطفى

صالحى نجاد، الأمين العام ومدير العلاقات العامة في غرفة التجارة الإيرانية القطرية المشتركة. نقرأ أجزاء من هذه المحادثة. سيتم تحرير النتيجة في رأي الجمهور المحترم.

عادة ما يكون حجم العلاقات التجارية بين إيران وقطر في نطاق محدد مع حالة من التقلبات الطفيفة. بشكل عام، يبلغ حجم التبادل التجاري بين هذين البلدين في الوقت الحالي حوالي ٢٠٠ مليون دولار، وهدفنا طويل الأمد والمثالي هو الوصول إلى حجم مبادلات تجارية يبلغ نحو مليار دولار في السنة. وبناءً عليه، فإن من المهام الرئيسية لـ الغرفة المشتركة لتسهيل التجارة والمساعدة. مستوى التجارة بين إيران وقطر آخذ في الازدياد.

من أجل تطوير التجارة، يتم عقد اجتماعات لجمع رجال الأعمال من البلدين ومناقشة القضايا المتعلقة بالتنمية التجارية والقضايا ذات الصلة حتى تزدهر الأعمال أكثر. بالطبع، يمكن تنفيذ هذه القضية من خلال وسائل أخرى مثل سفر وفود رجال الأعمال، وإنشاء معرض في بلد المقصد، والاجتماعات المباشرة بين رجال الأعمال والمسؤولين الاقتصاديين في البلدين، وأي وسيلة أخرى من شأنها أن تساعد في حل. ستكون مشاكل الأعمال في البلدين وتسهيل التجارة بين البلدين بشكل عام خلال المونديال، أقامت غرفة تجارة إيران وقطر معرضاً لقدرات إيران، أقيم في أفضل موقع جغرافي لهذا البلد، وحيث استقطبت جمهوراً كبيراً، فقد قدمت لهم المنتجات الإيرانية أكثر من ذي قبل. ويمكن القول أن السوق الذي كان متاحاً في قطر منذ ١٢ عامًا أصبح الآن مشبعاً، مما قلل من فرص دخول السوق القطري في هذا الوقت.

نظراً للجاذبية التي تتمتع بها قطر من حيث إقامة الفعاليات العالمية، فإن لديها الكثير من عشاق الأعمال بشكل عام، ولكن أكبر قدر من صادراتنا إلى قطر في هذا الوقت هو المواد الغذائية ومواد البناء. ومع ذلك، فإن معظم الصناعات حريصة على دخول هذا البلد، لأنها تعتبره سوقاً جذاباً. على الرغم من أنه يجب أن يكون معروفاً، إلا أن القدرة التنافسية في هذا البلد عالية جداً، وسكانها قليلون ولديهم احتياجات محدودة، ولهذا السبب يجب النظر إليها بطريقة متوازنة. ■

الرئيس التنفيذي لشركة بتروساران انرجي القابضة إساءة استخدام الحكومة لمنتجي القطاع الخاص



إن الوضع الاقتصادي السيئ وضغوط الحكومة على المنتجين من خلال صياغة قوانين معقدة ومتناقضة قد عطل بشكل خطير عملية أنشطتهم، وفي ضوء هذه القضية، من المتوقع لمزيد من التحقيق في هذه القضية، المهندس أبو الفضل غلامى، سيتم التشاور مع الرئيس التنفيذي لشركة بتروساران انرجي القابضة وقد أجرينا محادثة.

نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

وتتكون هذه الحياة من ثلاث شركات "بتروساران زرين شيمي" و "بتروساران تون شيمي" و "ساران للتجارة". تعمل شركة بتروساران زرين شيمي بشكل مباشر وغير مباشر في مجال تجارة المشتقات النفطية الإيرانية مع الدول الأخرى، كما تنتج شركة مصفاة بتروساران تون شيمي الواقعة في إقليم كردستان المشتقات البترولية مثل الهيدروكربونات والزيوت الأساسية وجميع أنواع الوقود المعالج من الزيوت والمحروقات. . ينتج. يتمثل النشاط الرئيسي لمصفاة بتروساران للطاقة في إنتاج مختلف الهيدروكربونات والزيوت الصناعية. من بين الشركتين التابعتين لشركة بتروساران القابضة، تتفاعل إحداها مع جميع مصافي الدولة في العراق كشركة تجارية، الأمر الذي أدى بطريقة ما إلى الارتباط بين دولتي إيران والعراق. وغني عن البيان أن مصفاة بتروساران للطاقة لديها قدرة وأنظمة ومرافق كافية لإنتاج أي منتج متعلق بالمحروقات والزيوت الصناعية، وهذا يجعلها واحدة من أكثر الشركات قدرة.

الهدف الرئيسي لشركة بتروساران انرجي القابضة هو إنشاء جسر بين أوروبا وجنوب إفريقيا وشرق آسيا، وبعبارة أخرى، إنشاء طريق سريع في مجال البتروكيماويات والمصافي، تمامًا مثل الإمارات العربية المتحدة. ستكون روسيا حاضرة أيضًا على هذا الطريق.

تقوم بتروساران انرجي القابضة ببناء مصنع BELENDING في مدينة أوميد الصناعية في مدينة إشتهارد من أجل إنتاج وتصدير المنتج النهائي من زيت المحركات إلى جنوب إفريقيا ودول شرق آسيا. يتم أيضًا بناء مصنع BELENDING آخر في الإمارات العربية المتحدة، مما سيساعد بالتأكيد في مبيعات BELENDING.

كان عام ٢٠٢٢ عامًا صعبًا إلى حد ما بالنسبة لهذا الاستحواذ، ولكن يبدو أنه أفضل بكثير من عام ٢٠٢٣. لسوء الحظ، نواجه العديد من المشاكل هذا العام، ومن الأمثلة على ذلك العملية الطويلة جدًا لتحميل البضائع ونقلها لكن وفقًا لتجاريي العديدة من السنوات الماضية، لا يبدو أن الوضع الجيد ينتظر هذا القطاع. وللأسف فإن الحكومة تسيء إلى منتجي القطاع الخاص، وهذه القضية ستسبب كارثة على المدى البعيد قد لا يكون هو نفسه على علم بها. ■

قال الرئيس التنفيذي لشركة آبادان لتكرير النفط نمو الإنتاج المحلي باستخدام قدرات الشركات القائمة على المعرفة



على الرغم من أن بيع المواد الخام يعتبر من المشاكل الخطيرة في مجال الطاقة، فقد تم إنشاء العديد من الشركات في هذا المجال من أجل خلق قيمة مضافة، وكذا الشركات المعروفة على المستويين الوطني والدولي، فإنها تقدم منتجات منتجة إلى السوق. في محادثة مع المهندس حكيم قيم، الرئيس التنفيذي لشركة آبادان لتكرير النفط، أوضحنا هذه المسألة وحققنا فيها بشكل أكبر. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

هذه الشركة التي يزيد تاريخها عن ١١٠ سنوات هي أقدم وأكبر مصفاة نفط في إيران والمنطقة ولعبت دورًا مهمًا في صناعة النفط الإيرانية على مر السنين.

ومن الوحدات المهمة التي تم إطلاقها في المرحلة الثانية من هذه المصفاة وحدة النيتروجين التي تستخدم لأغراض مختلفة. بحيث يمكن الآن تصديرها إلى الدول المجاورة وبالتالي زيادة ديناميكيات قطاع الطاقة على المستوى الإقليمي.

وبالنظر إلى عمر وحدات التكرير في هذه الشركة، فقد تم وضع خطط لرفع مستوى طاقتها وتثبيتها، والتي تم تنفيذها على ثلاث مراحل وأدت إلى زيادة جودة منتجات شركة مصفاة آبادان للنفط، وبناءً على ذلك، تم وضع البنزين رفع مستوى البنزين إلى مستوى يورو ٤، ومع الانتهاء من المرحلة الثانية من مصفاة آبادان، كواحدة من أكبر وحدات التكرير في إيران والمنطقة، انخفضت كمية زيت الوقود لهذه الشركة من ٤١٪ إلى ٣٠٪. في الوقت نفسه لعبت شركة آبادان لتكرير النفط دورًا مهمًا في الدولة بإنتاجها حوالي ١٠ ملايين لتر من البنزين و ١٨ مليون لتر من الديزل، ومن المؤمل أنه مع اكتمال المرحلة الثانية من وحدتها التكريرية سيكون لها مساهمة أكبر في الإنتاج، وباعتبارها أكبر مصفاة لتكرير النفط في البلاد، تلعب هذه الشركة دورًا مهمًا في إنتاج المنتجات الأساسية والمطلوبة مثل البنزين والديزل.

في العام الماضي، مع اكتمال وإطلاق المرحلة الثانية من شركة مصفاة آبادان للنفط، استخدام ١١١ شركة قائمة على المعرفة والتكنولوجيا المحلية، بالإضافة إلى التصميم الأساسي وبدء تشغيل وحدة التكرير من قبل الشركات القائمة على المعرفة تم تناول شعار عام ٢٠٢٢ الذي كان يهدف إلى دعم الإنتاج المعرفي. من أجل الوصول إلى طاقات أعلى، يقوم بدراسة وتنفيذ خطة بعنوان زيادة طاقة مصفاة نفط آبادان، والتي إذا تم تنفيذها ستزيد طاقة هذه المصفاة إلى أكثر من ٥٠٠ ألف برميل في اليوم. بالطبع، في هذا المشروع، من المفترض استخدام قدرة جميع الشركات القائمة على المعرفة والتكنولوجيا، كما أن تكنولوجيا بناء وحدات التكرير إيرانية بالكامل. ■

الرئيس التنفيذي لشركة اسبو جلستان لإنتاج زيت المحركات

نستخدم المواد الخام عالية الجودة لإنتاج المنتجات

تأسست شركة اسبو جلستان لإنتاج زيت المحركات في عام ٢٠١٠ بهدف خلق فرص عمل وتحقيق الاكتفاء الذاتي في إنتاج جميع أنواع زيوت التشحيم، وبعد الحصول على التصاريح اللازمة وبناء مصنع في مدينة كردكوي الصناعية الواقعة في مقاطعة جلستان، بدأت الإنتاج والتشغيل في عام ٢٠١٥. وقد نجحت هذه الشركة في الحصول على نظام إدارة الجودة ISO ٩٠٠١:٢٠١٥، ونظام إدارة البيئة ISO ١٤٠٠١:٢٠١٥، ونظام إدارة الصحة والسلامة المهنية ISO ٤٥٠٠١:٢٠١٨ ونظام الإدارة المتكامل IMS.

من أجل معرفة المزيد عن أنشطة هذه الشركة، أجرينا مقابلة مع محمد كاظم جلفام، الرئيس التنفيذي وأحد المساهمين في شركة اسبو جلستان لإنتاج زيت المحركات. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. تتكون مجموعة منتجات هذه الشركة من زيوت المحركات أحادية الدرجة ومتعددة الدرجات، والزيت الهيدروليكي، وزيت ضاغط الهواء، والهيدروكربونات الخفيفة والثقيلة التي يتم الحصول عليها من المزج، والتي تنجح نظراً لجودة السلع المصنعة والامتثال للمعايير الوطنية والدولية. الحصول على تراخيص لاستخدام علامة المواصفة القياسية الوطنية إلزامي ومُشجع.

تحتوي هذه الوحدة على العديد من الأفكار والبرامج لرفع مستوى جودة الإنتاج وزيادة المنتجات الجديدة لتضمينها في مجموعة منتجاتها إلى جانب برامج تدريبية جديدة لتحسين جودة قوات الخبراء والمشغلين. من ناحية أخرى، يعد تطوير سوق المبيعات، ليس فقط في الدول الآسيوية، ولكن أيضاً التصدير إلى الدول الأوروبية أحد برامج هذه المجموعة.

يمكن أن تتنافس منتجات هذه المجموعة مع العينات الأجنبية، لأنه في إنتاج المنتجات، يتم استخدام المواد الخام عالية الجودة المستوردة من الشركات الموردة الموثوقة، ويتم صياغة المنتجات وفقاً لأحدث معايير العالم.

فيما يتعلق بالاستثمار في هذه الصناعة، يجب أن أشير إلى أننا في بلدنا لم نتوصل إلى نتيجة مفادها أننا وفرنا وحداتنا الإنتاجية من الاعتماد على بنوك الدولة ذات الأرباح الربوية العالية جداً ومن القدرات والإمكانات البديلة مثل أصحاب رأس المال. أو إنشاء شركة قابضة. دعنا نستخدمها لتحسين محفظة منتجاتنا ومبيعاتنا، والتي آمل أن توليها السلطات المعنية اهتماماً خاصاً.

في كل نقابة أو مجموعة، هناك دائماً أشخاص غير ملتزمين ولا يؤمنون بمراعاة الأخلاقيات المهنية والنظر في الأضرار الناجمة عن الانتهاكات في الإنتاج والغذاء والصحة والعمل الصناعي، من أجل الربح فقط، والتي تسبب أضراراً جسيمة لصحة الإنسان والثروة الحيوانية والمعدات الصناعية ويضعف ويدمر الموارد الوطنية للبلاد. ■

عضو مجلس إدارة شركة نفط إيرانول

زيادة الطاقة الإنتاجية من زيوت المحركات والزيوت الصناعية هذا العام



تعتبر شركة نفط إيرانول إحدى شركات النفط الرئيسية في مجال زيوت التشحيم وتوفر دائماً حصة كبيرة من احتياجات الأسواق المحلية. منتج استراتيجي له علاقة مباشرة بالنقل والصناعة، منذ العقدين الماضيين، كانت هذه الشركة دائماً واحدة من أفضل العلامات التجارية بين شركات

زيوت التشحيم وصناعة النفط. من أجل معرفة المزيد عن أنشطة هذه الشركة، أجرينا مقابلة مع روح الله فقيهي، عضو مجلس الإدارة ونائب رئيس شركة نفط إيرانول. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. بتوريد ١٦ ألف ٢٠٠ قطعة طلبها الفريق الفني للمصفاة، بعضها لم يكن متوفراً في الدولة، بجهود القوات الهندسية وإعادة إنشاء الأجزاء في المستودع نائب المستشار التجاري تمكنت من جعل واحدة من أفضل الأحداث هذا العام. ستزيد الطاقة الإنتاجية بنسبة ٢٠-٣٠٪.

حالياً، يتم إنتاج أكثر من ٣٠٠ نوع من زيوت المحركات والزيوت الصناعية في هذه الشركة. هذا العام، ستتم إضافة عدة أنواع من زيوت المحركات الصناعية وزيت المحركات بمستوى جودة sp (أعلى مستوى جودة في إيران) إلى منتجات إيرانول. وفقاً للقدرة الإنتاجية لهذه الشركة، كان الإنتاج في سنوات متتالية قدراً معيناً (حوالي ٦٠٠ مليون لتر)، هذا العام، عدة أنواع من زيوت المحركات الصناعية وزيت المحركات على مستوى جودة sp (أعلى مستوى جودة في إيران) إلى منتجات إيرانول. وبحسب الطاقة الإنتاجية لهذه الشركة، فقد كان الإنتاج في سنوات متتالية قدراً معيناً (حوالي ٦٠٠ مليون لتر)، ولكن هذا العام، ومع زيادة الصادرات، تُبذل جهود لزيادة إمكانية الإنتاج والمبيعات حتى ١٥ ألف طن سنوياً. يجب أن أذكر أيضاً أن الحجم الإجمالي للمبيعات المحلية والمبيعات التصديرية هو ٤٢٢ مليون لتر، وإجمالي مبيعات السيارات ١١٠ مليون لتر، وإجمالي حجم المبيعات الصناعية ١٧ مليون لتر، ومبلغ مبيعات زيت البنزين ٤٨ مليون لتر، و حجم مبيعات زيت الديزل ٦٣ مليون لتر. لتر، تبلغ قيمة مبيعات زيت علبه التروس ١٢ مليون لتر، من المنتجات الثانوية؛ بلغ إجمالي بيع المستخلص ١٠٠ مليون لتر، وبلغ إجمالي بيع الشمع ٢٢،٤ مليون لتر. وفي مجال بيع الزيوت الأساسية بكافة أنواعها، بلغ بيع برايت ستوك ٦،٦ مليون لتر. من ناحية أخرى، فإن إطلاق وتحديث وحدة الشمع سيزيد من كمية الزيت الأساسي الذي يتم الحصول عليه من وحدة ميك. الجدير بالذكر أن مشروع الشركة البحثي لإنتاج زيت الأساس من المجموعة ٢ قد بدأ وهو قيد المراجعة. ■

يعتمد التقدم في الاستكشاف على التدريب وتوفير أحدث المعدات



باعتبارها واحدة من الموارد الطبيعية الرئيسية غير المتجددة، تلعب الاحتياطيات المعدنية دوراً مهماً في الاقتصاد العالمي والحضارة البشرية، بحيث تُبنى الصناعة وحتى حياة الإنسان على أكتاف التعدين. من أجل دراسة مزايا قطاع التعدين والصناعات المعدنية، أجرينا

مقابلة مع محمد رضا كاظمبور، الرئيس التنفيذي لشركة دشت يوز دره انجير للتعدين والاستكشاف. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. يعتبر الاستكشاف الحلقة الأولى في سلسلة الإنتاج في قطاع التعدين، وإذا لم يكن الاستثمار فيه أساسياً، فستكون المراحل الأخرى لاستخراج المعادن واستخراجها ومعالجتها مكلفة. في الماضي، قيل إن الاستكشاف محفوف بالمخاطر وله تكاليف عالية، ولكن اليوم العديد من الشركات على استعداد لدخول هذا القطاع. عندما يتم العثور على احتياطي وله قيمة مضافة عالية، يمكن أن يعوض تكاليف الاستكشاف. أحد أهداف برنامج التطوير الخامس هو استكشاف مناجم جديدة، وإذا أردنا التقدم في الاستكشاف اليوم، يجب أن ننتبه إلى البنية التحتية والتدريب وتوفير المعدات الحديثة. يعد توفير معدات وأجهزة جديدة قادرة على الاستكشاف العميق من أولويات هذا الموضوع.

