

سرمایه‌گذاری



رئیس هیات مدیره قالی سلیمان

ناترازی عرضه و تقاضا در صنعت فرش مشهود است

Chairman of the Board of Directors of Solomon Carpet
**The imbalance of supply and demand in the
carpet industry is quite evident**

رئیس مجلس إدارة شركة سلیمان للسلجاء

إن عدم التوازن بين العرض والطلب في صناعة السجاد واضح تمامًا

با آثار و کشتاری ۸۰

تاماکولو و اتارا

مسعود پرهمن

سجاد مروجی

مجتبی شجاعی

رامین ربیعی

فاطمه سرکاری

امیر تقی خان تجریشی

میلاد معماریان

عمادالدین کبیری

سعید منزوی زاده

حمیدرضا پیشه‌ور

پریچهر امیری

فرهاد فدوی اردستانی

پریسا شاد قزوینی

فرزانه ارج

دزیی

WORLD OF INVESTMENT

رسمیه گزاری

مدیر عامل شرکت قالی سلیمان تاکید کرد

بی ثباتی اقتصادی و سیاسی

چالش بزرگ تولید کنندگان فرش ماشینی

The CEO of Solomon Carpet emphasized
**Economic and political instability is the major
challenge for machine-made carpet manufacturers**

وأكد الرئيس التنفيذي لشركة سليمان للسلجاء

يشكل عدم الاستقرار الاقتصادي والسياسي تحدياً كبيراً لمصنعي السجاد المصنوع آلياً



شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر
GOLDOHAR MINING & INDUSTRIAL COMPANY
روابط عمومی و امور بین الملل



دهه فجر انقلاب اسلامی و اعیاد شعبانیه گرامی باد

مقام معظم رهبری

دهه ی فجر، دهه ی تجدید عهد و میثاق ملت ما با انقلاب است؛
دهه ی گرامی داشت بزرگترین معجزه ی الهی در این روزگارهاست.



شرکت معدنی و صنعتی گهرزمین
(سهامی عام)



GOHARZAMIN
MINING & INDUSTRIAL COMPANY

گهرزمین،

اهرمی قدرتمند برای اقتصاد و توسعه کشور

روابط عمومی و امور بین الملل
شرکت معدنی و صنعتی گهرزمین
WWW.GOHARZAMIN.COM

سیرجان - کیلومتر ۵۰ جاده شیراز
تلفن : ۰۳۴-۴۱۵۲۶۰۰۰
فکس : ۰۳۴-۴۱۵۲۶۹۹۹

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



آمار رکورد استخراج و تولید ۹ ماهه اول سال ۱۴۰۳ در مقایسه با
رکورد استخراج و تولید در دوره متناظر ادوار گذشته
از ابتدای تاسیس شرکت






فولاد سیرجان ایرانیان
Sirjan Iranian Steel Co



- استخراج و بهره برداری از معادن سنگ آهن واگذار شده از سوی ایمیدرو
 - تولید کنسانتره سنگ آهن با ظرفیت ۴ میلیون تن در مجتمع سیرجان
 - تولید گندله سنگ آهن با ظرفیت ۲.۵ میلیون تن در مجتمع سیرجان
 - تولید آهن اسفنجی با ظرفیت ۱ میلیون تن در مجتمع بردسیر
 - تولید شمش فولادی با ظرفیت ۱ میلیون تن در مجتمع بردسیر
- ▼ پروژه‌های منحنی دوم توسعه سیسکو ▼

- کارخانه احیا مگامدول با ظرفیت ۱/۵ میلیون تن در سال، مجتمع بردسیر
- کارخانه فولاد سازی با ظرفیت ۱ میلیون تن در سال، مجتمع بردسیر
- توسعه زیر سقفی کارخانه گندله سازی برای افزایش ظرفیت تولید گندله به ۳/۲ میلیون تن در سال، مجتمع سیرجان
- پروژه‌های بازیافت کامل و بهبود مصرف آب در قالب واحد دیواترینگ شماره ۲ مجتمع سیرجان و واحد WRO مجتمع بردسیر



 www.Sisco.Midhco.com

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



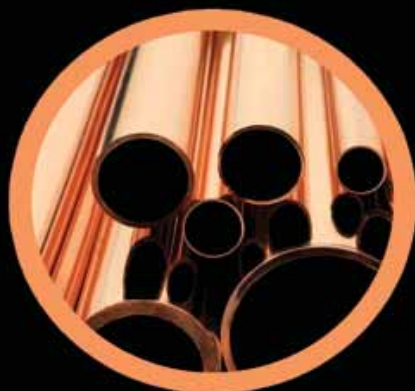


شرکت بابک مس ایرانیان

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 دامن، 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

در دیدار اعضای اتاق مشترک بازرگانی ایران و آفریقا با سفیر ساحل عاج مطرح شد

آمادگی ایران برای تجارت یک میلیارد دلاری با ساحل عاج

۴۶

۳۲

رئیس کارگروه کسب و کارهای جاده ابریشم
سازمان ملل - یونسکو
**لزوم سرمایه‌گذاری
در انرژی‌های تجدیدپذیر
و حذف انرژی‌های فسیلی در صنعت**



۱۸

کارشناس بازار سرمایه

**عرضه‌های اولیه
بورس را از تب و تاب
انداخته است**



دنیای صنعت
۴۴ تا ۴۰



دنیای خودرو
۳۸ تا ۳۴



دنیای انرژی
۳۲ تا ۲۸



پرونده ویژه
۲۶ تا ۲۰



اقتصاد بازار
۱۸ تا ۱۴

دستی سرمایه‌گذاری

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

دکتر مرتضی فغانی

قائم مقام مدیر مسئول:

رضا فغانی

سرمدیور:

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 برهمن: رئیس اتاق بازرگانی ایران و آفریقا
- دکتر بهرام شکوری: رئیس انجمن مس ایران
- مهندس حسن کریمی سنجری: مدیر ارشد صنعت خودرو
- دکتر عزیز الله عساری: مدیر ارشد حوزه معین
- مهندس مهدی حکیمیان: کارشناس ارشد حوزه سرمایه گذاری و اقتصاد
- مهندس آرش محبی نژاد: مدیر انجمن تخصصی صنایع همگن قطعه سازان خودرو
- مهندس احمد رویایی: مدیر ارشد صنعت خودرو
- دکتر حمزه زاده: رئیس جامعه هتلداران کشور
- دکتر علی اصغر غنایستانی: نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی
- دکتر غلامعلی جعفرزاده: نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی
- دکتر محمد دامادی: نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی
- دکتر اسفندیار سیفی: رئیس انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا و جواهر استان تهران
- دکتر سیفا الله نیک‌نامی: رئیس انجمن فناوری دیجیتال و هوشمندسازی ایران
- دکتر محمدعلی جلیلیان: مدیر ارشد صنعت پتروشیمی
- دکتر سید زار فیعی: عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی ایران و روسیه
- کریمی بیگی: رئیس جامعه هتلداران استان اصفهان
- دکتر حسین عرفانی: کارشناس ارشد امور حقوقی
- مهندس سید محمد مقدسی: عضو هیات مدیره و مدیر تولید و صادرات نساجی
- مهندس علی همتی: عضو هیات مدیره و مدیر تولید و صادرات نساجی پوشاک ایران
- دکتر امیر حامد رضایی: مشاور و تحلیل گر بازاریابی و بازرگانی بین الملل
- 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 نسخه پستی ال‌اف ماهنامه به پایگاه خبری زیر مراجعه فرمایید:
www.dsarmaye.ir

نشانی:

تهران، خیابان شهید مفتاح
کوچه مرزبان نامه، پلاک ۲۷، واحد ۳

کد پستی: ۱۵۸۸۸۶۶۳۴۴

تلفن: 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 عامل شرکت فرآورده‌های گوشتی
رابط کریم تاکید کرد

عدم امکان صادرات به دلیل افزایش نرخ ارز



مدیر عامل شرکت تعاونی تامین نیاز
قطعه سازان خودروی کشور (همسو)

قطعه سازان کوچک و متوسط به حمایت نیاز دارند



رئیس انجمن علمی هنرهای تجسمی
ایران تاکید کرد

حوزه هنرهای تجسمی گرفتار مدیریت غیر کارشناسی



۳۴

مدیر عامل شرکت آواکیت مطرح کرد

ایجاد ارتباطات هوشمند و پایدار برای برندها در سطح ملی



اقتصاد هنر
۵۵ تا ۵۵



اقتصاد کلان
۴۶ تا ۴۸



یادداشت

گمرکات ایران در هاله‌ای از شفافیت و ابهام

فرهاد امیر خانی
سر دبیر

اکنون ۵۰ تا ۶۰ درصد از قاچاق با شگردهای گوناگون و به صورت رسمی انجام می‌شود، به طوری که این افراد، اغلب با کم‌اظهاری یا بداظهاری با روش‌های به ظاهر قانونی، یک کالا را به نام کالای دیگر به کشور وارد کشور می‌کنند. از جمله این گونه سواستفاده‌ها می‌توان به طرح پرهزینه شبنم اشاره کرد که پیش از این در دولت دهم به اجرا گذاشته شده بود. به خاطر بیابوریم، در آن زمان که از طرح کد یا پرچسب شبنم به عنوان مانع قاچاق رونمایی شد، یکی از مسائلی که بعدها به عنوان هشدار در صدر توجهات قرار گرفت، این بود که به ورود کالاهای قاچاق از مبادی رسمی و گمرکات یا پرچسب‌های کالاهای مجاز دامن زد. در حال حاضر همچنان اختلاف بر سر میزان قاچاق بین بانک مرکزی، گمرک، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و... بسیار است. تنها طی چند سال گذشته، ۳۱ شگرد و شیوه قاچاق کالا شناسایی شده که بیش از ۹۵ درصد آن، از طریق مبادی رسمی صورت پذیرفته است.

عدم امکان بازرسی حجم عظیم از کالاهای بسته‌بندی شده در کانتینرهای غول‌آسا به روش سنتی، نبود تکنولوژی‌های نوین جهت کنترل، تفاوت اطلاعات ثبت شده در گمرک با کالای ترخیصی، وسعت و پیچیدگی گمرکات مناطق آزاد، رواج جعل مدارک، پرداخت رشوه و غیره، همگی حاشیه‌ای امن را برای فعالیت قاچاقچیان فراهم کرده‌اند. به نظر می‌رسد با چنین وصفی، آنچه بیش از هر زمان دیگر نیاز است، اتحاد ملی جهت مقابله با پدیده شوم قاچاق است؛ قاچاقی که نه فقط از سوی برخی از مرزنشینان محتاج به کار، بلکه از سوی سوداگرانی ماهر و زبردست صورت می‌پذیرد. سودایی شوم که تار و پود امید به تولید در کشور را به ورطه نیستی و نابودی کشانده است. ■

در کشورمان به بهانه تحریم‌های بین‌المللی، سال‌هاست که قبح قاچاق اعم از سوخت، کالا، دارو، دام، مواد اولیه و... ریخته شده و اجناس قاچاق هر چند با حمل گران؛ اما به وفور در فروشگاه‌ها و انبارها بدون بیم از دستگاه‌های نظارتی به نمایش و به فروش می‌رسند. صرف‌نظر از اخبار متناقضی که از میزان قاچاق وجود دارد، مطابق گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، طی سال جاری میزان کالای وارد شده به کشور حدود ۳۲ میلیارد دلار برآورد شده که چنانچه این میزان صحیح باشد، کافی است بدانیم که به ازای هر میلیارد دلار قاچاق کالا، بیش از ۱۰۰ هزار فرصت شغلی از بین می‌رود که به این ترتیب، تنها در همین یک سال، بیش از ۳ میلیون فرصت شغلی به دلیل فعالیت قاچاقچیان از دست رفته و به مردم خسارت وارد شده است.

پرسش‌ها در مورد اینکه قاچاقچیان سازمان‌یافته چه کسانی هستند و چگونه این حجم از کالا را قاچاق می‌کنند، کم نیستند؛ اما نباید از خاطر برد که مردم همواره از نیروهای انتظامی این انتظار را دارند که از مرزهای هوایی، زمینی و دریایی به دقت حراست کرده و اجازه ورود یا خروج هیچ‌گونه کالا یا دیگر اقلام را به داخل یا خارج از مرزهای کشور به غیر از گمرکات ندهند تا ضمن صیانت از مرزها و امنیت، همچنین به عنوان یک نهاد مجری در مقابل هر گونه تخطی و بی‌قانونی مقتدرانه بایستند و با آن مقابله کنند. آنچه نگران‌کننده به نظر می‌رسد، این است که امروزه تهدیدات قاچاق نه فقط از طریق کوله‌بران مرزی و راه‌های پر پیچ و خم کوهستان و قایق‌های تندرو، بلکه از طریق مبادی رسمی و باشگردهای ماهرانه و در گمرکات صورت می‌پذیرند.

یادداشت

ضرورت سرمایه گذاری در حوزه فناوری های جدید

دکتر مرتضی فغانی
عضو اتاق بازرگانی تهران

بسیار کمتر است. بر اساس گزارش ها، ایران سهم ناچیزی از سود ۳۲۰ میلیارد دلاری هوش مصنوعی تا پایان دهه جاری دارد. به طور خاص در سال ۲۰۲۳، عربستان سعودی سرمایه گذاری ۳۷ میلیارد دلاری در حوزه هوش مصنوعی داشته که ۳۷۰ برابر سرمایه ای بود که ایران به این بخش اختصاص داده است. از طرفی، گفته می شود که امارات در حوزه زیرساخت های هوش مصنوعی جایگاه چهارم در جهان را دارد و توانسته در استراتژی دولت هوشمند با استفاده از هوش مصنوعی رتبه های بالایی کسب کند. امارات با استفاده از توانایی های ابررایانه های خود و ثبات در زیرساخت های اینترنت و برق، در این زمینه پیشرفت قابل توجهی داشته است.

عربستان سعودی نیز در سال ۲۰۲۰ میلادی سرمایه گذاری ۱۵.۵۷ میلیارد دلاری در هوش مصنوعی داشته و در سال ۲۰۲۳ این رقم به ۳۷ میلیارد دلار رسیده است. این کشور با راه اندازی چندین طرح مانند مرکز ملی هوش مصنوعی و شرکت سعودی برای هوش مصنوعی، تلاش کرده تا در این حوزه پیشرو باشد. همچنین ترکیه در مقایسه با ایران سرمایه گذاری های قابل توجهی انجام داده، هر چند دقیقاً راقم سرمایه گذاری در منابع موجود به طور شفاف مشخص نشده است. با این حال ترکیه در شاخص های مرتبط با استراتژی دولت در هوش مصنوعی، جایگاه بهتری نسبت به ایران دارد. با نگاهی به این آمار می توان گفت که ایران از نظر سرمایه گذاری در فناوری های جدید مانند هوش مصنوعی، در مقایسه با کشورهای همسایه خود مانند امارات، عربستان سعودی و ترکیه وضعیتی مطلوبی ندارد. این تفاوت در سرمایه گذاری ها به نوبه خود در آمادگی و پیشرفت در حوزه هوش مصنوعی نیز تاثیر گذاشته است، بر همین اساس توجه به این حوزه مهم ضروری است. ■

اهمیت سرمایه گذاری در حوزه فناوری های جدید مانند هوش مصنوعی یک ضرورت حیاتی و سرنوشت ساز برای اقتصاد ایران است، به طوری که در شرایط کنونی هر گونه تعلل در این حوزه فرصت های بزرگی را از اقتصاد ایران سلب خواهد کرد. این فناوری می تواند کارایی و بهره وری در صنایع مختلف مانند کشاورزی، صنعت، خدمات و سلامت را افزایش دهد. از سوی دیگر، توسعه فناوری های نوین می تواند به ایجاد مشاغل جدید در زمینه های تحقیق و توسعه، برنامه نویسی و مدیریت داده ها کمک کند. علاوه بر این، با توسعه فناوری های داخلی، ایران می تواند وابستگی خود به فناوری های خارجی را کاهش دهد که در شرایط تحریم می تواند بسیار حیاتی باشد.

استفاده از فناوری های بومی در بخش های حساس مانند دفاع، امنیت سایبری و زیرساخت های حیاتی، امنیت ملی را نیز تقویت می کند. هوش مصنوعی می تواند به تحقیقات در حوزه های مختلف علمی کمک کند و ایران را در مسیر پیشرفت های علمی قرار دهد. سرعت پیشرفت علوم به شکلی است که در صورت عدم دسترسی به این فناوری ها به سختی می توان پیشرفتی در علوم برای ایران متصور بود. بهره مندی از هوش مصنوعی در بخش هایی مانند بهداشت و درمان (تشخیص پزشکی بهبود یافته)، آموزش (یادگیری شخصی سازی شده) و حمل و نقل (مدیریت ترافیک) ضروری است و می تواند کیفیت زندگی شهروندان را به شکل قابل ملاحظه ای بهبود بخشد. با استفاده از فناوری های پیشرفته، به مدیریت بهتر منابع و کاهش آلودگی کمک خواهد شد. با این حال بر اساس اطلاعات موجود و با مقایسه سرمایه گذاری در حوزه هوش مصنوعی بین ایران و کشورهای همسایه مانند امارات، عربستان سعودی و ترکیه، می توان گفت که ایران وضعیت مناسبی در این زمینه ندارد. سرمایه گذاری ایران در حوزه هوش مصنوعی نسبت به کشورهای منطقه



یادداشت مهمان

امکان صادرات ۲ میلیارد دلاری فرش ماشینی در سال

علیرضا حائری
کارشناس صنعت نساجی

دلار آن به صادرات فرش ماشینی و یک میلیارد دلار باقی مانده نیز به سایر محصولات نساجی اختصاص دارد. به راحتی می توان برای فرش ماشینی در سال ۱۴۰۴، صادراتی بیش از دو میلیارد دلار و حتی بیشتر در نظر گرفت. از سوی دیگر، در صورت تولید فرش ماشینی با حداکثر ظرفیت و با توجه به مصرف داخلی که در حدود ۵۰ میلیون متر مربع تخمین زده می شود و در صورت وجود بسترهای مناسب برای صادرات، امکان صادرات سالانه یکصد میلیون متر مربع فرش ماشینی وجود دارد که می تواند در حدود دو میلیارد دلار ارزش آوری برای کشور داشته باشد.

در حال حاضر صادرات ایران در این بخش عمدتاً به کشورهای همسایه نظیر افغانستان، عراق و ترکمنستان انجام می گیرد، اما با توجه به کیفیت مطلوب این محصولات و طرح و نقشه بدیع ایرانی و همچنین بهره گیری از آخرین تکنولوژی روز دنیا، چشم انداز روشنی پیش روی این رشته صنعتی بوده و انتظار می رود که صادر کنندگان این محصول با تنوع بخشی به بازارهای صادراتی خود شاهد افزایش صادرات این محصول به بازارهای اتحادیه اروپا و سایر نقاط جهان نیز باشیم. البته در این بازه زمانی ورود به بازارهای اتحادیه اروپا حتی آمریکاستلزم تلاش بیشتر در جهت شناخت سلیقه مردم به لحاظ طرح، رنگ، نقشه و ترکیب مواد اولیه در بازارهای هدف است و در این خصوص نقش رایزنان بازرگانی و بخش تجاری سفارتخانه های ایران بسیار پررنگ خواهد بود.

علاوه بر این، برگزاری نمایشگاه های مرتبط با صنایع به ویژه نمایشگاه بین المللی کفپوش ها، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته و همچنین سایر نمایشگاه های منطقه ای و بین المللی می تواند تاثیر به سزایی در نمایش توانمندی تولید کنندگان داخلی و رشد و توسعه تولید و صادرات آن داشته باشد. امید است که با ارتقای سطح خدمات رسانی، کاهش هزینه های برگزاری و تسهیل حضور شرکت های خارجی در این قبیل نمایشگاه ها و همچنین با ارائه مشوق های صادراتی در قالب تامین بخشی از هزینه های اجاره غرفه و رفت و آمد به شرکت های ایرانی که در نمایشگاه های مشابه در سایر نقاط جهان حضور به هم می رسانند، گام های موثرتری در راه مشارکت تمامی واحدهای داخلی و خارجی در این رویدادهای بین المللی برداشته شود. ■

رشته صنعتی تولید فرش ماشینی در کشور از محدود رشته های صنعت نساجی است که در دهه اخیر و حتی در دوران تحریم توانسته نسبت به سایر رشته های صنعت نساجی از رشد و توسعه مناسبی برخوردار شود و از نظر کیفیت تولیدات، طرح و نقشه از موقعیت ممتاز و تنوع قابل قبولی برخوردار باشد و به خوبی خود را با آخرین پیشرفت های تکنولوژیکی دنیا مجهز نماید. در واقع تلفیق آخرین تکنولوژی روز دنیا با هنر و نبوغ ایرانی توانسته که صنعت فرش ماشینی در ایران را به صنعتی ممتاز، اشتغال زا و ارزش آور تبدیل نماید.

اگر در سطح تجاری بین المللی تاکنون نتوانسته به جایگاه در خور توجهی دست پیدا کند، نه به دلیل کیفیت کار، بلکه به دلیل محدودیت های ایجاد شده برای فضای اقتصاد کشور مان در این ایام بوده است، با این حال می توان امیدوار بود که با باز شدن فضای تجاری کشور، این رشته صنعتی بیش از پیش در بازارهای جهانی بدرخشد که البته بعید است، در شرایط فعلی تحقق پیدا کند. در حال حاضر از حدود ۵ هزار و ۵۰۰ واحد صنعتی نساجی در کشور بیش از ۹۰۰ واحد صنعتی؛ یعنی بیش از ۱۶ درصد آن ها دارای پروانه بهره برداری برای تولید فرش ماشینی هستند که عمده واحد آن در کاشان، آران و بیدگل مستقر است. این امر نشان از توسعه مناسب این صنعت در کشور دارد و منطقه کاشان را تبدیل به قطب تولید فرش ماشینی در ایران و یکی از مناطق عمده تولید کننده این محصول در جهان کرده است.

