

رشد سرمایه‌گذاری

مدیر عامل صنایع بسته‌بندی پارسه البرز راویا بیان کرد

برنامه‌ریزی برای فروش محصولات
با استفاده از هوش مصنوعیCEO of Parseh Packaging Industries Alborz Ravia stated
**Planning for product sales using artificial
intelligence**صرح الرئيس التنفيذي لشركة بارسه البرز لصناعات التغليف راويا
التخطيط لمبيعات المنتجات باستخدام الذكاء الاصطناعي

با آثار و گفتاری از:

آرش محبی‌نژاد

شهرام ظریفیان بهروز

علیرضا ارشدی

محمود شایان

سیدعلی نصیری

علیرضا عابدینی

علیرضا احمدیان

مصطفی مرادی کردی

آزاده حسینیجانی

پویا قائم‌مقامی

سعید پهلوانی کشکوبیه

مجتبی شجاعی

بابک داداش‌زاده

حسین روحی

دنیای

WORLD OF INVESTMENT

رشد سرمایه گذاری

مدیر عامل شرکت گلدن تکل آذربایجان اعلام کرد

**تولید بر اساس
آخرین دستاوردهای علمی**

CEO of Golden Takal Azerbaijan Company

**Our products are in line with the latest
scientific achievements**

أعلن الرئيس التنفيذي لشركة جولدن تكل آذربيجان
منتجاتنا مطابقة لأحدث الإنجازات العلمية



بانک گردشگری
TOURISM BANK

بانک سبز انرژی

نقش آفرینی در رفع ناترازی برق کشور

با تامین مالی احداث نیروگاه‌های تولید برق خورشیدی



کسب و کار ما، حمایت از شماست

بیمه ملت، همراه خانواده

www.melat.ir
۰۲۱-۸۵۳۳۳

  
mellatinsurance_official

فراز انرژی پاد

www.faraz-energy.com

شماره ثبت: ۴۹۵۷۷۱



BHT

Electric • Control • Mechanic



شرکت بین المللی مهندسی فراز انرژی پاد

شرکت بین المللی مهندسی فراز انرژی پاد یک شرکت فنی، مهندسی و بازرگانی در سطح بین المللی بوده که با دارا بودن شبکه قوی بازرگانی و زنجیره تامین در کشورهای آلمان، آمریکا، اسپانیا، چین، ترکیه و عمان امکان تامین طیف وسیعی از قطعات، تجهیزات و ماشین آلات مختلف از جمله انواع قطعات مکانیکال، الکتریکال، کنترل و ابزار دقیق را برای صنایع مختلف دارا میباشد.

یکی از نکات قوت این شرکت امکان ساخت و مهندسی معکوس تمامی تجهیزات نفت، گاز و پتروشیمی، نیروگاهی، سیمان، فولاد، معدن، صنایع هوایی و خودروسازی با استانداردهای کشورهای آلمان میباشد که صرفاً محدود به اقلامی بوده که به دلیل پیچیدگی فنی و یا محدودیتهای ساخت، امکان تولید در داخل کشور را نداشته فلذا این شرکت با ترکیب نمودن دانش فنی ایرانی و امکانات ساخت در خارج کشور، گامهای بسیار موثری در جهت پشتیبانی میهن عزیزمان برداشته است.

از دیگر توانایی های این شرکت دارا بودن بسته کامل برای مشاوره مهندسی و پروژه های EPC می باشد. همچنین خرید، حمل و واردات کالا چه به صورت ترخیص شده (فروش ریالی) و چه به صورت تحویل کالا در پشت گمرکات (فروش ارزی) بر حسب نیاز مشتری قسمتی از فعالیت های معمول این شرکت می باشد.

لازم به ذکر این شرکت در لیست بلند تامین کنندگان مورد تایید وزارت نفت و گروه مینا قرار دارد (AVL vendor list).

info@faraz-energy.com

www.faraz-energy.com

www.bht-online.de

تهران، نیاوران، خیابان دکتر باهنر، جنب پمپ بنزین نیاوران، کوچه تناولی، پلاک ۱۸، طبقه ۵، واحد ۵۰۲، تلفن: ۰۲۱-۲۶۲۵۸۰۵۰



شرکت فولاد سیرجان ایرایند
SISCO
روابط عمومی و امور بین الملل

تولید ایمن و پاک از معدن تا شمش فولادی



www.sisco.midhco.com



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



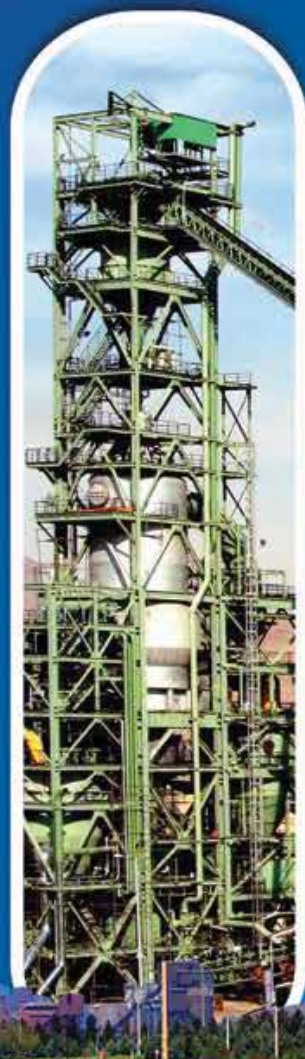
KSCCO

عالم انوار است
پیرایه نور است
منتهی سبب العلویات

شرکت مجتمع فولاد خراسان

KHORASAN STEEL COMPLEX COMPANY

www.KSCCO.ir



طلایه دار تکنولوژی نوین در صنعت فولاد کشور

شرکت مجتمع فولاد خراسان بزرگترین مجموعه فولادساز و تنها تولید کننده مقاطع فولادی در شرق کشور است که به دلیل میزان تولید و تکمیل زنجیره ارزش فولاد در استان خراسان رضوی، پس از استان های اصفهان و خوزستان قطب سوم فولاد کشور را تشکیل داده است.

سایت: www.KSCCO.ir



دورنگار: ۳ و ۳۲۳۱ ۴۵ ۴۲ ۵۱



تلفن: ۵۱ ۴۱ ۵۲ ۰۰۰۰



ایمیل: Info@KSCCO.ir



صندوق پستی: ۴۸۸



کیلومتر ۱۵ جاده نیشابور به شهر فیروزه



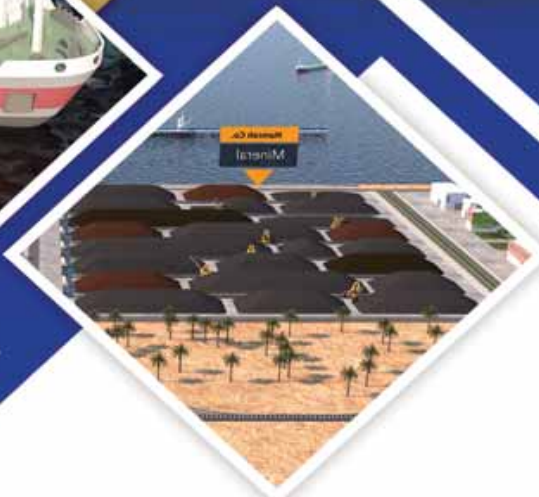
روابط عمومی



شرکت مدیریت بین المللی همراه جاده، ریل، دریا (هیمکو)

Hamrah International Management co. (HIMCO)

- سرمایه گذاری و احداث اسکله و پایانه مکانیزه تخصصی صادرات و واردات مواد معدنی و محصولات فولادی
- انجام حمل و نقل ریلی و توسعه ناوگان ریلی شرکت های سهامداران با خرید واگن
- تجهیز و توسعه تاسیسات حمل و نقل ریلی، دریایی، بندری و جاده ای
- انجام فعالیت های خدماتی، بازرگانی، عمرانی، مرتبط با احداث اسکله و سازه های دریایی
- برنامه ریزی، هماهنگی، مدیریت و مشاوره در خصوص کلیه فعالیت های حمل و نقل معدنی و فولادی با مزیت ریلی، دریایی، جاده ای
- مدیریت تامین و ساخت پروژه های بزرگ عمرانی



تهران، میدان آرژانتین، خیابان احمد قصیر، کوچه هجدهم، پلاک ۴، طبقه سوم

www.hamrahcompany.com ۰۲۱ ۸۶۱۲۰۶۳۱ - ۸۶۱۲۲۹۲۷

info@hamrahcompany.com ۰۲۱ ۸۶۱۲۲۶۴۸



شرکت سنگ آهن
گهر زمین
Goharzamin Iron
Ore Company



شرکت معدنی و
صنعتی گل گهر
Golgozar Mining &
Industrial Company



شرکت معدنی و
صنعتی چادرملو
Chadormalu Mining
& Industrial Co.



شرکت گروه مدیریت
سرمایه گذاری امید
Omid
Investment Group



شرکت تجلی توسعه
معادن و فلزات
Tajali mines & metals
Development Co.



شرکت سرمایه گذاری
توسعه معادن و فلزات
Mines & Metals Development
Investment Company



سازمان راه‌سازی و حمل و نقل معیاد ای



جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی

شیبش دونگ برائیم!



#نه_به_تصادف!
پویش ملی ایمنی و سلامت سفر



سال نو مبارک

HAPPY NEW YEAR ۱۴۰۴



(سهانی ۹۶)

شرکت معدنی و صنعتی گهرزمین

Goharzamin Mining and Industrial Company

روابط عمومی و امور بین الملل





شرکت بابک مس ایرانیان

I R A N I A N B A B A K C O P P E R C O M P A N Y

IBCCO

تولیدکننده انواع لوله مسی



تهران، شهرک غرب، بلوار دادمان، خیابان فخارمقدم، کوچه گلبرگ چهارم شرقی، پلاک ۱۲ کد پستی ۱۴۶۸۹۳۶۳۸۱
تلفن مستقیم فروش: داخلی ۹۱۵ تا ۹۲۰ - ۹۱۰۷۰۸۰۰ (۰۲۱)

www.ibcco.midhco.com

marketing&sales@ibcco.midhco.com

بهار محرم



نسیم بهار، عطر رمضان

فرا رسیدن ماه رمضان

ماه بارش باران رحمت الهی مبارک باد

ماه رمضان فرصت کمک به فقرا است.

مقام معظم رهبری



شرکت معدنی و صنعتی گلگستر
GOLDOBILAR MINING & INDUSTRIAL COMPANY
روابط عمومی و امور بین الملل



شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

بزرگترین عرضه کننده آهن اسفنجی کشور

GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.

THE BIGGEST DRI SUPPLIER IN IRAN

GISDCO

Development is our belief



شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.

روابط عمومی و امور بین الملل



شرکت پالایش نفت بندرعباس
سهامی عام

طرح تامین خوراک نفت خام شرکت پالایش نفت بندرعباس از خط لوله گوره به جاسک

تنها پالایشگاه تصفیه نفت خام سنگین و فوق سنگین در ایران و خاورمیانه



محصولات و فرآورده های اصلی

نفت گاز	۱۸/۲ میلیون لیتر در روز
بنزین	۱۱/۵ میلیون لیتر در روز
نفت کوره	۱۰ میلیون لیتر در روز
گاز مایع	۱ میلیون لیتر در روز
سوخت جت	۶۶۲ هزار لیتر در روز
نفت سفید	۴۰۰ هزار لیتر در روز

محصولات و فرآورده های ویژه

وکیوم باتوم	گاز مایع
لوبکات سنگین	۴۰۲ حلال
آیزوریساکل	گوگرد
بلندینگ نفتا	وکیوم سلابس

صرفه جویی: ۸۰ میلیون دلار در سال میزان سرمایه گذاری: ۳۲ میلیون یورو

طول خط لوله: ۳۷ کیلومتر قطر خط لوله: ۳۰ اینچ ظرفیت انتقال: ۳۰۰ هزار بشکه در روز

مشکلات تامین خوراک نفت خام پالایشگاه به وسیله کشتی:

- تأخیر در تامین خوراک به دلیل بدی آب و هوا و توقف کشتی
- افزایش ناگهانی، مستمر و بسیار زیاد هزینه های بندری و گمرکی
- افزایش اجاره بهای استفاده از اسکله نفتی و هزینه های مرتبط با منطقه ویژه اقتصادی خلیج فارس



اهداف تامین خوراک از طریق انشعاب خط لوله گوره به جاسک:

- تامین به موقع خوراک نفت خام و استمرار تولید پالایشگاه
- کاهش ریسک های انتقال نفت خام از طریق کشتی
- کاهش هزینه های انتقال نفت خام
- جلوگیری از آلودگی زیست محیطی دریایی
- کاهش ریسک های عملیاتی ناشی از کمبود نفت خام
- انعطاف پذیری عملیات
- امکان تغییر کاربری اسکله نفتی به منظور صادرات و استفاده دو منظوره در شرایط خاص









GOLDEN TAKAL MONGOLIA

شرکت گلدن تکال با بهره‌گیری از توان فنی و علمی متخصصان دامپزشکی، منابع غذایی و علوم دامی در تمامی مراحل تولید از پرورش، کشتار و فرآوری محصول نهایی، تولیدات خود را منطبق بر آخرین دستاوردهای علمی و بالاترین استانداردهای بهداشتی عرضه می‌کند. تلاش اصلی شرکت بر این پایه است که کلیه ضوابط بهداشتی و استانداردهای قانونی در مراحل پرورش، کشتار، بسته‌بندی، انجماد، نگهداری و حمل و نقل محصول نهایی رعایت شوند. بهره‌گیری از حضور کارشناسان ارشد علوم دامی، انجام آزمایش‌های کنترل کیفی و حضور ناظران بهداشتی سازمان دامپزشکی کشور و همچنین ناظران شرعی موجب شده که محصولات حلال تولیدی این شرکت از بالاترین استانداردهای بهداشتی برخوردار باشند.



 goldentakal@yahoo.com www.goldentakal.com 

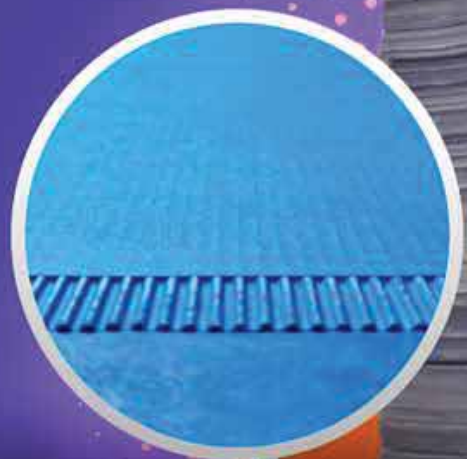
+۹۸ ۲۱ ۲۲۲۶ ۶۹۷۵ +۹۸ ۲۱ ۲۲۲۶ ۶۹۷۶ +۹۸ ۲۱ ۲۲۲۶ ۶۹۷۷ 

آدرس دفتر: تهران، خیابان شریعتی، خیابان دستگردی، کوچه صبر، پلاک ۱، واحد ۸ 



ورق کارتن راویا

تولید انواع ورق E و C فلوت سفید و رنگی از عرض ۱۲۰ تا ۱۶۰



تحويل فوری

قیمت مناسب

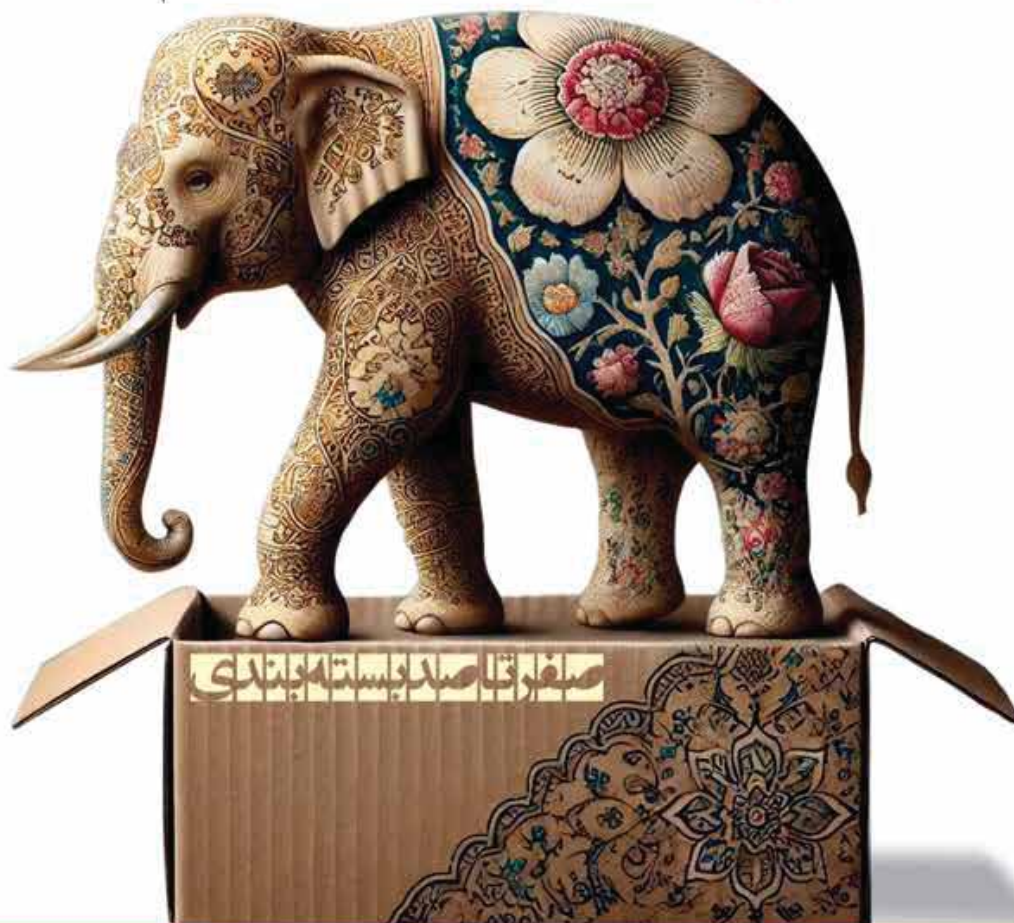
کیفیت عالی

همراه: ۰۹۳۵۳۱۴۴۴۹۵

تهران - شهرک صنعتی صفادشت - بلوار تیر - خیابان ۶ غربی - پلاک ۱۵۷

www.packseh.com

بمحصول خود مهربان باشیم



PRINT & PACKAGING COMPLEX (BOX/ CARTON/ LABEL)



مجتمع چاپ و بسته بندی ارس تام

- تولید انواع ورق های دوبلکس و ایفلوت بهداشتی
- انواع جعبه های مقوایی، بهداشتی، دارویی، غذایی و صنعتی
- انواع لیبل پشت چسبدار رول و شیت، مدفی، کاغذی و متالایز
- انواع کارتن سه لایه و ۵ لایه چاپی و لمیتی صادراتی و محصولات سردخانه کشاورزی



09125227891

09128020135

(021)88316528-30



09115096405

09120682218

(017)323251612-3

09117312800/09125271954

هنرمند ۹۰

زکوی یار می آید
نسیم باد نروزی



۳۶

دبیر انجمن قطعه‌سازان خودرو کشور

بخش خصوصی
فعالیت مطالبه‌گری خود را
ادامه خواهد داد



۲۲

مدیر عامل بانک صنعت و معدن خبر داد

تحول در مسیر
تامین مالی بنگاه‌ها
با اجرای طرح «نوبان»



دنیای صنعت
۴۸ تا ۴۴



دنیای خودرو
۴۲ تا ۳۶



پرونده ویژه
۳۴ تا ۲۸



اقتصاد بازار
۲۶ تا ۲۲

دنیای سرمایه‌گذاری

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:
دکتر 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 مافی

اعضای هیات علمی:

- دکتر بهمن آرمان: اقتصاددان
- دکتر امید کریمیان: عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- مسعود برهمین: رئیس اتاق بازرگانی ایران و آفریقا
- دکتر بهرام شکوری: رئیس انجمن مس ایران
- مهندس حسن کریمی سنجر: مدیر ارشد صنعت خودرو
- دکتر عزیز الله عصار: مدیر ارشد حوزه معدن
- مهندس مهدی حکیمیان: کارشناس ارشد حوزه سرمایه‌گذاری و اقتصاد
- مهندس آرش محبی‌نژاد: مدیر انجمن تخصصی صنایع همگن قلمه‌سازان خودرو
- مهندس احمد رویایی: مدیر ارشد صنعت خودرو
- دکتر جمشید حمزه‌زاده: رئیس جامعه هتلداران کشور
- دکتر علی اصغر عنایتی: نماینده‌ادوار مجلس شورای اسلامی
- دکتر غلامعلی جعفرزاده‌ایمن: نماینده‌ادوار مجلس شورای اسلامی
- دکتر محمد دامادی: نماینده‌ادوار مجلس شورای اسلامی
- دکتر اسفندیار سیفی: رئیس انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا و جواهر استان تهران
- دکتر سیف‌الله نیک‌نامی: رئیس انجمن فناوری دیجیتال و هوشمندسازی ایران
- دکتر محمدعلی جلیلیان: مدیر ارشد صنعت پتروشیمی
- دکتر سید رضا رفیعی: عضو هیات ریسه اتاق بازرگانی ایران و روسیه
- کریم بیگی: رئیس جامعه هتلداران استان اصفهان
- دکتر حسین عرفانی مقدم: کارشناس ارشد امور حقوقی
- مهندس سید محمد مقدسی: عضو هیات مدیره جامعه متخصصین نساجی
- مهندس علی همتی: عضو هیات مدیره انجمن تولید و صادرات نساجی پوشاک ایران
- دکتر امیر حامد رضایی: مشاور و تحلیل‌گر بازاریابی و بازرگانی بین‌الملل
- دکتر مهدی کریمی تفرشی: رئیس کارگروه کسب و کارهای سازمان ملل - یونسکو

گروه دبیران:

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

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

نشانی:

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

کد پستی: ۱۵۸۸۸۶۳۴۴

تلفن: ۳۷-۸۸۸۶۴۸۳۵-۰۲۱

واحد بازرگانی: ۸۸۸۶۴۸۲۶-۰۲۱

دورنگار: ۸۸۸۶۴۷۲۰-۰۲۱

پست الکترونیک: D.sarmayeh@gmail.com

لیتوگرافی، چاپ و توزیع: شرکت خاتمنو
تلفن: ۷۷۸۱۳۳۴۹



مدیر شرکت تولیدی پارس خواب الیاف
تأکید کرد

**تمرکز برای
تولید محصولات
سلامت‌محور**



بنیان‌گذار و مدیر عامل شرکت
دانش بنیان صنایع فراغرم خبر داد

**ارتقای کیفیت
و تنوع محصولات
با خرید تجهیزات مدرن**



مدیر عامل موسسه گردشگران جوان
سوادکوه بیان کرد

**توسعه اقتصادی
و اجتماعی سوادکوه
با جذب گردشگر**



۵۶

رئیس هیات مدیره گروه ارس نام مطرح کرد

**تغییرات سریع تکنولوژی
در صنعت چاپ
و بسته‌بندی**



اقتصاد هنر
۶۳ تا ۶۰



دنیای چاپ
۵۸ تا ۵۰



یادداشت

فراز و فرود اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۳

دکتر مرتضی فغانی
عضو اتاق بازرگانی تهران

برابر شده است. تورم نقطه به نقطه سبز بجات نیز ۱۰۶ درصد گزارش شده که نشان دهنده فشار شدید بر قیمت مواد غذایی است. این افزایش تورم در ماه‌های پایانی سال احتمالاً به دلیل انتظارات تورمی، افزایش تقاضای فصلی (نزدیکی به نوروز) و نوسانات ارزی بوده است.

به طور کلی تورم در سال ۱۴۰۳ همچنان بالا و در محدوده ۳۰-۳۵ درصد سالانه باقی مانده، اما روند کاهشی ملایمی در نیمه اول سال مشاهده شد که در ماه‌های آخر سال معکوس شده است. از طرفی، رشد نقدینگی در سال ۱۴۰۳ کنترل شده‌تر از سال‌های قبل بوده، اما همچنان در سطح بالایی قرار دارد (حدود ۲۸ درصد). این نشان دهنده تداوم مشکل خلق پول است که ریشه در کسری بودجه دولت و وابستگی به منابع بانکی دارد. رشد اقتصادی مثبت، اما شکننده بوده و به نظر می‌رسد که تحت تاثیر محدودیت‌های ساختاری (تحریم‌ها، کمبود سرمایه‌گذاری خارجی) و نوسانات درآمد نفتی قرار دارد. در مجموع، کارنامه اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۳ تا این لحظه نشان دهنده تلاش برای ثبات بخشی (کاهش رشد نقدینگی و حفظ رشد اقتصادی مثبت) است، اما این تلاش‌ها هنوز به کاهش معنادار تورم و بهبود معیشت مردم منجر نشده است. با وجود دستاوردها، مشکلات ساختاری اقتصاد ایران در هر دو سال پابرجا بود. در سال ۱۴۰۲، تورم بالا و افزایش قیمت ارز (ورود دلار به کانال ۵۰ هزار تومان) قدرت خرید مردم را کاهش داد و کسب و کارها تحت فشار مالیات‌ستانی سنگین (۸۹۴ هزار میلیارد تومان) قرار گرفتند. در سال ۱۴۰۳، جهش نرخ ارز غیررسمی و ورود آن به کانال ۹۰ هزار تومان در ماه‌های اخیر و تورم اجاره بها در فصل تابستان، معیشت خانوارها را بیش از پیش تهدید کرد. همچنین وابستگی به عوامل بیرونی مانند تحریم‌ها و نوسانات سیاسی (مانند انتخابات آمریکا و احتمال بازگشت فشارهای تحریمی) همچنان اقتصاد را شکننده نگه داشته است. ■

اقتصاد ایران در سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ تحت تاثیر عوامل متعددی از جمله سیاست‌های داخلی، تحریم‌های بین‌المللی، نوسانات نرخ ارز و تورم قرار داشته است. با این حال می‌توان گفت که اقتصاد ایران در سال گذشته از منظر رشد و مهار نقدینگی کارنامه قابل قبولی داشت؛ اگرچه در زمینه مهار قیمت ارز و تورم همچنان با مشکلات بسیار مواجه است.

در سال ۱۴۰۲، اقتصاد ایران رشد حدود ۵ درصد را تجربه کرد و در سه ماهه اول ۱۴۰۳، رشد اقتصادی با احتساب نفت ۳۰۲ درصد و بدون احتساب نفت ۲۵ درصد گزارش شده است (به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۵). هرچند این رشد مثبت اندک، نشان دهنده ادامه روند بهبود نسبی پس از تحریم‌ها و مشکلات دهه ۹۰ است. برخی گزارش‌ها از پاییز ۱۴۰۳ رشد اقتصادی را ۱۶ درصد اعلام کرده‌اند، اما این رقم تایید رسمی نشده و ممکن است که با داده‌های بعدی اصلاح شود. بخش‌هایی مانند «تشکیل سرمایه ثابت ناخالص» (رشد ۴۶ درصد) و زیربخش‌های «ماشین‌آلات» (۰۷ درصد) و «ساخت‌مان» (۷۵ درصد) در بهار ۱۴۰۳ رشد داشته‌اند که نشان دهنده تحرک در برخی از حوزه‌های اقتصادی است. به طور کلی در مقایسه با سال گذشته می‌توان گفت که رشد اقتصادی در سال ۱۴۰۳ کماکان مثبت، اما کم‌رنگ بوده و به نظر می‌رسد که نتوانسته تاثیر ملموسی بر زندگی روزمره مردم داشته باشد.

تورم همچنان یکی از چالش‌های اصلی اقتصاد ایران است که مستقیماً قدرت خرید مردم را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در شهر یورماه ۱۴۰۳، نرخ تورم سالانه ۳۴۰۲ درصد اعلام شد که نسبت به ماه قبل (۳۴۰۸ درصد) کاهشی ۰۶ واحد درصدی داشت. تورم ماهانه نیز ۱۰۷ درصد بود (خوراکی‌ها ۰۹ درصد و غیرخوراکی‌ها ۲۰۱ درصد).

در بهمن‌ماه ۱۴۰۳، تورم ماهانه به ۴۰۱ درصد افزایش یافت و تورم خوراکی‌ها به ۶۰۷ درصد رسید که نسبت به دی‌ماه (۳۰۵ درصد) بیش از دو



یادداشت

آتشفشان گردشگری آماده فوران در سال ۱۴۰۴

فرهاد امیرخانی
سر دبیر

توریست‌های کشورهای چین، روسیه، آسیای جنوب شرقی و کشورهای اروپایی خواهند بود، ایران را به عنوان مقصد گردشگری انتخاب نمایند. البته این پیش‌بینی‌ها در حال خوش‌بینانه و فارغ از مسایل سیاسی که هم‌اکنون کشورمان با آن مواجه است، مطرح شده‌اند؛ اما نباید از خاطر برد که کشورمان ایران به عنوان یک موزه بزرگ با دارا بودن حداقل بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ هزار اماکن تاریخی و ۳۲ هزار آثار به ثبت رسیده ملی و ۱۷ مورد به ثبت رسیده جهانی در سازمان یونسکو، از ویژگی ممتازی برای جذب گردشگر خارجی برخوردار است.

هر چند برای تحقق چنین چشم‌اندازی، هم‌اکنون کشورمان نیاز به تکمیل زیرساخت‌های حمل‌ونقل و اسکان و تفرجگاه‌های مناسب دارد؛ اما با وجود همه محدودیت‌ها، فارغ از یک هزار و ۱۰۰ هتل موجود در این کشور، هم‌اکنون ساخت چندین هتل مناسب در دستور کار قرار گرفته و پیش‌بینی شده است که تا ۱۱ سال آینده، ۴۰۰ هتل چهار و ۵ ستاره دیگر نیز به مجموعه هتل‌های کشور افزوده شود. درباره اهمیت صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت سبز و زودبازده بسیار می‌توان شعار داد و نوشت؛ اما باید به خاطر داشت که طی سال‌های گذشته، این صنعت با فقر عظیمی از منظر جذب گردشگر مواجه بوده است، به طوری که از منظر ورود گردشگر خارجی در دهه ۴۰ تا ۴۵ و از منظر درآمدی رتبه ۳۵ تا ۳۶ جهان را دارا بوده که این اعداد در مقایسه با ظرفیت‌های موجود بسیار کم و حتی ناچیز به شمار می‌آیند.

امید است که در سال ۱۴۰۴ و به دور از جنگال‌های ترسیمی ناشی از تحریم و تقابل‌های سیاسی، شاهد رونق صنعت گردشگری و فوران این آتشفشان کم‌دود باشیم و بار دیگر نام پرآوازه ایران و مردم پر مهرش، دلیلی برای حضور گردشگران به کشورمان باشد. ■

ایران صرف‌نظر از ذخایر غنی معدنی نفت و گاز و فولاد و کریستال‌های ریلی و جاده‌های ایمن و بنادر و... دارای پتانسیلی بسیار عظیم در صنعت گردشگری است که تاکنون در کشورمان به درستی از آن‌ها استفاده نشده و به فعل نرسیده‌اند. جاذبه‌های گردشگری ایران کم نیستند و به تصدیق سازمان یونسکو، از نظر وجود آثار تاریخی و فرهنگی، این کشور رتبه هشت را در بین کشورهای جهان دارد. دریا، کناره و پس‌کناره‌های زیبای خزر، عمان و خلیج فارس و دریاچه نمکی ارومیه و قم و کویرهای منحصر به فرد لوت، مصر، مرجناب، شهداد، ریگ جن، ورزنده، کاراکال، حلوان و معماری‌های کهن و باستانی زیگورات چغازنبیل، آسیاب‌های آبی شوش، تخت سلیمان، ارگ بم، پاسارگاد، تخت جمشید، معبد آذر گشسب و همچنین مناظر زیبا و دل‌انگیز طبیعی همچون جنگل‌های هیرکانی، اورامانات، زاگرس و دشت ستارگان و سایر نقاط دیدنی در کنار میهمان‌نوازی مردم فرهنگ دوست، همگی گواه بر این دارند که صنعت گردشگری کشورمان همچون کوه آتشفشان، قابلیت فوران دارد و می‌تواند با استفاده از ظرفیت بالقوه خود، توجه عظیمی از گردشگران جهان را به سوی خود جلب کرده و ثروت، فراوانی و اشتغال را به کشور سرازیر کند.

سال ۱۴۰۴، از هر منظر سالی حیاتی برای کشورمان است. در حوزه صنعت گردشگری، مطابق برنامه اعلام شده قرار است که کشورمان در چشم‌انداز سال ۱۴۰۴ به عنوان قطب گردشگری حلال در جهان، جذب‌کننده ۲۰ میلیون گردشگر خارجی باشد تا از محل ورود گردشگران ۳۰ میلیارد دلار درآمد نصیب کشور شود. بر اساس چشم‌انداز ترسیم شده در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، پیش‌بینی شده که در سال جدید بین ۱۰ تا ۱۲ میلیون نفر گردشگر شیعه کشورهای اسلامی به ایران سفر کنند و بقیه گردشگران نیز که به احتمال، متعلق به



یادداشت مهمان

گذر از تحریم‌ها با دیپلماسی دیجیتال

سیف‌اله نیکنامی

رئیس انجمن کارفرمایی فناوری دیجیتال و هوشمندسازی ایران

هوشمند تبدیل کند. براساس داده‌های مکنزی، ۶۵ درصد از سرمایه‌گذاران خاورمیانه به پروژه‌های ترکیبی فیزیکی - دیجیتال علاقه‌مند هستند و ارزش بازار توکن‌های گردشگری تا سال ۲۰۳۰ به ۷۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید (منبع: گلدمن ساکس). با مأموریت‌های کلیدی شامل ایجاد چارچوب حقوقی امن (الهام گرفته از مدل BOT ترکی)، راه‌اندازی شتاب‌دهنده تخصصی با مشارکت نهادهایی مانند Rocket Internet آلمان، تدوین استانداردهای هتل‌های دیجیتال مطابق معیارهای اتحادیه اروپا، مذاکره با شرکت چینی Alibaba برای توسعه پلتفرم رزروسیون با پشتیبانی Alipay و جذب ۵۰ میلیون دلار سرمایه‌از صندوق ثروت ملی قطر برای پروژه هتل هوشمند رامسر، نقش تسهیل‌گر این تحول را ایفا کرد. سه استراتژی مکنزی برای جهش ایران شامل تمرکز بر گردشگری لوکس (جذب سالانه ۵۰۰ هزار گردشگر ثروتمند عرب با درآمد سفر ۱۰ هزار دلاری از طریق ساخت ویلاهای لوکس و هوشمند در شمال ایران)، استفاده از هوش مصنوعی برای پیش‌بینی رفتار گردشگران خارجی و تبدیل ایران به هاب سلامت هوشمند با ایجاد پلتفرم یکپارچه رزرو خدمات پزشکی - گردشگری است. ایران با درآمد ۱۲ میلیارد دلاری سالانه از گردشگری می‌تواند جایگاه خود در اقتصاد جهانی را بازتعریف کند؛ مشروط به سه شرط کلیدی از جمله مشارکت خارجی‌ها در پروژه‌های هوشمندی، رگولاتوری هوشمند توسط انجمن‌های صنفی و بهره‌گیری از فناوری‌های گریز از تحریم. انجمن صنفی کارفرمایی فناوری دیجیتال و هوشمندسازی ایران، با میزبانی (اجلاس بین‌المللی گردشگری هوشمند ایران)، از تمامی فعالان اقتصادی، سرمایه‌گذاران و فناوران دعوت می‌کند تا با همکاری یکدیگر، ایران را به الگوی دیپلماسی اقتصادی دیجیتال تبدیل کنند ■

براساس مطالعات مکنزی در سال ۲۰۲۳، ایران با دارایی‌های خدادادی نظیر ۲۶ اثر ثبت شده یونسکو و ۱۱ اقلیم منحصربه‌فرد، می‌تواند تا سال ۲۰۳۰ به یکی از ۱۰ مقصد برتر گردشگری سلامت و تاریخ جهان تبدیل شود؛ اما تحقق این رویا، نیازمند جذب سالانه ۳ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی است؛ هدفی که با ترکیب فناوری‌های دیجیتال و دیپلماسی هوشمند صنعتی، کاملاً دست‌یافتنی است و راهبردی که انجمن صنفی کارفرمایی فناوری دیجیتال و هوشمندسازی ایران، به عنوان پیشگام این عرصه در حال پیاده‌سازی آن است. الگوهای جهانی مانند پروژه «The Red Sea» عربستان با جذب ۱/۵ میلیارد دلار از طریق فروش سهام دیجیتال (NFT) و تجربه ترکیه در افزایش ۴۰ درصد درآمد ارزی با توکنایز کردن ۱۰۰ هتل تاریخی، نشان می‌دهد که ایران نیز می‌تواند با بهره‌گیری از این راهکارها، فرصت‌های بی‌نظیری خلق کند. در بخش سرمایه‌گذاری فیزیکی، مشارکت در ساخت ۲۰ هتل هوشمند ۵ ستاره در کریدور اصفهان - شیراز با بازدهی تضمینی ۱۸ درصد و توسعه روستاهای گردشگری هوشمند در شمال ایران با الهام از مدل مالدیو، جذابیت بالایی برای سرمایه‌گذاران خارجی دارد. در حوزه سرمایه‌گذاری دیجیتال، فروش سهام مجازی کاروانسراهای تاریخی از طریق پلتفرم‌های مبتنی بر بلاکچین و پذیرش پرداخت با استیبل کوین در هتل‌های مناطق آزاد (همکاری با صرافی‌هایی مانند Kraken)، راهکارهای عملیاتی برای دور زدن تحریم‌ها است. اقتصاد دیجیتال به عنوان سلاح استراتژیک ایران، با توسعه اپلیکیشن «VisitIran» (شامل رزرو هتل، خرید بلیط و پرداخت رمزارزهای ملی همراه با گارانتی تبدیل به طلا) و استفاده از واقعیت افزوده و متاورس برای بازاریابی جاذبه‌ها (مثال: تور مجازی تخت جمشید و دیگر آثار تاریخی)، می‌تواند ایران را به قطب گردشگری



یادداشت اختصاصی از علیرضا عابدینی

در این بخش می‌خوانیم:

- تحول در مسیر تامین مالی بنگاه‌ها با اجرای طرح «نوبان»
- بازده حقوق صاحبان سهام و نرخ تنزیل در اقتصاد ایران

مدیر عامل بانک صنعت و معدن خبر داد

تحول در مسیر تامین مالی بنگاه‌ها با اجرای طرح «نوبان»

سارا نظری

ویژگی‌های طرح

از جمله ویژگی‌های این طرح می‌توان به نرخ سود تسهیلات ترجیحی ۹ درصد سالانه، دریافت اولین تسهیلات ۲ ماه تا یک سال بعد از افتتاح حساب، پرداخت تسهیلات تا سقف ۵۰ میلیارد ریال، پرداخت تسهیلات تا ۲۰ برابر میانگین موجودی طی دوره، پرداخت تسهیلات تا ۲۰۳ برابر میانگین موجودی طی دوره برای شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدها و صنوف تولیدی واقع در استان‌های کم‌برخوردار (آذربایجان غربی، ایلام، چهارمحال و بختیاری، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان، کردستان، کرمانشاه، کهگیلویه و بویراحمد و لرستان)، بازپرداخت ۱۲ ماهه به صورت اقساط ماهانه و بررسی درخواست اولیه به صورت غیر حضوری از طریق همین درگاه اشاره کرد.

به گفته دکتر محمود شایان، مدیر عامل بانک صنعت و معدن، این بانک با هدف حمایت ویژه از بخش تولید و اشتغال کشور با ارائه تسهیلاتی در قالب طرح نوبان، شرایط مطلوبی را برای واحدهای تولیدی کوچک و متوسط (SME)، دانش‌بنیان‌ها و صنوف تولیدی دارای پروانه بهره‌برداری فراهم کرده که به دنبال تسهیلات با مبلغ مناسب و فرآیند بررسی و پذیرش غیر حضوری هستند.

وی با اشاره به اهمیت حمایت ویژه از بخش تولید کشور به خصوص در شرایط دشوار تحریم‌های اقتصادی و ناترازی انرژی تأکید کرد: این بانک طرح یادشده را برای رفع بخشی از موانع و مشکلاتی که تولیدکنندگان به دلیل کمبود نقدینگی با آن مواجه هستند، ارائه کرده تا شاهد کاهش ظرفیت تولید و تعطیلی هیچ بنگاه اقتصادی در شرایط کنونی کشور نباشیم و در کمترین زمان ممکن بتوانیم این واحدها را تامین مالی کنیم. آن‌طور که مدیر عامل بانک صنعت و معدن می‌گوید، این تسهیلات شامل دو طرح با نرخ سودهای ۹ و ۲۳ درصد، به ویژه برای آن دسته از مشتریانی که به دنبال تسهیلات سریع و دارای شرایط منعطف هستند، گزینه‌های مناسبی به شمار می‌رود؛ این تسهیلات تا سقف ۵۰ میلیارد ریال و تا ۲۰ برابر میانگین حساب (شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای تولیدی فعال واقع در استان‌های کم‌برخوردار ۲/۳ برابر سپرده) قابل پرداخت است.

دکتر شایان به دیگر مزایای این طرح اشاره کرد و گفت: مبلغ تسهیلات در طول دوره با توجه به میانگین سپرده مشتری به صورت حداقل مانده در روز



با وجود اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع کوچک و متوسط نقش بی‌بدیلی در ایجاد و حفظ اشتغال و تسهیل فرآیندهای انتقال فناوری بر عهده دارند، اما همواره با چالشی به نام تامین منابع مالی ارزان قیمت مواجه هستند. در سال‌های اخیر موضوع تامین منابع مالی، به دلیل تورم بالا و پیش‌بینی‌پذیر نبودن شرایط آتی، اهمیت دوچندانی پیدا کرده و یکی از مشکلات جدی نظام اقتصادی کشور محسوب می‌شود. این در حالی است که به دلیل افت شدید سرمایه‌گذاری خارجی به جهت تحریم‌های ظالمانه و افزایش ریسک و عدم امکان استفاده از ظرفیت‌های نظام بانکی در مبادلات و تجارت بین‌المللی و همچنین رشد بالای تورم و افت شدید ارزش پول ملی کشور و بالا رفتن هزینه‌های تولید و خروج سرمایه از کشور، دسترسی به منابع مالی مورد نیاز برای فعالیتهای توسعه‌ای یا سرمایه‌درازدش در شرکت‌ها با چالش‌های بسیاری مواجه شده است. در این شرایط تامین مالی به موقع و با نرخ‌های مناسب، یکی از نیازهای مهم بنگاه‌های اقتصادی کشور برای تولید محصولات و ارائه خدمات و ایجاد ارزش افزوده است.

با توجه به اهمیت این موضوع، بانک صنعت و معدن به عنوان بانک توسعه‌ای - تخصصی با طراحی و اجرای برنامه هدفمند تامین مالی برای این نوع صنایع با عنوان نوبان با نرخ سود پایین‌تر یک راهکار موثر در کاهش موانع و تسریع در رشد اقتصادی این صنایع معرفی کرده است.

محاسبه و ملاک عمل پرداخت تسهیلات بوده و حداقل مدت زمان انتظار و ماندگاری سپرده برای بهره‌مندی از تسهیلات این طرح، ۶۰ روز پس از افتتاح حساب است که حساب افتتاح شده قابلیت واریز و برداشت و وکالتی شدن برای خرید از بورس کالا یا انرژی را نیز دارا هستند.

وی افزود: البته همچنان اهلیت و صلاحیت متقاضی و توجیه اقتصادی، فنی و مالی از پیش نیازهای اعطای این تسهیلات بوده و انعقاد قرارداد آن منوط به عدم وجود بدهی غیر جاری و یا تعیین تکلیف و عدم دارا بودن چک برگشتی و یا رفع سوء اثر آن و تعیین تکلیف وضعیت بدهی شرکت، سهامداران عمده، اعضای هیات مدیره نزد شبکه بانکی و ذی‌نفعان نزد بانک صنعت و معدن خواهد بود.

طرح نوبان؛ یک فرصت استثنایی

طرح نوبان با هدف دسترسی به منابع مالی بانرخ سود پایین و شرایط بازپرداخت منعطف طراحی شده و در شرایطی که یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های پیش روی بنگاه‌های کوچک و متوسط و شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور، دسترسی به منابع مالی بانرخ سود پایین و شرایط بازپرداخت منعطف است، یک فرصت استثنایی برای این قبیل بنگاه‌ها و شرکت‌ها محسوب می‌شود. در این طرح، بانک صنعت و معدن با پرداخت تسهیلات بانرخ سود ۹ درصد سالانه، راهکاری عملی برای رفع موانع مالی ارائه کرده است.

اهداف اصلی طرح نوبان

طرح نوبان بانک صنعت و معدن با شعار تامین مالی تولید، فرصتی عالی برای توسعه فعالان حوزه تولید، دانش‌بنیان‌ها و اصناف فراهم کرده و یکی از اهداف اصلی این طرح، حمایت از تولید داخلی و افزایش اشتغال پایدار است؛ به این معنی که این طرح با تامین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی، به تسهیل فرآیند تولید و ایجاد اشتغال در بخش‌های مختلف اقتصادی کمک می‌کند.

کمک به رشد شرکت‌های دانش‌بنیان و صنایع کوچک و متوسط از دیگر اهداف این طرح به شمار می‌آید. به عبارتی، این شرکت‌ها به عنوان موتور محرک نوآوری و توسعه اقتصادی، نیازمند دسترسی به تسهیلات مالی مناسب هستند که طرح نوبان به خوبی این نیاز را برآورده می‌کند.

هدف دیگر طرح نوبان، تمرکز بر مناطق کم‌برخوردار و توزیع عادلانه منابع مالی است. در واقع ارائه تسهیلات با شرایط ویژه در استان‌های کم‌برخوردار، نشان‌دهنده تعهد بانک صنعت و معدن به توسعه پایدار و کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای است.

ویژگی‌ها و مزایای برجسته طرح نوبان

نرخ سود تسهیلات از جمله این ویژگی‌ها و مزایا است، چرا که یکی از کمترین نرخ‌های سود در کشور با تنها ۹ درصد سالانه است که فشار مالی کسب و کارها را به طور قابل توجهی کاهش می‌دهد. پرداخت تسهیلات تا سقف ۵۰ میلیارد ریال برای اشخاص حقوقی و ۳۰ میلیارد ریال برای اشخاص حقیقی، از دیگر مزایای این طرح به شمار می‌آید.

همچنین از دوره بازپرداخت به عنوان دیگر مزیت این طرح یاد می‌شود، زیرا بازپرداخت تسهیلات به صورت اقساط ماهانه در یک دوره ۱۲ ماهه انجام می‌شود. دیگر مزیت طرح مذکور آن است که ثبت درخواست اولیه

تسهیلات و بسیاری از مراحل دریافت وام به صورت آنلاین و بدون نیاز به حضور فیزیکی انجام می‌شود.