حاولت شركة دشت يوز دره انجير مواصلة أنشطتها قدر الإمكان باستخدام الآلات والمعدات المحلية وعدم السماح لهذه المشكلة بإحداث اضطراب في تقدم المنجم. على سبيل المثال، يمكننا أن نذكر قسم الاستكشاف، حيث تم تنفيذ عملية الاستكشاف بأكملها، من بداية عمليات المسح والعمليات الجيوفيزيائية إلى عمليات الحفر وغدجة وتقدير الاحتياطيات، باستخدام قدرة الشركات القائمة على المعرفة وقوة الشركات المحلية خبراء.

تحتاج الآلات الموجودة والمستوردة إلى توفير قطع غيار وقطع غيار ومخصصين أكفاء ومعدات مناسبة. كما تم رفع القدرة الداخلية لقطاع توريد قطع الغيار والتصنيع إلى مستوى مقبول بسبب الهندسة العكسية للشركات القائمة على المعرفة.

على الرغم من مليارات الأطنان من احتياطيات المعادن المعروفة في إيران، لا تزال حصة قطاع التعدين في الناتج المحلي الإجمالي أقل من ١٪. يأتي الافتقار إلى نمو وتطور قطاع التعدين من الافتقار إلى النظرة العلمية والخبرة لهذا القطاع، ونقص التقنيات المناسبة والحديثة لاستكشافات إضافية في اتجاه الرواسب الجديدة.

على الرغم من أن حجم الدمار والتلف الذي تلحقه الألغام بالموارد الطبيعية ضئيل للغاية مقارنة بضرورة وأهمية الألغام، إلا أنه يتطلب التفاعل بين المؤسسات المسؤولة عن هذه القضية. مع وجود واحد في المائة من سكان العالم، تمتلك بلادنا أكثر من سبعة في المائة من احتياطيات المعادن، مما يدل على أنه حتى لو كانت أنشطة التعدين تتداخل مع القضايا البيئية، فيجب إدارة هذه المشاكل بطريقة صحيحة وعقلانية. ■

تم عقده في أبريل ٢٠٢٣

تحقيق نمو الإنتاج في شركة جلجهر لتنمية الحديد والصلب

تمكنت شركة جلجهر لتنمية الحديد والصلب، كأكبر مورد للحديد الإسفنجي في الدولة، بالاعتماد على المعرفة والتكنولوجيا الحديثة للإنتاج وقوة النخب والخبراء المحليين، من تسجيل ركود غير مسبوق في إنتاج ٣٠٠ ألف طن من الإسفنج الحديد في وحدتي جلجهر و كوثر مكامدول. خلال شهر أبريل من هذا العام، يظهر هذا النجاح الإصرار الكبير لهذه الشركة على تحقيق شعار العام وهو نمو الإنتاج.

شركة جلجهر لتنمية الحديد والصلب هي أكبر مورد للحديد الإسفنجي في البلاد. من خلال تشغيل مصنعين للتجديد المباشر تحت مسمى مكامدول بطاقة إنتاجية سنوية تبلغ مليون و ٧٠٠ ألف طن من الحديد الإسفنجي و كوثر مكامدول بطاقة إنتاجية سنوية تبلغ مليون و ٨٥٠ ألف طن من الحديد الإسفنجي مع لعب دور فعال. في سلسلة الصلب، يؤدي إلى طفرة في خلق فرص العمل. سواء بشكل مباشر أو غير مباشر على مستوى المنطقة والبلد.

وأشار روجر إلى إنشاء مصنع طوبة مكامدول بطاقة إنتاجية سنوية تبلغ مليون و ٨٥٠ ألف طن من الحديد الإسفنجي. وبإنشاء هذا المصنع وإطلاقه، ستتم إضافة الطاقة الإنتاجية الحالية البالغة ثلاثة ملايين و ٥٥٠ ألف طن من الحديد الإسفنجي إلى هذه الشركة. إنشاء مصنع للصلب ومطحنة الدرفلة على الساخن هو مشروع آخر لشركة جولوجار لتنمية الحديد والصلب بطاقة إنتاجية تزيد عن ثلاثة ملايين طن من ألواح الصلب الرقيقة بسماكة ٠.٨ إلى ٢٠ مم، والتي سيتم تشغيلها حتى الثانية. نصف عام ٢٠٢٤، مما أدى إلى توفير منتجات فريدة من نوعها. والمعايير الذي لم يتم إنتاجه في البلاد الآن سيكون. تحاول شركة جلجهر لتنمية الحديد والصلب دائماً، بفهم علمي للمسؤوليات الاجتماعية ومن خلال الحفاظ على المبادئ الثلاثة لاستدامة البيئة والاقتصاد والمجتمع، أنها ساعدت في التنمية المستدامة لمدينة سيرجان. نظراً للتقنيات والتقنيات الخاصة والفريدة من نوعها المستخدمة في المصانع والمشاريع النشطة لتنمية جولوجار للحديد والصلب، تم جذب العديد من النخب في مدينة سيرجان ومحافظة كرمان إلى هذه الشركة الفولاذية الضخمة. بالإضافة إلى ذلك، تم تسجيل إجمالي سجل الإنتاج الشهري لوحدي شركة مكامدول من الحديد الإسفنجي، وهما جهر و كوثر، بمبلغ ٣٠٠ ألف و ٣٠١ طن في أبريل من هذا العام، وكذلك تسجيل رقم قياسي للإنتاج الشهري المستمر من الإسفنج الحديد في وحدة كوثر بمبلغ ١٥٦ ألف و ٨١٢ طن خلال هذه الفترة أظهر أهمية أن تواصل شركة جلجهر لتنمية الحديد والصلب مسيرتها المتنامية هذا العام من خلال الاستفادة من المعرفة والتكنولوجيا الحديثة للإنتاج والقوى العاملة النخبة والشابة. ■

التنفيذ الناجح لثلاثة آلاف

مشروع في ٢٠ دولة



اليوم، يعد تصميم موقع ويب احترافي مميزات كاملة تحديًا كبيرًا للغاية، ويمكنك إنشاء موقع الويب الخاص بك أو متجرك عبر الإنترنت في بضع دقائق باستخدام أداة إنشاء مواقع الويب سيفايو وجعل عملك على الإنترنت. تم إنشاء أكثر من ٢٣٠ ألف

موقع إلكتروني باستخدام سيفايو حتى الآن، والجهود التي تبذلها هذه المجموعة هي تزويد جميع أصحاب الأعمال بأفضل جودة ممكنة في تنفيذ جميع أنواع مواقع الويب بمنصتها المحلية السلسة والمهنية للغاية. في محادثة مع رسول زارعي، مؤسس ومدير التسويق لمنشئ الموقع سيفايو، ناقشنا العديد من القضايا. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. سيفايو هو منشئ مواقع عبر الإنترنت يساعد المستخدم على إنشاء موقع أو متجر عبر الإنترنت في غضون فترة زمنية قصيرة وبسعر مناسب جدًا. يوفر سيفايو كل ما هو مطلوب لإنشاء موقع ويب جيد بطريقة متكاملة وجاهزة للاستخدام. تم إطلاق أكثر من ٢٣٠ ألف موقع إلكتروني مع سيفايو، ومن بين عوامل الجذب فيها أن لديها عملاء في أكثر من ٢٠ دولة. في عام ٢٠١٩، مع ازدهار مساحة التسويق الرقمي، بدأنا الإعلان عبر الإنترنت بطريقة جادة وهذه المرة، بفضل الله، شهدنا نموًا بنسبة ١٣٠٪ في فترة زمنية قصيرة. وغني عن القول، أصبح سيفايو منشئ مواقع قائم على المعرفة في سبتمبر ٢٠٢٢. هدفنا الأهم هو أن نصبح أكبر شركة بناء مواقع ومنشئ متجر في إيران، والتي لحسن الحظ، بفضل جهود زملائي في سيفايو، تمكنا من تحقيق جزء كبير من هذا الهدف. نهدف إلى مساعدة جميع الشركات غير المتصلة بالإنترنت باستخدام هذه الأداة في نقل أعمالها عبر الإنترنت من خلال موقع ويب جيد.

كان أهم إنجازاتنا هو تحقيق نمو بنسبة ١٣٠٪ في ٩ أشهر في عام ٢٠١٩، ومنذ ذلك الحين تحول سيفايو من شركة ناشئة إلى شركة ناضجة. في عام ٢٠٢٢، شهدنا أيضًا نموًا بنسبة ١٠٠٪ ونحمد الله أن كل هذا النمو قد تم تهيئته بالكامل دون جذب رأس المال.

أهم ميزة لسيفايو في المنتج أنها لا تحد من المستخدم. في سيفايو، نظرًا لاستخدام WordPress الآمن والمحسّن، يمكن للمستخدم تطوير موقع الويب الخاص به في الخطوات التالية دون أي قلق.

الابتكار والتركيز هما مفتاح نجاحنا في سيفايو. يعد التركيز على الابتكار وتحسين جودة المنتج، والتركيز على التسويق، والاهتمام باحتياجات العملاء وبناء النظام في قطاعات الأعمال المختلفة من أهم القضايا التي نواصل إيلاء اهتمام خاص لها. ■

رفع رئيس جمعية النحاس الإيرانية

ضرورة صياغة إستراتيجية تنموية مبنية على خطة استخدام الأراضي

القسم العربي



من الحلول التي يقترحها الخبراء الاقتصاديون للتغلب على الأزمة التضخمية الحالية وحل المشاكل العديدة للبلاد هو وضع استراتيجية شاملة ينفذها القطاع الخاص ويتعين على الحكومات الالتزام بها بشكل شامل. لمعرفة المزيد حول هذا الموضوع، تحدثنا مع الدكتور بهرام شكوري، رئيس جمعية النحاس الإيرانية، كونا نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. بشكل أساسي، تقوم البلدان التي تقوم بتطوير استراتيجيات للتنمية، تكون المرحلة الأولى منها دراسات وسيكون ذلك ممكنًا بناءً على خطة مسح الأراضي؛ هذا يعني، ما هي المواهب والقدرات التي يمتلكها ذلك البلد؟ هذه الإستراتيجية لها مستويات مختلفة بناءً على الغرض من الأرض. على مستوى القوانين، لا يمكننا تعميم قانون أو لائحة محددة للبلد بأكمله دون النظر إلى المواهب والخصائص والتهديدات والعقبات في المنطقة الشاسعة من البلاد.

من الضروري للغاية تطوير استراتيجية شاملة، ذات رؤية شاملة، مع ملاحق اقتصادية وثقافية واجتماعية وبيئية، وفقًا للبنية التحتية والموارد والقدرات.

في الواقع، يمكن أن تكون التسهيلات التي يقدمها المشرع من خلال غرفة التجارة للقطاع الخاص منصة مناسبة لصياغة استراتيجية التنمية الصناعية في البلاد. أيضًا، في قسم القوانين واللوائح، يمكن اعتبار خطط التنمية، التي تم نشرها بالفعل في الخطة السابعة، كوثيقة تمهيدية لتطوير استراتيجية التنمية الصناعية في البلاد.

لا يكمن عامل النجاح في التكامل والانفصال، بل في نظرة وهيكلية الحكومة وحصة القطاع الخاص في السوق والإدارة المثلى تعتبر ركائز مهمة وأساسية.

الخصخصة الحقيقية هي أحد أهداف الحكومة التي لم تتحقق. الغرف التجارية لم تعمل كما هو متوقع

من المتطلبات الأساسية للدولة صياغة إستراتيجية منتظمة للتنمية، تقوم على مبدأ استخدام الأراضي، والتي يمكن أن تقوم بها الغرفة التجارية والقطاع الخاص، والحكومات ملزمة بتنفيذها. قضية أخرى هي أنه يجب على الحكومة تحسين علاقاتها الاقتصادية مع العالم وتوفير منصة للتواصل مع الدول الأخرى، وإلا فلن يكون من الممكن خلق شعور بالأمن والسلام الاقتصادي للشعب مع سياسات كوريا الشمالية. إن صياغة استراتيجية شاملة، وإرساء الاستقرار في الأنظمة، وتحسين العلاقات الاقتصادية والتجارية مع العالم، هي قضايا يجب أن تحظى باهتمام جاد. ■

من الضروري إنشاء مرجع لتقييم الشركات الاستشارية



في مقابلة مع مصطفى أحمددي مروست، مؤسس مجموعة دماوند للتسويق والاستشارة، قمنا بالتحقيق في أنشطة هذه المجموعة، ونقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

شعار مجموعتنا هو الوصول إلى ذروة المبيعات. هذه العبارة، جنباً إلى جنب مع الاستهداف الذي يشير إلى نمو المبيعات واستخدام تعبيرات مثل الذروة، التي اقترحتها شركة دماوند، شركة إيران زمین، لديها إشارة خفية إلى «المضي قدماً» وراءها. نعتقد أنه مثل المتسلك الذي يخطط للوصول إلى القمة بعزم ثابت على البدء وأثناء وأفقه النهائي، أمام الأعمال، باستثناء خطة طويلة الأجل، وإصلاح البنية التحتية للموارد البشرية، والثقافة التنظيمية، والتسويق وفرق المبيعات، ثم الحركة. الهدوء والمستمر غير ممكن. نعتقد أن التسويق والمبيعات هما الحلقة الأخيرة في سلسلة من الأنشطة الحيوية والرئيسية التي يجب تحسينها أولاً.

على عكس العديد من شركات الاستشارات الإدارية، فقد اعتمدنا بعض السياسات الأساسية. تعاوننا مع المجموعات هو فقط طويل الأجل وسنة واحدة على الأقل، ونرفض قبول المشاريع قصيرة الأجل. بصفتنا شركة استشارية، فإننا نصر بشدة على اتخاذ القرارات بناءً على البيانات السليمة.

بصفتنا فريقاً استشارياً إدارياً، على الرغم من إيماننا الراسخ بمفهوم Skin In The Game، فلن ندخل في التنفيذ بأي شكل من الأشكال. نحن فريق استشاري من كبار المديرين في اتخاذ القرار ومراقبة التنفيذ الصحيح للقرارات المتخذة، والدخول في مرحلة التنفيذ فعلياً يتعارض بشدة مع مراقبة أداء فرق التنفيذ.

الآن وبعد سنوات من الخبرة، نعتقد أن أهم قضية هي «القبول». من وجهة نظرنا، لا يمكن تحقيق النمو وإجراء التغييرات والتحسينات الأساسية والأساسية إلا في ظل قبول المنظمة، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال «قبول ومراقبة شخص أو أشخاص من كبار المديرين في منظمة».

في مرحلة ما على طول الطريق، تواجه العديد من الشركات مشاكل قد لا يتمكن المديرين من حلها. عندما تنوي الشركة إجراء تغييرات أو تحسين الظروف ولا يملك الفريق التنفيذي القدرة على المضي قدماً في العملية والتغييرات الروتينية، فإنهم يأتون إلى الاستشاريين الإداريين. بالإضافة إلى توفير الحل الصحيح، فإن هؤلاء الأشخاص إلى جانبهم في تنفيذ الحل حتى الوصول إلى الهدف.