هم اکنون مجموع ظرفیت نصب شده این صنعت در کشور حدود ۱۵۰ میلیون متر مربع و تولید عملی آن در سال حدود ۱۰۰ میلیون متر مربع است که ارزش تولیدات سالانه این محصول را به حدود ۵/۱ میلیارد دلار می رساند. ناگفته نماند، تولید ۱۰ ماهه اول سال ۱۴۰۳ این محصول حدود ۷۰ میلیون متر مربع است. بر اساس اعلام رییس انجمن صادر کنندگان فرش ماشینی ترکیه، هدف گذاری صادراتی این محصول برای سال ۲۰۲۳ در رشته فرش ماشینی در آن کشور بالغ بر ۵/۵ میلیارد دلار است، در حالی که هدف گذاری صادراتی برای کل صنعت نساجی و پوشاک ایران در برنامه راهبردی وزارت صمت برای سال ۱۴۰۴، بالغ بر ۳ میلیارد دلار در نظر گرفته شده که یک میلیارد دلار آن به صادرات پوشاک، یک میلیارد



گفت و گوی اختصاصی با رامین ربیعی

در این بخش می‌خوانیم:

- عرضه‌های اولیه بورس را از تب و تاب انداخته است
- عزم فیروزه برای عمومی کردن سرمایه‌گذاری در کشور



در بیستمین سالگرد گروه مالی فیروزه مطرح شد

عزم فیروزه

برای عمومی کردن سرمایه‌گذاری در کشور

سارا نظری

گروه مالی فیروزه در سال ۱۳۸۳ تأسیس و به عنوان یک سوپرمارکت مالی بخش خصوصی وارد سومین دهه فعالیت خود شده و از ابتدا تاکنون با ارائه خدمات متنوع و نوآورانه، نقش کلیدی در توسعه بازار سرمایه ایفا کرده و در حال حاضر بیش از ۵۰ هزار میلیارد تومان دارایی سرمایه‌گذاران را در غالب ۱۵ صندوق سرمایه‌گذاری و ۶ شرکت سرمایه‌گذاری بورسی مدیریت می‌کند. گروه مالی فیروزه به عنوان یکی از بزرگ‌ترین نهادهای سرمایه‌گذاری کشور، خدماتی همچون مدیریت دارایی، ابزارهای سرمایه‌گذاری، کارگزاری، مشاوره تأمین مالی و پذیرش شرکت‌ها را ارائه می‌کند. به مناسبت بیستمین سالگرد تأسیس گروه مالی فیروزه، نشست خبری این گروه در ۱۵ بهمن‌ماه در هتل قلب تهران برگزار شد و مدیران ارشد آن ضمن مرور دستاوردهای دو دهه گذشته، از برنامه‌های آینده مانند عرضه اولیه سهام در بازار سرمایه، توسعه ابزارهای مالی و راه‌اندازی صندوق رمزارز خبر دادند.

صندوق رمزارز راه‌اندازی می‌کنیم



طی فرآیند تبدیل شدن به یک شرکت سهامی عام و سپس شروع فرآیند پذیرش در بازار سرمایه می‌باشد.

جذب ۱۵۰ میلیون دلار سرمایه خارجی در بورس تهران

ربیعی با اشاره به اینکه گروه مالی فیروزه در آغاز فعالیت خود، با تأسیس و مدیریت یک صندوق سرمایه‌گذاری در اروپا برای سرمایه‌گذاری در ایران، توانست رتبه اول جذب سرمایه‌گذار خارجی در بازار سرمایه ایران را به خود اختصاص دهد، گفت: این صندوق سرمایه‌گذاری سهامی، موفق به جذب ۱۵۰ میلیون دلار سرمایه خارجی در بورس تهران شد و کماکان تنها صندوق سرمایه‌گذاری خارجی دارای مجوز فعالیت در اتحادیه اروپا است که در بازار سرمایه کشور مان سرمایه‌گذاری می‌کند.

وی افزود: گروه مالی فیروزه با سرمایه‌گذاری‌های موفق در بیش از ۱۳ شرکت خصوصی و ۱۴ شرکت فناوری محور، نقش برجسته‌ای در توسعه اقتصادی ایران ایفا کرده و با تمرکز بر خرید و بهبود ساختار مدیریتی ۶ شرکت سرمایه‌گذاری بورسی و چندین شرکت غیربورسی، توانسته با مدیریت و عملکرد خود برای سهام‌داران این شرکت‌ها ارزش آفرینی کند. فیروزه هم‌اکنون مدیریت ۲۲ نهاد مالی تحت نظارت سازمان بورس و اوراق بهادار را به عهده دارد.

مدیرعامل گروه مالی فیروزه، خرید شرکت گروه سرمایه‌گذاری توسعه صنعتی ایران (وتوسا) در سال ۱۳۹۰ را از جمله این سرمایه‌گذاری‌ها دانست که موجب افزایش سودآوری این شرکت برای ۲۳۰ هزار سهام‌دار مستقیم و میلیون‌ها سهام‌دار سهام عدالت شده است. از دیگر نمونه‌ها می‌توان به خریداری شرکت‌هایی همچون سرمایه‌گذاری اعتبار ایران، سرمایه‌گذاری جامی، سرمایه‌گذاری توسعه صنعت و تجارت، سرمایه‌گذاری پایاتدبیر پارسا و سرمایه‌گذاری سبحان اشاره کرد.

رامین ربیعی، مدیرعامل گروه مالی فیروزه ضمن اعلام این خبر که عرضه اولیه سهام این گروه به‌زودی انجام می‌شود، افزود: با کمک یکی از صرافی‌ها، صندوق رمزارز راه‌اندازی می‌کنیم. وی در خصوص پلتفرم‌های آنلاین خرید طلا گفت: نمی‌دانیم که همه پلتفرم‌های آنلاین خرید طلا به اندازه‌ای که اعلام می‌کنند طلا دارند یا خیر.

عرضه اولیه سهام گروه مالی فیروزه

مدیرعامل گروه مالی فیروزه با ذکر اینکه این گروه مالی فیروزه سال ۱۳۸۴ و در آخرین سال ریاست جمهوری آقای خاتمی تأسیس شد، گفت: پس از دو دهه خلق یک مسیر موفقیت‌آمیز در بازار سرمایه ایران، گروه مالی فیروزه در نظر دارد تا با عرضه اولیه سهام خود (IPO) در بازار سرمایه، این ارزش آفرینی را با میلیون‌ها ایرانی شریک شود و برنامه‌ریزی‌های لازم جهت عرضه اولیه سهام در بازار سرمایه کشور انجام شده است. در سال گذشته این گروه موفق به دریافت موافقت اصولی برای تبدیل شدن به یک هلدینگ مادر تخصصی از سازمان بورس شده و هم‌اکنون در حال

فاطمه سرکاری:

دارایی‌های تحت مدیریت این شرکت بالغ بر ۳۵ هزار میلیارد تومان است و طی ۵ سال رشد حدود ۱۰۰ برابری در دارایی‌های تحت مدیریت را تجربه کرده است

ربيعی تصريح کرد: «وتوصا» با رویکردی توسعه‌محور، علاوه بر دارایی‌های بورسی، به سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیز ورود کرده و از این فرصت به خوبی بهره برده است. اکنون پس از نزدیک به یک دهه، یکی از این سرمایه‌گذاری‌ها به ثمر نشسته و هم‌زمان با ۲۰ سالگی فیروزه، میلیون‌ها سهامدار منتفع شده‌اند.

به گفته وی، فروش سهام شرکت‌های دیجی کالا و هزارستان توسط سرآوا، یکی از زیرمجموعه‌های «وتوصا» و دریافت وجوه حاصل از آن، به تحقق سودی معادل ۴۲۰ برابر سرمایه‌گذاری اولیه برای «وتوصا» منجر شده است.

مدیرعامل گروه مالی فیروزه در ادامه گفت: سرمایه‌گذاری توسعه صنعت و تجارت از طریق بازوهای اجرایی خود در حوزه سرمایه‌گذاری جسورانه (شرکت ایران و فرانسه) و سرمایه‌گذاری خصوصی (ترغیب صنعت ایران) توانسته در شرکت‌های موفق همچون بیمه اتکایی رایا، پایانه صادراتی گلشن آرای ارم، شرکت کشت و صنعت زرنند، شیپور، تازه‌بار، الوپیک، استودیوی بازی‌سازی کاریزما، داستان من، سازیتو، پونیشا و... سرمایه‌گذاری کند. شرکت سیدگردانی توسعه فیروزه یکی از شرکت‌های کلیدی زیرمجموعه گروه مالی فیروزه است و به عنوان یکی از پنج سیدگردان برتر کشور شناخته می‌شود.

درخواست فرآیند پذیرش در بازار سرمایه شروع شده است

ربيعی با بیان اینکه در دو دهه اخیر که مشکلات و سختی‌های زیادی در کشور وجود داشته، توانستیم به رشد قابل توجهی دست یابیم، اظهار کرد: در حال حاضر بیش از ۵۰۰ نفر نیروی متخصص داریم و بعد از ۲۰ سال تجربه موفق در بخش خصوصی به مرحله‌ای رسیده‌ایم که درخواست فرآیند پذیرش این شرکت در بازار سرمایه شروع شده است. بعد از عرضه اولیه سهام در ماه‌های آینده امیدواریم که سرمایه‌گذاری خوبی رقم بزنیم. وی در ادامه بیان کرد: هدف ما از تأسیس گروه مالی فیروزه، وارد کردن سرمایه خارجی به کشور بود. در این سال‌ها به فکر تأسیس صندوقی در اروپا افتادیم و فعالیت مادر دهه هشتاد بر این کار متمرکز شد. در این زمان، اولین صندوق سرمایه‌گذاری مختص ایران در اروپا را تأسیس و از این طریق، بیش از ۱۲۰ سرمایه‌گذار و ۱۵۰ میلیون دلار جذب کردیم.

مدیرعامل گروه مالی فیروزه با اشاره به اینکه با شروع دهه نود و سخت‌تر شدن تحریم‌ها، جذب سرمایه خارجی مثل قبل ممکن نبود، گفت: در این زمان وارد ارائه خدمات به فعالان داخلی شدیم و با خرید چند شرکت، درون این شرکت‌ها تغییر ساختار دادیم که رشد سودآوری و شفافیت را به دنبال داشت. در نیمه دوم همین دهه تمرکز خود را روی توسعه ابزارهای مالی گذاشتیم و هم‌اکنون سبد کاملی از ابزارهای مالی در این گروه موجود است که مشتریان حقوقی و حقیقی از آن استفاده می‌کنند.

ربيعی به صندوق‌های موجود در گروه مالی فیروزه اشاره کرد و گفت: به‌تازگی با صندوق طلای آتش فیروزه، سبد محصولات ما کامل شد و علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری‌های بانکی یا سهامی می‌توانند از محصولات ما استفاده کنند. در واقع رسالت این گروه این است که محصولات مالی و سرمایه‌گذاری در ایران را عمومی کند. با توجه به شرایط تورمی کشور، داشتن سواد مالی دیگر یک اختیار نیست، بلکه به یک اجبار تبدیل شده است، چرا که اگر سواد مالی وجود نداشته نباشد، مردم روز به روز بیشتر دارایی خود را از دست می‌دهند.

پلتفرم‌های خرید آنلاین طلا، ریسک را برای همه افزایش می‌دهند

مدیرعامل گروه مالی فیروزه به بیلپوردهای مربوط به پلتفرم‌های طلای آب‌شده اشاره کرد و گفت: این روزها در دیوار شهر از بیلپوردهای تبلیغاتی پلتفرم‌های فروش طلای آب‌شده پر شده که به شکل غیر شفاف و غیر قانونی در حال فعالیت هستند که این پلتفرم‌ها ریسک را برای همه افزایش می‌دهند. این ساختار سرمایه‌گذاری در طلا به صورت قانونی و شفاف در گروه ما وجود دارد و افرادی می‌توانند از آن استفاده کنند.

وی درباره سرمایه‌گذاری در بازارهای پرریسک خاطر نشان کرد: گروه دیگر فاکس و رمزارز است که این بازارها هم غیر شفاف بوده و در چارچوب‌های قانونی سازمان بورس حضور ندارند. این گزینه‌های سرمایه‌گذاری پرریسک وجود دارد، از این رو هدف ما بالا بردن سواد مالی مردم ایران است.

هدف ما ترویج سرمایه‌گذاری است

ربيعی با اشاره به اینکه در ۱۰ سال گذشته روند سرمایه‌گذاری در ایران منفی بوده است، اظهار کرد: این به این معنی است که شرکت‌ها روز به روز فرسوده‌تر می‌شوند. هدف ما ترویج سرمایه‌گذاری و رونق اقتصادی در کشور است و قصد داریم تا به حوزه لیزینگ و لندتک هم ورود کنیم. همچنین صندوق رمزارز را هم با کمک رگولاتور راه‌اندازی خواهیم کرد. مدیرعامل گروه مالی فیروزه به پلتفرم‌های فروش طلا که غیر قانونی هستند، اشاره کرد و افزود: شاید بهتر است که بگویم قانون شفاف نیست و تعداد این پلتفرم‌ها به شدت زیاد است. اگر نهادهای نظارتی بخواهند بر همه آن‌ها نظارت کنند که چقدر طلا دارند، دچار کمبود نظارت هستیم. نمی‌دانیم که همه به اندازه‌ای که اعلام می‌کنند طلا دارند یا خیر. بر اساس آمار، اگر ۱۰ میلیون ایرانی از این طریق طلا خریداری کردند، آمار سرمایه‌گذاری در صندوق‌ها و بازارهای مختلف کشور ۲۵۰ هزار نفر است که این ارقام عجیب می‌باشد. به دلیل محدودیت‌هایی که در بازار سرمایه وجود دارد، مردم اقبال بیشتری به این پلتفرم‌ها نشان داده‌اند.

امیر تقی خان تجریشی:

اقتصاد آمریکا هر چند رشد ۵۰ درصدی را طی این دو دهه تجربه کرده، ولی در آن دوران تقریباً دو برابر بریکس بوده، اما هم‌اکنون از آن عقب مانده، این در صورتی است که تولید ناخالص اروپا عملاً رشد چندانی نداشته است

بیش از ۲۴۰ سبد اختصاصی را مدیریت می‌کنیم



میلاد معماریان:

گروه فیروزه با تمرکز بر محصولات نوین مالی تشکیل شده و نگاه ما این است که با ارائه محصولات مالی، برای همه مردم دسترس پذیری را در محصولات خود داشته باشیم

در ادامه این نشست خانم فاطمه سرکاری، مدیر عامل و عضو هیات مدیره سبدگردانی فیروزه گفت: شرکت سبدگردان توسعه فیروزه یکی از شرکت‌های کلیدی زیرمجموعه گروه مالی فیروزه است و به عنوان یکی از ۵ سبدگردان برتر کشور شناخته می‌شود. این شرکت مدیریت بیش از ۲۴۰ سبد اختصاصی و ۱۵ صندوق سرمایه‌گذاری را بر عهده دارد که شامل صندوق‌های اهرمی، درآمد ثابت، سهامی، بخشی، شاخصی، جسورانه، خصوصی و طلا است. دارایی‌های تحت مدیریت این شرکت بالغ بر ۳۵ هزار میلیارد تومان است و طی ۵ سال رشد حدود ۱۰۰ برابری در دارایی‌های تحت مدیریت را تجربه کرده است.

وی تصریح کرد: این موفقیت قابل توجه نشان‌دهنده اعتماد عمومی مردم ایران نسبت به برند و عملکرد گروه فیروزه در ادوار گذشته است. صندوق بازارگردانی توسعه فیروزه پویا ابزار بازارگردانی نمادهای شرکت‌های بورسی و صندوق‌های ETF تحت مدیریت گروه مالی فیروزه است. با توجه به سطح بالای خدمت داخلی این صندوق و موفقیت آن در بازارگردانی نمادهایی مانند فیروزا این خدمت به نمادهای بورسی و صندوق‌های سایر بازیگران بازار سرمایه نیز ارائه خواهد شد.

مدیر عامل و عضو هیات مدیره سبدگردانی فیروزه در ادامه خاطر نشان کرد: سبدگردان ما از سال ۱۳۹۹ فعالیت خود را آغاز کرد که با نزول بازار بورس مصادف شد. هدف ما ارائه سرویس با سود آهسته و پیوسته بود. اکنون در آستانه ۲۰ سالگی بخش قابل توجهی از سرمایه در بخش سبدگردان متمرکز است. از طرفی، رشد ۳۳۰۰ درصدی را از نظر جایگاه سبدگردان تجربه کردیم. هم‌اکنون حدود ۱۲ نوع سبد مختلف داریم که بر اساس نیاز کاربران طراحی شده است. هدف ما این است که پر تقوی سبدگردان را به صورتی مدیریت کنیم که سرمایه‌گذار به همه کلاس‌های دارایی دسترسی داشته باشد که این کار را با تمرکز بر بازار سرمایه انجام دادیم. صندوق‌های مختلفی هم بر اساس نیاز مشتریان در حال طراحی است و در سال آینده عرضه می‌شود.

صندوق اهرمی موج فیروزه، چشم‌بینای بازار سرمایه

سرداری با بیان اینکه صندوق‌های سرمایه‌گذاری فیروزه با تنوع خود، بازدهی‌های قابل توجهی را برای سرمایه‌گذاران فراهم کرده است، گفت: برای نمونه برخی از آن شامل فیروزه موفقیت است که قدیمی‌ترین صندوق گروه مالی فیروزه، طی ۱۵ سال فعالیت خود، بیش از ۲۲ هزار درصد بازدهی به سرمایه‌گذاران خود داده است. فیروزا یا همان صندوق ارمغان فیروزه آسیانیز یکی از معروف‌ترین صندوق‌های درآمد ثابت بازار سرمایه ایران است، چرا که بالاترین نرخ بازدهی (سالانه ۲۳ درصد) را در کارنامه خود ثبت کرده است. کارمزدهای معاملات آن رایگان بوده و همچنین با توجه به ارزش معاملات بالای این صندوق، نقدشوندگی بسیار مناسبی برای سرمایه‌گذاران خود به ارمغان آورده است.

به گفته وی، ساحل از دیگر صندوق‌ها است. صندوق صدور ابطالی با درآمد ثابت ساحل آرام فیروزه جایگزین مناسب سپرده بانکی است. با سرمایه‌گذاری در ساحل، امکان دریافت سود ماهانه در پانزدهم هر ماه در آن تعبیه شده که سودی معادل ۳۰ درصد سالانه را محقق ساخته است. موج یا همان صندوق اهرمی موج فیروزه در آبان ماه سال ۱۴۰۲ به عنوان پنجمین صندوق اهرمی بازار سرمایه تأسیس شد و مدت کوتاهی به دلیل بازدهی فوق‌العاده خود، نظر فعالان بورس را جلب کرد. ارزش دارایی ۱۱ هزار میلیارد تومانی در مدت زمان محدود، موج را به لیدر بازار و رتبه دوم صندوق‌های اهرمی از نظر حجم معاملات و ارزش دارایی رساند.

مدیر عامل و عضو هیات مدیره سبدگردانی فیروزه در ادامه افزود: امروزه صندوق اهرمی موج فیروزه، چشم‌بینای بازار سرمایه ایران است، چرا که به عنوان شاخصی از روند کلی بازار سرمایه شناخته می‌شود. از دیگر صندوق‌ها آتش یا همان صندوق طلای آتش فیروزه است که در دی ماه سال ۱۴۰۳ به جمع صندوق‌های طلای بازار سرمایه اضافه شد. آتش، تنها صندوق طلایی بود که توانست پذیرهنویسی هزار میلیاردی را در کمتر از ۱۰ دقیقه به پایان رساند. این صندوق پاسخ‌گوی نیاز سرمایه‌گذارانی است که دغدغه حفظ ارزش دارایی‌های خود را دارند.

سرداری افزود: از دیگر صندوق‌ها، شاخص سسی است. صندوق سرمایه‌گذاری شاخص سسی شرکت بزرگ فیروزه، قدیمی‌ترین صندوق شاخصی بازار سرمایه ایران است که در سال ۱۳۹۳ تأسیس شد. این صندوق یکی از بهترین ابزارها برای بهره‌مندی از حرکت شاخص بورس است، چرا که حرکت ۳۰ شرکت بزرگ بازار سرمایه را دنبال و امکان بهره‌مندی از قدرت سهام بزرگان بازار سرمایه را فراهم می‌کند. این صندوق از زمان تأسیس تاکنون، بازدهی ۳۶ برابری را برای سرمایه‌گذاران به ثمر رسانده است. علاوه بر صندوق‌های ذکر شده، سایر صندوق‌های گروه مالی فیروزه شامل دریا، رسانا، ونچر، ثروت و چتر نیز با عملکرد خوب و بازدهی مطلوب در اختیار سرمایه‌گذاران قرار دارند.

تمرکز ما بر دانش تخصصی سرمایه گذاری است



امیر تقی خان تجریشی، رئیس هیات مدیره گروه مالی فیروزه در این نشست عنوان کرد: چیزی که ما به عنوان مزیت رقابتی روی آن تاکید کردیم، دانش تخصصی سرمایه گذاری در ایران است که با سرمایه گذاری خارجی وارد کشور شده است. وی با اشاره به اینکه شرایط اقتصادی کنونی خاص است، گفت: باید از مسیری که غرب طی کرده، استفاده کنیم و مشاهده کنیم که تاثیر ما در خاور میانه چگونه است. بلوک های دیگر خارج از غرب به مرور قدرت گرفته اند که چین نمونه ای از این کشورها است. فاصله آمریکا با اروپا هم زیاد شده است. دستورات ترامپ نیز در این مدت افزایش تعرفه ها برای چین بوده است.

گزینه های مختلفی را در اختیار سرمایه گذاران قرار می دهیم

رئیس هیات مدیره گروه مالی فیروزه در ادامه افزود: این اتفاقات ممکن است که کاهش تجارت جهانی و در نتیجه، کاهش رشد اقتصادی در جهان را در پی داشته باشد. اقتصاد ما کامودیتی محور است و بازار سرمایه و همچنین بسیاری از شرکت های مان بر اساس کامودیتی بنا شده اند. نفت در اقتصاد ما بسیار تاثیر گذار است. باید بتوانیم تولید و صادر کنیم و منابع مالی نیز در دسترس باشد. هر کدام از این ها نباشد، نمی توان کسری بودجه را مدیریت کرد و در نتیجه تورم را به دنبال خواهیم داشت. گروه مالی فیروزه با ارائه خدمات مختلف گزینه های متفاوتی را در اختیار سرمایه گذاران قرار می دهد تا مردم کمتر از تورم آسیب ببینند.

تجریشی با بیان اینکه در دود دهه گذشته، اقتصاد بریکس از زیر ۷ تریلیون دلار به بیش از ۲۰ تریلیون دلار افزایش یافته، اظهار کرد: اقتصاد آمریکا هر چند رشد ۵۰ درصدی را طی این دود دهه تجربه کرده، ولی در آن دوران تقریباً دو برابر بریکس بوده، اما هم اکنون از آن عقب مانده، این در صورتی است که تولید ناخالص اروپا عملاً رشد چندانی نداشته است.

وی افزود: امروزه شاهد جنگ تعرفه ای آمریکا با سایر کشورها هستیم، بر همین اساس پیش بینی می شود که با ادامه روند فعلی، رشد اقتصادی جهانی کاهش یابد. این موضوع اثر کاهنده روی قیمت های سطح تجارت جهانی و به دنبال آن کامودیتی خواهد داشت، از این رو درصد متغیرهای فوق الذکر و تحولات اقتصاد جهانی برای بازار سرمایه ایران اهمیت دوچندان یافته است.

تمرکز فیروزه بر محصولات نوین مالی است



میلاد معماریان، مدیرعامل فیروزه دیجیتال در معرفی این محصول بیان کرد: گروه فیروزه با تمرکز بر محصولات نوین مالی تشکیل شده و نگاه ما این است که با ارائه محصولات مالی، برای همه مردم دسترس پذیری را در محصولات خود داشته باشیم. رفع مشکل تورم که بزرگ ترین مشکل مردم است را مورد هدف قرار داده ایم. مهمترین محصول ما اپلیکیشن فیروزه است که آن را با نگاه سوپر اپ مالی توسعه داده و در راستای تجمیع همه محصولات این گروه اقدام کردیم. به اعتقاد ما فرآیندهای سرمایه گذاری در کشور مان پیچیده است و برای همه در دسترس نیست. ساده سازی در توسعه محصولات هم یکی از اهداف ما بوده است.