تسهیلات ویژه برای مناطق کم‌برخوردار از دیگر ویژگی‌های طرح نوبان است؛ به این معنا که برای واحدهای تولیدی مستقر در استان‌هایی نظیر سیستان و بلوچستان، کردستان، ایلام و دیگر مناطق کم‌برخوردار، مزایایی از نظر میزان سپرده‌گذاری اولیه در نظر گرفته شده است. همچنین تسهیلات دوبرابری برای شرکت‌های دانش‌بنیان، از دیگر مزایای آن محسوب می‌شود و به موجب طرح مذکور، این شرکت‌ها به دلیل اهمیت استراتژیک در اقتصاد دانش‌بنیان، از شرایط تسهیلاتی ویژه بهره‌مند می‌شوند.

مشتریان هدف طرح نوبان

مشتریان و گروه‌های این طرح، بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال و بنگاه‌های دارای پروانه بهره‌برداری از وزارت صنعت، معدن و تجارت هستند. همچنین صنوف تولیدی از دیگر مشتریان هدف هستند. به عبارتی، صنفی که دارای پروانه کسب معتبر هستند و در حوزه تولید فعالیت می‌کنند، از مشتریان ویژه آن به شمار می‌آیند. همچنین شرکت‌های دانش‌بنیان و شرکت‌هایی که در زمینه‌های فناوری و نوآوری فعالیت دارند و به عنوان پیشگامان توسعه اقتصادی شناخته می‌شوند، از دیگر گروه‌های هدف طرح نوبان محسوب می‌شوند.

شرایط و ضوابط اولیه دریافت تسهیلات

- قراردادهای منعقد بر مبنای قانون عملیات بانکی بدون ربا و قوانین و مقررات بانک مرکزی است.
- تسهیلات دریافتی باید با نظارت شعبه عامل به منظور تامین سرمایه در گردش واحد تولیدی مصرف شود.
- حداقل میانگین مبلغ سپرده برای اشخاص حقیقی و حقوقی جهت بهره‌مندی از تسهیلات طرح ۲ میلیارد ریال است.
- ایجاد میانگین سپرده در بانک به مدت ۲ الی ۱۲ ماه
- دارا بودن پروانه بهره‌برداری از وزارت صنعت معدن و تجارت برای بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال
- دارا بودن پروانه کسب برای صنوف تولیدی فعال (قابل استعلام از سایت iranianasnaf.ir)

- عدم وجود بدهی غیر جاری (و یا تعیین تکلیف نشده) و عدم دارا بودن چک برگشتی (و یا رفع سواثر نشده) شرکت، سهامداران عمده، اعضای هیات مدیره نزد شبکه بانکی (اشخاص حقوقی) و شخص متقاضی (برای اشخاص حقیقی)

سقف تسهیلات قابل اعطای هر شرکت‌کننده به میزان ۹۰ درصد فروش کالا یا خدمات آنان صرفاً بر مبنای صورت‌های مالی حسابرسی شده یا اظهارنامه مالیاتی پس از کسر مجموع مانده تسهیلات اعطایی سرمایه در گردش شبکه بانکی است. رعایت قوانین و ضوابط مالیاتی (به خصوص تبصره ۱ ماده ۱۸۶ قانون مالیات‌های مستقیم) برای کلیه متقاضیان حقیقی و حقوقی و همچنین عدم شمولیت ماده ۱۴۱ قانون تجارت برای اشخاص حقوقی الزامی است. همچنین وثایق بر مبنای رتبه اعتباری در سامانه اعتبار سنجی بانکی ایرانیان مشخص و اعلام خواهد شد. ■

طرح نوبان بانک
صنعت و معدن با
شعار تامین مالی
تولید، فرصتی
عالی برای توسعه
فعالان حوزه تولید،
دانش‌بنیان‌ها و
اصناف فراهم کرده و
یکی از اهداف اصلی
این طرح، حمایت
از تولید داخلی و
افزایش اشتغال
پایدار است

بازده حقوق صاحبان سهام و نرخ تنزیل در اقتصاد ایران

علیرضا عابدینی
مدیر سرمایه‌گذاری شرکت سرمایه‌گذاری بیمه دانا

● صرف ریسک بازار

برای محاسبه نرخ تنزیل، پس از تعیین نرخ بهره بدون ریسک، باید ریسک بازار سرمایه را در نظر گرفت. یکی از منابع معتبر برای تعیین صرف ریسک بازار، سایت "آسوات داموداران" است که شاخص Equity Risk Premium را برای هر کشور ارائه می‌دهد.

بر اساس تحلیل‌های اخیر، می‌توان صرف ریسک بازار سرمایه ایران را در حدود ۱۵ درصد در نظر گرفت. این مقدار نشان‌دهنده سطح بالای ریسک در اقتصاد کشور است و مستقیماً بر ارزش بازار تأثیر می‌گذارد.

● محاسبه نرخ تنزیل

با فرض نرخ بازده اوراق اخذ در حدود ۳۰ درصد و صرف ریسک ۱۵ درصد، نرخ تنزیل در سال ۱۴۰۳ برابر با ۴۵ درصد در نظر گرفته می‌شود. این نرخ همان نرخ بازده مورد انتظار سهامداران است. زمانی که نرخ تنزیل بالا باشد (۴۵٪)، بازار سرمایه برای جذب سرمایه نیاز به ارائه بازدهی بیشتری دارد. در غیر این صورت سرمایه‌گذاران به سمت گزینه‌های کم‌ریسک‌تر مانند اوراق بدهی یا سپرده‌های بانکی متمایل می‌شوند. در نتیجه، افزایش نرخ بهره و سطح ریسک باعث بالا رفتن نرخ بازده مورد انتظار می‌شود.

۲- نقش ROE در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران

مهمترین عامل برای تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران، مقایسه نسبت بازده حقوق صاحبان سهام (ROE) با نرخ تنزیل است. اگر ROE یک شرکت کمتر از نرخ تنزیل باشد، سرمایه‌گذاری در آن جذاب نخواهد بود. زیرا بازدهی که شرکت برای سهامداران ایجاد می‌کند، کمتر از هزینه سرمایه آن است. در این شرایط، سرمایه‌گذاران ترجیح می‌دهند پول خود را در دارایی‌های بدون ریسک با بازدهی مشابه یا حتی بالاتر قرار دهند.

● محاسبه ROE:

نسبت ROE را می‌توان به شکل زیر تفکیک کرد:

$$\text{Return/Equity} = (\text{Return/Revenue}) \times (\text{Revenue/Asset}) \times (\text{Asset/Equity})$$

هر یک از این نسبت‌ها، بیانگر جنبه‌ای از عملکرد مالی شرکت است:

حاشیه سود (Return/Revenue): نشان‌دهنده میزان سودآوری شرکت از درآمدهای عملیاتی است.



پس از سقوط بازار سرمایه در سال ۱۳۹۹، یکی از مهمترین پرسش‌ها در میان سرمایه‌گذاران، اقتصاددانان و مسئولان اقتصادی این بوده که چگونه می‌توان اعتماد به بازار سرمایه را بازگرداند. در سال‌های اخیر، دولت و نهادهای اقتصادی با روش‌هایی مانند تزریق پول از طریق صندوق توسعه ملی، اصلاح قوانین بازار گردانی، تغییر دامنه نوسان، نظارت بر فروش و سایر اقدامات حمایتی سعی در بهبود شرایط داشته‌اند، اما این اقدامات بیشتر شبیه ریختن آب در ظرفی سوراخ بوده‌اند، زیرا بدون حل مسایل بنیادین، تغییرات ایجاد شده تنها اثرات مقطعی دارند.

در این مطلب، دو عامل کلیدی موثر بر نرخ سرمایه‌گذاری در کشور را بررسی خواهیم کرد که نقش اساسی در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران ایفا کرده و تأثیر مستقیمی بر روند بازار سرمایه دارند.

۱- نرخ تنزیل و اهمیت آن در ارزش‌گذاری بازار

نرخ تنزیل یکی از مهمترین عوامل تعیین ارزش بازار سرمایه و نسبت P/E محسوب می‌شود. این نرخ از دو مولفه اصلی تشکیل شده است:

● نرخ بهره بدون ریسک

نرخ بهره بدون ریسک، اولین جزء نرخ تنزیل است و معیار سنجش آن نرخ بازده تا سررسید اوراق اخذ (YTM) می‌باشد. این نرخ تحت تأثیر عرضه و تقاضا و شرایط بازارهای موازی قرار دارد و معمولاً ارتباط مستقیمی با نرخ سپرده‌های بلندمدت بانکی و تأثیرات اندکی از دیرش (ریسک تغییرات نرخ بهره در زمان دارد).

بازده دارایی ها (Revenue/Asset): میزان کارایی شرکت در استفاده

از دارایی هایش را نشان می دهد.

نسبت دارایی به حقوق صاحبان سهام (Asset/Equity):

ساختار مالی و میزان اهرم شرکت را مشخص می کند.

در ادامه به بررسی هر کدام از عوامل تشکیل دهنده نسبت ROE و بررسی

تأثیرات آن در اقتصاد کشور پرداخته می شود:

● حاشیه سود:

یک بنگاه اقتصادی تنها زمانی برای سرمایه گذاری جذاب است که بتواند بازدهی مناسبی ایجاد کرده و هزینه های فرصت را پوشش دهد. در حال حاضر به طور منطقی شمار دوازدهم سرمایه گذاری خواهید کرد که حاشیه سود آن حداقل از نرخ بهره بدون ریسک بیشتر باشد، اما در ایران، به دلیل مختلف، حاشیه سود بنگاه های اقتصادی با چالش های جدی مواجه است.

یکی از دلایل اصلی پایین بودن حاشیه سود، محدودیت های تجاری و تحریم ها است. در شرایط عادی، شرکت های ایرانی می توانند با تامین کنندگان و مشتریان خارجی تعامل داشته باشند، مواد اولیه را با قیمت های رقابتی خریداری کنند و محصولات خود را در بازارهای بین المللی به فروش برسانند؛ اما به دلیل تحریم ها، بسیاری از بنگاه ها مجبورند مواد اولیه را از واسطه ها و با قیمت های بالاتر تهیه کنند، این موضوع هزینه های تولید را افزایش داده و حاشیه سود را کاهش می دهد.

علاوه بر تأثیرات تورم، سطح بالای ریسک های اقتصادی و سیاسی در ایران یکی از عوامل کلیدی در نوسانات ارزش بازار و حاشیه سود بنگاه ها محسوب می شود. عدم شفافیت در سیاست گذاری های اقتصادی، تغییرات غیر قابل پیش بینی در قوانین و مقررات و تنش های سیاسی داخلی و خارجی، همگی موجب افزایش نااطمینانی در محیط کسب و کار شده و سرمایه گذاران را نسبت به آینده بازار مردمی کند. در نیمه دوم سال ۱۴۰۳، با تغییر نرخ ارز و افزایش درآمدهای صادراتی، حاشیه سود بسیاری از شرکت ها بهبود یافت و در نتیجه، ارزش بازار نیز رشد قابل توجهی را تجربه کرد. با این حال، تداوم ریسک های سیاسی، فقدان برنامه ریزی اقتصادی پایدار و کاهش شفافیت در سیاست های ارزی و مالی، باعث شد که این رشد مقطعی باشد و ارزش بازار مجدداً تحت فشار قرار گیرد. در چنین شرایطی، ناپایداری متغیرهای کلان اقتصادی و نبود چشم اندازی روشن برای سرمایه گذاران، موجب کاهش اطمینان و در نتیجه، سرکوب مجدداً ارزش بازار شد.

● بازده دارایی ها (ROA):

بازده دارایی ها (Return on Assets - ROA) یکی از مهمترین شاخص های سنجش کارایی شرکت ها در استفاده از دارایی های شان برای ایجاد سود است. این نسبت از تقسیم سود خالص بر کل دارایی های شرکت به دست می آید و نشان می دهد که شرکت تا چه حد توانسته از دارایی های تحت اختیار خود برای ایجاد سود استفاده کند. در بازارهای مالی توسعه یافته، شرکت هایی که ROA بالاتری دارند، سرمایه گذاران را بیشتر جذب می کنند، چرا که این شاخص نشان دهنده بهره وری بالاتر در استفاده از منابع و کاهش هدررفت سرمایه است.

● تأثیر ROA بر سرمایه گذاری در بازار سرمایه:

سرمایه گذاران همواره ROA را با نرخ تنزیل مقایسه می کنند. اگر بازده دارایی های به روز پایین تر از نرخ تنزیل باشد، سرمایه گذاری در آن شرکت توجیه اقتصادی نخواهد داشت، زیرا دارایی های شرکت توانایی ایجاد بازدهی کافی را ندارند. در حال حاضر با نرخ تنزیل ۴۵ درصدی، بسیاری از شرکت ها در ایران نمی توانند ROA قابل قبولی ارائه دهند که این موضوع باعث کاهش جذابیت بازار سهام شده و سرمایه ها را به سمت بازارهای غیر مولد سوق داده است.

● نسبت دارایی به حقوق صاحبان سهام:

نسبت دارایی به حقوق صاحبان سهام (Asset/Equity) یکی دیگر از شاخص های مهم مالی است که نشان می دهد یک شرکت چه میزان از دارایی های خود را از محل حقوق صاحبان سهام تامین کرده و چه میزان را از بدهی ها و تسهیلات مالی به دست آورده است. این نسبت نشان دهنده سطح اهرم مالی (Leverage) شرکت است. به عبارت دیگر، هرچه این نسبت بالاتر باشد، شرکت از بدهی بیشتری برای تامین مالی دارایی های خود استفاده کرده است.

● اثر این نسبت بر جذابیت بازار سرمایه

از دیدگاه سرمایه گذاران، نسبت بالای دارایی به حقوق صاحبان سهام همیشه به معنای سودآوری بالاتر نیست. در ایران، بسیاری از شرکت ها با استفاده از بدهی های کلان، دارایی های خود را افزایش داده اند، اما این دارایی ها لزوماً منجر به افزایش بهره وری و بازدهی نشده اند. در نتیجه، بسیاری از این شرکت ها با ریسک مالی بالا مواجه هستند و سرمایه گذاران برای ورود به سهام آن ها دچار تردید می شوند.

۳- جمع بندی

با توجه به بررسی شاخص های کلیدی بازده صاحبان سهام، از جمله حاشیه سود، بازده دارایی ها (ROA) و نسبت دارایی به حقوق صاحبان سهام، می توان نتیجه گرفت که بخش عمده ای از شرکت های ایرانی در شرایط فعلی، بازدهی کمتری نسبت به نرخ تنزیل دارند. این موضوع از دو جنبه پیامدهای مهمی برای اقتصاد کشور دارد:

● کاهش انگیزه سرمایه گذاری در بازار سرمایه: سرمایه گذاران ترجیح می دهند تا منابع مالی خود را در دارایی های غیر مولد مانند ارز، طلا و مستغلات متمرکز کنند، زیرا بازدهی آن ها در مقایسه با سهام شرکت های بورسی بالاتر و ریسک آن کمتر است.

● افزایش هزینه های تامین مالی شرکت ها: شرکت هایی که بازدهی پایینی دارند، نمی توانند به راحتی از طریق انتشار سهام یا دریافت تسهیلات بانکی تامین مالی کنند. این موضوع روند توسعه و رشد صنایع را کند کرده و موجب افزایش وابستگی به منابع دولتی و تسهیلات گران قیمت بانکی می شود.

۴- راهکارهای پیشنهادی برای بهبود وضعیت

بهبود شرایط اقتصادی و افزایش جذابیت سرمایه گذاری در بازار سهام نیازمند اقدامات هماهنگ در سطح سیاست گذاران، نهادهای اقتصادی و شرکت های سرمایه پذیر است. در این راستا، برخی راهکارهای کلیدی عبارتند از:

عدم شفافیت در
سیاست گذاری های
اقتصادی، تغییرات
غیر قابل پیش بینی
در قوانین و مقررات
و تنش های
سیاسی داخلی و
خارجی، همگی
موجب افزایش
نااطمینانی در محیط
کسب و کار شده و
سرمایه گذاران را
نسبت به آینده بازار
مردمی کند

دولت می‌تواند
با کاهش نرخ
بهره بانکی و ارائه
وام‌های کم‌بهره
به شرکت‌های
تولیدی، هزینه‌های
تامین مالی را
کاهش داده و با
سویسید نرخ بهره
از این محل حاشیه
سود شرکت‌ها را
افزایش دهد

الف) اقدامات دولت و سیاست‌گذاران کلان اقتصادی

- کنترل تورم و ایجاد ثبات در سیاست‌های پولی و ارزی
- کاهش نوسانات نرخ ارز از طریق مدیریت بهتر منابع ارزی و اصلاح سیاست‌های تجاری

● کنترل رشد نقدینگی برای جلوگیری از افزایش فشارهای تورمی

● کاهش نرخ بهره بانکی و تامین مالی ارزان برای بخش تولید: دولت می‌تواند با کاهش نرخ بهره بانکی و ارائه وام‌های کم‌بهره به شرکت‌های تولیدی، هزینه‌های تامین مالی را کاهش داده و با سویسید نرخ بهره از این محل حاشیه سود شرکت‌ها را افزایش دهد.

● اصلاح سیاست‌های قیمت‌گذاری دستوری: در حال حاضر سیاست‌های قیمت‌گذاری دولتی (مانند کنترل قیمت محصولات انرژی، مواد غذایی و صنایع استراتژیک) باعث کاهش حاشیه سود بسیاری از شرکت‌ها شده است. آزادسازی تدریجی قیمت‌ها می‌تواند موجب افزایش رقابت‌پذیری و رشد ROE شود.

● افزایش تعاملات تجاری و رفع موانع بین‌المللی: بهبود روابط اقتصادی بین‌المللی و رفع موانع تحریمی، امکان دسترسی بنگاه‌ها به منابع مالی و فناوری‌های جدید را فراهم کرده و بازدهی آن‌ها را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، ایجاد یک فضای سیاسی باثبات و قابل پیش‌بینی، از جمله الزامات کلیدی برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی به شمار می‌رود. سرمایه‌گذاران خارجی برای ورود به یک بازار جدید نیازمند اطمینان از پایداری اقتصادی، شفافیت قوانین و حمایت‌های حقوقی مناسب هستند، به همین دلیل کاهش تنش‌های بین‌المللی، برقراری مناسبات اقتصادی پایدار و اجرای سیاست‌های تشویقی برای سرمایه‌گذاران خارجی می‌تواند زمینه‌ساز ورود سرمایه‌های کلان به کشور شود.

● افزایش روابط بین‌الملل و رشد حاشیه سود صادرات: گسترش روابط تجاری و کاهش موانع بین‌المللی باعث دسترسی صادرکنندگان به بازارهای گسترده‌تر و متنوع‌تر می‌شود. این امر امکان عرضه محصولات با قیمت‌های رقابتی‌تر، کاهش هزینه‌های واسطه‌گری و بهبود شرایط تامین مواد اولیه را فراهم کرده و در نتیجه، حاشیه سود صادراتی را افزایش می‌دهد.

● چالش‌های نرخ ارز و تأثیر آن بر صادرات: نظام چندنرخ ارز و فاصله قابل توجه میان نرخ رسمی و نرخ بازار آزاد، یکی از عوامل تأثیرگذار بر تصمیمات صادرکنندگان است. در شرایطی که نرخ تسعیر ارز حاصل از صادرات پایین‌تر از انتظارات بازار تعیین می‌شود، انگیزه بنگاه‌های تولیدی برای توسعه صادرات کاهش می‌یابد، چراکه بازدهی آن‌ها تحت تأثیر این اختلاف نرخ محدود می‌شود. این مساله نه تنها ورود ارز به کشور را کند کرده، بلکه می‌تواند بر تعادل عرضه و تقاضای بازار نیز اثرگذار باشد.

ب) اقدامات قابل اجرا در سطح بازار سرمایه

- اصلاح ساختارهای تامین مالی: توسعه ابزارهای مالی نوین مانند

اوراق مشارکت، صندوق‌های پروژهای و انتشار اوراق قابل تبدیل به سهام، می‌تواند گزینه‌های تامین مالی متنوع‌تر کرده و هزینه‌های سرمایه‌گذاری را کاهش دهد.

● بهبود شفافیت مالی شرکت‌ها: شرکت‌ها باید ساختارهای مالی و گزارش‌دهی خود را اصلاح کنند تا سرمایه‌گذاران بتوانند تصویر دقیقی از وضعیت سودآوری و بهره‌وری دارایی‌های آن‌ها داشته باشند.

● افزایش نقدشوندگی بازار سرمایه: افزایش دامنه نوسان، اصلاح قوانین مربوط به بازارگردانی و کاهش رفتارهای دستوری در بازار، می‌تواند موجب افزایش نقدشوندگی سهام و جذب سرمایه‌های جدید شود.

ج) اقدامات قابل اجرا در سطح شرکت‌ها

● افزایش بهره‌وری دارایی‌ها و مدیریت بهینه منابع: بسیاری از شرکت‌های ایرانی دارای دارایی‌های راکد یا مازاد هستند که هیچ بازدهی‌ای ندارند. فروش دارایی‌های غیرمولد و استفاده بهینه از سرمایه می‌تواند موجب افزایش ROA و بهبود وضعیت سودآوری شود.

● کاهش وابستگی به وام‌های بانکی و توسعه روش‌های تامین مالی داخلی: بسیاری از شرکت‌ها با تکیه بر تسهیلات بانکی گران قیمت فعالیت می‌کنند که هزینه‌های مالی را افزایش می‌دهد. افزایش استفاده از تامین مالی از طریق بازار سرمایه، انتشار اوراق بدهی یا جذب سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند به بهبود وضعیت مالی کمک کند.

● افزایش نوآوری و توسعه محصولات رقابتی: شرکت‌هایی که توانایی ایجاد محصولات با ارزش افزوده بالا را دارند، در مقایسه با شرکت‌های وابسته به مواد خام، می‌توانند حاشیه سود بالاتری کسب کنند. سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه (R&D) و تولید محصولات رقابتی در بازارهای جهانی یکی از کلیدی‌ترین راهکارها برای بهبود ROE است.

۵- نتیجه‌گیری نهایی

با توجه به پایین بودن نسبت بازده حقوق صاحبان سهام (ROE)، بازده دارایی‌ها (ROA) و بالا بودن نرخ تنزیل، بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی ایران در وضعیت دشواری قرار دارند. اگر این روند ادامه یابد، سرمایه‌ها از بازارهای مولد خارج شده و به سمت دارایی‌های غیرمولد مانند ارز، طلا و مستغلات سوق پیدا خواهند کرد.

برای خروج از این شرایط، نیاز به اصلاحات گسترده در سطوح مختلف اقتصاد کلان، بازار سرمایه و بنگاه‌های اقتصادی وجود دارد. دولت باید با کاهش تورم، ایجاد ثبات ارزی، کاهش هزینه‌های مالی و رفع موانع تجاری به بهبود وضعیت اقتصادی کمک کند. همچنین شرکت‌ها باید بهره‌وری دارایی‌های خود را افزایش داده، روش‌های تامین مالی متنوع‌تری ایجاد کرده و با افزایش شفافیت مالی، سرمایه‌گذاران را به بازار سرمایه جذب کنند. در نهایت، تنها با اصلاحات ساختاری و هماهنگی میان دولت، بازار سرمایه و بنگاه‌های اقتصادی می‌توان از وضعیت کنونی عبور کرده و مسیر رشد پایدار را برای اقتصاد ایران هموار کرد. ■

پرونده ویژه

گفت و گوی اختصاصی با علیرضا احمدیان

در این بخش می خوانیم:

- پیشرفت صنعت سوغات در بازاریابی دیجیتال
- توسعه اقتصادی و اجتماعی سوادکوه با جذب گردشگر
- اقدامات موثر و یکپارچه ای برای برندینگ گردشگری ایران صورت نگرفته است

دبیر کارگروه ساماندهی سوغات ملی ایران عنوان کرد

پیشرفت صنعت سوغات در بازاریابی دیجیتال

مهدیه شهسواری

یکی از جذابیت‌های زیبا و البته خوشمزه سفر به شهرهای مختلف، استفاده از سوغات‌های متنوع آن است که ذائقه‌های جذابی را در بر می‌گیرد که از این طریق ضمن آشنایی با فرهنگ‌های مختلف و سلاقی آن‌ها، می‌توان از محصولات با قیمت‌های مناسب بهره جست و با ذائقه ایجادشده، خاطره گردشگری و سفری شیرین و جذاب‌تری را تجربه کرد. با توجه به این موضوع به سراغ علیرضا احمدیان، دبیر کارگروه ساماندهی سوغات ملی ایران رفته و با وی گفت‌وگویی داشتیم که مشروح آن از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

دستی و گردشگری، مدیریت و راهبری شده و دبیرخانه مرکزی و دائمی آن در این وزارتخانه مستقر است و در جایگاه ساماندهی، نظارت، حمایت و توسعه‌دهنده صنعت سوغات فعالیت دارد. جایگاه سوغات از نظر محتوایی در کشورمان بسیار متعالی است، هر چند که در این زمینه ایرادهایی وجود دارد که با رایزنی‌ها و فعالیت‌ها در تلاش هستیم تا این صنعت را از نظر محتوایی، کیفیت بخشی و سلامت محوری به استانداردهای جهانی مورد نظر برسانیم تا در بازارهای داخلی و خارجی مورد پسند بیشتری قرار گیرد. این صنعت به دلیل آنکه تعداد زیادی از شهروندان در شهرها و همچنین روستائیان و عشایر در آن مشغول به کار هستند، بسیار اهمیت دارد. امروزه محصولات سوغاتی ایران، شیرینی‌های سنتی و... به‌طور فراگیری به بازارهای جهانی صادر شده و جایگاه بسیار بالایی در دنیا دارد، به‌طوری که می‌توان گفت، سوغات در شمار یکی از مهمترین محصولات صادراتی غیر نفتی است و ارزش بسیار قابل توجهی را برای کشور تامین می‌کند.

به منظور ایجاد خلاقیت و نوآوری در بسته‌بندی سوغات چه اقداماتی انجام شده است؟

بسته‌بندی کشورمان در زمینه سوغات نسبت به گذشته پیشرفت زیادی کرده که می‌توان مصداق آن را در فروشگاه‌ها دید که منطبق با به‌روزترین فناوری‌های تولیدی و بسته‌بندی در جهان است. ما کشوری هستیم که به جدیدترین فناوری‌های بسته‌بندی در حوزه سوغات دست پیدا کرده‌ایم، اما بخشی از تولیدکنندگان ممکن است که به دلایل مختلفی هنوز از آن استفاده نکنند که عمدتاً به علت عدم دسترسی فناوری‌ها و دانش روز بسته‌بندی در برخی از روستاها یا شهرستان‌ها است. با کمک دانشگاه‌ها، مراکز نوآوری، صنایع خلاق و... در تلاش بوده‌ایم تا در زمینه بسته‌بندی و موارد مرتبط با سوغات به خلاقیت و نوآوری دست پیدا کنیم، همان‌طور که در بسته‌بندی شیرینی‌های سنتی، زعفران، گز، پسته، آجیل و... به جدیدترین بسته‌بندی‌ها دست پیدا کرده‌ایم. از نظر طراحی نیز از طرح‌های بسیار زیبا، با کیفیت و فاخر استفاده کرده‌و به مرتبه و جایگاه مورد نظر در دنیا دست پیدا کرده‌ایم، اما این روند باید در بین همه فعالان و تولیدکنندگان سوغات فراگیر شود.



کارگروه ساماندهی سوغات ملی ایران بر چه اساسی تشکیل شده است؟

این کارگروه در جهت مدیریت، راهبری، ساماندهی، ارتقاء و رشد کیفیت و استانداردسازی، تجاری‌سازی و توسعه بازارهای داخلی و خارجی و ارائه تسهیلات و حمایت از فعالان زنجیره‌های مختلف صنعت سوغات به عنوان یک صنعت گسترده شامل شیرینی‌هایی همچون انواع باقلوا و شیرینی‌ها و کلوچه‌های سنتی، نقل، انواع شکلات محلی، عسل، سوهان، زعفران، گز، زرشک، پسته و سایر خشکبار و آجیل، انواع میوه‌های اختصاصی ایران مانند انار، روغن‌های سنتی و عصاره‌ها از جمله گلاب، انواع خرما، ادویه و افزودنی‌های سنتی، دمنوش‌ها و چای ایرانی و... تشکیل شد. سوغات یکی از صنایع بزرگ کشورمان است و میلیون‌ها نفر از روستاها و شهرستان‌ها به این صنعت مرتبط بوده و در بازار داخل و خارج در حال فعالیت هستند، از این رو با توجه به ظرفیت‌های گردشگری و تاریخی در کشور می‌توان از آن به عنوان یک منبع درآمد در کنار نفت یاد کرد.

جایگاه سوغات ایران در دنیا چگونه است و در زمینه بسته‌بندی چه پیشرفت‌هایی داشته است؟

کارگروه ساماندهی سوغات ملی ایران در وزارت میراث فرهنگی، صنایع

با توجه به تنوع قومیتی و فرهنگی، چه ظرفیت‌هایی در تولید سوغات در کشورمان وجود دارد و چگونه می‌توان این بخش را آسیب‌شناسی کرد؟

از نظر گونه‌های کشاورزی، زراعی، فرمول‌های جذاب تولید کیک‌های سنتی و کلوچه‌های محلی و... کشور بسیار بزرگ و با ظرفیتی هستیم. از سوی دیگر، تنوع قومی و فرهنگی در کشورمان موجب شده تا سید گسترده بسیار فراگیری از صنایع سوغات را در کشور داشته باشیم که موافق ذائقه بسیاری در کشورهای دنیا باشد، ولی فعال‌سازی هرچه بیشتر این بخش منوط به برندسازی، تبلیغات و... است. علاوه بر این، باید بر اساس آمایش سرزمین، مقصد، نیت و قصد گردشگر را مشخص کنیم. به عنوان مثال، گردشگرانی که علاقه‌مند به مناطق دریایی و تفریحات آبی هستند، از یک نوع سوغات و ویژه استفاده می‌کنند و گردشگرانی که به سمت طبیعت گردی، بوم گردی یا گردشگری سلامت کشش دارند، از سوغات ویژه این بخش‌ها استقبال می‌کنند. با توجه به تفاوت‌های این بخش‌ها، باید به تخصصی بودن سوغات نیز اشاره کرد. سوغات باید بر اساس ذائقه گردشگر، شخصی‌سازی، مدیریت، طراحی و حتی ذائقه آفرین شود. به نظر می‌رسد، آنچه که در حوزه سوغات بسیار مهم باشد، سلامت محوری است. در کنار آن ذائقه آفرینی و خلق یک طعم ویژه که مخاطب تجربه نکرده نیز اثر بخش است؛ البته این موارد را باید به طور علمی مورد بررسی قرار داد تا نتایج بهتر به دست آید.

چه شهرهایی از کشورمان در زمینه برندینگ سوغات قدم برداشته‌اند؟

یکی از شهرهایی که در زمینه سوغات تجربه بسیار موفقی داشته، مشهد مقدس است که به دلیل داشتن گردشگران و زائران زیاد به داشتن سوغات مختلف در زمینه محصولات ماندگار، زرشک و... بسیار مطرح است و استان‌های مجاور آن مانند خراسان جنوبی و تا حدودی خراسان شمالی نیز در بخش تولیداتی مانند زعفران و زرشک و عناب بسیار قوی است. شهر اصفهان با داشتن گز، محصولات تلفیقی صنایع دستی و... پیشرو بوده است. در زمینه سوغات آجیل و خشکبار نیز شهر تبریز و در زمینه گردشگری خوراکی محوری و مبتنی بر رستوران و غذاهای محلی، گیلان و مازندران بسیار پیشقدم هستند. استان فارس در زمینه سوغات کشاورزی، عصاره‌های گیاهی مانند بهار نارنج و... استان‌های سردسیر و کوهستانی مانند اردبیل، زنجان، مرکزی، همدان، لرستان، کرمانشاه و کردستان در بخش زیتون، عسل، روغن‌های حیوانی و لبنیات، آجیل و خشکبار به ویژه کشمش و... گردشگری خوراکی، شیرینی‌ها و غذاهای سنتی و بومی محصولات محبوبی عرضه می‌کنند. یزد در حوزه شیرینی‌های سنتی با داشتن حلواهای کنجدی، باقلوا و... بسیار موفق بوده و همچنین شهر قزوین با داشتن باقلوای مخصوص و شیرینی‌های سنتی خاص خود بسیار مطرح و مورد توجه بازارهای جهانی است. شهر کرمان نیز با گستردگی در باغات پسته، خرما و محصولات جانبی آن، استان‌های جنوبی مانند سیستان و بلوچستان، بوشهر و هرمزگان و خوزستان در حوزه انواع خرما و محصولات دریایی، شهر کاشان در زمینه گل و گلاب و شهر یاسوج در گیاهان دارویی و دمنوش‌ها در شمار شهرهای مطرح در سوغات هستند. البته باید سایر شهرهای دیگر نیز از تجارب موفق آن‌ها الگوبرداری کنند که در یادداشت‌های مفصل‌تری می‌توان به ظرفیت‌های سوغات شهرها و روستاهای کشور اشاره بیشتری کرد.

آیا سوغات به بازاریابی دیجیتال ورود پیدا کرده است؟

محصول سوغات در زمینه بازاریابی دیجیتال بسیار پیشرفت کرده است. در حال حاضر در شبکه‌های مجازی بخش مهمی از برندسازی‌ها و دیجیتال مارکتینگ در بخش سوغات است، به طوری که بخش گسترده‌ای از فضای مجازی به سوغات اختصاص دارد. یکی از اقداماتی که باید انجام دهیم، کیفیت بخشی به برندینگ کالای سوغات در فضای مجازی است، به خصوص صفحاتی که در عرصه صادرات و بازاریابی‌های بین‌المللی فعالیت دارند، باید در این زمینه دقیق و قوی‌تر شوند، اما به طور کل در مقایسه با سوغاتی که در عرصه بین‌المللی عرضه می‌شود، چیزی کم نداریم. به منظور تقویت گردشگری و صنعت سوغات تلاش کرده‌ایم تا نمایشگاه‌های مرتبط با صنعت سوغات را در قالب نمایشگاه‌های بهار در شهرها برگزار کنیم تا هم قیمت‌ها کمتر شده و هم محصولات به مشتریان عرضه شود تا سید سوغات هر شهر حفظ شود. این مقوله در شهرها آغاز شده و تا چند روز بعد از ایام نوروز نیز فعال است و مورد استقبال مردم قرار گرفته و بستری را فراهم کرده تا همه مردم از ذائقه خوب سوغات بهره‌مند شوند.

در تولید سوغات تا به اندازه به موضوع سلامت محوری توجه می‌شود؟

از آنجایی که سوغات اقتصاد روستا محور و شهر محور است، زنجیره بزرگی از اشتغال را ایجاد کرده است. زحمت کمی دارد و در محیط‌های کوچک و حتی روستاها قابل بسته‌بندی و عرضه است و به نظر بنده حتی می‌توان از این طریق شرایطی را مهیا کرد که طیف گسترده‌ای از مردم از آن در ایجاد معیشت، اشتغال و کار آفرینی استفاده کنند. موضوع دیگر، بحث سلامت محوری است. سوغات معمولاً از محصولات باغ، میوه و تولیدات خانگی و سلامت محور نشأت گرفته و عمدتاً شامل میوه‌های خشک و تازه است، پس از این نظر مصرف آن می‌تواند سرشار از سلامتی و جبران ویتامین‌ها باشد که بسیار ارزشمند و مهم است؛ لذا ترویج استفاده از سوغات و محصولات سلامت محور، برای شهر و ندان بسیار توصیه شده و ما نیز در تلاش هستیم که با کاهش روغن، شکر، نمک و سایر افزودنی‌های صنعتی سلامت این محصولات را تضمین کرده و علاوه بر بازار داخلی، بازار صادراتی و جدید را ایجاد کنیم تا رشد گسترده سوغات ایران را که پرچمدار تولید ایرانی است در اقصی نقاط جهان شاهد باشیم. در این راستا با سفارتخانه‌ها، رایزنان فرهنگی، اقتصادی و... گفت‌وگوهایی داشتیم تا عرضه سوغات را در نمایشگاه‌ها، فروشگاه‌ها، بازارچه‌های محصولات ایرانی و... دایر کنیم. یکی از اقدامات اثربخش همکاری سفارتخانه‌ها، رایزنان فرهنگی و بازرگانی است که سه عنصر دیپلماسی اقتصادی بوده و می‌توانند کالاها را در کشورهای دیگر عرضه کنند تا بتوانیم این بخش‌ها را فعال کنیم. علاوه بر این می‌توان کارگاه‌های آموزشی، دوره‌های تخصصی و... دایر کرد و یک سری راهبردها شکل داد تا صنایع و کارخانه‌های مستقر در استان‌ها و شهرهای کشور به عنوان مسئولیت اجتماعی، حمایت از سوغات را در دستور کار قرار دهند. یکی دیگر از مراکزی که به عرضه سوغات کمک می‌کند، هتل‌ها و اقامتگاه‌های بومگردی است که می‌توان در کنار آن‌ها فروشگاه‌های کوچک و بزرگی برای عرضه سوغات متناسب با فصل ایجاد کرد تا باعث ترویج هر چه بیشتر صنعت سوغات به عنوان صنعتی سبز و خوشمزه شود. ■

محصولات سوغاتی ایران، شیرینی‌های سنتی و... به طور فراگیری به بازارهای جهانی صادر شده و جایگاه بسیار بالایی در دنیا دارد، به طوری که می‌توان گفت، سوغات در شمار یکی از مهمترین محصولات صادراتی غیر نفتی است و ارزش بسیار قابل توجهی را برای کشور تامین می‌کند

مدیرعامل موسسه گردشگران جوان سوادکوه بیان کرد

توسعه اقتصادی و اجتماعی سوادکوه با جذب گردشگر

عرفان فغانی

موسسه مردم‌نهاد گردشگران جوان سوادکوه با هدف ترویج فرهنگ گردشگری و حفظ محیط زیست در منطقه سوادکوه تاسیس شده و مأموریت آن، ارتقای آگاهی عمومی درباره جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی منطقه، ایجاد فرصت‌های شغلی برای جوانان محلی و حمایت از کسب‌وکارهای کوچک مرتبط با گردشگری است. این موسسه با برگزاری برنامه‌های آموزشی، کارگاه‌ها و جشنواره‌های محلی، سعی دارد تا به جوانان و جامعه محلی مهارت‌های لازم برای جذب گردشگران را آموزش دهد. همچنین با همکاری سازمان‌های دولتی و غیردولتی، به دنبال ایجاد زیرساخت‌های لازم برای توسعه گردشگری پایدار در منطقه است. هدف نهایی این مجموعه آن است که سوادکوه به عنوان یک مقصد گردشگری محبوب شناخته شود و از این طریق به توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه کمک شود. به منظور آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این موسسه، گفت‌وویی با مصطفی مرادی کردی، مدیرعامل موسسه گردشگران جوان سوادکوه انجام داده ایم که در ادامه از نظراتان می‌گذرد.

و اجرای پروژه‌های گردشگری که به نفع همه باشد، باید مدنظر باشد. تبلیغات و بازاریابی، دیگر پیشنهاد مطرح در این خصوص است که به معنای استفاده از رسانه‌های اجتماعی و دیگر ابزارهای تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری سوادکوه و جذب گردشگران است. به نظر می‌رسد که با این راهکارها، می‌توانیم به توسعه گردشگری پایدار در سوادکوه کمک کنیم و از مزایای آن بهره‌مند شویم.

آیا برنامه‌ای برای آموزش و توانمندسازی جوانان در زمینه گردشگری و مدیریت منابع طبیعی دارید؟

بله، برنامه‌های متعددی برای آموزش و توانمندسازی جوانان در زمینه گردشگری و مدیریت منابع طبیعی داریم که این برنامه‌ها شامل کارگاه‌های آموزشی، دوره‌های تخصصی، برنامه‌های کارآموزی و پروژه‌های مشارکتی است. در توضیح این موضوع باید بگویم که برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌های مختلف گردشگری از جمله مدیریت گردشگری، بازاریابی و خدمات مشتری، می‌تواند رخ دهد. این کارگاه‌ها به جوانان کمک می‌کند تا مهارت‌های لازم برای ورود به صنعت گردشگری را کسب کنند. همچنین ارائه دوره‌های تخصصی در زمینه‌های مرتبط با مدیریت منابع طبیعی، حفاظت از محیط زیست و گردشگری پایدار، از دیگر برنامه‌ها است که به جوانان کمک می‌کند تا با چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این حوزه‌ها آشنا شوند. از سوی دیگر، برنامه‌های کارآموزی و ایجاد فرصت‌های کارآموزی در سازمان‌ها و شرکت‌های فعال در حوزه گردشگری و محیط زیست، از سایر برنامه‌ها به شمار می‌آید. این برنامه‌ها به جوانان این امکان را می‌دهد که تجربه عملی کسب و مهارت‌های خود را تقویت کنند. علاوه بر این، پروژه‌های مشارکتی می‌تواند از دیگر برنامه‌ها باشد که در این رابطه باید به تشویق جوانان به شرکت در پروژه‌های محلی مرتبط با گردشگری و حفاظت از منابع طبیعی اشاره کرد. این پروژه‌ها می‌تواند شامل فعالیت‌های داوطلبانه، برگزاری رویدادهای فرهنگی و اجتماعی و همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد باشد. با این برنامه‌ها، هدف ما توانمندسازی جوانان و ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار در حوزه گردشگری و مدیریت منابع طبیعی است که این امر نه تنها به توسعه اقتصادی منطقه کمک می‌کند، بلکه به حفظ محیط زیست و فرهنگ محلی نیز می‌انجامد.



چه چالش‌ها و موانعی در مسیر ترویج گردشگری پایدار در سوادکوه وجود دارد و راهکارهای شما برای حل این مشکلات چیست؟

ترویج گردشگری پایدار در سوادکوه با چالش‌های متعددی مواجه است که یکی از مهمترین موانع، کمبود زیرساخت‌های مناسب مانند اقامتگاه‌ها، حمل‌ونقل و خدمات گردشگری است. همچنین عدم آگاهی و آموزش کافی در بین جامعه محلی درباره مزایای گردشگری و نحوه مدیریت آن نیز می‌تواند مانع پیشرفت باشد. برای حل این مشکلات، پیشنهاد می‌کنم که تقویت زیرساخت‌ها مورد توجه قرار گیرد؛ در این رابطه همکاری با نهادهای دولتی و خصوصی برای بهبود زیرساخت‌های گردشگری از جمله ساخت اقامتگاه‌های بوم‌گردی و بهبود راه‌های دسترسی باید مدنظر قرار گیرد. آموزش و آگاهی‌بخشی، دیگر پیشنهاد بنده است که در این خصوص برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی برای جامعه محلی به منظور افزایش آگاهی درباره گردشگری پایدار و نحوه بهره‌برداری از منابع طبیعی به صورت مسئولانه می‌تواند اجرایی شود. توسعه برنامه‌های مشارکتی، پیشنهاد دیگری است که می‌توانم مطرح کنم. در این مورد ایجاد برنامه‌های مشارکتی با حضور جوانان و جامعه محلی برای طراحی



موسسه گردشگران جوان سوادکوه چه اقداماتی برای ترویج گردشگری اکوتوریسم و حفظ محیط زیست انجام داده و چگونه این دورا با هم ترکیب می کنند؟

این موسسه اقدامات متعددی برای ترویج گردشگری اکوتوریسم و حفظ محیط زیست انجام داده است. یکی از این اقدامات، آموزش و آگاهی بخشی است که در این رابطه، کارگاه ها و سمینارها برای جامعه محلی و گردشگران درباره اهمیت حفظ محیط زیست و روش های اکوتوریسم برگزار می شود. این آموزش ها به افراد کمک می کند تا با اصول گردشگری پایدار آشنا شوند و از منابع طبیعی به صورت مسئولانه استفاده کنند. برگزاری تورهای اکوتوریستی، از دیگر اقدامات است. طراحی و اجرای تورهای اکوتوریستی، به گردشگران امکان می دهد تا از زیبایی های طبیعی منطقه لذت ببرند و در عین حال با فرهنگ و زندگی محلی آشنا شوند. این تورها به گونه ای برنامه ریزی شده اند که کمترین آسیب را به محیط زیست وارد کنند. حفاظت از منابع طبیعی، از سایر اقدامات به شمار می آید. در همین رابطه همکاری با سازمان های محلی و دولتی برای حفاظت از مناطق طبیعی و جلوگیری از تخریب محیط زیست، باید مورد توجه باشد که این همکاری شامل پروژه های احیای منابع طبیعی و حفاظت از گونه های در حال انقراض است. همچنین تشویق به استفاده از منابع پایدار، از دیگر اقدامات است که ترویج استفاده از محصولات محلی و پایدار در فعالیت های گردشگری مانند اقامتگاه های بوم گردی و رستوران های محلی که از مواد اولیه محلی استفاده می کنند، از جمله آن ها است. از طرفی، ایجاد برنامه های داوطلبانه، دیگر اقدام است که دعوت از جوانان و علاقه مندان به شرکت در برنامه های داوطلبانه برای پاکسازی مناطق طبیعی و حفاظت از محیط زیست می تواند مدنظر باشد که این برنامه ها به تقویت حس مسئولیت پذیری در برابر محیط زیست کمک می کند. با ترکیب این اقدامات، سعی داریم تا گردشگری اکوتوریسم را به عنوان یک راهکار پایدار برای توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه معرفی کنیم و در عین حال به حفظ محیط زیست و منابع طبیعی کمک کنیم. هدف ما این است که گردشگری به یک ابزار موثر برای حفاظت از طبیعت و فرهنگ محلی تبدیل شود.

با توجه به گسترش صنعت گردشگری در ایران، چه استراتژی هایی برای رقابت با دیگر مقاصد گردشگری داخلی در نظر دارید؟

برای رقابت با دیگر مقاصد گردشگری داخلی و جذب گردشگران به سوادکوه، چند استراتژی کلیدی را در نظر داریم که توسعه برند محلی از جمله آن ها است. در واقع ایجاد یک برند قوی برای سوادکوه که ویژگی های منحصر به فرد این منطقه را معرفی کند. این برند باید روی جاذبه های طبیعی، فرهنگی و تاریخی سوادکوه تمرکز کند و به گردشگران نشان دهد که چه چیزی این منطقه را از دیگر مقاصد متمایز می کند. همچنین توسعه زیرساخت ها، به معنای همکاری با نهادهای دولتی و خصوصی برای بهبود زیرساخت های گردشگری مانند اقامتگاه ها، حمل و نقل و خدمات گردشگری، مدنظر است که این امر می تواند تجربه گردشگران را بهبود بخشد و آن ها را به بازگشت به این منطقه ترغیب کند. علاوه بر این، برگزاری رویدادهای فرهنگی، جشنواره ها و فعالیت های تفریحی که به معرفی فرهنگ و هنر محلی کمک کند، از سایر موارد به شمار می آید. این رویدادها می توانند گردشگران را جذب کند و تجربه ای فراموش نشدنی برای آن ها به ارمغان بیاورد. تمرکز بر توسعه گردشگری پایدار و اکوتوریسم که به حفظ محیط زیست و فرهنگ محلی کمک کند، از دیگر

استراتژی ها است که این رویکرد می تواند گردشگران آگاه و مسئولی را جذب کند که به دنبال تجربه های اصیل و پایدار هستند. همچنین استفاده از رسانه های اجتماعی و دیگر ابزارهای تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های گردشگری سوادکوه و جذب گردشگران، یک استراتژی دیگر است. البته این تبلیغات باید به گونه ای طراحی شود که احساس کنجکاوی و علاقه را در گردشگران ایجاد کند. ایجاد همکاری های بین المللی، دیگر مساله مدنظر است که در این رابطه برقراری ارتباط با آژانس های گردشگری و سازمان های بین المللی برای جذب گردشگران خارجی و معرفی سوادکوه به عنوان یک مقصد گردشگری جذاب، مورد توجه قرار دارد. با اجرای این استراتژی ها، امیدواریم که سوادکوه به عنوان یک مقصد گردشگری محبوب و رقابتی در سطح ملی و بین المللی شناخته شود.