لذلك، فقط عندما «تقبل» الحاجة إلى مستشار، أينما كنت في إيران، فإن تسويق دماوند بجانبك. ■

الرئيس التنفيذي لشركة پيشرو اورامان للطباعة والتغليف

تركت العقوبات صناعة الطباعة والتغليف وراءها



لا شك أن ازدهار الصناعات وازدهارها يعتمد على تطور وتقدم صناعات الطباعة والتغليف، لأنه بالاعتماد على خدمات هذه الصناعة يمكننا أن نأمل في تطوير الأسواق وصادرات المنتجات إلى الدول الأخرى. في محادثة مع علي نجفي، الرئيس التنفيذي لشركة پيشرو اورامان للطباعة والتغليف، قمنا بالتحقيق في حالة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

أشرح قليلاً عن خلفيتك في صناعة الطباعة بالإضافة إلى تاريخ مجموعة پيشرو اورامان.

نحن نبذل قصارى جهدنا لتقديم أفضل خدمة لعملائنا. لقد أتاح استخدام برامج إدارة CRM المتخصصة لعملائنا الأعضاء أن يكونوا على دراية بالمراحل المختلفة لطلباتهم. بالإضافة إلى ذلك، يمكن الاطلاع على المعلومات المتعلقة بأوامرهم السابقة وإتاحتها من بداية زيارة هذا المجموع.

تمكنت شركة پيشرو اورامان للطباعة والتغليف، بدعم من عملاء معروفين ومالكي العلامات التجارية، بالإضافة إلى استخدام خطوط إنتاج علب كاملة وفعالة، من الاستحواذ على حصة كبيرة من سوق صناعة العلب. التمسك بالميثاق الأخلاقي المحدد والقائم على مبادئ المرونة والسرعة في تقديم الخدمات وخلق تفاعلات ودية مع العملاء، تحاول هذه المجموعة تجنب المنافسة غير الصحية والابتعاد عن الشؤون المهنية، بالاعتماد فقط على مهاراتها الفنية وسلوكها التنظيمي. احتفظ بحصتك من السوق الواسع لمقدمي خدمات الطباعة وحاول توسيعها. نحن مجهزون حالياً بجميع الآلات المتخصصة في مجال إنتاج الصناديق ويمكننا القيام بجميع خطوات الإنتاج في مجمع Pishro الخاص بنا دون الاعتماد على خارج المجموع. يمتلك هذا المجموع القدرة على إنتاج ١٥٠٠٠ ورقة مطبوعة والقدرة على إنتاج ٥٠٠٠٠٠ صندوق في ورديّة عمل مدتها ٨ ساعات، مما يؤدي إلى رضا العملاء.

على مدار سنوات نشاطها، تمكنت دار طباعة پيشرو اورامان من جذب عملاء محتملين كبيرين من مختلف الصناعات مثل الأدوية والأغذية والاتصالات ومستحضرات التجميل وما إلى ذلك، لتكون ناجحة في الحفاظ على رضاهم.

كان للظروف الصعبة والمستحيلة في بعض الأحيان لاستيراد المعدات والآلات بسبب العقوبات تأثير كبير على عدم نمو وتأخر دور الطباعة من التكنولوجيا الحديثة في العالم. كان لهذه الحالات آثار كثيرة لا يمكن إنكارها على تطور هذه الصناعة في بلدنا. ■



الرئيس التنفيذي لشركة طهران للمكينات

دور الطباعة التقليدية ليس لها مستقبل سوى الدمار

تتمتع شركة طهران للمكينات (TMC) بتاريخ طويل في إنتاج وتوريد الآلات الصناعية، والتي وسعت ممرور الوقت أنشطتها في صناعة الطباعة والتغليف. لقد رتبنا محادثة مع المهندس عماد الدين ديلملي، الرئيس التنفيذي لشركة طهران للآلات، وقمنا بفحص حالة هذه الشركة وسوق الطباعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

اليوم، تواصل شركة طهران للمكينات نشاطها فقط في مجال الآلات والمواد الاستهلاكية لصناعة الطباعة والتغليف. يتم تحديد النشاط الأكبر لهذه الشركة أيضًا في آلات الملصقات وما بعد الطباعة (خاصة آلات السيولوفان). من ناحية أخرى، نظرًا لأن خدمة ما بعد البيع هي دائمًا الشاغل الرئيسي للمشتريين وموردي المنتجات هم المسؤولون عن هذا القلق، فإننا نولي اهتمامًا خاصًا لهذا المجال ونقوم باستمرار بتدريب الموارد البشرية ومشغلي الآلات.

في السنوات الأخيرة، كانت شركة طهران للمكينات تحاول إدخال سوق الطباعة المحلي للبلاد إلى السوق العالمية من أجل أن تكون جسرًا بين الشرق والغرب، بحيث تزاد تقنيات الجودة والعمل بهذه الطريقة أيضًا استقرار حصتها في السوق. يزيد.

إن الحاجة إلى تحديث هيكل صناعة الطباعة في البلاد ملموسة تمامًا. التقنيات الرقمية لها مساهمة كبيرة في هذا المجال، والتي يمكننا أن نرى أمثلة عليها في مختلف الصناعات في العالم اليوم، لكن السوق الذي تعمل فيه شركتنا هو سوق صناعي، وله الرقم الرقمي نصيب كبير جدًا، أو بالأحرى لديه مساهمة أساسية وفعالة في ذلك.

صناعة الطباعة لها طبيعة وعملية تقليدية؛ لكنها تتجه نحو التصنيع والعلم. تشكو العديد من دور الطباعة القديمة من قلة العمل أو انخفاض أسعار الطلبات، لكن التخلف عن التقنيات العالمية والتدمير التدريجي للشركات سيكون مصيرًا لا مفر منه. يجب أن نقبل أن المواءمة مع التقنيات الحالية في العالم هي الطريقة الوحيدة لتحقيق النجاح والتقدم للشركات.

يقلل استخدام الذكاء الاصطناعي من التكلفة النهائية لطباعة الملصقات ويحقق فوائد اقتصادية جيدة لشركات التصنيع. من خلال تقليل التدخل البشري، زادت الآلات الذكية من جودة الطباعة والقضاء على الأخطاء البشرية.

تركز شركة طهران للمكينات على قطاع التعبئة والتغليف وما بعد الطباعة وآلات الملصقات. في الواقع، فإن استخدام هذه الآلات يجعل صناعة الطباعة والتغليف الإيرانية لديها القدرة على التنافس مع الدول المجاورة الأخرى. ■

الرئيس التنفيذي لأكبر شركة إنتاج كرتون التمور في الدولة

جودة الورق هي التحدي صناعة الكرتون الإيراني



من بين المنتجات الزراعية الفريدة في إيران، تتمتع التمور بمكانة خاصة وتاريخية؛ لذلك، من الطبيعي أن تكون جودة ونوع التعبئة لهذا المنتج ذات أهمية كبيرة للأغراض المحلية والتصدير. أصبحت هذه القضية حافزًا للذهاب إلى إحدى العلامات التجارية المعروفة في صناعة

الكرتون والتي تخصصت في مشتل التمور في إيران، مدينة بم منذ عقود، وهي خيرخواه للتغليف وصناعات الكرتون، وإجراء محادثة مع محمد رضا خيرخواه كرمان، الرئيس التنفيذي لهذه الشركة ونائب الرئيس. كان لدينا مجلس إدارة جمعية مديري صناعة الكرتون والورق في إيران. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

حاليًا، حوّلت العديد من آلات الطباعة، والمواد اللاصقة، والرقائق، وقطع القطع (الدوارة، وتصميم الفك، والبوست) جنبًا إلى جنب مع آلات تصنيع الورق والكرتون، صناعات التغليف وصناعة الكرتون في خيرخان إلى مجموعة كاملة وحديثة وفريدة من نوعها في جنوب شرق البلاد. في الواقع، يقدم زملائنا الخبراء النصائح المناسبة للمصيرين في مجال تصميم واختيار نوع الصندوق. ومع ذلك، فإن هدفنا المشترك هو أن التمور الإيرانية التي تعتبر من أفضل أنواع التمور في العالم تصل إلى المستهلكين الأجانب بصحة جيدة، وغير تالفة، وذات نوعية جيدة، وفي هذا الصدد، لا سمح الله، لا تسبب للبلاد. الثقة والسمعة التي يجب أن تنتزع. لطالما كان التغليف المناسب أحد التحديات الرئيسية لتصدير المنتجات الزراعية. عادة، يفكر المزارعون إلى الموارد المالية والفكرية اللازمة في بعض الأحيان لتحسين جودة تغليف منتجاتهم، وفي كثير من الحالات، يسعى المصدر أيضًا إلى تقليل التكاليف من خلال التغليف الأرخص، بغض النظر عن معايير الجودة المناسبة. بالطبع، لا تركز جودة عبوات الكرتون على عملية صناعة الكرتون فقط، كما أن جودة الورق المستخدم في إنتاج الألواح تلعب دورًا مهمًا في جودة الكرتون والصناديق.

يتمثل التحدي الأكبر الذي يواجهنا في إنتاج الورق المقوى في الحصول على ورق عالي الجودة، وإذا تم تحقيق ذلك، فلن يفتقر تصنيع الكرتون في إيران إلى أي شيء من أكثر الدول تقدمًا في العالم. في هذا السياق، ربما يمكن أن يؤثر دمج مصانع الورق وتحديث الآلات واستيراد عجينة الورق على جودة المنتجات المحلية. بالطبع هناك مصانع جيدة التجهيز في الدولة تنتج ورق عالي الجودة، لكن معظم منتجاتها يتم تصديرها إلى دول أجنبية. بطبيعة الحال، فإن للتصدير فوائد وطنية كبيرة للبلد، ولكن في رأيي، فإن تزويد السوق المحلية بورق عالي الجودة له الأولوية على التصدير في هذا المجال. حاليًا، حوّلت العديد من آلات الطباعة، والمواد اللاصقة، والرقائق، وقطع القطع (الدوارة، وتصميم الفك، والبوست) جنبًا إلى جنب مع آلات تصنيع الورق والكرتون، صناعات التغليف وصناعة الكرتون في خيرخان إلى مجموعة كاملة وحديثة وفريدة من نوعها في جنوب شرق البلاد. بالطبع، لا يزال التطوير مستمرًا وسنحاول دائمًا تجهيز المصنع بالاستفادة من أحدث تقنيات صناعة الكرتون.

خلال موسم الحصاد، يعمل حوالي ٢٠٠ عامل ٢٤ ساعة في اليوم في ثلاث نوبات في أجزاء مختلفة من المصنع، وفي مواسم أخرى من العام يصل عدد العمال إلى الثلث أي حوالي ٧٠ شخصًا، يعتبرون عمال دائمين. من المجمع. نشكر الله أنه من خلال الاعتماد على القوى العاملة القادرة واستخدام أحدث المعدات، فنحن مسؤولون عن معظم علب كرتون تعبئة التمور في المنطقة وممكننا من تقديم مساهمة كبيرة في اقتصاد العائلة والبستانيين المحترمين في بالإضافة إلى خلق الوظائف. في الواقع، نتفاعل بشكل مباشر مع الاقتصاد وحياة الناس، وربما تكون هذه هي النقطة الأكثر أهمية في تمييز صناعة الكرتون الخيري عن صانعي الكرتون الآخرين. ■

تحديات صناعة التمور، من المعالجة إلى التصدير



د. مهدي كريمي تفرشي
رئيس مجموعة عمل طريق الحرير
بين الأمم المتحدة واليونسكو

تعد إيران ثالث منتج للتمور في العالم، حيث تنتج ١,٣ مليون طن من التمور سنوياً. من ناحية أخرى، فإن سلسلة معالجة التمور نشطة أيضاً في الدولة وتجذب أكثر من مليون طن من التمور سنوياً؛ أي أن معدل معالجة التاريخ في الدولة هو ٧٨,٧٪. ومع ذلك، على الرغم من القيمة المضافة التي يمكن أن تخلقها هذه الصناعة في البلاد، إلا أنها لا تزال تواجه العديد من المشاكل والتحديات.

كما هو متوقع، لم يتم اتباع المبادئ والمتطلبات المتعلقة بتوسيم المنتجات وفقاً للمعايير الوطنية أو الدولية في هذه الصناعة، كما أن ساعات التخزين البارد تفتقر أيضاً إلى بعض المقاطعات. من ناحية أخرى، تواجه الوحدات التكنولوجية في صناعة التمور أيضاً نقصاً في السيولة وتوفير الموارد المالية في هذا المجال يمثل تحدياً. يعتبر سوق التمور مهماً جداً في سلسلة القيمة للتمور. في هذه الأيام، لم يعد هذا السوق مزدهراً كما كان في الماضي بسبب ارتفاع الأسعار، وانخفاض الطلب على هذا المنتج.

ويظهر فحص الإحصائيات والمعلومات المتعلقة بتصدير التمور أن إيران كانت ثاني أكبر مصدر للتمور في العالم عام ٢٠٢١ برقم حوالي ٢٩٧ مليون دولار. ومع ذلك، نظراً لانخفاض متوسط سعر تمور التصدير الإيرانية إلى البلدان في عام ٢٠٢٠ مقارنة بسعر تصدير دول أخرى مثل تونس والسعودية وفرنسا وهولندا والولايات المتحدة، فإن العملات الأجنبية لديها أقل نسبياً. بالإضافة إلى ذلك، يتم تصدير التمور الإيرانية بشكل رئيسي إلى دول أخرى بكميات كبيرة وفي عبوات كبيرة من ٥ إلى ١٠ كيلوغرامات، وهو أمر غير مناسب من حيث قابلية التسويق ويحد أيضاً من فرص ونطاق المعالجة المختلفة، ومن ثم تصدير التمور الإيرانية مع قيمة مضافة أقل. مصحوبة. في الواقع، يمكن القول أنه عادةً بعد التصدير إلى البلدان المستهدفة، يتم إعادة تعبئة التمور الإيرانية من خلال إجراء عمليات مختلفة وإصاق الملصقات المتعلقة بمعايير الجودة والصحة المختلفة (حلال، ISO ٢٢٠٠، HACCP)، مع العلامات التجارية والحزم. كما يتم تصديرها إلى أسواق الدول الأخرى وخاصة إيران وهذا أمر مؤسف للغاية.

يعد عدم اهتمام الشركات المصدرة بمتطلبات وخصائص وأذواق واحتياجات الأسواق المستهدفة، خاصة فيما يتعلق بتغليف المنتج، من أهم أسباب ضعف نظام تسويق منتجات التمور. بالنظر إلى أن إيران هي المنتج الثالث للتمور في العالم، فمن المتوقع أن يتم القيام بمزيد من الإدارة على تصدير هذا المنتج كأحد السلع القيمة التي توسع الصادرات غير النفطية، لأن هذا المنتج لديه القدرة على أن يكون مصدر للنقد الأجنبي وخلق قيمة مضافة في الدولة. ■

أمين عام حزب الخضر الإيراني

للسيطرة على التضخم ونمو الإنتاج، يجب أن تكون هناك آلية علمية



تتطلب الحالة الحرجة لاقتصاد البلاد أن يأتي المسؤولون ورجال الدولة اليوم بمزيد من الإجراءات والخطط الملموسة لحل مشاكل البلاد؛ وإلا فإن مخاطر التضخم ستغطي القطاعات الحكومية عاجلاً أم آجلاً ولن تكون هناك طريقة لحلها. وبما أن أحد شعارات الحكومة الثالثة عشرة هو خفض معدل التضخم وإعادة الاستقرار للاقتصاد، فمن المتوقع أن يتخذ المسؤولون الحكوميون والوكلاء خطوات في هذا الاتجاه بمزيد من التصميم والجهد. بخصوص هذا الموضوع، أجرينا محادثة مع الدكتور حسين كنعاني مقدم، الأمين العام لحزب الخضر الإيراني. نقرأ أجزاء من هذه المحادثة.

في رأيي الأحزاب القوية هي صناعات الحكومة. أي أنهم يصنعون الوزراء ويضعون البرامج ويقدمون النظريات، والنتيجة هي الحصول على السلطة الصحيحة، حتى يتمكنوا من تشغيلها، ومع ذلك، فإن أكثر الحكومات كفاءة في البلاد في السنوات الأخيرة لم تأت من الأحزاب. عندما تكون الخطة الاقتصادية غير واضحة كيف يمكن تنفيذ هذه الخطط؟

لهذا السبب، في المقام الأول، من أجل كبح جماح التضخم، من الضروري الخروج من الركود، الذي له أيضاً آلية خاصة به ولا يمكن تحقيقه عن طريق ضخ الأموال والتسهيلات والدعم المالي. العمل الأساسي للخروج من الركود وتحريك العجلات الاقتصادية للبلاد بكل أبعادها وخلق الأمل لدى الناس هو التحرك في اتجاه النماذج الاقتصادية المعروفة في العالم. ليس من المناسب لنا ضخ موارد مالية في مصنع إنتاجه معطل وليس له كفاءة اقتصادية. قد يكون من الأفضل إيقاف مثل هذه المصانع لتجنب المزيد من الخسائر أو استبدالها بمصانع تعتمد على التقنيات الحديثة. ليس لدينا خيار سوى جعل جزء من الاقتصاد يعتمد على الشركات الرائدة في العالم واستخدام الأساليب التي تخلق الكفاءة في الاقتصاد.