وی با تاکید بر اینکه اولویت ما نیاز مشتریان است، گفت: اولویت این مورد بر اساس خواسته مشتریان است. برای اولین بار سرمایه گذاری اختصاصی برای مردم ایجاد کردیم. در گذشته اگر مردم می خواستند محصول سرمایه گذاری داشته باشند و کسی مدیریت سرمایه برای آن ها انجام دهد، باید مبلغ هنگفتی پرداخت می کردند، ولی هم اکنون این سرویس به عنوان سید همگانی در اختیار عموم با هزینه پایین تر قرار دارد.

گروه مالی فیروزه در مسیر تحول و گسترش فعالیت های خود، به دنبال ورود به حوزه های جدید مالی مانند لیزینگ، بیمه و صندوق های جدید است تا خدمات خود را به طیف گسترده تری از افراد و کسب و کارها ارائه دهد. همچنین با برنامه ریزی برای عرضه اولیه سهام (IPO) گروه مالی فیروزه و شریک کردن میلیون ها ایرانی در این داستان موفقیت، در تلاش است تا دسترسی به فرصت های سرمایه گذاری را برای همگان فراهم کند. همچنین فیروزه به توسعه فعالیت های دیجیتال خود ادامه می دهد تا خدمات مالی و سرمایه گذاری را به همه مردم ایران در اقصی نقاط کشور ارائه دهد. این گروه با هدف تبدیل شدن به برندی توانمند و شناخته شده از بخش خصوصی ایران در سطح منطقه و جهان می کوشد تا با جذب نخبه ترین و متخصص ترین استعدادها، به بهترین محیط برای کار تبدیل شود. فیروزه باور دارد که رشد و رونق سرمایه گذاری، کلید حل بسیاری از مشکلات کشور است و می کوشد تا با منابع خود و همچنین جذب منابع مشتریان و سرمایه گذاران، در غالب ابزارهای متنوع مالی در ایران عزیزمان سرمایه گذاری کرده و نقشی در رشد، شکوفایی و خلق ثروت در اقتصاد کشور ایفا کند. ■

رامین ربیعی:

پس از دو دهه خلق یک مسیر موفقیت آمیز در بازار سرمایه ایران، گروه مالی فیروزه در نظر دارد تا با عرضه اولیه سهام خود (IPO) در بازار سرمایه، این ارزش آفرینی را با میلیون ها ایرانی شریک شود

عرضه‌های اولیه بورس را از تب و تاب انداخته است

مجید محمد علیزاده آرانی
کارشناس بازار سرمایه



شرایط زمانی
معاملات و
قیمت‌گذاری دستوری
باعث کاهش درجه
اعتمادپذیری
و اطمینان به
سرمایه‌گذاری در
بورس می‌شود که
پیش‌بینی روند بازار
را دشوارتر و
بغرنج‌تر می‌کند



پیش‌بینی شرایط رشد بازار برای پایان سال و نیمه اول سال ۱۴۰۴ پیچیده و سخت و دشوار است. همچون چند سال گذشته سایه اوضاع سیاسی بر وضعیت اقتصادی سنگینی می‌کند. اتخاذ سیاست‌های خارجی همچون احیاء برجام و برقراری روابط سیاسی ایران و آمریکا و اروپا، بر سیاست‌های داخلی سنگین‌تر شده است. از سوی دیگر، بازارهای جهانی طلا و رمزارزها چالش دیگر و رقیب جدی بازار سرمایه ایران به لحاظ تحلیل‌پذیری و قابلیت‌ها و ویژگی‌های کیفی اطلاعات شده است. افزایش افسارگسیخته و لحظه‌ای ارزش و به تبع آن طلا، گرایش سرمایه‌گذاران را به سمت بازار ارز و طلا سوق داده است. این گرایش به جهت حفظ ارزش

نقدینگی و دارایی‌های سرمایه‌ای سرمایه‌گذاران صورت می‌پذیرد. از طرفی، افزایش ناترازی‌های انرژی و تعطیلی غیرارادی شرکت‌ها موجب کاهش تولید و بهره‌وری شرکت‌ها و در نتیجه، کاهش فروش و سودآوری شرکت‌ها شده و این موضوع اثر مستقیم و به‌سزایی در اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاران در بورس دارد. شرایط تورمی و رشد بدون کنترل قیمت کالا و خدمات نیز می‌تواند دلیل دیگری بر اتخاذ تصمیم سهامداران در بورس باشد.

امادلیل عمده و تاثیرگذار این روزهای افت و کاهش شاخص بورس علاوه بر موارد فوق‌الذکر، عرصه‌های اولیه پی‌درپی و بی‌رویه جا مانده و خاک خورده چند سال اخیر است که کارنامه‌سازی می‌کند. متأسفانه عرضه‌های اولیه طی چندماه گذشته شدت بیشتری گرفته و روند افزایشی شاخص بورس در چهارماه گذشته را از تب و تاب انداخته و باعث خروج پول از بازار سرمایه شده و همچنان نیز ادامه دارد. قوانین و مقررات، دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌ها و ابلاغیه‌های لحظه‌ای، شبانه و در ایام تعطیلات نیز اعتبار بازار سرمایه را خدشه دار کرده و سهامداران را مستأصل کرده است. بخشنامه‌ها و ابلاغیه‌هایی که باید در فروردین ماه هر سال اعلام شود، در ماه‌های پایانی سال ابلاغ می‌شود و پیش‌بینی سود و صورت‌های مالی شرکت‌ها را به شدت تحت شعاع قرار می‌دهد. مسایل ریز و درشت

دیگری نیز وجود دارد که آگاهانه یا ناآگاهانه بر روند بازار سهام اثر گذار است؛ مثل قابلیت نقدشوندگی. شرایط زمانی معاملات، قیمت‌گذاری دستوری و همه عوامل فوق‌الذکر باعث کاهش درجه اعتمادپذیری و اطمینان به سرمایه‌گذاری در بورس می‌شود که پیش‌بینی روند بازار را دشوارتر و بغرنج‌تر می‌کند. سردرگمی سرمایه‌گذاران ناشی از دلایلی است که متأسفانه در ایران اتفاق می‌افتد و تازمانی که خون تازه‌ای بر شریان‌های حیاتی بورس تزریق نشود، شرایط بهبود حاصل نخواهد شد. با این شرایط و سایر موارد، سرمایه‌گذار اطمینان نمی‌کند تا سرمایه خود را در بورس سرمایه‌گذاری کند و با عنایت به اینکه سرمایه ترسواست، مسیر دیگری را انتخاب می‌کند.

همچنین بلوف و تهدیدهای رئیس‌جمهور آمریکا، نه تنها روی بازار سرمایه ایران، بلکه بورس‌های جهانی را بانوسان همراه کرده است. هر چند که احتمال عملی کردن تهدیدها ضعیف است، اما سرمایه‌افراری می‌دهد و اگر ملاحظه کنید، انس و طلای جهانی را هم با چالش مواجه کرده است؛ بنابراین تصور روند رشد بازار در نیمه اول سال ۱۴۰۴ بعید به نظر می‌رسد؛ مگر اینکه متغیرهای اقتصادی و سیاسی با تغییرات قابل ملاحظه مثبت همراه باشد. ■

پرونده ویژه



گفت و گوی اختصاصی با عمادالدین کبیری

در این بخش می خوانیم:

- ناکتاری عرض و تقاضا در صنعت فرش مشهود است
- حمایت از برندهای ایرانی حاضر در نمایشگاه های خارجی
- بی ثباتی اقتصادی و سیاسی چالش بزرگ تولیدکنندگان فرش ماشینی

رئیس اتحادیه بین‌المللی تجار امین مطرح کرد

حمایت از برندهای ایرانی حاضر در نمایشگاه‌های خارجی

مهدیه شهسواری

از جمله اهداف مهم در تأسیس اتحادیه بین‌المللی تجار امین، توسعه روابط تجاری با کشورهای هدف است که در همین راستا فعالیت‌های خود را آغاز کرده است. به منظور آشنایی بیشتر با فعالیت‌ها و اقدامات انجام‌شده در این اتحادیه، ماهنامه «دنیای نساجی» گفت‌وگویی با عمادالدین کبیری، رئیس اتحادیه بین‌المللی تجار امین انجام داده که مشروح آن از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

متعددی در این زمینه در کشورهای هدف این اتحادیه وجود دارد. برای تسهیل در تجارت بین‌المللی در حوزه نساجی، راه‌های مختلفی وجود دارد که یک مورد آن، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و تخصصی مختلف در کشورهای مورد نظر است؛ این امر باعث می‌شود تا ظرفیت‌های صنعت نساجی را به بهره‌برداری برسانیم و آن را به بازارهای هدف نشان دهیم. از دیگر راهکارها برای توسعه صادرات صنایع مختلف، دعوت از هیات‌های تجاری اختصاصی برای بازدید از ظرفیت‌های صنایع است که به لطف خدا اتحادیه در این زمینه، هیات‌های مختلفی را به ایران آورده و اسباب این کار را فراهم کرده است، از این رو انتظار می‌رود که با توجه به مقدماتی که بدین منظور فراهم می‌شود، به زودی شاهد فعالیت مثمر ثمر صنعتگران در عرصه‌های بین‌المللی باشیم.

مهمترین چالش‌هایی که اعضای اتحادیه در زمینه تولید، صادرات و واردات با آن مواجه هستند، چیست؟

چالش‌های موجود در رابطه با صادرات و واردات، متفاوت است که از جمله این چالش‌ها در بخش واردات، موضوع تخصیص ارز و مسایل مشابه مثل سنگ‌اندازی‌های دولت بر سر راه واردکنندگان است. چالش در بحث صادرات دو بخش است؛ یکی رفع تعهد ارزی است که البته به مسایل داخلی بازمی‌گردد که از آن به عنوان تحریم‌های داخلی یاد می‌کنم. از سوی دیگر، عمده‌ترین مشکل صادراتی نیز عدم شناخت بازارها نسبت به ظرفیت‌های موجود داخل کشور است که در صدد هستیم تا بستر را برای معرفی هر چه بیشتر و بهتر صنعت نساجی فراهم کنیم.

چه برنامه‌هایی برای افزایش همکاری‌های بین‌المللی در صنعت نساجی از طریق اتحادیه بین‌المللی تجار امین در نظر گرفته شده است؟

از جمله برنامه‌هایی که برای کلیه صنایع نساجی و پوشاک در نظر داریم، یک بحث حمایت از تولیدکنندگان و برندهای ایرانی برای حضور در نمایشگاه‌های تخصصی خارجی است. مسیر بعدی، دعوت از هیات‌های تجاری و دست‌اندرکاران بازارهای هدف به کشورمان و نشان دادن ظرفیت‌ها به آن‌ها است.



اتحادیه بین‌المللی تجار امین با چه اهدافی تشکیل شده است؟

این اتحادیه با هدف هدایت، حمایت و تسهیل در امر تجارت و همچنین برقراری پل ارتباطی بین تجار ایرانی با تجار کشورهای هدف ایجاد شده است. علاوه بر این، اتحادیه بین‌المللی تجار امین جهت رصد بهتر تجارت و صنایع و ظرفیت‌های داخل کشور و همچنین کشورهای هدف، دفاتر خود را در تمام مقاصد مورد نظر گشوده است. شایان ذکر است، این اتحادیه سال ۱۴۰۳ را با شعار جهش تولید با جهش صادرات آغاز کرده؛ به این معنا که برای برون‌رفت از این شرایط خاص اقتصادی و رکود موجود در بازار، راهی به جز صادرات نداریم. در واقع عمده فعالیت خود را بر این اساس بنا نهاده و همواره در هموار کردن مسیر صادرات برای تولیدکنندگان و تجار قدم‌های مثبتی برداشته شده است.

این اتحادیه چه اقداماتی برای تسهیل تجارت بین‌المللی صنعت نساجی و پوشاک انجام داده است؟

با توجه به اینکه صنعت نساجی چه از لحاظ اشتغال‌زایی و چه نیاز جامعه، جزو صنایع استراتژیک دنیا محسوب می‌شود، بر این اساس تقاضاهای



عمده ترین مشکل
صادراتی عدم
شناخت بازارها
نسبت به ظرفیت های
موجود داخل کشور
است که در صدد
هستیم تا بستر را
برای معرفی هر چه
بیشتر و بهتر صنعت
نساجی فراهم کنیم

و باعث می شود که افراد در فرآیند نقل و انتقالات پولی مشکل کمتری داشته باشند.

یکی از مشکلات همیشگی صنایع نساجی، تامین مواد اولیه و مدیریت زنجیره تامین است. چه راهکارهایی برای این موضوع پیشنهاد می دهید؟

یکی از اقدامات ما برای صنایع مختلف خصوصاً در بحث تامین مواد اولیه صنایع نساجی، در رابطه با کشورهایی که ایران با آنها ارتباطی نداشته مانند کشورهای قاره آفریقا، تسهیل مرادوات بازرگانی است. به عنوان مثال، کشورهای آفریقایی در بحث تامین پنبه مورد نیاز نقش به سزایی در دنیا دارند که در این راستا در صدد معرفی آنها به صنعت نساجی هستیم تا مواد اولیه با کیفیت تر و ارزان تر جهت تولید رقابتی عرضه شود.

تا چه اندازه به حمایت از شرکت های دانش بنیان اهمیت می دهید؟

یکی از مسایلی که اتحادیه به خوبی آن را پوشش داده، بحث حمایت از شرکت های دانش بنیان خصوصاً در ارتباط با صنایع نساجی است که تلاش بر این است تا ضمن فراهم کردن تسهیلاتی برای آنها و انجام مذاکرات و همچنین معرفی شرکت های دانش بنیان به صنایع مختلف خصوصاً صنعت نساجی، در ارتقاء این صنعت کمک بخش باشیم.

و سخن آخر...

با توجه به اهداف و رسالت اتحادیه بین المللی تجار امین، از همه دست اندر کاران و صاحبان صنایع درخواست داریم تا جهت حضور پررنگ تر در عرصه بین المللی، توانمندی ها و ظرفیت های خودشان را به اتحادیه معرفی کنند تا نیازهای آنها را در این امر میسر نماییم.

این اتحادیه چگونه از تولید کنندگان و تجار فعال حمایت می کند و چه تسهیلاتی برای آنها فراهم کرده است؟

این اتحادیه به عنوان اتحادیه بین المللی تجار امین نام گذاری شده و همان طور که از عنوان آن پیداست، در صدد است تا با اقدامات اثربخش، کمک کننده بازرگانان باشد. یکی از دلایل ضعیف بودن ما در بازارهای صادراتی این است که برندها حضور پررنگی در این بازارها نداشته اند، در حالی که بنکدارها یا بروکرها در میدان صادراتی بودند، بر این اساس در صدد هستیم تا مجموعه های متعهد و امین را شناسایی کرده و ضمن معرفی ظرفیت های آنان، به بررسی آنها بپردازیم تا آنها را به تجار کشورهای تراز اول معرفی کنیم که این موضوع از نظر بنده، هم سرعت خوبی به صادرات می دهد و هم اینکه مجموعه ها از طریق این اتحادیه با تراز اول و امینی که از آن طرف، یعنی کشورهای هدف شناسایی شده اند، بسیاری از چالش ها و مشکلات را حل کنند.

به نظر شما، چه اصلاحاتی در سیاست های تجاری و اقتصادی می تواند به رشد صنعت نساجی کمک کند و اتحادیه چه نقشی در این زمینه ایفا می کند؟

مسایل مالی کشورمان بر مبنای اعتماد محوری پیش می رود، چرا که مسایل بانکی به سختی حل خواهد شد و باید تلاش کنیم تا این موضوع را به عنوان یک فرآیند حمایت کننده و تسهیل کننده پوشش دهیم. یکی دیگر از چالش های صنعت نساجی، بحث انتقال پول است که با توجه به ارتباطی که با همه صنایع داریم، توانسته ایم روشی را به عنوان روش تهاثری انتخاب کنیم تا دوستانی که قصد صادرات دارند، در مقابل واردات یا صادرات دیگران این کار را انجام دهند که این خود کمک به سزایی کرده

مدیرعامل شرکت قالی سلیمان تاکید کرد

بی‌ثباتی اقتصادی و سیاسی

چالش بزرگ تولیدکنندگان فرش ماشینی

عرفان فغانی

به گفته سعید منزوی‌زاده، مدیرعامل شرکت قالی سلیمان، بی‌ثباتی اقتصادی و سیاسی از چالش‌های عمده این صنعت به شمار می‌آید و همچنین تورم، نرخ ارز، نرخ بهره بانکی و تمام معیارهایی که برای یک تولیدکننده موثر هستند، به چالش‌های اصلی تبدیل شده‌اند. از طرفی، کمبود نیروی انسانی ماهر، جلوگیری از ورود ماشین‌آلات و تکنولوژی روز، بخشنامه‌ها و مصوبه‌های گوناگون و همچنین بروکراسی پیچیده و گسترده در وزارتخانه‌هایی مانند صمت، اقتصاد و کار نیز از دیگر چالش‌های اساسی این صنعت به شمار می‌روند. هر چند تاکید این فعال صنعت فرش آن است که با وجود تمام مشکلات، نوآوری در دستور کار قالی سلیمان قرار دارد. ماحصل گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با این مدیر توانمند از نظر تان می‌گذرد.

توجه به اینکه بدون تنوع محصول نمی‌توان بازار جدیدی را چه در داخل و چه در خارج کشف کرد، به سمت توسعه محصولات حرکت کنیم. با نوآوری و خلاقیت توانسته‌ایم که در بازارها بهینه‌تر و پیشرو عمل کنیم و خوشبختانه در سال‌های مختلف نتایج مطلوبی از این رویکرد کسب کرده‌ایم. البته کارهای خلاقانه و نوآوری، ریسک‌ها و هزینه‌های خود را دارند، اما در نهایت این کارها همیشه به بهتر شدن وضعیت شرکت قالی سلیمان کمک کرده‌اند.

آیا برنامه‌ای برای افزایش تولید یا توسعه صنایع وابسته دارید یا تمرکز شما بیشتر تولید قالی است؟

در حال حاضر برنامه خاصی برای افزایش تولید یا توسعه صنایع وابسته مانند فرش و نخ نداریم. شاید هم مجبور شویم که به اجبار در صنایعی دیگر مانند نیروگاه سرمایه‌گذاری کنیم و این برنامه‌ها را گسترش دهیم. از طرفی، با توجه به اینکه بخش عمده‌ای از مواد اولیه ما باید از خارج کشور وارد شود و طی سال‌های گذشته به دلیل تحریم‌ها، کمبود ارز و نوسانات نرخ ارز همواره با مشکلاتی مواجه بوده‌ایم، سعی کرده‌ایم تا با ذخیره‌سازی مواد اولیه به مدت ۵ تا ۶ ماه، این کمبودها را جبران و از بروز مشکلات جدی جلوگیری کنیم.

یکی از چالش‌های بزرگ صنایع ایرانی، مشکلات مربوط به تامین مواد اولیه است. شرکت قالی سلیمان چگونه این موضوع را مدیریت می‌کند؟

یکی از موارد اتخاذ شده برای کنترل نوسانات قیمت مواد اولیه، این است که با ارائه محصولات به‌روز و کارهای باکیفیت، قیمت فرش‌های خود را بالا نگه داریم. عرضه و فروش محصولات به گونه‌ای برنامه‌ریزی می‌شود که از ضرر شرکت جلوگیری کند. همچنین با طراحی‌های



شرکت قالی سلیمان با چه چالش‌هایی در صنعت فرش مواجه است؟

چالش اصلی ما به عنوان تولیدکننده، بی‌ثباتی اقتصادی و سیاسی حاکم است. این شرایط باعث شده تا برنامه‌ریزی درستی برای صنعت و کارمان نداشته باشیم. تورم، نرخ ارز، نرخ بهره بانکی و تمام معیارهایی که برای یک تولیدکننده موثر هستند نیز به چالش‌های اصلی ما تبدیل شده‌اند. در کنار این مسائل، کمبود نیروی انسانی ماهر، جلوگیری از ورود ماشین‌آلات و تکنولوژی روز، بخشنامه‌ها و مصوبه‌های گوناگون و همچنین بروکراسی پیچیده و گسترده در وزارتخانه‌هایی مانند صمت، اقتصاد و کار نیز از دیگر چالش‌های اساسی این صنعت به شمار می‌روند.

چه برنامه‌هایی برای گسترش و توسعه محصولاتی جدید دارید؟

همواره تلاش ما بر این بوده تا با وجود مشکلات حاکم بر جامعه و با



در شرایط رقابتی فعلی بازار داخلی و جهانی، چه تمهیداتی برای افزایش بهره‌وری و کیفیت محصولات خود اندیشیده‌اید؟

یکی از برنامه‌هایی که برای آینده و گسترش و توسعه محصولاتمان در نظر گرفته‌ایم، همان بحث نوآوری است که قبلاً نیز به آن اشاره شد. ما با به کارگیری ایده‌های نو و ارائه کارهای جدید، کیفیت‌های مختلف فرش و استفاده از نخ‌های متنوع در تولیدات خود را توسعه داده‌ایم. این رویکرد همچنان ادامه دارد و در نمایشگاه آینده نیز در نظر داریم تا محصول جدیدی را رونمایی کنیم که نتیجه همین نوآوری‌ها است.

و سخن آخر...

در اینجا لازم می‌دانم که از پیشکسوتان عزیز همچون آقای دکتر کاردان، حاج آقا رضا منزوی زاده، آقای کاردانیپور، مرحوم حاجی اسدی و تمامی کسانی که بنیان‌گذاران این شرکت بوده و کمک کرده‌اند تا سالیان سال هزاران نفر در این مجموعه مشغول به کار باشند، تشکر و بیژهای داشته باشیم. تلاش عمده ما این است که با همت همه عزیزان پرسنل، مدیران، هیات‌مدیره و برادران عزیز خود، بتوانیم پرچم ایران عزیز و پرچم قالی سلیمان را بالا نگه داریم و روز به روز در مسیر گسترش بازارهای صادراتی خود گام‌های موثرتری برداریم. ■

یکی از مشکلات اصلی در بحث صادرات، نحوه انتقال پول یا کار کردن با کشورهایی است که به دلیل شرایط موجود، مجبور به تبعیت از تحریم‌ها هستند که این مساله هزینه‌های زیادی از جمله کارمزدهای بالا را به ما تحمیل می‌کند

جدید، رنگ‌بندی‌های متنوع و نقش‌های خلاقانه، توانسته‌ایم که قیمت محصولات خود را حفظ کنیم و در تولید و فروش دچار مشکل نشویم.