چگونه می توان با بهره برداری از فرهنگ و تاریخ محلی سوادکوه، جاذبه های گردشگری جدیدی ایجاد کرد که هم برای گردشگران جذاب باشد و هم به حفظ هویت منطقه کمک کند؟

برای بهره برداری از فرهنگ و تاریخ محلی سوادکوه و ایجاد جاذبه های گردشگری جدید، می توان از راهکارهایی مانند توسعه گردشگری فرهنگی، برگزاری جشنواره های محلی، توسعه اقامتگاه های بوم گردی، آموزش و کارگاه های هنری، توسعه مسیرهای گردشگری و مشارکت با جامعه محلی استفاده کرد.

موسسه گردشگران جوان سوادکوه چه برنامه هایی برای معرفی سوادکوه در بازارهای جهانی و جذب گردشگران خارجی به این منطقه دارد و در این مسیر با چه چالش هایی مواجه هستید؟

این موسسه برنامه های متعددی برای معرفی سوادکوه در بازارهای جهانی و جذب گردشگران خارجی دارد که برخی از این برنامه ها عبارتند از: تبلیغات بین المللی، شرکت در نمایشگاه های بین المللی، ایجاد همکاری با آژانس های گردشگری خارجی، توسعه محتوای چندرسانه ای و برگزاری رویدادهای بین المللی. چالش هایی که در این مسیر وجود دارد، شامل کمبود زیرساخت های مناسب، عدم آگاهی از فرهنگ و زبان های مختلف و چالش های اقتصادی و سیاسی می شود. با شناسایی این چالش ها و اجرای برنامه های مناسب می توانیم به معرفی سوادکوه در بازارهای جهانی و جذب گردشگران خارجی کمک کنیم.

اولین جشنواره بومی محلی نشا با چه شرایطی برگزار شد و چه نتایج و دستاوردهایی را به دنبال داشت؟

اولین جشنواره بومی محلی نشا با هدف شکرگزاری و سپاس از خداوند و زحمات کشاورزان و ارزش شالیزارها در تیرماه سال جاری برگزار شد. این جشنواره در شهرستان سوادکوه با همکاری جامعه محلی، کشاورزان و سازمان های مرتبط برپا شد. شرایط برگزاری این جشنواره شامل همکاری با کشاورزان محلی، برنامه های فرهنگی و هنری، حضور مسئولان محلی و استانی و توجه به محیط زیست بود. این جشنواره، نتایج دستاوردهایی مانند تقویت حس همبستگی، جذب گردشگران، افزایش آگاهی، حمایت از کشاورزان و توسعه گردشگری فرهنگی را به دنبال داشت. به طور کلی، جشنواره بومی محلی نشا به عنوان یک رویداد موفق، تأثیرات مثبت زیادی بر جامعه محلی و توسعه گردشگری در سوادکوه داشت. ■



عضو وابسته سازمان جهانی گردشگری (UN Tourism)

اقدامات موثر و یکپارچه‌ای برای برندینگ گردشگری ایران صورت نگرفته است

مینا افتخاری

پویا قائم مقامی، مدیرعامل موسسه بین‌المللی توسعه گردشگری مانا، نماینده جمهوری اسلامی ایران و عضو وابسته سازمان جهانی گردشگری ملل متحد UN Tourism است که عضویت در شورای اجرایی شبکه جهانی گردشگری خانوادگی، مشاور معاون سابق گردشگری وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و عضویت در هیات موسس جامعه گردشگری سلامت ایران را در کارنامه کاری خود دارد. وی معتقد است که اقدامات جسته‌وگریخته و پراکنده‌ای برای برندینگ گردشگری ایران انجام شده، اما برنامه‌ای منسجم، یکپارچه و دارای نقشه راه مشخص در توسعه برندینگ گردشگری ایران در بازارهای جهانی وجود ندارد. آنچه در ادامه می‌خوانید، به محصل گفت‌وگوی ما با این فعال صنعت گردشگری اختصاص دارد.

گذاشته‌اند، بردارند. با تلاش تک‌تک ما، به‌ویژه در حوزه گردشگری، می‌توانیم ظرفیت‌های فرهنگی و غنای تاریخی و موجودیت خود را دوباره به جهان اعلام کرده و آن را باز نشر دهیم.

چگونه می‌توان تصویر ایران را به‌عنوان یک مقصد گردشگری ایمن و جذاب در سطح بین‌المللی بهبود بخشید؟

یک بخش مهم آن حضور در سازمان‌های بزرگ جهانی است. کرسی داشتن در این سازمان‌ها و فعالیت چشمگیر، به‌این معناست که همیشه نام ایران به‌طور موثر در این سازمان‌ها باشد. استفاده از فضای مجازی، حضور در بازارهای جهانی، برگزاری رویدادها و نمایشگاه‌ها به صورت مداوم و با برنامه، از جمله عواملی است که می‌تواند تصویر ایران را بهبود ببخشد. شاید تا به حال در همه رویدادها ایران در حوزه گردشگری حضور داشته‌ایم، ولی این حضور موثر و قوی نبوده است. شکل و کیفیت حضور خیلی مهم است و باید غنای حضور خود را در عرصه‌های جهانی در حوزه گردشگری افزایش دهیم. نمایندگان ما باید تقویت شوند و به بخش خصوصی قدرت داده شود تا عرض اندام کند، چرا که هر کلمه‌ای که در عرصه جهانی از ایران استفاده کنند، به نوعی هزینه تبلیغات ما را کاهش می‌دهند. این افراد، گروه‌ها یا شرکت‌ها می‌توانند با هزینه خود برای ایران تبلیغ کنند. همچنین باید تلاش کنیم که در کانال‌های بزرگ جهانی از جمله تلویزیون‌ها، بخش‌های دولتی، خصوصی، تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی، همیشه ایران در بخش گردشگری حضور موثر و چشمگیری داشته باشد و بتواند آن بخش گردشگری ارزشمند ایران را به جهان معرفی کند.

بزرگ‌ترین ضعف سیاست‌گذاری گردشگری ایران چیست و چه اصلاحاتی برای رسیدن به استانداردهای جهانی لازم است؟

مطمئناً همه فعالان و اساتید به این موضوع اشراف دارند که ما برنامه،



به‌عنوان نماینده ایران در سازمان جهانی گردشگری (UN Tourism)، بزرگ‌ترین فرصت و چالش ایران در عرصه بین‌المللی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در مورد بزرگ‌ترین فرصت ایران در عرصه بین‌المللی، ظرفیت فرهنگی و تاریخی کشورمان و به همین اندازه نیروی انسانی نخبه و کارآمد ما در عرصه‌های بین‌المللی، بزرگ‌ترین فرصت برای حضور در بازارهای جهانی است. مطمئناً بزرگ‌ترین چالش، ایران‌هراسی است که متأسفانه طی ۱۰ سال گذشته به شکل خیلی قوی در عرصه بین‌المللی وجود دارد. این وضعیت باعث می‌شود که نتوانیم در فضای بین‌المللی به‌طور مناسب و موثر حضور داشته باشیم. تلاش همه ذی‌نفعان، سیاست‌مداران، بخش خصوصی و دولتی باید این باشد که اول ایران‌هراسی را از بین ببرند و این چتر نازیبایی که روی ایران



با توجه به محدودیت‌های سیاسی و ساختاری که کشورمان دارد، می‌توانیم با همین محدودیت‌ها، رویدادهای بزرگ را برگزار کنیم و این کار به ما کمک خواهد کرد تا جایگاه واقعی گردشگری ایران را به دست آوریم

پلن و نقشه راهی برای گردشگری ایران نداریم؛ یعنی برنامه توسعه وجود دارد، سند چشم انداز توسعه گردشگری ایران تدوین و آماده شده است و حتی در دوره‌ای که بنده هم حضور داشتم، به این سند کمک کردیم، ولی متأسفانه این سند به روز نشده و معیارها و استانداردهایی که در حوزه جهانی داریم، در آن دیده نشده است. با توجه به ظرفیت‌های فرهنگی و موقعیت لجستیکی ما در خاورمیانه، کمتر به این موضوع توجه شده و نقش ایران در بازارهای جهانی شاید کمتر دیده شده است. راهبردها، راهکارها و مدل‌های توسعه در بخش گردشگری را کمتر مورد توجه قرار داده‌ایم. در عین حال، تصمیمات جسته و گریخته و عدم یکپارچگی در حوزه‌های مختلف گردشگری، عدم ایجاد شبکه ذی نفعان گردشگری در حوزه‌های حاکمیتی و حتی بخش خصوصی، می‌تواند ضعف بزرگی باشد. سندی‌ها، مجموعه‌ها، اتحادیه‌ها، اتاق‌ها و مجموعه‌های دیگری که داریم، هر کدام ساز خودشان را می‌زنند. متأسفانه در سال‌های اخیر رویه یکپارچه واحدی را در حوزه گردشگری ارائه نداده‌ایم و شاید به دلیل اختلافاتی که بعضاً در بخش‌های مختلف گردشگری وجود داشته، این‌ها شعباتی ایجاد کرده‌اند و شاید شاخه‌هایی که از بخش گردشگری مانند اتحادیه‌ها و انجمن‌ها به وجود آمده‌اند، رو به موازی کاری رفته‌اند؛ بدون اینکه تاثیرگذاری مثبتی در حوزه گردشگری داشته باشند. این‌ها فقط ایجاد شده‌اند و به صورت قارچ گونه رشد کرده‌اند و این موضوع باعث شده که حتی تصمیم‌گیری‌ها چه در حوزه حاکمیتی و چه در حوزه خصوصی، به ویژه در نهادهای خصوصی، تصمیم‌گیری مشترک و واحدی نباشد.

با توجه به تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی، صنعت گردشگری ایران چگونه می‌تواند همچنان در بازار جهانی رقابت کند؟

جا دارد که بین سه کلمه «صلح»، «وحدت» و «گردشگری» یک وفاق، همگرایی و وابستگی برای ایران ایجاد کنیم. باید قبول کنیم که گردشگری با صلح همراه است، همان‌طور که سازمان جهانی گردشگری امسال را به نام «گردشگری و صلح» نامگذاری کرده است. این زمانی است که بپذیریم رفتار ما، رفتار سازمانی ما، رفتار افراد ما و گفت‌وگوهای آن‌ها، کلام آن‌ها چقدر تاثیر مستقیمی بر توسعه گردشگری دارد. الگوهای کشورهای همسایه، الگوهای موفق هستند. حتی آن‌ها در بخشی و در زمانی، با تحریم هم‌رو بوده و بودند، اما از آن عبور کرده‌اند. باید تصویر جدیدی از ایران ارائه دهیم؛ تصویری که به جهانیان نشان دهیم که ایران چقدر امن است و مشکلی برای رفت‌وآمد، حضور و اقامت وجود ندارد. باید الگویی از بخش خاورمیانه بگیریم و روابط مان را در حوزه گردشگری با حوزه خاورمیانه و آسیای شرقی بیشتر کنیم. برخی از کشورها علاقه‌مند هستند که با ما مرادات داشته باشند. از آنجایی که می‌توانیم تقویت شویم، باید شروع کنیم و آنجایی که کمتر حوزه نفوذ داریم را برای بخش بعدی و پلن‌های بعدی رها کنیم، اما پلن اصلی باید این باشد که کشورهایی که علاقه‌مند به مرآوده گردشگری با ما هستند را تا حد ممکن تقویت کنیم. این کار باعث می‌شود که

تولید محتوای بیشتری ایجاد شود و این امر به کشورهای دیگر سرایت می‌کند و به تدریج آرامش و صلح نیز به وجود می‌آید. زمانی که که گذر و کریدور گردشگری به وجود آید و رفت و آمد آغاز شود، مطمئناً بازارهای دیگر هم فعال خواهند شد. البته در عین حال، نباید از قوانین خود دور باشیم. گاهی اوقات قوانین ما مقطعی بوده است، مثلاً معافیت‌ها و تشویق‌هایی در مجلس شورای اسلامی برای گردشگری قرار گرفته که بسیار ارزشمند بوده‌اند، ولی به نظرم این قوانین باید بیشتر تسهیل شوند. باید بخش گردشگری را از همه بخش‌ها مجزا ببینیم، مانند بخش آموزش که معافیت‌های کامل و ۱۰۰ درصدی برای آن در نظر گرفته شده و تشویق‌های زیادی دارد. به نظرم حوزه آموزش و پژوهش دقیقاً نزدیک به حوزه گردشگری است، از این لحاظ که نگاه دولت و حکومت باید به این شکل باشد که بتواند فعالان گردشگری به راحتی در این حوزه حضور پیدا کنند، بدون اینکه هزینه‌های دست‌وپاگیر برای آن‌ها ایجاد شود و بتوانند دسترسی کامل به منابع خود داشته باشند.

در خصوص دو مقوله اقتصاد گردشگری و زنجیره ارزش اقتصاد چه صحبتی دارید؟

دو واژه «اقتصاد گردشگری» و «زنجیره ارزش اقتصاد گردشگری» بسیار مهم و ارزشمند هستند؛ یعنی چرخ همه بخش‌ها باید بچرخد تا اقتصاد گردشگری شکل بگیرد. به نظرم کشورهای اطراف ما به خوبی روی اقتصاد گردشگری کار کرده‌اند. ما می‌گوییم «اقتصاد گردشگری» و این عبارت را به کار می‌بریم و بارها تاکید می‌کنیم که همه ذی نفعان باید در گردشگری نقش داشته باشند و پول باید در گردشگری گردش کند تا به درآمد برسیم، اما عملاً از نگاه حاکمیتی، اقتصاد را به گردشگری وصل نکرده‌ایم. وصل کردن اقتصاد به گردشگری؛ یعنی اینکه هر آنچه که در کشور از لحاظ درآمد و هزینه اتفاق می‌افتد، باید در گردشگری دیده شود. حتی بخش صنعت، آموزش، خدمات شهری، عمرانی، زیرساخت‌ها و تمامی بخش‌های دیگر باید پیوست گردشگری داشته باشند. پیوست گردشگری به این معنی است که آیا ساختمانی که در حال ساخت است، به صنعت گردشگری کمک می‌کند؟ این ابویه و این راه‌هایی که در حال ایجاد هستند، چقدر در گردشگری تاثیر دارند؟ آیا مجتمع‌ها و پروژه‌های مالی که در یک منطقه احداث می‌شوند، تاثیر زیادی در گردشگری خواهند داشت؟ در واقع مطالعات زیرساخت گردشگری باید به توسعه اقتصاد گردشگری کمک می‌کردند که متأسفانه این اتفاق رخ نداده است. همچنین باید بدنه اقتصادی به بدنه گردشگری وصل باشد؛ یعنی شوراهای هماهنگی در بخش حاکمیتی باید عمل کنند و اقتصاد بتواند نقش خود را در گردشگری بیشتر ایفا کند. تغییرات و نوسانات اقتصادی به راحتی می‌تواند گردشگری را تحت تاثیر قرار دهند. ما این موضوع را کمتر دیده‌ایم و تنها تغییرات و نوسانات اقتصادی را در قالب تورم بررسی کرده‌ایم. تورم و نوسانات مالی در اقتصاد کشور می‌تواند به اندازه بحران‌ها و مشکلات دیگر، آسیب‌های زیادی به گردشگری

تورم و نوسانات مالی در اقتصاد کشور می‌تواند به اندازه بحران‌ها و مشکلات دیگر، آسیب‌های زیادی به گردشگری وارد کند که امیدوارم با تدوین برنامه‌های مدون بتوانیم این مسایل را به درستی مدیریت کنیم

توسعه پایدار به‌ویژه در بخش گردشگری نیازمند مطالعات و تحقیقات است و باید چالش‌ها، آسیب‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود را بررسی کرده و به‌فرصت‌ها توجه بیشتری کنیم؛ این فرصت‌ها باید به‌ثروت تبدیل و در جهت توسعه گردشگری کشور بهره‌برداری شوند

وارد کند که امیدوارم با تدوین برنامه‌های مدون بتوانیم این مسایل را به درستی مدیریت کنیم.

آیا اقدامات مناسبی در زمینه برندینگ گردشگری در کشورمان انجام شده است؟

به قدرت و قویاً می‌گویم که هیچ اقدامی در این زمینه انجام نشده است. اگر منظور از اقدام، کارهای دسته‌و‌گریخته و پراکنده است، باید بگویم که چنین اقداماتی انجام گرفته است، اما برنامه‌ای منسجم، یکپارچه و دارای نقشه‌راه مشخص در توسعه برندینگ گردشگری ایران در بازارهای جهانی وجود نداشته است. ما هر ساله در نمایشگاه‌های مختلف بین‌المللی بزرگ شرکت می‌کنیم و زحمات زیادی هم کشیده می‌شود، ولی وقتی به غرفه ایران در این نمایشگاه‌ها نگاه کنید، مطمئناً مشاهده می‌کنید که اگرچه طراحی غرفه‌ها از نظر زیبایی بسیار خوب است و طراحان ایرانی در این زمینه شناخته شده هستند، اما کیفیت یا برنامه‌ای که باید برای برندینگ گردشگری ایران وجود داشته باشد، در این غرفه‌ها دیده نمی‌شود. اگر بخش خصوصی از این نمایشگاه‌ها حمایت کند، حضور فعال‌تری خواهد داشت، اما به نظر می‌رسد که آن‌ها هم مقداری دلسرد شده‌اند و کمتر در این رویدادها شرکت می‌کنند. وقتی بخش خصوصی در کنار حاکمیت نباشد، نمی‌توانیم به شکل موثری در نمایشگاه‌ها و رویدادهای بین‌المللی شرکت کنیم. برای نمونه، ترکیه در قالب برند واحد گردشگری خود در نمایشگاه‌ها با قدرت شرکت می‌کند و گاهی حتی غرفه‌هایی تا یک‌هزار مترمربع می‌گیرند. در مقایسه با این کشورها، نتوانسته‌ایم خودمان را با داده‌های جهانی به روز کنیم. به عنوان مثال، امروزه در بازارهای جهانی گردشگری، استفاده از کاتالوگ‌ها و بروشورها به تدریج کنار گذاشته شده و به سمت استفاده از کیوآرکدها و پلتفرم‌های دسترسی آنلاین رفته‌اند، اما ما هنوز در این زمینه‌ها به روز نشده‌ایم. شاید همین حالا که در نمایشگاهی شرکت می‌کنیم، هنوز هم به‌طور سنتی از بروشورها استفاده می‌کنیم و این نشان می‌دهد که اطلاعات ما نیاز به آپدیت و به‌روزرسانی دارد. سامانه‌ها و سایت‌های گردشگری ایران نیز به روز نیستند. اگر شما به عنوان یک گردشگر خارجی بخواهید به ایران سفر کنید و به یک مکان گردشگری سر بزنید، ممکن است متوجه شوید که وبسایت مربوط به آن مکان به روز نشده و از دو سال پیش هیچ تغییری در آن ایجاد نشده است که این موضوع باعث بروز مشکلات می‌شود و نشان می‌دهد که مساله نه به دلیل تحریم‌ها، بلکه به دلیل عدم توجه به به‌روزرسانی اطلاعات و زیرساخت‌ها است.

چه اقداماتی برای توسعه برندینگ گردشگری ایران در بازارهای جهانی انجام شده و چه استراتژی‌هایی باید در آینده دنبال شود؟

همان‌طور که پیشتر اشاره کردم، می‌توانیم از ایرانیان خارج از کشور، به عنوان سفیران صلح و گردشگری استفاده کنیم. این افراد ظرفیت بزرگی هستند و باید به آن‌ها توجه بیشتری داشته باشیم. نخبگان،

دانشمندان، دانشجویان و همه کسانی که دلشان برای ایران می‌تپد، می‌توانند مبلغان گردشگری ایران باشند. کشورهای دیگر به این ظرفیت‌ها توجه کرده‌اند و ما نیز باید همین کار را انجام دهیم. در کنار این، باید رویدادهای بین‌المللی و جهانی را در صدر برنامه‌های مان قرار دهیم. با توجه به محدودیت‌های سیاسی و ساختاری که کشورمان دارد، می‌توانیم با همین محدودیت‌ها، رویدادهای بزرگ را برگزار کنیم و این کار به ما کمک خواهد کرد تا جایگاه واقعی گردشگری ایران را به دست آوریم. تمام منابع طبیعی و غیرطبیعی را در بخش گردشگری داریم. به اعتقاد بنده، حتی زیرساخت‌های ما به‌طور کلی مناسب هستند. در چند سال اخیر هتل‌های خوبی ساخته‌ایم و فرودگاه‌های خود را تجهیز کرده‌ایم. البته باید قبول کنیم که ناوگان هوایی و زمینی و وسایل ایاب و ذهاب برای گردشگری مناسب نیستند و همه به این موضوع واقف هستیم. امیدوارم با رفع تحریم‌ها، بتوانیم راهی برای بهبود این بخش در صنعت گردشگری پیدا کنیم. واقعاً باید ناوگان را نوسازی کنیم که شامل هواپیماها، اتوبوس‌ها و حتی تاکسی‌ها می‌شود. در حقیقت، تا کسی‌ها در شهرهای گردشگری به نوعی سفیران گردشگری هستند و در تمام دنیا این وسایل حمل‌ونقل به‌روز و مدرن هستند.

گردشگری پایدار یکی از محورهای اصلی سازمان جهانی گردشگری است. ایران چگونه می‌تواند در این حوزه نقش فعالی ایفا کند؟

وقتی از توسعه پایدار صحبت می‌کنیم؛ یعنی همه بخش‌ها باید این تغییرات را در خود احساس کنند و از طبیعت و توریسم خود به عنوان نقشی اساسی در توسعه پایدار گردشگری بیشتر استفاده کنیم. باید زیرساخت‌های مان را توسعه دهیم و برنامه‌ریزی بلندمدت داشته باشیم. توسعه پایدار با برنامه‌های بلندمدت همخوانی دارد. باید این برنامه‌ها را برای توسعه پایدار بازنگری کرده و به‌روز کنیم. سازمان جهانی گردشگری می‌تواند ابزار بسیار خوبی برای ما باشد، زیرا برای ایران ارزش و اعتبار زیادی قائل است. ایران همواره جزو پنج کشور اول از لحاظ ظرفیت‌های گردشگری بوده و آن‌ها همیشه از ما دعوت کرده‌اند و در نمایشگاه‌ها و مراسم‌های ما حضور داشته‌اند. این نشان می‌دهد که آن‌ها می‌دانند ایران چه ظرفیت‌هایی دارد، اما ما نتوانسته‌ایم به درستی از این ظرفیت‌ها بهره‌برداری کنیم. بیشتر نمایندگان ما وابسته هستند، ولی باید تلاش کنیم که از ظرفیت سفارتخانه‌ها و نمایندگان خود در کشورهای مختلف بهره بیشتری ببریم و این‌ها می‌توانند به عنوان مبلغان اصلی گردشگری ایران عمل کنند. باید دوباره نگاهی به آنچه که مرتبط با گردشگری است، بیاندازیم و در مورد آن مطالعات عمیق‌تری داشته باشیم. توسعه پایدار به‌ویژه در بخش گردشگری نیازمند مطالعات و تحقیقات است و باید چالش‌ها، آسیب‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود را بررسی کرده و به‌فرصت‌ها توجه بیشتری کنیم؛ این فرصت‌ها باید به ثروت تبدیل شوند و در جهت توسعه گردشگری کشور بهره‌برداری شوند. ■

دنیای خودرو

گفت و گوی اختصاصی با مهندس شهرام ظریفیان بهروز

در این بخش می خوانیم:

- ارتقای کیفیت و تنوع محصولات با خرید تجهیزات مدرن
- به کارگیری استراتژی های متنوع و نوآورانه در قطعه سازی
- بخش خصوصی فعالیت مطالبه گری خود را ادامه خواهد داد

دبیر انجمن قطعه‌سازان خودرو کشور

بخش خصوصی

فعالیت مطالبه‌گری خود را ادامه خواهد داد

سارا نظری

انجمن تخصصی صنایع همگن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور با داشتن بیش از یک هزار و ۲۰۰ عضو قطعه‌ساز خودروهای سواری و ۶۵۰ قطعه‌ساز خودروهای تجاری و در مجموع با عضویت یک هزار و ۸۵۰ شرکت فعال در زنجیره تامین صنعت خودرو کشور، بزرگ‌ترین تشکل بخش خصوصی این حوزه به شمار می‌رود. این تشکل از ۱۵ انجمن از استان‌های تهران، البرز، زنجان، قزوین، کرمانشاه، کردستان، آذربایجان شرقی و غربی، گیلان، مازندران، خراسان رضوی، سمنان، قم، مرکزی و اصفهان تشکیل شده است. ضمن اینکه انجمن‌های قطعه‌سازی در استان‌های فارس و کرمان نیز در حال تاسیس هستند تا جمع استان‌هایی که قطعه‌سازان آن‌ها در انجمن قطعه‌سازان خودرو کشور حضور دارند، به ۱۷ استان برسد. آنچه در ادامه از نظراتان می‌گذرد، به گفت‌وگوی ما با مهندس آرش محبی‌نژاد، دبیر انجمن تخصصی صنایع همگن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور اختصاص دارد.

تا چه اندازه باور دارید که این انجمن در راستای رسالت تعیین‌شده خود برای رسیدگی به مشکلات قطعه‌سازان خودرو کشور گام برداشته است؟

واقعیت تلخ این است که تشکل‌های مردم‌نهاد و به‌طور کلی اقدامات تشکیلاتی در فضای تصمیم‌گیری و حتی تصمیم‌سازی کشور نهادینه نشده و جایگاه مناسبی ندارند؛ بنابراین از ظرفیت انجمن قطعه‌سازان خودرو کشور هم در حد و اندازه و پتانسیلی که دارد، استفاده نشده است. نتایج این موضوع را در مقاطعی از سال از جمله حاشیه‌های مجمع اخیر یکی از خودروسازان مشاهده کردیم. با این وجود در همین فضا نیز می‌توان به فعالیت‌ها و نتیجه‌اقدامات انجمن در سال گذشته نمره متوسط رو به بالا داد؛ چرا که جمع‌آوری اطلاعات و رصد تحولات این صنعت به خوبی انجام شد و سپس با شیوه‌های مختلف از جمله جلسات تخصصی و مشترک، مکاتبات مستمر و ارتباط با رسانه‌های همگانی مطرح و جهت رفع مشکلات پیگیری‌های لازم انجام شد.

وضعیت قطعه‌سازان کشور در سال ۱۴۰۴ نسبت به سال ۱۴۰۳ چگونه ارزیابی می‌کنید؟

وضعیت قطعه‌سازان کشور در سال ۱۴۰۴ نسبت به سال ۱۴۰۳ بستگی زیادی به دو عامل مهم دارد؛ نخست اینکه خصوصی‌سازی در ایران خودرو چقدر موفق خواهد بود و دوم اینکه مجموعه حاکمیت چه موضعی در قبال این خصوصی‌سازی جدید اتخاذ خواهد کرد. وقتی از حاکمیت صحبت می‌کنیم، منظور بخش کوچکی از آن مانند دولت یا قوه قضائیه نیست، بلکه کلیت مجلس، قوه قضائیه و دولت مدنظر است. این سه قوه باید از چنین خصوصی‌سازی‌هایی با آغوش باز استقبال کنند تا شرایط تولید خودرو و خودروسازی از وضعیت فعلی بدتر نشود. در صورتی که این روند با مانع‌تراشی‌هایی مانند قیمت‌گذاری دستوری مواجه نشود، قطعاً وضعیت قطعه‌سازان از نظر تیراژ تولید بهبود خواهد یافت. در حال حاضر بسیاری از قطعه‌سازان در حد تیراژ اسمی خود فعالیت نمی‌کنند و در سطحی پایین‌تر



رسالت اصلی انجمن تخصصی صنایع همگن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور چیست؟

رسالت اصلی این انجمن ایجاد هم‌افزایی، وحدت رویه و یکسان‌سازی اهداف و سیاست‌های این انجمن‌های استانی در جهت نگهداشت و تامین منافع قطعه‌سازان کشور است. از سوی دیگر، این انجمن مانند بسیاری از تشکل‌های تخصصی دیگر، عملاً می‌تواند بازوی مشورتی نهادهای حاکمیتی در صنعت خودرو باشد. انجمن تخصصی صنایع همگن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور در سال گذشته نیز با انتشار گزارش‌های مستمر و تخصصی از وضعیت صنعت خودرو و قطعه‌سازی، سعی بر آن داشته تا نقاط قابل توجه و تمرکز را به دستگاه‌ها و نهادهای بخش‌های مختلف حاکمیتی، دولتی و خصوصی گوشزد کند. از سوی دیگر، برگزاری بیش از یک‌صد جلسه و نشست با بخش‌های مختلف جهت پیگیری امور قطعه‌سازان کشور از دیگر محورها و اقدامات اصلی بوده است.



قرار دارند. آن دسته از قطعه‌سازی که تنوع تولید بیشتری دارند، حتی زیر نقطه سر به سر مشغول به کار هستند. در صنعت و اقتصاد، مفهومی تحت عنوان صرفه‌مقیاس وجود دارد که نشان می‌دهد با افزایش تیراژ تولید، هزینه‌های سربار کاهش می‌یابد و قطعه‌سازان و خودروسازان می‌توانند به سوددهی دست پیدا کنند؛ بنابراین اگر شاهد افزایش تیراژ خودرو باشیم، وضعیت صنعت خودروسازی و قطعه‌سازی نیز بهبود خواهد یافت.

در خصوص صادرات خودرو و قطعات چه برآوردی دارید؟

این موضوع به شدت به دیپلماسی کشور و سیاست‌های خارجی وابسته است. تا زمانی که ما به زنجیره تامین بین‌المللی خودروسازان جهانی نپیوندم، افزایش تیراژ صادراتی چشمگیری نخواهیم داشت. در حال حاضر قطعه‌سازان می‌توانند به‌طور محدود روی صادرات قطعات یدکی تمرکز کنند یا در جایگاه پیمانکاران دسته دوم برای برخی از خودروسازان خارجی فعالیت کنند.

قیمت‌گذاری دستوری در حوزه خودرو چه نتایجی را به دنبال دارد؟

در رابطه با قیمت‌گذاری دستوری، دو واقعیت وجود دارد. اول اینکه حتی در وضعیت فعلی، ظرفیت‌هایی وجود دارد که مورد استفاده قرار نمی‌گیرند. به عنوان مثال، طبق قوانین موجود، اگر خودروسازان هر ۶ ماه یک‌بار صورت‌های مالی حسابرسی شده خود را ارائه دهند، پس از طی مراحل مربوطه در شورای رقابت، باید قیمت جدید خودروها اعلام شود. با این حال همواره به بهانه مصلحت که مشخص نیست چه نهادی آن را تعیین می‌کند، اعلام قیمت‌های جدید با چالش مواجه می‌شود و به تأخیر می‌افتد؛ بنابراین اگر همین شیوه قیمت‌گذاری به درستی اجرا شود و به قوانین پایبندی وجود داشته باشد، بخش زیادی از مشکلات حل خواهد شد. نکته دوم این است که اگر قیمت‌گذاری تابع عرضه و تقاضای بازار باشد، می‌توان اجازه داد تا واردات خودرو با در نظر گرفتن ملاحظات طرح ساماندهی واردات خودرو آزاد شود. در این صورت، با ایجاد یک رقابت سالم در چارچوب اقتصاد آزاد، عرضه و تقاضا تعیین‌کننده قیمت خواهد بود و قیمت درب کارخانه خودرو هم‌مسو با قیمت بازار، به شکلی منطقی مشخص می‌شود. بدون شک، چنین شرایطی ایده‌آل خواهد بود.

مدت‌های طولانی است که وعده‌هایی برای خصوصی سازی صنعت خودرو از سوی مسئولان داده می‌شود، ولی همچنان در حد حرف باقی مانده است. به نظر شما خصوصی سازی این صنعت نیازمند چه برنامه‌ها و زیرساخت‌هایی است؟

خصوصی سازی صنعت خودرو از ایران خودرو شروع شد و این موضوع به عکس العمل مسئولان و میزان حمایت آن‌ها بستگی دارد. با توجه به تشدید اختلاف نظرهایی که بین ۲۳ نهاد نظارتی و دخیل در صنعت خودرو وجود دارد، از جمله مباحث سیاسی، اختلاف نظرهای کارشناسی و فنی و تفاوت‌های سلیقه‌ای و عقیدتی، باید دید که آیا این نهادها در نهایت به یک نظر واحد خواهند رسید یا خیر. تاکنون شاهد حواشی زیادی در مورد خصوصی سازی ایران خودرو بوده‌ایم. اگر این مسیر به درستی طی شود، می‌توان امیدوار بود که سایر صنایع دولتی نیز به تدریج خصوصی سازی شوند و این تابو شکسته شود.

نوسازی و بازسازی صنعت قطعه‌سازی مستلزم تحقق چه مواردی است؟

نوسازی و بازسازی صنعت قطعه‌سازی مستلزم اعطای تسهیلات بلندمدت توسط بانک‌های کشور است که برای تامین زیرساخت‌ها به ویژه ماشین‌آلات، دانش فنی و فناوری ضروری است. با توجه به اینکه این موارد دوره بازگشت سرمایه دارند، لازم است که وام‌ها مطابق طرح‌های توجیهی ارائه شوند. اما در شرایط فعلی به دلیل اقتصاد تورمی، قیمت تمام‌شده وام‌ها بالاست و پیش‌بینی آینده دشوار است؛ در نتیجه بانک‌ها تمایلی به ارائه وام‌های بلندمدت ندارند. این موضوع نیازمند راه‌حلی اساسی است. علاوه بر این، واردات ماشین‌آلات و خطوط تولیدی نیز به صورت قطره‌چکانی و با محدودیت‌هایی در زمینه سفارش و تخصیص ارز مواجه است. امیدواریم که این مسیر نیز باز شود تا شاهد نوسازی و بازسازی تجهیزات و زیرساخت‌های قطعه‌سازی و خودروسازی باشیم.

برنامه‌های انجمن برای سال آینده چیست؟

ما به عنوان بخش خصوصی بالغ و مطالبه‌گر، فعالیت‌های خود را ادامه خواهیم داد. امیدواریم در فضای جدیدی که با خصوصی سازی ایران خودرو و بلوغ خودروسازی خصوصی ایجاد شده است، همراهی قطعه‌سازان و برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده برای توسعه این صنعت، بتوانیم شاهد نقش‌آفرینی بیشتر تشکلهای مردم‌نهاد باشیم. مطابق قوانین موجود کشور، واگذاری امور غیرحاکمیتی به تشکلهای مردم‌نهاد تکلیف شده است. همچنین بر اساس اسناد بالادستی مانند سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و برنامه‌های توسعه کشور (از برنامه پنجم تا هفتم)، نقش این تشکلهای مردم‌نهاد در تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها مورد تأکید قرار گرفته است. هدف ما این است که انجمن را بیش از پیش در صنعت خودرو دخیل کنیم تا بتواند به عنوان بازوی مشورتی حاکمیت، در فرآیند تصمیم‌سازی مشارکت کند. در حال حاضر درهای اتاق‌های فکر به روی بخش خصوصی بسته است، اما تلاش می‌کنیم این درها را باز کنیم و در نهایت در تصمیم‌گیری‌ها تأثیرگذار باشیم.

و سخن آخر...

ماناگزیر باید به سمت آزادسازی قیمت‌ها، حرکت در حاشیه بازار آزاد، آزادسازی اقتصاد کشور و افزایش سهم بخش خصوصی در اقتصاد کلان گام برداریم. در حال حاضر سهم بخش خصوصی از اقتصاد ایران حدود ۱۵ درصد است و حتی کمتر که این رقم بسیار پایین است. برای دولتی که با بحران‌های سیاسی، نظامی و بین‌المللی دست و پنجه نرم می‌کند، ضروری است که اقتصاد و صنعت را به بخش خصوصی واگذار کند. دولت باید نقش خود را به ریل‌گذاری، سیاست‌گذاری و نظارت محدود کند و اجازه دهد تا بخش خصوصی بخش عمده‌ای از بار اقتصادی را به دوش بکشد. بدون شک بخش خصوصی می‌تواند عملکردی بهتر و با کیفیت‌تر از دولت داشته باشد، چرا که انگیزه‌های قوی‌تری برای افزایش بهره‌وری و نوآوری دارد. امیدواریم که به این بلوغ برسیم و اقتصاد کشور را به سمت توسعه پایدار و رقابت‌پذیری بیشتر هدایت کنیم. ■

نوسازی و بازسازی
صنعت قطعه‌سازی
مستلزم اعطای
تسهیلات بلندمدت
توسط بانک‌های
کشور است که برای
تامین زیرساخت‌ها
به ویژه ماشین‌آلات،
دانش فنی و فناوری
ضروری است

از سوی مدیرعامل شرکت صنعتی ظریف کار بهروز عنوان شد

به کارگیری استراتژی‌های متنوع و نوآورانه در قطعه‌سازی

عارف فغانی

شرکت صنعتی ظریف کار بهروز، به عنوان یکی از کارخانه‌های قطعه‌سازی خودرو، با تمرکز بر محیط‌سازمان، طرح‌ریزی استراتژی‌ها، در نظر گرفتن خواسته‌ها و انتظارات کلیه ذی‌نفعان، ایجاد تفکر مبتنی بر ریسک و فرصت، استقرار مدیریت دانش و بهبود و ارتقای فرآیندهای سازمان تاسیس شد. این شرکت با توجه به رسالت وجودی در جهت بهبود هر چه بیشتر عملکرد، حفظ و ارتقای اعتبار و موقعیت شرکت در بازارهای داخلی و خارجی با در نظر گرفتن الزامات و حقوق مشتری و محصول اطمینان از انطباق محصول تحویلی با خواسته‌های مشتری و تولید بدون نقص اقدامات لازم را طرح‌ریزی و در اولویت اجرا قرار داده است. با توجه به این موضوع به سراغ مهندس شهرام ظریفیان بهروز، مدیرعامل شرکت صنعتی ظریف کار بهروز رفته و با وی گفت‌وگویی داشتیم که مشروح آن از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

و چرا بازار ایران برای تولیدکنندگان داخلی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؟

تقویت توان رقابتی در مقابل تولیدکنندگان خارجی طبیعتاً مستلزم بررسی بازار و خواسته‌های بهروز مشتریان است که از مهمترین آن‌ها می‌توان به نوع بسته‌بندی، کیفیت، قیمت، تنوع و خلاقانه بودن محصول اشاره کرد و این امر با تقویت و توسعه R&D و به کارگیری تکنولوژی‌های پیشرفته دنیا و منابع انسانی توانمند به منظور طراحی و تولید قطعات با تمرکز بر خواسته‌های خاص بازار و انطباق سریع با تغییرات بازار می‌باشد که با توجه به شرایط اقتصادی و ارتباط استراتژیک نابسامان ایران با کشورهای دنیا و حتی کشورهای همسایه به سختی و با مشکلات عدیده‌ای قابل انجام است. دلیل اینکه بازار ایران برای تولیدکنندگان داخلی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، مشکلات ذکر شده و همچنین تغییر نرخ ارزی لحظه‌ای در ایران می‌باشد.

در تولید قطعاتی مانند فریم‌سندلی و لولاهای درب خودرو، چه روندهایی برای افزایش سفارشی‌سازی محصولات بر اساس نیاز مشتریان خاص پیش‌بینی کرده‌اید؟

تخصص اصلی شرکت ظریف کار بهروز در زمینه فوم است که در سال جاری با به کارگیری استراتژی‌های متنوع، نوآورانه و رقابتی اقدام به خرید دستگاه تولید فوم منطبق با فناوری روز دنیا کرده است که این امر باعث تولید قطعه منطبق با استانداردهای جهانی می‌شود و نیازهای مشتریان خاص را فراهم می‌کند. همچنین با شروع همکاری و به اختیار گرفتن مشاوران خبره در صنعت خودرو، در سال آینده قصد گسترش فعالیت‌های شرکت را داریم.



با توجه به روندهای جهانی، شما چه تحولاتی در طراحی و تولید قطعات خودرو پیش‌بینی می‌کنید که شرکت صنعتی ظریف کار بهروز باید خود را برای آن‌ها آماده کند؟

در سال‌های اخیر آمار فروش خودروسازان مطرح جهان ثابت‌کننده این موضوع است که ظاهر خودرو و طراحی آن و نیز نوع سوخت مصرفی خودرو، مهمترین فاکتور در مقبولیت و یا عدم مقبولیت بازار فروش آن خودرو می‌باشد که شرکت ظریف کار بهروز نیز به منظور هم‌راست شدن با این پیشرفت صنعت خودرو، استراتژی‌های لازم را در قالب طرح تجاری و با چشم‌انداز ۳ ساله تدوین کرده است.

با توجه به تخصص شما در تولید قطعات یدکی برای خودروهای داخلی و خارجی، چطور می‌توانید توان رقابتی خود را در مواجهه با تولیدکنندگان خارجی تقویت کنید

تامین قطعات خودرو، همکاری با تامین کنندگان داخلی یا

خارجی چطور مدیریت می شود؟

شرکت ظریف کار بهروز، تامین کننده قطعات فوم و در برخی از موارد قطعات پلیمری خودرو است که در سال های گذشته با توجه به شروع تحریم ها و عدم امکان تامین برخی از مواد اولیه قطعات فومی به ناچار با همکاری تامین کننده داخلی به تحقیق و توسعه در زمینه جایگزین کردن مواد اولیه مشابه داخلی پرداخت و موفق به انجام این مهم شد. با توجه به تولید قطعات عایق صداگیر توسط این شرکت و عدم تامین به موقع و کافی ورق EPDM مورد استفاده در این قطعات در ایران، مبادرت به داخلی سازی و تولید در محل کارخانه ظریف کار بهروز کرده است، اما در زمینه تامین مواد فوم EPP در حال حاضر به واردات وابسته هستیم.

چه استراتژی هایی برای بازار بومی و معرفی برند خود در

بازارهای خارجی اتخاذ کرده اید تا رقابت پذیری شما در

سطح جهانی افزایش یابد؟

با توجه به شرایط نامساعد اقتصادی حاکم بر ایران، فعلا هیچ برنامه ای به منظور فعالیت مستقیم در سطح بین الملل نداریم، اما این موضوع مد نظر گرفته شده که با ایجاد بستر مناسب آن را محقق نماییم. البته به این منظور سایت شرکت ظریف کار بهروز به صورت دوزبانه راه اندازی شده و واحد بازرگانی خارجی به چارت اضافه شده است. البته چند قطعه از سبد کالای شرکت به طور غیر مستقیم به کشورها همسایه صادر می شود.

در دنیای امروز که سرعت تغییرات فنی و تکنولوژیکی

بسیار زیاد است، چگونه خود را برای پذیرش فناوری های

نوین و به روز در فرآیند تولید آماده می کنید؟

پیشرفت تکنولوژی و فناوری در فرآیند تولید تاثیر به سزایی خواهد داشت و اگرچه پذیرش این موضوع و اجرایی شدن آن باعث مقاومت هایی در سازمان ها می شود، اما برای ماندن در عرصه رقابت با رقیبا باید این مساله در شرکت نهادینه شود که در سال گذشته با خرید واتر جت به منظور برش عایق های صداگیر کفی خودروهای ساینا و کوئیک، اولین گام به منظور مکانیزه شدن تولید برداشته شده است.

آیا برنامه ای برای تولید قطعات خاص خودروهای برقی

یا هیبریدی دارید؟ به نظر شما چه تغییراتی در طراحی

قطعات خودروهای سنتی باید انجام گیرد تا نیازهای این

خودروها سازگار شود؟

خودروهای هیبریدی با استفاده از موتور الکتریکی و ترمز احیا کننده کار می کنند و خودروهای برقی نیز برای تامین انرژی خود از برق استفاده می کنند. هر دو نوع خودرو دوست دار محیط زیست و باعث کاهش آلاینده های زیست محیطی می شوند. خودروهای برقی، چون کاملاً به انرژی الکتریکی وابسته می باشند، تقریباً آلاینده گی نزدیک به صفر دارند، اما با توجه به دسترسی مناسب به زیر ساخت شارژ و میزان صرفه جویی در هزینه های بلندمدت و اثرات زیست محیطی خودروها می توان یکی از دو خودرو را انتخاب کرد. با توجه به ماهیت قطعات ما که فوم و پلیمری هستند و مربوط به موتور خودرو نیستند، فعلاً برنامه ای برای تولید قطعات موتوری نداریم.

آیا شرکت صنعتی ظریف کار بهروز برنامه ای برای بهبود

فرآیندهای تولید به گونه ای که اثرات زیست محیطی

کاهش یابد، دارد؟

همان طور که در پاسخ سوالات فوق به کرات به محصولات شرکت اشاره شد، عمده محصول این شرکت از جنس فوم است که با جنس PU که از ترکیب دو جز ایزوسیانات و پلیول به دست می آید، تولید می شود. این نوع فوم به دلیل جنس و فرآیند تولید آن، باعث ایجاد ضایعات تولید و آلاینده گی های محیطی، تمهیدات تخصصی در داخل شرکت صورت گرفته و سالانه متحمل هزینه زیادی به منظور مهار ضایعات و کنترل آلاینده گی محیط می شود که بعد از تحقیق درباره روش تولید و جنس جایگزین به نتایج خوبی دست پیدا کردیم که از سال آینده فوم با جنس متفاوت و فرآیند تولید مدرن که موجبات کاهش ضایعات تولید و هزینه های کنترل و مهار آلاینده گی حاصل از تولید فوم با جنس PU را فراهم می آورد. ■



بنیان گذار و مدیر عامل شرکت دانش بنیان صنایع فرا فوم خبر داد

ارتقای کیفیت و تنوع محصولات با خرید تجهیزات مدرن

مهدیه شهسواری

شرکت دانش بنیان صنایع فرا فوم با تمرکز بر باز یافت مواد لاستیکی و فرآیند دی ولکانیزاسیون توانسته لاستیک های مستعمل را مجدداً به چرخه تولید بازگرداند و بدون افت کیفیت، محصولات پایدار و سازگار با محیط زیست را تولید کند. دکتر علیرضا ارشدی، بنیان گذار و مدیر عامل شرکت دانش بنیان صنایع فرا فوم در گفت و گو با ماهنامه «دنیای سرمایه گذاری» بر این نکته تأکید دارد که تحقیق و توسعه روی چسب های پایه آبی و ترکیبات زیست پایه، بخشی از استراتژی ما است. علاوه بر این، بهینه سازی مصرف انرژی و کاهش آلایندگی های زیست محیطی را در فرآیندهای تولید اجرا کرده ایم و با ترکیب فناوری باز یافت، دی ولکانیزاسیون و توسعه مواد نوآورانه، راه حل های پایدار و دوست دار محیط زیست را ارائه می دهیم. مشروح این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می رسد.