إذا كانت الحكومة الثالثة عشرة تهدف إلى تحقيق شعار الحد من التضخم ونمو الإنتاج، فعليها أن تستخدم آلياتها العلمية والخاصة. البنك المركزي مسؤول عن الحفاظ على قيمة العملة الوطنية، واستقلالية البنك المركزي هي قضية مهمة وفي كل العام يوجد هذا الاستقلال بهدف الحفاظ على قيمة العملة الوطنية، ولكن تم إهمال هذه المسألة بسبب سياسات الحكومة.

على الحكومة أن تختار الأشخاص المناسبين للخطط المحددة لتجاوز الأزمة على المدى الطويل، وهذا بالطبع لا يعني حلها بالكامل. يستطيع الناس أيضاً مساعدة الحكومة عن طريق إدخال الموارد النقدية في دورة الإنتاج.

الاقتصاد هو موضوع متعلق بالسياسة العالمية. أكدت سياسات اقتصاد المقاومة أيضاً على قضية الاقتصاد الانطوائي والمنفتح. ■

مصممة ورسامة ومؤلفة كتب للأطفال
والمراهقين

الشغف والشجاعة ضروريان لنجاح في الأعمال الفنية



في المحادثة مع السيدة بنفشة أسد الله زاده، التي تعمل حاليًا كمصممة ورسامة ومؤلفة لكتب الأطفال والسكرتيرة التنفيذية لجمعية دار الفنانين في أفتاب، تم فحص كيف دخلت عالم الفن وأيضًا أنشطتها الرئيسية. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تتمثل أنشطتي الرئيسية في مجال الرسم والرسم والتصميم وكتابة الكتب للأطفال والمراهقين وفي الأنشطة الفنية العامة التي تركز على تصميم الأزياء والملابس والحقائب والأحذية والإكسسوارات.

في رأيي، الفنانون بشر لديهم روح لطيفة ومبدعة يستخدمون كل حواسهم في إنشاء أعمالهم لنقل أفكارهم وأفكارهم بشكل أفضل من أجل التأثير بشكل جميل على عواطف ومشاعر جمهورهم. الفن هو أداة لنقل مشاعر وأفكار الفنان. من بين أنشطتي المفضلة تصميم الأزياء وتصميم الملابس.

أسلوب معظم لوحاتي هو الواقعية وأسلوب الحياة الساكنة مع موضوع العالم المحيط، والزهور والعواطف الأنثوية. بالطبع، بصرف النظر عن الرسم، لدي أيضًا أنشطة في مجال الكتابة

لقد شاركت حتى الآن في أكثر من ٣٠ معرضًا للفنون البصرية و ٤ معارض للرسم الفردي في الهند والعديد من معارض الرسم في مدن إنديور وبناجي في الهند، واسطنبول في تركيا، وأريزونا في أمريكا، وكذلك معرض مشترك أقيم بين فنانين إيرانيين وفرنسيين وكنديون. بالإضافة إلى ذلك، شاركت أيضًا في معارض الحرف اليدوية والفنون الزخرفية. أيضًا، تم اختياري كمصمم للحقائب والأحذية في المهرجان الوطني للأزياء والملابس في عام ٢٠٢٠، كمصمم الأقنعة المختار في مهرجان مديافت الذي يركز على تصميم الأزياء والملابس.

في رأيي، لدخول عالم الفن وتصميم العلامة التجارية، فإن عوامل مثل الشجاعة والعاطفة والصبر والمثابرة والجدية مهمة للغاية. من ناحية أخرى، يواجه كل عمل جديد في المقام الأول انتقادات كثيرة لا يمكن تجنبها، ولديك فقط روح طيبة وشجاعة وحماس، والأهم من ذلك أن الإيمان بالنفس يمكن أن يكون عائقًا قويًا في مواجهة مثل هذه الانتقادات.

لنأخذ بعض الوقت وندافع عما نؤمن به وما هو مهم بالنسبة لنا. تقبل المسؤولية وتكلفة سعادتنا الخاصة ولا تضعها على عاتق الآخرين، حتى لو كان ذلك يعني الوقوف بمفردنا. ■

البحث المستقبلي هو أداة لمواجهة الفرص والتحديات

العصر الجديد هو نتيجة مفاهيم جديدة ومهام جديدة وأساليب جديدة. عصر انفجار المعلومات والمعلومات السريعة والشاملة؛ فترة المنافسة في مجالات الاستشراف والبحث المستقبلي. اليوم، التطورات والأحداث الاجتماعية متنوعة للغاية ومتعددة ومعقدة. يتطلب التحقيق في مفهوم الأمن في السوق المشبعة الحالية، بالإضافة إلى الأساليب الواقعية والعلمية والتحليلية، نهجًا استراتيجيًا منهجيًا، ويجب أن تكون ردود الفعل سريعة وفعالة، وإلا ستولد الأفكار والحلول ميتة. لذلك، فإن تصميم نموذج القدرة البحثية المستقبلية للمديرين يعتبر من الناحية النظرية إنجازًا جديدًا. يمكن أن يؤدي البحث المستقبلي في مجال الأعمال إلى التعرف على مجالات بحث جديدة، والتطبيق المناسب للبحوث الحالية، وإنشاء شراكات وشبكات جديدة، كما أنه سيقبل من المخاطر ويتخذ قرارات استثمارية أفضل. من بين فوائد الدراسات المستقبلية للحكومات، يمكن أن نذكر المشاركة في تنمية التفكير طويل المدى، وتسريع التعاون بين الأنشطة المنتظمة للمؤسسات الحكومية، وإشراك أصحاب المصلحة في صنع القرار. يتطلب إعداد الناس للمستقبل أنظمة وإجراءات تعمل على مواءمة الأهداف الفردية والتنظيمية وتطويرها بطريقة فعالة أثناء التواصل مع المديرين والمهنيين. في الواقع، من أجل البقاء والنجاح في تصفح هذا القرن، يجب أن تتكيف المنظمات مع طريقة جديدة للعمل، والتي تعتمد على قدرة المنظمة على التعلم والتغيير بوعي ومستمر وسريع.

الشركات التي لديها القدرة على استخدام استراتيجيات مبتكرة لتحقيق النجاح قد حققت نجاحًا أكبر في مجالات مثل الربح وحصة السوق، وبناءً على ذلك، يجب على الشركات تقديم منتجات وخدمات جديدة للبقاء في المنافسة العالمية. استخدام عمليات جديدة. في غضون ذلك، فإن الوعي بالتطورات الجديدة في المستقبل هو أمر خطير وضروري. تزيد هذه المعرفة من القدرة على اتخاذ خيارات ذكية وتسمح للجميع بمعرفة أين يمكنهم الذهاب (المستقبل الاستكشافي)؛ أين يجب أن يتوجهوا (العقود الآجلة المعيارية) ومن أي مسارات يمكنهم الوصول إلى المستقبل المنشود بسهولة أكبر (استراتيجيات تهدف إلى خلق المستقبل). يتمتع البحث المستقبلي بميزة تفاعلية وتعاونية، وعندما يتم استخدام عملية مناسبة للبحث في المستقبل، فإن زيادة التواصل وإنشاء اتصال بين المكونات المختلفة للنظام سيخلق بنية تفاعلية وفعالة بهدف التحقيق بعناية في الأحداث غير المتوقعة المستقبلية. بعد قولي هذا، لا يخلو من النعمة أن تحاول المنظمات الاستفادة من هذه المعرفة وطلب المشورة من الخبراء في هذا المجال وتنقيف موظفيها بالمعرفة؛ لأن التقدم في بيئة اليوم شديدة التنافسية والمتسارعة للقرن الحالي ممكن في ظل الإدارة الاستراتيجية الحديثة. ■



د. سارا نوري
الاستاذة في الجامعة

يجب أن يتناسب سعر الأعمال الفنية مع قدرة شرائح المجتمع المختلفة



في محادثة مع السيدة هليا سلماني، مديرة معرض هليا للفنون، والتي أقامت العديد من المعارض الفنية، قمنا بفحص حالة فن الرسم في إيران، خاصة من منظور اقتصاديات الفن. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. وظيفتي الرئيسية هي مراقبة الطلاب. على سبيل المثال، أقوم بتأسيس علاقة ودية مع المشاركين في المعرض في البداية، ومع مرور الوقت، أدخل مجال تدريس أقسام الفن والنقد، ومراجعة وتحليل العمل الفني لعرضه في المعرض. لأن المهمة الأهم للفن هي التواصل الذهني واللفظي مع الناس، بالطبع، هذه العملية لا تقتصر على تقديم وعرض بعض المنتجات في المعرض، ولكن أثناء القيام بهذا النشاط الفني خلال النهار، بعدد كبير من الأشخاص المنشغلين بالتحقيق في العيوب والقضايا المتعلقة بالتصاميم. أنا فنانة، بالإضافة إلى التدريس، أقدم أيضًا النصائح لمختلف الأشخاص، لأن التعليم في الوقت الحاضر مهم جدًا، ليس فقط في هذا المجال، ولكن في جميع المجالات.

بعد انتشار كورونا وإغلاق معرضي الصغير أقيمت أكبر معرض في ذلك العام في حديقة متحف القصر بحضور نحو ٢٥٠ فنانا وعرض أكثر من ٥٠٠ عمل فني كان من الصعب إدارته.

نظرًا لاهتمامي بالعمل الجماعي والعمل الجماعي، فضلت عرض أعمال في شكل فريق فني بدلاً من العمل بشكل فردي، على الرغم من أنني قمت على مر السنين بإنشاء أكثر من ٨٠٠ عمل فني، تم بيع بعضها. هذا النمط هجين في الغالب وبطريقة ما يمكن تسميته بأسلوب ما بعد الحداثة الذي يركز على العديد من الموضوعات والمفاهيم المختلفة والجزء الرئيسي منه هو القضايا الاجتماعية. دائمًا بعد إنشاء عمل فني، كنت أرغب في إنشاء عمل أفضل منه، لذلك لدي الكثير من الأعمال الفنية التي ليس لدي أي تحيز معين للاحتفاظ بها بشكل دائم، على الرغم من أنني ذهبت إلى المعارض الفردية بشكل أقل لتقدمها.

يجب أن أشير إلى أنني أقيمت ٦٠ معرضًا محليًا وأجنبيًا حتى الآن، تم إعداد مجموعة من ٥٠٠ شخص منها بعد دعوات من صالات العرض والأماكن التعليمية من جميع أنحاء البلاد، مع دول أخرى مثل ألمانيا ولندن وأمريكا والدول العربية كانت على اتصال، وهذه الروابط الفنية ستحافظ عليه.

إذا قام المعلمون بتدريب الطلاب بشكل احترافي، خاصة في مجالات ريادة الأعمال، فسنترى نتائج إيجابية في هذا المجال، والغرض من الفن ليس تدريب فنان مرتبط لإيجاد طرق للبيع. ■

الرئيس التنفيذي لشركة النجاح القابضة

الحلول القديمة لا تحل مشاكل البلاد



في محادثة مع الدكتور شهرام خياطيان، الباحث في أسرار وأساليب النجاح والرئيس التنفيذي لشركة النجاح القابضة، قمنا بالتحقيق في أنشطة هذا الحياة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

هدفنا الأهم في الشركة النجاح القابضة هو زيادة الوعي من خلال التدريب المهني والعملية والأساسي، وخاصة التدريب المحدد للغاية الضروري للغاية للتطوير الفردي والتنظيمي بالمعنى الحقيقي، ويمكننا أن نقول ذلك بأمان من أجل حل مشاكل المجتمعات، بما في ذلك بلدنا، هناك حاجة إلى تنفيذها القوي. يتم تقديم هذه الدورات التدريبية فقط في بعض المدارس والجامعات والمراكز الخاصة في البلدان المتقدمة ؛ لكن أولئك الذين يتخذون قرارات على المستوى العالمي للسيطرة على شعوب ودول العالم يمنعون هذه التقنيات والمعرفة من دخول دول أخرى.

في رأيي، إنه إنجاز قيم وفعال في نهاية المطاف، في أقصر وقت وبأقل تكلفة. فخرنا في الشركة النجاح القابضة هو أنه خلال ٣٧ عامًا من الخبرة في مختلف المجالات، لا سيما التعليم والاستشارات، لاحظنا الأمور المذكورة أعلاه في القمة وحولنا العديد من المؤسسات الخاصة والعامة في اتجاه إيجابي.

يمكننا أن نقول بأمان أن أهم ميزة في هذا الحياة ومديريها ؛ أن تكون ديناميكيًا هو ذروة الإبداع والابتكار والشجاعة في الدخول في حلول عالمية جديدة. بالطبع، الفهم الحقيقي وتحليل المشاكل، دون وجود تحيزات مشتركة، هو أيضًا أحد الخصائص المهمة لمديري النجاح. من أبرز النقاط في هذا الحياة أن أنشطتها مرتبطة بالأهداف العظيمة لجميع المنظمات والجماعات وحتى الأفراد. بعبارة أخرى؛ يمكن لشركة النجاح القابضة دائمًا مساعدة جميع الأفراد والمنظمات.

في مجال "التدريب"، كان لدينا عدد قليل من البرامج في الخارج، ولكن في مجال "الاستشارة" كنا نشطين بشكل شخصي وافترضي. في العام الماضي، في مجال تصدير معدات البناء الإيرانية، أجرينا مشاورات من خلال تسليم كشك في مركز تجاري دائم في العراق، والذي سيعاد افتتاحه قريبًا، وباعتباره فرصة ذهبية لمنتجات الجودة العالية تعتبر مواد ومعدات البناء الإيرانية للسيطرة على الأسواق الدولية وكسب دخل من النقد الأجنبي ممتازة.

أهم عنصر في حياتنا هو الوقت، لأنه حتى مع وجود مليارات تومان، لا يمكنك العودة إلى ثانية من قبل. يجب أن نقدر كل لحظتنا ونقضها بأكثر الطرق فعالية. أنسب إجراء لهذا الغرض هو اكتساب خبرات ومعرفة الآخرين. لذلك دعونا نتعلم دائمًا ونقبل المعرفة الجديدة لتقدمنا وراحتنا ومستقبلنا. ■

فرم اشتراک سالیانه

دنیای سرمایه‌گذاری

Selected owners of capital and trade

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

نوع اشتراک:

حقوق ☐ نام شرکت: نوع فعالیت: سال تاسیس:

حقیقی ☐ نام و نام خانوادگی:

نشانی کامل پستی:

کد پستی ده رقمی: تلفن تماس:

دورنگار: تلفن همراه:

نشانی پست الکترونیک (ایمیل):

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

بله ☐ خیر ☐

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

واحد اشتراک: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۳۵

۱- واریز مبلغ ۲,۴۰۰,۰۰۰ تومان به حساب شماره ۰۱۰۱۹۶۵۰۲۹۰۰۴ و یا شماره کارت ۶۰۳۷-۹۹۷۳-۲۵۵۰-۹۳۱۴

و یا شماره شب ۰۴-۰۲۹۰-۰۱۹۶۵-۰۰۱۰-۰۰۰۰-۰۱۷۰-۰۱۴۹ IR بانک ملی ایران به نام آقای مرتضی فغانی.

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

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

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



www.dsarmaye.ir



d.sarmayeh@gmail.com



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



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

**Designer, painter and author of books
for children and teenagers**

Passion and courage are necessary for success in artistic works



In the conversation with Mrs. Banafsheh Asdollahzadeh, who is currently working as a designer, painter and author of children's books and the executive secretary of the Aftab Artist House Association, how she entered the world of art and also her main activities were examined. We read parts of this interview.

My main activities are in the field of painting, drawing and design, writing books for children and teenagers and in general artistic activities, which are focused on fashion design, clothes, bags, shoes and accessories.

In my opinion, artists are human beings with a gentle and creative soul who use all their senses in creating their works to better convey their thoughts and ideas in order to beautifully affect the emotions and feelings of their audience. Art is a tool to convey the feelings and thoughts of an artist. Another of my favorite activities is fashion design and clothing styling;

The style of most of my paintings is realism and still life style with the theme of the surrounding world, flowers and girlish emotions. Of course, apart from painting, I also have activities in the field of writing

So far, I have participated in more than 30 visual arts exhibitions and 4 individual painting exhibitions in India and several painting exhibitions in the cities of Indore and Panaji in India, Istanbul in Turkey, Arizona in America, as well as a joint exhibition held between Iranian, French and Canadian artists. In addition, I have also participated in handicrafts and decorative arts exhibitions. Also, I was chosen as the selected bag and shoe designer at the National Fashion and Clothing Festival in 2020, and as the selected mask designer at the Modyaft Festival focusing on fashion and clothing design.