در عرصه صادرات، چه بازارهایی را هدف قرار داده و چه برنامه‌هایی برای گسترش آن دارید؟

در زمینه صادرات همواره برنامه‌ریزی کرده‌ایم تا بازارهای هدف خود را افزایش دهیم. برای این منظور ملزم به شناخت دقیق بازارها و انجام بازاریابی مناسب هستیم. بر اساس نیاز هر بازار، محصولات خاصی تولید و این موضوع را در سال‌های اخیر به خوبی درک و اجرا کرده‌ایم و همیشه با ارائه کارهای جدید، به بازارهای جدید محصولات ارائه داده‌ایم. یکی از مشکلات اصلی در بحث صادرات، نحوه انتقال پول یا کار کردن با کشورهایی است که به دلیل شرایط موجود، مجبور به تبعیت از تحریم‌ها هستند که این مساله هزینه‌های زیادی از جمله کارمزدهای بالا را به ما تحمیل می‌کند. تمام تلاش ما در این سال‌ها این بوده که با وجود تمامی کمبودها و چالش‌ها، راه‌حلی برای مقابله پیدا و مشکلات را برطرف کنیم و مهمترین اقدامات می‌توان به ایجاد دفاتر و رایزنانی اشاره کرد که در بحث صرافیها کمک کرده‌اند تا تحریم‌ها را دور بزنیم و موضوعات مربوط به نقل و انتقال مالی را پیش ببریم.

صنعت فرش با توجه به تغییرات فرهنگی و اجتماعی، با چه تهدیداتی روبه‌رو است و برای مقابله با آن چه استراتژی‌هایی در نظر دارید؟

در زمینه تغییرات فرهنگی و اجتماعی، شرایطی وجود دارد که بر تمامی کشورها و صنایع اثر می‌گذارد و ما هم باید خود را با آن وفق دهیم و به‌روز کنیم تا مشکلات مرتبط را برطرف سازیم. به عنوان مثال، میزان فرش که در خانه‌ها و مکان‌های مختلف پهن می‌شود، نسبت به گذشته بسیار کمتر شده که تهدیدی برای ما محسوب می‌شود و باید با ابتکارات جدید و سفارشات خاص، قیمت فرش‌ها را بالاتر ببریم تا کاهش متراژ مصرفی را جبران کنیم. این موضوع نیازمند ارائه کارهای خاص و خلاقانه است تا تأثیرات کاهش تقاضا را کاهش دهد.



رئیس هیات مدیره قالی سلیمان

ناترازی عرضه و تقاضا در صنعت فرش مشهود است

سارا نظری

قالی سلیمان از سال ۱۳۶۱ فعالیت خود را با عنوان شرکت نخ رسول اصفهان آغاز کرد و غلامرضا منزوی زاده نیز به عنوان یکی از اعضای هیات مدیره این شرکت از همان سال شروع به کار کرد. وی رشد خود در این مسیر را مدیون برادر همسر خود، دکتر کاردان می داند و با اشاره به کار خود در صنف قماش در بازار سرای تهران می گوید که فعالیت خود با راهنمایی و هدایت دکتر کاردان را از سال ۱۳۶۱ آغاز و در این مسیر رشد کرد. منزوی زاده، پس از شراکت با دکتر کاردان، بنای شرکت نخ رسول اصفهان را به یاد برادر همسر فقید خود بنا می نهد و بدین ترتیب، این مجموعه کار خود را آغاز می کند. آنچه در ادامه می خوانید، ماحصل گفت و گوی ما با غلامرضا منزوی زاده، رئیس هیات مدیره قالی سلیمان است.

قالی سلیمان تا چه اندازه در زمینه صادرات موفق بوده و در مقایسه با رقبای خود در چه جایگاه صادراتی قرار دارد؟

قالی سلیمان تاکنون در زمینه صادرات عملکرد موفق داشته است. در سال های گذشته تلاش کرده ایم تا با هدف قرار دادن بازارهای متنوع تر، صادرات خود را گسترش دهیم. قالی سلیمان در مقایسه با رقبای، جایگاه مطلوبی در بازارهای صادراتی دارد و با تمرکز بر نقش ها، کیفیت و برندینگ قوی، برنامه توسعه محور خود را در صادرات ادامه می دهد. ناگفته نماند، متأسفانه صادرات در ایران وضعیت مطلوبی ندارد، چون ترک ها در این زمینه خیلی با هم متحد هستند که این موضوع باعث شده، قدرت دوماتکس آلمان را گرفته و آن را به استانبول منتقل کنند که این نشان دهنده هماهنگی آن ها است. ما تولید کنندگان فرش در ایران نتوانسته ایم، چنین هماهنگی و تجمعی داشته باشیم تا در صادرات موفق عمل کنیم. نقشه ها و طراحی های ما و همچنین مصرف کنندگان جهانی که به خاطر اسم و رسم فرش ایرانی که از گذشته در فرش دستی مشهور بوده، به خرید فرش ایرانی تمایل دارند، همچنان یک مزیت بزرگ برای ما محسوب می شود. ترک ها با وجود همه تلاش های شان، نمی توانند در زمینه فرش های کلاسیک و مدرن به اندازه فرش ایرانی رقابت کنند؛ هرچند که مدل ها و کارهای لوکس خودشان را نیز بسیار قوی ارائه می دهند. شاید آن ذکر است، قالی سلیمان در حدود ۶ کشور اروپایی نمایندگی دارد و صادرات خود را به این بازارها انجام می دهد. سفرهای ما برای گسترش بازارهای جدید نیز همیشه ادامه دارد. دفتر ما حدود ۳۷ سال است که در دبی فعال است و یکی از پسران بنده، به عنوان مدیر صادرات در این سال ها شبانه روز با مشتریان در سراسر دنیا در تماس است. مشتریانی که از ما جنس خریداری می کنند، اجناس را به کشورهای مختلف از جمله عراق و افغانستان می فرستند، اما قالی سلیمان مستقیماً مشتری عراقی یا افغانی ندارد و صادرات ما به بازارهای جهانی است. به لطف همین رویکرد، قالی سلیمان چندین سال است که به عنوان صادر کننده نمونه کشور انتخاب شده و امسال نیز این جایزه را دریافت کرده است. در روز مراسم گفتم که ما اینجا فقط حرف می زنیم و می رویم، اما هیچ اقدام عملی برای حمایت از ما انجام نشده است. حتی وعده داده بودند که برای شرکت در نمایشگاه های خارجی، ارز



فعالیت در فضای بازار، چه تاثیری در رشد شما در فضای تولید، ریسندگی نخ و تولید فرش و همچنین تاسیس قالی سلیمان داشت؟

فعالیت در بازار و آشنایی با تجارت و معامله، کمک بسیاری در تولید به بنده کرد. نتیجه آن هم این است که محصولات شرکت نخ رسول اصفهان هنوز بعد از ۴۵ سال از همه نخ ها گران تر است و همان طور که از ابتدای کار، تبدیل به برند شده، هنوز هم با بهترین کیفیت به کار خود ادامه می دهد. در واقع اگر آن علم اولیه بازار و تجارت نبود، شاید نمی توانستیم این راه طولانی را خیلی سریع طی کنیم. بعد از ۱۰ سال فعالیت در ریسندگی رسول، تصمیم گرفتیم که به سمت یک برند و نام خاص برویم و چون نخ تولید می کردیم، منطقی بود که به بافندگی نیز وارد شویم. این بافندگی با تفکر بنده و دکتر کاردان شکل گرفت و برند قالی سلیمان از همان جا متولد شد. انتخاب نام قالی سلیمان بسیار خاص بود. برندهایی هم که از این نام سوءاستفاده کرده اند، هیچ گاه موفق نبوده اند و جایگاه برند قالی سلیمان همچنان محکم و استوار باقی مانده است.



نیمایی به ما بدهند، اما آن را هم محقق نکردند. در واقع هیچ کمکی برای تقویت صادرات ما انجام نشده است. اگر فرش ایرانی با برند و کیفیت خود به جایگاه واقعی اش برسد، می تواند تاثیر بسیار بزرگی در بازارهای جهانی داشته باشد، اما دست یابی به این موضوع، نیازمند حمایت و برنامه ریزی جدی از سوی دولت است.

چه عواملی باعث رشد و پویایی این مجموعه شده و چه برنامه های توسعه ای در نظر دارید؟

اگر امروز جلوی شما نشستیم، از لطف خداوند و دعای پدر و مادر است. همچنین این از مدیریت و فکر دکتر کاردان است که ما تا امروز این برند را حفظ کرده ایم. به نظر بنده، یکی از عوامل اصلی که برای آن تلاش شد، از فکر و مدیریت دکتر کاردان بود که این برند و قالی سلیمان رشد کرد و شرکت رسول به اینجا رسید. برای حضور شرکت رسول (قالی سلیمان) در بورس، موافقت پذیرش انجام شده و اگر وارد بورس شویم، شاید در رشته های دیگر هم فعالیت کنیم و پروژه های دیگری داشته باشیم، پس از ورود به بورس، در جهت توسعه وارد پروژه های دیگری غیر از نساجی نیز خواهیم شد.

نقش نیروی انسانی در مجموعه قالی سلیمان چقدر پررنگ است و شما به عنوان رهبر مجموعه تا چه اندازه به رشد و بالندگی آن ها اهمیت می دهید؟

چیزی که در شرکت رسول (قالی سلیمان) از روز اول توسط دکتر کاردان به عنوان خشت اول گذاشته شده، این است که با کارگر روراست و صمیمی باشیم. کاری که دکتر کاردان در باغ های خود انجام داده، این بود که بعد از ۳۰ سال کار، یک کارگر اعضای خانواده خود را هم برای کار به آنجا آورده است. این یک تزیین بسیار ارزشمند است که دکتر کاردان به بنده یاد داد و به پسران خود آموختم. هیچ کس حق ندارد به آن ها حرفی بزند، حتی اگر اشتباه بگویند.

شرایط عرضه و تقاضا در بازار کنونی چگونه است؟

نکته ای که امروزه خصوصا در بازاریابی نوین مطرح می شود این است که از انتهای چرخه شروع کن، بر ندر! ایجاد کن و سپس به فضایی وارد شو که بتوانی همان برند را تولید و عرضه کنی. در آن زمان که تولید را با نام و برند قالی سلیمان شروع کردیم، وضعیت فرش ماشینی با وضعیت فعلی بسیار متفاوت بود. اگر بخواهم یک تراز ذهنی داشته باشم و آن زمان را با اکنون مقایسه کنم، باید بگویم که عرضه و تقاضا در آن زمان متعادل تر بود، اما هم اکنون شرایط پیچیده تر شده و این توازن به هم ریخته است. تقاضای موجود در کشور، به هیچ عنوان با عرضه تراز نیست. ما بیش از ظرفیت نیاز کشور تولید داریم و این محصولات به انبارها، منتقل و انباشته می شود. وقتی صحبت از خریدهای ۳۶ ماهه می شود، این خود نشان دهنده یک سیاست گذاری نادرست است. این وضعیت نه تنها به مصرف کننده ضربه می زند، بلکه صنعت را نیز نابود می کند. برای بنده بسیار ناراحت کننده است که پس از بیش از هفتاد سال عمر و تلاش در این صنعت، باید شاهد چنین شرایطی باشم. کسانی که امروز مسئولیت این صنعت را بر عهده دارند، به جای حفظ و توسعه آن، با تصمیمات نادرست و مدیریت ضعیف، آن را به سمت نابودی سوق می دهند.

در حال حاضر صنعت فرش ماشینی با چه چالش ها و مشکلاتی مواجه است؟

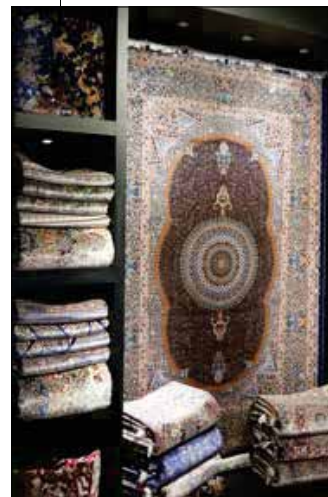
فرش ماشینی، نه تنها به عنوان یک محصول، بلکه به عنوان بخشی از

صنعت دچار مشکلاتی شده که یکی از مهمترین آن ها هجوم بی رویه به یک پروسه تولیدی به دلیل سوددهی و تناسب عرضه و تقاضا است. این اتفاق برای فرش ماشینی نیز در مقطعی رخ داد و به ویژه در کاشان بسیاری از واحدها به سمت تولید فرش ماشینی روی آوردند که این مساله باعث شد، تولید کنندگان بسیار زیادی وارد این عرصه شوند و رقابت را به شدت دشوار کنند. در حال حاضر با توجه به اینکه برند قالی سلیمان در کاشان مستقر نیست و تنها در استان اصفهان فعالیت دارد، جایگاه رقابتی ما مشخص است، اما این رقابت در سال های اخیر چالش های زیادی را به همراه داشته و همیشه نگرانی هایی درباره حفظ رتبه و جایگاه رقابتی در عرصه فرش ماشینی وجود داشته است. به اعتقاد بنده، اگر در وزارت صنعت، معدن و تجارت، مدیریت صحیحی وجود داشت و نیازهای کشور در زمینه موکت، فرش و پارچه به طور دقیق سنجیده می شد، این بی نظمی ها و مشکلات کنونی پیش نمی آمد. عدم مدیریت و نظارت مناسب در این وزارتخانه و در استان باعث شده که چنین وضعیتی ایجاد شود که دلیل آن هم، سپردن مدیریت این صنعت به دست افراد ناشایست است. به عنوان مثال، زمانی بنده فرش پلی استر را به قیمت ۷۰ دلار می فروختم، اما امروز رقبا می من فرش اکریلیک را با قیمت ۱۵ تا ۱۶ دلار عرضه می کنند و مجبورم که با وجود داشتن برند، همان محصول را با قیمت ۲۲ دلار ارائه دهم. این عدم هماهنگی و مشکلات، از ساختار وزارت صمت و تشکیلاتی ناشی می شود. در این صنعت کارخانه های بزرگی وجود داشته اند که برخی از آن ها مانند ستاره کویر، فرش مشهد، زمر و ساوین هنوز هم فعالیت می کنند و زمانی از بزرگ ترین و موفق ترین واحدهای تولیدی بودند، اما امروز باید دید ما و آن ها کجا ایستاده ایم و چقدر شرایط تغییر کرده است.

با وجود چنین شرایطی، آیا سرمایه گذاری در صنعت نساجی را توصیه می کنید؟

اگر کسی امروز از بنده مشورت بخواهد که آیا وارد صنعت نساجی و به خصوص فرش ماشینی شود، قطعا توصیه می کنم که این کار را نکند. حتی خودم که تا این حد در این حوزه توسعه داده ام، دیگر بعید می دانم که در نساجی فعالیت بیشتری انجام دهم. با این حال به دلیل تعهد به برند و نام قالی سلیمان باید به این مسیر ادامه دهم. رقابت داخلی و خارجی به شدت دشوار شده و در بازارهای خارجی، مشتریان و تاجران





بیشتر از ما تولید کنندگان سود می‌برند، در حالی که ما با داشتن هزاران کارگر، با مشکلات بزرگی دست و پنجه نرم می‌کنیم. این وضعیت نتیجه ناهماهنگی و ضعف در مدیریت و نظارت است و تولید کنندگان اصلی بیشترین آسیب را از آن می‌بینند.

در خصوص فروشگاه‌هایی مانند شهر فرش، هایپر فرش و... چه نظری دارید؟

اگر این فروشگاه‌ها با تولید کنندگانی مانند قالی سلیمان قراردادهای بلندمدت و منسجم امضا کنند و مثلاً به صورت سالانه تعهد خرید مقدار مشخصی از فرش را بدهند، می‌توانند مفید باشند؛ اما اگر تولید کننده مجبور شود تا تمام شبکه نمایندگی و تجار خود را کنار بگذارد و صرفاً به این هایپر ها وابسته شود، خطرات زیادی به همراه خواهد داشت. در چنین شرایطی، اگر هایپر ها تصمیم بگیرند که دیگر خرید نکنند، تولید کننده با بحران جدی مواجه خواهد شد. بنده به طور کلی با اصل ایجاد چنین فروشگاه‌هایی موافق هستم، اما تنها در صورتی که فرایند کاری آن‌ها به درستی مدیریت و برنامه‌ریزی شود. توصیه بنده به کسانی که در این صنعت فعالیت دارند این است که خودشان را بیش از حد به این نوع فروشگاه‌ها وابسته نکنند و از تنوع در کانال‌های توزیع و فروش خود غافل نشوند. خواه و ناخواه، این هایپر های بزرگ تأثیر زیادی بر خانواده‌های آبرومند و مغازه‌دارانی گذاشته‌اند که از اقبال مختلف در این بازار فعالیت می‌کردند. ما به آن‌ها پیشنهاد داده‌ایم که خودشان نیز با هم متحد شوند، سرمایه‌هایشان را جمع کنند و هایپر های بزرگ را راندازی کنند. شاید برخی از آن‌ها به دنبال این کار رفته باشند و این ایده‌ای است که باید عملی شود. این مغازه‌داران با چنین سرمایه‌گذاری‌هایی می‌توانند منافع خودشان را تأمین کنند، اما اگر صنعت و تولید به این هایپر ها وابسته شود، برای تولید و کارخانه‌داری بسیار زیان‌بار خواهد بود. تولید کنندگان و کارخانه‌داران باید همیشه آینده‌نگر باشند، برنامه‌ریزی کنند و وابستگی‌شان به یک کانال فروش یا یک مجموعه خاص را به حداقل برسانند.

برخی از تولید کنندگان فرش به کمبود نخ مخصوص این کار اشاره می‌کنند. این مساله چقدر صحت دارد؟

این حرف کاملاً اشتباه است. ظرفیت موجود در کشور برای ریسندگی و بافندگی کاملاً کافی است و هیچ کمبودی در این زمینه وجود ندارد. بنده به عنوان کسی که هم در حوزه بافندگی و هم ریسندگی فعالیت دارم، کاملاً مسلط به موضوع از دو طیف دیدگاه هستم. اینکه برخی می‌گویند، خط تولید می‌خواهند بیاورند یا نخ نمی‌رسد و از دیگران درخواست می‌کنند، به سوء مدیریت یا تصور اشتباه خود آن‌ها بازمی‌گردد. بعضی از این ریسندگان شاید تصور کنند که دست‌شان در بازار باز است و قدرت بیشتری دارند، اما این موضوع صحت ندارد. این مساله بارها در وزارتخانه و مجامع مربوطه مطرح شده و ریسندگان گزارش کار خودشان را ارائه داده‌اند. نتیجه بررسی‌ها هم نشان داده که نیازی به واردات نخ وجود ندارد و ظرفیت داخلی به طور کامل پاسخگوی نیازها است.

آیا دولت در زمینه صادرات حمایت کافی از تولید کنندگان دارد؟

متأسفانه هیچ حمایت دولتی از صادرات وجود ندارد. در ترکیه دولت به مشتری‌ها بلیت و هتل می‌دهد، اما در ایران نه تنها حمایتی وجود ندارد، بلکه حتی زمانی که ما برای صادرات تلاش می‌کنیم، کسی از ماقدرانی هم نمی‌کند. سفیران ایران در کشورهای مختلف هیچ کمکی به ما

نمی‌کنند و حتی یک تشویق ساده هم وجود ندارد. به عنوان مثال، ترکیه با خدمات دولتی و تشویق‌های صادراتی، در این زمینه بسیار موفق بوده است، به طوری که درآمد صادرات آن‌ها از بسیاری دیگر از منابع اقتصادی‌شان، حتی گردشگری، بیشتر است؛ اما در ایران مدیران و مسئولان هیچ تفکری برای تقویت صادرات ندارند. از نظر بنده، صادرات به کشورهای همسایه مثل عراق و افغانستان، واقعی نیست؛ صادرات واقعی برای برندهای معتبر و با کیفیتی است که اجناسشان به تمام دنیا می‌رود.

به عنوان یک تولید کننده و کارآفرین، نقش تشکلهای مرتبط با حوزه فعالیت خود را تا چه اندازه پررنگ می‌بینید؟

بنده به واسطه مدیریت آقای مهندس بصیری با انجمن نساجی آشنا شدم که مدیری قوی و با قدرت مثل ایشان در نساجی ندیدم. انجمن نساجی برای ما یک افتخار است و ما عضو آن هستیم. چندین سال است که مجمع کارآفرینان را راه‌اندازی کرده‌ایم که در کشور بسیار موفق بوده و اعضای هیات مدیره بسیار قوی دارد که متشکل از بزرگان صنعت کشور است. تصمیمات کلی کشور، حتی آقایانی که کاندیدای ریاست جمهوری شده بودند، قبل از اینکه رئیس جمهور شوند، همگی در مجمع کارآفرینان مصاحبه کردند و حرف زدند. آقای دکتر پزشکیان تلاش کرده، همان قول خود در مجمع کارآفرینان، مبنی بر اینکه برای تعیین وزیر را با شما مشورت می‌کنم را عملی کند. یک کار گروه تشکیل دادند که یک نفر از مجمع آن ۱۶ نفر در کار گروه حضور داشت. تا اینجا که پیش رفته‌ایم، کارهای بزرگ و برنامه‌ریزی‌های سنگینی قرار است که توسط این کارآفرینان بزرگ در سراسر ایران انجام شود. اکنون شعبه اول این مجمع در مشهد راه‌اندازی شده، شعبه دوم در اصفهان افتتاح شده و پیشنهادهایی هم برای توسعه این مجمع در دیگر شهرها داده‌اند. هدف این است که از همه رشته‌ها و فعالیت‌های اقتصادی، افراد مختلف را جمع کنیم و به شکل تخصصی عمل کنیم؛ یعنی اگر یک تولید کننده مشکل صادرات، واردات یا هر مشکل دیگری داشته باشد، وزیر مربوطه، سازمان مربوطه، رئیس جمهور، دولت و نمایندگان مجلس شورای اسلامی در این مجمع حضور پیدا می‌کنند. در واقع این مجمع از همه سرگروه‌ها و انجمن‌ها بالاتر و قوی‌تر است.

و سخن آخر...

اگر قرار باشد که هر صنعتی از وضعیت کنونی خارج شود، باید ابتدا مشکل تحریم‌ها حل شود. اگر نتوانیم با دنیا ارتباط برقرار کنیم، هر روزمان از روز قبل بدتر خواهد بود. ما پیشنهاد دادیم که دلار تک‌نرخ شود، ولی برای اجرای چنین کاری باید زیربنای آن درست شود و نمی‌توانیم بدون مدیریت و فکر کردن به این موضوع، صرفاً پیشنهادی را مطرح کنیم. در درجه اول باید به این فکر کنیم که چگونه می‌توانیم صنعت و تولید این مملکت را نجات دهیم. باید از کارآفرینان پرسید که چه خواسته‌هایی دارند و تلاش کرد تا دارایی به گونه‌ای عمل نکند که باعث اذیت آن‌ها شود. خروج از بحران صنعت کاملاً در اختیار دولت و کشور است. ■



دنیای انرژی



گفت و گوی اختصاصی با حمیدرضا پیشه‌ور

در این بخش می‌خوانیم:

- هزینه تولید پنل‌های خورشیدی ۳۰ درصد کاهش یافته است
- لزوم سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر و حذف انرژی‌های فسیلی در صنعت
- توافق‌نامه شرکت ملی گاز و وزارت ارتباطات برای هوشمندسازی مصرف انرژی

رئیس هیأت رییسه کمیته سازندگان انجمن سازندگان و تامین کنندگان کالا و خدمات انرژی های تجدیدپذیر

هزینه تولید پنل های خورشیدی ۳۰ درصد کاهش یافته است

عارف فغانی

مزایای انرژی تجدیدپذیر فقط به مزیت های زیست محیطی خلاصه نشده و شامل منافع اقتصادی نیز می شود. استفاده از منابع انرژی تجدیدپذیر باعث می شود تا علاوه بر کسب درآمد از آن ها، هزینه کلی تولید برق برای مشاغل و جوامع نیز کاهش یابد و باعث بهبود شرایط اقتصادی شود. رشد بخش انرژی های تجدیدپذیر به رشد کلی اقتصادی کمک می کند. انرژی های تجدیدپذیر می توانند انعطاف پذیری مشاغل و جوامع را با کاهش آسیب پذیری آن ها در برابر اختلالات وضعیت عرضه انرژی و نوسانات قیمت مرتبط با سوخت های فسیلی افزایش دهند. این کاهش خطر می تواند در برابر ضرر های اقتصادی در طول بحران ها با بلایای انرژی مانند زمان اوج مصرف محافظت کند. در رابطه با انرژی های تجدیدپذیر گفت و گویی با حمیدرضا پیشه‌ور، رئیس هیأت رییسه کمیته سازندگان انجمن سازندگان و تامین کنندگان کالا و خدمات انرژی های تجدیدپذیر انجام داده ایم که ماحصل آن را در ادامه می خوانید.