تحقیق و توسعه (R&D) نیز نقش کلیدی در بهینه سازی محصولات دارد. در نهایت، داده کاوی و تحلیل عملکرد تولید به ما کمک کرده تا بهره وری را افزایش داده و ضایعات را کاهش دهیم تا نیازهای بازار را بالاترین کیفیت پوشش دهیم.

این شرکت چگونه خود را برای تطبیق با تغییرات فناوری و نیازهای بازارهای مختلف آماده می کند؟

نوآوری و توسعه فناوری در اولویت است. ما با سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه (R&D)، فرمولاسیون های جدیدی را بر اساس نیازهای صنایع مختلف طراحی می کنیم. اتوماسیون صنعتی، سیستم های کنترل هوشمند و تحلیل داده ها را برای بهینه سازی تولید و تضمین کیفیت به کار می گیریم. همچنین همکاری با مراکز تحقیقاتی و دانشگاه ها، ما را در توسعه تکنولوژی های جدید یاری می کند. در راستای پایداری زیست محیطی، روی چسب ها و لاستیک های فاقد حلال های مضر و باز یافت پذیر تمرکز داریم. علاوه بر این، هوش مصنوعی و تحلیل داده ها را برای کاهش هزینه های تولید و افزایش کارایی فرآیندها به کار گرفته ایم. این استراتژی ها به ما امکان می دهد تا با تغییرات فناوری همگام شده و نیازهای متنوع بازار را بالاترین کیفیت پاسخ دهیم.

چگونه محصولات خود را برای صنایع مختلف مانند خودروسازی و ساختمان سازی، سفارشی سازی می کنید؟ آیا برنامه ای برای تنوع محصولات دارید؟

با تحلیل نیازهای هر صنعت و همکاری نزدیک با مشتریان، محصولات را مطابق با استانداردهای مورد نظر طراحی می کنیم. در صنعت خودرو، عایق های حرارتی، کامپاندهای لاستیکی مقاوم و چسب های صنعتی مستحکم را توسعه داده ایم و در صنعت ساختمان، تمرکز ما بر فوم های عایق حرارتی و صوتی و درزگیرهای پیشرفته است. برنامه ما برای گسترش تنوع محصولات شامل توسعه مواد هوشمند، ترکیبات سازگار با محیط زیست و ورود به صنایع جدید مانند انرژی های تجدیدپذیر و



با بیش از ۳۰ سال تجربه در تولید کامپاندهای لاستیکی، عایق ها، چسب ها، فوم ها و قطعات خودرو، چگونه تنوع محصولات را مدیریت کرده و تعادل بین کیفیت و کمیت را حفظ می کنید؟

مدیریت تنوع محصولات در صنایع فرا فوم بر اساس انعطاف پذیری تولید و استاندارد سازی فرمولاسیون ها انجام می شود. ما از سیستم های تولید انعطاف پذیر (FMS) بهره می بریم تا بتوانیم خطوط تولید را بهینه و سریع برای محصولات مختلف تنظیم کنیم. کیفیت را از طریق کنترل کیفی چند مرحله ای، اجرای استانداردهای بین المللی (ISO 9001، IATF 16949) و استفاده از سیستم های کنترل آماری (SPC) تضمین می کنیم. علاوه بر این، اتوماسیون صنعتی و فناوری های پیشرفته را به کار گرفته ایم تا دقت و بهره وری را افزایش دهیم. برای تعادل بین کیفیت و کمیت، مدل تولید بر اساس نیاز (JIT) را اجرا کرده ایم تا از تولید مازاد و هدررفت جلوگیری شود. همچنین با بهینه سازی زنجیره تامین و همکاری با تامین کنندگان معتبر، کیفیت مواد اولیه را کنترل می کنیم.



هوافضا است. این استراتژی‌ها کمک کرده تا نیازهای اختصاصی هر صنعت را با کیفیت بالا تامین کنیم.

چگونه استانداردهای بین‌المللی را در تولید قطعات خودرو رعایت کرده و رقابت‌پذیری خود را در بازار جهانی افزایش می‌دهید؟

استانداردهای بین‌المللی مانند IATF 16949 و ISO 9001 را به‌طور کامل اجرا کرده‌ایم و از کنترل کیفی چندمرحله‌ای، آزمایش‌های دقیق مواد اولیه و نظارت مستمر بر فرآیندهای تولید استفاده می‌کنیم. همچنین با سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه (R&D)، محصولاتی مطابق با نیازهای جدید صنعت خودرو سازی مانند سبک‌سازی قطعات، افزایش مقاومت و کاهش مصرف انرژی طراحی کرده‌ایم. بهینه‌سازی زنجیره تامین و کاهش هزینه‌های تولید نیز در دستور کار قرار دارد تا محصولات با کیفیت را با قیمت رقابتی عرضه کنیم. این اقدامات به ما کمک کرده تا در بازارهای داخلی و بین‌المللی جایگاه خود را تقویت کنیم.

با توجه به چالش‌های تامین مواد اولیه به‌ویژه در شرایط تحریم، چه استراتژی‌هایی برای پایداری زنجیره تامین و حفظ کیفیت مواد اولیه اجرا کرده‌اید؟

تنوع بخشی به تامین کنندگان، بومی سازی تولید و همکاری با شرکت‌های داخلی را در اولویت قرار داده‌ایم. از طرفی، با مدیریت موجودی و ایجاد ذخایر استراتژیک، ریسک کمبود مواد را کاهش داده‌ایم و به کارگیری فناوری‌های دیجیتال و تحلیل داده‌ها به ما کمک کرده تا فرآیند تامین را بهینه‌سازی کنیم. علاوه بر این، با بهینه‌سازی فرآیندهای تولید، وابستگی به مواد اولیه حساس را کاهش داده و از جایگزین‌های مناسب بدون افت کیفیت استفاده کرده‌ایم. این اقدامات باعث شده تا زنجیره تامین ما پایدار و رقابتی باقی بماند.

با توجه به رشد صنعت خودروهای الکتریکی و هیبریدی، آیا برنامه‌ای برای تولید قطعات ویژه این خودروها دارید؟

بله ما تحقیق و توسعه (R&D) را در این زمینه گسترش داده‌ایم و فرمولاسیون کامپاندهای لاستیکی و چسب‌های تخصصی را برای بهبود عملکرد در شرایط الکتریکی و دمایی بهینه‌سازی کرده‌ایم. همچنین روی توسعه عایق‌های الکتریکی و حرارتی تمرکز کرده‌ایم که برای افزایش ایمنی و کارایی خودروهای برقی ضروری هستند. همکاری نزدیک با خودروسازان و زنجیره تامین این صنعت، این امکان را می‌دهد که محصولاتمان را مطابق با استانداردهای جدید طراحی و تولید کنیم.

چگونه رقابت‌پذیری خود را در بازارهای داخلی و خارجی حفظ خواهید کرد؟

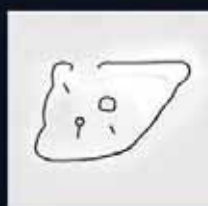
در نظر داریم تا ظرفیت تولید را افزایش داده، محصولات نوآورانه را توسعه و حضور خود را در بازارهای بین‌المللی گسترش دهیم. سرمایه‌گذاری در تجهیزات مدرن، تحقیق و توسعه (R&D) و فناوری‌های نوین به ما کمک می‌کند تا کیفیت و تنوع محصولات را ارتقاء دهیم. همچنین افزایش بهره‌وری، بهینه‌سازی هزینه‌ها و توسعه صادرات از دیگر برنامه‌های ما برای حفظ رقابت‌پذیری و رشد در این صنعت است. ■



در صنعت خودرو،
عایق‌های حرارتی،
کامپاندهای لاستیکی
مقاوم و چسب‌های
صنعتی مستحکم را
توسعه داده‌ایم و در
صنعت ساختمان،
تمرکز ما بر فوم‌های
عایق حرارتی و
صوتی و در زیرگیری
پیشرفته است



FARA FOAM



چسب، سیلانت، تیب‌های نواری و ماستیک بر پایه بوتیل رابر

- چسب بوتیل خودرو
- چسب بوتیل گرما خوب (هات ملت)
- خمیر ماستیک نواری بر پایه بوتیل (سیل فیکس)

نوار چسب‌ها

- چسب دسته سیم خودرو (وایر فیکس)
- نوارهای سه لایه ضد خوردگی
- کاور فیکس (کاور رنگ آمیزی)

محصولات پایه لاستیک

- کامپاندهای لاستیکی
- قطعات لاستیکی

محصولات آکوستیک

- ورق دمپینگ و صداگیر صوتی خودرو
- ساندفلکس (عایق صداهای کوبه‌ای)
- انواع عایق‌های پشت رودری خودرو
- عایق‌های الاستومری ساده و روکشدار
- فوم‌های آکوستیک (شانه تخم‌مرغی)

عایق‌های فومی و فیلتر اسفنجی

- انواع قطعات فومی ساده و پشت چسبدار
- انواع اسفنج فیلتری با دانه‌بندی‌های مختلف

سیلر، ماستیک و پوشش‌های آب‌بندی

- ماستیک درزگیر بدنه خودرو
- درزگیر گلوله‌ای خودرو
- خمیر ماستیک بوتیل

چسب‌های دوجزئی بر پایه آب

- چسب تخصصی چوب (WoodFix)
- چسب تخصصی چمن مصنوعی (GreenFix)
- چسب تخصصی موکت (MoccaFix)



۰۲۱۲۲۸۹۵۰۵۰



۰۹۱۲۷۱۱۱۱۵۱

www.farafoam.co

info@farafoam.com



@farafoam

خیابان شریعتی، بالاتر از میرداماد، روبه روی مترو دکتر شریعتی، بن بست زرین، برج مینا، طبقه ۱۳، واحد ۶

فارا فوم
F a r a F o a m
شرکت صنایع فرا فوم (سهامی خاص)

گفت‌وگوی اختصاصی با سعید پهلوانی کشکوییه

در این بخش می‌خوانیم:

- تمرکز برای تولید محصولات سلامت‌محور
- گلهای نوین همگام با فناوری ترکیبی از اصالت و نوآوری
- در روند ساخت‌وساز کشور باید تغییرات اساسی صورت گیرد

مسئول اجرای سیویل و سازه شرکت کانی مس

در روند ساخت و ساز کشور باید تغییرات اساسی صورت گیرد

محمد جعفری

سعید پهلوانی کشکوبیه، کارشناس عمران، دارای پروانه پایه یک عمران سازمان نظام کاردانی ساختمان، ریاست سازمان نظام کاردانی ساختمان شهرستان رفسنجان سال ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲، عضو هیات مدیره سازمان نظام کاردانی ساختمان استان کرمان در دو دوره فعلی، ناظر بنیاد مسکن رفسنجان از سال ۱۳۸۶ تاکنون، بازرسی کلید فولاد از انجمن مشاوران صنعت فولاد، بازرسی جوش PT و UT و WT است. وی در کارنامه کاری خود عناوین مختلفی مانند نیروی امریه استانداری کرمان و فرمانداری شهر بم سال ۱۳۸۳ الی ۱۳۸۵، ناظر عمران پروژه آپارتمانی کوثر رفسنجان سال ۱۳۸۵ الی ۱۳۸۶، ناظر سیویل پروژه اسید سولفوریک مس سرچشمه سال ۱۳۸۶ الی ۱۳۸۸، ناظر سیویل شرکت مهندسی مشاور آب و محیط خاورمیانه در پروژه‌های طرح جامع آب مس سرچشمه از سال ۱۳۸۸ تا ۱۴۰۰، ناظر اجرای پروژه تیکنرهای با تهریز خمیری مس سرچشمه، ناظر ساخت و ترفیع سدهای مس سرچشمه، سدرسوگیر هسته رسی، سد هسته آسفالتی رودخانه شور پروژه اصلاح قنوات شهرک مس سرچشمه و همچنین انتقال و جابه‌جایی پانتون سدرسوگیر مس سرچشمه را دارد و هم‌اکنون نیز مسئول اجرای سیویل و سازه شرکت کانی مس در ساخت تیکنرهای خمیری دره زار مس است. پهلوانی، دارای کلیه مدارک جهاد دانشگاهی استان کرمان در رشته عمران، دانشجوی ترم آخر کارشناسی ارشد عمران (پی و ژئوتکنیک) و دارای مقاله علمی محاسبات عددی سدهای خاکی در دانشگاه تهران است. در گفت‌وگویی که با این کارشناس عمران داشتیم، به بررسی مهمترین پارامترهای تأثیرپذیر در بهبود خروجی‌های سدهای در کشور پرداختیم که ماحصل آن را می‌خوانید.

کارخانه‌های صنعتی ایران است که از جنبه حفظ محیط زیست نیز بسیار حائز اهمیت است.

بهترین سیستم آب‌بندی و عایق‌بندی در پروژه‌های عمرانی چه مشخصاتی دارد؟

آب‌بندی در پروژه‌های عمرانی و سدسازی با یکدیگر متفاوت است. سدها از هسته سد با نوع مصالح آن آب‌بندی می‌شوند و اگر از نظر منابع طبیعی و حفاظت حائز اهمیت باشد. سدهای رسوبگیر صنعتی در ضلع جلوی سد بدنه، با بتن کرب و لایه‌های ژئوممبران آب‌بند مطلق می‌شوند تا از نظر محیط زیستی مشکلی پیش نیاید. در کارهای ساختمانی و صنعتی از لایه‌های ایزوگام قیری تا مواد آب‌بند پایه سیمانی و یارزین‌های چند جزئی استفاده می‌شود که این کار با آب‌بند و حتی با مصالح چینی در کرسی ساختمان‌ها همچون کرسی چینی با سنگ لاشه و شکسته، مانع از ورود رطوبت و آب به داخل آن فضای می‌شود. حتی در برخی از موارد در نحوه بتن‌ریزی با عایق‌های رطوبتی همچون واتر استاپ در داخل بتن و درزهای اجرای بتن نصب و اجرا می‌گردد تا از ورود و حرکت آب به داخل یا خارج فضای بتن ریزی جلوگیری شود.

از چه فناوری‌هایی در صنعت ساخت و ساز به ویژه در فرآیند سدسازی استفاده می‌شود؟

از نظر فرآیند ساخت در سدسازی پس از اجرای سدهای بتنی با قوس دیگر نحوه‌ای بهتر و مقرون به صرفه تر لحاظ نشده است؛ البته در سدهای عظیم و پهناور، ولی در سدسازی‌های کوچک تر با حجم‌های کنترل شده از روش



مهمترین پارامترهای تأثیرپذیر در بهبود خروجی‌های سدسازی در کشور چیست و تا چه اندازه این پارامترها در پروژه‌های فعلی سدسازی رعایت می‌شود؟

مهمترین عامل در سدسازی این است که مترتال ساخت سد در طراحی به گونه‌ای باشد که از مترتال همان منطقه ساخت استفاده شود؛ به ویژه اینکه مترتال سمت مخزن سد باشد. در پروژه‌ها از هسته‌های آسفالتی و رسی با دانه‌بندی مصالح موجود استفاده می‌شود که البته بستگی به نوع سد دارد. در بهره‌برداری سدهای یار سوبی، اکثر سدهای ایران، آبی و برای تامین آب و تعدادی سد کوچک رسوب گیر صنعتی نیز در مجاورت





سدهای مواد پلاستیکی و لاستیکی استفاده می‌شود که به صورت دیواره ساخته و اجرا می‌شود. حتی در نحوه عملکرد استفاده از آن سد نیز برای ساخت به روش و نوع سازه سرریز و یا در پیچه‌های سد طراحی و نوع فرآیند مختلف دارد تا در زمان بحران یا تخلیه سد به سریع‌ترین و بهترین حالت انجام شود که در این فرآیند ساخت سدها نیز از مصالح نزدیک به محل سد و مصالح مقرون به هزینه استفاده می‌شود.

در حال حاضر استفاده از کدام سازه‌ها در صنعت ساخت و ساز نتیجه بهتری به همراه خواهد داشت؟

در صنعت ساختمان بخش‌های مختلف و متنوعی دارد و برای ساخت نمی‌توان از لحاظ مصالح و منابع فقط به یک نوع مصالح یا آئتم بسنده کرد، اما صنعت ساختمان شهری در دو بخش بتنی و فلزی اجرا می‌شود. در اجرای ساختمان‌ها از جنس پلاستیک فشرده، چوب و یونولیت استفاده می‌شود. ساخت‌نمای ساختمان‌ها دارای تنوع زیادی از نوع متریا و نحوه اجرا است و در اجرای دیوارهای ساختمان نیز از مصالح روش‌های نوین استفاده می‌شود.

در مقایسه با کشورهای توسعه یافته از چه تکنیک‌های مدرنی در فرآیند ساخت و ساز استفاده می‌شود؟

در کشورهای توسعه یافته، تکنیک ساختمان سازی مختلف و جدیدی وجود دارد که متأسفانه در کشور ما با توجه به تحریم‌ها یا ورود پیدا نکردند یا اینکه از نظر مقرون به صرفه نبودن قابل اجرا نیست، زیرا در ساختمان‌های جدید؛ سرعت اجرا، مقرون به صرفه بودن هزینه‌ها و قابل انعطاف بودن دارای اهمیت است. در خانه‌های کانکسی موقت و ساختمان‌های ثابت از آجرهای فشرده و متریا‌های جدید ساخت از نوع مصالح بازیافتی (سبز) استفاده می‌شود. بیشترین متریا‌ها استفاده شده در کشورهای توسعه یافته بتنی و فلزی است، چرا که از نظر هزینه و دسترسی نیز راحت‌تر است.

چگونه می‌توان به استحکام و طول عمر سازه‌های موجود کمک کرد و در این راستا چه استانداردهایی باید رعایت شود؟

در مبحث رعایت و حفظ استحکام ساختمان سازی، استانداردهای مختلفی وجود دارد که مهمترین آن استاندارد آمریکا و اروپا است. در جهت حفظ استحکام باید اصول اجرا از پایه و زمین رعایت و حفظ شود. باید منطقه اجرا و ضریب مقاومت زمین مورد توجه قرار گیرد و اگر مناسب نباشد، با روش‌های مختلف استحکام سازی گردد که می‌توان با تزریق بتن، نیلینگ یا سنگ بتن و شفته آهک بستر سازی مناسب صورت گیرد. البته این کار باید طبق استانداردهای ژئوتکنیک صورت گیرد که متأسفانه در کشورمان حائز اهمیت نیست. از طریق سازمان‌های مهندسی و ژئوفیزیک زمین شناسی و بازرگان‌های مرتبط همچون شهرداری‌ها، راه و شهر سازی و بنیاد مسکن کشور اقداماتی انجام شود تا به ملزومات اجرای ساختمان سازی در جهت اخذ مجوز اضافه گردد.

روند ساخت و ساز در کشور را چطور ارزیابی می‌کنید و به منظور اصلاح معایب آن چه اقداماتی باید از سوی دولت صورت گیرد؟

در روند ساخت و ساز کشور باید تغییرات اساسی از سوی مراجع مربوطه صورت گیرد. باید از پیمانکاران دارای صلاحیت و مجوز قانونی که بر اساس سازمان برنامه و بودجه رتبه‌بندی قانونی شدند، فقط استفاده کاری شود. باید توجه ویژه‌ای به مهندسان، کاردانا ناظر و طراح شود تا با کنترل بهتر و دقیق‌تری به کار خود ادامه دهند. ارگان‌های ذی صلاح نباید با روشی گوناگون و مختلف عمل کنند. از طرفی، باید یک طرح جامع و راهبردی برای اجرای ساخت و ساز لحاظ شود و از یک قانون مشخص، تبعیت شود. همچنین باید با برگزاری نمایشگاه‌های معتبر و مختلف ساختمان، آگاه سازی کنند و مهندسان را با تکنیک‌های مدرن و توسعه یافته آگاه سازند. ■

مدیر شرکت تولیدی پارس خواب الیاف تاکید کرد

تمرکز برای تولید محصولات سلامت محور

عرفان فغانی

با توجه به اهمیت کالای خواب در سلامت افراد جامعه، تولید این محصولات با رعایت استانداردهای کیفی یکی از ملزومات کشور است. بر این اساس واحدهای صنعتی مختلفی در این عرصه مشغول به فعالیت هستند که برخی از آن‌ها به صورت زیر پله‌ای و غیر مجاز فعالیت داشته و برخی نیز صاحب برندهای مطرح هستند. اگرچه سرمایه‌گذاری در این صنعت سودآور است، اما عدم حمایت‌های دولتی، مشکلات در قانون‌گذاری، کمبود مواد اولیه و... موجب شده تا شاهد سرمایه‌گذاری‌های کمی در این حوزه باشیم و محصولات تولیدی نیز از تنوعی که باید، برخوردار نباشد. به منظور بررسی بیشتر این موضوع، گفت‌وگویی با مجتبی شجاعی، مدیر شرکت تولیدی پارس خواب الیاف انجام داده‌ایم که ماحصل آن را می‌خوانید.

خرید و به‌روزرسانی ماشین‌آلات چه کمکی به بهبود فرآیند تولید در این حوزه خواهد کرد؟

از آنجایی که تشک‌های فنری دارای حجم و وزن بالایی است، این شرکت با مدیریت جدید به منظور به‌روزرسانی تکنولوژی‌های مورد نیاز در راستای بهینه‌سازی تولید، تصمیم به خرید ماشین‌آلات جدید گرفت که در رشد تولید اثر گذار است. بدین منظور طی سفرهای متعدده کشورهای اروپایی و آسیایی به فناوری‌های مورد نیاز دسترسی پیدا کرد تا به صادرات آسان محصول به کشورهای همسایه بپردازد که از جمله آن می‌توان به فناوری تولید تشک‌های فنری اشاره کرد که در حال آماده‌سازی است.

به منظور سرمایه‌گذاری در این صنعت به چه تجهیزاتی و امکاناتی نیاز دارید؟

از جمله ماشین‌آلات جدید ما دستگاه‌های فنر زنی، پرس، گلدوزی، چاپ مخصوص رویه و دستگاه گردباف مخصوص رویه تشک است. با هر میزان سرمایه‌گذاری در این صنعت، می‌توان در بخش فروش از آن کمک گرفت. در زمینه تولید، یک‌بار ماشین‌آلات به‌روز خریداری می‌شود تا از آن در زمینه تولید کالای خواب بهتر، خصوصاً لحاف‌های سبک و... بهره گرفته شود. قطعاً میزان سرمایه‌گذاری به میزان فروش بستگی دارد، اما از آنجایی که کالای خواب در کشور ما تنوع کمی داشته و مواد اولیه وارداتی است، در این زمینه سرمایه‌گذاری نیز کم است. به عنوان مثال، بیش از ۷۰ نوع بالش در دنیا وجود دارد که به دلیل نبود مواد اولیه، تولید آن در کشور با مشکل روبه‌رو است.

مهمترین تکنولوژی‌های نوین در تولید محصولات خواب چیست و به منظور افزایش رضایت‌مندی مشتریان، تا چه اندازه خود را ملزم به استفاده از آن می‌دانید؟

به منظور جلب نظر مشتریان در تلاش هستیم تا تشک، بالش و لحاف را به فراخور شرایط جسمی و به‌طور کل سلامت شخص در اختیار او قرار



درباره عمده فعالیت‌های شرکت تولیدی پارس خواب الیاف توضیح دهید.

این شرکت که هم‌اکنون با نام پارس خواب الیاف شناخته می‌شود، با هدف تولید لایه‌های پلی‌استراز ۵۰ تا ۵۰۰ گرم در سال ۱۳۵۷ فعالیت خود را آغاز کرده و از سال ۱۳۶۰ به‌طور رسمی مشغول به کار شده و نمایندگی فروش این شرکت نیز بازرگانی شجاعی بوده است. پارس خواب الیاف بعد از چند سال فعالیت به تولید محصولات خواب از جمله تشک‌های فنری، بالش، پتوهای مسافرتی، پتوهای خواب یا سنگین و... روی آورد و تا سال ۱۳۹۰ در این زمینه نمایندگی‌هایی را در کل کشور دایر کرد. در سال ۱۴۰۰ مالکیت شرکت پارس خواب به بازرگانی شجاعی با مدیریت آقایان مصطفی و مجتبی شجاعی تغییر پیدا نموده و فعالیت‌های این شرکت از سال ۱۴۰۲ از سر گرفته شد.



دهیم، از این رو در تولید این محصولات استانداردهای کیفی به منظور تضمین سلامت مشتریان رعایت می شود که در این راستا هتل ها نیز به سفارش ما، تشک هایی متناسب با وزن افراد در اختیار آنان قرار می دهند تا مقاومت فنر و قالب های آن نسبت به وزن فرد، افزایش یافته و به خواب راحت او کمک کند. در این راستا با استفاده از کارشناسان، میزان فنرها و چگونگی تولید آن را بررسی و اجرایی می کنیم.

مدیریت جدید با همکاری با پژوهشگران دانشگاه صنعتی امیر کبیر به دنبال توسعه فناوری های نوین از جمله نانو فناوری در ایجاد قابلیت های منحصر بفردی از جمله قابلیت متعادل کننده گی دما با استفاده از میکرو کپسول های حاوی مواد تغییر فاز هستند.

مهمترین مقاصد صادراتی این محصولات چه کشورهایی هستند و بازار صادرات آن را چگونه ارزیابی می کنید؟

در حال حاضر ۱۵ کشور همسایه داریم که همه آن ها می توانند خریدار کالای ما باشند، بر همین اساس این کالاها را می توان به این کشورها صادر کرد. ضمن آنکه این محصولات از نظر قیمتی نیز مزیت رقابتی دارند و با استفاده از دستگاه های پرس، هزینه صادرات آن بسیار کاهش یافته است. متأسفانه بانک ها به دلیل دریافت سود بالا، هیچ کمکی به تولید کننده نکرده و در این زمینه کمک بخش نبوده اند.

در حال حاضر وضعیت خرید و فروش این شرکت را چگونه ارزیابی می کنید؟

این کارخانه حدود ۱۰ سال تعطیل بوده و مشتریان زیادی را از دست داده است. از آنجایی که هنوز ماشین آلات مورد نیاز به روز رسانی نشده، بازگرداندن مشتریان دچار مشکل شده، بالین حال از میان هتل هامشتریان زیادی داشته ایم که ارتباطات ما دوباره با آن ها برقرار شده و از محصولات ما راضی بوده اند. از مهمترین مشتریان فعلی می توان به بیمارستان های کسری و شرکت نفت، هتل دیاموند، بانک انصار و... اشاره کرد. لازم به ذکر است، هتل ها می توانند برای این صنعت و افراد فعال آن مشتریان خوبی باشند.

صنعت کالای خواب ایران به چه زیرساخت هایی جهت تولید و صادرات نیاز دارد؟

این صنعت در سال های اخیر رشد خوبی داشته و می توان یک بازار جدید صادراتی برای این محصول ایجاد کرد و حتی امکان بازاریابی و بازاریابی این محصول در همه دنیا به عنوان یک محصول مصرفی وجود دارد. یکی از بزرگترین مشکلات و موانع این محصول چه در داخل کشور و چه در زمینه صادرات آن، مساله حمل و نقل این محصول است که به علت حجیم بودن آن صرفه اقتصادی را پایین می آورد. در سال های اخیر برای رفع این مشکل اساسی در کشورهایی مانند ترکیه و چین که در صادرات این محصول جزو بهترین برندهای معروف دنیا هستند، تدابیر اساسی در زمینه بسته بندی های و کیوم شده به وجود آمده است. در عین حال

یکی از بزرگترین دغدغه های فعالان بازار کالای خواب، هزینه های گزاف و آسیب دیدن محصول در مسیر حمل و نقل است که این مساله در امر فروش بسیار موثر است. به نظر می رسد که اگر کارخانه های تولید کالای خواب در ایران اندکی هزینه برای بسته بندی صحیح این محصول انجام دهند، می توانند به صرفه اقتصادی این محصول در امر حمل و نقل، فروش و بازرگانی کمک کنند.

این صنعت از چه پتانسیل ها و ظرفیت هایی برخوردار است و چگونه می تواند در بازارهای جهانی نمود پیدا کند؟

صادرات کالای خواب می تواند به جذب ارز و بهبود تراز تجاری کشور کمک کند که این امر موجب رونق اقتصادی و ایجاد فرصت های شغلی جدید خواهد شد. حضور موفق در بازارهای جهانی، برند ملی کالای خواب ایرانی را تقویت کرده و به افزایش اعتبار و جایگاه آن در سطح بین المللی منجر می شود. با تسخیر بازارهای جهانی، سهم بازار کالای خواب ایرانی افزایش یافته و این امر به سودآوری بیشتر شرکت ها و توسعه صنعت کمکی می کند.

به منظور حضور در بازارهای جهانی چه اقداماتی باید انجام شود؟

بازارهای جهانی کالای خواب با حضور برندهای مطرح و با سابقه، رقابت بسیار شدیدی را تجربه می کنند و برای حضور در بازارهای جهانی، محصولات باید از کیفیت بالا و استانداردهای بین المللی برخوردار باشند. معرفی و شناساندن برندهای ایرانی در بازارهای جهانی نیازمند استراتژی های بازاریابی و برندینگ مناسب است. از طرفی، موانع موجود در تولید و تامین مواد اولیه می تواند به کاهش توان رقابتی شرکت های ایرانی منجر شود. مشکلات مربوط به صادرات مانند تعرفه ها، حمل و نقل و مسایل گمرکی می تواند صادرات کالای خواب را با مشکل مواجه کند. به منظور چیره شدن بر این موانع باید برخی از راهکارها را در دستور کار قرار داد. تولید محصولات با کیفیت بالا و مطابق با استانداردهای جهانی و همچنین توجه به نوآوری و طراحی های جدید می تواند به افزایش جذابیت کالای خواب ایرانی در بازارهای جهانی کمک کند. سرمایه گذاری در برندینگ و ایجاد برندهای قوی و شناخته شده در سطح بین المللی از اهمیت بالایی برخوردار است. استفاده از روش های بازاریابی و تبلیغات موثر در بازارهای هدف، از جمله شرکت در نمایشگاه های بین المللی، به معرفی و فروش کالای خواب ایرانی کمک می کند. همچنین بهبود زیرساخت های تولید، تامین مواد اولیه و تسهیل فرآیند صادرات می تواند به افزایش توان رقابتی شرکت های ایرانی منجر شود. همکاری با شرکت های خارجی و ایجاد مشارکت های استراتژیک می تواند به ورود کالای خواب ایرانی به بازارهای جهانی کمک کند. حمایت دولت از صنعت کالای خواب و ارائه تسهیلات و مشوق های صادراتی می تواند نقش مهمی در تسخیر بازارهای جهانی ایفا کند. ■

قطعا میزان سرمایه گذاری به میزان فروش بستگی دارد، اما از آنجایی که کالای خواب در کشور ما تنوع کمی داشته و مواد اولیه وارداتی است، در این زمینه سرمایه گذاری نیز کم است



گل‌های نوین همگام با فناوری ترکیبی از اصالت و نوآوری

دکتر مهدی کریمی تفرشی

رئیس هیأت مدیره مجتمع صنایع غذایی و کشاورزی گل‌ها



این مجموعه
با ارزیابی نیاز
امروز بازار و
گسترش آگاهی
مصرف کنندگان و
رویکرد جامعه به
سمت محصولاتی
بر پایه سلامت،
در حال برداشتن
گام‌هایی موثر در
این حوزه و گسترش
جایگاه خود در
حوزه محصولات
سلامت محور و
ارگانیک است

۴۸

ماهنامه دنیای کشاورزی
شماره ۴۰۳ • شهریور ۱۴۰۰

می‌شود. در این راستا توت خشک ارگانیک گل‌ها با کیفیت بی‌نظیر در دسترس مصرف کنندگان عزیز قرار گرفته و به زودی محصولات ارگانیک دیگری به سبد ارگانیک گل‌ها افزوده می‌شود. از طرفی، جوی دو سر پرک از جمله محصولات سلامت محور رژیمی و بسیار محبوب است که صنایع غذایی گل‌ها در راستای کمک به حفظ سلامت مصرف کننده و ایده یک تغذیه سالم و رژیمی به بازار عرضه کرده است. همچنین شکر قهوه‌ای، سبوس برنج و پودر جوانه گندم از دیگر محصولات سلامت محور رژیمی است که به سبد غذایی محصولات سلامت محور گل‌ها اضافه شده است. صنایع غذایی گل‌ها با توجه به استقبال و نیاز مصرف کنندگان، تولید خرما در بسته‌بندی‌های مناسب هدیه رادر دستور کار خود قرار داده است. نمک دریا از دیرباز مورد تقاضای مصرف کنندگان گل‌ها بوده و چون گل‌ها اولین دارنده نشان استاندارد نمک طعام در ایران و لیدر بازار نمک از دیرباز در ایران بوده، جای خالی این محصول در سبد غذایی گل‌ها احساس می‌شده است. بادر نظر گرفتن رشد آگاهی جامعه و شناخت بیشتر از فواید نمک دریا و تقاضای طیف وسیعی از مصرف کنندگان، صنایع غذایی گل‌ها نمک دریا را در برنامه خود قرار داده تا به نیاز مصرف کنندگان وفادار خود پاسخ دهد. همچنین با توجه به تقاضای بالای مصرف کنندگان به ویژه ورزشکاران عزیز و با رویکرد حرکت به سمت تولید محصولات رژیمی و کم کالری، صنایع غذایی گل‌ها تولید پودر ژله بدون قند را در دستور تولید دارد و به زودی عرضه می‌کند. کینوا از جمله محصولاتی است که به دلیل خواص بی‌نظیر تغذیه‌ای در سال‌های اخیر طرفداران بسیاری پیدا کرده و در برنامه‌های آتی تولیدی گل‌ها است. صنایع غذایی گل‌ها اخیراً نیز وارد حوزه تولید عرقیات شده و عرق نعنای گلاب شده است. خبر خوشایند دیگر اینکه به زودی محصولات تک نفره کاربردی مانند سس کچاپ، آبلیمو و روغن زیتون نیز به صورت بسته‌بندی شیشه که بسیار مورد نیاز بازار و مصرف کنندگان است و به ویژه برای افرادی که دمام در سفر هستند، کاربرد بسیار مناسبی دارد، وارد عرصه تولید گل‌ها می‌شود. پرک گوجه‌فرنگی خشک شده و پرک چیلی نیز از جمله محصولات جدید گل‌ها است. از سوی دیگر، به زودی با چاشنی‌های جدید و متفاوت گل‌ها سورپرایز خواهد شد. تخمه آفتابگردان گل‌ها نیز با کیفیت بی‌نظیر محصول جدیدی است که به سبد غذایی گل‌ها اضافه شده است. همچنین محصول پانکو که نوعی پرک سوخاری محبوب محسوب می‌شود، به بازار عرضه شده است. رویکرد جامعه امروز به سمت مصرف دمنوش‌های گیاهی روز به روز در حال گسترش است. در همین راستا یک ویژه دمنوش‌های گیاهی گل‌ها با طراحی بسیار زیبا و منحصر به فرد در آینده‌ای نزدیک به بازار معرفی خواهد شد. جهان امروز جهان دانش، تکنولوژی و فناوری است. ما نیز همراه با تحول دنیای مدرن، به تحول تحولی نوین را آغاز کرده‌ایم تا گل‌های نوستالژیک یادگار پدرانمان، عطر خاطره انگیز خانه‌های مردم این سرزمین، این بار با چهره‌ای نو و دستاوردهای مدرن و تحولی تکنولوژیک پاسخگوی نیازهای نسل جدید و میراث‌دار نسل‌های گذشته این کشور باشد. ■

مجتمع صنایع غذایی و کشاورزی گل‌ها، روزگاری نه چندان دور تنها ۳۰ قلم کالا به بازار عرضه می‌کرده، اما امروز با بیش از ۷۰۰ SKU کالای تولیدی، دارای پرتنوع‌ترین سبد غذایی در کشور است. این محصولات شامل انواع ادویه جات و چاشنی‌های متعدد، آرد‌ها، غلات، حبوبات، پودرهای کیک و ژله، سبزیجات خشک و مخلوط، عرقیات گیاهی، پودر و آرد سوخاری، کنسروها و غذاهای نیمه آماده و فوری، انواع پودر قهوه، کاکائو و کافی میکس است و اخیراً توسعه محصولات سلامت محور، رژیمی و ارگانیک را در سبد غذایی خود گنجانده است. دارا بودن بالاترین تنوع محصول از ویژگی‌های منحصر به فرد صنایع غذایی گل‌ها است که نشان از سال‌ها تلاش، تحقیق و توسعه در مسیر تامین سبد غذایی مورد نیاز جامعه و احترام به نیاز و خواست مصرف کنندگان است. از جمله محصولاتی که به سبد محصولات غذایی گل‌ها افزوده شده می‌توان به تی‌بگ چای سیاه و چای سبز اشاره کرد که بسیار مورد تقاضای مشتریان گل‌ها بوده و در کنار قند و شکر تک نفره و پودر کیک گل‌ها یک ترکیب عصرانه دلچسب را برای مصرف کنندگان گل‌ها فراهم کرده است. به دلیل اینکه گروه زیادی از افراد جامعه از بیماری سلولیک (نوعی اختلال خود ایمنی که دستگاه گوارش قابلیت جذب و هضم گلو تن را ندارد) رنج می‌برند، مجتمع صنایع غذایی گل‌ها انواع آرد‌های فاقد گلوتن مانند آرد نشاسته، آرد ذرت، آرد سویا و آرد برنج را تولید و عرضه کرده که می‌توانند جایگزین مناسبی برای آرد گندم در تولید نان‌های مناسب این بیماران باشند. مجتمع صنایع غذایی و کشاورزی گل‌ها در حال گسترش محصولات مختلف به ویژه محصولات تک پرسوی و نیز محصولات سلامت محور است و با توجه به نیاز بازار و تقاضای مصرف کنندگان، سبد غذایی این شرکت روز به روز در حال کامل تر شدن است. در حوزه محصولات قهوه و کاکائو نیز به زودی محصول کاپوچینو با طعمی متفاوت و دلپذیر و محصول اسپرسوی فوری با فرمولاسیونی استثنایی را با برند «Golha Café» روانه بازار خواهیم کرد. همچنین یک محصول بسیار کاربردی و پرطرفدار که بر اساس ارزیابی‌های واحد تحقیق و توسعه و مارکتینگ گل‌ها طراحی شده و از ممتازترین و خالص‌ترین مواد اولیه تهیه شده است، به زودی به بازار معرفی می‌شود. این محصول خاکشیر و تخم شربتی به صورت تک پرسوی است که به راحتی و به سرعت یک شربت دلپذیر و خنک به مصرف کننده می‌دهد. طراحی بسته‌بندی این محصول منحصر به فرد و خود محصول، بسیار تمیز و بدون ناخالصی و با کیفیت بسیار بالا است. این مجموعه با ارزیابی نیاز امروز بازار و گسترش آگاهی مصرف کنندگان و رویکرد جامعه به سمت محصولاتی بر پایه سلامت، در حال برداشتن گام‌هایی موثر در این حوزه و گسترش جایگاه خود در حوزه محصولات سلامت محور و ارگانیک است. عسل ارگانیک با کیفیت بی‌نظیر و طعمی منحصر به فرد به صورت تک پرسوی، برای طیف‌های مختلف مصرف کننده از کارمند تا محصل و نیز هتل‌ها، کافه‌ها و رستوران‌ها بسیار جذاب و کاربردی است که در آینده‌ای نزدیک روانه بازار



گفت‌وگوی اختصاصی با مهندس حسین روحی

در این بخش می‌خوانیم:

- تولید بر اساس آخرین دستاوردهای علمی
- تغییرات سریع تکنولوژی در صنعت چاپ و بسته‌بندی
- آسیب کمتر به محیط زیست با استفاده از پاکت‌های کاغذی

مدیرعامل صنایع بسته‌بندی پارسه البرز راویا بیان کرد

برنامه‌ریزی برای فروش محصولات با استفاده از هوش مصنوعی

محمد جعفری

ورق و کارتن راویا فعالیت خود را از سال ۱۳۹۰؛ یعنی درست بعد از شروع فاز اول تحریم‌های بین‌المللی علیه جمهوری اسلامی ایران آغاز کرد و با تکیه بر دانش فنی و تجربه ۳۰ ساله در صنعت مواد غذایی، بازار پر تلاطم پساتحریم را با موفقیت کامل پشت سر گذاشت. هدف اصلی و چشم‌انداز این مجموعه، کسب رضایت کامل شرکای تجاری خود بوده، از این‌رو از مشخصات محصولات آن می‌توان به کیفیت فوق‌العاده، تحویل سفارشات در کمترین بازه زمانی ممکن، قیمت‌های بسیار رقابتی و تعهد کاری اشاره کرد. با توجه به این موضوع به سراغ مصطفی بابایی، مدیرعامل صنایع بسته‌بندی پارسه البرز راویا و فارغ‌التحصیل کارشناسی آی تی از دانشگاه آزاد رفته و با وی به گفت‌وگو پرداختیم. این فعال صنعت بسته‌بندی بر این نکته اذعان دارد که در شرایط کنونی و به لطف خدا با طیف متنوعی از مشتریان و صنایع روبه‌رو هستیم و معمولاً در شرایطی که حجم سفارشات افزایش پیدا می‌کند، در بخش نیروی انسانی و تامین مواد اولیه اقدامات اثرگذاری را انجام می‌دهیم. مشروح این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

صادراتی پیدا کردیم. بارشده تقاضا و با توجه به حجیم بودن کارتن‌ها، با مشکل کمبود فضا مواجه شدیم و به اجبار مکان دیگری را به مساحت یک‌هزار و ۵۰۰ متر اجاره کردیم. پس از آن، با شروع کرونا مواجه شدیم و با توجه به اینکه بیشتر با صنعت آرایشی و بهداشتی در ارتباط بودیم، مجدداً سفارش‌ها زیادتر شد و باز هم با کمبود فضا مواجه شدیم. از طرفی، با افزایش نرخ ارز و کرایه‌ها مجبور شدیم که با سختی‌های زیاد، ملکی جدیدی را خریداری کنیم که در حال حاضر هم در این مکان فعالیت داریم. تا سال ۱۴۰۱ فقط به عنوان یک واحد کارتن‌سازی فعالیت داشتیم، ولی به لطف خدا در این سال، خط ورق‌سازی را هم استارت زدیم که امید است، این فعالیت نیز از این پس با سرعت و رشد خوبی ادامه پیدا کند.

از ابتدای فعالیت تاکنون، چه تحولات و تغییرات عمده‌ای در صنعت بسته‌بندی و نیاز بازار مشاهده کرده‌اید و چگونه خود را با این تغییرات تطبیق داده‌اید؟

طی حدود ۱۳ سال حضور در این صنعت، تغییرات زیادی شکل گرفته، به طوری که تنوع بیشتر شده و رقابت‌های زیادی نیز به وجود آمده است. با این حال بنده به این جمع‌بندی رسیده‌ام که به طور کل تغییر محسوسی شکل نگرفته و آنچه مطرح است، عمدتاً موضوع رقابت است؛ البته هنوز به خروجی مورد نظر دست پیدا نکرده‌ایم. خیلی از بزرگان این صنعت، ماشین‌آلات زیادی را وارد کرده‌اند، اما متأسفانه نتیجه مورد نظر حاصل نشده است. به عنوان مثال، کیفیت چاپ کارتن در کشورمان اصلاً قابل قیاس با کارتن‌های تولیدی در کشور چین نیست. در تلاش بودیم تا با توجه به تغییرات خارج از کشور و داخل، یک سری از پروژه‌ها را در راس کار قرار دهیم که انشالله در آینده به سرانجام خواهد رسید. قطعاً رشد شرکت تنها به ماشین‌آلات وابسته نیست، بلکه مدیریت، آموزش پرسنل و... نیز مهم است.



درباره عمده فعالیت‌ها و چگونگی ورود خود به صنعت بسته‌بندی توضیح دهید.

از آنجایی که پدر بنده، مدیر مجموعه‌هایی همچون گلین ماکارون و نودل جهان بود و رابطه خیلی خوبی با صاحب این مجموعه آقای کریملو بزرگ داشتند، توسط یکی از دوستان وی به ایشان پیشنهاد شد که کارتن‌های در خواستی مجموعه‌های گلین را تولید کنیم، بر همین اساس جرقه شروع این فعالیت زده شد. فعالیت مادر سال اول به صورت شراکتی و با دوست پدرم بود و بعد از یک سال از یکدیگر جدا شدیم و کارگاهی ۱۵۰ متری را در کمالشهر کرج به صورت خانوادگی راه‌اندازی و شروع به فعالیت کردیم. حدود ۳ سال در آنجا فعالیت داشتیم و بعد از آن با خرید ملکی در صفادشت، شرکت را به این منطقه انتقال دادیم. با شروع تحریم‌های سال ۱۳۹۷ و بارشده تقاضا از جانب مشتریان، تولید مانیز بسیار رونق گرفت و مشتری



چگونه در کنار حفظ کیفیت، تنوع محصولات خود را

افزایش و نیازهای متغیر بازار را پوشش داده‌اید؟

تنها سیاست ما این بود که هر چیزی که صنعت بسته‌بندی نیاز دارد را تولید کنیم. از آنجایی که این شرکت در فاز توسعه‌ای بوده، طی این مدت با همه صنایع همکاری کرده و به صورت فصلی و تخصصی فعالیت نداشته است، بلکه از صنایع مختلف، بسته‌بندی‌های مختلفی تولید کرده و همین امر به ثبات نسبی فعالیت‌های مادر طول سال کمک کرده است.

یکی از چالش‌های صنعت بسته‌بندی، توجه به مسایل زیست‌محیطی و استفاده از مواد تجزیه‌پذیر است. در صنایع بسته‌بندی پارسه البرز راویا چگونه به این چالش پاسخ داده‌اید؟

حقیقتاً طی سال‌های مختلف با چالش‌های بسیار زیادی در زمینه‌های مختلف روبه‌رو بوده‌ایم. اما طی تحقیقات انجام شده توسط بنده، مشخص شد که هنوز در توسعه یافته‌ترین کشورهای دنیا از کارتن استفاده می‌شود و این محصول هنوز کاربردی است، بر همین اساس فعالیت در این زمینه را متوقف نکردم. همچنین دوره کرونا مهر محکمی بر این بود که صنعت کارتن، پتانسیل بسیار بیشتری برای گسترش دارد. در این دوره با اینکه خیلی از صنایع افت داشتند، ولی مصرف کارتن برای ارسال و جابه‌جایی محصولات رشد چشمگیری داشت.