In my opinion, to enter the world of art and brand design, factors such as courage, passion, patience, perseverance and seriousness are very important. On the other hand, every new work first faces many criticisms, which cannot be avoided, and only having a good spirit, courage and enthusiasm, and most importantly, self-belief can be a strong barrier in facing such criticisms.

Let's take time and stand up for what we believe and for what is important to us. Accept the responsibility and the cost of our own happiness and never put it on others, even if it means standing alone. ■

Helia Art Gallery manager

The price of works of art should be proportional to the ability of different sections of the society



Director of Helia Art Gallery

The most important mission of art is mental and verbal communication with people. In a conversation with Ms. Helia Salmani, the director of Helia Art Gallery, who has held many art exhibitions, we have examined the state of painting art in Iran, especially from the perspective of art economics. We read parts of this interview.

My main job is accompanying students. For example, I establish a friendly relationship with the participants of the exhibition at the beginning, and over time, I enter the field of teaching art sections and critique, review and analyze an artwork to present it in the exhibition. Because the most important mission of art is mental and verbal communication with people, of course, this process is not limited to the introduction and presentation of a few products in the exhibition, but while doing this artistic activity during the day, with a large number of people who are busy investigating the flaws and issues related to the designs. I am an artist and in addition to teaching, I also give advice to different people, because nowadays education is very important, not only in this field, but in all fields.

After the spread of Corona and the closure of my small gallery, I held the biggest exhibition of that year in the palace museum garden with the presence of about 250 artists and the display of more than 500 works of art, which was difficult to manage. Due to my interest in teamwork and group work, I preferred to exhibit my works in the form of an artistic team instead of working individually, although over the years I have created more than 800 works of art, some of which have been sold. This style is mostly hybrid and in a way it can be called postmodernist style which emphasizes on several different topics and concepts and the main part of it is social issues. Always after creating a work of art, I had a desire to create a better work than it, so I have a lot of works of art that I have no particular bias to keep permanently, although I have gone to individual exhibitions less to present them.

I must point out that I have held 60 domestic and foreign exhibitions so far, of which a group of 500 people has been prepared after invitations from galleries and educational spaces from all over the country, with other countries such as Germany, London, America and Arab countries have been in contact, and these artistic connections will preserve it.

If teachers train students professionally, especially in the areas of entrepreneurship, we will see positive results in this field, the purpose of art is not to train a confused artist to find ways to sell. ■

The need for efficient planning and management in the field of tourism



Maryam Naderi
university lecturer

Iran is a country with many attractions. The wealth of attractions in our country has caused it to be called a world within one border. Iran's attractions are so diverse that it creates the motivation to travel to this country for almost every taste. The potential of tourism depends more than

anything on geographical assets, the quality of natural landscapes and historical and cultural monuments.

The tourism industry is one of the suitable options that the high climatic, cultural and historical potential of our country makes it necessary to plan and pay attention to it, and it can be used as one of the important and valuable capabilities for sustainable development.

Today, due to its high impact on societies in economic, social, cultural, environmental, physical and political dimensions, the tourism industry is considered as one of the most important factors and tools of comprehensive development in the world and is widely considered as an activity. A significant economy that has a leading position in the world economy can play an important role for sustainable development. Accurate knowledge and scientific analysis of this phenomenon can provide a reliable framework for tourism industry planning. The development of tourism in all fields, both at the national and regional level and at the international level, has received the attention of government planners and private companies, and many countries have increasingly realized the fact that they must take initiative to improve their economic situation. and try to find new ways. Many development planners and policy makers refer to the tourism industry as the main pillar of sustainable development. Forecasting the tourism trend in the country is a strategic necessity for all institutions related to tourism, and especially for the government sector that is responsible for creating the infrastructures and facilities needed in the future. In this regard, the field of tourism, if planned and managed efficiently, will be able to provide many direct and indirect economic, social and cultural benefits to the beneficiaries. Using the tourism scenario; It provides a valuable tool for policy testing, strategy development and innovation of this industry in the country. Undoubtedly, gaining a worthy position in the tourism sector requires early discovery and identification of the future events of this market; Therefore, the most important issue in the field of growing tourism competition is gaining insight into uncertainties and recognizing alternative futures, and then separating the priority of activities along with an analysis of the opportunities and challenges of the factors involved.■

CEO of Success Holding

Old solutions do not solve the country's problems

In a conversation with Dr. Shahram Khayatian, a researcher of secrets and techniques of success and the CEO of Success Holding, we investigated the activities of this holding. We read parts of this interview.

Our most important goal in Success Holding is to raise awareness with professional, practical and basic training, especially very specific training that is very necessary for individual and organizational development in the real sense, and we can safely say that in order to solve the problems of societies, including our country, Their strong implementation is needed. These trainings are offered only in some schools, universities and special centers in developed countries; But those who make decisions at the global level to dominate the world's people and countries prevent these techniques and knowledge from entering other countries.

In my opinion, it is a valuable achievement that is ultimately effective, in the shortest time and at the lowest cost. Our pride at Success Holding is that in our 37 years of experience in various fields, especially education and consulting, we have observed the above matters at the top and transformed many private and public organizations in a positive direction.

We can safely say that the most important feature of this holding and its managers; being dynamic is the peak of creativity and innovation and courage in entering new global solutions. Of course, real understanding and analysis of problems, without having common prejudices, is also one of the important characteristics of managers of success holding.

One of the most prominent points of this holding can be mentioned that its activities are related to the great goals of all organizations, groups and even individuals. in other words; Success Holding can always help all individuals and organizations.

In the field of "training", we have had few programs abroad, but in the field of "consultation" we have been active in person and virtually. In the last one year, in the field of exporting Iranian construction equipment, we have had consultations by handing over a booth in a permanent commercial center in Iraq, which will be re-opened soon, and as a golden opportunity for the producers of high-quality Iranian construction materials and equipment to take over international markets and gain Foreign exchange income is considered excellent.

The most important asset in our life is time, because even with billions of tomans, you cannot go back to a second before. We should appreciate all our moments and spend them in the most efficient way. The most appropriate action for this purpose is to acquire the experiences and knowledge of others. So let's always learn and accept new knowledge for our progress, comfort and future.■



Secretary General of the Green Party of Iran

To control inflation and production growth, there must be a scientific mechanism



The critical state of the country's economy requires that today the officials and statesmen come up with more concrete measures and plans to solve the country's problems; Otherwise, sooner or later, the risk of inflation will cover the government sectors and there will be no way to solve it. Since one of the slogans of the 13th government is to reduce the inflation rate and restore stability to the economy, government officials and agents are expected to take steps in this direction with more determination and effort. Regarding this issue, we had a conversation with Dr. Hossein Kanani Moghadam, Secretary General of Iran's Green Party. We read parts of this conversation.

In my opinion, strong parties are the government makers; That is, they make ministers and make programs and present theories, the result of which is to get the power right, so that they can make them operational, however, the most efficient governments in the country in recent years have not come from parties.

When the economic plan is not clear, how can these plans be carried out?

For this reason, in the first place, in order to curb inflation, it is necessary to get out of the recession, which also has its own mechanism and cannot be achieved by injecting money, facilities and financial support. The main action to get out of the recession and move the economic wheels of the country in all dimensions and create hope in the people is to move in the direction of the economic models known in the world. It is not right for us to inject financial resources into a factory whose production is out of order and has no economic efficiency. It may be better to stop such factories to avoid further losses or replace them with factories based on new technologies. We have no choice but to make a part of the economy dependent on the world's leading companies and use methods that create efficiency in the economy.

If the 13th government aims to realize the slogan of curbing inflation and production growth, it should use its scientific and special mechanisms.

The central bank is responsible for maintaining the value of the national currency, the independence of the central bank is an important issue and in all the world this independence exists with the aim of maintaining the value of the national currency, but this issue has been neglected due to government policies.

The government should choose people who fit the determined plans in order to overcome the crisis in the long run, and of course, this does not mean solving it completely. People are also able to help the government by entering monetary resources into the production cycle.

Economy is a subject related to global politics. Resistance economy policies have also emphasized the issue of introverted and extroverted economy.■

Future research is a tool for facing opportunities and challenges



Dr. Sara Noori
University lecturer

The new era is the result of new concepts, new missions and new methods; The age of information explosion, quick and comprehensive information; Competition period in the fields of foresight and future research. Today, social developments and events are very diverse, numerous and complex. Investigating the concept of security in the current

saturated market, in addition to real, scientific and analytical approaches, requires a systematic strategic approach and reactions must be quick and effective, otherwise ideas and solutions will be born dead. Therefore, the design of the model of managers' future research ability is theoretically considered a new achievement. Future research in the field of business can lead to the recognition of new areas of research, the appropriate application of existing research, the creation of new partnerships and networks, and it will also reduce risk and make better investment decisions. Among the benefits of future studies for governments, we can mention participation in the development of long-term thinking, speeding up the cooperation of regular activities of government institutions, and the involvement of stakeholders in decision-making. Preparing people for the future requires systems and procedures that align individual and organizational goals and develop them in an effective manner while communicating with managers and professionals. In fact, in order to survive and succeed in the surfing of this century, organizations must adapt to a new way of operating, which is based on the organization's capacity for learning and changing consciously, continuously and rapidly.

Companies that have the ability to use innovative strategies to achieve success have achieved more success in areas such as profit and market share. Accordingly, companies must provide new products and services to survive in the global competition. Use new processes. In the meantime, being aware of new developments in the future is a serious and necessary matter. This knowledge increases the ability to make intelligent choices and allows everyone to know where they can go (exploratory futures); Where should they go (normative futures) and from what paths can they reach their desired future more easily (strategies aimed at creating the future). Future research has an interactive and collaborative feature, and when a suitable process for future research is used, increased communication and establishing communication between different components of the system will create an interactive and efficient structure with the aim of carefully investigating future unexpected events. Having said that, it is not without grace that organizations try to take advantage of this knowledge, seek advice from experts in this field and educate their employees with knowledge; Because progress in today's highly competitive and accelerated environment of the present century is possible under the shadow of modern strategic management.■

CEO of the Pishro Oraman printing and packaging company

Sanctions have left the printing and packaging industry behind



There is no doubt that the prosperity and prosperity of industries depends on the development and progress of printing and packaging industries, because by relying on the services of this industry, we can hope for the development of mar-

kets and product exports to other countries. In a conversation with Ali Najafi, the CEO of the Pishro Oraman printing and packaging company, we investigated the state of this industry. We read parts of this interview.

Explain a little about your background in the printing industry as well as the history of Pishro Oraman's collection. We do our best to provide the best service to our customers. The use of specialized CRM management software has made it possible for our dear customers to be aware of the various stages of their orders. In addition, the information related to their previous orders can be seen and available from the beginning of visiting this complex.

The Pishro Oraman printing and packaging company, with the support of well-known customers and brand owners, as well as using complete and efficient box production lines, has been able to take a significant share of the box-making market. Adhering to the ethical charter defined and based on the principles of flexibility, speed in providing services and creating friendly interactions with customers, this group tries to avoid unhealthy competition and away from professional affairs, relying only on its technical skills and organizational behavior. Keep your share of the vast market of print service applicants and try to expand it.

We are currently equipped with all the specialized machines in the field of box production and we can do all the production steps in our Pishro complex without depending on outside the complex. This complex has the ability to produce 150,000 printed sheets and the capacity to produce 500,000 boxes in an 8-hour shift, which leads to customer satisfaction.

Over the years of its activity, Pishro Oraman printing house has been able to attract large potential customers from various industries such as pharmaceuticals, food, telecommunications, cosmetics, etc., to be successful in maintaining their satisfaction.

The difficult and sometimes impossible conditions of importing equipment and machinery due to sanctions have had a great impact on the non-growth and backwardness of printing houses from the world's modern technology. These cases have had many and undeniable effects on the development of this industry in our country.■

Date industry challenges, from processing to export

Iran is the third producer of dates in the world, producing 1.3 million tons of dates annually. On the other hand, the date processing chain is also active in the country and attracts more than one million tons of dates annually; That is, the rate of date processing in the country is 78.7%. However, despite the added value that this industry can create in the country, it still faces many problems and challenges.

As expected, the principles and requirements related to product labeling in accordance with national or international standards are not followed in this industry, and cold storage capacities are also lacking in some provinces. On the other hand, technology units in the date industry are also facing a lack of liquidity and providing financial resources in this field is a challenge. The date market is very important in the value chain of dates. These days, this market is not as prosperous as in the past due to the increase in prices, and the demand for this product has decreased.

Examining statistics and information related to the export of dates shows that Iran was the second largest exporter of dates in the world in 2021 with a figure of about 297 million dollars. However, due to the low average price of Iran's export dates to countries in 2020 compared to the export price of other countries such as Tunisia, Saudi Arabia, France, the Netherlands, and the United States, it has relatively less foreign exchange. In addition, Iranian dates are mainly exported to other countries in bulk and in large packages of 5 to 10 kilos, which is not suitable in terms of marketability and also limits the opportunity and scope of various processing, hence the export of Iranian dates with a lower added value. Accompanied. In fact, it can be said that usually after exporting to the target countries, Iranian dates are repackaged by performing various processes and affixing labels related to various quality and health standards (Halal, ISO 22000, ISO 9002 and HACCP), with brands and packages. It is also exported to the market of other countries, especially Iran, and this is very unfortunate.

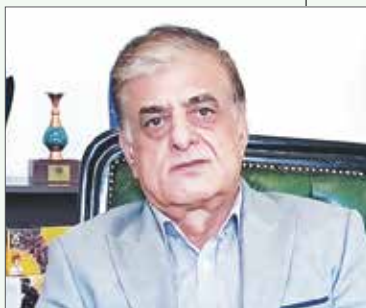
Exporting companies' lack of attention to the requirements, characteristics, tastes and needs of the target markets, especially in terms of product packaging, is one of the most important reasons for the weakness of the date product marketing system. Considering that Iran is the third producer of dates in the world, it is expected that more management will be done on the export of this product as one of the valuable goods that expand non-oil exports, because this product has the potential to be a source of foreign exchange and create added value in the country.■



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

**CEO of the largest date carton
production company in the country**

Paper quality is the challenge of Iran's carton industry



Among the unique agricultural products in Iran, dates have a special and historical place; therefore, it is natural that the quality and type of packaging of this product is of great importance for domestic and export purposes. This issue became an incentive to go to one of the well-known carton making brands that has been specialized in the date nursery of Iran, Bam city for decades, that is Khairkhah Packaging and Carton Industries, and have a conversation with Mohammad Reza Khairkhah Kermani, CEO of this company and vice president. We had the Board of Directors of the Association of Directors of Cardboard and Sheet Industries of Iran. We read parts of this interview.

Currently, various printing machines, adhesives, laminates, diecuts (rotary, jaw and Bobst design) along with corrugator and sheet-making machines, have turned Kheirkhah's packaging and carton making industries into a complete and up-to-date collection that is unique in the southeast of the country.

In fact, our expert colleagues give appropriate advice to exporters in the field of designing and choosing the type of box. However, our common goal is that Iranian dates, which are considered to be the best type of dates in the world, reach foreign consumers healthy, undamaged, and of good quality, and in this respect, God forbid, it does not cause the country's trust and reputation to be taken away. Proper packaging has always been one of the main challenges of exporting agricultural products. Usually, farmers lack the necessary financial and sometimes intellectual resources to improve the quality of their products' packaging, and in many cases, the exporter also seeks to reduce costs through cheaper packaging, regardless of the appropriate quality parameters. Of course, the quality of cardboard packaging is not only focused on the carton-making process, and the quality of the paper used in sheet production plays a significant role in the quality of cartons and boxes. Our most important challenge in cardboard production is access to high-quality paper, and if this is achieved, cardboard manufacturing in Iran will not lack anything from the most developed countries in the world. In this context, perhaps the consolidation of paper factories, the upgrading of machinery and the import of paper pulp can affect the quality of domestic products. Of course, there are well-equipped factories in the country that produce high-quality paper, but most of their products are exported to foreign countries. Naturally, export has significant national benefits for the country, but in my opinion, supplying the domestic market with high-quality paper has priority over export in this field. Currently, various printing machines, adhesives, laminates, diecuts (rotary, jaw and Bobst design) along with corrugator and sheet-making machines, have turned Kheirkhah's packaging and carton making industries into a complete and up-to-date collection that is unique in the southeast of the country. Of course, the development is still continuing and we will always try to equip the factory with the benefit of the latest carton making technologies. ■

CEO of Tehran machinery Company

Traditional printing houses have no future but destruction



Tehran machinery Company (TMC) has a long history in the production and supply of industrial machinery, which over time expanded its activities in the printing and packaging industry. We arranged a conversation with engineer Emadoddin Deilmi, the CEO of Tehran

machinery Company, and we have examined the situation of this company and the printing market. We read parts of this interview.