معاهده، باید به میزان سهم خود در آلودگی در جهت کاهش دمای کره زمین تلاش های ملی و بین المللی داشته باشند، چرا که اگر به این منوال پیش برود، تولید دی اکسید کربن، افزایش جمعیت، استفاده از آلاینده ها و استفاده بی رویه و کنترل نشده از سوخت های فسیلی، اتفاقات ناگواری را رقم خواهد زد که نشانه های آن ذوب شدن یخ های قطبی، باران های سیل آسا، خشک سالی ها، طوفان های سهمگین و تأثیرات کشاورزی، غذایی و توسعه ای برای جوامع خواهد بود. با توجه به این موضوع، فعالان زیست محیطی، صنعتی و بخش های دولتی دست به دست هم دادند تا در جهت کاهش کربن و گاز های گلخانه ای اقدام کنند که سهم ایران از این برنامه ۲ درصد است. وضعیت بازار فتوولتائیک جهانی به گونه ای است که با رشد سریعی روبه روست و نرخ رشد سالانه مرکب (CAGR) تجمعی سامانه های نصب شده بین سال های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۳ حدود ۲۶ درصد بوده است. در سال ۲۰۲۳، تولید کنندگان آسیایی ۹۴ درصد از کل تولید پنل های خورشیدی را تشکیل می دهند، در حالی که چین به تنهایی با سهمی حدود ۸۶ درصد پیش از این بازار است. اروپا و آمریکای شمالی هر کدام ۲ درصد سهم داشتند. با توجه به تغییر اندازه سلول های خورشیدی و با حفظ تعداد سلول ها و افزایش ابعاد پنل های خورشیدی این امکان فراهم شده که به توانی بیش از ۷۰۰ وات در هر پنل برسیم. فناوری قبلی این صنعت در حال حذف تدریجی است و حرکت ایران در جهت توسعه صنعت تجدیدپذیر و تغییر بازار از مدل یارانه محور به مدل قیمت گذاری رقابتی (Power Purchase PPA) و مدل های بورسی و بازار برق، جذابیت های سرمایه گذاری در این صنعت را افزایش داده است.

در راستای همسویی با این طرح جهانی چه ظرفیت هایی در کشورمان وجود دارد و چه اقداماتی صورت گرفته است؟
ایران با قرار گرفتن در یک کمربند تابشی حداکثری و همچنین مرکز مدار ۳۰ درجه، بیش از ۳۰۰ روز آفتابی دارد، در عین حال کشور آلمان به



حرکت شتابان دنیا به سمت انرژی های تجدیدپذیر از چه چیزی نشأت می گیرد؟

این ماجرا به کنفرانس بررسی تغییرات اقلیمی سال ۲۰۱۵ پاریس بازمی گردد که با نام معاهده یا پیمان پاریس نیز شناخته می شود و ذیل چارچوب پیمان نامه سازمان ملل در تغییر اقلیم (UNFCCC) در رابطه با کاستن از انتشار گاز های گلخانه ای، سازگاری و امور مالی است. متن توافق از سوی نمایندگان ۱۹۵ کشور در کنفرانس تغییر اقلیم ۲۰۱۵ سازمان ملل متحد در پاریس مذاکره و با اجماع در ۱۲ دسامبر ۲۰۱۵ تصویب شد. هدف این معاهده، داشتن واکنشی قوی تر نسبت به خطر تغییرات اقلیمی است که با نگر داشتن افزایش میانگین دمای جهانی پایین تر از ۲ درجه سانتی گراد با محدود سازی فعالیت های آلاینده و استفاده از انرژی های پاک است. همچنین با افزایش قابلیت انطباق صنایع با اثرات تغییر اقلیمی و حمایت از تاب آوری اقلیمی به سوی کاهش انتشار گاز های گلخانه ای برویم. در انجامش خصام مطرح شد که کشور های امضا کنندگان

دلیل قرار گرفتن خارج از کمربند تابشی و قرارگیری در مدار ۵۰ درجه تنها ۱۶۷ روز آفتابی دارد، اما از این انرژی نهایت بهره را می برد؛ به طوری که تا پایان سال ۲۰۲۳ ظرفیت نصب شده آلمان به بیش از ۱۴ گیگاوات رسیده است، ولی ایران تنها توانسته ۵۲۹ مگاوات پنل خورشیدی نصب شده و متصل به شبکه داشته باشد. با توجه به برنامه های مصوب و خوبی که در کشور برای انجام این امر تدوین شده، تلاش ها برای حرکت صنایع به این سمت ادامه دارد، اما کماکان با وجود یارانه های انرژی تمایل به حرکت در توسعه انرژی های تجدیدپذیر بسیار است. در حال حاضر ۱۰۳ میلیارد دلار سوبسید دولتی به مردم پرداخت می شود که از این مقدار ۷۳ میلیارد دلار در بخش غیر مولد مانند بنزین و گاز مصرف می شود و عدم صرفه جویی و نبود بهره وری مناسب منجر به اضافه مصرف و در نهایت اتلاف منابع می شود.

قطعا با گرانی بنزین، مردم متحمل فشارهای اقتصادی می شوند. حل این مساله چطور ممکن است؟

اگر قرار است، دولت یارانه های انرژی را متوقف کند، از آن طرف باید برای مردم رفاهیات دیگری ایجاد کند؛ یعنی اگر چیزی از آن ها می گیرد، در عوض چیزی به آن ها پرداخت کند؛ در غیر این صورت و عدم ارتباط با اقتصاد بین الملل باعث می شود تا این حجم سرمایه حاصل از یارانه ها دود شده و تنها ۳۳ میلیارد دلار در بخش مولد استفاده شود که تنها حدود ۱۴۰ صنعت مانند شرکت های فولادی و پتروشیمی از آن استفاده کنند. البته هم اکنون دولت متوجه اشتباه خود در تخصیص مبلغ بالای یارانه ها شده و از شرکت ها توقع دارد که در تولید برق خود کفا شوند. باید دانست، شبکه توزیع برق کشور نیز بسیار فرسوده است و بیش از ۳۰ درصد اتلاف در آن صورت می گیرد، در حالی که با داشتن اقتصاد باز تر و واقع بینانه تر، خبری از این مسايل نخواهد بود. در کشورهای توسعه یافته، قیمت انرژی واقعی است، اما شرکت ها به سمت انرژی تجدیدپذیر رفته و خلأ قیمت زیادی ایجاد کرده اند که نمونه آن، تبدیل انرژی جنبشی به الکترومغناطیسی و حتی تبدیل گاز به انرژی الکتریکی است. بعد از بروز جنگ اوکراین و عدم دسترسی اروپا به منابع گازی روسیه، آن ها به این فکر افتادند که مستقل عمل کنند و در کنار آن در راستای معاهده پاریس و اهداف نت زیرو سال ۲۰۳۰ میلادی، زمینه ساز تحولات مثبتی در حوزه انرژی های تجدیدپذیر در اروپا شد.

برای دستیابی به کربن صفر انجام چه اقداماتی ضرورت دارد؟

به این منظور در مرحله اول باید بهره وری مصرف انرژی را در تمامی بخش های صنعتی و غیر صنعتی بالا برده و از مواد و دستگاه هایی در تولید محصولات استفاده شود که بهره وری ترین حالت را در مصرف انرژی دارند. از دیگر اقدامات به منظور حرکت به سمت کربن صفر این است که انرژی مصرفی کفایت تولید را داشته باشد؛ به این معنی که از اتلاف انرژی برای تولید حذر شود. نکته دیگر، الکتریکی کردن همه چیز از جمله خودروها و اتوبوس های برقی است تا گاز دی اکسید کربن تولید نشود. امروزه در کشور

چین، سهم الکتریکی شدن خودروها بسیار افزایش پیدا کرده، به طوری که در آن کشور یک موتور سیکلت با سوخت فسیلی می توان دید. البته به منظور تولید انرژی از خورشید باید گفت که این دسترسی ۲۴ ساعته نیست، از این رو راهکار اصلی در این خصوص، ذخیره سازی انرژی در طول روز و استفاده در شب است. از سوی دیگر، صنایع بزرگ مانند فولاد که بر مبنای کربن شکل گرفته اند، برای ذوب سنگ آهن به انرژی الکتریکی بالایی نیاز دارند که تامین آن با انرژی خورشید میسر نیست، چرا که انرژی خورشیدی نمی تواند متداوم باشد. به هر حال صنایع بزرگ ما نیازمند این هستند که انرژی خوب و مداومی دریافت کنند و این موضوع با انرژی خورشیدی یا انرژی های تجدیدپذیر امکان پذیر نیست، به همین دلیل به این صنایع، سخت تغییرپذیر می گویند، اما مساله این است که تمدن بشری بر مبنای کربن شکل گرفته و به منظور دسترسی به آن باید از انرژی متداوم استفاده کرد.

آیا راهکاری برای دسترسی صنایع بزرگ به انرژی های تجدیدپذیر وجود دارد؟

ما می توانیم به یکی از عناصر بسیار فراوان در کره زمین؛ یعنی هیدروژن که عدد اتمی آن یک است، دسترسی داشته باشیم، اما این عنصر سبک است و ذخیره سازی آن سخت. عنصر فراوان دیگر در جهان سیلیس است که به عنوان ماده اولیه سلول های خورشیدی شناخته می شود. از طریق دومین عنصر با فراوانی بالا سیلیس می توانیم انرژی خورشید را به الکتریکی تبدیل کنیم، هر چند ذخیره سازی سختی دارد. اقتصادهای بزرگ در حال به کارگیری استراتژی های صنعتی جدید برای تحریک تولید انرژی پاک و ایجاد موقعیت های قوی تر در بازار هستند. حرکت به سمت برنامه ریزی هیدروژن سبز، همچنان قوی دنبال می شود و تدوین استراتژی هیدروژن در کشورها طی سال های اخیر افزایش یافته است. در سال ۲۰۲۳ ۲۰ کشور های پیشرو مانند آلمان و ژاپن، بازیگری ها و به روز رسانی هایی بر نسخه های اولیه استراتژی هیدروژن خود منتشر کردند و مسیر اصلی توسعه پروژه های هیدروژن در اروپا و آسیا متمرکز شده است. چین، آلمان، اسپانیا و استرالیا ۵۰ درصد از ظرفیت برنامه ریزی شده یا نصب شده برای تولید هیدروژن را به خود اختصاص داده اند. ۴۶ درصد ظرفیت هنوز در مرحله اعلام است، چیزی نزدیک به ۵۷۶ مگاوات و تنها ۳۹۶ مگاوات در حال توسعه و ۲۶۸ مگاوات عملیاتی است.

هزینه های تامین مالی این پروژه ها و دسترسی به منابع مالی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه با پتانسیل قابل توجه انرژی تجدیدپذیر همچنان چالش های کلیدی در مسیر توسعه این صنعت هستند. تولید هیدروژن سبز در چنین کشور هایی مستلزم ریسک زیادی، کاهش ریسک های سرمایه گذاری و توسعه مکانیسم های تامین مالی متناسب است. در همین راستا، تقویت مشارکت جامعه و در نتیجه، تقویت پذیرش اجتماعی در اجرای فناوری های انرژی ضروری است. به خصوص برای آن هایی که در مقیاس بزرگ برای پاسخگویی به تقاضای آینده

در کشورهای توسعه یافته، قیمت انرژی واقعی است، اما شرکت ها به سمت انرژی تجدیدپذیر رفته و خلأ قیمت زیادی ایجاد کرده اند که نمونه آن، تبدیل انرژی جنبشی به الکترومغناطیسی و حتی تبدیل گاز به انرژی الکتریکی است

بر اساس گزارش
آژانس بین‌المللی
انرژی IEA، میزان
سرمایه‌گذاری
جهانی انرژی قرار
است که برای اولین
بار در سال ۲۰۲۴ از
مرز ۳ تریلیون دلار
فراتر رود و حدود
۲ تریلیون دلار آن
صرف فناوری‌ها
و زیرساخت‌های
انرژی‌های
تجدیدپذیر شود

برای هیدروژن سبز اجرا می‌شوند. توسعه زیرساخت‌ها مطابق درس آموخته‌های پروژه‌های مشابه، از بهترین شیوه‌ها در این مسیر است. معمولاً صنایعی که نیاز بالایی به انرژی‌های فسیلی مانند گاز متان دارند، نیاز به جایگزین‌های بادوام دارند که آن هم از مسیر تولید هیدروژن و مشتقات هیدروژنی امکان‌پذیر می‌شود.

آیا تولید انرژی‌های تجدیدپذیر برای صنایع صرفه اقتصادی دارد؟

بر اساس گزارش آژانس بین‌المللی انرژی IEA، میزان سرمایه‌گذاری جهانی انرژی قرار است که برای اولین بار در سال ۲۰۲۴ از مرز ۳ تریلیون دلار فراتر رود و حدود ۲ تریلیون دلار آن صرف فناوری‌ها و زیرساخت‌های انرژی‌های تجدیدپذیر شود. سرمایه‌گذاری در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر از سال ۲۰۲۰ سرعت بی‌سابقه‌ای گرفته و مبالغ هزینه‌شده در توسعه انرژی تجدیدپذیر، توسعه شبکه و ذخیره‌سازی برق، هم‌اکنون بیشتر از کل هزینه‌های توسعه نفت، گاز و زغال سنگ است. هزینه‌های تولید پنل‌های خورشیدی طی دو سال گذشته ۳۰ درصد کاهش و قیمت مواد معدنی و فلزات حیاتی برای انتقال انرژی نیز به شدت کاهش یافته است؛ به ویژه فلزات مورد نیاز برای باتری‌ها. بر اساس گزارش سالانه سرمایه‌گذاری انرژی جهانی EMDE، نشانه‌های احتمالی افزایش در این سرمایه‌گذاری‌ها وجود دارد و حجم سرمایه‌گذاری در انرژی پاک در پایان سال ۲۰۲۴ به ۳۳۰ میلیارد دلار نزدیک می‌شود که ۵۰ درصد از سال ۲۰۲۰ بیشتر است. در کشور ما بر اساس آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۶ قانون جهش تولید دانش‌بنیان، مرتبط با انرژی‌های تجدیدپذیر و توسعه بازار برای صنایع و تولید برق پاک در محل مصرف و مصوب بهمن‌ماه ۱۴۰۱، صنایع با قدرت مصرف بیش از یک مگاوات موظف هستند، معادل یک درصد از برق مورد نیاز سالانه خود را از طریق احداث نیروگاه‌های تجدیدپذیر تامین کنند و این میزان در پایان سال پنجم، حداقل به ۵ درصد برسد؛ در غیر این صورت وزارت نیرو موظف است که در صد ذکر شده از برق مصرفی این صنایع را با تعرفه برق تجدیدپذیر محاسبه کرده و از صنایع اخذ کند. شاید این الزام دولتی نگاه مشوقانه‌ای برای صنایع نداشته باشد، ولی چون الزام است، صنایع در این مسیر گام برمی‌دارند. هزینه ایجاد نیروگاه‌های انرژی‌های تجدیدپذیر در قیاس با هزینه‌ای که صرف پرداخت یارانه‌ها می‌شود، اصلاً گران نیست. امروز کشور عربستان بزرگ‌ترین اقدام خود را بر این مبنای مشکل داده و با تعریف و اجرای پروژه‌های به نام نئوم از طریق دو منبع تولید انرژی بادی و خورشیدی در صد تولید مشتقات هیدروژن است. البته باید گفت، ما به صورت مستقیم قادر به استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر برای چرخاندن چرخ صنایع مادر نیستیم و این صنایع معمولاً از طریق تهاثر انرژی با شبکه‌ای که ۳۰ درصد اتلاف در انتقال انرژی دارد، امور خود را می‌گذرانند. شبکه‌ها به گلوگاهی برای انتقال انرژی تبدیل شده‌اند، اما سرمایه‌گذاری در این حوزه در حال افزایش

است. افزایش استقرار انرژی خورشیدی و بادی باعث کاهش قیمت عمده فروشی در برخی از کشورها شده است؛ به ویژه در دوره‌های اوج تولید باد و خورشید. این امر پتانسیل درآمدهای بازار لحظه‌ای را برای تولیدکنندگان کاهش می‌دهد و نیاز به سرمایه‌گذاری‌های مکمل در انعطاف‌پذیری و ظرفیت ذخیره‌سازی را برجسته می‌کند.

دولت چه نقشی می‌تواند در این زمینه داشته باشد؟

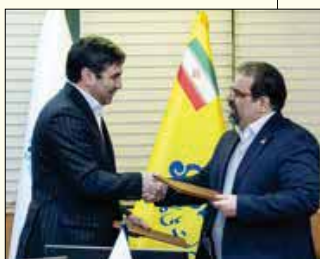
دولت باید شرکت‌ها را تشویق به سرمایه‌گذاری در حوزه تجدیدپذیر نماید تا همگام با توسعه جهانی حرکت کنند. امسال سرمایه‌گذاری در صنعت خورشیدی به ۵۰۰ میلیارد دلار افزایش می‌یابد؛ زیرا کاهش قیمت پنل‌ها باعث سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌شود. صنایع کشور مان باید نسبت به افزایش آگاهی‌های خود در حوزه انرژی و درک ضرورت آن برای تداوم کسب و کارهای‌شان در این مسیر گام بردارند، چرا که اگر کار نکنند، باید منتظر کمبودهای انرژی، نبود برق و تحریم‌ها و قوانین سخت‌گیرانه‌تری در مسیر توسعه انرژی پاک باشند.

آیا صنایع و شرکت‌های داخلی اهتمامی به این موضوع داشته‌اند؟

متأسفانه وقتی که این شرکت‌ها به ما مراجعه می‌کنند، صرفاً به دنبال پنل و اینورتر ارزان‌تر هستند و حتی جالب اینجاست که برای تامین آن به کشور چین می‌روند؛ یعنی تمام فکر و ذهن آن‌ها فقط انجام یک پروژه است، در حالی که از چند و چون ماجرای اطلاع هستند. از سوی دیگر، اطلاع‌رسانی‌های دقیقی در این حوزه وجود ندارد. عدم وجود برنامه‌های استراتژیکی بلندمدت در این حوزه و توجه به روزمرگی است که صنایع ما را دچار ورشکستگی اقتصادی می‌کند. افزایش هزینه‌های انرژی پاک با اقتصاد قوی، کاهش مداوم هزینه‌ها و ملاحظات امنیت انرژی پشتیبانی می‌شود؛ اما یک عامل قوی از رویکردهای صنعتی نیز وجود دارد، زیرا اقتصادهای بزرگ برای کسب مزیت در زنجیره‌های تامین انرژی پاک جدیرقابلیت می‌کنند. باید با انجام اقدامات بیشتر، اطمینان حاصل شود که سرمایه‌گذاری به جاهایی می‌رسد که بیشتر مورد نیاز است؛ به ویژه اقتصادهای در حال توسعه که امروزه دسترسی به انرژی مقرون به صرفه، پایدار و مطمئن در آنجا وجود ندارد. کشورهای پیشرفته دنیا حداقل برای ۲۰ سال آینده‌شان برنامه‌ریزی می‌کنند، اما ما فقط در صدد رفع موانع و مشکلات سال جاری خود با انجام اقدامات کوتاه‌مدت هستیم؛ در صورتی که باید در این مسیر استمرار و گاه‌قوانین سخت‌گیرانه‌تری را داشته باشیم و اجرا کنیم. باید دانست تازمانی که فشار و سختی چیزی را حس نکنیم، برای حل آن اندیشه‌ای نخواهیم کرد و فرهنگی به وجود نمی‌آید. در کنار حمایت از این صنعت و هموارسازی راه‌های سرمایه‌گذاری و همچنین وجود مشوق‌های مالی و حمایت‌های بانکی و تسهیل حضور سرمایه‌گذاران خارجی. ■

توافق نامه شرکت ملی گاز و وزارت ارتباطات برای هوشمندسازی مصرف انرژی

سپه‌لازماني



از آنجا که با مدیریت
هوشمندانه مصرف
انرژی می‌توان با
سرعت بیشتری با
چالش ناترازی مقابله
کرد، باید بیش از
گذشته به استفاده
از ظرفیت‌های
دیجیتالی در بحث
هوشمندسازی توجه
نشان داد

با پراپورتورهای مخابراتی است و با تجميع اطلاعات اپراتورهای مخابراتی و مصرف برق، می‌توان به راحتی محل استقرار ماینرها در کشور را شناسایی کرد که خود، می‌تواند کمک موثری در مدیریت مصرف انرژی باشد.

تو کلی در جایی دیگر با بیان اینکه شرکت ملی گاز ایران به طور جدی آمادگی خود را برای همکاری در حل مشکلات انرژی کشور اعلام کرده، گفت: برآیند این اعلام آمادگی، نشست کارگروه‌های کارشناسی و آماده شدن این توافق نامه بود و هدف اصلی این توافق نامه، ایجاد بستری برای مدیریت اطلاعات و داده‌ها به منظور بهبود مدیریت مصرف و تقاضای انرژی، افزایش بهره‌وری و کاهش انشعاب‌های غیرمجاز است.

به باور محمد محسن صدر، معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، با اجرای این توافق نامه، شرکت ملی گاز ایران در مسیر تبدیل شدن به یک سازمان هوشمند گام برداشته و بدین ترتیب، مطمئنم که با همکاری و تعامل با یکدیگر، می‌توانیم راه حل‌های موثری برای چالش ناترازی پیدا کنیم.

به گفته وی، هدف ما از اجرای این طرح، این نیست که مالک داده‌ها شویم یا شرکت ملی گاز، منفعتی برای خود کسب کند، بلکه در نهایت، کارفرما و بهره‌بردار اصلی سامانه‌های ایجاد شده در این بخش، شرکت ملی گاز است و وزارت نیرو نیز به این جمع اضافه خواهد شد.

واقعیت این است که ما اشراف داده‌ای و حکمرانی داده در کشور نداریم؛ ضمن آنکه مبنای حکمرانی خوب در کشور، های پیشرفته، حکمرانی داده است؛ در واقع ابتدا باید اشراف داده‌ای وجود داشته باشد، سپس توسعه محقق شود.