با توجه به افزایش رقابت در صنعت بسته‌بندی، چگونه جایگاه خود را در بازار حفظ کرده‌اید؟

بنده به رقابت اعتقاد دارم و هر جا که رقابت نباشد، پیشرفتی هم نخواهد بود. در این صنعت خیلی پیش‌تر از ما افرادی شروع به فعالیت کرده‌اند که قطعاً تجربه و سرمایه بیشتری داشته و حتماً گز رنگ‌تر از ما نباشند، ساده‌تر از ما هم نخواهند بود، به همین دلیل طی این سال‌ها در تلاش بوده‌ایم که حداقل راه آن‌ها را دنبال نکنیم، در غیر این صورت راهی رفته‌ایم که آن‌ها رفته‌اند، به همین دلیل همیشه سعی کردیم که مسیر جدیدی را طی می‌کنیم تا بخشی از بازار را توسعه دهیم. در این مسیر نیز خدا کمک کرده تا فعالیت‌هایی انجام دهیم که قبلاً انجام نشده است. استراتژی ما این است که به سمت نوآوری حرکت کنیم. یک جمله معروفی می‌گوید «اگر به دنبال رقابتی، کافی‌ه رستوران باز کنی»، چرا که رقابت در این صنعت در کل دنیا بسیار زیاد است. بنده نمی‌گویم که رقابت چیز بدی است، اما قطعاً این مقوله برای کسی است که مایل به آن باشد، در حالی که ما بیشتر به رقابت در نوآوری گرایش داریم.

چه چالش‌هایی در تامین مواد اولیه با کیفیت و قیمت مناسب دارید و چگونه آن را مدیریت می‌کنید؟

در سال ۱۳۹۷ با چالش‌های زیادی در تامین کاغذ روبه‌رو بودیم که به صورت شدیدتر در سال ۱۴۰۳ نیز به وجود آمده و همین مساله مانع از

تحقق اهداف ما شد. به نظر بنده، برعکس سال ۱۳۹۷ در سال ۱۴۰۳ بیشتر با درخواست کاذب طرف هستیم تا تقاضای واقعی بازار، چون از دید بنده، قدرت خرید جامعه به شدت کاهش یافته و برای سال جدید تقاضا به این شکل نخواهد بود. همچنین ظرفیت تولید کاغذ بسته‌بندی داخل کشور قابل قبول است و اینکه کاغذ پیدا نشود، منطقی نیست و فقط به صورت دوره‌ای است. جمله "بعضی اوقات تلاش حداکثری باعث وضع حاضر است" در کتاب پنجمین فرمان از پیتر سنگر درباره شرایط کنونی بازار کاملاً صدق می‌کند.

در حوزه صادرات، چه بازارهایی را به عنوان هدف انتخاب کرده و چه چالش‌هایی برای صادرات محصولات بسته‌بندی به این بازارها وجود دارد؟

به اعتقاد بنده، هم‌اکنون اقتصاد مادر حال طی کردن مسیر چین است و در حال حاضر صادرات نقش مهمی و در سال‌های آتی قطعاً نقش پررنگ‌تری را بازی خواهد کرد. ما از سال ۱۳۹۷ صادرات داشته و از کشورهایی مانند عراق مشتری داریم. در حال حاضر فرآیند صادرات هر روز در حال سخت‌تر شدن است که یک نمونه آن، مشکل ترخیص کالا در کشور مقصد و از سال بار است. صادرات در زمینه تامین نقدینگی کمک بسیاری به ما می‌کند، از این رو پروژه‌های در دست اقدام ما کاملاً صادرات محور هستند. عمده‌تاکشورهای عرب‌نشین حاشیه خلیج فارس مقاصد صادراتی ما هستند، چرا که همکاری با آن‌ها راحت‌تر و قابل اعتمادتر است. از طرفی، آن‌ها سخت‌گیری‌ها و حساسیت‌های کشورهای اروپایی را ندارند و در پذیرش کالاها بهتر عمل می‌کنند.

با توجه به تجربه طولانی شما در صنعت بسته‌بندی، چه تحولات فناوری در این صنعت را پیش‌بینی می‌کنید که شرکت شما باید برای آن‌ها آماده باشند؟

مهمترین تغییر تاریخ قرار است در این صنعت اتفاق بیافتد، زیرا در بخش بسته‌بندی و B2B ما فروش محور هستیم. به نظر بنده، یکی از مشکلات این است که فاقد قوانین سفت و سخت در کشور هستیم و همین امر موجب می‌شود تا بسیاری از مسایل حاشیه‌ای به ویژه در زمانی که مدیران یا نفرات جابه‌جایی شوند، به وجود آید و همین موضوع موجب ضرر و زیان مامی شود. هوش مصنوعی نیز به شدت می‌تواند این موضوع را تحت‌تاثیر قرار دهد و فروش را به کسی بسپارد که مشکل ساز نیست، بر این اساس بیشترین تمرکز بنده این است که فروش را وارد این بخش کنم، چرا که جدا از مزیت‌ها، به بحث تکنولوژی علاقه زیادی دارم. متأسفانه واردات ماشین‌آلات روز به روز در حال سخت‌تر شدن است و این امر زیرساخت‌های خط تولید را تحت‌تاثیر قرار خواهد داد و متأسفانه نه فقط صنعت ما، بلکه تمامی اصناف به مشکلات سخت‌افزاری بر خواهند خورد، اما می‌توان تمرکز را بر بخش نرم‌افزاری گذاشت و حداقل نتیجه ممکن را گرفت. ■

واردات ماشین‌آلات
روز به روز در حال
سخت‌تر شدن
است و این امر
زیرساخت‌های
خط تولید را تحت
تاثیر قرار خواهد
داد و متأسفانه نه
فقط صنعت ما،
بلکه تمامی اصناف
به مشکلات
سخت‌افزاری
بر خواهند خورد

مدیرعامل شرکت گلدن تکل آذربایجان اعلام کرد

تولید براساس آخرین دستاوردهای علمی

مینا افتخاری

شرکت گلدن تکل با بیش از ۳۰ سال سابقه در تولید و بسته‌بندی و ۱۵ سال سابقه در واردات گوشت از مغولستان و کشورهای CIS، در سال ۱۳۷۸ با هدف عرضه محصولات باکیفیت در حوزه بسته‌بندی گوشت گرم و منجمد تاسیس شد. تلاش اصلی شرکت بر این پایه است که کلیه ضوابط بهداشتی و استانداردهای قانونی در مراحل پرورش، کشتار، بسته‌بندی، انجماد، نگهداری و حمل و نقل محصول نهایی رعایت شوند. آنچه در ادامه از نظر تان می‌گذرد، به گفت‌وگوی ما با دکتر بابک داداش‌زاده، مدیرعامل شرکت گلدن تکل آذربایجان و رییس هیات مدیره شرکت پیشرو اندیشان نیل با برند Net Meat از چهره‌های ماندگار صنعت، معدن و اقتصاد اختصاص دارد.

این شرکت چه معیار و ضوابطی برای مراحل تولید تا عرضه تولیدات خود دارد؟

شرکت گلدن تکل با بهره‌گیری از توان فنی و علمی متخصصان دامپزشکی، صنایع غذایی و علوم دامی در تمامی مراحل تولید از پرورش، کشتار و فرآوری محصول نهایی، تولیدات خود را منطبق بر آخرین دستاوردهای علمی و بالاترین استانداردهای بهداشتی عرضه می‌کند. تلاش اصلی شرکت بر این پایه است که کلیه ضوابط بهداشتی و استانداردهای قانونی در مراحل پرورش، کشتار، بسته‌بندی، انجماد، نگهداری و حمل و نقل محصول نهایی رعایت شوند. بهره‌گیری از حضور کارشناسان ارشد علوم دامی، انجام آزمایش‌های کنترل کیفی و حضور ناظران بهداشتی سازمان دامپزشکی کشور و همچنین ناظران شرعی موجب شده که محصولات حلال تولیدی این شرکت از بالاترین استانداردهای بهداشتی برخوردار باشند.

چرا مغولستان را به عنوان کشور مرجع برای ایجاد شرکت‌های زیر مجموعه گلدن تکل انتخاب کردید؟

کشور مغولستان از نظر مساحت نوزدهمین کشور پهناور جهان است و به علت داشتن مراتع غنی از علوفه‌های معطر، محل مناسبی برای پرورش دام محسوب می‌شود. گوشت استحصالی از دام‌های این منطقه از کیفیت و طعم ویژه‌ای نسبت به سایر مناطق برخوردار است و با توجه به اینکه از هیچ کود شیمیایی در رشد علوفه‌های مراتع استفاده نشده و حیوانات با هیچ غذای دستی تغذیه نمی‌شوند، گوشت به دست آمده از حیوانات این منطقه نیز کاملاً ارگانیک و طبیعی است.

این شرکت از چه سامانه‌ای برای حمل و نقل دام بر خوردار است؟

شرکت گلدن تکل با استفاده از وسایل نقلیه تخصصی و مجوزهای بهداشتی، دام‌ها را از طریق جاده و ریل به مقصد منتقل می‌کند. حفظ آرامش و سلامت دام در حین حمل و نقل، اولویت اصلی است. بر خوردار از وسایل نقلیه تخصصی حمل دام با مجوزهای بهداشتی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های خطوط ریلی و هوایی بین‌المللی، این شرکت رادر حمل و توزیع محموله‌ها در دورترین نقاط داخل و خارج از کشور توانمند ساخته



شرکت گلدن تکل آذربایجان با چه اهدافی آغاز به کار کرد و در چه زمینه‌هایی فعالیت دارد؟

نخستین اقدام این شرکت در راستای اهداف اصلی آن، احداث و راه‌اندازی کارخانه بسته‌بندی و تولید گوشت منجمد در آذربایجان شرقی (شمال غرب ایران) بود. از سال ۱۳۸۸ فعالیت‌های این شرکت همسو با سیاست‌های تنظیم بازار داخلی، به واردات گوشت از کشورهای مغولستان، جمهوری آذربایجان و روسیه گسترش یافت. محموله‌های خریداری شده از این کشورها از مسیرهای زمینی، هوایی و ریلی وارد کشور می‌شدند. با گسترش فعالیت‌های شرکت و به منظور تسهیل تجارت بین‌المللی، نخستین شرکت زیرمجموعه Golden Takal در سال ۲۰۱۸ میلادی به نام شرکت Golden Takal Azerbaijan در پایتخت جمهوری آذربایجان و دومین شرکت زیرمجموعه در سال ۲۰۲۳ میلادی به نام Golden Takal Mongolia در شهر اولانباتور پایتخت کشور مغولستان افتتاح شدند که هم‌اکنون نیز در راستای سیاست‌گذاری‌ها و خط مشی شرکت مادر در حال فعالیت هستند.



است. حفظ آرامش و سلامت دام در حین حمل و نقل و پرهیز از وارد آمدن استرس بیش از حد، مهمترین عامل موفقیت این شرکت در تولید محصولات با کیفیت به حساب می آید. شرکت گلدن تالک همگام با سیاست های بهداشتی داخلی و بین المللی سازمان دامپزشکی کشور، خود را ملزم به رعایت کلیه دستورالعمل های صادره می داند.

چه عواملی موجب ارتقای سطح بهداشتی و کیفیت تغذیه ای تولیدات شما می شود؟

تضمین کیفیت محصولات، نه صرفاً یک شعار، بلکه باور و فرهنگ سازمانی ما است. کارشناسان و متخصصان این شرکت، در تمامی مراحل تولید، با رعایت آخرین استانداردها و دستورالعمل های بهداشتی، بر روند تولید نظارت دقیق دارند. کاهش استرس، استراحت قبل از کشتار، رعایت اصول امنیت زیستی و انجام معاینات قبل از کشتار، موجب ارتقای سطح بهداشتی و کیفیت تغذیه ای محصولات می شود. فرآیند کشتار، بسته بندی و انجماد با رعایت کامل اصول بهداشتی و تحت نظارت کارشناسان انجام می شود. بعد از مرحله قرنطینه، دام ها به سالن کشتار گاه هدایت شده و با نظارت ناظر شرعی، عملیات ذبح شرعی صورت می گیرد. در طول خط کشتار پس از انجام عملیات پوست کنی و تخلیه شکم، لاشه دام ها پس از تاییدیه سلامت دامپزشک ناظر، توسط کارگران مجرب شرکت، شست و شو و به سالن پیش سردکن منتقل می شوند. لاشه ها در سالن پیش سردکن به مدت ۲۴ ساعت در دمای ۲+ تا ۴+ درجه سانتی گراد نگهداری شده تا مرحله جمودنشی طی شود. طی این فرآیند دمای عمقی لاشه به زیر ۵ درجه سانتی گراد و PH آن به زیر ۶/۳ می رسد. این امر به ترد شدن گوشت و به حداقل رسیدن آلودگی احتمالی به دلیل کاهش دما و بالا رفتن اسیدیته گوشت کمک می کند. لاشه ها پس از مرحله پیش سردکن به سالن بسته بندی منتقل می شوند و عملیات قطعه بندی و استخوان گیری توسط کارگران و تکنسین های مجرب صورت می گیرد. در این مرحله بنا به سفارش خریدار، گوشت های قطعه بندی شده توسط فویل پلاستیکی پوشانده شده و با قرار دادن در کارتن های مخصوص بلافاصله به تونل انجماد منتقل می شوند. گوشت های بسته بندی شده پس از انجماد در برودت منفی ۴۰ درجه سانتی گراد به سردخانه منتقل شده و در دمای منفی ۱۸ درجه سانتی گراد تا زمان حمل به مقصد نهایی نگهداری می شوند.

گوشت گوسفندی به مدت ۱۲ ماه و گوشت گوساله به مدت ۱۸ ماه از زمان تولید تاریخ مصرف دارند. کارتن های حاوی گوشت منجمد در سردخانه زیر صفر در زمان ارسال، به تبرهای یخچال دار که برودت دمای داخل آن ها منفی ۲۰ درجه سانتی گراد است، جهت حمل تا مقصد نهایی بارگیری می شوند. یقین داریم که با مصرف گوشت تهیه شده این شرکت در مغولستان، با تجربه خوشایند طعم لذیذ آن، از مصرف این ماده غذایی لذت خواهید برد. مادر دستیابی به کیفیت و استاندارد بالای تولیدات خود افتخار می کنیم و تداوم این افتخار را در گروی رضایت مصرف کنندگان می دانیم.

چه راهکارهایی برای مدیریت هزینه ها و تعیین قیمت محصولات در بازار داخلی اندیشیده شده است؟

با توجه به نوسانات ارزی و عدم ثبات اقتصادی، شرکت تلاش می کند تا با مدیریت هزینه ها، اثرات این نوسانات را بر قیمت تمام شده محصول کاهش دهد. قیمت گذاری نیز به هماهنگی مدیریت تنظیم بازار وزارت جهاد کشاورزی انجام می شود.

با توجه به تجربه طولانی شما در واردات گوشت از کشورهای مغولستان و کشورهای CIS، چه چالش هایی در تامین و واردات گوشت از این مناطق دارید و راهکارهای مدیریت این چالش ها چگونه بوده است؟

بزرگترین چالش موجود در این حوزه، مسایل مربوط به تبادلات ارزی است. در کشور مغولستان، به دلیل لزوم انجام تمامی پرداخت ها از طریق حساب های بانکی، امکان گشایش اعتبار اسنادی (LC) و انتقال وجه از طریق سیستم بانکی وجود ندارد که این امر، وارد کنندگان را ناگزیر به استفاده از حساب های واسطه و صرافی ها می کند که هزینه های گزافی را به آن ها تحمیل می کند. علاوه بر این، نوسانات نرخ ارز در کشور و تاخیرهای طولانی در پرداخت ارز نیز از دیگر چالش های مهم این حوزه به شمار می روند.

شرکت های گلدن تالک آذربایجان و پیشرو اندیشان نیل (Net Meat) در حوزه تولید و بسته بندی گوشت فعالیت دارند. چه استراتژی هایی برای تنوع بخشی به محصولات و افزایش سهم بازار در نظر گرفته شده است؟

برای افزایش سهم بازار و تنوع بخشی به محصولات، استراتژی های شرکت در دوبخش کلیدی تعریف می شوند:

الف) تولید برون مرزی:

- به منظور تامین ثبات در شرایط تولید، ارتقای کیفیت محصولات و بهره گیری حداکثری از اجزای تولیدی مانند پوست، آلایش و چربی ها، این شرکت اقدام به تاسیس کشتار گاه تولید فرآورده های گوشتی، کنسرو و مجموعه تبدیل ضایعات در کشور مغولستان کرده است.
- این مجموعه با طراحی اروپایی و توسط پیمانکاران چینی، زمینی به مساحت ۵۰ هکتار را در دست احداث دارد و پیش بینی می شود تا ماه آگوست ۲۰۲۵ تکمیل گردد.
- با تکمیل این مجموعه، علاوه بر ارتقای کیفیت محصولات، امکان تولید در تمام طول سال فراهم شده و شرایط باثباتی در بازار ایجاد خواهد شد.
- در فاز دوم این طرح، چندین واحد پرواربندی گاو و گوسفند در مجاورت کشتار گاه ایجاد خواهد شد که امکان پرور دام های با وزن پایین در آن فراهم می شود. در فصول بسیار سرد سال که امکان تهیه دام وجود ندارد، دام کشتاری مجموعه از این واحدها تامین خواهد شد.

ب) تولید داخلی:

- شرکت با عقد قرارداد با واحدهای مرغداری و پرورش بوقلمون و اجرای طرح های کشاورزی قراردادی، ضمن ارائه استانداردهای تولید به مرغداران و تامین جوجه یک روزه و نهاده، به ایجاد ثبات و اشتغال در بازار و ارتقای بهره وری و کیفیت محصولات پروتئینی کمک می کند.
- توزیع:**
- با راه اندازی فروشگاه اینترنتی «نت میت»، امکان خرید مستقیم و بدون واسطه برای مشتریان و مصرف کنندگان نهایی فراهم شده است.
- سابقه و کیفیت محصولات شرکت به همراه اعتماد مشتریان، آینده ای روشن را برای این حوزه نوید می دهد.
- تضمین کیفیت محصولات، نه صرفاً یک شعار، بلکه باور و فرهنگ سازمانی ما است. کارشناسان و متخصصان این شرکت، در تمامی مراحل تولید، با رعایت آخرین استانداردها و دستورالعمل های بهداشتی، بر روند تولید نظارت دقیق دارند. ■



مدیرعامل شرکت امرتات تاکید کرد

آسیب کمتر به محیط زیست با استفاده از پاکت‌های کاغذی

عارف فغانی

امروز نگاه متفاوتی نسبت به کاغذ و مصارف آن در میان مردم وجود دارد و تنوع و کاربرد این محصول چندبرابر بیشتر از قبل شده، از این رو یکی از بخش‌های کمک‌کننده به اقتصاد، صنعت کاغذ است و افراد زیادی در این حرفه مشغول شده‌اند که هر یک به فراخور سلیقه موجود در بازار از کاغذهای با مدل‌های متفاوتی استفاده می‌کنند. در این راستا با مهندس حسین روحی، مدیرعامل شرکت امرتات، تولیدکننده پاکت‌های کاغذی کرافت، گلاس، تحریر و... گفت‌وگویی داشتیم که ماحصل آن را می‌خوانید.

گرفت و توانستیم تولید را دو برابر کنیم که این خود نقطه عطفی در فعالیت ما بود. در سال ۱۴۰۰ نیروهای مستقر در کنار دستگاه‌ها به منظور ارائه خدمات با کیفیت‌تر به دوره‌های آموزشی اعزام شدند و در حال حاضر حدود ۱۸۰ نفر پرسنل تولیدی در بخش صحافی و ۱۰ نفر سرپرست تولید در این مجموعه مشغول به کار هستند. بخشی از نیروها به ویژه در بخش ماشین‌آلات به صورت سه شیفت فعالیت دارند و هم‌اکنون توانایی تولید ما در حال حاضر سه برابر سال ۱۴۰۰ است. با توجه به نیاز بازار جهانی به این محصولات و برنامه‌ریزی‌های ما برای صادرات، شناسایی و ورود به بازار هدف در خارج از کشور را هدف‌گذاری کرده و در این راه قدم‌های مثبتی برداشتیم.

به منظور توسعه این فعالیت چه برنامه‌ها و اهدافی را دنبال کردید؟

پرسنل مجموعه ما علاوه بر شرکت در دوره‌های مختلف و آشنایی با چاپ‌های مختلف، تصمیم گرفت تا به جای تولید چند محصول که نیاز به بررسی و نظارت بیشتر دارد، تمرکز خود را بر تولید یک محصول (پاکت‌های کاغذی) قرار دهد تا بازار هدف خوبی را به دست آورد و خوشبختانه هم‌اکنون در زمینه پاکت‌های بیرون پر فست‌فود طرح عمومی، برترین هستیم و به‌طور ماهانه دو میلیون پاکت بیرون‌پر تولید می‌کنیم که به صورت چاپ عمومی، بدون چاپ و بالوگوی مشتریان عرضه می‌شود. در این مسیر با برندهای مختلف همکاری داریم که در صنایع شکلات، فست‌فود، پوشاک، ذغال و... فعالیت دارند. سیاست شرکت ما بیشتر همکار محور بوده است. از بهترین مزیت‌های کار ما این است که حدود ۱۰ سال با همکاران ارتباط داریم و اسرار مشتریان این همکاران نزد ما محفوظ مانده است.

این شرکت چه برتری‌هایی نسبت به دیگر رقبا دارد؟



شرکت امرتات با چه هدفی تاسیس شد و چه فعالیت‌هایی انجام می‌دهد؟

این شرکت در سال ۱۳۸۹ با هدف چاپ و فروش محصولات و سپردن ساخت و صحافی ساک دستی‌های تبلیغاتی به مجموعه‌های دیگر تاسیس شد، اما از آنجایی که شرکت‌های سازنده ساک دستی‌های تبلیغاتی از نظر کیفیت دچار ضعف صحافی پاکت بودند، صحافی محصولات چاپی ما را به خوبی انجام نمی‌دادند و همین امر موجب کاهش کیفیت محصولات تولیدی می‌شد. با توجه به این موضوع، کارگاه ساخت پاکت را در سال ۱۳۹۰ به منظور تولید پاکت‌های با کیفیت‌تر تاسیس کردیم. بعد از گذشت چهار سال تولید محصول به صورت دستی، پرسنل این شرکت به ۶۰ نفر افزایش یافتند و در سال ۱۳۹۶ تولید پاکت‌های کاغذی را با دستگاه و ماشین‌آلات پیشرفته‌تر شروع کردیم و این کار بدون حذف حتی یک نفر از پرسنل تولید صورت

از جمله این برتری‌ها، تولید زیاد و باکیفیت است. به عنوان مثال، روزانه ۸۰ هزار پاکت بیرون بر فست فود تولید کرده و از کاغذهای ایرانی باکیفیت برای محصولات یک بار مصرف مثل پاکت بیرون بر فست فودی استفاده می‌شود. از دیگر مزیت‌های مانسبت به سایر رقبا، ساخت قالب‌های بیشتر و تولید سائزهای متنوع‌تر این پاکت‌ها است.

فرآیند کنترل کیفی در شرکت آمرتات به چه صورت انجام می‌شود؟

ما ۴ مجموعه کارگاه داریم که پاکت‌ها در آن ساخته شده و بر آن کنترل کیفی صورت می‌گیرد. علاوه بر این، یک مجموعه دیگر داریم که محصولات ارسالی این ۴ مجموعه را مورد بررسی نهایی قرار داده تا محصول با کیفیت بالاتری به دست مشتریان برسد. ما برای مشتریانی که محصول آن‌ها نیازمند تحمل وزن بیشتری است، در محصولات مان از کاغذهای وارداتی درجه یک و حتی با ضخامت‌های بیشتر استفاده می‌کنیم. در بحث مرکب‌ها هم باید گفت، از آنجایی که پاکت‌های بیرون بر معمولاً مستقیماً با مواد غذایی در ارتباط نیستند، از مرکب‌های صنعتی استفاده می‌کنیم، چرا که قیمت پایین‌تری دارند. در رابطه با پاکت‌های مواد غذایی همچون پاکت‌های همبرگر و ساندویچ و... از مرکب‌های فود گریت (غذایی) استفاده می‌کنیم تا آسیبی به سلامت مشتریان وارد نکند.

چطور می‌توان از مواد قابل باز یافت در صنعت چاپ استفاده کرد و شرکت آمرتات در این زمینه چه فعالیتی انجام داده است؟

در ۹۵ درصد تولیدات مجموعه ما هیچ گونه درختی قطع نمی‌شود و باز یافت پذیر هستند و به چرخه تولید باز می‌گردند. کاغذهای ما از خمیر نیشکر (خمیر باگاس) تولید و تنها ۵ درصد تولیدات ما از خمیر چوب تولید می‌شوند که آن هم وارداتی و از کشورهای دیگر تهیه می‌شود.

در خصوص مراحل تولید ساک دستی و سائزهای آن توضیح دهید.

با توجه به نوع محصول مشتری، ابتدا از کاغذهایی با سائز استاندارد استفاده می‌شود. در ابتدا به مشتری قیمت و فرآیند را اعلام می‌کنیم و مشتری نیز بعد از تایید قیمت، سفارش داده و فایل و لوگوی مورد نظر را ارسال می‌کند. طرح مانیز کار را طراحی و ماکتی از کار را به صورت فایل به مشتری ارسال کرده و بعد از تایید او، با توجه به تعداد سفارش مشتری، نوع چاپ مشخص و کار در مرحله اجرا قرار می‌گیرد.

مهمترین مشتریان این کاغذها از چه صنوف و کارخانه‌هایی هستند؟

از جمله مشتریان پوشاک فروشی، کارخانه‌های شکلات، تولیدی‌های کلوچه، بانک‌ها و ادارات به منظور اهدای هدایا است. همچنین



پاکت‌های کرافت در فست فودی‌ها، آجیل فروشی‌ها، کارخانه‌های ذغال، آنلاین شاپ‌ها و... مورد استفاده قرار می‌گیرند، اما به طور کل هر صنف با توجه به سلائق و تیپ کاری خود از یک نوع پاکت استفاده می‌کند. هر صنفی یک محصول مشخص سفارش می‌دهد که مانیز بر اساس آن سفارشات را ارائه می‌دهیم. به عنوان مثال، کارخانه‌هایی مانند ذغال در تولید پاکت به این توجه می‌کنند که رطوبت به ذغال سرایت نکند، از این رو ما پاکت‌هایی تولید می‌کنیم که ضد آب می‌باشند و به محیط زیست آسیب نمی‌رسانند و با حرارت می‌چسبد و مشتری هم از بابت نفوذ رطوبت به محصول خود، خیال راحتی دارد. این موضوع به ویژه در رابطه با ذغال‌های صادراتی بسیار مورد توجه است.

و سخن آخر...

باید به مانند کشور های پیشرفته عمل کنیم و هر سال یک محصول آسیب رسان به محیط زیست خصوصاً نایلون ها را کنار بگذاریم و از پاکت های کاغذی استفاده کنیم. می توان تنها با پرداخت اندکی مبلغ بیشتر، پاکت کاغذی تهیه کرد که ضرر کمتری برای محیط زیست داشته و هم زیبایی و ظاهر بهتری دارد. امید است که این فرهنگ جا بیفتد. ■

در ۹۵ درصد تولیدات مجموعه ما هیچ گونه درختی قطع نمی‌شود و باز یافت پذیر هستند و به چرخه تولید باز می‌گردند. کاغذهای ما از خمیر نیشکر (خمیر باگاس) تولید و تنها ۵ درصد تولیدات ما از خمیر چوب تولید می‌شوند که آن هم وارداتی و از کشورهای دیگر تهیه می‌شود

رئیس هیات مدیره گروه ارس تام مطرح کرد

تغییرات سریع تکنولوژی در صنعت چاپ و بسته بندی

المیرا اکرمی

با توجه به تغییرات فناوری و تکنولوژی، یکی از شروط موفقیت کسب و کارها و صنایع، به روزرسانی و هوشمندسازی خدمات و فرآیند تولید است. در این راستا، بسیاری از شرکتها همگام با صنایع روز دنیا تغییرات مثبتی را اعمال کرده و موجب کاهش هزینه های تولید و کیفی سازی خدمات خود شده اند. با توجه به این موضوع، با مهندس سیدعلی نصیری، رئیس هیات مدیره گروه ارس تام که از سال ۱۳۷۶ رسماً وارد خانواده بزرگ صنعت و چاپ و بسته بندی شده، گفت و گویی داشتیم که مشروح آن از نظر مخاطبان ارجمند می گذرد.

تصویب و وارد فاز اجرایی شد. فاز اول، به طراحی و ساخت ماشین آلات امحای اوراق اداری و خردکن های صنعتی و پرس و بسته بندی ضایعات برای مواد اولیه اختصاص داشت. فاز دوم؛ خرید زمین، طراحی، تجهیز و راه اندازی خط خمیر سازی و تولید کاغذ و مقوای صنعتی و بهداشتی و فاز سوم، راه اندازی خط مقوای دوبلکس بارو کش های صنعتی و بهداشتی بود.

در این مسیر با چه چالش ها و معضلاتی مواجه شدید؟

باید اعتراف کنم که اوایل دهه هشتاد برای بنده روزهای بسیار سخت و پر کاری بود. مدیریت توأمان با دانش کم و مسئولیت زیاد در سه حوزه تخصصی، هم زمان با محدودیت دسترسی به منابع علمی و دانش روز به علت نبود بستر مناسب اینترنت، نیازمند صرف انرژی و زمان بیشتری بود. به جرأت می توانم بگویم که روزی ۱۶ ساعت کار مداوم انجام می دادم که در این فرصت اندک قابل توصیف نیست. البته در کتاب در دست تألیف با نام «از فرش به عرش»، چالش های کارآفرینی در ایران را به طور کامل توصیف کرده ام. وقتی قرار است که در مورد هویت و ماموریت سازمان صحبت کنیم، ناگزیر به اشاره به بخشی از رنج ها و لذت های مسیر شکل گیری کسب و کار هستیم. دهه هشتاد مصادف شد با برخورد های قاطع وزارت ارشاد با واژه های بیگانه؛ البته بدون باز تعریف و بومی سازی. در این مسیر، مانیز از شمشیر ممیزی اداره کل ارشاد وقت در امان نماندیم و با پیگیری اداره کل و اتحادیه چاپ استان در آن زمان برای انحلال و حذف واژه خارجی «کلینیک» از شرکت ارس تام، دچار خسارات مادی و معنوی زیادی شدیم، ولی باید به قانون تمکین می کردیم. البته این واژه هم اکنون تقریباً در تمام صنایع به وفور استفاده می شود و حتی بعد از حذف واژه از شرکت ما، کلینیک بسته بندی صادرات سازمان توسعه تجارت رسماً فعالیت می کرد. در آن دوره به لطف خیلی از دوستان و کارشناسان اداره کل فرهنگ و ارشاد گلستان، مجبور شدیم که اسم قانون تبلیغات هیرسا را هم به «ایده» تغییر دهیم. این تغییر دقیقاً بعد از صدور مجوز فعالیت و زمانی که اولین کتاب تخصصی آگهی پزشکی به نام «سنخه» زیر چاپ بود، اتفاق افتاد و خسارات مادی بسیاری را به ما تحمیل کرد.



درباره فعالیت ها و چگونگی ورود خود به این حرفه توضیحاتی ارائه فرمایید.

نخستین فعالیت های مجموعه در حوزه بسته بندی در سال ۱۳۷۶، به صورت حرفه ای و تخصصی و با به کارگیری دانش آموختگان دانشگاهی گرافیک، چاپ و صنایع سلولزی، با تأسیس شرکت کلینیک چاپ و بسته بندی ارس تام آغاز شد. در آن سال ها، بیشتر فعالیت ها به طراحی و گرافیک بسته بندی و تولید برون سپاری شده محدود بود و سفارش های جعبه، کارتن و لفاف های بسته بندی به صورت دستمزدی و بدون کارخانه انجام می شد. در سال ۱۳۸۰ به دعوت دوستان، به عنوان شریک تجاری و مدیر سازمان فروش و تحقیقات بازار، به صورت موازی و تخصصی وارد مجتمع چاپ و بسته بندی نگاره گرگان و بازار تولید جعبه های مقوایی شدیم. با توجه به نیاز شدید صنایع کشور به بسته بندی و محدودیت های واردات مواد اولیه که همواره بخشی از چالش های این صنعت بوده، کلینیک ارس تام و شرکت نگاره، با هدف تأمین مواد اولیه مصرفی سلولزی، اقدام به تأسیس شرکت کاسپین گلستان کردند. استراتژی و ماموریت سازمانی شرکت در سه فاز مستقل





در راستای تاسیس و نام گذاری شرکت‌ها چه مشکلاتی پیش روی شما قرار داشت؟

شرکت‌های ارس سلولز، کلینیک بسته‌بندی ارس تام، ایده تجارت و رایکا صنعت که همگی شرکت‌های تاسیس شده خودمان بودند را جمع کردیم و فعالیت همه شرکت‌ها را در قالب گروه ارس تام، با مأموریت و استراتژی کامل تر، تحت عنوان شرکت ایده رایکا ارس تام به ثبت رساندیم. شرکت ایده رایکا ارس تام نیز، باز هم، نامی یک کیلو متری است که به اجبار و به تحمیل قانون رعایت چند سیلابی بودن نام شرکت‌ها با معنی ایرانی انتخاب شده است. کار آفرین که باشی، باید با تمکین به قوانین زندگی کنی؛ حتی اگر مخالف نظر علمی باشی. در اصل، ثبت شرکت‌ها در کشور ما نقش پدران، مادران و اجداد گذشته ما را دارند که اسمی را به هر دلیلی انتخاب و برای ما به یادگار گذاشتند. آغاز چالش اول کار آفرینی و شروع کسب و کار با نام گذاری و تسلیم و تمکین به یک نام آغاز می‌شود و صاحب کسب و کار هیچ اختیاری به معنای واقعی تجاری ندارد. اگر مجبور بودیم، پنج کلمه دیگر هم اضافه می‌کردیم تا «ارس تام» را حفظ کنیم. «ارس» به معنای قطره و «تام» به معنی کامل در لغت آمده است. مدعی هستیم که در صنعت چاپ و بسته‌بندی یک قطره کامل هستیم و در این راستا هم تلاش کرده‌ایم.

مهمترین بخش‌های تولیدی این شرکت و فعالیت‌های آن چیست؟

گروه ارس تام با محوریت تولید و تدارک صنایع چاپ و بسته‌بندی به صورت تخصصی فعالیت دارد. این گروه صنعتی، انواع مقوای دوبلکس با روکش انواع کاغذ سفید و کرافت، سلفون‌های چاپی و متالایز، پلی اتیلن بهداشتی و مقوای صنعتی با روکش پارچه و چرم مصنوعی را برای مصارف لفاف‌های بسته‌بندی ضد آب، انواع جعبه‌های سردخانه‌ای، هارد باکس و بسته‌بندی‌های خاص صنعتی و بهداشتی از گرماژ ۱۸۰ تا ۱۶۰۰ گرم بر مترمربع تولید می‌کند. بخش آتلیه طراحی گرافیک بسته‌بندی و طراحی محصول به صورت تخصصی، با مدیریت مهندس رضا شاه‌حسینی (دانش آموخته طراحی صنعتی و مدیر عامل شرکت پردیس طرح شاهکار) و تیم بسیار توانمند ایشان به عنوان شریک تجاری ارس تام اداره می‌شود. در بخش چاپ و بسته‌بندی، تولید انواع جعبه‌های مقوایی، انواع کارتن‌های چاپی و لمینتی و تولید انواع لیبل‌های پشت چسب‌دار رول و شیت با بهره‌گیری از ماشین‌آلات چاپ تامپو یک رنگ و دورنگ، سیلک اتومات چهار و نیم ورق، ماشین‌آلات چاپ افست از سایز یک ورق تا ۶ ورق، فلکسو و دایکات لیبل و فلکسو تک رنگ، دورنگ و چهار رنگ کارتن از سایز ۶۰ تا ۲۴۰ سانتی‌متر و ماشین‌آلات بعد از چاپ (ماشین سلفون و ویوی و طلاکوب تا ۶ رنگ، دایکات روتاری و دایکات فکی و دایکات تمام اتوماتیک سایز ۶ ورق و ماشین‌آلات لمینت کارتن و چسب چهار گوش و لاک باتم) با تکیه بر دانش متخصصان داخلی به عنوان شریک تجاری، آماده ارائه خدمات بسته‌بندی برای محصولات با کیفیت تولید کنندگان صنایع قرار گرفته است. همچنین بخش بازرگانی کاغذ و مقوا و کارتن و مواد اولیه واحدهای دیگر بسته‌بندی نیز فعال است. علاوه بر این، واحد تحقیق و توسعه صنایع بسته‌بندی با بهره‌گیری از دانش آموختگان صنایع چوب و کاغذ، پلیمر و معدن، به‌زودی محصولات جدید بنیان را با تکیه بر یافته‌های بومی و مواد اولیه منابع کامل ایرانی، وارد بازار بسته‌بندی

خواهد کرد. این محصولات در حال حاضر روند تولید آزمایشی را سپری می‌کنند و امیدواریم که به‌زودی، پس از ثبت، اخذ مجوز و تامین منابع، وارد تولید صنعتی شوند و تا پایان سال ۱۴۰۵ به این مهم دست یابیم.

با توجه به تغییرات سریع تکنولوژی و نیاز به ارتقاء تجهیزات چاپ، چه اقداماتی در این راستا در شرکت چاپ ایده رایکا صورت گرفته است؟

همان‌طور که مستحضر هستید، تغییرات تکنولوژی در حوزه صنعت چاپ و بسته‌بندی نسبت به دیگر صنایع دنیا بسیار سریع‌تر است و با توجه به میزان سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای خرید ماشین‌آلات چاپ، به‌روزرسانی تکنولوژی در واحدها به این آسانی نیست. ارس تام نیز قطعاً از این قاعده مستثنی نیست. امروزه شناخت و تامین مواد اولیه، به کارگیری دانش و تجربه و استفاده از ظرفیت خالی دیگر همکاران نقش بسیار خوبی را در راستای هم‌افزایی توان خدمتی و تکمیل زنجیره تامین می‌تواند ایفا نماید. با توجه به مطالعات واحد تحقیقات بازار گروه ارس تام، بسته‌بندی صنایع کشور نیاز به مهندسی مجدد، بازآفرینی و خلق ساختار جدید دارد. اگر مشتریان ما به این باور برسند و به واحدهای متخصص اعتماد کنند و واحدهای تولید و خدمات چاپ و بسته‌بندی نیز با توجه به نیاز واقعی محصول تولید کنندگان، نگرش درست و هدفمندی را بدون سوءاستفاده از اعتماد مشتریان داشته باشند، قطعاً با همین تکنولوژی موجود کشور هم می‌توان محصولات با کیفیت ایران را به همه بازارهای داخلی و صادراتی رساند. صنایع چاپ و بسته‌بندی کشور در حال حاضر به تربیت نیروی متخصص و توانمند بیشتر از به‌روزرسانی ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های نوین صنعت چاپ نیاز دارد. به کارگیری تغییرات سریع تکنولوژی این صنعت بزرگ با توجه به شرایط بسیار سخت تحریم‌ها و محدودیت‌های مالی و افزایش هزینه‌های جابه‌جایی ارز، کار بسیار دشواری است. صنعت چاپ و بسته‌بندی ایران نیاز به تغییر سریع نگرش به مشتریان به عنوان شرکای تجاری دارد و گروه ارس تام به‌گواه مشتریان وفادار در این راستا تلاش‌های خوبی داشته است.

یکی از گالیه‌های موجود، غیر تخصصی بودن اتحادیه‌های مرتبط با صنعت چاپ است. این موضوع چه تبعاتی به همراه داشته و چطور باید با آن برخورد کرد؟

غیر تخصصی بودن اتحادیه‌ها چالش امروز نیست. اتحادیه چاپ و بسته‌بندی نیاز به نظارت دولتی و صنفی دارد و کاملاً اتحادیه‌ای

تغییرات تکنولوژی در حوزه صنعت چاپ و بسته‌بندی نسبت به دیگر صنایع دنیا بسیار سریع‌تر است و با توجه به میزان سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای خرید ماشین‌آلات چاپ، به‌روزرسانی تکنولوژی در واحدها به این آسانی نیست

شرایط تحریم، بدون حمایت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کار را مشکل و شاید هم غیر ممکن سازد. هوشمندسازی و استقرار سیستم در سازمان و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات چاپ و بسته‌بندی، نیازمند نگاه استراتژیک دولت و برنامه‌های مدون و جامع وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کشور با همکاری اتحادیه‌ها و انجمن‌ها و دیگر سمن‌ها، برای حفظ سلامت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جامعه امری بسیار ضروری است.

دولت‌ها چه نقشی در توسعه بازار چاپ و بسته‌بندی و صادرات محصولات چاپی می‌توانند ایفا کنند؟

دولت‌ها نقش کلیدی در توسعه بازار چاپ و بسته‌بندی و صادرات محصولات چاپی دارند. این نقش را می‌توان در چند حوزه بررسی کرد:

۱. سیاست‌گذاری و حمایت‌های قانونی:

- تدوین قوانین و مقررات حمایتی برای صنعت چاپ و بسته‌بندی
- کاهش موانع صادراتی و تسهیل فرآیندهای گمرکی
- تنظیم استانداردهای ملی و بین‌المللی برای کیفیت بسته‌بندی و چاپ

۲. حمایت‌های مالی و تسهیلات بانکی:

- ارائه وام‌های کم‌بهره به فعالان صنعت چاپ و بسته‌بندی
- تخصیص یارانه برای خرید تجهیزات مدرن چاپ و بسته‌بندی
- معافیت‌های مالیاتی برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان

۳. توسعه زیرساخت‌ها و فناوری‌ها:

- حمایت از ایجاد شهرک‌های صنعتی ویژه چاپ و بسته‌بندی
- سرمایه‌گذاری در پژوهش و توسعه فناوری‌های نوین چاپ و بسته‌بندی
- توسعه کارگاه‌های آموزشی و مهارتی برای به‌روز نگه داشتن نیروی کار

۴. بازاریابی و تسهیل صادرات:

- مشارکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی
- ایجاد توافقات تجاری بین‌المللی برای کاهش تعرفه‌های صادراتی
- تبلیغ محصولات چاپی کشور در بازارهای هدف از طریق سفارتخانه‌ها و مراکز تجاری

۵. استانداردسازی و نظارت بر کیفیت:

- الزام تولیدکنندگان به رعایت استانداردهای بین‌المللی در چاپ و بسته‌بندی
- حمایت از ایجاد آزمایشگاه‌های کنترل کیفیت محصولات چاپی
- توسعه برندینگ ملی برای افزایش اعتبار محصولات چاپی در بازارهای جهانی

و سخن آخر...

از هیات تحریریه، صاحب امتیاز و مدیران نشریه وزین دنیای سرمایه‌گذاری تشکر می‌کنم که فرصتی را برای معرفی صنایع چاپ و بسته‌بندی کشور فراهم کردند. این اقدام، مدیران صنایع، صاحبان کسب‌وکار، و وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی مرتبط را بیشتر با چالش‌ها و فرصت‌های صنعت چاپ و بسته‌بندی و نیازهای این صنعت بزرگ و مادر آشنا می‌کند. ■



تخصصی است. زمانی که اتحادیه‌ای وجود نداشته باشد و در خیلی از شهرها و استان‌ها از اتحادیه همگن استفاده شود و زمانی که یک فرد غیرمتخصص در رأس امور اتحادیه همگن قرار بگیرد و بدون آگاهی به قوانین چاپ و بسته‌بندی و تبلیغات برای فعالان سالم و متعهد صنف تصمیم بگیرد، مطمئناً منافع مادی و معنوی صاحبان کسب‌وکار و شایان این صنعت بزرگ با چالش مواجه می‌شود. متأسفانه امروز تبعات غیرتخصصی بودن اتحادیه‌ها، سلامت خانواده را هم نشانه گرفته است. جعل چاپ و بسته‌بندی و لیبل انواع محصولات غذایی، آرایشی و بهداشتی، دارویی و صنعتی از مشکلات جدی غیرتخصصی بودن اتحادیه‌ها بوده که با لابی توانسته‌اند صنعتگران واقعی و سالم را هم با چالش جدی مواجه کنند. نظارت مستمر و تخصصی شورای سیاست‌گذاری با ترکیب وزارت صنایع و بازرگانی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و اتاق اصناف و تشکیل کارگروه‌های تخصصی و ایجاد محدودیت‌های ویژه مثل مدرک تحصیلی، داشتن حداقل ۱۰ سال تجربه، مجوز تاسیس از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و دیگر استعلام‌های نظارتی برای تشکیل اتحادیه‌استانی، می‌تواند به همه این چالش‌ها پایان دهد.

هوشمند شدن صنعت چاپ چه اهمیتی دارد و آیا مقدمات آن در کشور فراهم شده است؟

گردش مالی ۸۵۰ میلیارد دلار در صنعت چاپ در جهان به عنوان یکی از صنایع مهم و زیربنایی و قدمت ۲۰۰ ساله صنعت چاپ در ایران به پشتوانه مردان تلاشگر این سرزمین، جایگاه واقعی این صنعت را برای ما به عنوان صنعت سوم کشور مشخص می‌کند. واقعیت تلخ این‌که به علل مختلف و کم‌کاری اتحادیه‌ها و مشکلات اتحادیه همگن و بی‌توجهی دولت‌ها، متأسفانه این صنعت سالیان سال مورد بی‌مهری قرار گرفته است. با توجه به سرعت گردش اطلاعات و تغییرات سریع صنعت چاپ و بسته‌بندی در جهان، فاصله بسیار معناداری را داریم. هوشمندسازی و اصلاح زیرساخت‌ها برای دستیابی به بازارهای جهانی قابل رقابت، مستلزم حمایت‌ها، معافیت‌های مالیاتی، تعریف بسته‌های حمایتی ویژه از فعالان صنعت چاپ و بسته‌بندی، تعریف سهمیه ارزی برای تامین مواد اولیه مصرفی، بازتعریف قوانین نظارتی در حوزه‌های مختلف چاپ و توسعه آموزش‌های تخصصی واحدهای دارای مجوز نقش بسیار حیاتی و تعیین‌کننده در ادامه حیات این صنعت مهم دارد. از سوی دیگر، هوشمندسازی و خرید تجهیزات مدرن در

جعل چاپ و بسته‌بندی و لیبل انواع محصولات غذایی، آرایشی و بهداشتی دارویی و صنعتی از مشکلات جدی غیرتخصصی بودن اتحادیه‌ها بوده که با لابی توانسته‌اند صنعتگران واقعی و سالم را هم با چالش جدی مواجه کنند



گفت و گوی اختصاصی با خانم آزاده حسینیجانی

در این بخش می خوانیم:

■ هنر وسیله‌ای برای
بهرتر دیدن زیبایی‌ها است

موسس و مدیر گروه هنری آزاده

هنر وسیله‌ای برای بهرتر دیدن زیبایی‌ها است

مصطفی حاتمی

«هر سخن کز دل بر آید لاچرم بر دل نشیند» این سخن مصداق حرف‌ها و صحبت‌هایی است که خانم آزاده حسینجانی، موسس و مدیر گروه هنری آزاده که در زمینه نقاشی ایرانی و خوشنویسی فعالیت دارد، در خصوص آثار هنری خود بیان می‌کند. به گفته وی آنچه آثار یک هنرمند را جذاب و با استقبال فراوان روبه‌رو می‌کند، برگرفته از انرژی و حال خوبی است که آن هنرمند موقع خلق آثار خود دارد و تاثیر مثبتی بر حس و حال مخاطب خواهد داشت و آنچه به عنوان درون‌مایه یک اثر هنری است، از دیدگان پنهان نمی‌ماند. این کارشناس ارشد مدیریت تحول که دانشجوی دکترای مدیریت کسب و کار است، مدیریت اجرایی و ایده‌پردازی در برگزاری نمایشگاه‌های هنری و همچنین ورک‌شاپ را بر عهده داشته و مدرس نقاشی ایرانی مدرن به سبک آزاده است. همچنین کتاب جدید وی با عنوان «رهبری فکری» در مرحله چاپ قرار دارد. مشروح گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با این بانوی هنرمند و خوش‌ذوق را بخوانید.