Today, Tehran machinery Company continues its activity only in the field of machinery and consumables for the printing and packaging industry. The most activity of this company is also defined in the label and post-printing machines (specifically cellophane machines). On the other hand, considering that after-sales service is always the main concern of buyers and product suppliers are responsible for this concern, we pay special attention to this area and are constantly training human resources and machine operators.

In recent years, Tehran machinery Company has been trying to introduce the domestic printing market of the country to the world market in order to be a bridge between the East and the West, so that in this way, the quality and work techniques will increase and also stabilize its share in the market. Increase.

The need to modernize the body of the printing industry in the country is quite tangible. Digital technologies have a significant contribution in this field, which we can see examples of in various industries of the world today, but the market in which our company operates is an industrial market, and digital has a very high share, or rather, it has a fundamental and effective contribution to it.

The printing industry has a traditional nature and process; But it is moving towards industrialization and science. Many old printing houses complain about the lack of work or the low prices of orders, but lagging behind the world's technologies and the gradual destruction of companies will be an inevitable fate. We must accept that aligning with the world's current technologies is the only way to achieve success and progress of companies.

The use of artificial intelligence reduces the final cost of label printing and brings good economic benefits for manufacturing companies. By reducing human intervention, intelligent machines have both increased the quality of printing and eliminated human errors.

Tehran machinery Company focuses on the packaging sector and after printing and label machinery. In fact, the use of these machines makes Iran's printing and packaging industry have the ability to compete with other neighboring countries. ■

Director of Damavand Marketing Group

It is necessary to establish a reference for evaluating consulting companies



In an interview with Mustafa Ahmadi Marost, the founder of the Damavand Marketing and Sales Consulting Group, we have investigated the activities of this group, we are reading parts of this interview.

The motto of our collection is to reach the

peak of sales. This phrase, along with the smart targeting that refers to sales growth and the use of expressions such as the peak, which is borrowed from Damavand, the firm of Iran-Zimin, has a subtle hint of "moving forward" behind it. We believe that, like a climber who plans to reach the top with a firm determination to start and during and his final horizon, in front of businesses, except with a long-term plan, reforming the infrastructure of human resources, organizational culture, marketing and sales teams, and then movement. Calm and continuous is not possible. We believe that marketing and sales are the last link in a chain of vital and key activities that should be improved first.

Unlike many management consulting firms, we have adopted a few core policies. Our cooperation with collections is only long-term and at least one year, and we refuse to accept short-term projects. As a consulting firm, we strongly insist on making decisions based on sound data.

As a management consultant team, despite our firm belief in the concept of Skin In The Game, we will not enter into the implementation in any way. We are the advisory team of senior managers in decision-making and monitoring the correct implementation of the decisions taken, and entering the implementation phase actually has a strong contradiction with monitoring the performance of the implementation teams.

Now and after years of experience, we believe that the most important issue is "acceptance". From our point of view, growth and making fundamental and fundamental changes and improvement can only be achieved in the shadow of the organization's acceptance, and this can only be achieved through the "acceptance and accompaniment of the person or persons of the senior managers of the organization".

At some point along the way, many businesses face problems that managers may not be able to solve. When a business intends to make changes or improve conditions and the executive team does not have the ability to move forward with the routine process and changes, they come to management consultants. In addition to providing the right solution, these people are by their side in carrying out the solution until reaching the goal.

So, only when you "accept" the need for a consultant, wherever you are in Iran, Damavand marketing is by your side. ■

Import of used cars, market control or new rent?

A review of the car production data in the country shows that the declining trend of passenger car production between 2017 and 2020, compared to the production of 1.4 million passenger cars in 2016, along with the absolute ban on car imports, caused a part of the market's need for cars during this period. It has not been supplied for years and we will gradually face a shortage of food. It is natural that the Ministry of Industry, Mining and Trade should estimate the number of car applicants in the country and by prioritizing domestic production, supply the excess market demand through imports.

Import through used or new cars

It is quite obvious that the Ministry of Industry, Mines and Trade should speed up imports to regulate the car market, but whether the import of used cars with 2 to 5 years of operation is superior to the import of cars with zero kilometers in the passenger segment. It is an issue that should be considered

The high price of zero-kilometer cars is the most important import restriction

The sharp increase in the exchange rate and the change in its direction to price levels above 50 thousand toman made the government's targeting of the import of economic cars ineffective in practice.

The level of after-sales service and the environmental effects of used cars

Regardless of the financial implications of this measure and in case of approval of the plan, the policy maker should pay attention to the choice of cars with maximum environmental compatibility and after-sale services in the country. While this issue is ignored in the proposed plan. The effect of importing used cars on domestic car companies

At present, the sales of domestic companies under the influence of mandated pricing have no effect on the market volume and the amount of demand, because the huge price difference between the factory and the market, along with the inflation in the country's economy, which has turned the car as a fixed asset into a capital good, has caused that Regardless of whether people need a car, Conclusion

Despite the significant gap between car production and demand in the country, import is a vital matter according to the regulatory task of the Ministry of Industry, Mines and Trade. Due to the sharp drop in the value of the country's monetary base, naturally, the import of zero-kilometer cars cannot meet the needs of a large part of the people and consumers, experience has shown, usually behind such plans, which are set up in a hurry and under the pretext of market control, more than concern. If there are people, there are hidden rentier windfalls that distort the policy maker's purpose of designing it. ■



*Engineer Hasan Karimi Senjari
Senior manager of the automotive industry*

The head of Iran Copper Association raised

The necessity of formulating a development strategy based on the land use plan



One of the solutions that economic experts suggest to overcome the current inflationary crisis and solve the many problems of the country is to develop a comprehensive strategy that is carried out by the private sector and governments are required to comply with it comprehensively. To learn more about this issue, we talked to Dr. Bahram Shakoori, the head of the Iranian Copper Association, we were reading parts of this interview.

Basically, the countries that are developing development strategies for development, the first phase of which is studies and it will be possible based on the land survey plan; that means, what talents and capacities does that country have? This strategy has different levels based on the purpose of the land. At the level of laws, we cannot generalize a specific law or regulation for the entire country without considering the talents, characteristics, threats and obstacles in the vast area of the country.

It is very necessary to develop an all-round strategy, with an overall view, with economic, cultural, social and environmental annexes, according to the infrastructure, resources and capacities.

In fact, the facilities provided by the legislator through the chamber of commerce to the private sector can be a suitable platform for formulating the country's industrial development strategy. Also, in the section of laws and regulations, the development plans, which have already been published in the 7th plan, can be considered as an upstream document for developing the country's industrial development strategy.

The factor of success is not in integration and separation, but the view and structure of the government, the share of the private sector in the market and optimal management are considered as important and fundamental pillars.

One of the government's unfulfilled goals is real privatization. Chambers of commerce have not performed as expected

One of the basic requirements of the country is to formulate a regular strategy for development, which is based on the principle of land use, which can be done by the Chamber of Commerce and the private sector, and the governments are bound to implement it. Another issue is that the government should improve its economic relations with the world and provide a platform for communication with other countries, otherwise it will not be possible to create a sense of security and economic peace for the people with the policies of North Korea. Formulating a comprehensive strategy, establishing stability in regulations and improving economic and trade relations with the world are issues that should be given serious attention. ■

Founder and marketing manager of See5 (SEE5.net)

Successful implementation of 3000 projects in 20 countries



Today, designing a professional website with full features is a very big challenge, and you can create your own website or online store in a few minutes with SEE5 website builder and make your business online. More than 230,000 websites

have been built with SEE5 so far, and the effort of this collection is to provide all business owners with the best possible quality in the implementation of all types of websites with its smooth and highly professional localized platform. In a conversation with Rasool Zare, the founder and marketing manager of the site builder SEE5, we discussed various issues. We read parts of this interview.

SEE5 is an online site builder that helps the user to set up a site or online store within a short period of time and at a very affordable price. SEE5 provides all that is needed to set up a good website in an integrated and ready-to-use manner. More than 230,000 websites have been launched with SEE5, and one of its attractions is that it has customers in more than 20 countries. In 2019, with the flourishing of the digital marketing space, we started online advertising in a serious way and this time, thanks to God, we experienced a 1300% growth in a short period of time. Needless to say, SEE5 became a knowledge-based site builder in September 2022. Our most important goal is to become the largest site builder and store builder in Iran, which fortunately, with the efforts of my colleagues at SEE5, we were able to achieve a large part of this goal. We aim to help all offline businesses with this tool to bring their business online with a good website.

Our most important achievement was 1300% growth in 9 months in 2019, since then SEE5 has transformed from a fledgling startup to a mature business. In 2022, we also experienced 100% growth and we thank God that all this growth was completely bootstrapped without attracting capital.

The most important feature of SEE5 in the product is that it does not limit the user. In SEE5, due to the use of secure and optimized WordPress, the user can develop his website in the next steps without any worries.

Innovation and focus are the keys to our success at SEE5. Focusing on innovation and product quality improvement, focusing on marketing, paying attention to customer needs and system building in different business sectors are some of the most important issues that we continue to pay special attention to. ■

CEO of Dasht Yuz Dareh Anjir Mining and Exploration Company

Progress in exploration depends on training and the provision of the latest equipment



As one of the major non-renewable natural resources, mineral reserves play an important role in the global economy and human civilization, so that industry and even human life are built on the shoulders of mining. In order to study the advantages of the

mining sector and metallurgical industries, we interviewed Mohammad Reza Kazempoor, CEO of Dasht Yuz Dareh Anjir Mining and Exploration Company. We read parts of this interview.

Exploration is the first link in the production chain in the mining sector, and if investment in it is not essential, then the other stages of mineral extraction, extraction and processing will be costly. In the past, it was said that exploration is risky and has high costs, but today many companies are willing to enter the sector. When a reserve is found and has a high added value, it can offset exploration costs. One of the goals of the Fifth Development Program is to explore new mines. If we want to advance in exploration today, we must pay attention to infrastructure, training and the provision of modern equipment. Providing new equipment and devices capable of deep exploration is a priority for this topic.

Dasht Yuz Dareh Anjir Company tried to continue its activities as much as possible by using local machinery and equipment and not allowing this problem to disturb the progress of the mine. For example, we can mention the Exploration Department, where the entire exploration process was carried out, from the beginning of surveys and geophysical operations to drilling operations, modeling and estimation of reserves, using the ability of knowledge-based companies and the strength of local experts.

Existing and imported machines need to provide spare parts, spare parts, competent specialists and suitable equipment. The internal capacity of the parts supply and manufacturing sector has also been raised to an acceptable level due to reverse engineering of knowledge-based companies.

Despite billions of tons of known mineral reserves in Iran, the share of the mining sector in the GDP is still less than 1%. The lack of growth and development of the mining sector comes from the lack of scientific outlook and experience for this sector, and the lack of appropriate and modern technologies for additional exploration in the direction of new deposits.

Although the scale of destruction and damage caused by mines to natural resources is very small compared to the necessity and importance of mines, it requires interaction between the institutions responsible for this issue. With one percent of the world's population, our country has more than seven percent of the mineral reserves, which shows that even if mining activities interfere with environmental issues, these problems must be properly and rationally managed. ■

It took place in April 2023

Realization of production growth in Golghar Iron and Steel Development Company

Golghar Iron and Steel Development Company, as the largest supplier of sponge iron in the country, relying on modern production knowledge and technology and the power of local elites and experts, managed to record an unprecedented stagnation in the production of 300 thousand 301 tons of sponge iron in the two Gohar and Kowsar Megamodule units. During the month of April this year, this success shows the high determination of this company in order to realize the motto of the year, which is production growth.

Golghar Iron and Steel Development Company is the largest supplier of sponge iron in the country. By operating two direct regeneration factories under the titles of Megamodule with an annual production capacity of one million and 700 thousand tons of sponge iron and Kowsar Megamodule with an annual production capacity of one million and 850 thousand tons of sponge iron, while playing an effective role in the steel chain, it leads to a boom in employment creation, both directly and indirectly at the level of the region and the country.

Roger pointed out the construction of the Tooba Megamodule factory with an annual production capacity of one million and 850 thousand tons of sponge iron. With the construction and launch of this factory, the current production capacity of three million and 550 thousand tons of sponge iron will be added to this company. The construction of a steel mill and hot rolling mill is another project of Golghar Iron and Steel Development Company with a production capacity of more than three million tons of thin steel sheet with a thickness of 0.8 to 20 mm, which will be operated until the second half of 2024, leading to the supply of unique products. And the standard that is not produced in the country now will be.

Golghar Iron and Steel Development Company is always trying, with a scientific understanding of social responsibilities and by maintaining the three principles of sustainability of environment, economy and society, it helped the sustainable development of Sirjan city. Due to the special and unique technologies and technologies used in the factories and active projects of Golghar iron and steel development, many elites of Sirjan city and Kerman province have been attracted to this huge steel company. In addition, recording the total monthly production record of the company's two Megamodule sponge iron units, namely Gohar and Kowsar, in the amount of 300 thousand 301 tons in April this year, as well as recording the record of non-stop monthly production of sponge iron in the Kowsar unit in the amount of 156 thousand 812 tons during This period has shown the importance that Golghar Iron and Steel Development Company continues its growing path this year by taking advantage of modern production knowledge and technology and elite and young manpower. ■

CEO of Spo Golestan Motor Oil Production Company

We use the highest quality raw materials to produce products



Spo Golestan Motor Oil Production Company was established in 2010 with the goals of creating job opportunities and achieving self-sufficiency in the production of all kinds of lubricants, and after obtaining the necessary permits and building a factory in Kordkooy Industrial Town located in Golestan province, it started production and operation in 2015. This company has succeeded in obtaining ISO 9001: 2015 quality management system, ISO 14001: 2015 environmental management system, ISO 45001: 2018 occupational health and safety management system and IMS integrated management system.

In order to learn more about the activities of this company, we have conducted an interview with Mohammad Kazem Golfam, the CEO and one of the shareholders of Spo Golestan Motor Oil Production Company. We read parts of this interview.

The product range of this company consists of monograde and multigrade motor oils, hydraulic oil, air compressor oil, light and heavy hydrocarbons obtained from blending, which are successful due to the quality of the manufactured goods and compliance with national and international standards. It is mandatory and encouraged to obtain licenses for the use of the national standard mark.

This unit has many ideas and programs to raise the level of production quality and increase new products to be included in its product portfolio along with new training programs to improve the quality of its expert forces and operators. On the other hand, developing the sales market, not only in Asian countries, but also exporting to European countries is one of the programs of this group.

The products of this collection can compete with foreign samples, because in the production of products, the highest quality raw materials imported from reliable supplier companies are used, and the formulation of the products is done according to the most up-to-date standards of the world.

Regarding the investment in this industry, I must point out that in our country we have not reached the conclusion that we have saved our production units from depending on the country's banks with very high usurious profits and from alternative capabilities and potentials such as people with capital or creating a holding company. Let's use it to improve our product portfolio and sales, which I hope the relevant authorities will pay special attention to.

In every guild or group, there are always people who are not committed and do not believe in observing professional ethics and considering the damages caused by violations in production, food, health and industrial work, only for profit, which cause serious damage to human health, Live-stock and industrial equipment and weakens and destroys the country's national resources.■

Member of the Board of Directors of
Iranol Oil Company

Increasing the production capacity of motor and industrial oil this year



Iranol Oil Company is one of the main oil companies in the field of lubricants and always provides a major share of the needs of the domestic markets. A strategic product that has a direct relationship with transportation and industry, since the last

two decades this company has always been one of the top brands among lubricant companies and the oil industry. In order to learn more about the activities of this company, we have conducted an interview with Ruhollah Faghihi, a member of the board of directors and vice president of Iranol Oil Company. We read parts of this interview.

By supplying 16 thousand 200 pieces requested by the technical team of the refinery, some of which were not available in the country, with the efforts of the engineering forces and the re-creation of the parts in the warehouse, the Vice-Chancellor of Commerce was able to make one of the best events this year. The production capacity will increase by 20-30%.