صدر امضای این توافق نامه را سرآغاز یک داستان و اتفاق خوب دانست و اظهار کرد: اینکه ما اشراف به داده‌ها داشته باشیم، تکلیف‌مان را با مردم مشخص و به آن‌ها آگاهی دهیم که مالک بخشی از این دارایی‌ها هستند و اگر گازی در این کشور وجود دارد، مال خودشان است و اختیارش هم دست خودشان، آن وقت مردم می‌توانند با آگاهی تصمیم بگیرند که این حجم از گاز را مصرف، صرفه جویی یا در بازار ارائه کنند و این، سرآغاز یک اتفاق میمون است.

نباید فراموش کرد که تنها با استفاده از اطلاعات دقیق و به روز، می‌توان به مدیریت بهتر مصرف انرژی و شناسایی مشکلات موجود و ارائه راهکارهای درست پرداخت؛ ضمن آنکه هدف این همکاری نیز، آن است تا در فاز اول، بتوان از این اطلاعات در راستای مدیریت مصرف و تقاضای انرژی، افزایش بهره‌وری و مقابله با انشعاب‌های غیرمجاز استفاده کرد. ■

توافق نامه همکاری دوجانبه شرکت ملی گاز ایران با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات که روز یکشنبه ۲۸ بهمن ماه به امضا رسید، به منظور مدیریت بهتر منابع انرژی، همکاری بین دولت، مجلس شورای اسلامی و بخش خصوصی علاوه بر ضرورت، می‌تواند به ایجاد راهکارهای موثر برای حل مشکلات ناترازی انرژی نیز کمک کند.

در واقع از آنجا که با مدیریت هوشمندانه مصرف انرژی می‌توان با سرعت بیشتری با چالش ناترازی مقابله کرد، باید بیش از گذشته به استفاده از ظرفیت‌های دیجیتالی در بحث هوشمندسازی توجه نشان داد.

این سخنان، بخشی از اظهارات سعید توکلی، معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی گاز ایران در آیین امضای این توافق نامه بود؛ توافق نامه‌ای که به منظور طراحی، پیاده‌سازی، استقرار، نگهداری و راهبری سکوی یکپارچه خدمات دیجیتال انرژی و با هدف ارتقاء حوزه فناوری اطلاعات در زیست‌بوم انرژی منعقد شد تا به همان مدیریت ناترازی انرژی دست یابد که کشور با آن دست به گریبان است.

به گفته توکلی، در حال حاضر اراده خوبی در دولت و مجلس برای رسیدگی به مساله ناترازی انرژی در تمامی بخش‌ها وجود دارد و همه نهادها در این زمینه هم‌نظر هستند و این تحولات نشان‌دهنده یک رویکرد ملی برای حل مشکلات ناترازی انرژی است؛ پس باید از این فرصت به وجود آمده به نحو احسن استفاده کنیم.

به نظر می‌آید که با اجرای دقیق‌تر و سریع‌تر این مکانیزم، می‌توان امیدوار بود که مشکل ناترازی انرژی در کشور با این راهکار زودتر حل شود؛ ضمن آنکه علاوه بر رفع ناترازی، هدف فرعی این طرح کمک به کل کشور است تا با اطلاع‌رسانی دقیق به تک تک افراد جامعه در مورد سهم و پروفایل مصرف انرژی خود و نیز مشترکین خانگی، تجاری و صنعتی، گامی در جهت پیشرفت و توسعه برداشته شود.

مدیر عامل شرکت ملی گاز ایران با اشاره به پیگیری جدی موضوع حکمرانی داده و برگزاری جلسات متعدد با حضور وزیر و حتی طرح آن در حضور رئیس‌جمهور و جلسه سران قوا گفت: با برگزاری این جلسات، مشخص شد که برای حل مشکل ناترازی انرژی، دسترسی به اطلاعات، داده‌های درست، دقیق و به روز، امری ضروری است و بررسی‌های انجام شده نیز ما را به این نتیجه رساند که مدیریت صحیح و کارآمد، بر اساس همین اطلاعات به روز و دقیق امکان‌پذیر خواهد بود؛ این مهم نشان می‌دهد که عزم جدی برای حکمرانی داده که در این مقطع زمانی بسیار مهم است، وجود دارد.

بنابر اطلاعات موجود، یکی از ظرفیت‌های مهم این رویکرد، تقاطع گیری

لزوم سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر و حذف انرژی‌های فسیلی در صنعت

دکتر مهدی کریمی تفرشی

رئیس کارگروه کسب و کارهای جاده ابریشم سازمان ملل - یونسکو

فنی دست یافت و در بازارهای جهانی رقابت کرد. همچنین انرژی‌های تجدیدپذیر، فرصت‌های شغلی جدیدی را در بخش‌های مختلف اقتصاد ایجاد می‌کنند.

تغییر به سمت انرژی‌های پاک، به کاهش نابرابری‌های اجتماعی کمک می‌کند و جوامع محروم که بیشتر در معرض آلودگی هوا قرار دارند، بیشترین بهره را از این تغییر خواهند برد. همچنین توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر در مناطق روستایی، به ایجاد اشتغال و بهبود کیفیت زندگی مردم این مناطق کمک می‌کند. نیروگاه‌های خورشیدی که در دهه‌های اخیر به عنوان منبعی مهم برای تامین انرژی مورد توجه قرار گرفته‌اند، در ایران نیز به سرعت در حال توسعه هستند. هرچند اولین پروژه‌های خورشیدی در ایران در مقیاس‌های کوچک‌تری شروع شد، اما با گذر زمان و افزایش اهمیت انرژی‌های تجدیدپذیر، دولت و بخش خصوصی به دنبال گسترش پروژه‌های بزرگ‌تری همچون نیروگاه خورشیدی رفتند در این راستا فاز اول بزرگ‌ترین نیروگاه خورشیدی ایران در فولادمار که اصفهان به عنوان یک پروژه عظیم در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر، نمایانگر یک گام بزرگ در راستای تحقق اهداف محیط‌زیستی و کاهش وابستگی به سوخت‌های فسیلی در ایران است. بخش خصوصی نقش بسیار مهمی در توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر ایفا می‌کند و می‌تواند مکمل فعالیت‌های دولت باشد. در واقع بسیاری از پیشرفت‌های چشمگیر در این حوزه مدیون نوآوری و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی است.

حضور بخش خصوصی در بازار انرژی‌های تجدیدپذیر باعث ایجاد رقابت می‌شود و این رقابت به کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری منجر می‌شود. قطعا برای اینکه بخش خصوصی بتواند به طور موثر در این حوزه فعالیت کند، به حمایت‌های دولت نیاز دارد. ارائه تسهیلات و وام‌های کم‌بهره برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های انرژی‌های تجدیدپذیر، تسهیل فرآیندهای اداری و صدور مجوزها برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، ایجاد بازارهای رقابتی و شفاف برای خرید و فروش انرژی‌های تجدیدپذیر و در نهایت، حمایت از تحقیق و توسعه در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر نوعی هم‌افزایی بین دولت و بخش خصوصی در راستای توسعه پایدار انرژی‌های تجدیدپذیر و کاهش وابستگی به سوخت‌های فسیلی ایجاد خواهد کرد. ■



تغییرات آب و هوایی، تهدیدی جدی برای کره زمین است و سوخت‌های فسیلی نیز، عامل اصلی این بحران هستند. برای نجات کره زمین، حرکت به سمت انرژی‌های پاک و تجدیدپذیر، گریز ناپذیر است. سوخت‌های فسیلی مثل زغال سنگ، نفت و گاز، بیشترین سهم را در انتشار این آلاینده‌ها دارند و بیش از ۷۵ درصد از گازهای گلخانه‌ای جهانی و نزدیک به ۹۰ درصد از کل انتشار دی‌اکسید کربن را تشکیل می‌دهند. محققان معتقد هستند که برای جلوگیری از بدتر شدن وضعیت زمین، انتشار گازهای گلخانه‌ای باید تا سال ۲۰۳۰ تقریبا به نصف کاهش یابد و تا سال ۲۰۵۰ به صفر خالص برسد. برای دست‌یابی به این هدف، باید وابستگی خود به سوخت‌های فسیلی را کاهش دهیم و روی منابع جایگزینی از انرژی سرمایه‌گذاری کنیم که پاک، قابل دسترس، مقرون به صرفه، پایدار و قابل اعتماد هستند.

از سوی دیگر وابستگی به سوخت‌های فسیلی، امنیت انرژی کشورها را به خطر می‌اندازد. تغییرات قیمت جهانی نفت و گاز، اقتصاد کشورها را متاثر می‌کند. انرژی‌های تجدیدپذیر، منبعی پایدار و بومی هستند که وابستگی به منابع خارجی را کاهش می‌دهند. سرمایه‌گذاری در این حوزه، علاوه بر کاهش هزینه‌های انرژی در بلندمدت، به ایجاد استقلال انرژی و تقویت اقتصاد ملی کمک می‌کند. انرژی‌های تجدیدپذیر، فرصتی برای توسعه فناوری‌های نوین و ایجاد صنایع جدید هستند و با سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه در این حوزه، می‌توان به دانش

دنیای خودرو



در این بخش می‌خوانیم:

- قطعه‌سازان کوچک و متوسط به حمایت نیاز دارند
- ایجاد ارتباطات هوشمند و پایدار برای برندها در سطح ملی

مدیرعامل شرکت آواگیت مطرح کرد

ایجاد ارتباطات هوشمند و پایدار برای برندها در سطح ملی

مهدیه شهسواری

با ورود هوش مصنوعی و ضرورت استفاده از آن به منظور بهینه‌سازی خدمات در شرکت‌ها و موسسات، برخی از شرکت‌ها در این زمینه اقدامات کمک‌بخشی انجام می‌دهند که در نتیجه آن طول عمر بیشتری پیدا کرده و عملکرد بهتری خواهند داشت. با توجه به اهمیت این موضوع در افزایش بازدهی و سودآوری شرکت‌ها، گفت‌وگویی با خانم پرچهره امیری، مدیرعامل شرکت آواگیت انجام داده‌ایم. به گفته وی، تیم آواگیت چیزی فراتر از همکاران حرفه‌ای است؛ ما خانواده‌ای از ایده‌پردازان و خالقان هستیم که به هر پروژه با قلب و ذهن خود نزدیک می‌شویم. هدف ما این است که برندها را در مسیری هدایت کنیم تا علاوه بر موفقیت، ماندگار هم شوند. امیری با ذهنی استراتژیک برای رشد پایدار، تیمی از متخصصان را گرد هم آورده که هدف‌شان تنها کمک به برندها برای ساختن آینده‌ای هوشمند، پایدار و متمایز است. مشروح این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

از طریق تدوین سند استراتژی جامع و یکپارچه، به برندها در تقویت جایگاه خود و دستیابی به اهداف بلندمدت کمک کنیم. در واقع هر برند یک ماموریت دارد و ماموریت آواگیت این است تا این ماموریت‌ها را به موفقیت تبدیل کند.

این شرکت موضوع برندسازی در صنایع را چگونه انجام می‌دهد؟

در آواگیت، ابتدا سند استراتژی برند برای برندهای فعال در صنایع از جمله صنعت خودرو و گردشگری تدوین شده و سپس تمامی تعاملات برند با کارمندان، مشتریان، نمایندگان و جامعه در قالب یک اکوسیستم یکپارچه طراحی می‌شود. مهمترین چالش در این صنایع، عدم انسجام پیام‌ها و ضعف در انتقال ارزش‌های برند است. این شرکت با استفاده از استراتژی‌های مبتنی بر داده و روایتگری دقیق، چالش‌ها را رفع کرده و به برندهای فعال در این صنایع کمک می‌کند تا استراتژی برند خود را به شکلی پایدار و هوشمندانه تدوین کنند تا از رقبا متمایز شوند. در این راستا، مشارکت بسیار خوبی در تدوین سند استراتژی و راهبری برند گردشگری شهر اصفهان (برگرفته از داستان‌های ناگفته اصفهان) با همکاری اتاق بازرگانی صورت گرفته است.

در مواجهه با چالش‌ها و مشکلات چطور برخورد می‌کنید؟

هر پروژه در آواگیت با این باور آغاز می‌شود که هر برند یک پتانسیل بی‌نهایت دارد. اعضای تیم با دقت به چالش‌ها گوش می‌دهند، با اشتیاق ایده‌های نوآورانه ارائه می‌دهند و با استفاده از داده‌ها و تحلیل‌های پیشرفته، راه‌حل‌هایی طراحی می‌کنند که فراتر از انتظارات مشتریان است. برای این تیم، برندینگ تنها یک کار نیست، بلکه سفری است که هر روز با شوق بیشتری آن را دنبال می‌کنند. این تیم نه تنها از لحاظ فنی قوی است، بلکه از لحاظ فرهنگی نیز غنی است. اعضای تیم با هم‌یادی می‌گیرند، الهام می‌گیرند و یکدیگر را تشویق می‌کنند تا همیشه بهترین نسخه از خودشان باشند. همکاری، شفافیت و اشتیاق به رشد، سه ارزش کلیدی هستند که این تیم را به حرکت در می‌آورد.



در خصوص فلسفه تاسیس آواگیت و عمده فعالیت‌های آن توضیح دهید.

تیم آواگیت از گروهی از افراد تشکیل شده که هر کدام داستانی منحصر به فرد و شور و شوقی مشترک در ایجاد تغییراتی معنادار در دنیای برندینگ دارند. این تیم از متخصصانی با پیشینه‌های متنوع از جمله استراتژیست‌های برند، استراتژیست‌های رسانه و ارتباطات، تحلیلگران داده، طراحان خلاق و کارشناسان فناوری تشکیل شده است. اما چیزی که آن‌ها را متمایز می‌کند، نه تنها تخصص فنی، بلکه ذهنیتی است که بر رشد پایدار، یادگیری مداوم و همکاری عمیق استوار است. آواگیت با ماموریت ایجاد ارتباطات هوشمند و پایدار برای برندها در سطح ملی و بین‌المللی تاسیس شده و در صداست تار و باطن سازنده و یکپارچه‌ای با تمامی ذی‌نفعان خود مانند کارمندان، مشتریان، نمایندگان و جامعه برقرار کند. از آنجایی که برندینگ به عنوان یک استراتژی؛ برندها را به تعاملاتی موثر، متمایز و معنادار سوق می‌دهد، چیزی فراتر از لوگو و رنگ و تبلیغات است. هدف ما این است تا با ایجاد شهرت سازمانی پایدار،

چرا شهرت سازمانی یکی از ارکان کلیدی موفقیت برندها است و آواگیت چگونه در این مسیر کمک می کند؟

این موضوع، پایه‌ای ترین سرمایه غیر ملموس یک برند است که می تواند اعتماد، تعاملات پایدار و تمایز را در بازار تضمین کند. برندهایی که از شهرت قوی برخوردارند، نه تنها مشتریان وفادارتری داشته، بلکه به راحتی می توانند شراکت‌ها، فرصت‌های بازار و تعاملات جدید را جذب کنند. آواگیت با تدوین سند استراتژی برند و طراحی سیستم‌های جامع ارتباطی، به برندها کمک می کند تا شهرتی پایدار و مبتنی بر ارزش‌های واقعی خود بسازند. ما از فناوری‌های نوین مانند تحلیل داده و هوش مصنوعی استفاده می کنیم تا این شهرت نه تنها ساخته شود، بلکه به صورت پویا در تمامی کانال‌های ارتباطی برند تقویت گردد.

نقش هوش مصنوعی در بهینه‌سازی تجربه مشتری و ایجاد ارزش افزوده برای برندها چیست و آواگیت چگونه این فناوری را به استراتژی برند متصل می کند؟

هوش مصنوعی ابزار تحول آفرینی است که می تواند ارتباطات برند را هوشمندتر و هدفمندتر کند. همچنین این فناوری به برندها امکان می دهد تا رفتار مشتریان را تحلیل کرده و با پیش بینی نیازهای آن‌ها، تعاملاتی دقیق و شخصی سازی شده ارائه دهند. آواگیت با طراحی هوش اختصاصی برای هر برند، این فناوری را به استراتژی برند متصل کرده و با تحلیل داده‌ها و نیازهای بازار، پیام‌ها و فرآیندهای ارتباطی برند را بهینه می کند. نتیجه این فرآیند، تجربه‌ای متمایز برای مشتریان و افزایش بهره‌وری در تعاملات برند است.

چگونه می توان از سند استراتژی برند برای ایجاد تعاملات پایدار با ذی نفعان استفاده کرد و چه تاثیری بر رشد سازمان دارد؟

سند استراتژی برند، یک نقشه راه جامع است که تمامی تعاملات برند با ذی نفعان را هدایت می کند. این سند به برند کمک می کند تا پیام‌ها، ارزش‌ها و هویت خود را به شکلی یکپارچه و منسجم به ذی نفعان منتقل کند. آواگیت با تدوین این سند، نقاط تماس برند با کارمندان، مشتریان، نمایندگان و جامعه را بهینه‌سازی می کند. این فرآیند، نه تنها باعث افزایش اعتماد و تعامل پایدار شده، بلکه رشد پایدار سازمان را نیز تضمین می کند. با یک سند استراتژی قوی، برندها می توانند در هر ارتباط، هویتی متمایز و قابل اعتماد ارائه دهند.

چرا داشتن یک استراتژی یکپارچه در ارتباطات برند برای صنایع رقابتی حیاتی است؟

در بازارهای رقابتی، عدم انسجام در ارتباطات برند می تواند به پراکندگی پیام‌ها و کاهش اعتماد منجر شود. یک استراتژی یکپارچه تضمین می کند که تمامی تعاملات برند در جهت اهداف کلان سازمان باشد و پیام‌های آن در تمامی کانال‌ها هماهنگ عمل کنند. آواگیت با تدوین و اجرای استراتژی‌های جامع ارتباطی، به برندها کمک می کند تا پیام‌های خود را هدفمند و یکپارچه به مخاطبان منتقل کنند. این رویکرد باعث می شود تا برندها جایگاه رقابتی قوی‌تری در بازار به دست آورده و تعاملات موثرتری با تمامی ذی نفعان داشته باشند.

آواگیت چگونه به برندها کمک می کند تا در بازار رقابتی امروز پیشرو باشند و ارتباطاتی پایدار با مشتریان و کارکنان ایجاد کنند؟

این شرکت با رویکردی استراتژیک، به برندها کمک می کند تا از تمامی ظرفیت‌های خود برای ایجاد تمایز استفاده کنند. ما ابتدا سند استراتژی برند را تدوین کرده و سپس تمامی نقاط تماس برند با ذی نفعان را طراحی و بهینه می کنیم. با استفاده از فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی و تحلیل داده، به برندها امکان می دهیم تا ارتباطاتی هوشمند، هدفمند و متمایز داشته باشند. نتیجه این اقدامات، ایجاد هویتی ماندگار و جایگاهی پیشرو در بازار است که برند را از رقبای متمایز می کند. از سوی دیگر، آواگیت با تدوین استراتژی‌های ارتباطی جامع، به برندها کمک می کند تا روابطی مبتنی بر اعتماد و شفافیت با مشتریان و کارکنان ایجاد کنند و آن‌ها را با طراحی پیام‌های منسجم، فرآیندهای ارتباطی هوشمند و ایجاد نقاط تماس اثربخش تقویت کنند. آواگیت با تحلیل داده‌ها و رفتار مشتریان و کارکنان، استراتژی‌هایی را طراحی می کند که هم تعاملات را افزایش داده و هم وفاداری ذی نفعان را تضمین می کند.

آواگیت چگونه به برندها در صنعت خودرو کمک می کند تا جایگاه خود را تقویت و در مواجهه با بحران‌های بازار، استراتژی‌های خود را بازنگری و تقویت کنند؟

صنعت خودرو با چالش‌های متعددی از جمله رقابت شدید و نیاز به جلب اعتماد مشتریان مواجه است. آواگیت با تدوین استراتژی‌های برند مبتنی بر داده و طراحی ارتباطاتی هوشمند و یکپارچه، به برندهای خودرو کمک می کند تا پیام‌های خود را به شکلی موثر به مشتریان منتقل کنند. ما با تحلیل بازار و نیازهای مخاطبان، استراتژی‌هایی طراحی می کنیم که علاوه بر تقویت تصویر برند، تجربه مشتریان را نیز بهبود بخشند. بحران‌های بازار می توانند ساختار و هویت برندها را به چالش بکشند. آواگیت با استفاده از ابزارهای تحلیل داده و رویکردهای استراتژیک، به برندها کمک می کند تا نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کرده و بر اساس آن، استراتژی‌های خود را بازنگری و بهینه‌سازی کنند. ما با تدوین برنامه‌های ارتباطی جامع و اجرای آن‌ها در زمان مناسب، برندها را قادر می سازیم تا نه تنها بحران‌ها را مدیریت کنند، بلکه از آن‌ها برای تقویت جایگاه خود در بازار بهره‌برداری کنند.

و سخن آخر...