که با همکاری خدا و هنر مند اثری خلق می‌شود که خواهم‌وناخواه در دل خود امضای هنرمند را دارد. منظور امضای هنری نیست، بلکه مفهومی است که هنرمند به اثر می‌دهد و این سبک بالهام از آثار اساتید نگارگری خصوصاً استاد فرشچیان با تغییرات خاص، بر پایه نگارگری بنا شده است.

برای خلق آثار از چه چیزی نشأت می‌گیرد؟

همیشه سعی کرده‌ام که آثار تکراری عرضه نکنم. در زندگی روزمره بعد از شنیدن پیام‌های خاصی که شاید متاثر از بعضی اشعار، نوشته‌ها یا بعضی از برنامه‌های تلویزیونی یا مشاهدات باشد، اثری خلق شده یا ایده‌ای به ذهنم می‌رسد. در این سبک تلاش کرده‌ام که بر اساس تمرین‌ها و تجربیاتی که از دوران کودکی تاکنون داشته‌ام و گاه تلفیق تکنیک‌های خاص به شیوه خودم، در کنار هم اثری را خلق و یک سبک خاصی را دنبال کنم که البته پایه اصلی آن بر پایه نگارگری و نقاشی ایرانی است، چرا که صفر تا صد این کار توسط خودم صورت می‌گیرد. به دلیل علاقه به چرم، آثارم را روی چرم خلق می‌کردم که این موضوع انحصار خاصی به کار من می‌داد و از آنجایی که به این کار علاقه داشتم، آن را به عنوان تخصص هنری خودم انتخاب کرده و سال‌ها این مسیر را دنبال کردم. در زمینه آموزش نیز فعالیت دارم و ورک‌شاپ‌های مختلف را برگزار کرده‌ام. از نظر من، چرم یک متریال باستانی و طبیعی است و چون در طبیعت وجود دارد، شاید به عنوان ضایعات در نظر گرفته شده و دور ریخته شود، به همین دلیل تصمیم گرفتم که از این چرم استفاده کرده و از هدر رفت آن جلوگیری کنم. و از آن اثری خلق شود که چرم را جادوانه کرده و ارزش آن را افزایش دهد. البته طی سال‌های مختلف تغییراتی نیز در کار من ایجاد شد، زیرا اعتقاد دارم، خلاقیت باید در کار افراد خصوصاً هنرمندان جریان داشته باشد. در جازدن در هر کاری درست نیست؛ همان‌طور که اگر آب جریان نداشته باشد، مرداب می‌شود. انسان نیز باید مانند طبیعت در رشد و جریان باشد. البته به مرور زمان تغییراتی در این سبک



سبک "نقاشی ایرانی مدرن به سبک آزاده" که شما پایه‌گذاری کرده‌اید، چه تفاوت‌هایی با سایر سبک‌های نقاشی ایرانی دارد و چه عواملی الهام‌بخش شما در خلق این سبک بوده است؟

این سبک شاید نوای قلم من باشد که برخاسته از اعماق روحم نسبت به دل‌تنگی به خدا است. این موضوع که عشق الهی را در وجود هنرمندان می‌جویند و هنرمند را بر آن می‌دارد تا پیام‌های الهی خداوند را به تصویر بکشد، صرفاً در هنرمندان نقاش نیست، بلکه هر هنرمندی چنین رسالتی را دارد. واقعیت این است که اصالت و جودی هنر، من را در جریان سبک‌های خاص قرار داد. هنر، الهام‌بخش و حیات‌بخش است. زمانی که در امواج الهی هنر که در روح هنرمند جریان دارد، غوطه‌ور می‌شویم؛ در خواهیم یافت که هنری حدود مرز، سرشار از نورانیت و عشق الهی است و هنرمند، عشق الهی را پس از اینکه از فیلتر وجودی خود رد می‌کند، به تصویر می‌کشد؛ اینجاست

ایجاد شده که نمونه آن، خلق تابلویی ترکیبی از چوب و چرم بود و در حال حاضر ترکیب بوم و چرم در دست کار است تا بدین ترتیب شیوه کار جدیدی عرضه شود. در این سبک تلاش بر این است که همیشه اصالت، احساس، سنت، مدرنیته و آنچه که در واقعیت زندگی جریان دارد، در سبک و محصولات هنری من جریان داشته باشد.

شما تجربه شرکت در ۵۸ نمایشگاه داخلی و بین‌المللی را دارید. کدامیک از این نمایشگاه‌ها چالش برانگیزترین تجربه شما بوده است؟

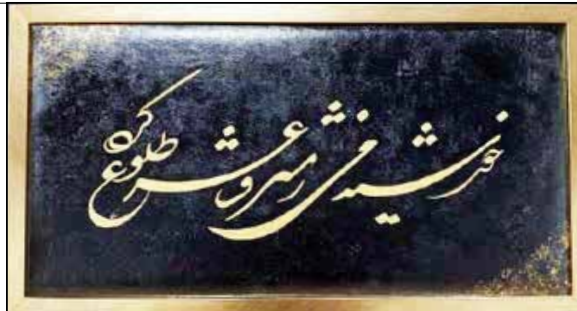
تقریباً تمامی نمایشگاه‌هایی که تا کنون شرکت کرده‌ام، چالش برانگیز بوده و دلیل آن سبک کاری متفاوت من و استفاده از آثاری بود که بوم چرمی داشت و بر مبنای ذهنیت متفاوت و تصویرسازی اشعار خلق شده بود یا موضوع و پیام خاصی داشت که این امر برای افراد قابل توجه بود. بسیاری از آن‌ها و حتی اساتید و هنرمندان سوالات زیادی از من داشتند و از این آثار استقبال می‌کردند. تقریباً در نمایشگاه‌ها شرح فعالیت‌های خود را برای اکثر افراد توضیح می‌دادم و گاه‌ها درخواست داشتند که معنای تصویر را برای آن‌ها شرح دهم. در یک سری تابلوها از طلا و نقره مایع روی بوم چرمی بدون چسب استفاده می‌کنم که ابداع خودم است. این کار به نوعی چالشی بود و سوالات زیادی را در ذهن مخاطبان ایجاد می‌کرد. برخی از مواقع نیز مورد انتقاد قرار می‌گرفتم. خوشبختانه تمام این سال‌ها به نظرات افراد گوش داده و از آن استفاده کرده‌ام که بسیار سازنده بوده است.

با توجه به تحصیلات شما در حوزه مدیریت تحول و DBA، چگونه از اصول مدیریتی برای بهبود فرآیند برگزاری نمایشگاه‌های هنری و توسعه گروه هنری آزاد به‌ر می‌برد؟

فرآیند برگزاری نمایشگاه و حتی توسعه بخشی به آن، در واقع مانند یک پروژه است و گروه هنری آزاد از ایده تا طرح نمایشگاهی، عملیاتی و اجرایی کردن آن را بر عهده دارد. همچنین این فرآیند پروسه تحقیقاتی مورد نیاز هر نمایشگاهی است که اگر به درستی انجام شود، به یک بیانیه خاص نمایشگاهی منتج خواهد شد. انتخاب زاویه دید و چشم‌انداز مناسب نمایشگاه می‌تواند دیدگاه خاصی را به هنرمندان شرکت‌کننده داده و حتی در خلق اثر آن‌ها موثر باشد. همچنین این موضوع می‌تواند پنجره‌ای نور را در برابر دیدگان مخاطبان نمایشگاه ایجاد کند. یکی از موارد قابل توجه در نمایشگاه‌ها، دعوت از اساتید و هنرمندان است. همچنین حضور اساتید راهنما به جهت پیشرفت و رشد فکری هنرمندان و حتی کشف دیدگاه‌های آنان، نقش مهمی دارد. از سوی دیگر، هنرمندان در این نمایشگاه‌ها دیدگاه خاص خود را بهتر شناخته و در ساختار فکری و اتحاد موضوعی از آن بهره می‌گیرند.

به عنوان یک ایده پرداز و مدیر اجرایی نمایشگاه‌های هنری، چه استراتژی‌هایی را برای جلب مخاطبان بیشتر و ارتقای سطح کیفی نمایشگاه‌ها به کار می‌برید؟

ارتقای سطح کیفی نمایشگاه‌ها، نیازمند آگاهی بیشتر هنرمندان و



خودآگاهی آنان است و این روند نباید متوقف شود. در این راستا اقداماتی همچون آشنا کردن هر چه بیشتر هنرمندان با هنر مدرن و نشان و بروز آن به شکل شایسته، برگزاری جلساتی با هدف افزایش عزت نفس خصوصاً بانوان هنرمند، یکپارچه‌سازی هنرمندان گروه در جهت اعتلای اهداف معنوی آن‌ها که در این راستا سلسله نمایشگاه‌های راه‌هنر مدرن راه‌اندازی شده است، تشویق هنرمندان به مطالعه کتاب با همین نام، خوانش کتاب در لایوهای پیج اینستاگرامی @miniature_leather انجام شده است. قطعاً با همراهی هنرمندان و علاقه‌مندان در این لایو‌ها بحث و بررسی کتاب در مطالعه هنر مدرن و راه‌های اصیل خلق آثار که برگرفته از روح الهی هر هنرمند است، مسیر هنرمدانه را به خوبی و درستی می‌توان پیمود. مسیر هنرمدانه هر هنرمند مختص خود اوست و هر هنرمند در مسیر خود می‌تواند آثار منحصر به فرد خود را خلق کند. البته هر هنرمند، قاعده‌تأیید به این قضیه توجه داشته باشد که در ابتدای کار آموزش، تکنیک‌ها و تبحر عزیزان در کار بسیار حائز اهمیت است و در کنار آن باید موارد خودآگاهی، کشف هنرمند

یکی از بهترین
خصوصیات و
ویژگی‌های هنر،
زبان گویای هنر
برای انتقال مفاهیم
است که می‌توان از
این ویژگی بزرگ در
راستای انتقال مفاهیم
فرهنگی و اجتماعی از
نسلی به نسل دیگر
و توسعه اجتماعی
استفاده کرد

درون و خلاقیت هم وجود داشته باشد. همیشه گفتیم که قلم هر هنرمند دو بُعد دارد (مهارت و آگاهی و روح الهی درون او) که این دو بعد، قلم هنرمند را به انحصار خود در می آورد و اتحاد این دو وقتی در کنار هم قرار می گیرند و به درستی مشخص می شوند، راه هنرمندان آن هنرمند را به درستی مشخص می کنند.

نمایشگاه جهانی دبى ۲۰۲۴ فرصت مهمی برای هنرمندان ایرانی بوده است. از تجربه خود در این نمایشگاه بگوئید و اینکه چه دستاوردهایی برای شما و گروه هنری تان داشته است؟

از مهمترین خصوصیات نمایشگاه جهانی دبى، این است که مرزها در آن شکسته شده و تمامی هنرمندان از اقصای نقاط جهان در غرفه های دیوار به دیوار در کنار هم قرار می گیرند. به عبارتی دیگر، آن ها همسایه هایی می شوند که با هم دوست هستند و در راستای برگزاری نمایشگاه به هم کمک می کنند. آنچه در این نمایشگاه برای من مشهود بود، مهر و محبت تمام دوستان از تمام دنیا با ملیت ها، رنگ ها، لهجه، شخصیت ها و فرهنگ های مختلف بود. شاید مهمترین دستاوردی که در این نمایشگاه برای هنرمند ایجاد می شود، دریافت و باز خورد از ملیت های دیگر با سلاقی و فرهنگ های مختلف است. آشنا شدن با نظرات هنرمندان خارج از مرز فرهنگ و سنت ما و بررسی هنر در جایی فراتر از وابستگی، سکوی مناسبی برای کسب جایگاهی جدید برای هنرمندان است.

هنر پدیدهای است که از دیرباز نقش موثری در زندگی انسان داشته و به عنوان یک بخش کارآمد و موثر شناخته شده و از آن در جهت تبلیغ و ترویج اندیشه ها و رفتارها استفاده شده است

یکی از آثار شما توسط گالری ایرانی برای نمایشگاه دبى برگزیده شد. این انتخاب چه تاثیری در مسیر حرفه ای شما داشته و چه ویژگی هایی باعث شد تا این اثر انتخاب شود؟

برگزیده شدن آثارم در نمایشگاه گروهی، تاثیر به سزایی در مسیر حرفه ای من داشته است. این موضوع باعث شد تا احساس درونی بهتری داشته و به افراد بیشتری معرفی شوم. همچنین افرادی بیشتری نسبت به سبک کاری من شناخت پیدا کرده اند که خداوند را شاکر هستم. از جمله مواردی که موجب برگزیده شدن اثر من شد، ابداع جدید مانند استفاده از طلای مایع بدون چسب، ایجاد طرحی ذهنی و خاص با خطوط منظم و انجام صفر تا صد این کار بود که توجه داوران نسبت به آن جلب شده و به عنوان اثری منحصر به فرد برگزیده در نمایشگاه دبى انتخاب شد.

در برگزاری نمایشگاه های گروهی و انفرادی، تعامل با هنرمندان مختلف چه نقشی در گسترش شبکه ارتباطی و رشد هنری شما داشته است؟

عناصر تعاملی در نمایشگاه ها و غرفه های نمایشگاهی، این قدرت را دارد تا ارتباطات معناداری بین شرکت کنندگان، بازدید کنندگان و برگزار کنندگان نمایشگاهی ایجاد و باعث ایجاد محیطی پویا و هدفمند با قابلیت برنامه ریزی های هنری و حرفه ای شود. حضور در نمایشگاه موجب تعاملات سازنده ای برای من بوده است؛ به ویژه اینکه به دلیل نوآوری در کارم و متفاوت بودن آن، برای بسیاری از دوستان تازه گی داشته و موجب آشنایی ها و ارتباطات جدید و معرفی آن به هنر جوان شد. در این نمایشگاه ها می توان ایده ها و بینش ها را به اشتراک گذاشته و یک روابط حرفه ای خوب و عالی ایجاد کرد. تجربه نیز ثابت کرده که عموماً فضاهاى مشارکتی، موجب ارتقاء اهداف و چشم اندازها شده و برخی از همکاری ها و روابط بر اساس علائق مشترک و گاه متضاد شکل می گیرد که موجب پیشرفت هنرمندان در مسیر کاری آن ها می شود.

چگونه تعادل بین فعالیت های هنری، تدریس و مدیریت اجرایی نمایشگاه ها را حفظ می کنید؟

فعالیت ها و شیوه آموزشی مادر کلاس ها و کارگاه ها به یکدیگر مرتبط و در یک راستا هستند. البته تفاوت های قابل ملاحظه ای هم وجود دارد که به مدیریت زمان و روابط اجتماعی مرتبط است. همیشه در جریان رود، سنگ ریزه هایی وجود دارد اما باید گذشت و جریان داشت. مدیریت مستلزم طراحی، سازماندهی، هماهنگی، رهبری، کنترل اوضاع، ارزشیابی و... است که همه این موارد به هم پیوسته و تفکیک ناپذیر است. زمانی که این هنر را شروع کردم، فکری برای آموزش آن نداشتم، ولی بعد از مدتی که تا بلو اثر خود را به نمایش می گذاشتم و از جانب دیگران برای آموزش تقاضا به وجود آمد، در این مسیر قرار گرفتم. آموزش با تولید اثر هنری متفاوت است. بعد از ورود به عرصه آموزش و نمایشگاه ها، متوجه توانایی های خود در این بخش ها شدم، به طوری که باعث شد تا پنج سال پیش اولین نمایشگاه را



بر گزار کنه و خوشبختانه بسیار معنوی و از نظر آثار هنری هم پر بار بود. به مرور زمان این کار گسترده تر شد و تلاش کردم تا فعالیت های خود را در این حوزه به طور مدیریت شده انجام دهم. در این مسیر چالش های زیادی داشته ام، اما به لطف خدا تا کنون این مسیر هموار شده است. قطعاً مدیریت این بخش، به مدیریت مدبرانه ای از طراحی، زمان، کادر اجرایی و... نیاز دارد.

از نگاه شما نقش هنر در توسعه فرهنگی و اجتماعی چیست و چگونه می توان از آن به عنوان ابزاری برای تاثیر گذاری مثبت استفاده کرد؟

هنر پدیده ای است که از دیرباز نقش موثری در زندگی انسان داشته و به عنوان یک بخش کارآمد و موثر شناخته شده و از آن در جهت تبلیغ و ترویج اندیشه ها و رفتارها استفاده شده است. به نظر من، مهمترین بخش هنر، اثرگذاری آن است؛ همان طور که مهمترین بخش تمام آثار هنری، پیام آنان است. هنری ماندگار و ریشه دار است که اثرگذار باشد. هنر از دشمنان نیز هنری است که توانایی سوق دادن جامعه به سوی رشد و آگاهی را داشته باشد. یکی از بهترین خصوصیات ویژگی های هنر، زبان گویای هنر برای انتقال مفاهیم است که می توان از این ویژگی بزرگ در راستای انتقال مفاهیم فرهنگی و اجتماعی از نسلی به نسل دیگر و توسعه اجتماعی استفاده کرد. شاید همه هنرمندان نباشند، اما هنر به قدری وسیع و ریشه دار است که می توان با آن تا ماس با آن به عنوان بازدید کننده و مصرف کننده، به آرامش رسید. همچنین هنر وسیله ای برای بهتر دیدن زیبایی های دنیا است. هنرمندان می توانند به زیباترین شکل توانایی هار را به تصویر بکشند.

در نمایشگاه های "تپایش و آرامش" و "من پر از خورشیدم"، چه مفاهیمی را مدنظر داشتید و چه بازخوردهایی از مخاطبان دریافت کردید؟

در نمایشگاه «تپایش و آرامش» تقریباً به تازگی وارد عرصه شرکت در نمایشگاه ها شدم. در آن زمان، یعنی اسفندماه ۱۳۹۹ بیماری کرونا ترویج یافته بود، بر این اساس همه چیز مجازی شده بود. از مهمترین اهدافم در کار هنری، انتقال حس خوب و ایجاد فضایی برای تفکر در زندگی بود. در این نمایشگاه بازخوردهای بسیار خوبی دریافت کردم و شرکت کنندگان از ورود به نمایشگاه ابراز خوشحالی می کردند که این حس به من نیز منتقل شد و بسیار جذاب بود. شاید یکی از دلایل این بود که همیشه با حس خوب کارهای خود را انجام می دهم و بر این موضوع تاکید دارم. هرگز با حال و انرژی بد به تابلوها قلم نمی زنم؛ زیرا بر این باورم که آن حس در تابلو ماندگار خواهد بود. یکی دیگر از موارد مورد توجه من در این نمایشگاه، معرفی سبک کاری ام بود، چرا که خیلی افراد با نقاشی ایرانی روی چرم آشنایی نداشتند. این نمایشگاه در معرفی آثار من بسیار کمک بخش بود و بازخوردهای خیلی خوبی داشت. نمایشگاه «من پر از خورشیدم» که در مهرماه سال ۱۴۰۲ در برج آزادی برگزار شد، عصاره تجربیات واقعی و عمیقی بود که سال ها به طور حرفه ای در هنر خصوصاً در

نمایشگاه ها حضور داشتم. این نمایشگاه پیام رسانی این مطلب بود که می توان در تمامی سبایه ها و تاریکی هایی که ایجاد می شود یا ایجاد می کنند، خورشید درون را روشن نگه داشت و باز هم خوب بود و درخشید. زمانی که از خدا پرسیده باشیم، بارها و بارها می توان بلند شد و خورشید درون را زنده و بیدار نگه داشت. این نمایشگاه برخی از تعبیرسازی های خاص را داشت. سوالاتی مثل چرا، چگونه و چطور باید درس گرفت؟ در این نمایشگاه پاسخ داده می شد. خصوصاً آنکه پدرم به رحمت خدا رفته بود و یکی از اشعار پدر را تصویرسازی کرده و رونمایی کردم که برای من نقطه عطفی بود. هر کس بر اساس ظرف وجودی خود آثار هنری را درک می کند، اما در این نمایشگاه اکثر افراد در رابطه با چند تابلو توضیح می خواستند. برخی صرفاً از تکنیک صحبت می کردند؛ یعنی به ظاهر توجه داشتند. به دلیل وجود آثار پر بار، بسیاری می شنیدیم که می گفتند، چقدر این نمایشگاه حس خوبی دارد. موضوع دیگر مهمانان عزیز با جایگاه های مختلف از جمله معاون صنایع دستی، مدیر شبکه ها و... بود که نسبت به آثارم لطف داشته و همین موجب ایجاد شبکه های ارتباطی موثر در حیطه هنر برای من شد. نمایشگاه «من پر از خورشیدم» به قدری مورد استقبال قرار گرفت که مدیر برج آزادی آن را تمدید کرد و نمایشگاه به مدت دو هفته ادامه داشت. ■

عموماً فضاهای
مشارکتی موجب
ارتقاء اهداف و
چشم اندازها شده و
برخی از همکاری ها
و روابط بر اساس
علاقه مشترک و گاهی
متضاد شکل می گیرد
که موجب پیشرفت
هنرمندان در مسیر
کاری آنها می شود



الاختـيار

صرح الرئيس التنفيذي لشركة بارسه البرز رافيا للتغليف
التخطيط لمبيعات المنتجات باستخدام الذكاء الاصطناعي



مدير تنفيذ البناء المدني والبنوي لشركة كاني مس
لا بد من حدوث تغييرات جوهرية في عملية البناء في البلاد



أعلن الرئيس التنفيذي لبنك الصناعة والمناجم
التحول في مسار تمويل المشاريع من خلال تطبيق خطة «نوبان»



رئيس مجلس إدارة مجمع جلها للصناعات الغذائية والزراعية
جلها الحديثة مواكبة للتكنولوجيا، مزيج من الأصالة والابتكار



الرئيس التنفيذي لشركة جولدن تكل أذربيجان
منتجاتنا مطابقة لأحدث الإنجازات العلمية



أمين سرّ المجموعة الوطنية الإيرانية لتنظيم الهدايا التذكارية
تطور صناعة الهدايا التذكارية في التسويق الرقمي



اقترح الرئيس التنفيذي لشركة ظريف كار بهروز الصناعية
استخدام استراتيجيات متنوعة ومبتكرة في تصنيع قطع الغيار



رئيس مجلس إدارة مجموعة ارس تام
التغيرات التكنولوجية السريعة في مجال صناعة الطباعة والتغليف



عالم الاستثمار اختيار ذكي لدخول سوق الأعمال الإيرانية

تمتلك إيران، وهي دولة ذات حضارة تمتد لآلاف السنين وذات موقع جغرافي استراتيجي، العديد من الفرص والقدرات للاستثمار في النفط والغاز والمعادن والبنى التحتية الصناعية المختلفة. كما أن وجود مناخات متنوعة وآثار تاريخية غنية أضاف إليها عوامل جذب سياحي فريدة. بالإضافة إلى ذلك، أدى وصول إيران المريح والرخيص إلى أكثر من مليار شخص في العالم في البلدان المجاورة لها وعبر طريق الحرير، إلى خلق ميزة تصديرية خاصة لنا؛ لذلك، يمكن للدخول الذكي في مختلف القطاعات مثل الصناعة والخدمات والتجارة والشركات الجديدة أن يحقق أرباحًا 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 جنبًا 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 شهريًا باللغات الفارسية والإنجليزية والعربية يتم نشرها من قبل القطاع الخاص ويتم توزيعها على نطاق واسع في قطاع الأعمال الإيراني. القراء الأعزاء؛ نحن نقدر ثقتكم، جهودنا لتحسين وزيادة رضاكم باستمرار هي جزء من خارطة الطريق لهذه المجموعة لاستجابة بشكل أفضل لاحتياجات جمهورنا. قرائنا الأعزاء يمكنكم التواصل معنا لإدراج محتوكم وإعلاناتكم.

صاحب الامتياز والرئيس التنفيذي:

دكتور 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: ٣٧-٩٨٢١ ٨٨٦٤٨٣٥

رقم الفاكس: ٩٨٢١ ٨٨٦٤٧٢٠

الرمز البريدي: ١٥٨٨٨٦٦٣٤٤

رقم الهاتف المحمول: ٩٨٩١٢٧٧٠٧٧٤٥

البريد الإلكتروني: d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

صعود وهبوط الاقتصاد الإيراني في عام ٢٠٢٤



دكتور مرتضى فغانى
رئيس التحرير وعضو
غرفة التجارة طهران

لقد تأثر الاقتصاد الإيراني في عامي ٢٠٢٣ و٢٠٢٤ بعدة عوامل، بما في ذلك السياسات الداخلية والعقوبات الدولية وتقلبات أسعار الصرف والتضخم. ومع ذلك، يمكن القول إن الاقتصاد الإيراني حقق أداءً مقبولاً في العام الماضي من حيث النمو والتحكم في السيولة؛ على الرغم من أنه لا يزال يواجه العديد من المشاكل في التحكم في سعر الصرف والتضخم.

في عام ٢٠٢٣، شهد الاقتصاد الإيراني نموًا بنحو ٥ في المائة، وفي الربع الأول من عام ٢٠٢٤، تم الإبلاغ عن نمو اقتصادي بنسبة ٣,٢ في المائة بما في ذلك النفط و٢,٥ في المائة باستثناء النفط. ومع ذلك، يشير هذا النمو الإيجابي الصغير إلى استمرار اتجاه التعافي النسبي بعد العقوبات ومشاكل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين. أفادت بعض التقارير بنمو اقتصادي بنسبة ١,٦٪ منذ خريف عام ٢٠٢٤، لكن هذا الرقم لم يتم تأكيده رسميًا وقد يتم مراجعته مع البيانات اللاحقة. وقد شهدت قطاعات مثل «تكوين رأس المال الثابت الإجمالي» (نمو بنسبة ٤,٦٪) والقطاعات الفرعية «الآلات» (٥,٧٪) و«البناء» (٧,٥٪) نموًا في ربيع عام ٢٠٢٤، مما يشير إلى حركة في بعض المجالات الاقتصادية. وبشكل عام، وبالمقارنة مع العام الماضي، يمكن القول إن النمو الاقتصادي في عام ٢٠٢٤ يظل إيجابيًا، لكنه ضعيف، ويبدو أنه فشل في إحداث تأثير ملموس على الحياة اليومية للناس. ويظل التضخم أحد التحديات الرئيسية للاقتصاد الإيراني، مما يؤثر بشكل مباشر على القدرة الشرائية للناس. وفي شهر يوليو ٢٠٢٤، تم الإعلان عن معدل التضخم السنوي عند ٣٤,٢٪، وهو ما يمثل انخفاضًا قدره ٠,٦ نقطة مئوية مقارنة بالشهر السابق (٣٤,٨٪). كما بلغ التضخم الشهري ١,٧٪ (الغذاء ٠,٩٪ وغير الغذاء ٢,١٪).

وفي فبراير ٢٠٢٤، ارتفع التضخم الشهري إلى ٤,١٪ ووصل التضخم الغذائي إلى ٦,٧٪، أي أكثر من الضعف مقارنة بشهر يناير (٣,٥٪). كما تم الإبلاغ عن التضخم من نقطة إلى نقطة للخضروات بنسبة ١٠,٦٪، مما يشير إلى ضغوط شديدة على أسعار المواد الغذائية. وربما كان هذا الارتفاع في التضخم في الأشهر الأخيرة من العام بسبب التوقعات التضخمية وزيادة الطلب الموسمي (قريبًا من عيد النوروز) وتقلبات العملة. وبشكل عام، ظل التضخم في عام ٢٠٢٤ مرتفعًا، في نطاق ٣٠-٣٥٪ سنويًا، ولكن لوحظ اتجاه هبوطي طفيف في النصف الأول من العام، والذي انعكس في الأشهر الأخيرة من العام. من ناحية أخرى، كان نمو السيولة في عام ٢٠٢٤ أكثر تحكمًا مما كان عليه في السنوات السابقة، ولكن لا يزال عند مستوى مرتفع (حوالي ٢٨٪). وهذا يشير إلى استمرار مشكلة خلق النقود، والتي ترجع إلى عزز ميزانية الحكومة والاعتماد على موارد البنوك. كان النمو الاقتصادي إيجابيًا لكنه هش ويبدو أنه متأثر بالقيود الهيكلية (العقوبات، ونقص الاستثمار الأجنبي) وتقلبات عائدات النفط. بشكل عام، يشير الأداء الاقتصادي لإيران في عام ٢٠٢٤ حتى الآن إلى جهود لتحقيق الاستقرار (الحد من نمو السيولة والحفاظ على النمو الاقتصادي الإيجابي)، لكن هذه الجهود لم تؤد بعد إلى انخفاض كبير في التضخم وتحسين سبل عيش الناس. وعلى الرغم من الإنجازات، استمرت المشاكل الهيكلية في اقتصاد إيران في كلا العامين. في عام ٢٠٢٣، أدى ارتفاع التضخم وزيادة سعر الصرف (دخول الدولار إلى قناة ٥٠ ألف تومان) إلى تقليص القدرة الشرائية للناس وتعرضت الشركات لضغوط من الضرائب الباهظة (٨٩٤ تريليون تومان). في عام ٢٠٢٤، أدى ارتفاع سعر الصرف غير الرسمي ودخوله إلى قناة ٩٠ ألف تومان في الأشهر الأخيرة وتضخم أسعار الإيجارات في موسم الصيف إلى تهديد سبل عيش الأسر أكثر من ذي قبل. كما أن الاعتماد على العوامل الخارجية مثل العقوبات والتقلبات السياسية (مثل الانتخابات الأمريكية واحتمال عودة ضغوط العقوبات) استمر في إبقاء الاقتصاد هشاً.

صناعة السياحة جاهزة للازدهار في عام ٢٠٢٥



فرهاد اميرخاني
رئيس التحرير

تتمتع إيران، بالإضافة إلى احتياطاتها المعدنية الغنية من النفط والغاز والصلب والممرات الآمنة للسكك الحديدية والطرق والموانئ وما إلى ذلك، بإمكانات هائلة في صناعة السياحة لم يتم استغلالها بشكل صحيح في بلدنا حتى الآن. تتمتع إيران بالعديد من المعالم السياحية، ووفقًا لليونسكو، تحتل البلاد المرتبة الثامنة بين دول العالم من حيث المعالم التاريخية والثقافية. تتمتع صناعة السياحة في بلدنا بإمكانات كبيرة ويمكنها استخدام إمكاناتها لجذب قدر كبير من الاهتمام من السياح في جميع أنحاء العالم وجلب الثروة والوفرة والعمالة إلى البلاد. يعتبر عام ٢٠٢٥ عامًا حاسمًا لبلدنا من جميع النواحي. في مجال صناعة السياحة، وفقًا للخطة المعلنة، من المقرر أن تجتذب بلدنا ٢٠ مليون سائح أجنبي بحلول عام ٢٠٢٥ كمركز للسياحة الحلال في العالم، مما يولد ٣٠ مليار دولار من الإيرادات من وصول السياح. وفقًا للرؤية التي حددتها وزارة التراث الثقافي والسياحة والحرف اليدوية، من المتوقع أن يسافر ما بين ١٠ و١٢ مليون سائح شيعي من الدول الإسلامية إلى إيران في العام الجديد، وسيختار بقية السياح، الذين من المحتمل أن يكونوا سياحًا من الصين وروسيا وجنوب شرق آسيا والدول الأوروبية، إيران كوجهة سياحية. بالطبع، هذه التوقعات متفائلة ومستقلة عن القضايا السياسية التي تواجهها بلدنا حاليًا؛ ومع ذلك، لا ينبغي أن ننسى أن بلدنا، إيران، كمتحف كبير يضم ما لا يقل عن ١٠٠ إلى ١٥٠ ألف موقع تاريخي و٣٢ ألف عمل مسجل وطنيًا و١٧ عملًا مسجلًا في اليونسكو عالميًا، تتمتع بميزة فريدة لجذب السياح الأجانب. ومع ذلك، لتحقيق مثل هذه الرؤية، يحتاج بلدنا حاليًا إلى استكمال البنية التحتية للنقل والإقامة والمنتجعات المناسبة؛ ولكن على الرغم من كل القيود، وبالإضافة إلى ١١٠٠ فندق في البلاد، هناك العديد من الفنادق المناسبة على جدول الأعمال حاليًا، ومن المتوقع إضافة ٤٠٠ فندق آخر من فئة أربع وخمس نجوم إلى مجموعة الفنادق في البلاد في السنوات الـ ١١ المقبلة. يمكن أن يُقال ويكتب الكثير عن أهمية صناعة السياحة كصناعة خضراء ومربحة؛ ولكن يجب أن نتذكر أنه على مدار السنوات الماضية، واجهت هذه الصناعة فقرًا كبيرًا من حيث جذب السياح، بحيث احتلت المرتبة ٤٠ إلى ٤٥ عالميًا من حيث عدد السياح الأجانب الوافدين، واحتلت المرتبة ٣٥ إلى ٣٦ عالميًا من حيث الدخل، وهي منخفضة جدًا وحتى تافهة مقارنة بالقدرة الحالية. ومن المأمول أن نشهد في عام ٢٠٢٥، بعيدًا عن الخلافات الناجمة عن العقوبات والمواجهات السياسية، طفرة في صناعة السياحة.

الربح والخسارة للمساهمين في الاقتصاد الإيراني



علي رضا عابديني، مدير الاستثمار،

شركة دانا للتأمين والاستثمار

بعد انهيار سوق رأس المال في عام ٢٠٢٠، كان أحد أهم الأسئلة بين المستثمرين والاقتصاديين والمسؤولين الاقتصاديين هو كيفية استعادة الثقة في سوق رأس المال. ولكن بدون حل القضايا الأساسية، فإن التغييرات التي تم إجراؤها لها تأثيرات مؤقتة فقط. بالإضافة إلى تأثيرات التضخم، يُعتبر المستوى المرتفع للمخاطر الاقتصادية والسياسية في إيران أحد العوامل الرئيسية في تقلبات القيمة السوقية وهامش ربح الشركات. أدى الافتقار إلى الشفافية في السياسات الاقتصادية والتغييرات غير المتوقعة في القوانين واللوائح والتوترات السياسية المحلية والأجنبية إلى زيادة حالة عدم اليقين في بيئة الأعمال وجعل المستثمرين مترددين بشأن مستقبل السوق. في النصف الثاني من عام ٢٠٢٤، مع تغير أسعار الصرف وزيادة عائدات التصدير، تحسنت هوامش ربح العديد من الشركات، ونتيجة لذلك، شهدت القيمة السوقية أيضًا نموًا كبيرًا. ولكن استمرار المخاطر السياسية، والافتقار إلى التخطيط الاقتصادي المستدام، وانخفاض الشفافية في السياسات النقدية والمالية، تسبب في أن يكون هذا النمو مؤقتًا وأن تتعرض القيمة السوقية للضغوط مرة أخرى. وفي مثل هذه الظروف، أدى عدم استقرار المتغيرات الاقتصادية الكلية والافتقار إلى نظرة واضحة للمستثمرين إلى انخفاض الثقة، ونتيجة لذلك، إعادة قمع القيمة السوقية.

إن تحسين الظروف الاقتصادية وزيادة جاذبية الاستثمار في سوق الأوراق المالية يتطلب إجراءات منسقة على مستوى صناع القرار والمؤسسات الاقتصادية والشركات القابلة للاستثمار. خفض أسعار الفائدة المصرفية وتوفير التمويل الرخيص لقطاع الإنتاج؛ يمكن للحكومة خفض تكاليف التمويل من خلال خفض أسعار الفائدة المصرفية وتوفير قروض منخفضة الفائدة لشركات التصنيع وبالتالي زيادة هامش الربح للشركات من خلال دعم سعر الفائدة.

زيادة التفاعلات التجارية وخفض الحواجز الدولية: إن تحسين العلاقات الاقتصادية الدولية وإزالة حواجز العقوبات من شأنه أن يوفر للشركات القدرة على الوصول إلى الموارد المالية والتقنيات الجديدة وزيادة كفاءتها. بالإضافة إلى ذلك، فإن خلق بيئة سياسية مستقرة وقابلة للتنبؤ هو أحد المتطلبات الرئيسية لجذب الاستثمار الأجنبي.

وللتغلب على هذا الوضع، هناك حاجة إلى إصلاحات واسعة النطاق على مختلف مستويات الاقتصاد الكلي وسوق رأس المال والمؤسسات الاقتصادية. وينبغي للحكومة أن تساعد في تحسين الوضع الاقتصادي من خلال الحد من التضخم، وخلق استقرار العملة، وخفض التكاليف المالية، وإزالة الحواجز التجارية. وينبغي للشركات أيضًا زيادة إنتاجية أصولها، وخلق أساليب تمويل أكثر تنوعًا، وجذب المستثمرين إلى سوق رأس المال من خلال زيادة الشفافية المالية. وفي نهاية المطاف، فقط من خلال الإصلاحات الهيكلية والمنسقة بين الحكومة وسوق رأس المال والمؤسسات الاقتصادية يمكننا التغلب على الوضع الحالي وتمهيد الطريق للنمو المستدام للاقتصاد الإيراني. ■

التغلب على العقوبات بالدبلوماسية الرقمية

وفقًا لدراسات مكنزي لعام ٢٠٢٣، يُمكن لإيران، بفضل ثرواتها الوفيرة، مثل ٣٦ معلمًا مسجلًا لدى اليونسكو و١١ منحنًا فريدًا، أن تُصبح واحدة من أفضل ١٠ وجهات للسياحة الصحية والتاريخية في العالم بحلول عام ٢٠٣٠؛ إلا أن تحقيق هذا الحلم يتطلب جذب ٣ مليارات دولار من الاستثمارات الأجنبية السنوية؛ وهو هدف يُمكن تحقيقه بالكامل من خلال الجمع بين التقنيات الرقمية والدبلوماسية الصناعية الذكية، وهي استراتيجية تُطبّقها جمعية أصحاب العمل في مجال التكنولوجيا الرقمية والذكاء الإيراني، بصفتها رائدة في هذا المجال. تُظهر نماذج عالمية، مثل مشروع "البحر الأحمر" في المملكة العربية السعودية، الذي اجتذب ١.٥ مليار دولار من خلال بيع الأسهم الرقمية (NFT)، وتجربة تركيا في زيادة دخلها من النقد الأجنبي بنسبة ٤٠٪ من خلال تحويل ١٠٠ فندق تاريخي إلى رموز، أن إيران قادرة أيضًا على خلق فرص فريدة من خلال الاستفادة من هذه الحلول. في قطاع الاستثمار المادي، تُعد المشاركة في بناء ٢٠ فندقًا ذكيًا من فئة ٥ نجوم في ممر أصفهان-شيراز بعائد مضمون بنسبة ١٨٪، وتطوير قرى سياحية ذكية في شمال إيران مستوحاة من نموذج جزر المالديف، عوامل جذب رئيسية للمستثمرين الأجانب. أما في مجال الاستثمار الرقمي، فيُعدّ بيع الأسهم الافتراضية للخانات التاريخية عبر منصات قائمة على تقنية بلوكتشين، وقبول المدفوعات بالعملة المستقرة في فنادق المناطق الحرة (بالتعاون مع منصات تداول مثل كراكن)، حلولًا عملية للالتفاف على العقوبات. ويمكن للاقتصاد الرقمي، باعتباره سلاحًا استراتيجيًا لإيران، أن يُحوّل إيران إلى مركز سياحي ذكي من خلال تطوير تطبيق "VisitIran" (إم) في ذلك حجوزات الفنادق، وشراء التذاكر، والمدفوعات بالعملة المشفرة الوطنية مع ضمان التحويل إلى ذهب)، واستخدام الواقع المعزز وعالم الميتافيرس لتسويق المعالم السياحية (على سبيل المثال: جولات افتراضية في برسيبوليس ومعالم تاريخية أخرى). وفقًا لشركة مكنزي، يهتم ٦٥٪ من مستثمري الشرق الأوسط بالمشاريع الهجينة المادية والرقمية، وستصل القيمة السوقية لرموز السياحة إلى ٧٠٠ مليار دولار بحلول عام ٢٠٣٠.

تشمل استراتيجيات مكنزي الثلاث لتحقيق قفزة نوعية في إيران التركيز على السياحة الفاخرة (استقطاب ٥٠٠ ألف سائح عربي ثري يدخل سفر يبلغ ١٠ آلاف دولار سنويًا من خلال بناء فيلات فاخرة وذكية في شمال إيران)، واستخدام الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بسلوك السياح الأجانب، وتحويل إيران إلى مركز صحي ذكي من خلال إنشاء منصة متكاملة لحجز السياحة العلاجية. مع دخل سنوي قدره ١٢ مليار دولار من السياحة، يمكن لإيران إعادة تحديد مكانتها في الاقتصاد العالمي؛ وهنا بثلاثة شروط رئيسية، بما في ذلك المشاركة الأجنبية في مشاريع التكنولوجيا الفائقة، والتنظيم الذكي من قبل الجمعيات التجارية، واستخدام تقنيات التهرب من العقوبات. تدعو جمعية أصحاب العمل في مجال التكنولوجيا الرقمية والذكاء الإيراني، من خلال استضافتها لقمة إيران الدولية للسياحة الذكية، جميع الناشطين الاقتصاديين والمستثمرين والتقنيين إلى العمل معًا لتحويل إيران إلى نموذج للدبلوماسية الاقتصادية الرقمية. ■



سيف الله نيكنامي
رئيس جمعية أصحاب العمل
في مجال التكنولوجيا الرقمية
والذكاء الإيراني

أمين سرّ المجموعة الوطنية الإيرانية لتنظيم الهدايا التذكارية

تطور صناعة الهدايا التذكارية في التسويق الرقمي



من أبرز مزايا السفر إلى مختلف المدن، بل وأكثرها متعة، استخدام الهدايا التذكارية المتنوعة. وفي هذا السياق، التقينا عليرضا أحمديان، أمين سرّ المجموعة الوطنية الإيرانية لتنظيم الهدايا التذكارية.

وأجرينا معه حواراً، نقرأ هنا مقتطفات من هذه المقابلة. تشكلت هذه المجموعة لإدارة وتوجيه وتنظيم وتعزيز الجودة وتوحيد المعايير وتطويرها، وتسويقها وتطويرها في الأسواق المحلية والأجنبية، وتقديم التسهيلات والدعم للعاملين في مختلف قطاعات صناعة الهدايا التذكارية كقطاع واسع.

تُعدّ الهدايا التذكارية من الصناعات الرئيسية في بلدنا، ويرتبط بها ملايين الأشخاص من القرى والمدن، وينشطون في الأسواق المحلية والأجنبية. لذلك، ونظراً للإمكانات السياحية والتاريخية للبلاد، يُمكن اعتبارها مصدر دخل إلى جانب النفط.

تُدار مجموعة عمل تنظيم الهدايا التذكارية الوطنية الإيرانية من قِبل وزارة التراث الثقافي والحرف اليدوية والسياحة، حيث تتخذ من هذه الوزارة مقرّاً لها، وتعمل على تنظيم صناعة الهدايا التذكارية والإشراف عليها ودعمها وتطويرها.

تُصدّر منتجات الهدايا التذكارية الإيرانية، والحلويات التقليدية، وغيرها، على نطاق واسع إلى الأسواق العالمية، وتتمتع بمكانة مرموقة عالمياً، مما يجعلها من أهم الصادرات غير النفطية، وتوفر مصدراً مهماً للعملة الأجنبية للبلاد.

شهد قطاع التغليف في بلادنا تطوراً ملحوظاً مقارنةً بالماضي، ويتجلى ذلك في المتاجر التي تستخدم أحدث تقنيات الإنتاج والتغليف في العالم. أدى التنوع الثقافي واتساع مساحة بلادنا إلى امتلاكها محفظة شاملة من صناعات الهدايا التذكارية، تُلبّي أذواق العديد من دول العالم، إلا أن تفعيل هذا القطاع يعتمد على تعزيز العلامات التجارية والإعلانات، وغيرها.

شهد قطاع المنتجات التذكارية تطوراً ملحوظاً في مجال التسويق الرقمي. تُعدّ الهدايا التذكارية حالياً جزءاً مهماً من بناء العلامات التجارية والتسويق الرقمي في قطاع الهدايا التذكارية عبر الشبكات الافتراضية، حيث تُخصص مساحة كبيرة من الفضاء الإلكتروني لها. من الإجراءات التي يجب اتخاذها تحسين العلامات التجارية لمنتجات الهدايا التذكارية في الفضاء الإلكتروني، وخاصةً الصفحات النشطة في مجال التصدير والتسويق الدولي، إذ يجب أن تصبح أكثر دقة وقوة في هذا المجال. ولكن بشكل عام، لا يوجد لدينا سوى الهدايا التذكارية المعروضة على الساحة الدولية، ولأن الهدايا التذكارية اقتصاد ريفي وحضري، فقد خلقت سلسلة واسعة من فرص العمل. ■

المدير التنفيذي لمعهد سوادكوه للشباب السياح رفع التنمية الاقتصادية والاجتماعية سوادكوه من خلال جذب السياح



تأسس معهد سوادكوه للشباب السياح بهدف تعزيز ثقافة السياحة والحفاظ على البيئة في منطقة سوادكوه، وتمثل مهمته في رفع مستوى الوعي العام حول المعالم الطبيعية والثقافية للمنطقة، وخلق فرص العمل للشباب المحليين، ودعم الشركات الصغيرة المتعلقة بالسياحة. من خلال عقد البرامج التعليمية وورش العمل والمهرجانات المحلية، يحاول هذا المعهد تعليم الشباب والمجتمع المحلي المهارات اللازمة لجذب السياح. من أجل معرفة المزيد عن أنشطة هذا المعهد، أجرينا مقابلة مع مصطفى مرادي كردي، المدير التنفيذي لمعهد سوادكوه للشباب السياح. قرأنا أجزاء من هذه المقابلة.

يواجه تعزيز السياحة المستدامة في سوادكوه العديد من التحديات، ومن أهم العقبات الافتقار إلى البنية التحتية المناسبة مثل أماكن الإقامة والنقل والخدمات السياحية. كما أن الافتقار إلى الوعي والتعليم الكافي بين المجتمع المحلي حول فوائد السياحة وكيفية إدارتها يمكن أن يعيق التقدم أيضاً. ولحل هذه المشاكل، أقترح النظر في تعزيز البنية التحتية؛ وفي هذا الصدد، ينبغي النظر في التعاون مع المؤسسات العامة والخاصة لتحسين البنية التحتية للسياحة، بما في ذلك بناء أماكن الإقامة السياحية البيئية وتحسين طرق الوصول.