Currently, more than 300 types of motor oil and industrial oil are produced in this company. This year, several types of industrial motor oil and motor oil at the sp quality level (the highest quality level in Iran) will be added to Iranol's products. According to the production capacity of this company, the production in consecutive years has been a certain amount (about 600 million liters), this year, several types of industrial motor oil and motor oil at the sp quality level (the highest quality level in Iran) will be added to Iranol's products. According to the production capacity of this company, the production in consecutive years has been a certain amount (about 600 million liters), but this year, with the increase in exports, efforts are being made to increase the possibility of production and sales up to 15 thousand tons per year. I must also mention that the total volume of domestic and export sales is 422 million liters, the total motor sales amount is 110 million liters, the total industrial sales amount is 17 million liters, the sales amount of gasoline oil is 48 million liters, and the sales amount of diesel oil is 63 million liters. Liters, the sales amount of gearbox oil is 12 million liters, by-products; the total sale of extract was 100 million liters, the total sale of wax was 22.4 million liters. Also, in the field of selling all types of base oil, the sale of Bright Stock was 6.6 million liters. On the other hand, launching and upgrading the waxing unit will increase the amount of base oil obtained from the mek unit. It is worth mentioning that the company's research project for the production of Group 2 base oil has been started and is under review.■

CEO of Petrosaran Energy Holding Government abuse of private sector producers



The bad economic situation and the pressures of the government on the producers by formulating complex and contradictory laws have seriously disturbed the process of their activities, and in view of this issue, it is expected that for

further investigation of this issue, engineer Abolfazl Gholami, the CEO of Petrosaran Energy Holding, will be consulted and with We had a conversation. We read parts of this interview.

This holding consists of three companies "Petrosaran Zarin Shimi", "Petrosaran Tavan Shimi" and "Saran Trading". Petrosaran Zarin Shimi Company operates directly and indirectly in the field of trading Iran's oil derivatives with other countries, and Petrosaran Tavan Shimi Refinery Company located in Kurdistan province also produces petroleum derivatives such as hydrocarbons, base oils and all kinds of fuels processed from oils and hydrocarbons.

The main activity of Petrosaran Energy Refinery is the production of various hydrocarbons and industrial oils. Of the two affiliated companies of Petrosaran Holding, one of them interacts with all the state refineries in Iraq as a commercial company, which somehow led to the connection between the two nations of Iran and Iraq. Needless to say, Petrosaran Energy Refinery has enough capacity, systems and facilities to produce any product related to hydrocarbons and industrial oils, and this makes it one of the most capable companies.

The main goal of Petrosaran Energy Holding is to create a bridge between Europe, South Africa and East Asia, and in other words, to create a highway in the field of petrochemicals and refineries, just like the UAE. Russia will also be present on this route.

Petrosaran Energy Holding is building the BELENDING factory in Omid Industrial Town in Eshtehard city in order to produce and export the final product of motor oil to South Africa and East Asian countries. Another BELENDING factory is also under construction in the UAE, which will definitely help the sales of BELENDING.

2022 was a somewhat difficult year for this holding, but it seems to be much better than 2023. Unfortunately, we are facing many problems this year, an example of which is the very long process of loading and transporting cargo. But according to my many experiences from the past years, it doesn't seem like a good situation is waiting for this sector. Unfortunately, the government abuses the producers of the private sector, and this issue will cause a disaster in the long run, which he himself may not be aware of. ■

World of
INVESTMENT

CEO of Abadan Oil Refining Company said

Growth of domestic production by using the capacity of knowledge-based companies

Although selling raw materials is considered as one of the serious problems in the energy field, many companies in this field have been established in order to create added value, and as well-known companies at the national and international levels, they offer productive products to the market. In a conversation with engineer Hakim Ghayem, CEO of Abadan Oil Refining Company, we explained and investigated this issue further. We read parts of this interview. This company with a history of more than 110 years is the oldest and largest oil refinery in Iran and the region and has played a significant role in Iran's oil industry over the years. Considering the age of the refining units of this company, plans were developed to upgrade and stabilize its capacity, which were implemented in three phases and led to an increase in the quality of products of the Abadan Oil Refinery Company. Based on this, gasoline was upgraded to the level of Euro 4 gasoline and with Completion of the second phase of Abadan Refinery, as one of the largest refining units in Iran and the region, the amount of fuel oil of this company decreased from 41% to 30%. At the same time, Abadan Oil Refining Company has played an important role in the country by producing about 10 million liters of gasoline and 18 million liters of diesel, and it is hoped that with the completion of the second phase of its refining unit, it will have a greater contribution to production. As the largest oil refinery in the country, this company plays an important role in the production of basic and required products such as gasoline and diesel.

Last year, with the completion and launch of the second phase of the Abadan Oil Refinery Company, the use of 111 knowledge-based companies and domestic technology, as well as the basic design and start-up of a refining unit by knowledge-based companies, the motto of the year 2022, which was aimed at supporting knowledge-based production, was addressed. In order to reach higher capacities, he is engaged in studying and implementing a plan entitled to increase the capacity of Abadan oil refinery, which, if implemented, will increase the capacity of this refinery to more than 500,000 barrels per day. Of course, in this project, the capacity of all knowledge-based and technological companies is supposed to be used, and the technology for the construction of refining units is also completely Iranian. ■



7

World of Investment
No 78 • May 2023

Parliament should preserve the advantages of free zones



Dr. Majid Kiyani, Managing Director of Aras Free Zone Organization, on the sidelines of the Iran Expo exhibition, while pointing out the lack of favorable introduction of Aras at the national and international level in the past years, said: So far, about 5 billion dollars have been invested in this area and the practice of oil-free economy in Aras has happened, but it is not enough and we will not be satisfied with the existing level.

Referring to the production of airplane gasoline and Euro 4 and 5 in Aras Free Zone, he noted: only in the oil and gas cluster, 7 mini-refineries are active in Aras, which consumes bitumen in Georgia, eastern Turkey, and parts of the Eurasian Union.

Referring to the presence of 220 hectares of greenhouses under cultivation and the operation of the largest hydroponic greenhouse in the Middle East in this region, the CEO of Aras Free Zone Organization added: 285 hectares of greenhouses are under construction and in the coming years this capacity will increase to 500 hectares, according to the statistics of the Ministry of Jihad and Agriculture Aras Free Zone is the hydroponic greenhouse pole of the country and produces its products with modern techniques.

The CEO of Aras Free Zone Organization added: Free zones are the economic lungs of the country, and if the laws and incentives are fully and truly implemented, we will witness the occurrence of foreign investors in these areas, and this requires the support of the Islamic Council.

Pointing to the important role of the media in drawing the attention of people and officials to the North-West Corridor, Kayani explained: There is an actual corridor in the country, which connects Russia to Georgia, Georgia to Armenia, Armenia to Nakhichevan. It connects to Jolfa and to the entire railway network of the country. The country's first electric railway line has been built between Tabriz and Jolfa, and we have been neglected by such capacities.

In the end, Kayani said: The global registration of Ares Geopark is a big event that will happen in the coming months, and according to the professors of Tabriz University, there are 2 other waterfalls in the world similar to Asiyab waterfall. Just as there are mangrove forests on Qeshm Island, we also have tamarisk forests on the banks of Aras River.

He emphasized the need to introduce this area as much as possible and stated: Aras Free Zone is one of the youngest free zones in the country, which has many tourist attractions and covers a huge number of domestic and foreign tourists. ■

General Secretary and Director of Public Relations of the Iran-Qatar Joint Chamber of Commerce stated

200 million dollars volume of trade between Iran and Qatar



One of the markets that has been receiving attention for a long time due to its proximity to our country is the Qatar market, which, despite its small population, has a high demand for importing goods and many traders are eager to enter it. Considering this issue, we

had a conversation with Mustafa Salehinjad, the general secretary and director of public relations of the Iran-Qatar Joint Chamber of Commerce. We read parts of this conversation.

Usually, the volume of trade relations between Iran and Qatar is in a specific range with a halo of minor fluctuations. In general, the volume of trade between these two countries is currently about 200 million dollars, and our long-term and ideal goal is to reach the volume of trade exchanges of about one billion dollars per year. Accordingly, one of the main tasks of the joint chamber is to facilitate trade and help The level of trade between Iran and Qatar is increasing. In order to develop trade, meetings are held to bring together the businessmen of the two countries and discuss issues related to trade development and related issues so that business can flourish more. Of course, this issue can be implemented through other means such as the travel of business delegations, the creation of an exhibition in the destination country, direct meetings between businessmen and the economic officials of the two countries, and any other means that will help solve the business problems of the two countries and facilitate trade between the two countries in general. will be

During the World Cup, Iran and Qatar Chamber of Commerce held an exhibition of Iran's capabilities, which was held in the best geographical location of this country, and while attracting a large audience, it introduced them to Iranian products more than before. And it can be said that perhaps the market that was available in Qatar 12 years ago is now saturated and this has reduced the chances of entering the Qatar market at this time.

Due to the attractiveness that Qatar has in terms of holding world events, it has a lot of business fans in general, but the highest amount of our exports to Qatar at this time are food and construction materials. However, most of the industries are eager to enter this country, because they consider it an attractive market. Although it should be known, the competitiveness in this country is very high, its population is small and it has limited needs, for this reason, it should be viewed in a balanced way. ■

Head of Trade Development Organization

This year, we will have more than 55 billion dollars in non-oil exports



The remarkable actions of the Trade Development Organization in recent months have marked tangible developments in the commercial diplomacy of the country, which, if continued, will lead to a good future for our

country's economy, in a conversation with Engineer Alireza Peyman Pak, the head of the Trade Development Organization. We have investigated this issue. We read parts of this interview.

Increasing the export of non-oil by two times as well as increasing the export of technical and engineering services has been one of my most important goals since the beginning of my presence in this organization, so that by the end of 2025, we will reach 70 billion dollars in non-oil exports, and about 5 billion dollars To have annual export of technical and engineering services. For this purpose, targets were set, including for 2021, non-oil exports reaching 48 billion dollars, and for 2022, non-oil exports were 52 billion dollars, which fortunately were achieved. In addition to that, the two goals of diversification in export markets and export destinations were given much attention.

The country's non-oil exports grew by 38% in 2019-2020 and reached 12% in the following year. In total, the amount of non-oil exports, excluding electricity, technical and engineering services, was about 53.5 billion dollars. However, the most significant figure for non-oil exports was reached in 2022, which will reach 10% growth this year. It is expected that, during the free trade with Eurasian countries, the contract of which will be signed in September, the figure of exports to these countries will increase from 2 billion dollars to 7 billion dollars, which of course, according to estimates, will also need government support. Of course, one of our challenges comes back to the issue of currency return, which should be resolved by negotiating with the central bank. For example, some areas do not get the currency they need from the Nima system, and the fixed price of the currency in the central bank is a problem for them, which must be solved in order to boost exports. In general, it is expected that we will export more than 55 billion dollars this year.

The driving force behind production boom is export development. The government has such a determination due to extensive interactions with the private sector and directly supports businessmen and relevant institutions, therefore friends active in the private sector should take advantage of this opportunity and move towards solving challenges and problems. We also invite organizations to interact with the Trade Development Organization to solve infrastructure problems. ■

Economic leap of the country by attracting foreign investors in free zones

The fifth exhibition of export capabilities of the Islamic Republic of Iran (Iran Expo 2023) was hosted by economic activists and investors from foreign and domestic countries from May 17 to 20 at the Tehran International Exhibition Center. This exhibition, by hosting 70 business and government delegations consisting of more than 1,200 businessmen and government officials from all over the world with the aim of creating global export markets with a focus on East Asia, Eurasia, Africa and Latin America and diversifying the country's export goods (especially knowledge-based and with more added value) was held in order to increase the economic resilience of the country, in the meantime, Makoo Free Zone was actively present in this exhibition by unveiling 52 investment projects and displaying export capabilities. Economic leap of the country by attracting foreign investors to free zones

Hossein Grossi, CEO of Makoo Free Zone Organization, said: Attracting foreign investors and economic activists to free zones will lead to economic growth in the country.

On the sidelines of the 5th Exhibition of the Export Capabilities of the Islamic Republic, he stated that 370 investment opportunities in industrial free trade zones will be presented at the Iran Expo exhibition, and added: In terms of the approach that free zones have in globalization, we must use the attraction of foreign investors. to turn Azad into a place of economic growth for the country.

In the end, Grossi said: Makoo Free Zone is one of the first areas in the formation of the Chamber of Facilitation and Support for Investors, and in this regard, 100 investment opportunities in the fields of logistics, transit, agriculture, industry, mining, and tourism have been prepared and made available to clients and those interested in investing. Holding 18 meetings with foreign economic activists Arash Yousefzadeh, director of investment attraction, bank and insurance of Makoo Free Zone Organization, said: During the four days of Iran Expo 2023 exhibition (May 17-20, 1402) at Tehran International Exhibition Center, more than 4 thousand people visited the Makoo Free Zone booth. they did

Summarizing the meetings and visits held in the fifth exhibition of the country's export capability in Tehran, he said: the presence of investors from China, Russia, Turkey, Tajikistan, Kyrgyzstan, Pakistan, Kyrgyzstan, Georgia, Cameroon, Tanzania and the Kurdistan Region of Iraq in the booth of Makoo Free Zone And familiarizing them with investment opportunities was one of the important achievements of this exhibition.

Yusufzadeh stated that a total of 18 meetings were held with foreign nationals during the exhibition, adding: 87 meetings were also held by economic and investment experts of Makoo Free Zone Organization with Iranian visitors and economic activists.

According to Yusufzadeh, for a delegation from China, things like geographical location, legal benefits and investment opportunities including logistics and transportation, as well as how to export land through Makoo Free Zone were explained. ■



The necessity of digital transformation in supplementary medical insurance



Afshin Iraji
Chairman of the Board of
Directors of the Association of
Official Insurance Brokers

Supplementary medical insurance is one of the types of insurance policies that have faced an increase in the share of the total performance of the entire insurance industry in the recent year and has taken the largest distance from the average loss of last year, so that one of the priorities of the first meeting of the Supreme Council of Insurance is to review It has been announced to develop a mechanism for the rate system of medical insurance regulations.

The digital transformation and information technology in the field of treatment has caused supplementary medical insurance to move towards electronicization. The use of new technologies, as one of the important tools in providing supplementary medical insurance services, can improve the performance and quality of services and at the same time help to reduce costs.

Today, many insurance companies in the complementary treatment field are looking to use digital technologies to provide better services and improve the quality of their services.

- With digital transformation and the use of new technologies, the possibility of preventing fraud in supplementary medical insurance increases significantly.
- Very precise control of services can be one of the potentials of digital transformation in this field. With online electronic systems, microservices can be reported to the medical center by checking records and various restrictions.
- In the digital archive, the documents, whether text or image, are archived electronically in the virtual space, and the insured and any person who needs to view it based on the granted access and can use this data at any time without time and place limitations. Will have.
- Eliminating the traffic of many patients to receive medical services in digital-oriented methods can reduce the treatment costs of the insured and apply more transparency in the review of these costs.
- With the presence of digital services in medical insurance in the insured application and medical centers, services can be easily provided at the desired location of the insured and the share of the insured and the insurance company and other matters can be easily calculated and assigned to each party.
- The use of the Internet of Things, mobile phone facilities, and the insured's smart watch can be effective as a way to reduce risk in supplementary medical insurance.
- Collaboration platforms between insurers, by creating common platforms between insurance companies can help reduce fraud and violations. In general, digital transformation and the use of new technologies can significantly help in reducing costs and increasing services and productivity in supplementary medical insurance and ultimately increasing the satisfaction of the insured. ■

Transfer of third party and body insurance discounts; an advantage or reference to abuse



Abbas Shahrivar
Member of the Board of Directors
of Insurance Brokers Association
and Manager of Money Insurance
Startup

For many years, one of the indicators of car buyers in our country is the number of years and the percentage of discounts on third-party and body insurance policies, and since 2016, with the attitude of becoming driver-oriented, in the note of Article 6 of the third-party insurance law approved by the Islamic Council in 2016, the transfer of discounts

based on the previous practice is not allowed.

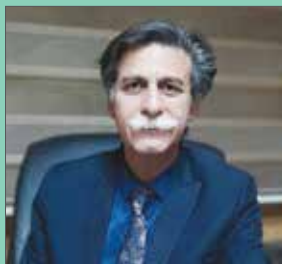
In 2018, the Executive Regulations of the above law were approved by the Council of Ministers, and the important points of the Executive Regulations are:

- If the transferor transfers the history of the no-damage discount to the vehicle belonging to his wife, parents or immediate children, the transferee will be the owner of the discounts from that date onwards.
- In case of not transferring the no-damage discount record to another vehicle of the same type that belongs to the transferor or his wife, parents or immediate children, the insurer is obliged to issue a certificate of no-damage discount record to the car seller.
- If the transferor is a legal entity, the record of no-damage discount can only be transferred to another vehicle of the same type that belongs to the same person.
- It is not allowed to transfer the history of no damage discount to more than one vehicle.
- Central Insurance is obliged to provide the insurer with the possibility of registering and querying the history of no-loss discount based on the national number or national ID of the policyholder and the possibility of querying the history of no-loss discount for the policyholder through the electronic system.