در دنیای امروز، برندهایی که برای ارتباطات و استراتژی‌های خود برنامه‌ای جامع و هدفمند ندارند، نه تنها از رقبای عقب می مانند، بلکه فرصت‌های کلیدی رشد را نیز از دست می دهند. آواگیت به عنوان همراهی استراتژیک، به برندها کمک می کند تا در مسیر رشد و تمایز، با اطمینان و قدرت حرکت کنند. معتقدیم که هر تعامل یک فرصت است و با ایجاد انسجام و هوشمندی در ارتباطات، می توان آینده‌ای روشن‌تر برای برندها ساخت. آواگیت همراهی برای برندها است تا با ابزارهای استراتژیک، فناوری‌های نوین و تیمی متعهد، در مسیر رشد پایدار حرکت کنند. این تیم، هر روز برای خلق داستان‌هایی بزرگ‌تر و دستاوردهایی ماندگار تلاش می کند. ■

هوش مصنوعی ابزار تحول آفرینی است که می تواند ارتباطات برند را هوشمندتر و هدفمندتر کند. همچنین این فناوری به برندها امکان می دهد تا رفتار مشتریان را تحلیل کرده و با پیش بینی نیازهای آن‌ها، تعاملاتی دقیق و شخصی سازی شده ارائه دهند

مدیرعامل شرکت تعاونی تامین نیاز قطعه‌سازان خودروی کشور (همسو)

قطعه‌سازان کوچک و متوسط به حمایت نیاز دارند

ثمانه نادری

برای تاسیس این تعاونی، حداقل باید ۲۰ شرکت راه‌اندازی می‌شد. در سال ۱۴۰۰، یک مجموعه تشکیل شد و دوستان به یک اتفاق نظر رسیدند، اما بروکراسی اداری و برخی از حواشی، باعث تاخیر شد، با این حال در مردادماه اولین مجمع را برگزار و هیات مدیره را تشکیل دادیم. در این فرآیند، موانع قانونی زیادی وجود داشت که در زمان‌های مختلف، موفق به رفع آن‌ها شدیم. شیطنت‌هایی نیز در زمینه عدم تاسیس تعاونی وجود داشت و کسانی بودند که به خاطر منافع شخصی شان مانع این امر شدند، با این حال تمام این موانع برطرف شد و در آذرماه ۱۴۰۱، تعاونی تشکیل شد. این تنها بخشی از صحبت‌های فرهاد فدوی اردستانی، مدیرعامل شرکت تعاونی تامین نیاز قطعه‌سازان خودروی کشور «همسو» است که در گفت‌وگو با ما مطرح شده است. وی بر این باور است که تشکیل تعاونی یک پروسه است و اینکه تعاونی می‌خواهد چه کارهایی انجام دهد و یا چگونه انجام شود، یک پروسه دیگر است. مشروح این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

کسب و کار صنعت قطعه‌سازی و تسهیل امور مربوط به زنجیره تامین مواد اولیه، ارتقاء نقدینگی، توسعه سهم بازار قطعه‌سازی، صادرات، ارتقای توان پشتیبانی و لجستیکی، بازاریابی و توسعه شبکه فروش، افتر مارکت و سایر موضوعات مهم مرتبط با فعالیت‌های تولیدی قطعه‌سازان در سراسر کشور فعالیت خواهد کرد. عضویت در این ساختار می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های سربار شرکت‌ها شود. برای مثال، در کشورهایی صاحب صنعت خودرو مانند فرانسه، تعاونی‌ها تاثیرگذار و قطعه‌سازان در قالب یک تعاونی مشغول به فعالیت هستند که این مدل نیز می‌تواند در ایران اتفاق بیافتد. خوشبختانه وزارت تعاون هم به عنوان یک نهاد نظارتی بسیار پویا عمل می‌کند. البته هنوز مشکلاتی وجود دارد، اما با توجه به حجم و گستردگی تعاونی‌ها که اکنون تخصصی‌تر کار می‌کنند، پیشرفت‌های قابل توجهی در این وزارتخانه حاصل شده است. به عنوان تنها تعاونی تامین نیاز قطعه‌سازان خودروی کشور، مذاکرات طولانی و گسترده‌ای داشتیم. اولین حضور رسمی مادر نمایشگاه سال گذشته با یک غرفه ۶۰ متری بود که در آنجا مذاکرات زیادی با قطعه‌سازان انجام دادیم. همچنین جلساتی با انجمن قطعه‌سازان همگن کشور داشتیم؛ چرا که تمام اعضای ما عضو این انجمن هستند. هدف ما این بود که فارغ از تمام تفکرات متناقضی که ممکن است در هر مجموعه‌ای وجود داشته باشد، یک رابطه دوستانه و موثر با قطعه‌سازان ایجاد کنیم که این رابطه به مرور زمان باعث شد که بتوانیم شرکت‌های بزرگ و مهمی را به تعاونی جذب کنیم. شایان ذکر است، در ابتدا با حدود ۲۰۰ شرکت مذاکره کردیم؛ البته در ابتدا بسیاری از آن‌ها تمایلی به عضویت در تعاونی نداشتند، اما به مرور زمان و با تلاش‌های بسیار، توانستیم شرکت‌های بزرگ و معتبر را جذب کنیم. اکنون می‌توانیم بگوییم که برخی از خاص‌ترین شرکت‌های صنعت قطعه‌سازی کشور، عضو تعاونی هستند که آذین خودرو، گروه برنز، شرکت نصیر لوازم، لنت آسیا، لنت ایران، لنت پارس، فرا قوم، گروه نوآوران ابری، پارت کوشا بسیار، گروه صنعتی چکاد، صبوران پلیمر، نیاکو و گروه امیرنیا، مددرویان و... از جمله آن‌ها محسوب می‌شوند. همچنین شرکت‌های پل



آیا هم‌اکنون تصویر مثبتی از تعاونی در صنعت قطعه‌سازی خودرو وجود دارد؟

متأسفانه در اذهان عمومی، تعاونی‌ها تعریف درست و مثبتی ندارند؛ شاید به دلیل مشکلات عدیده‌ای که حضورشان در اوایل انقلاب و دهه ۶۰ و ۷۰ بیشتر در حوزه تعاونی‌های مصرفی و مسکن شناخته شده بودند. همین موضوع باعث شده بود که تفکرات مثبتی در مورد تعاونی در صنعت قطعه‌سازی خودرو وجود نداشته باشد. هدف ما این بود که این تفکر را تغییر دهیم. می‌خواستیم به آن‌ها بگوییم که شرایط تعاونی‌ها تغییر کرده و رویکرد اصلی تشکیل ساختار این تعاونی ایجاد فضای اتحاد، مشارکت فعال همه قطعه‌سازان اعم از کوچک و بزرگ در زمینه‌های فنی، اقتصادی و مدیریتی می‌باشد که این امر در سایه ایجاد تعامل نزدیک و سازنده با قطعه‌سازان کشور میسر خواهد شد. در نگاهی کلان‌تر بگوییم؛ تعاونی تامین نیاز قطعه‌سازان خودروی کشور با هدف کمک به بهبود فضای

آستارا و آوا توسعه آریا که در صنعت خودرو نقش بسیار موثری دارند نیز به ما پیوسته‌اند. این شرکت‌ها در حوزه قطعه‌سازی نقش‌های کلیدی دارند و خوشحالیم که توانستیم به هدف اولیه‌ای که هیات مدیره برای ما تعیین کرده بود، دست پیدا کنیم.

به منظور بهبود فضای صنعت قطعه‌سازی کشور چه اقداماتی انجام شده است؟

خوشبختانه تا حدود زیادی این هدف محقق شده است. با مذاکرات گسترده‌ای که با شرکت‌های بزرگ و معتبر انجام دادیم، توانستیم قدم‌های مثبتی در این زمینه برداریم و به نتایج خوبی دست پیدا کنیم. در حال حاضر برخی از بزرگ‌ترین و تاثیرگذارترین شرکت‌های این صنعت عضو تعاونی تامین نیاز هستند و این موضوع به ما کمک کرده است تا فضای صنعت قطعه‌سازی را بهبود ببخشیم و به اهداف مان نزدیک‌تر شویم. برنامه‌ریزی‌ها را به گونه‌ای تنظیم کرده‌ایم که پیشرفت‌ها به تدریج در حال وقوع هستند. به عنوان مثال، در حوزه افتر مارکت، در حال حاضر با ۵۷ عضو دائم و حدود ۴۵ عضو دیگر که به صورت غیر رسمی با ما همکاری می‌کنند، توانسته‌ایم یک سبد کالایی شامل تقریباً یک هزار قطعه را فراهم و مذاکره برای توزیع آن‌ها را انجام دهیم. البته این کار نیازمند یک شبکه گسترده و یک فرآیند توزیع قوی و برنامه‌ریزی منسجم و دقیق است. اولین اقدام ما ثبت برند «همسو» بود که هم اکنون در سامانه تجاری ثبت شده و برند انگلیسی آن نیز در مراحل نهایی ثبت قرار دارد. علاوه بر این، تعاونی را در دو کمیسیون صنعت و کمیسیون صادرات اتاق تعاون ایران عضو کردیم. این دستاوردها به سادگی حاصل نمی‌شود و برای یک شرکت نوپا که فقط یک سال از تاسیس آن گذشته است، یک موفقیت بزرگ محسوب می‌شود. رایزنی‌های گسترده‌ای انجام شد و ارتباطات موثری برقرار شد که در نهایت، این تلاش‌ها به ثمر نشست. در مجامع مختلف کشور و حتی برخی از بازار گانان خارجی منطقه، تعاونی ما به عنوان یک مرجع معتبر و تامین کننده قطعات شناخته می‌شود و در صنعت قطعه‌سازی تاثیر گذار است. ما زیرساخت‌ها و بسترهای لازم را فراهم کرده‌ایم و شرکت اکنون در وضعیت بسیار خوبی قرار دارد. حالا تنها چیزی که نیاز داریم، هم‌دلی اعضای تعاونی است تا بتوانیم افتر مارکت را به طور کامل ایجاد کنیم. خوشبختانه برخی از شرکت‌ها با این رویکرد همراه شده‌اند و در حال حاضر با ما همکاری می‌کنند و تمامی لیست‌ها و برنامه‌ها را آماده کرده‌ایم.

برای ورود به عرصه تامین مواد اولیه قطعه‌سازان چه تدابیری اتخاذ کرده‌اید؟

در این رابطه، مذاکراتی با مجموعه‌های بازرگانی، پتروشیمی و فولاد انجام داده‌ایم، با این حال اولویت اول ما ایجاد اعتماد بین قطعه‌سازان و اعضای تعاونی است. هنوز هم برخی از افراد با شک و تردید به این مساله نگاه می‌کنند. ورود به عرصه تامین مواد اولیه نیاز به سرمایه‌گذاری زیادی دارد و در حال رایزنی با بانک‌ها هستیم تا تسهیلات و وام‌های لازم را برای این هدف فراهم کنیم. لازم به ذکر است، قطعه‌سازان بزرگ به دلیل حجم بالای خرید و گردش مالی‌شان، به صورت مستقیم با کارخانه‌های فولاد و پتروشیمی در ارتباط هستند و شاید نیازی به تعاونی نداشته باشند، اما قطعه‌سازان متوسط و کوچک به دلیل حجم خرید پایین، به حمایت نیاز

دارند. این شرکت‌ها نمی‌توانند از بورس خرید کنند، زیرا کف خرید از بورس ۵۰ یا ۱۰۰ تن است، در حالی که نیاز آن‌ها شاید تنها ۱۰ تن در ماه باشد و مجبور هستند به قیمت آزاد از بازار تهیه کنند. در حال جمع‌آوری آمار و اطلاعات دقیق در این زمینه هستیم تا بتوانیم به این شرکت‌ها کمک کنیم. میزان مصرف مواد اولیه، چه پلیمری و چه فلزی، به خصوص در بحث ورق‌ها، بسیار قابل توجه است. اگر بتوانیم همه شرایط لازم را فراهم کنیم و شرکت‌ها همراه شوند، می‌توانیم ماهانه نزدیک به ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ تن ورق برای آن‌ها تامین کنیم، زیرا این نوع مواد مصرفی برای قطعه‌سازان بسیار حیاتی است. این مذاکرات در حال انجام است و تیم بازرگانی مادر در حال پیگیری این موضوع است. هدف این است که تمام قطعه‌سازان را در اولین مجمع گرد هم آوریم، تا بید همه اعضا را دریافت کنیم و فعالیت‌های اقتصادی خود را به صورت رسمی آغاز کنیم؛ این شروع یک کسب و کار جدید خواهد بود.

آیا به منظور پیشرفت صنعت قطعه‌سازی کشور ارتباط مناسبی با انجمن همگن قطعه‌سازان خودرو دارید؟

اگر با هم همکاری نکنیم، عملاً به صنعت قطعه‌سازی ضربه می‌زنیم. اعضای تعاونی که همگی در این صنعت شناخته شده هستند، ایده تعاونی را مطرح کرده‌اند. وقتی می‌گوییم که تعاونی با زوی اجرایی انجمن همگن است؛ یعنی ما هیچ تعارضی با یکدیگر نداریم. انجمن همگن قطعه‌سازان خودرو در سطح کلان سیاست‌گذاری و مذاکره را انجام می‌دهد و پس از آن، تعاونی وارد میدان می‌شود تا به عنوان یک زنجیره تامین قدرتمند برای صنعت خودرو عمل کند. هر چند ما هنوز یک مجموعه نوپا هستیم و باید در برخی از جنبه‌ها خود را اثبات کنیم. درست است که در حوزه مدیریتی و زیرساخت‌ها تقریباً به تکامل رسیده‌ایم، اما در عمل باید به قطعه‌سازان ثابت کنیم که می‌توانند به ما اعتماد کنند و این همکاری موثر خواهد بود. تا زمانی که نتوانیم اعتماد قطعه‌سازان را به طور کامل جلب کنیم، تنها با گفت‌وگو و وعده‌های زیانم می‌توانیم آن‌ها را متقاعد کنیم. ممکن است که در ظاهر تایید کنند، اما در باطن همچنان تردید خواهند داشت؛ به همین دلیل این مسیر را با همکاری انجمن به صورت آهسته و سنجیده پیش می‌بریم. از تجارب گذشته درس گرفته‌ایم و نمی‌خواهیم مسیری را تکرار کنیم که منجر به شکست تشکیل‌های قبلی شد و تفکر همکاری تیمی در صنعت قطعه‌سازی دوباره مختل شود. ■

در حال حاضر برخی از بزرگ‌ترین و تاثیرگذارترین شرکت‌های این صنعت عضو تعاونی تامین نیاز هستند و این موضوع به ما کمک کرده است تا فضای صنعت قطعه‌سازی را بهبود ببخشیم و به اهداف مان نزدیک‌تر شویم



Karokit کاروکیت

اکوسیستم تحول دیجیتال در صنعت خودرو

مدیریت لجستیک
هوشمند



سیستم های تجزیه
و تحلیل داده ها



شبکه گسترده
نمایندگی کل کشور



پلتفرم جامع فروش



ویژگی های
اصلی و کاربردی
کاروکیت

مدیریت سفارشات
و انبار



زنجیره تامین
یکپارچه



حفظ امنیت و حریم
خصوصی



معاملات اعتباری





گفت و گوی اختصاصی با عباس جوکار

در این بخش می‌خوانیم:

- عدم امکان صادرات به دلیل افزایش نرخ ارز
- هدف راهبردی ما تولید نان‌های فراسودمند است
- تولید محصول طبیعی و انرژی‌زا برای ایجاد تنوع در سبد کالایی

مدیرعامل شرکت تعاونی تلاشگران تنگسیر لیان بیان کرد

تولید محصول طبیعی و انرژی زا برای ایجاد تنوع در سبد کالایی

عارف فغانی

عباس جوکار، مدیرعامل شرکت تعاونی تلاشگران تنگسیر لیان است که از کودکی به حوزه تولید علاقه داشت و در این مسیر پیچ و خم‌های فراوانی را گذرانده تا به جایگاه قابل قبولی در زمینه تولید دست پیدا کند. وی در دوران کارمندی، در یک شرکت پیمانکاری، به دنبال تولید اختصاصی، کارگاهی در زمینه محصولات خرمایی راه‌اندازی کرد که در آن دوره بازار چندانی نداشت. جوکار برای دستیابی به آینده‌ای ایده‌آل اطلاعاتی را در خصوص فرآورده‌های خرمایی جمع‌آوری کرد که نتیجه این اقدام، به تولید خرمای شکلاتی در طعم‌های مختلف منجر شد که هم‌اکنون بازار داخلی و صادراتی خوب و اشتغال چشمگیری ایجاد کرده است. نکته جالب توجه اینکه در حال حاضر بیش از ۱۴۰ نفر از این طریق به‌طور مستقیم مشغول به کار شده و با افزایش فروش و تقاضا بر تعداد آن‌ها افزوده می‌شود. مشروح گفت‌وگوی ما با این مدیر جوان را در ادامه بخوانید.

به گونه‌ای تولید شده که به‌رغم آنکه ۹۰ درصد محصول از خرما و مغز بادام است، بافرآیندی که روی شکلات آن انجام شده، طعم خرما کمتر احساس شده و مزه غالب آن شکلات است، به همین دلیل بسیاری از مادران به منظور تامین خوراک کودک خود به این محصول روی می‌آورند.

به منظور جلب اعتماد مردم برای استفاده از خرمای فرآوری شده چه تدابیری اتخاذ کردید؟

خرما به عنوان یک محصول سنتی و ایرانی، طی سال‌های سال مورد مصرف مردم بوده است. از جمله چالش‌هایی که در روند تولید این محصول داشتیم، این بود که معمولاً در استان‌های ما که خرماخیز است و مردم به خرمای ارزان دسترسی دارند، تمایل کمتری برای محصولات فرآوری شده از خرما و از جمله خرمای شکلاتی وجود داشت یا انتظار رایج بر این بود که قیمت این محصول بسیار پایین تعیین شود، ولی با این حال افرادی که گرایش کمتری به خرما داشتند، معمولاً از جمله خریداران عمده خرمای شکلاتی بودند. البته با گذشت زمان، شناخت این محصول و تنوع طعمی که دارد، به تدریج فروش ما در استان‌های خرماخیز بیشتر از سایر شهرها شد و حتی در بازارهای جهانی نیز تقاضا برای این محصول افزایش یافته است. تنوع طعمی که این محصول دارد، تلفیقی از خرما، مغز بادام و شکلات در طعم‌های شیر، موز، توت فرنگی، گز و سوهان، قهوه، کاکائو تلخ ۷۰ درصد است که با خرما تفاوت‌های زیادی دارد و همین موضوع موجب خرید آن از سمت افرادی شد که علاقه‌ای به خرما ندارند. هم‌اکنون نیز به عنوان یک محصول لوکس و متفاوت در بازارها عرضه شده و جذابیت لازم را با بسته‌بندی متنوع کسب کرده است.

برای ترغیب مشتریان خود و همچنین معرفی محصولات تولیدی چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

افرادی که به سلامت خود اهمیت می‌دهند، قطعاً به استفاده از خرما و محصولات آن روی می‌آورند. در خرمای شکلاتی از طعم و رنگ



چه عاملی باعث شد تا در زمینه تولید خرما فعالیت کنید و تاکنون برای توسعه فعالیت‌های خود در شرکت تعاونی تلاشگران تنگسیر لیان چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

خرما و ماهی دو محصول مهم استان بوشهر است که بنده در مسیر کسب و کار خود، خرما را انتخاب کردم که متأسفانه به دلیل بی‌توجهی‌ها به صورت خام و فله عرضه می‌شد. از آنجایی که یکی از اولویت‌های بنده در تولید، تمرکز بر نوآوری بود، به سمت تولید خرمای شکلاتی رفتم که عامه‌پسندتر بود. به لطف خدا در این حوزه موفق بودم و با تولید خرمای شکلاتی در طعم‌های مختلف، برگ برنده بازار را به دست آوردم. این شرکت از زمان تأسیس خود در سال ۱۳۹۷ تاکنون روند رو به رشدی را طی کرده است. از آنجایی که بسیاری از کودکان، نوجوانان و حتی بزرگسالان علاقه‌ای به خوردن خرما ندارند، تبدیل این محصول به شکلات، قدم موثری در ترویج استفاده از آن بود. خرمای شکلاتی



توت‌فرنگی برای ترغیب دختر بچه‌ها به مصرف خرما، از طعم موز برای پسر بچه‌ها و طعم شیر به عنوان طعمی عامه‌پسند برای همه سنین استفاده شده است. همچنین در شرکت تنگسیر، تلفیقی از طعم سنتی گز و سوهان و خرما تولید شده که نتیجه بسیار خوبی از آن حاصل شده است. یکی دیگر از اقدامات ما ترکیب طعم خرما با قهوه برای علاقه‌مندان به این طعم است. از طعم شکلاتی نیز به عنوان یک طعم عامه‌پسند استفاده می‌شود و از طعم شکلات تلخ هم برای افرادی که به شکلات تلخ علاقه دارند. به طور کل تلاش بر این بوده تا از طعم‌هایی استفاده شود که گروه‌های سنی مختلف را پوشش داده و جذابیت کافی را در بین آنان داشته باشد. در بازارهای جهانی و در حوزه بین‌الملل نیز همین طور است، به طوری که کشورها نسبت به برخی از طعم‌ها کشش بیشتری دارند. به عنوان مثال، کشور سوئیس به عنوان مهد شکلات به طعم خرمای شکلاتی قهوه و شکلاتی یا کشور ترکیه به طعم خرمای شکلاتی توت‌فرنگی گرایش بیشتری دارند. کشورهای دیگر نیز به همین منوال نسبت به طعم‌های میوه‌ای یا طعم‌های شکلاتی و... سلاقی متفاوتی دارند. برنامه‌های مامعد تا تبلیغاتی است، از این رو سعی کردیم تادر رویدادهای برگزار شده، تابلوهای تبلیغاتی در فرودگاه‌ها و مکان‌های مختلف، محصول را به عموم مردم حاضر در آن معرفی کنیم. همچنین اطلاع رسانی‌هایی از این محصول در سایت فروشگاهی تنگسیر مارکت (www.tangesirmarket.com) و صفحه اینستاگرام و فضای مجازی انجام شده و روز به روز در حال توسعه است. افزایش فروش این محصول این نوید را به ما می‌دهد که مردم هر سال آگاه‌تر شده و تمایل بیشتری نسبت به آن داشته باشند. در مسیر فروش به یقین کامل رسیده‌ایم که هر کس از این محصول مصرف کند، قطعاً جهت خرید آن اقدام می‌کند، به همین دلیل در تبلیغات، شرایط برای تست آن فراهم شده است.

به منظور عرضه محصولات به بازارهای جهانی چه برنامه‌هایی را مورد توجه قرار دادید؟

ما یک محصول سنتی را تبدیل به صنعتی کردیم تادر بازارهای جهانی عرضه شود، بر این اساس با استفاده از دستگاه‌ها و ماشین‌آلات مربوط به محصولات غذایی دیگر و ایجاد تغییرات لازم روی این ماشین‌آلات از آن در فرآیند تولید خرمای شکلاتی استفاده کردیم. با توجه به این موضوع بسیاری از کسانی که بعد از ما وارد این عرصه شده، به دلیل عدم دسترسی به این نوع ماشین‌آلات تغییر یافته که از ابتکارات ما به شمار می‌رود، موفقیت چندانی حاصل نکرده‌اند. حتی بسیاری از مشتریان خارجی تقاضای خرید این نوع خط تولید را داشته‌اند که نشان از وجه تمایز آن با خط تولید دیگر شرکت‌های مشابه دارد. هم‌اکنون این نوع دستگاه و ماشین‌آلات به دلیل تطابق با استانداردهای بین‌المللی توجه هر مشتری خارجی را جلب کرده است.

محصولات شرکت تعاونی تلاشگران تنگسیر لیان چه تمایزی نسبت به دیگر برندها دارد؟

وجه تمایز ما همان تنوع طعم و بسته‌بندی است که روز به روز در حال

افزایش کیفیت و تحقق ایده‌های نو است. این محصول فرآوری شده، خام نیست و از دید بسیاری نیز ارگانیک است، چرا که ۹۰ درصد آن از خرما با مغز بادام تشکیل شده و تنها در هر خرما فقط دو تاسه گرم شکلات استفاده شده که نشان از سلامت آن دارد. شایان ذکر است، ما خرما را به طور مستقیم از کشاورزان خریداری می‌کنیم که پیش از این با چالش پیدا کردن مشتری مواجه بودند، اما بعد از ورود شرکت تعاونی تلاشگران تنگسیر لیان به عرصه تولید خرمای شکلاتی طعم‌دار و همچنین دیگر کارخانجات فرآوری خرما این تقاضا بیشتر شد و خرما از نظر قیمتی نیز با تغییراتی به سود کشاورز مواجه شده است.

آیا برنامه‌ای برای افزایش طعم‌های محصولات تولیدی دارید؟

قطعاً با توجه به راه‌اندازی سایت و پیج در اینستاگرام، نظرات و سلاقی مشتریان به ما اطلاع رسانی شده و حتی مشتریان خارجی علاقه‌مند به گز و سوهان نیز نظرات خود را مطرح کرده‌اند، به همین دلیل این طعم‌ها به محصول اضافه شده است. همچنین به پیشنهاد دوستان خارجی، دو طعم دیگر نیز در دست تولید است که در برنامه کاری ما قرار گرفته و تا اواخر سال به جمع ۷ طعم دیگر محصولات ما اضافه خواهد شد.

و سخن آخر...