من ناحية أخرى، تعد برامج التدريب وخلق فرص التدريب في المنظمات والشركات العاملة في مجال السياحة والبيئة برامج أخرى. تتيح هذه البرامج للشباب اكتساب الخبرة العملية وتعزيز مهاراتهم. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تكون المشاريع التشاركية برنامجاً آخر، حيث تجدر الإشارة إلى أنه يجب تشجيع الشباب على المشاركة في المشاريع المحلية المتعلقة بالسياحة وحماية الموارد الطبيعية. يمكن أن تشمل هذه المشاريع الأنشطة التطوعية، وإقامة الفعاليات الثقافية والاجتماعية، والتعاون مع المنظمات غير الحكومية. نهدف من خلال هذه البرامج إلى تمكين الشباب وخلق فرص عمل مستدامة في مجال السياحة وإدارة الموارد الطبيعية، والتي لن تساهم فقط في التنمية الاقتصادية للمنطقة، بل وأيضاً في الحفاظ على البيئة والثقافة المحلية.

اتخذ المعهد عدة تدابير لتعزيز السياحة البيئية والحفاظ على البيئة. ومن بين هذه التدابير التعليم والتوعية، حيث يتم عقد ورش عمل وندوات للمجتمع المحلي والسياح حول أهمية الحفاظ على البيئة وأساليب السياحة البيئية. ولاستغلال الثقافة والتاريخ المحلي لسوادكوه وإنشاء مناطق جذب سياحي جديدة، يمكن استخدام استراتيجيات مثل تطوير السياحة الثقافية، وإقامة المهرجانات المحلية، وتطوير النزل البيئية، وورش العمل التدريبية والفنية، وتطوير مسارات السياحة والشراكة مع المجتمع المحلي. ■

تحسين جودة وتنوع المنتجات من خلال الاستثمار في المعدات الحديثة



تمكنت شركة فرايوم للصناعات المعرفية، التي تركز على إعادة تدوير المواد المطاطية وعملية إزالة المطاط بالكبريت، من إعادة الإطارات المستعملة إلى دورة الإنتاج وإنتاج منتجات مستدامة وصديقة للبيئة دون المساس بالجودة. في مقابلة مع الدكتور علي رضا ارشدي، مؤسس ورئيس تنفيذي لشركة فرايوم للصناعات المعرفية، قمنا بفحص أنشطة الشركة. قرأنا أجزاء من هذه المقابلة.

تعتمد إدارة تنوع المنتجات في شركة فرايوم للصناعات على مرونة الإنتاج وتوحيد الصياغة. نستخدم أنظمة التصنيع المرنة (FMS) لتكون قادرًا على ضبط خطوط الإنتاج بشكل مثالي وسريع لمنتجات مختلفة. نضمن الجودة من خلال مراقبة الجودة متعددة المراحل، وتنفيذ المعايير الدولية (ISO 9001, IATF 16949) واستخدام أنظمة التحكم الإحصائية (SPC). بالإضافة إلى ذلك، اعتمدنا الأتمتة الصناعية والتقنيات المتقدمة لزيادة الدقة والإنتاجية. لتحقيق التوازن بين الجودة والكمية، قمنا بتنفيذ نموذج الإنتاج في الوقت المناسب (JIT) لمنع الإفراط في الإنتاج والهدر. كما نتحكم في جودة المواد الخام من خلال تحسين سلسلة التوريد والتعاون مع الموردين المؤثوق بهم. يلعب البحث والتطوير أيضًا دورًا رئيسيًا في تحسين المنتجات. أخيرًا، ساعدنا استخراج البيانات وتحليل أداء الإنتاج في زيادة الإنتاجية وتقليل النفايات لتلبية احتياجات السوق بأعلى جودة.

الابتكار والتطوير التكنولوجي يشكلان أولوية. من خلال الاستثمار في البحث والتطوير، نقوم بتصميم تركيبات جديدة بناءً على احتياجات الصناعات المختلفة. نستخدم الأتمتة الصناعية وأنظمة التحكم الذكية وتحليل البيانات لتحسين الإنتاج وضمان الجودة.

في صناعة السيارات، قمنا بتطوير العزل الحراري ومركبات المطاط المتينة والمواد اللاصقة الصناعية القوية، وفي صناعة البناء، ركزنا على رغايوي العزل الحراري والصوتي والمواد المانعة للتسرب المتقدمة. تتضمن خططنا لتوسيع تنوع المنتجات تطوير مواد ذكية ومركبات صديقة للبيئة والدخول في صناعات جديدة مثل الطاقة المتجددة والفضاء الجوي.

ونخطط لزيادة الطاقة الإنتاجية وتطوير المنتجات المبتكرة وتوسيع حضورنا في الأسواق العالمية. وسيساعدنا الاستثمار في المعدات الحديثة والبحث والتطوير والتقنيات الجديدة على تحسين جودة منتجاتنا وتنوعها. كما تعد زيادة الإنتاجية وتحسين التكاليف وتنمية الصادرات من بين خططنا الأخرى للحفاظ على القدرة التنافسية والنمو في هذه الصناعة. ■

أعلن الرئيس التنفيذي لبنك الصناعة والمناجم التحول في مسار تمويل المشاريع من خلال تطبيق خطة «نوبان»



على الرغم من أن الشركات القائمة على المعرفة والصناعات الصغيرة والمتوسطة الحجم تلعب دوراً لا مثيل له في خلق فرص العمل والحفاظ عليها وتسهيل عمليات نقل التكنولوجيا، إلا أنها تواجه دائماً تحدياً يتمثل في تأمين الموارد المالية الرخيصة. وفي ظل هذه الظروف، يعد التمويل في الوقت المناسب وبالمعدلات المناسبة أحد الاحتياجات المهمة للمؤسسات الاقتصادية في البلاد لإنتاج المنتجات وتقديم الخدمات وخلق القيمة المضافة.

ونظراً لأهمية هذه القضية، فقد قدم بنك الصناعة والمناجم، باعتباره بنكاً تنموياً متخصصاً، حلاً فعالاً لتقليل العقبات وتسريع النمو الاقتصادي لهذه الصناعات من خلال تصميم وتنفيذ برنامج تمويل مستهدف لهذا النوع من الصناعات، يسمى «نوبان»، وبسعر فائدة أقل.

وبحسب الدكتور محمود شايبان، الرئيس التنفيذي لبنك الصناعة والمناجم، ويهدف دعم قطاع الإنتاج والتوظيف في البلاد بشكل خاص من خلال تقديم قروض في شكل خطة نوبان، قدم البنك ظروفًا مواتية لوحدات التصنيع الصغيرة والمتوسطة الحجم (SMEs)، والمؤسسات القائمة على المعرفة، والصناعات التحويلية ذات تراخيص التشغيل التي تبحث عن قروض بمبلغ مناسب وعملية مراجعة وقبول غير متصلة بالإنترنت.

صُممت خطة نوبان بهدف توفير موارد مالية بأسعار فائدة منخفضة وشروط سداد مرنة. وفي الوقت الذي يُعد فيه الحصول على موارد مالية بأسعار فائدة منخفضة وشروط سداد مرنة أحد أكبر التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة والشركات القائمة على المعرفة في البلاد، فإنها تُعتبر فرصة استثنائية لهذه الشركات. وفي هذه الخطة قدم بنك الصناعة والتعدين حلاً عملياً لإزالة العوائق المالية من خلال سداد القروض بفائدة سنوية قدرها ٩٪.

من خلال طرح خطة نوبان تحت شعار تمويل الإنتاج، أتاح بنك الصناعة والمناجم فرصة ممتازة لتنمية فاعلي الإنتاج والمنظمات القائمة على المعرفة والنقابات. ومن أهم أهداف هذه الخطة دعم الإنتاج المحلي وزيادة فرص العمل المستدامة. ويعني هذا أن هذه الخطة من خلال توفير رأس المال العامل لوحدات الإنتاج، تساعد على تسهيل عملية الإنتاج وخلق فرص العمل في مختلف القطاعات الاقتصادية.

ويعد مساعدة الشركات القائمة على المعرفة والصناعات الصغيرة والمتوسطة الحجم هدفاً آخر لهذه الخطة. وبعبارة أخرى، تحتاج هذه الشركات، باعتبارها القوة الدافعة للابتكار والتنمية الاقتصادية، إلى الوصول إلى القروض المالية المناسبة، وتلبي خطة نوبان هذه الحاجة بشكل جيد. ■

بصفتنا قطاعاً خاصاً متطلباً، سنواصل أنشطتنا



تعتبر الجمعية المتخصصة لمصنعي قطع غيار السيارات الإيرانية أكبر منظمة في القطاع الخاص في هذا المجال، حيث تضم أكثر من ١٢٠٠ شركة مصنعة لقطع غيار سيارات الركاب و ٦٥٠ شركة مصنعة لقطع غيار المركبات التجارية، وإجمالي ١٨٥٠ شركة نشطة في سلسلة توريد صناعة السيارات في البلاد. قرأنا أجزاء من حديثنا مع المهندس آرشد محبي نجاد، سكرتير الجمعية المتخصصة لمصنعي قطع غيار السيارات الإيرانية.

المهمة الرئيسية لهذه الجمعية هي خلق التآزر ووحدته النهج وتوحيد أهداف وسياسات هذه الجمعيات الإقليمية من أجل الحفاظ على مصالح مصنعي قطع الغيار في البلاد وتأمينها. من ناحية أخرى، يمكن لهذه الجمعية، مثل العديد من المنظمات المتخصصة الأخرى، أن تكون عملياً ذراعاً استشارية للمؤسسات الحاكمة في صناعة السيارات. في العام الماضي، حاولت الجمعية المتخصصة لمصنعي قطع غيار السيارات في البلاد، من خلال نشر تقارير مستمرة ومتخصصة عن وضع صناعة السيارات وقطع الغيار، الإشارة إلى نقاط ونقاط مهمة لمختلف الهيئات والمؤسسات والقطاعات الحكومية والحكومية والخاصة. من ناحية أخرى، كان عقد أكثر من مائة اجتماع ومؤتمر مع قطاعات مختلفة لم تابعة شؤون مصنعي قطع الغيار في البلاد محوراً رئيسياً آخر ونشاطاً.

إن وضع مصنعي قطع الغيار في البلاد في عام ٢٠٢٥ مقارنة بعام ٢٠٢٤ يعتمد إلى حد كبير على عاملين مهمين؛ أولاً، مدى نجاح الخصخصة في إيران خودرو وثانياً، ما هو الموقف الذي ستتخذه الحكومة بشأن هذه الخصخصة الجديدة؟ في الصناعة والاقتصاد، هناك مفهوم يسمى اقتصاديات الحجم الذي يوضح أنه مع زيادة الإنتاج، يتم تقليل التكاليف العامة ويمكن لمصنعي قطع الغيار وشركات صناعة السيارات تحقيق الربحية؛ لذلك، إذا شهدنا زيادة في إنتاج السيارات، فإن وضع صناعة السيارات وقطع الغيار سيتحسن أيضاً.

إن التسعير يخضع للعرض والطلب في السوق، ومن الممكن السماح بتحرير استيراد السيارات من خلال الأخذ بعين الاعتبار الاعتبارات الواردة في خطة تنظيم استيراد السيارات. وفي هذه الحالة، من خلال خلق منافسة صحية في إطار اقتصاد حر، فإن العرض والطلب سوف يحددان السعر، وسوف يتم تحديد سعر المصنع للسيارة بطريقة منطقية تتماشى مع سعر السوق. ولا شك أن مثل هذه الظروف سوف تكون مثالية.

إن تحديث وإعادة بناء صناعة تصنيع الأجزاء يتطلب منح تسهيلات طويلة الأجل من قبل البنوك في البلاد. وهذه التسهيلات طويلة الأجل ضرورية لتوفير البنية الأساسية، وخاصة الآلات والمعرفة التقنية والتكنولوجيا. ونظراً لأن هذه العناصر لها فترة سداد، فمن الضروري تقديم القروض وفقاً لخطة التبرير.

إن حصة القطاع الخاص في الاقتصاد الإيراني حالياً تبلغ نحو ١٥٪ وحتى أقل، وهي نسبة منخفضة للغاية، ولا شك أن القطاع الخاص قادر على الأداء بشكل أفضل وبجودة أعلى من الحكومة، لأنه يتمتع بحوافز أقوى لزيادة الإنتاجية والابتكار. ونأمل أن نصل إلى هذا النضج ونقود اقتصاد البلاد نحو التنمية المستدامة والقدرة التنافسية الأكبر. ■

اقترح الرئيس التنفيذي لشركة طريف كار بهروز الصناعية

استخدام استراتيجيات متنوعة ومبتكرة في تصنيع قطع الغيار



تأسست شركة طريف كار بهروز الصناعية، كواحدة من مصانع تصنيع قطع غيار السيارات، من خلال التركيز على بيئة الشركة، وتخطيط الاستراتيجيات، ومراعاة متطلبات وتوقعات جميع أصحاب المصلحة، وبناء تفكير قائم على المخاطر والفرص، وإرساء إدارة المعرفة، وتحسين وتطوير عمليات الشركة. لمعرفة المزيد عن هذه الشركة، التقينا بالمهندس شهرام طريفان بهروز، الرئيس التنفيذي لشركة طريف كار بهروز الصناعية، وأجريناه معه حواراً. قرأنا أجزاءً من هذه المقابلة. في السنوات الأخيرة، أثبتت إحصائيات مبيعات شركات صناعة السيارات الرائدة في العالم أن مظهر السيارة وتصميمها، بالإضافة إلى نوع الوقود الذي تستهلكه، هي أهم العوامل في قبول أو رفض تلك السيارة في سوق المبيعات. ولمواكبة هذا التقدم في صناعة السيارات، وضعت شركة طريف كار بهروز الاستراتيجيات اللازمة في شكل خطة عمل بمنظور تمتد لثلاث سنوات. تتخصص شركة طريف كار بهروز بشكل رئيسي في مجال الرغبة، وقد اشترت هذا العام، من خلال تطبيق استراتيجيات متنوعة ومبتكرة وتنافسية، آلة إنتاج رغوة متوافقة مع التكنولوجيا الحديثة، والتي ستنتج قطع غيار وفقاً للمعايير العالمية وتلبي احتياجات العملاء المحددة. كما نعتزم توسيع أنشطة الشركة العام المقبل من خلال التعاون مع خبراء استشاريين في صناعة السيارات.

شركة طريف كار بهروز مورد لقطع غيار الرغبة، وفي بعض الحالات، قطع غيار البوليستر للسيارات.

ستؤثر التكنولوجيا والتقدم التكنولوجي بشكل كبير على عملية الإنتاج، ورغم أن قبول هذه المسألة وتطبيقها سيثير مقاومة في المؤسسات، إلا أنه يجب ترسيخ هذه المسألة في الشركة للحفاظ على قدرتها التنافسية.

المنتج الرئيسي لهذه الشركة هو الرغبة، التي تُنتج من مادة البولي يوريثان، والتي تُسبب نفايات الإنتاج وتلوث البيئة بسبب مادتها وعملية إنتاجها. وعلى الرغم من اتخاذ إجراءات متخصصة داخل الشركة للسيطرة على التلوث البيئي، وإنفاق مبلغ كبير من المال سنوياً للسيطرة على النفايات والسيطرة على التلوث البيئي، إلا أنه بعد البحث في طريقة الإنتاج والمواد البديلة، حققنا نتائج جيدة، وبدءاً من العام المقبل، سوف نستخدم الرغبة بمادة مختلفة وعملية إنتاج حديثة من شأنها أن تقلل من نفايات الإنتاج وتكاليف السيطرة والسيطرة على التلوث الناتج عن إنتاج رغوة البولي يوريثان. ■



صرح الرئيس التنفيذي لشركة بارسه البرز رافيا للتغليف

التخطيط لمبيعات المنتجات باستخدام الذكاء الاصطناعي

بدأت شركة رافيا للورق والكرتون نشاطها في عام ٢٠١٢، واعتمدت على المعرفة التقنية وخبرة ٣٠ عامًا في صناعة الأغذية، وتغلّبت بنجاح على الوضع الصعب في السوق بعد العقوبات. الهدف الرئيسي والرؤية لهذا المجمع هو تحقيق الرضا الكامل لشركائها التجاريين، وبالتالي، يمكن ذكر خصائص منتجاتها على أنها جودة ممتازة وتسليم الطلبات في أقصر وقت ممكن وأسعار تنافسية للغاية والالتزام بالعمل. بالنظر إلى هذه القضية، ذهبن إلى مصطفى بابائي، الرئيس التنفيذي لشركة بارسه البرز رافيا للتغليف وتحدثنا معه، قرأنا أجزاء من هذه المقابلة.

خلال حوالي ١٣ عامًا من التواجد في هذه الصناعة، حدثت العديد من التغييرات، بحيث زاد التنوع وظهرت أيضًا الكثير من المنافسة. ومع ذلك، توصلت إلى استنتاج مفاده أنه لم يكن هناك تغيير ملحوظ بشكل عام وأن ما هو على المحك هو في الأساس مسألة منافسة؛ بالطبع، لم نحقق بعد النتائج المطلوب.

كانت سياستنا الوحيدة هي إنتاج كل ما تحتاجه صناعة التعبئة والتغليف. وبما أن هذه الشركة كانت في مرحلة التطوير، فقد تعاونت خلال هذا الوقت مع جميع الصناعات ولم تعمل موسميًا ومتخصصًا، بل أنتجت عبوات متنوعة من صناعات مختلفة، مما ساهم في الاستقرار النسبي لنشاطنا طوال العام.

كانت فترة كورونا شاهدًا مهمًا على أن صناعة الكرتون لديها إمكانات أكبر بكثير للتوسع. خلال هذه الفترة، على الرغم من أن العديد من الصناعات شهدت تراجعًا، إلا أن استهلاك الكرتون للشحن ونقل المنتجات نما بشكل كبير.

تعد الدول العربية في الخليج العربي وجهات تصديرنا بشكل أساسي، لأن التعاون معها أسهل وأكثر موثوقية. من ناحية أخرى، ليس لديهم صرامة وحساسيات الدول الأوروبية وهم أفضل في قبول البضائع.

يمكن للذكاء الاصطناعي أيضًا أن يؤثر بشكل كبير على هذه القضية ويسلم المبيعات للشخص لا يمثل مشكلة، لذلك ينصب تركيزي الرئيسي على جلب المبيعات إلى هذا القطاع، لأنه بصرف النظر عن المزاي، فأنا مهتم جدًا بالتكنولوجيا. لسوء الحظ، أصبح استيراد الآلات أكثر صعوبة يوميًا بعد يوم، وهذا سيؤثر على البنية التحتية لخط الإنتاج، ولسوء الحظ، ليس فقط صناعتنا، بل جميع الصناعات ستواجه مشاكل في الأجهزة، ولكن يمكننا التركيز على قطاع البرمجيات واستخلاص النتائج. ■

أكد الرئيس التنفيذي لشركة أمراتا استخدام الأظرف الورقية يُقلل الضرر على البيئة



تختلف اليوم النظرة إلى الورق واستخداماته بين الناس، وقد ازداد تنوع هذا المنتج واستخدامه أضعافًا مضاعفة. في هذا الصدد، أجرينا حوارًا مع المهندس حسين روعي، الرئيس التنفيذي لشركة أمراتا، وهي شركة مُصنعة للأظرف الورقية. اطلعنا على أجزاء من هذه المقابلة. تأسست هذه الشركة عام ٢٠١١ بهدف طباعة وبيع المنتجات، وإسناد تصنيع وتجليد الحقائب الترويجية إلى شركات أخرى. ولكن نظرًا لضعف جودة تجليد الحقائب الترويجية لدى الشركات المصنعة، لم تُغلف منتجاتنا المطبوعة جيدًا، مما أثر سلبيًا على جودة المنتجات المُنتجة. ونظرًا لهذه المشكلة، أنشأنا ورشة تصنيع أظرف عام ٢٠١٢ لإنتاج أظرف عالية الجودة.

بالإضافة إلى المشاركة في دورات مُتنوعة والتعرف على طرق الطباعة المُختلفة، قرر فريقنا التركيز على إنتاج منتج واحد (الأكياس الورقية) بدلًا من إنتاج عدة منتجات تتطلب مراجعة وإشرافًا مكثفًا، وذلك للوصول إلى سوق مُستهدف جيد. من بين هذه المزايا جودة الإنتاج العالية، على سبيل المثال، ننتج ٨٠,٠٠٠ كيس طعام سريع يوميًا، ونستخدم ورقًا إيرانيًا عالي الجودة للمنتجات التي تُستخدم مرة واحدة، مثل أكياس الطعام السريع. ومن مزاياها الأخرى التي تميز بها عن منافسينا الآخرين إمكانية تصنيع المزيد من القوالب وإنتاج أحجام متنوعة من هذه الأكياس.

لدينا أربع ورش عمل تُصنع فيها الأكياس وتُجرى عليها عمليات مراقبة الجودة. بالإضافة إلى ذلك، لدينا فريق آخر يُنهي عملية التصنيع النهائية للمنتجات المرسلّة من هذه الورش لضمان وصول منتج عالي الجودة إلى عملائنا.

في ٩٥٪ من منتجاتنا، لا تُقطع الأشجار، وهي قابلة لإعادة التدوير والعودة إلى دورة الإنتاج. تُصنع أوراقنا من لب قصب السكر (لب قصب السكر)، و٥٪ فقط من منتجاتنا تُصنع من لب الخشب، والذي يُستورد ويُورد أيضًا من دول أخرى.

ننتج أكياسًا مقاومة للماء وغير ضارة بالبيئة، ومُغلّفة حراريًا، مما يضمن للعميل راحة البال بشأن تسرب الرطوبة إلى منتجاته، وهذا مهم بشكل خاص فيما يتعلق بفحم التصدير. يجب علينا التخلي سنويًا عن منتج واحد ضار بالبيئة، وخاصةً النايلون، واستخدام الأكياس الورقية. لا يسعنا إلا أن ندفع مبلغًا إضافيًا قليلًا ونحصل على كيس ورقي أقل ضررًا بالبيئة وأفضل مظهرًا. ■

الرئيس التنفيذي لشركة جولدن تكل أذربيجان منتجاتنا مطابقة لأحدث الإنجازات العلمية



تتمتع شركة جولدن تكل بخبرة تزيد عن ٣٠ عامًا في مجال الإنتاج والتعبئة والتغليف. يتمثل جهد الشركة الرئيسي في ضمان مراعاة جميع اللوائح الصحية والمعايير القانونية في مراحل التربية والذبح والتعبئة والتغليف والتجميد والتخزين ونقل المنتج النهائي. في مقابلة مع الدكتور بابك داداش زاده، الرئيس التنفيذي لشركة جولدن تكل أذربيجان ورئيس مجلس إدارة شركة بيشرو أنديشان نيل ذات العلامة التجارية نت ميت، استعرضنا وضع هذه الشركة. نقرأ مقتطفات من هذه المقابلة.

كان أول إجراء اتخذته هذه الشركة، تماشياً مع أهدافها الرئيسية، هو بناء وإطلاق مصنع لتعبئة وإنتاج اللحوم المجمدة في أذربيجان الشرقية (شمال غرب إيران). منذ عام ٢٠١٠، توسعت أنشطة الشركة لتشمل استيراد اللحوم من منغوليا وجمهورية أذربيجان وروسيا، تماشياً مع سياسات تنظيم السوق المحلية.

شركة جولدن تكل، مستفيدة من القدرات التقنية والعلمية لخبراء الطب البيطري وصناعة الأغذية وعلوم الحيوان في جميع مراحل الإنتاج من التربية والذبح وتجهيز المنتج النهائي، تقدم منتجاتها وفقاً لأحدث الإنجازات العلمية وأعلى المعايير الصحية. يركز جهد الشركة الرئيسي على حقيقة أن جميع اللوائح الصحية والمعايير القانونية يتم مراعاتها في مراحل التربية والذبح والتعبئة والتجميد والتخزين ونقل المنتج النهائي. الاستفادة من وجود كبار خبراء علوم الحيوان وإجراء اختبارات مراقبة الجودة ووجود المشرفين الصحيين من هيئة الطب البيطري في البلاد وكذلك المشرفين الدينيين، أدى إلى أن المنتجات الحلال التي تنتجها هذه الشركة تتمتع بأعلى المعايير الصحية. منغوليا هي تاسع أكبر دولة في العالم من حيث المساحة وتعتبر مكاناً مناسباً لتربية الماشية بسبب مراعيها الغنية بالأعلاف العطرية. تتميز لحوم الماشية في هذه المنطقة بجودة ومذاق خاصين مقارنةً بالمناطق الأخرى، ونظراً لعدم استخدام الأسمدة الكيميائية في نمو أعلاف المراعي وعدم تغذية الحيوانات بأي علف يدوي، فإن لحوم هذه الحيوانات عضوية وطبيعية تماماً.

ضمان جودة المنتجات ليس مجرد شعار، بل هو أيضاً عقيدة وثقافة مؤسسية. يراقب خبراء ومتخصصو هذه الشركة عن كثب عملية الإنتاج في جميع مراحلها، وفقاً لأحدث المعايير والإرشادات الصحية. نظراً لتقلبات أسعار العملات وعدم الاستقرار الاقتصادي، تسعى الشركة إلى الحد من آثار هذه التقلبات على السعر النهائي للمنتج من خلال إدارة التكاليف. كما يتم تنسيق التسعير مع إدارة تنظيم السوق التابعة لوزارة الزراعة.

في منغوليا، نظراً لضرورة سداد جميع المدفوعات عبر الحسابات المصرفية، لا يمكن فتح خطاب اعتماد وتحويل الأموال عبر النظام المصرفي، مما يضطر المستوردين إلى استخدام حسابات وسيطة ومكاتب الصرافة. ■

رئيس مجلس إدارة مجموعة ارس تام

التغيرات التكنولوجية السريعة في مجال صناعة الطباعة والتغليف



في ظل التغيرات التكنولوجية، يُعد تحديث الخدمات وعمليات الإنتاج وأتمتة عملياتها أحد شروط نجاح الشركات والصناعات. لمعرفة المزيد حول هذا الموضوع، أجرينا مقابلة مع المهندس سيد علي نصيري، رئيس مجلس إدارة مجموعة ارس تام. نقرأ مقتطفات من هذه المقابلة. تخصص مجموعة ارس تام في إنتاج وتوريد صناعات الطباعة والتغليف. تُنتج هذه المجموعة الصناعية أنواعاً مختلفة من الكرتون المزدوج المغلف بورق أبيض وورق كرافت، والسييلوفان المطبوع والمعدن، والبولي إيثيلين الصحي، والكرتون الصناعي المغلف بقمش وجلد صناعي لأغلفة التغليف المقاومة للماء، وأنواعاً مختلفة من صناديق التبريد، والصناديق الصلبة، ومواد التغليف الصناعية والصحية الخاصة، بكثافة تتراوح بين ١٨٠ و ١٦٠٠ غرام للمتر المربع.

تتميز مجموعة ارس تام بخبرتها في إنتاج وتوريد صناعات الطباعة والتغليف. تُنتج هذه المجموعة الصناعية أنواعاً مختلفة من الكرتون المزدوج المغلف بورق أبيض وورق كرافت، والسييلوفان المطبوع والمعدن، والبولي إيثيلين الصحي، والكرتون الصناعي المغلف بقمش وجلد صناعي لأغلفة التغليف المقاومة للماء، وأنواعاً مختلفة من صناديق التبريد، والصناديق الصلبة، ومواد التغليف الصناعية والصحية الخاصة، بكثافة تتراوح بين ١٨٠ و ١٦٠٠ غرام للمتر المربع. بالإضافة إلى ذلك، ستُطرح وحدة أبحاث وتطوير صناعة التعبئة والتغليف، التي تضم خريجين من صناعات الخشب والورق والبوليمر والتعدين، منتجات جديدة قائمة على المعرفة في سوق التعبئة والتغليف قريباً، بالاعتماد على الاكتشافات المحلية والمواد الخام من موارد إيرانية كاملة. كما تعلمون، فإن التغيرات التكنولوجية في صناعة الطباعة والتغليف أسرع بكثير من الصناعات الأخرى في العالم، ونظراً لحجم الاستثمار المطلوب لشراء آلات الطباعة، فإن تحديث التكنولوجيا في الوحدات ليس بالأمر السهل. ولا شك أن شركة ارس تام ليست استثناءً من هذه القاعدة. واليوم، يمكن أن يلعب التعرف على المواد الخام وتوريدها وتطبيق المعرفة والخبرة، والاستفادة من الطاقة الإنتاجية الفارغة لدى الزملاء الآخرين دوراً هاماً للغاية في زيادة القدرة على تقديم الخدمات وإكمال سلسلة التوريد. ووفقاً لدراسات وحدة أبحاث السوق لمجموعة ارس تام، فإن صناعات التعبئة والتغليف في البلاد بحاجة إلى إعادة هندسة وإعادة ابتكار وإنشاء هيكل جديد. إذا أمّن عملنا بذلك وثقوا بالوحدات المتخصصة، واتخذت وحدات الإنتاج وخدمات الطباعة والتغليف موقفاً صائباً وهادفاً، مع مراعاة الاحتياجات الحقيقية لمنتجات المصنّعين، دون المساس بثقة العملاء، فباستخدام نفس التكنولوجيا الموجودة في البلاد، يمكننا بالتأكيد جلب منتجات إيرانية عالية الجودة إلى جميع الأسواق المحلية وأسواق التصدير.

يُمثل تزوير الطباعة والتغليف وملصقات مختلف المنتجات الغذائية ومستحضرات التجميل والصحة والأدوية والصناعات مشكلة خطيرة بسبب نقص خبرة النفايات، التي تمكنت من تحدي الحرفيين الحقيقيين والصحيين بجديّة من خلال الضغط.

إن حجم مبيعات صناعة الطباعة البالغ ٨٥٠ مليار دولار في العالم كواحدة من الصناعات المهمة، والبنية التحتية وتاريخ صناعة الطباعة في إيران الممتد على مدار ٢٠٠ عام، يُحددان المكانة الحقيقية لهذه الصناعة بالنسبة لنا كالثالث صناعة في البلاد. ■

لا بد من حدوث تغييرات جوهريّة في عملية البناء في البلاد



في مقابلة مع سعيد بهلواني كشكوييه، وهو مهندس مدني يتمتع بخبرة واسعة في تنفيذ والإشراف على مشاريع الهندسة المدنية المهمة في البلاد، وخاصة في مجال التعدين وبناء السدود، قمنا بفحص أهم المعايير التي تؤثر على تحسين مخرجات بناء السدود في البلاد. نقرأ أجزاءً من هذه المقابلة.

العامل الأكثر أهمية في بناء السدود هو أن تكون مادة بناء السد في التصميم بحيث يتم استخدام مادة من نفس منطقة البناء؛ وخاصة أن تكون المادة على جانب خزان السد. في المشاريع، يتم استخدام نوى الأسفلت والطين بحجم حبيبات المواد الموجودة، والذي يعتمد بالطبع على نوع السد. في تشغيل السدود الهيدروليكية أو الرسوبية، فإن معظم السدود في إيران هيدروليكية ولتزويد المياه، كما يقع عدد من سدود الترسيب الصناعية الصغيرة أيضًا بالقرب من المصانع الصناعية الإيرانية، وهو أمر مهم جدًا أيضًا من حيث حماية البيئة. إن عملية الختم في مشاريع الهندسة المدنية وبناء السدود تختلف عن بعضها البعض، حيث يتم ختم السدود من قلب السد بنوع المادة، وإذا كان ذلك مهمًا من حيث الموارد الطبيعية والمحافظة عليها.

من حيث عملية البناء، بعد تنفيذ السدود الخرسانية ذات القوس، لا توجد طريقة أفضل وأكثر فعالية من حيث التكلفة؛ بالطبع، في السدود الضخمة والواسعة، ولكن في السدود الأصغر ذات الأحجام المتحكم فيها، يتم استخدام طريقة السدود البلاستيكية والمطاطية، والتي يتم بناؤها وتنفيذها كجدار.

في صناعة البناء، هناك قطاعات مختلفة ومتنوعة، ومن حيث المواد والموارد، لا يمكن الاكتفاء بنوع واحد من المواد أو العنصر للبناء، ولكن صناعة البناء الحضري يتم تنفيذها في قطاعين: الخرسانة والمعادن. في تنفيذ المباني، يتم استخدام البلاستيك المضغوط والخشب والأونوليت. إن بناء واجهات المباني له مجموعة واسعة من المواد وطرق التنفيذ، كما يتم استخدام المواد والطرق الحديثة في تنفيذ جدران المباني.

في موضوع مراقبة وصيانة قوة البناء، هناك معايير مختلفة، وأهمها المعايير الأمريكية والأوروبية. وللحفاظ على القوة، يجب مراعاة مبادئ تنفيذ الأساس والأرض والحفاظ عليها. ويجب مراعاة منطقة التنفيذ ومعامل مقاومة الأرض، وإذا لم يكن مناسبًا، فيجب تقويته بأساليب مختلفة.

في عملية البناء في البلاد، يجب إجراء تغييرات جذرية من قبل السلطات المعنية. يجب استخدام المقاولين الحاصلين على المؤهلات والتراخيص القانونية فقط، والذين تم تصنيفهم قانونيًا، بناءً على منظمة التخطيط والميزانية للعمل. يجب إيلاء اهتمام خاص للمهندسين والمشرفين والمصممين حتى يتمكنوا من مواصلة عملهم بمراقبة أفضل وأكثر دقة. ■

مدير شركة بارس خواب الياف للتصنيع

ينصب تركيزنا على إنتاج منتجات صحية

ونظرًا لأهمية منتجات النوم في صحة المجتمع، يُعد إنتاج هذه المنتجات وفقًا لمعايير الجودة أحد متطلبات الدولة. ولدراسة هذه المسألة بمزيد من التفصيل، أجرينا مقابلة مع مجتبی شجاعی، مدير شركة بارس خواب الياف. وقد قرأنا أجزاءً من هذه المقابلة. بدأت هذه الشركة، المعروفة الآن باسم "بارس خواب الياف"، أنشطتها عام ١٩٧٩ بهدف إنتاج طبقات بوليستر من ٥٠ إلى ٥٠٠ غرام، وتعمل رسميًا منذ عام ١٩٨١، وكان ممثل مبيعاتها أيضًا شجاعی للتجارة.

نظرًا لارتفاع حجم ووزن مراتب النوايض، قررت الشركة، مع إدارتها الجديدة، شراء آلات جديدة لتوفير التقنيات اللازمة لتحسين الإنتاج، مما سيؤثر على ثمنه. لهذا الغرض، حصلت الشركة على التقنيات اللازمة من خلال رحلات عديدة إلى الدول الأوروبية والآسيوية لتسهيل تصدير المنتج إلى الدول المجاورة، بما في ذلك تقنية إنتاج مراتب النوايض التي يجري إعدادها.

يعتمد حجم الاستثمار بالتأكيد على حجم المبيعات، ولكن نظرًا لقلة تنوع منتجات النوم في بلدنا واستيراد المواد الخام، فإن الاستثمار في هذا المجال منخفض أيضًا. على سبيل المثال، يوجد أكثر من ٧٠ نوعًا من الوسائد في العالم، والتي يصعب إنتاجها في البلاد بسبب نقص المواد الخام.

لجذب العملاء، نسعى جاهدين لتوفير المراتب والوسائد والألحفة وفقًا لحالتهم البدنية وصحتهم العامة. لذلك، نلتزم بمعايير الجودة في إنتاج هذه المنتجات لضمان صحة العملاء. في هذا الصدد، توفر الفنادق أيضًا مراتب وفقًا لوزن الأشخاص بناءً على طلبنا، بحيث تزداد مقاومة النوايض وقوايلها مع وزن الشخص وتساعد على النوم بشكل مريح. في هذا الصدد، نستعين بخبراء لفحص وتنفيذ كمية النوايض وكيفية إنتاجها. لدينا حاليًا ١٥ دولة مجاورة، جميعها يمكن أن تكون مشتركة لمنتجاتنا، وبالتالي، يمكن تصدير هذه المنتجات إلى هذه الدول. علاوة على ذلك، تتمتع هذه المنتجات بميزة تنافسية من حيث السعر، وبفضل استخدام آلات الكبس، انخفضت تكاليف تصديرها بشكل كبير. للأسف، لم تدعم البنوك الشركة المصنعة بأي شكل من الأشكال نظرًا لأرباحها المرتفعة، ولم تكن داعمة في هذا الصدد. ■



جلها الحديثة مواكبة للتكنولوجيا، مزيج من الأصالة والابتكار



الدكتور مهدي كريمي تفرشي
رئيس مجلس إدارة مجمع جلها
للمنتجات الغذائية والزراعية

لم يمض وقت طويل قبل أن يقدم مجمع جلها للصناعات الغذائية والزراعية سوى ٣٠ منتجاً للسوق، ولكن اليوم، ومع أكثر من ٧٠٠ وحدة تخزين من السلع المصنعة، أصبح لديه سلة غذائية هي الأكثر تنوعاً في البلاد. وتشمل هذه المنتجات التوابل والبهارات المختلفة، والدقيق، والحبوب، والبقوليات، ومساحيق الكيك، والهام، والخضروات المجففة والمختلطة، والأعشاب،

وفئات الخبز، والمساحيق، والأطعمة المعلبة وشبه المحضرة والفورية، وأنواع مختلفة من مسحوق قهوة الكاكاو ومزيج القهوة، وقد أدرج مؤخراً تطوير المنتجات الصحية والغذائية والعضوية في سلة غذائه. إن امتلاك أعلى تنوع في المنتجات هو أحد السمات الفريدة لمجمع جلها للصناعات الغذائية، وهو انعكاس لسنوات من الجهد والبحث والتطوير في اتجاه توفير سلة الغذاء التي يحتاجها المجتمع واحترام احتياجات ورغبات المستهلكين. من بين المنتجات التي تمت إضافتها إلى سلة منتجات جلها الغذائية أكياس الشاي الأسود والشاي الأخضر، والتي تحظى بطلب كبير من قبل عملاء جلها، جنباً إلى جنب مع السكر الذي يتم تقديمه مرة واحدة ومسحوق كعكة جلها، قدمت مزيجاً مسائلاً شهياً لمستهلكي جلها.

من خلال تقييم احتياجات السوق اليوم وتوسيع وعي المستهلك ونهج المجتمع تجاه المنتجات القائمة على الصحة، تتخذ هذه المجموعة خطوات فعالة في هذا المجال وتوسع مكانتها في مجال المنتجات العضوية الموجهة نحو الصحة.

العسل العضوي بجودة لا مثيل لها ونكهة فريدة في شكل ضغطة واحدة جذاب للغاية وعملي لمجموعات المستهلكين المختلفة من الموظفين إلى الطلاب، وكذلك الفنادق والمقاهي والمطاعم، والتي سيتم طرحها في السوق في المستقبل القريب. في هذا الصدد، تتوفر التوت المجفف العضوي من جلها بجودة لا مثيل لها للمستهلكين الأعزاء، وسيتم قريباً إضافة منتجات عضوية أخرى إلى سلة جلها العضوية. من ناحية أخرى، يعد الشوفان المطحون من بين منتجات الحمية الصحية والشائعة جداً التي طرحتها شركة جلها للصناعات الغذائية في السوق للمساعدة في الحفاظ على صحة المستهلك وفكرة النظام الغذائي الصحي والموجهة للحمية. كما أن السكر البني ونخاله الأرز ومسحوق جنين القمح من المنتجات الأخرى الموجهة للصحة والموجهة للحمية والتي تمت إضافتها إلى سلة منتجات جلها الموجهة للصحة.

كما أنه نظراً للطلب المرتفع من المستهلكين، وخاصة الرياضيين الأعزاء، ومع اقتراب التحرك نحو إنتاج منتجات الحمية ومنخفضة الأسعار الحرارية، فقد طلبت شركة جلها للصناعات الغذائية إنتاج مسحوق الجيلي الخالي من السكر وستقدمه قريباً. تعد الكينوا من بين المنتجات التي اكتسبت العديد من المعجبين في السنوات الأخيرة بسبب خصائصها الغذائية الفريدة وهي ضمن خطط إنتاج جلها المستقبلية. ■

مؤسسة ومديرة مجموعة آزاده الفنية

الفن وسيلة لرؤية جمال العالم بشكل أفضل



في مقابلة مع السيدة آزاده حسين جاني، مؤسسة ومديرة مجموعة آزاده الفنية، والتي تعمل في مجال الرسم والخط الإيراني، تناولنا وضع هذا الفن في البلاد. نقرأ مقتطفات من هذه المقابلة.

الفن مُلهم ونابض بالحياة. عندما نغوص في أمواج الفن الإلهية التي تتدفق في روح الفنان، سندرك أن الفن لا حدود له، مليء بالنور الإلهي والحب. وأن الفنان يجسد الحب الإلهي بعد أن يمر عبر مصفاة وجوده؛ وهنا، يتعاون الله والفنان، يُدع عمل فني، سواء كان مقصوداً أم لا، يحمل توقيع الفنان في قلبه. لا أقصد توقيعاً فنياً، بل المعنى الذي يُضفيه الفنان على العمل. كانت جميع المعارض التي شاركت فيها تقريباً صعبة، ويعود ذلك إلى أسلوبي المختلف في العمل واستخدامي لأعمال ذات مكانة مختلفة.

إن عملية إقامة معرض، بل وتطويره، أشبه بمشروع، ومجموعة آزاده الفنية مسؤولة عن تنفيذه وتنفيذه، من الفكرة إلى تصميم المعرض. ويلعب وجود المرشدين دوراً هاماً في التطور الفكري للفنانين وفهمهم، بل واكتشاف وجهات نظرهم. من ناحية أخرى، يتعرف الفنانون في هذه المعارض على وجهة نظرهم الخاصة بشكل أفضل، ويستخدمونها في بناء فكرهم ووحدتهم الموضوعية.

يتطلب تحسين جودة المعارض من الفنانين أن يكونوا أكثر وعياً وإدراكاً لذاتهم، وهذه العملية لا ينبغي أن تتوقف. في هذا الصدد، تُفقد تدابير مثل تعريف أكبر عدد ممكن من الفنانين بالفنان الكامن فيهم والتعبير عنه بشكل صحيح، وعقد لقاءات بهدف تعزيز ثقة الفنانين بأنفسهم، ودمج فنانين المجموعة للارتقاء بأهدافهم الروحية. وفي هذا الصدد، أطلقت سلسلة معارض بعنوان "مسار الفنان"، لتشجيع الفنانين على قراءة كتاب يحمل الاسم نفسه، وقراءة الكتاب في بث مباشر على صفحة إنستغرام @miniature_leather.

من أهم مميزات معرض دبي العالمي كسر الحواجز وجمعه فنانين من جميع أنحاء العالم في أكشاك متلاصقة.

بشكل عام، تعزز المساحات التعاونية الأهداف والرؤى، وتشكل بعض أشكال التعاون والعلاقات بناءً على اهتمامات مشتركة، وأحياناً متضاربة، مما يساعد الفنانين على التقدم في مسيرتهم المهنية.

من أفضل سمات الفن وخصائصه لغته التعبيرية لنقل المفاهيم، ويمكن استخدام هذه الميزة الرائعة لنقل المفاهيم الثقافية والاجتماعية من جيل إلى آخر، وللتنمية الاجتماعية. ■



فرم اشتراک سالیانه

● حقوقی

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؟

● خیر

● بله

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

واحد اشتراک: ۸۸۸۶۴۸۳۵ - ۰۲۱

سرمایه گذاری

۱. واریز مبلغ ۴,۸۰۰,۰۰۰ تومان به

حساب شماره: ۰۱۰۱۹۶۵۰۲۹۰۰۴

و یا شماره کارت: ۹۳۱۴-۲۵۵۰-۹۹۷۳-۶۰۳۷

و یا شماره شبدا: ۰۲۹۰-۰۴-۱۹۶۵-۰۰۱۰-۰۰۰۰-۰۱۷۰-۱۹۴۹

بانک ملی ایران به نام آقای مرتضی فغانی.

۲. ارسال تصویر فیش بانکی از طریق دورنگار به

شماره: ۸۸۸۶۴۷۲۰ - ۰۲۱

۳. هزینه ارسال مجلات با پست عادی به عهده ماهنامه

و هزینه پست سفارشی به عهده متقاضی می باشد.

۴. هزینه فوق برای اشتراک ۱۲ شماره از ماهنامه هر ماه

یک نسخه است.

دنیای

سرمایه گذاری

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت



www.dsarmaye.ir



d.sarmayeh@gmail.com



donyaye_sarmaye



@dsarmaye_ir



WORLD OF INVESTMENT

Modern Golha in step with technology, a combination of originality and innovation



Dr. Mehdi Karimi Tafreshi
Chairman of the Board of
Directors of the Golha Food
and Agricultural Industries
Complex

Not so long ago, the Golha Food and Agricultural Industries Complex offered only 30 items to the market, but today, with more than 700 SKUs of manufactured goods, it has the most diverse food basket in the country. These products include various spices and seasonings, flours, grains, legumes, cake and jelly powders, dried and mixed vegetables, herbal infusions, breadcrumbs and powders, canned and semi-prepared and instant foods, various types of cocoa coffee powder and coffee mix, and have recently included the development of health-oriented, dietary and organic products in its food basket. Having the highest product diversity is one of the unique features of the Golha Food Industries, which is a reflection of years of effort, research and development in the direction of providing the food basket needed by society and respecting the needs and desires of consumers. Among the products that have been added to the Golha food product basket are black tea and green tea tea bags, which are highly demanded by Golha customers and, along with single-serving sugar and Golha cake powder, have provided a hearty evening combination for Golha consumers.

By assessing today's market needs and expanding consumer awareness and society's approach towards health-based products, this collection is taking effective steps in this area and expanding its position in the field of health-oriented and organic products.

Organic honey with unparalleled quality and a unique flavor in single-press form is very attractive and practical for different consumer groups from employees to students, as well as hotels, cafes and restaurants, which will be launched on the market in the near future. In this regard, Golha organic dried berries with unparalleled quality are available to dear consumers, and other organic products will soon be added to the Golha organic basket. On the other hand, rolled oats are among the health-oriented and very popular diet products that Golha Food Industries has introduced to the market in order to help maintain consumer health and the idea of a healthy and diet-oriented diet. Also, brown sugar, rice bran, and wheat germ powder are other health-oriented and diet-oriented products that have been added to the food basket of Golha's health-oriented products.

Also, considering the high demand of consumers, especially dear athletes, and with the approach of moving towards the production of diet and low-calorie products, Golha Food Industries has ordered the production of sugar-free jelly powder and will soon offer it. Quinoa is among the products that have gained many fans in recent years due to its unique nutritional properties and is in Golha's future production plans.■

Founder and Director of Azadeh

Art Group

Art is a means to better see the beauties of the world



In an interview with Ms. Azadeh Hosseini, founder and director of Azadeh Art Group, who works in the field of Iranian painting and calligraphy, we examined the status of this art in the country. We read parts of this interview.

Art is inspiring and life-giving. When we immerse ourselves in the divine waves of art that flow in the artist's soul, we will realize that art is boundless, full of divine illumination and love, and the artist portrays divine love after it passes through his existential filter; this is where, with the cooperation of God and the artist, a work is created that, whether it is intended or not, has the artist's signature in its heart. I do not mean an artistic signature, but rather the meaning that the artist gives to the work.

Almost all the exhibitions I have participated in so far have been challenging, and the reason for that was my different working style and the use of works that had a different status.