In Article 8 of the general conditions of the body insurance policy, it is clearly stated that if the buyer buys a car that has body insurance, he will be the owner of the body insurance policy if he pays the insurance premium for the annual discounts specified in the insurance policy, and in case of non-payment in At the time of possible damage, the same amount of discounts will be deducted from the damage.

By visiting one of the insurance industry brokers or insurance representatives whose details are listed on the Islamic Republic of Iran Central Insurance website, you will be informed of the latest status of your discounts and benefit from the history of discounts at the time of renewing your new car insurance policy. ■

The effective role of life insurance on retirement income



Parto Alavi Shoostari
*Vice President of Insurance
Brokers Association*

Financing during the lifetime and after the loss of a person has always been, is and will be one of the most important concerns of mankind.

In Iran, the first life insurance policy was issued 133 years ago, but the beginning of the growth of simple life insurance policies, which only covered

the death of people, dates back to the Pahlavi II era, when foreign and Iranian insurance companies started operating in this field, but these insurance policies are widespread. It wasn't there and few people in the society bought it. After the Islamic revolution, life insurance was not considered for nearly 15 years, but from the beginning of the nineties, new mixed life insurance policies called life and savings were offered by insurance companies, which did not have the limitations of the previous insurance policies and were considered a good development in this field.

The general reception of this insurance policy in the next decade by the general public and the activity of a specialized and professional network of insurance sellers and suppliers such as insurance brokers as advisors to policyholders in identifying the main needs of applicants for insurance policies and providing guidance and guidance in order to choose the best insurance policy from the best company Insurance according to the wishes of the insured and also the representatives of insurance companies played a significant role in it as the spokespersons of their respective companies, not only all general insurance companies but in all fields of the insurance industry; that is, property and persons were operating and gradually their number had reached more than 30 companies, encouraging the development of activities in this field, but it also caused the need and establishment of specialized life insurance companies, which operate their activities specifically and very specialized in this field. Although a favorable perspective for the development and spread of life insurance was predicted by the experts and activists of this field, and the experts believed that with the help of life insurance policies, the penetration rate of insurance in the country will increase and life insurance policy can also promote other insurance fields among the society and the level. to cover the country, but unfortunately, this did not happen and the growth of the insurance penetration rate was not realized from the plan and the amount determined by the trustees and policy makers of the insurance industry. In other words, in 2010 people's acceptance of this insurance policy decreased compared to the previous decade. In the second part of this article, which will be published in the next issue of this publication, the reasons for this issue will be discussed and pathologized, and appropriate and effective solutions will be suggested. ■

Seyyed Mohammad Moin Tavakoli

Failure to receive insurance premiums commensurate with the risk is a risk for the insurance industry

The role of insurance service provision network on public trust In order to understand the importance of the insurance penetration factor and its impact on the financial markets and economic growth of the country, the role of the insurance industry in these fields should be examined and then the role of public trust in the insurance industry should be criticized as one of the effective factors, which will be briefly discussed below. Explanations are provided. In general, the role of the insurance industry in the financial markets is threefold:

- The first impact that this industry can exert on other financial markets is the role of support to reduce investment risk.
- Collecting and equipping financial resources using insurance operations that are used for indirect investment.
- Direct investment of the insurance industry in the economic activities of the country is also of considerable importance.

In this article, we are trying to review the role of the insurance service network on public trust and its importance in increasing the penetration rate of insurance as one of the factors originating within the industry. Currently, if we want to display the components of the insurance industry in one chart, "Supreme Council of Insurance as a legislator", "Central Insurance of the Islamic Republic of Iran as a supervisor, interpreter and enforcer of the laws of the Supreme Council of Insurance" and then "providers of insurance services under the headings There are insurance institutions, official insurance brokers, insurance loss assessors and insurance actuaries.

The most important and main role of insurance institutions or insurance companies; Analysis, acceptance and distribution of all types of risk, management of resources and investment, and in case of an accident, management of payment of damages. Since the insurance policy is a two-sided legal document and is subject to the specific laws of insurance, in order to protect the rights of insurance applicants (insurers), advisors and companions who are aware of insurance laws must be present with the policyholder at the time of signing the contract in order to clarify the limits of the contract, in relation to maintaining Their interests should also be diligent, as these consultants are called "official insurance brokers" in the insurance industry.

Of course, there are also insurance companies, official insurance brokers and independent damage assessors who, despite all the problems, are trying to take steps to provide the best services to policyholders by complying with the above standards. ■



The importance of trade balance in the health of the economy



Mehrdad Jalalipoor
Senior expert in the
exhibition industry

Today, the countries of the world are trying to improve the quantitative and qualitative level of their country's economy with different tools, one of the most important of these tools is adjusting the trade balance, which plays an important role in the overall health of the economy.

Despite the extensive growth of information and international marketing tools, the position of exhibitions has not only not decreased, but has grown and developed by using new marketing tools of the exhibition industry. The structure of today's exhibitions has developed from general to specialized and super-specialized. Today countries with different economy structure have entered in the field of exhibition industry with different approach. Industrialized countries such as Germany, Italy, France, Turkey and China with the approach of technical and production capacities; Trade-oriented countries such as the UAE, Hong Kong, Oman, Singapore, etc., with the approach of introducing the commercial, marketing and logistics capacities of developing countries and import-oriented countries such as Iraq, Kuwait, Kazakhstan, Uzbekistan, etc., with the approach of meeting the needs of the domestic market, imports Raw materials and machinery and help to promote domestic production Since 1970, Iran has only entered the exhibition field with the approach of meeting the needs of the domestic market in the two areas of final product import, in order to meet the needs of the domestic market and the import of technology and intermediate products and machinery with the aim of industrial development. Gradually, with the growth of production and variety of products, especially after the imposed war period, the exhibitions of the country shifted from a general structure to a specialized structure, and from the late 70s onwards, we witnessed the establishment of specialized export and international exhibitions with different subject diversity, so that Currently, about 70 exhibition titles in different areas are planned in the Tehran exhibition calendar and other exhibition titles in the centers of other provinces in the annual calendar. The establishment of the exhibition, if the necessary arrangements are foreseen, including the participation and presence of specialized and well-known foreign traders and businessmen, the establishment of B2B meetings, the holding of specialized seminars and also the launch of training workshops can be an effective tool in the exchange of experiences, technical knowledge and the development of commercial cooperation, especially in the field of export. , attract domestic and foreign investment, transfer technical knowledge, etc.

In the meantime, the establishment of exhibitions such as Export Expo can be evaluated from several perspectives. For example, the presence of dozens of delegations from 75 countries including more than 1200 political, economic officials and economic enterprises from all over the world can be considered as a strong point of the exhibition; An experience that can necessarily lead to greater mobility and concentration in the field of production and trade in other large and specialized exhibitions such as oil, gas and petrochemical industry exhibitions, food industry, etc. ■

CEO of Hafez insurance company raised

Bankruptcy of the insurance industry with the continued mismatch of income and expenses



The multifold increase in prices has greatly increased the cost of insurance companies to meet current expenses and pay claims, and this has reduced their profits in the long run, for this reason some experts believe that the alarm of the bankruptcy

of the insurance industry has sounded and this issue is late. Or it will become a problem soon. In a conversation with Dr. Jalal Soltani, CEO of Hafez Insurance Company, we have examined the state of this industry. We read parts of this interview.

Hafez Insurance Company is in a very good position in terms of technical and financial insurance indicators such as portfolio or loss ratio and portfolio composition; Last year, Hafez Insurance Company presented a two-year program to Central Insurance, which is based on the principle and default of entering the mainland of all indicators and programs. The new 5-year plan in the form of the second vision document also has its own plans, which were developed this year with the paradigm of innovation and setting up world-class infrastructures and disciplines, and if its plans are implemented, the company's budget will increase to 5000 billion tomans. One of the most important features of Hafez Insurance is agility, speed, flexibility, technology-based growth, motivated and capable human resources, and very high growth opportunities.

Hafez Insurance Company has all the insurance fields in the free zones under its umbrella and currently it is focused and dominant in the medical, automobile and liability fields respectively. It should be known that the penetration rate of life courses is very low in free areas. In some areas, there is basically no belief in such fields, while we are trying to form this field in free areas and write their own insurance policy even for Sunnis.

Fortunately, Hafez Insurance Company has received the necessary license to serve the policyholders of Pakistan and Afghanistan in the last two years from Central Insurance.

Inflation has shaped the situation in such a way that in such an economic environment, many insurance activities have become meaningless, because they have lost their profitability justifications and only cause accumulated losses. The current situation is just like someone with their foot on your throat, but waiting and wanting you to breathe, when such a thing is practically not possible.

In the current situation, the insurance industry has no choice but to go for technological products that people share in the risk and benefits. With the traditional market, products and rules and despite the accumulated losses of the entire industry and taking into account the reserves that should be taken, this industry is entering the abyss of bankruptcy. ■

Full implementation of the national license portal Requires sovereign determination



Morteza Faghani
Member of Tehran
Chamber of Commerce

The evolution of issuing business licenses as the starting point for investment and production is a subject that has become a concern of experts in the field of economics for a long time, so that facilitating the business environment and the time required to obtain its license has become an indicator for measuring the transparency and prosperity of the business environment of each country. In Iran, the national license portal has been established with the aim of increasing transparency, fighting against rents, providing the basis for economic prosperity, and finally, increasing production and economic prosperity. Issuing permits and licenses in the national portal of licenses includes the steps of registration, identity authentication, address and 8 inquiries, which are done in person. According to the mentioned statistics, since the beginning of this year, nearly 16 thousand and 700 business license applications have been registered in this portal, but only about 10% of them; That is, 1,700 requests have led to the issuance of business licenses. It seems that there is a long way to go before this number reaches 100 and the removal of paper in the field of licensing.

According to the published statistics, from April last year to May 15 this year, 844,566 license applications were registered in the country's national license portal, of which 313,410 applicants were successful in receiving licenses. Also, 408 thousand 222 requests were reviewed and rejected, 119 thousand 791 requests are under review, and the review of 83 thousand 772 licensing requests has been delayed; In this way, the total response index has reached 90.1% in the national license portal. However, so far, nearly 4,561 license titles have been connected to the national license portal, which includes 96.8% of business licenses. In the meantime, Innovation Fund, Atomic Energy Organization, Environmental Organization, Chamber of Commerce and Ministry of Energy have succeeded in obtaining timely response index in 100 percent of cases and no delay in reviewing requests from them has been recorded. However, some very influential institutions, such as the Building System Engineering Organization, the official judicial experts, the society of certified accountants, the administrative and employment organization, the program and budget organization, and the judiciary, have not issued any permits through this portal. On the other hand, the Ministry of Interior, the Medical System Organization, the Society of Tax Consultants, and the municipalities of metropolitan cities have not issued licenses through the portal, although there have been registered requests for them in the portal. Therefore, according to the current situation, it can be said that the entry of institutions such as the judiciary and other decision-making institutions to deal with the offending institutions can be an important step to correct the current path. However, it should be noted that the facilitation of licensing should not be equated with chaos and lawlessness in the field of businesses, rather, the strengthening of regulatory mechanisms is a necessity that should not be forgotten. It can be said that the ideal situation in this field is facilitating entry into the business field, strengthening supervision in the field of businesses, and providing a field for flourishing competition in this field, which can be considered the beating heart of the economy of any country.■

Strengthening international exhibitions is an opportunity to revive Iran's economy



Farhad Amirkhani
Chief Editor

Iran's economy is experiencing difficult, very complex and uneven conditions. Most of the economic activists are dissatisfied with the current conditions and believe that the sanctions have not only caused the economy to flourish.

A review of the economy of other countries makes it clear that the establishment of the exhibition had an influential role in the development of their economy. In this regard, we can mention the establishment of the Expo in Dubai, which lasted for 6 months in 2021 in the United Arab Emirates. The authorities of Dubai spent about 42 billion dollars to set up this exhibition and allocated about 17 billion dollars only for the transportation sector. About 195 countries and international institutions participated in this exhibition and more than 25 million people visited its booths in the first days. It is not without reason that after the World Cup and the Olympic Games, Expo exhibitions are referred to as the third most important international event in the world, and in other words, the "Olympics of Culture and Nations".

There are many examples in this field, including the establishment of mega-exhibitions in China under titles such as Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Qingdao, Wenzhou, Suzhou and Canton, during which millions of economically active people visited these exhibitions. And the highest financial returns are created in these exhibitions. Undoubtedly, the most important achievement of the exhibitions is the crossing of traditional borders and the formation of new economic relations, during which economic activists get the opportunity to get acquainted with the products of other competitors and sit down to talk with them face to face, and according to their goals, make the most appropriate interaction.

In Iran, the establishment of the exhibition has always had a special importance and status. According to the exhibition calendar, this year more than 58 specialized exhibitions will be held at the permanent exhibition site in Tehran. Recently, in Tehran, the Iran Expo exhibition hosted 300 Iranian export brands from 1000 international traders from 60 countries in the fields of leather, clothing, handicrafts, food, home appliances, furniture, industry, petrochemical, health, etc. has been engaged in activity. Although the establishment of these exhibitions is commendable in its own way; But due to the fact that these exhibitions only carry international titles, it is necessary to make an effort to internationalize these exhibitions by creating a suitable platform and strengthening these exhibitions, away from slogans and misusing titles, so that as a result of holding these Exhibitions are a great achievement for economic activists and in a word; The opportunity to revive the country's economy will be provided more than before.■



“World of Investment”

A smart choice to enter the Iranian business market

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

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

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

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

Selected Topics In This Number



CEO of Hafez insurance company raised
Bankruptcy of the insurance industry with the continued mismatch of income and expenses



Head of Trade Development Organization
This year, we will have more than 55 billion dollars in non-oil exports



CEO of Petrosaran Energy Holding
Government abuse of private sector producers



The head of Iran Copper Association raised
The necessity of formulating a development strategy based on the land use plan



Helia Art Gallery manager
The price of works of art should be proportional to the ability of different sections of the society



Designer, painter and author of books for children and teenagers
Passion and courage are necessary for success in artistic works



Secretary General of the Green Party of Iran
To control inflation and production growth, there must be a scientific mechanism



CEO of the Pishro Oraman printing and packaging company
Sanctions have left the printing and packaging industry behind

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

بزرگترین دارنده تنوع
محصولات غذایی و کشاورزی در ایران



مجمع صنایع غذایی و کشاورزی

گلها®

مجمع صنایع غذایی و کشاورزی گلها
Golha Food and Agriculture Industries

با عشق و آرزوی نیند



گلها

اسکن کن



golhaland.com
golhaco.ir



drmehdikarimi
golhaland
golhaco



info@golhaco.ir



+989034446542



t.me/golhaco



golha-food

Golha®
Food and Agriculture Complex



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



Golha Food Industries



دارنده گواهینامه یکمید سال
قدمت از یونسکو در ایران

یک قرن از مزرعه تا سفره با گلها



A.H.A
MAHYAR

پوشاک نانو مهیار

Nano Mahyar Garment

تولیدکننده انواع جوراب و لباس زیر آنتی باکتریال
حوله و دستکش - تیشرت ورزشی
بانخ climacool (خنک کننده)
و تیشرت کلاسیک
تولیدکننده انواع مواد نانویی
با خاصیت آنتی باکتریالی
و ضد آب و لگ
(نانو کلورید نقره /
نانو اکسید روی /
نانو گیتوسان /
نانو مواد آب گریز)

 Mahyarsocks
Nano_Mahyar
 T.me/Mahyarco

 www.mahyarco.com

دارای تاییدیه از ستاد فناوری نانو
و مجوز وزارت بهداشت



زنجان - شهرک صنعتی شماره یک - پشت سایت بانوان - خیابان شقایق 2 - قطعه 562
کدپستی: 4513358585 دفتر: ۹۸۲۴-۳۳۵۶۷۵۷۶-۹ کارخانه: ۹۸۲۴-۳۳۲۳۳۱۶۲-۳



برای دریافت کاتالوگ

کد زیر را اسکن کنید



— پالایشگاه آبادان —

پالایشگاهی سرآمد و پیشرو در تولید





حامی ساخت داخل

در صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی





 www.petrosaran.com

 info@petrosaran.com

PETROSARAN ZARIN CHIMI

Trading and exporting expert of
petrochemical products and
refinery derivatives

Foreign Sales Manager +98-938-423-9792

Petrochemical +98-938-423-9787

Bitumen +98-938-423-9794

HydroCarbon +98-938-423-9727