The process of holding an exhibition and even developing it is actually like a project, and the Azadeh Art Group is responsible for its implementation and implementation, from the idea to the exhibition design. The presence of mentors plays an important role in the intellectual progress and growth of artists and even the discovery of their perspectives. On the other hand, artists in these exhibitions get to know their own perspective better and use it in their intellectual structure and thematic unity.

Improving the quality of exhibitions requires artists to be more aware and self-aware, and this process should not be stopped. In this regard, measures such as introducing as many artists as possible to the artist within them and expressing it in a proper way, holding meetings with the aim of increasing the self-esteem of women artists, integrating the artists of the group in order to elevate their spiritual goals, and in this regard, a series of exhibitions called The Artist's Path have been launched, encouraging artists to read the book of the same name, and reading the book in live broadcasts on the Instagram page @miniature_leather have been carried out.

One of the most important features of the Dubai World Expo is that it breaks down boundaries and brings together artists from all over the world in wall-to-wall booths.

Generally, collaborative spaces promote goals and visions, and some collaborations and relationships are formed based on common and sometimes conflicting interests, which help artists progress in their careers.

One of the best features and characteristics of art is the expressive language of art for conveying concepts, and this great feature can be used to convey cultural and social concepts from one generation to another and for social development.■

Director of Pars Khab Manufacturing Company

Our focus is on producing health-oriented products



Given the importance of sleep products in the health of society, producing these products in compliance with quality standards is one of the country's requirements. In order to further examine this issue, we have conducted an interview with Mojtaba Shojaei, Director of Pars Khab Manufacturing

Company. We read parts of this interview.

This company, which is now known as Pars Khab Aalif, began its activities in 1979 with the aim of producing polyester layers from 50 to 500 grams and has been officially operating since 1981, and the sales representative of this company has also been Shojaei Trading.

Since spring mattresses have a high volume and weight, the company, with new management, decided to purchase new machinery in order to provide the necessary technologies to optimize production, which will have an impact on production growth. For this purpose, it gained access to the required technologies through numerous trips to European and Asian countries to easily export the product to neighboring countries, including the spring mattress production technology that is being prepared.

The amount of investment certainly depends on the amount of sales, but since the variety of sleeping products in our country is small and the raw materials are imported, investment in this field is also low. For example, there are more than 70 types of pillows in the world, which are difficult to produce in the country due to the lack of raw materials.

In order to attract customers, we are trying to provide mattresses, pillows and duvets according to their physical conditions and overall health. Therefore, quality standards are observed in the production of these products to ensure customer health. In this regard, hotels also provide mattresses according to the weight of people at our request so that the resistance of the spring and its molds increases with the weight of the person and helps them sleep comfortably. In this regard, we use experts to examine and implement the amount of springs and how to produce them. Currently, we have 15 neighboring countries, all of which can be buyers of our products, and accordingly, these products can be exported to these countries. In addition, these products also have a competitive advantage in terms of price, and by using pressing machines, their export costs have been greatly reduced. Unfortunately, banks have not helped the manufacturer in any way due to their high profits and have not been helpful in this regard. ■

World of INVESTMENT

Civil and Structural Implementation Manager of Canymes Company

There must be fundamental changes in the country's construction process

In an interview with Saeed Pahlavani Keshkoyeh, a civil engineer who has extensive experience in implementing and supervising important civil engineering projects in the country, especially in the field of mining and dam construction, we examined the most important parameters that affect the improvement of dam construction outputs in the country. We read parts of this interview.

The most important factor in dam construction is that the dam construction material in the design is such that the material of the same construction area is used; especially that the material is on the dam reservoir side. In projects, asphalt and clay cores with the grain size of the existing materials are used, which of course depends on the type of dam. In the operation of hydraulic or sedimentary dams, most of the dams in Iran are hydraulic and for water supply, and a number of small industrial sedimentation dams are also located in the vicinity of Iranian industrial factories, which is also very important in terms of environmental protection.

Sealing in civil engineering and dam construction projects is different from each other. Dams are sealed from the core of the dam with the type of material, and if it is important in terms of natural resources and conservation.

In terms of the construction process, after the implementation of concrete dams with an arch, there is no better and more cost-effective method; of course, in huge and vast dams, but in smaller dams with controlled volumes, the method of plastic and rubber dams is used, which is built and implemented as a wall.

In the construction industry, there are different and diverse sectors, and in terms of materials and resources, it is not possible to be satisfied with just one type of material or item for construction, but the urban construction industry is implemented in two sectors: concrete and metal. In the implementation of buildings, compressed plastic, wood and unolite are used. The construction of building facades has a wide variety of materials and methods of implementation, and materials and modern methods are also used in the implementation of building walls.

In the issue of observing and maintaining the strength of construction, there are various standards, the most important of which are the American and European standards. In order to maintain strength, the principles of implementation of the foundation and the ground must be observed and maintained. The implementation area and the resistance coefficient of the ground must be considered, and if it is not appropriate, it must be strengthened with different methods.

In the construction process of the country, fundamental changes must be made by the relevant authorities. Only contractors with legal qualifications and licenses, who have been legally ranked, based on the Planning and Budget Organization should be used for work. Special attention should be paid to engineers, supervisors and designers so that they can continue their work with better and more precise control. ■



CEO of Golden Takal Azerbaijan Company

Our products are in line with the latest scientific achievements



Golden Takal Company has more than 30 years of experience in production and packaging. The company's main effort is to ensure that all health regulations and legal standards are observed in the stages of breeding, slaughter, packaging, freezing, storage and transportation of the final product. In an interview with Dr. Babak Dadashzadeh, CEO of Golden Takal Azerbaijan Company and Chairman of the Board of Directors of Pishro Andishan Nil Company with the Net Meat brand, we examined the situation of this company. We read parts of this interview.

The first action of this company in line with its main goals was to build and launch a frozen meat packaging and production plant in East Azerbaijan (northwest of Iran). Since 2010, the company's activities have expanded to import meat from Mongolia, the Republic of Azerbaijan and Russia, in line with the policies of regulating the domestic market.

Golden Tech Company, utilizing the technical and scientific capabilities of veterinary, food industry and animal science experts in all stages of production from breeding, slaughtering and processing of the final product, offers its products in accordance with the latest scientific achievements and the highest health standards. The company's main effort is based on the fact that all health regulations and legal standards are observed in the stages of breeding, slaughtering, packaging, freezing, storage and transportation of the final product. Benefiting from the presence of senior animal science experts, conducting quality control tests and the presence of health supervisors from the country's Veterinary Organization as well as religious supervisors, has resulted in the halal products produced by this company having the highest health standards. Mongolia is the nineteenth largest country in the world in terms of area and is considered a suitable place for raising livestock due to its rich pastures of aromatic forage. The meat produced from livestock in this region has a special quality and taste compared to other regions, and given that no chemical fertilizers are used in the growth of pasture fodder and the animals are not fed with any hand food, the meat obtained from animals in this region is also completely organic and natural.

Ensuring the quality of products is not just a slogan, but also our organizational belief and culture. The experts and specialists of this company closely monitor the production process at all stages of production, in compliance with the latest standards and health guidelines.

Given the currency fluctuations and economic instability, the company tries to reduce the effects of these fluctuations on the final price of the product by managing costs. Pricing is also coordinated with the Market Regulation Department of the Ministry of Agriculture.

In Mongolia, due to the need to make all payments through bank accounts, it is not possible to open a letter of credit (LC) and transfer funds through the banking system, which forces importers to use intermediary accounts and exchange offices. ■

The Chairman of the Board of Directors of Aras Tam Group Rapid technological changes in the field of printing and packaging industry



Given the changes in technology, one of the conditions for the success of businesses and industries is the updating and smartization of services and production processes. To learn more about this issue, we had a conversation with Engineer Seyed Ali Nasiri, Chairman of the Board

of Directors of Aras Tam Group. We read parts of this interview.

Aras Tam Group specializes in the production and supply of printing and packaging industries. This industrial group produces various types of duplex cardboard with white and kraft paper coatings, printed and metallized cellophane, sanitary polyethylene and industrial cardboard with fabric and artificial leather coatings for waterproof packaging wrappers, various types of cold storage boxes, hard boxes and special industrial and sanitary packaging from 180 to 1600 grams per square meter.

In addition, the Packaging Industry Research and Development Unit, utilizing graduates from the wood and paper, polymer and mining industries, will soon introduce new knowledge-based products into the packaging market, relying on indigenous findings and raw materials from complete Iranian resources.

As you are aware, technological changes in the printing and packaging industry are much faster than in other industries in the world, and given the amount of investment required to purchase printing machinery, updating technology in units is not so easy. Aras Tam is certainly no exception to this rule. Today, recognizing and supplying raw materials, applying knowledge and experience, and utilizing the empty capacity of other colleagues can play a very good role in increasing service capacity and completing the supply chain. According to the studies of the Aras Tam Group Market Research Unit, the country's packaging industries need to be re-engineered, recreated, and create a new structure. If our customers believe this and trust the specialized units, and the production units and printing and packaging services also have the right and purposeful attitude, considering the real needs of the producers' products, without abusing the trust of the customers, then with the same existing technology in the country, we can definitely bring high-quality Iranian products to all domestic and export markets.

The counterfeiting of printing, packaging and labels of various food, cosmetic and health, pharmaceutical and industrial products is a serious problem due to the lack of expertise of the unions, which have been able to seriously challenge real and healthy craftsmen with lobbying.

The 850 billion dollar turnover of the printing industry in the world as one of the important industries and the infrastructure and 200-year history of the printing industry in Iran determine the real position of this industry for us as the third industry in the country. ■

CEO of Parseh Alborz Ravia Packaging Industries stated Planning for product sales using artificial intelligence



Ravia Paper and Cardboard started its activity in 2012 and, relying on technical knowledge and 30 years of experience in the food industry, successfully overcame the difficult market situation after the sanctions. The main goal and vision of this complex is to achieve complete satisfaction of its business partners, therefore, the characteristics of its products can be mentioned as excellent quality, delivery of orders in the shortest possible time, very competitive prices and work commitment. Considering this issue, we went to Mostafa Babaei, CEO of Parseh Alborz Ravia Packaging Industries and talked to him. We read parts of this interview.

During about 13 years of presence in this industry, many changes have taken place, so that diversity has increased and a lot of competition has also arisen. However, I have come to the conclusion that overall there has been no noticeable change and what is at stake is mainly a matter of competition; of course, we have not yet achieved the desired output.

Indeed, over the years we have faced many challenges in different fields, but during the research conducted by me, it was found that cardboard is still used in the most developed countries of the world and this product is still practical, so I did not stop working in this field. Also, the Corona period was a strong seal that the cardboard industry has much more potential for expansion. During this period, although many industries were in decline, the consumption of cardboard for shipping and moving products grew significantly.

Our only policy was to produce everything that the packaging industry needs. Since this company was in the de-

velopment phase, during this time it cooperated with all industries and did not operate seasonally and specialized, but produced various packaging from different industries, which has contributed to the relative stability of our activities throughout the year.

The Corona period was an important witness that the cardboard industry has much greater potential for expansion. During this period, although many industries experienced a decline, the consumption of cardboard for shipping and moving products grew significantly.

In my opinion, our economy is currently following the path of China, and exports are currently playing an important role, and will definitely play an even more prominent role in the coming years. We have been exporting since 2018 and have customers from countries like Iraq. Currently, the export process is becoming more difficult every day, one example of which is the problem of clearing goods in the destination country and sending cargo. Exports help us a lot in terms of providing liquidity, so our ongoing projects are completely export-oriented.

The Arab countries of the Persian Gulf are mainly our export destinations, because cooperation with them is easier and more reliable. On the other hand, they do not have the strictness and sensitivities of European countries and are better at accepting goods.

The most important change in history is going to happen in this industry, because in the packaging and B2B sector, we are sales-oriented. In my opinion, one of the problems is that we lack strict laws in the country, and this causes many marginal issues to arise, especially when managers or people move, and this causes us losses.

Artificial intelligence can also greatly affect this issue and hand over sales to someone who is not a problem, so my main focus is to bring sales into this sector, because apart from the advantages, I am very interested in technology. Unfortunately, importing machinery is becoming more difficult day by day, and this will affect the infrastructure of the production line, and unfortunately, not only our industry, but all industries will encounter hardware problems, but we can focus on the software sector and draw conclusions. ■



CEO of Zarifcar Behrooz Industrial Company proposed Using diverse and innovative strategies in parts manufacturing

Zarifcar Behrooz Industrial Company, as one of the automobile parts manufacturing factories, was established by focusing on the organization's environment, planning strategies, considering the demands and expectations of all stakeholders, creating a risk- and opportunity-based thinking, establishing knowledge management, and improving and promoting the organization's processes. To learn more about this company, we went to Engineer Shahram Zarifian Behrooz, CEO of Zarifcar Behrooz Industrial Company, and had a conversation with him. We read parts of this interview.

In recent years, sales statistics of leading automakers in the world prove that the appearance of a car and its design, as well as the type of fuel consumed by the car, are the most important factors in the acceptance or non-acceptance of that car in the sales market. In order to align with this progress in the automobile industry, Zarifcar Behrooz Company has developed the necessary strategies in the form of a business plan with a 3-year perspective.

The main specialization of Zarifcar Behrooz Company is in the field of foam, which this year, by applying diverse, innovative and competitive strategies, has purchased a foam production machine in accordance with modern technology, which will produce parts in accordance with global standards and meet the needs of specific customers. Also, by starting cooperation and taking on expert consultants in the automotive industry, we intend to expand the company's activities next year.

Zarifcar Behrooz Company is a supplier of foam parts and, in some cases, polymer parts for automobiles.

Technology and technological advancement will have a significant impact on the production process, and although accepting this issue and implementing it will cause resistance in organizations, this issue must be institutionalized in the company in order to remain competitive with competitors.

The main product of this company is foam, which is produced with PU material, due to its material and production process, causes production waste and environmental pollution. Although specialized measures have been taken within the company to control environmental pollution, and a large amount of money is spent annually to control waste and control environmental pollution, after researching the production method and alternative materials, we have achieved good results, and starting next year, we will be using foam with a different material and a modern production process that will reduce production waste and the costs of controlling and controlling pollution resulting from the production of PU foam. ■

The CEO of Amertat emphasized Less damage to the environment by using paper envelopes



Today, there is a different view of paper and its uses among people, and the diversity and use of this product has increased many times over before. In this regard, we had a conversation with Engineer Hossein Roohi, CEO of Amertat Company, a manufacturer of paper envelopes. We read parts of this interview.

This company was established in 2011 with the aim of printing and selling products and outsourcing the manufacturing and binding of promotional handbags to other companies, but since the companies manufacturing promotional handbags were weak in terms of the quality of envelope binding, they did not bind our printed products well, which reduced the quality of the products produced. Considering this issue, we established an envelope manufacturing workshop in 2012 in order to produce higher-quality envelopes.

In addition to participating in various courses and familiarizing ourselves with different printing methods, our staff decided to focus on producing one product (paper bags) instead of producing several products that require more review and supervision in order to achieve a good target market.

Among these advantages is high and high-quality production. For example, we produce 80,000 fast food takeout bags daily and use high-quality Iranian paper for disposable products such as fast food takeout bags. Another advantage we have over other competitors is that we can make more molds and produce more diverse sizes of these bags.

We have 4 sets of workshops where the bags are made and quality control is carried out. In addition, we have another set that finalizes the products sent from these 4 sets so that a higher quality product reaches customers.

In 95% of our products, no trees are cut down and are recyclable and return to the production cycle. Our papers are produced from sugarcane pulp (bagasse pulp) and only 5% of our products are produced from wood pulp, which is also imported and supplied from other countries.

We produce bags that are waterproof and do not harm the environment and are heat-sealed, and the customer has peace of mind about moisture penetration into their product. This is especially important in relation to export charcoal.

We must abandon one environmentally harmful product every year, especially nylon, and use paper bags. We can only pay a little more and get a paper bag that is less harmful to the environment and has a better appearance and appearance. ■

**Founder and CEO of Farafoam
Knowledge-Based Industries
Company**

**Improving the quality and
diversity of products by
investing in modern equipment**



Farafoam Knowledge-Based Industries Company, focusing on recycling rubber materials and the devulcanization process, has been able to return used tires to the production cycle and produce sustainable and environmentally friendly products without compromising quality. In an interview with Dr. Alireza Arshadi, founder and CEO of Farafoam Knowledge-Based Industries Company, we have examined the company's activities. We read parts of this interview.

Product diversity management in Farafoam Industries is based on production flexibility and formulation standardization. We use flexible manufacturing systems (FMS) to be able to adjust production lines optimally and quickly for different products. We ensure quality through multi-stage quality control, implementation of international standards (ISO 9001, IATF 16949) and the use of statistical control systems (SPC). In addition, we have adopted industrial automation and advanced technologies to increase accuracy and productivity. To balance quality and quantity, we have implemented the Just-in-Time (JIT) production model to prevent overproduction and waste. We also control the quality of raw materials by optimizing the supply chain and cooperating with reliable suppliers. Research and Development (R&D) also plays a key role in optimizing products. Finally, data mining and production performance analysis have helped us increase productivity and reduce waste to meet market needs with the highest quality.

Innovation and technological development are a priority. By investing in research and development (R&D), we design new formulations based on the needs of various industries. We use industrial automation, intelligent control systems, and data analysis to optimize production and ensure quality.

In the automotive industry, we have developed thermal insulation, durable rubber compounds and strong industrial adhesives, and in the construction industry, we focus on thermal and acoustic insulation foams and advanced sealants. Our plan to expand product diversity includes the development of smart materials, environmentally friendly compounds and entry into new industries such as renewable energy and aerospace.

We plan to increase production capacity, develop innovative products and expand our presence in international markets. Investment in modern equipment, research and development (R&D) and new technologies will help us improve the quality and diversity of our products. Increasing productivity, optimizing costs and developing exports are also among our other plans to maintain competitiveness and growth in this industry. ■

**Secretary of the Iranian Automotive
Parts Manufacturers Association**

**As a demanding private
sector, we will continue
our activities**

The Specialized Association of Iranian Automotive Parts Manufacturers is the largest private sector organization in this field, with more than 1,200 passenger car parts manufacturers and 650 commercial vehicle parts manufacturers, and a total of 1,850 companies active in the country's automotive industry supply chain. We read parts of our conversation with Engineer Arash Mohebinejad, Secretary of the Specialized Association of Iranian Automotive Parts Manufacturers.

The main mission of this association is to create synergy, unity of approach, and unification of the goals and policies of these provincial associations in order to maintain and secure the interests of the country's parts manufacturers. On the other hand, this association, like many other specialized organizations, can practically be an advisory arm of governing institutions in the automotive industry. Last year, the Specialized Association of Automotive Parts Manufacturers of the country, by publishing continuous and specialized reports on the status of the automotive and parts industry, has tried to point out significant points and focuses to various governmental, governmental and private agencies, institutions and sectors. On the other hand, holding more than a hundred meetings and conferences with different sectors to follow up on the affairs of the country's parts manufacturers has been another main axis and action.

The status of the country's parts manufacturers in 2025 compared to 2024 depends largely on two important factors; first, how successful will privatization be in Iran Khodro and second, what position will the government take regarding this new privatization? In industry and economics, there is a concept called economies of scale that shows that with increased production, overhead costs are reduced and parts manufacturers and automakers can achieve profitability; therefore, if we witness an increase in automobile production, the status of the automotive and parts industry will also improve.

If pricing is subject to market supply and demand, car imports can be allowed to be liberalized by taking into account the considerations of the car import regulation plan. In this case, by creating healthy competition within the framework of a free economy, supply and demand will determine the price and the factory price of the car will be determined in a logical manner in line with the market price. Without a doubt, such conditions will be ideal.

The modernization and reconstruction of the parts manufacturing industry requires the granting of long-term facilities by the country's banks. These long-term facilities are necessary to provide infrastructure, especially machinery, technical knowledge and technology. Given that these items have a payback period, it is necessary that loans be provided in accordance with the justification plans.

Currently, the private sector's share of the Iranian economy is about 15% and even less, which is very low. Without a doubt, the private sector can perform better and with higher quality than the government, because it has stronger incentives to increase productivity and innovation. We hope to reach this maturity and lead the country's economy towards sustainable development and greater competitiveness. ■



The CEO of the Savadkooh Young Tourists Institute raised Economic and social development of Savadkooh by attracting tourists



The Savadkooh Young Tourists Institute was established with the aim of promoting tourism culture and preserving the environment in the Savadkooh region, and its mission is to raise public awareness about the natural and cultural attractions of the region, create job opportunities for local youth, and support small businesses related to tourism. By holding educational programs, workshops, and local festivals, this institute tries to teach young people and the local community the skills necessary to attract tourists. In order to learn more about the activities of this institute, we have conducted an interview with Mustafa Moradi Kordi, CEO of the Savadkooh Young Tourists Institute. We read parts of this interview.

Promoting sustainable tourism in Savadkooh faces several challenges, one of the most important obstacles being the lack of appropriate infrastructure such as accommodations, transportation, and tourism services. Also, the lack of awareness and adequate education among the local community about the benefits of tourism and how to manage it can also hinder progress. To solve these problems, I suggest that strengthening infrastructure be considered; in this regard, cooperation with public and private institutions to improve tourism infrastructure, including the construction of eco-tourism accommodations and improving access roads, should be considered.

On the other hand, internship programs and creating internship opportunities in organizations and companies active in the field of tourism and the environment are other programs. These programs allow young people to gain practical experience and strengthen their skills. In addition, participatory projects can be another program, in which it should be noted that young people should be encouraged to participate in local projects related to tourism and the protection of natural resources. These projects can include volunteer activities, holding cultural and social events, and cooperation with non-governmental organizations. With these programs, we aim to empower youth and create sustainable job opportunities in tourism and natural resource management, which will not only contribute to the economic development of the region, but also to the preservation of the environment and local culture.

The institute has taken several measures to promote ecotourism and environmental conservation. One of these measures is education and awareness-raising, in which workshops and seminars are held for the local community and tourists about the importance of environmental conservation and ecotourism methods.

To exploit the local culture and history of Savadkooh and create new tourist attractions, strategies such as developing cultural tourism, holding local festivals, developing eco-lodges, training and art workshops, developing tourism routes, and partnering with the local community can be used. ■

The CEO of the Bank of Industry and Mines

Transformation in the path of financing enterprises by implementing the “Novban” plan



Although knowledge-based companies and small and medium-sized industries play an unparalleled role in creating and maintaining employment and facilitating technology transfer processes, they are always faced with a challenge called providing cheap financial resources. In these circumstances, timely financing at appropriate rates is one of the important needs of the country's economic enterprises to produce products and provide services and create added value.

Considering the importance of this issue, the Bank of Industry and Mines, as a specialized development bank, has introduced an effective solution in reducing obstacles and accelerating the economic growth of these industries by designing and implementing a targeted financing program for this type of industry called Novban with a lower interest rate.

According to Dr. Mahmoud Shayan, CEO of the Bank of Industry and Mines, with the aim of specifically supporting the country's production and employment sector by providing loans in the form of the Novban plan, the bank has provided favorable conditions for small and medium-sized manufacturing units (SMEs), knowledge-based enterprises, and manufacturing industries with operating licenses that are looking for loans with an appropriate amount and an offline review and acceptance process.

The Novban plan was designed with the aim of accessing financial resources with low interest rates and flexible repayment terms, and in a situation where one of the biggest challenges facing small and medium-sized enterprises and knowledge-based companies in the country is access to financial resources with low interest rates and flexible repayment terms, it is considered an exceptional opportunity for such enterprises and companies. In this plan, the Bank of Industry and Mines has provided a practical solution to remove financial obstacles by providing loans with an annual interest rate of 9 percent.

By presenting the Novban plan with the slogan of financing production, the Bank of Industry and Mines has provided an excellent opportunity for the development of actors in the field of production, knowledge-based industries, and guilds. One of the main goals of this plan is to support domestic production and increase sustainable employment; meaning that this plan helps facilitate the production process and create employment in various economic sectors by providing working capital for production units.

Another goal of this plan is to help grow knowledge-based companies and small and medium-sized industries. In other words, these companies, as the driving force of innovation and economic development, need access to appropriate financial loans, which the Novban plan meets this need well. ■

Profit and Loss of Shareholders in the Iranian Economy



Alireza Abedini, Investment Manager, Dana Insurance Investment Company

After the capital market crash in 2020, one of the most important questions among investors, economists, and economic officials has been how to restore confidence in the capital market. But without solving the fundamental issues, the changes made have only temporary effects.

In addition to the effects of inflation, the high level of economic and political risks in Iran is considered one of the key factors in the fluctuations of market value and profit margins of firms. Lack of transparency in economic policies, unpredictable changes in laws and regulations, and domestic and foreign political tensions have all increased uncertainty in the business environment and made investors hesitant about the future of the market. In the second half of 2024, with the change in exchange rates and increased export revenues, the profit margins of many companies improved, and as a result, the market value also experienced significant growth. However, the continuation of political risks, the lack of sustainable economic planning, and the reduction in transparency in currency and financial policies caused this growth to be temporary and the market value to come under pressure again. In such circumstances, the instability of macroeconomic variables and the lack of a clear outlook for investors led to a decrease in confidence and, as a result, a re-suppression of the market value.

Improving economic conditions and increasing the attractiveness of investing in the stock market requires coordinated actions at the level of policymakers, economic institutions, and investable companies. Reducing bank interest rates and providing cheap financing for the production sector: The government can reduce financing costs by reducing bank interest rates and providing low-interest loans to manufacturing companies and thereby increase the profit margins of companies by subsidizing the interest rate.

Increasing trade interactions and reducing international barriers: Improving international economic relations and removing sanctions barriers will provide firms with access to financial resources and new technologies and increase their efficiency. In addition, creating a stable and predictable political environment is one of the key requirements for attracting foreign investment.

To overcome this situation, there is a need for extensive reforms at various levels of the macroeconomic, capital market, and economic enterprises.

- Reform of mandatory pricing policies: Currently, government pricing policies (such as price controls on energy, food, and strategic industries) have reduced the profit margins of many companies. Gradual price liberalization can increase competitiveness and ROE growth.

- Increase trade interactions and reduce international barriers: Improving international economic relations and removing sanctions barriers will allow firms to access new financial resources and technologies and increase their efficiency. In addition, creating a stable and predictable political environment is one of the key requirements for attracting foreign investment. Foreign investors need to ensure economic stability, legal transparency, and appropriate legal protection to enter a new market. Therefore, reducing international tensions, establishing stable economic relations, and implementing incentive policies for foreign investors can pave the way for large capital inflows into the country.

- Increased international relations and growth in export profit margins: Expanding trade relations and reducing international barriers provide exporters with access to wider and more diverse markets. This allows them to offer products at more competitive prices, reduce intermediary costs, and improve the supply of raw materials, thereby increasing export profit margins.

- Exchange rate challenges and their impact on exports: The multiple exchange rate system and the significant gap between the official rate and the free market rate are among the factors affecting exporters' decisions. In a situation where the exchange rate for exports is set lower than market expectations, the incentive for manufacturing firms to expand exports decreases, as their efficiency is limited by this rate difference. This not only slows down the inflow of foreign exchange into the country, but can also affect the balance of supply and demand in the market.

The government should help improve the economic situation by reducing inflation, creating currency stability, reducing financial costs, and removing trade barriers. Companies should also increase the productivity of their assets, create more diverse financing methods, and attract investors to the capital market by increasing financial transparency. Ultimately, only through structural and coordinated reforms between the government, capital market, and economic enterprises can we overcome the current situation and pave the way for sustainable growth for the Iranian economy. ■

Overcoming Sanctions with Digital Diplomacy



Seyfollah Niknami
Head of the Iranian Digital Technology and Smartization Employers Association

According to McKinsey studies in 2023, Iran, with its God-given assets such as 26 UNESCO-registered monuments and 11 unique climates, can become one of the top 10 health and history tourism destinations in the world by 2030; but realizing this dream requires attracting \$3 billion in annual foreign investment; a goal that is fully achievable by combining digital technologies and smart industrial diplomacy, and a strategy that the Iranian Digital Technology and Smartization Employers Association, as a pioneer in this field, is implementing. Global models such as Saudi Arabia's "The Red Sea" project, attracting \$1.5 billion through the sale of digital shares (NFT) and Turkey's experience in increasing foreign exchange income by 40% by tokenizing 100 historical hotels, show that Iran can also create unique opportunities by taking advantage of these solutions. In the physical investment sector, participation in the construction of 20 5-star smart hotels in the Isfahan-Shiraz corridor with a guaranteed return of 18% and the development of smart tourism villages in northern Iran inspired by the Maldives model are highly attractive to foreign investors. In the field of digital investment, selling virtual shares of historical caravanserais through blockchain-based platforms and accepting payments with stablecoins in hotels in free zones (collaboration with exchanges such as Kraken) are operational solutions to circumvent sanctions. The digital economy, as Iran's strategic weapon, can turn Iran into a smart tourism hub by developing the "VisitIran" application (including hotel reservations, ticket purchases, and payments with national cryptocurrencies with a guarantee of conversion to gold) and using augmented reality and the metaverse to market attractions (for example: virtual tours of Persepolis and other historical monuments). According to McKinsey, 65% of Middle Eastern investors are interested in hybrid physical-digital projects, and the market value of tourism tokens will reach \$700 billion by 2030.

McKinsey's three strategies for Iran's leap include focusing on luxury tourism (attracting 500,000 wealthy Arab tourists with a travel income of \$10,000 annually by building luxury and smart villas in northern Iran), using artificial intelligence to predict foreign tourist behavior, and transforming Iran into a smart health hub by creating an integrated medical-tourism booking platform. With an annual income of \$12 billion from tourism, Iran can redefine its place in the global economy; subject to three key conditions, including foreign participation in high-tech projects, smart regulation by trade associations, and the use of sanctions-evading technologies. The Iranian Digital Technology and Smartization Employers' Association, by hosting the (Iran International Smart Tourism Summit), invites all economic activists, investors, and technologists to work together to transform Iran into a model of digital economic diplomacy.■

The Secretary of the Iranian National Souvenir Organizing Working Group

The progress of the souvenir industry in digital marketing



One of the beautiful and, of course, delicious attractions of traveling to different cities is the use of its various souvenirs. With this in mind, we went to Alireza Ahmadian, the Secretary of the Iranian National Souvenir Organizing

Working Group, and had a conversation with him. We are reading parts of this interview.

This working group was formed to manage, guide, organize, promote and grow quality and standardization, commercialize and develop domestic and foreign markets, and provide facilities and support to activists in various chains of the souvenir industry as a broad industry.

Souvenirs are one of the major industries in our country, and millions of people from villages and cities are related to this industry and are active in the domestic and foreign markets. Therefore, considering the tourism and historical capacities in the country, it can be mentioned as a source of income alongside oil.

The Iranian National Souvenir Organizing Working Group is managed and directed by the Ministry of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism, and its central and permanent secretariat is located in this ministry, and it operates in the position of organizing, supervising, supporting and developing the souvenir industry.

Today, Iranian souvenir products, traditional sweets, etc. are widely exported to global markets and have a very high position in the world, so that it can be said that souvenirs are one of the most important non-oil export products and provide a very significant foreign exchange for the country.

Our country's packaging in the field of souvenirs has made great progress compared to the past, which can be seen in stores that are in line with the most up-to-date production and packaging technologies in the world.

The cultural diversity and vastness of our country have led to a very comprehensive portfolio of souvenir industries in the country that suits the tastes of many countries in the world, but further activation of this sector depends on branding, advertising, etc.

Souvenir products have made great progress in the field of digital marketing. Currently, it is an important part of branding and digital marketing in the souvenir sector in virtual networks, so that a large part of the cyberspace is dedicated to souvenirs. One of the measures we need to take is to improve the branding of souvenir products in cyberspace, especially pages that are active in the field of exports and international marketing, they must become more accurate and stronger in this field, but in general, we have nothing less than souvenirs that are offered in the international arena.

Since souvenirs are a rural and urban economy, they have created a large chain of employment.■

The Rise and Fall of Iran's Economy in 2024



Dr. Morteza Faghani
Member of Tehran
Chamber of Commerce

The Iranian economy in 2023 and 2024 has been affected by several factors, including domestic policies, international sanctions, exchange rate fluctuations, and inflation. However, it can be said that the Iranian economy had an acceptable performance last year in terms of growth and liquidity control; although it still faces many problems in controlling the exchange rate and inflation.

In 2023, the Iranian economy experienced growth of about 5 percent, and in the first quarter of 2024, economic growth was reported at 3.2 percent including oil and 2.5 percent excluding oil. However, this small positive growth indicates a continuation of the relative recovery trend after the sanctions and problems of the 2010s. Some reports have reported economic growth of 1.6% since the fall of 2024, but this figure has not been officially confirmed and may be revised with subsequent data. Sectors such as "Gross Fixed Capital Formation" (growth of 4.6%) and the subsectors of "Machinery" (0.7%) and "Construction" (7.5%) have grown in the spring of 2024, indicating movement in some economic areas. Overall, compared to last year, it can be said that economic growth in 2024 remains positive, but weak, and it seems that it has failed to have a tangible impact on people's daily lives. Inflation remains one of the main challenges of the Iranian economy, which directly affects people's purchasing power. In Shahrivar 2024, the annual inflation rate was announced at 34.2%, which was a decrease of 0.6 percentage points compared to the previous month (34.8%). Monthly inflation was also 1.7% (food 0.9% and non-food 2.1%).

In February 2024, monthly inflation increased to 4.1% and food inflation reached 6.7%, more than doubling from January (3.5%). Point-to-point inflation for vegetables was also reported at 106%, indicating severe pressure on food prices. This increase in inflation in the final months of the year was probably due to inflationary expectations, increased seasonal demand (close to Nowruz), and currency fluctuations.

In general, inflation in 2024 remained high, in the range of 30-35% annually, but a slight downward trend was observed in the first half of the year, which was reversed in the final months of the year. On the other hand, liquidity growth in 2024 was more controlled than in previous years, but still at a high level (about 28%). This indicates a continuing problem of money creation, rooted in the government's budget deficit and dependence on bank resources. Economic growth has been positive but fragile and appears to be affected by structural constraints (sanctions, lack of foreign investment) and fluctuations in oil revenues.

Overall, Iran's economic performance in 2024 so far indicates efforts to stabilize (reducing liquidity growth and maintaining positive economic growth), but these efforts have not yet led to a significant reduction in inflation and improving people's livelihoods. Despite the achievements, structural problems in Iran's economy persisted in both years. In 2023, high inflation and an increase in the exchange rate (the dollar entering the 50,000-toman channel) reduced people's purchasing power and businesses were pressured by heavy taxation (894 trillion to-mans). In 2024, the jump in the unofficial exchange rate and its entry into the 90,000 Toman channel in recent months and the inflation of rent prices in the summer season threatened household livelihoods even more than before. Also, dependence on external factors such as sanctions and political fluctuations (such as the US elections and the possibility of a return of sanctions pressures) has continued to keep the economy fragile. ■

Tourism Industry Ready to Flourish in 2025



Farhad Amirkhani
Editor-in-Chief

Iran, apart from its rich mineral reserves of oil, gas, and steel, safe rail and road corridors, ports, etc., has a huge potential in the tourism industry that has not been properly utilized in our country so far. Iran has many tourist attractions, and according to UNESCO, the country ranks eighth among the countries

in the world in terms of historical and cultural monuments. Our country's tourism industry has great potential and can use its potential to attract a huge amount of attention from tourists around the world and bring wealth, abundance, and employment to the country.

2025 is a crucial year for our country from every perspective. In the field of tourism industry, according to the announced plan, our country is set to attract 20 million foreign tourists by 2025 as the world's halal tourism hub, generating \$30 billion in revenue from the arrival of tourists. According to the vision outlined by the Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts, it is predicted that in the new year, between 10 and 12 million Shiite tourists from Islamic countries will travel to Iran, and the rest of the tourists, who will probably be tourists from China, Russia, Southeast Asia and European countries, will choose Iran as a tourist destination. Of course, these predictions are optimistic and independent of the political issues that our country is currently facing; However, it should not be forgotten that our country, Iran, as a large museum with at least between 100 and 150 thousand historical sites and 32 thousand nationally registered works and 17 world-class UNESCO registered works, has a unique feature for attracting foreign tourists. However, to realize such a vision, our country currently needs to complete the transportation and accommodation infrastructure and appropriate resorts; But despite all the limitations, apart from the 1,100 hotels in the country, several suitable hotels are currently on the agenda, and it is predicted that 400 more four- and five-star hotels will be added to the country's hotel collection in the next 11 years. Much can be said and written about the importance of the tourism industry as a green and profitable industry; but it should be remembered that over the past years, this industry has faced great poverty in terms of attracting tourists, so that in terms of foreign tourist arrivals it has ranked 40th to 45th in the world and in terms of income it has ranked 35th to 36th in the world, which are very low and even insignificant compared to the existing capacities.

It is hoped that in 2025, far from the controversies caused by sanctions and political confrontations, we will witness a boom in the tourism industry. ■



“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 Parseh Alborz Ravia Packaging Industries stated
Planning for product sales using artificial intelligence



Investment Manager, Dana Insurance Investment Company
Profit and Loss of Shareholders in the Iranian Economy



The CEO of the Savadkooch Young Tourists Institute raised
Economic and social development of Savadkooch by attracting tourists



Founder and CEO of Farafoam Knowledge-Based Industries Company
Improving the quality and diversity of products by investing in modern equipment



Secretary of the Iranian Automotive Parts Manufacturers Association
As a demanding private sector, we will continue our activities



The CEO of Amertat emphasized
Less damage to the environment by using paper envelopes



Director of Pars Khab Manufacturing Company
Our focus is on producing health-oriented products



Founder and Director of Azadeh Art Group
Art is a means to better see the beauties of the world

Concessioner and Chief Executive Officer:

DR. 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 -88864835-37

Fax: +9821 -88864720

To receive the full version of the monthly, please refer to the following

news site: www.dsarmaye.ir

E-mail: d.sarmayeh@gmail.com

گروه چاپ و بسته بندی آمرتات

تخصصی ترین مرکز تولید ساک دستی و پاکت های کاغذی



پوشاکی



فست فودی



آجیلی



ساندویچی



همبرگری

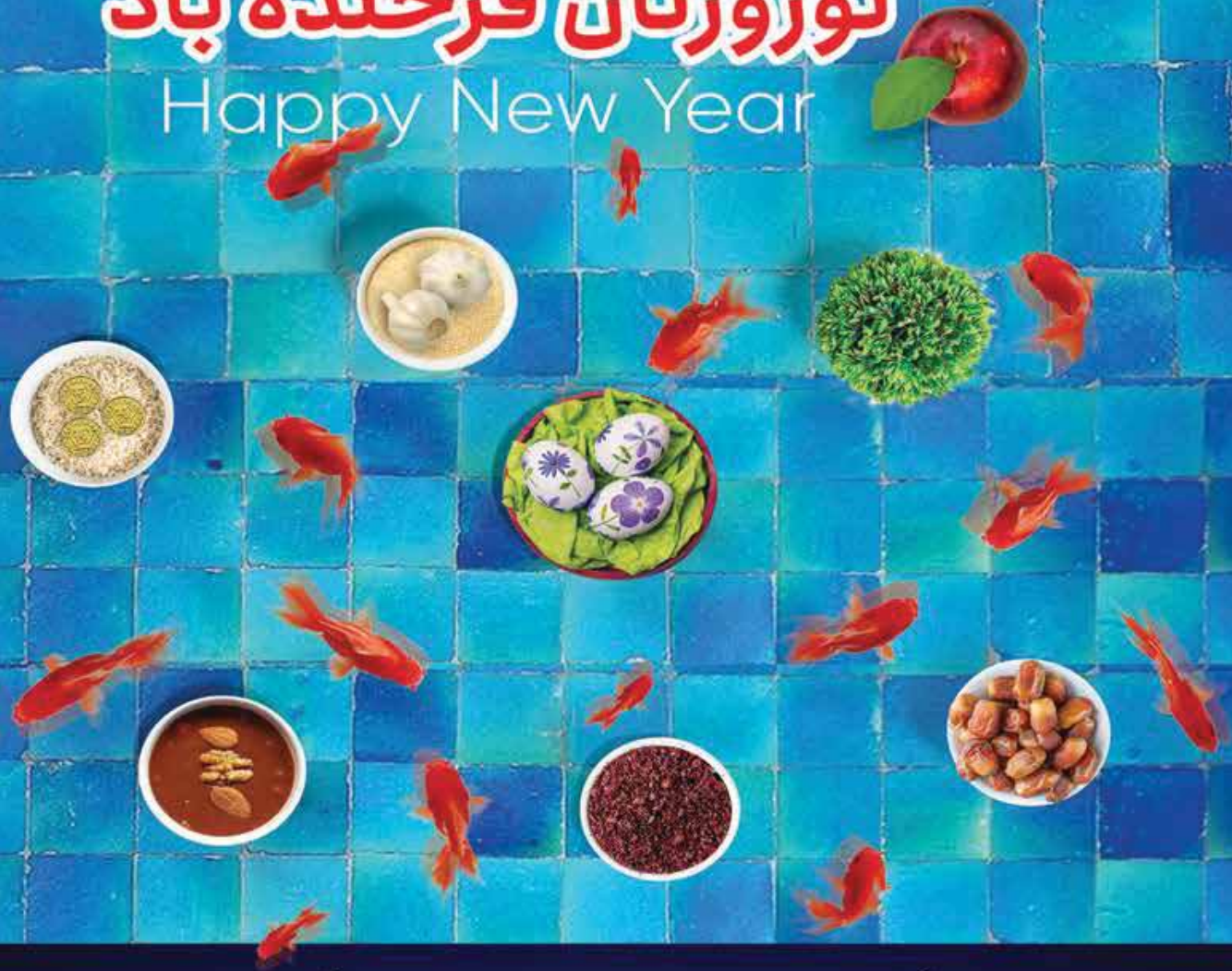
021-65595199

www.amertatbag.com



نوروزتان فرخنده باد

Happy New Year



یک قرن از مزرعه تا سفره با گلها



golhaco :      

REXAN
HOTEL



هتل قصرالضیافه



هتل کاروانیکا
وکیل گیسان



هتل کاروانیکا وکیل کرمان:
کرمان، خیابان شریعتی، شریعتی ۱۰، کوچه سردار،
کدپستی: ۷۶۱۸۷۳۳۴۹۹ تلفن: ۳۴-۳۷۰

هتل قصرالضیافه قدس:
مشهد، حرم مطهر رضوی، ابتدای خیابان آیت ا... شیرازی
کدپستی: ۹۱۳۴۷۳۳۱۹ تلفن: ۵۱۴۸۸۸۴

گروه هتل های بین المللی رکسان:
تهران، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه ۱۴،
ساختمان ویرا، طبقه ۴ تلفن: ۸۶۱۳۴۶۲۱-۸۶۱۳۴۱۶۶



افتتاح شد... هتل آسمان رویال کیش

www.asemangrouphotels.com

طلوع خورشید گروه آسمانی ما از مهر ۱۳۹۴ آغاز شد و هر چه زمان به جلو رفت، درخشش بیشتری به خود گرفت. پنجم مهر ماه آن سال مصادف با روز جهانی گردشگری. بهار آسمان ما با افتتاح هتل آسمان اصفهان در جوار زاینده رود فرا رسید.

با افتتاح هتل های ستاره و باران به خانواده ی ما ایده ی گروه هتل های آسمان که سال ها در اندیشه آن بودیم به واقعیت بدل شد.

اما راه ما راهی است بی انتها که ادامه ی آن را میتوانیم در جزیره ای که به آسمان است جستجو کنیم!

هتل آسمان رویال کیش گامی دیگر در جهت تحقق آینده ای است که گروه هتل های آسمان در نظر دارد خود را به عنوان مجموعه ای پیشرو و در حال توسعه به صنعت گردشگری و هتلداری معرفی نماید.

هتل آسمان رویال: کیش، بلوار موج

(+98)76 44 49 20 80

هتل آسمان: اصفهان، خیابان مطهری

Aseman Hotel-Mashhad St. Isfahan, Iran

(+98)31 32 35 41 41

هتل ستاره: اصفهان، خیابان حافظ

Setareh Hotel - Hafez St. Isfahan, Iran

(+98)31 32 20 70 60

هتل باران: اصفهان، خیابان امام خمینی

Baran Hotel - Imam Khomeini St. Isfahan, Iran

(+98)31 33 88 10 10

هتل آسمان

ASEMAN
HOTEL
★★★★

هتل ستاره

SETAREH
HOTEL
★★★★

هتل باران

BARAN
HOTEL
★★★★

جدیدترین عضو خانوادگی گروه هتل های آسمان

کافه	دارای ۱۷ طبقه
استخر	دو رستوران گردان
سالن ورزشی	۳۰۰۰ باب اتاق
بالاچ	۳ تالار

هتل ۵ ستاره و مجلل در جزیره ی زیبای کیش هتل آسمان رویال کیش. به عنوان جدیدترین عضو خانواده بزرگ گروه هتل های آسمان. افتتاح شد. هتل آسمان رویال کیش. هتلی پنج ستاره و لوکس. با ارائه خدماتی ممتاز و امکاناتی مدرن در جزیره کیش. محیطی ایده آل برای اقامتی راحت و فراوانی نشانی فراهم می آورد. این هتل با معماری زیبا و اتاق های مجور. به میهمانان خود تجربه ای ویژه از آرامش و رفاه را ارائه می دهد. موقعیت مکانی مناسب هتل در نزدیکی جاذبه های گردشگری، مراکز خرید و رستوران ها، آن را به گزینه ای ایده آل برای کسانی که به دنبال اقامتی بی نقص در کیش هستند. تبدیل کرده است.





گروه هتل های هلیا
Helia Hotels Group

گروه هتل های هلیا

سرآمد خدمات استاندارد هتلی در ایران



هتل هلیا



هتل ارم



هتل پاناروما



هتل زیتون



هتل لوتوس



هتل گرند

شماره تماس جهت رزرو : ۰۵۱۳۱۳۸ ☎

به پشتوانه ۵۰ سال تجربه، به سوی پیشرفت و توسعه



اقامتی خوش خاطره‌ای ماندگار

هتل پیروزی دارای ۱۲۰۰ باب انواع اتاق، سوئیت‌های مجلل و آپارتمان، کافی‌شاپ، رستوران و کافه رستوران گلشن راز، رستوران ایرانی و فرنگی، بارکینگ و اینترنت رایگان، سالن‌های همایش، استخر و باشگاه ورزشی، خشکشویی، آرایشگاه و فروشگاه، آژانس مسافرتی و خودپرداز

آدرس: اصفهان، میدان امام حسین، ابتدای چهار باغ پایین



Piroozyhotel



031-32009



www.piroozyhotel.com

طرح نوبان

تامین مالی تولید

بانک صنعت و معدن
بانک پیشرفت و توسعه



غیر حضوری

بانک صنعت و معدن
بانک پیشرفت و توسعه

اعطای تسهیلات ویژه

۵۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰

طرح نوبان
تامین مالی تولید

پشتیان تولید و اشتغال ایران
تامین مالی ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط
شرکت‌های دانش بنیان و صنوف تولیدی

www.bim.ir

نرخ تسهیلات ۹ درصد