بنده به عنوان کسی که تمام انرژی و وقت خود را صرف این کار کرده‌ام و به ادامه این مسیر از سوی نسل‌های آینده امید دارم، در صدد هستم تا محصولاتی بر پایه خرما تولید کنم که متنوع بوده و در آینده سبب محصولات این شرکت را متنوع سازد. این موضوع جدا از اینکه یک محصول طبیعی و انرژی‌زا را وارد بازار مصرف می‌کند، تاثیر زیادی هم در فروش محصولات کشاورزی ایجاد خواهد کرد. تلاش بنده در این حوزه متمرکز است و اگر قابل باشیم، به امید خدا نام نیکی از خودمان به یادگار خواهیم گذاشت تا دیگران نیز این مسیر را ادامه دهند. ■



ما یک محصول سنتی را تبدیل به صنعتی کردیم تا در بازارهای جهانی عرضه شود، بر این اساس با استفاده از دستگاه‌ها و ماشین‌آلات مربوط به محصولات غذایی دیگر و ایجاد تغییرات لازم روی این ماشین‌آلات از آن در فرآیند تولید خرمای شکلاتی استفاده کردیم

مدیرعامل شرکت فرآورده‌های گوشتی رباط کریم تاکید کرد

عدم امکان صادرات به دلیل افزایش نرخ ارز

مینا افتخاری

یکی از افتخارات بزرگ فعالان صنعت غذا این است که سر سفره مردم حضور دارند و از این فرصت و نعمت بزرگ باید در تعریف چشم‌اندازها بهره گرفت. همچنین باید به صورت جدی به این مفهوم در یک چارچوب و منشور اخلاقی توجه داشت و نگاه این باشد که در نهایت مصرف‌کننده نهایی خود ما هستیم و به اصول و معیارها پایبند باشیم. مصطفی عبداللهی، مدیرعامل شرکت فرآورده‌های گوشتی رباط کریم در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» به همکاران خود توصیه می‌کند که به این موضوع توجه کنند که اگرچه سودآوری خوب است، اما نباید به قیمت نابودی نسل آینده و سلامت مردم تمام شود. همه صنوف مواد غذایی باید در صدد تولید غذای سالم و تضمین سلامت نسل آینده کوشا و متعهد باشند. ماحصل این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

آیا برنامه‌ای برای توسعه فعالیت‌های خود دارید؟

به این منظور سه خط تولید جدید در دستور کار قرار گرفته و یک‌الی دو مورد آن مانند همبرگر و ساندویچ بهره‌برداری خواهد شد. متأسفانه در حال حاضر به صورت غیر اخلاقی از نام تجاری رباط در عرضه محصولات غذای آماده ساندویچ، سس و پیتزای آماده مورد سواستفاده قرار می‌گیرد که باید اطلاع‌رسانی لازم صورت گیرد که محصولات یادشده با نام رباط فارسی، محصولات تولید شده در شرکت فرآورده‌های گوشتی رباط نمی‌باشد. با این حال با توجه به تلاش‌ها و اقدامات انجام شده، برنامه تولید ساندویچ با برند قازاریان را در دستور کار قرار داده‌ایم که امیدواریم به زودی در دسترس مشتریان محترم قرار گیرد.

هم‌اکنون این شرکت در زمینه تولید چه محصولاتی فعالیت دارد؟

در حال حاضر محصولات تولیدی این شرکت با دو برند فعال به نام رباط و قازاریان به بازار عرضه می‌شود. هم‌اکنون حدود ۷۰ محصول پایه و ۱۸۰ محصول نهایی با بسته‌بندی‌های متفاوت و قیمت رقابتی به بازار عرضه می‌شود. هرچند که باید گفت، بنده به موضوع رقابت اعتقادی ندارم و بر این باورم که هم‌اکنون ما در شرایطی هستیم که رقابت صرفاً موجب جنگ فرسایشی و افزایش هزینه‌ها خواهد شد، از این رو تلاش داریم تا با مدیریت هزینه‌ها بتوانیم آثار مخرب افزایش تورم را به سود مشتریان مدیریت کنیم تا همچنان کیفیت در حد کمال حفظ شود.

آیا آماری از میزان مصرف سوسیس و کالباس در کشور دارید؟

سایز بازار محصولات فرآورده‌های گوشتی در ایران حدود ۶۰۰ هزار تن در سال است که تماماً توسط شرکت‌ها و واحدهای تولیدی عرضه می‌شود. دیدمندی کنونی مردم نسبت به کیفیت سوسیس و کالباس ریشه در عدم تمرکز سیاست‌های این صنعت دارد. پراکندگی سیاست‌گذاری و حوزه‌های نظارتی که از یک استاندارد واحد تبعیت نمی‌کنند و بعضاً سلیقه‌ای و بدون دانش تخصصی اقدام به صدور بخشنامه یا روش‌های اجرایی می‌کنند، از جمله عواملی است که باعث شده، تمرکز بین پرود و



چطور شد که فعالیت در صنعت غذا را آغاز کردید و به آن علاقه‌مند شدید؟

قبل از فعالیت در صنعت غذا، گیاه‌خوار بودم و در کی از مصرف گوشت و مرغ نداشتیم تا اینکه با مرور زمان با افزایش شناخت این حوزه، جذابیت آن برای بنده بیشتر شد. همان‌طور که از تجربه فعالیت در عرصه فرآورده‌های گوشتی پیداست، با هر تغییر کوچک، شرایط می‌تواند محصول نهایی را خلق کند. یکی از بخش‌هایی که در آن فرصت یادگیری این عرصه فراهم شد، انجمن فرآورده‌های گوشتی بود که استاد فلاحی، موسس این انجمن و دکتر قازاریان، استاد دامپزشکی دانشگاه تهران موسس گوشت رباط کریم در این انجمن حضور داشتند و نکات ارزنده‌ای را اظهار کردند. دکتر قازاریان؛ مدیر پروژه اولین کارخانه جوجه‌کشی صنعتی در ایران، تدوین‌کننده استاندارد ۳۰۳، موسس انجمن فرآورده‌های گوشتی ایران و رئیس هیات مدیره شرکت میکاتیلیان است و مهمترین مشخصه کار وی، توجه به مقوله کیفیت بود که الگوی افراد فعال در مسیر اقدامات تولیدی این شرکت است.



تقریباً حجم قابل توجه نیاز بازار توسط شرکت‌های داخلی تامین می‌شود و تنها کمتر از ۵ درصد از این محصول وارداتی است. از سوی دیگر، به دلیل افزایش نرخ برابری ارز، امکان صادرات تقریباً غیر ممکن است، چون محصولات ایرانی در بازارهای صادراتی از نظر قیمتی، قدرت رقابت را نخواهد داشت

اگرچه انجمن صنایع فرآورده‌های گوشتی ایران ارتباط خوبی با بخش‌های دولتی برقرار و جلساتی را با آنان دایر کرده، اما گوش شنوایی برای شنیدن حرف‌ها نیست. افراد مشغول در بخش سیاست‌گذاری، ابتدا و انتهای فرآیند را نمی‌دانند و مدام در حال تولید بخشنامه‌ها و تصمیمات متعدد در تمام حوزه‌ها هستند که در نهایت چیزی جز پراکندگی تصمیمات، سردرگمی مجریان و نارضایتی فعالان اقتصادی را در پی نداشته است. وقتی نتوان قیمت تمام‌شده را برای یک هفته پیش‌بینی کرد، قطعاً نمی‌توان بررسی درستی از آینده بازار داشت. در عرصه سیاست‌گذاری اقتصاد کلان هیچ‌وقت بهره‌برداری از خرده‌جمعی فعالان و خبرگان بخش صنعتی مطرح نبوده و یا از نظر بخش خصوصی واقعی استفاده‌ای نشده است. در شرایط کنونی بخش خصوصی حتی مجبور به انجام کارهایی است که در واقعیت مسئولیت آن به بخش‌های دولتی واگذار شده که می‌توان به بهره‌مندی از خدمات شهری، کارگزار مالیاتی و... اشاره کرد.

در شرایط کنونی سیستم مالیات‌ستانی را چطور ارزیابی می‌کنید؟

پیچیدگی این صنعت شاید در صنایع دیگر قابل لمس نباشد. به عنوان مثال، مواد اولیه در این صنعت بسیار حساس است و به دلیل محدودیت زمان و در صورت عدم تسلط بر امور فنی، با کسورات شدید مواجه خواهیم شد که اثر آن در صورت‌های مالی هزینه‌ای قابل مشاهده خواهد بود. موضوع دیگر به مالیات مربوط می‌شود. در شرایط کنونی سیستم مالیات‌ستانی به گونه‌ای است که اگر یک تولیدکننده سواد لازم در این حوزه را نداشته باشد، در نهایت با هزینه‌های سنگینی مواجه می‌شود. نکته دیگر به سیاست‌گذاری‌های توری دولت‌ها بازمی‌گردد که برنامه‌ریزی را مختل کرده و تولید بدون پیش‌بینی و برنامه‌ریزی قطعاً با ریسک بالایی همراه است.

آیا شرایط صادرات محصولات غذایی فراهم است؟

تقریباً حجم قابل توجه نیاز بازار توسط شرکت‌های داخلی تامین می‌شود و تنها کمتر از ۵ درصد از این محصول وارداتی است. از سوی دیگر، به دلیل افزایش نرخ برابری ارز، امکان صادرات تقریباً غیر ممکن است، چون محصولات ایران در بازارهای صادراتی از نظر قیمتی، قدرت رقابت را نخواهد داشت. با توجه به این موضوع برخی از تولیدکنندگان برای عرضه محصول خود به بازارهای خارجی در همان کشورهای مقصد، واحد تولیدی را اندازه‌ای کرده‌اند تا شرایط برای عرضه نیز فراهم باشد. ■

نظارت و ارزیابی شرکت‌ها به درستی صورت نگیرد. به عنوان مثال، در حال حاضر صدور پروانه تولید از دوزارخانه صنعت، معدن و تجارت و جهاد کشاورزی صورت می‌گیرد و علاوه بر این، تعداد سازمان‌های نظارتی از عدد ۴ در این صنعت گذشته است.

چه نظری درباره سیاست‌گذاری در حوزه غذا دارید؟

تعدد مراکز باعث شده که سیاست‌گذاری در حوزه غذا با پراکندگی تصمیم روبرو باشد که قطعاً باید نسبت به این عارضه اقدامات حاکمیتی انجام شود. صنعت غذا به عنوان یک صنعت استراتژیک شناخته می‌شود و بدون توجه به اهمیت صنعت غذا مفهوم امنیت ملی بی‌معنی است. بر این اساس باید در قالب قوانین یکپارچه اقدامات لازم را برای هماهنگی میان سازمان‌ها، دوزارخانه‌ها و... انجام داد تا پراکندگی به تمرکز و یکسان‌سازی فرآیندهای برنامه‌ریزی، سازماندهی، آموزش و نظارتی تبدیل شود. مفهوم برنامه‌ریزی به هیچ عنوان در دستور کار مدیران ارشد سازمان‌ها و نهادهای سیاست‌گذار در سطح ملی نیست. نمونه بارز آن، نوسانات چند ساله اخیر در پیش‌بینی عرضه و تقاضای مواد خام دامی می‌باشد که هر چند وقت یک‌بار شاهد بی‌برنامگی در این حوزه هستیم که اثرات سوء آن منجر به افزایش هزینه‌ها برای تولیدکنندگان و در نهایت کاهش قدرت گردش مالی شرکت‌های تولیدی و بدتر از آن، عدم دسترسی مصرف‌کننده نهایی به محصولات پروتئینی با قیمت منصفانه و واقعی شده است.

آیا دسترسی به مواد اولیه در این صنعت به راحتی امکان‌پذیر است؟

در بحران‌های اقتصادی قطعاً کالای لوکس از سبد خرید مصرف‌کنندگان با سرعت بالایی حذف می‌شود و بخش بزرگی از محصولات این صنعت، جزو کالای لوکس تعریف می‌شوند، بر همین اساس کاهش تقاضا منجر به کاهش فروش می‌شود. بیش از ۹۰ درصد مواد اولیه مصرفی در این صنعت از قبیل ادویه‌ها، طعم‌دهنده‌ها، فسفات، نیترات و ماشین‌آلات و قطعات و حتی مرغ و گوشت به نوعی تحت تأثیر مستقیم نوسانات ارزی قرار دارند و همین موضوع اولاً منجر به سختی دسترسی به مواد اولیه شده و ثانیاً برنامه‌ریزی نقطه سفارش مواد اولیه و قیمت‌گذاری را دچار بحران کرده که این موارد، منجر به افزایش هزینه تولید شده است. از سوی دیگر، رانت ارز دولتی به جیب رانت‌خواران رفته و سودی از آن به تولیدکننده نرسیده است. مورد دیگر برای تولیدکننده، قانون مالیات بر ارزش افزوده است و به نوعی ما کارگزار بدون موجب دولت شده‌ایم. این موضوع بسیار انرژی‌بر و منجر به افزایش قیمت برای مشتریان نهایی شده است. حسابرسی‌های تامین اجتماعی، مالیات‌های بدون دلیل از قبیل مالیات بر کسب و پیشه و... باعث شده تا تولیدکنندگان این صنعت با مشکلات عدیده‌ای مواجه شوند. این نگاه و سیاست‌گذاری چیزی نیست، جز سیاست‌های ضد تولیدی که در چنین شرایطی، قطعاً بنگاه‌های بزرگ فضایی برای رشد نخواهند داشت و بنگاه‌های کوچک نیز روزه امیدبخشی برای ماندگاری ندارند. دولت هنوز تکلیف خودش را با تولیدکننده مشخص نکرده و نگاه‌ها به تولید مشخص نیست، چرا که فقط به عنوان بخشی که می‌تواند هر آنچه کسر دارد را از آن جبران کند، به همین دلیل برخلاف دیگر کشورها که روزه‌به‌روز در حال توسعه هستند، فضای سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی و آمار آن‌گران کننده است.

چه عواملی باعث نارضایتی فعالان اقتصادی در کشور شده است؟



قائم مقام مدیر عامل هلدینگ نامی نیک نهاد (سه نان)

هدف راهبردی ما تولید نان های فراسودمند است

المیرا اکرمی



ما به تولید نان های فراسودمند اعتقاد داریم و هر کدام از محصولات ما ویژگی های خاص خود را دارد که با توجه به جدول ارزش غذایی هر محصول، تمامی سلیقه ها را پوشش می دهد

با توجه به تنوع، سلامت محور بودن، ماندگاری و کیفیت بالای نان های مدرن و از طرفی، به روز شدن و تغییر سبک زندگی، به نظر می رسد که در آینده گرایش عمومی به سمت نان های بسته بندی شده که تنوع بالایی نیز دارد، بیشتر شود. اگر اقتصاد قوی تر و بدون نوسان در کشور حاکم باشد، این روند رو به رشد بازار نان های مدرن در نهایت باعث افزایش سلامت جامعه و کاهش هزینه های درمان خواهد شد. مهندس نامی بابایی، قائم مقام مدیر عامل هلدینگ نامی نیک نهاد (سه نان) ضمن بیان مطالب فوق بر این نکته اذعان دارد که این مجموعه طی ۱۶ سال اخیر با هیچ گونه افتی روبه رو نبوده و در بدترین شرایط اقتصادی هم فعالیت داشته است. مشروح مصاحبه ما با این فعال صنعت غذا را بخوانید.

جایگزین مناسب و سالمی برای انواع کیک و شیرینی است. در حال حاضر نیز به طور میانگین ۱۵۰ تن در روز از این تنوع نان تولید می شود که در این پروسه ۶۶۰ نفر مشغول به کار هستند که با تعداد افراد شاغل در نمایندگی ها به ۲ هزار نفر می رسد.

کیفیت برند و توجه ویژه به نیروی انسانی تا چه اندازه مورد توجه شماست؟

خلاقیت در شرکت سه نان اولویت است، از این رو شاید جوایز و هدایایی که دریافت کردیم، چندان اهمیتی برای عموم نداشته باشد. کیفیت یک برند، بزرگ ترین افتخار برای صاحبان و پرسنل برند خواهد بود. محصولات سه نان حاصل پرورش و شکوفایی نیروی انسانی بوده که باعث ایجاد خلاقیت و نوآوری در این صنعت می شود. مهمترین و آخرین دستاورد ۱۶ ساله برند سه نان، تولید محصول نان پروتئین بوده که هم اکنون نیز یکی از پرفروش ترین ها است و خیلی از تولید کنندگان دیگر نیز از این نوع تولید الگوبرداری کردند. این محصول جدا از تامین نیاز پروتئین روزانه بدن، برای گیاه خواران و تمامی افراد قابل مصرف است.

آیا برنامه ای برای تولید غذاهای رژیمی دارید؟

به طور کلی واژه نان رژیمی واژه اشتباهی است که مرسوم شده و بیشتر جنبه تبلیغاتی دارد، چرا که اساس نان بر پایه کربوهیدرات است. تمامی محصولات سه نان غنی شده هستند، ولی محصولات چاق نان های سیوس دار و نان جودوسر جایگزین سالم تری برای سایر نان ها هستند. ما به تولید نان های فراسودمند اعتقاد داریم و هر کدام از محصولات ما ویژگی های خاص خود را دارد که با توجه به جدول ارزش غذایی هر محصول، تمامی سلیقه ها را پوشش می دهد. ■

بنیان گذاران شرکت سه نان را چه کسانی تشکیل می دهند و در چه زمینه ای فعالیت دارند؟

بنیان گذاران این مجموعه پدر و مادر بودند و این فعالیت با همکاری بنده، خواهر و برادرم به ترتیب با عناوین نامی، نیکی و نهاد ادامه یافته که برند سه نان (نامی نیک نهاد) برگرفته از اسامی ما می باشد. این شرکت اولین کارخانه نان کشور است و قبل از ورود آن تولید کنندگان دیگر به صورت فانتزی یا سنتی به تولید نان مشغول بودند که پروسه تولید نان در هر دو به یک شکل بوده، اما یکی از وجوه تمایز شان، تنوع محصولات است. در کارخانه تولیدی نان به روش استاندارد، تولید نان پروسه کامل تری (میکس، تخمیر، پخت و بسته بندی) داشته و ضمن حفظ رطوبت آن، مصرف کننده تا یک هفته قادر به مصرف این محصول است. شایان ذکر است، از سال ۱۳۸۷ که شرکت سه نان به صورت رسمی تاسیس شده، هر ساله در آمار سهم بازار روند رو به رشدی داشته که امروزه حدود ۶۸ درصد از بازار نان بسته بندی در ایران تامین شده و توزیع کننده مستقیم در تهران، البرز و قزوین بوده و در ۵۲ شهر نیز دارای نمایندگی فروش نان است. این گزارش آماری توسط یک شرکت خارجی به صورت ماهانه و سالانه در اختیار ما قرار می گیرد.

این مجموعه چه تمایزی نسبت به دیگر شرکت ها دارد؟

این شرکت تنها تولید کننده نان است که به خاطر شعار سلامت محور بودن، تا یک سال گذشته در سبد محصولات خود فقط انواع نان حجیم مانند تست ها؛ نیمه حجیم شامل برگر، هات داگ، ساندویچ و نان شکلات و همچنین مسطح مثل پیتا، تافتون و لواش را داشت که به دلیل درخواست بازار یک سری محصولات پایه شیرین (رول گاتا، رول شاتوت و پن شکلات) را نیز به سبد کالایی خود اضافه کرده که



گفت و گوی اختصاصی با تاما کولو واتارا سفیر ساحل عاج

در این بخش می خوانیم:

■ آمادگی ایران برای تجارت
یک میلیارد دلاری با ساحل عاج

در دیدار اعضای اتاق مشترک بازرگانی ایران و آفریقا با سفیر ساحل عاج مطرح شد

آمادگی ایران برای تجارت یک میلیارد دلاری با ساحل عاج

عرفان فغانی

در میزگردی که تاماکولو واتارا، سفیر ساحل عاج با مسعود برهمن، رییس اتاق مشترک بازرگانی ایران و آفریقا و همچنین اعضای هیات ریسه و مشاورین اتاق ایران و آفریقا داشت، مهمترین سرفصل‌های مبادلات تجاری بین ایران و ساحل عاج تشریح شد و طرفین ضمن تاکید بر ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری مشترک، به ملزومات و راهکارهای ورود سرمایه‌گذاران ایرانی به ساحل عاج به ویژه در بخش‌های انرژی، معدن، بهداشت و درمان، کشاورزی و ساخت‌وساز پرداختند. مشروح این میزگرد به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

قیمت مناسب فراهم شده و هم مردم محلی از این دانش بهره گیرند. برای مثال، شرکت شیرین عسل از سال ۲۰۰۳ میلادی در آنجا فعالیت می‌کند، اما تاکنون هیچ کارخانه‌ای تاسیس نشده و صرفاً دانه‌های کاکائو و قهوه به صورت خام خریداری می‌شود، در صورتی که نیاز به تاسیس یک کارخانه به منظور فرآوری قهوه و کاکائو به پودر احساس می‌شود که این موضوع جزو اولویت‌ها و خواسته‌های اصلی دولت ساحل عاج است.

در زمینه استخراج معادن چطور می‌توان از کمک سرمایه‌گذاران ایرانی کمک گرفت؟

معادن بسیاری در این کشور آفریقایی وجود دارد و برای استخراج این معادن نیاز به سرمایه‌گذاران و کارشناسان ایرانی داریم که در این راستا باید مستقیماً با مقامات وزارت معدن، انرژی و صنایع ساحل عاج وارد مذاکره شد. موضوع دیگر، نیاز به همکاری با سرمایه‌گذاران ایران در زمینه انرژی است، چراکه در این حوزه به همکاری‌ها در زمینه گاز آل پی جی و گاز طبیعی ال ان جی به ویژه در بندر سن پدرو احساس می‌شود تا ضمن رفع نیاز این کشور، به تامین نیاز کشورهای همسایه ساحل عاج مثل مالی، بوری کینافاسو، نیجرو... پرداخت. البته قبلاً یک شرکت ذخیره گاز تقبل کرده بود تا انبارهای ذخیره گاز را در بندر سن پدرو تاسیس کند، اما به دلیل نبود امکانات کافی این کار انجام نشد، با این حال می‌توان با کمک دولت آن را به سرانجام رساند. زمینه دیگر این فعالیت‌ها، ساختن خانه‌های مسکونی و ساخت‌وساز برای مردم ساحل عاج است. البته دولت در نظر دارد تا سالی ۱۵۰ هزار خانه مسکونی را بسازد و در اختیار مردم قرار دهد که یک پروژه بزرگ و مفید است.

در زمینه دارویی چطور می‌توان با ساحل عاج همکاری داشت؟

با وجود نیاز کشور ساحل عاج در زمینه بهداشت و درمان، در حال حاضر فقط ۱۰ درصد از داروهای مورد نیاز کشور در داخل و ۹۰ درصد باقی‌مانده با قیمت‌های بسیار بالا به ویژه از کشورهایمانند چین، هند، ترکیه و

کدامیک از کشورهای غرب آفریقا، از نظر وضعیت اقتصادی در جایگاه بالاتری قرار دارند؟



تاماکولو واتارا، سفیر ساحل عاج: در میان کشورهای غرب آفریقا، ساحل عاج و نیجریه از نظر وضعیت اقتصادی و ظرفیت‌ها در جایگاه بالاتری قرار دارند و در میان کشورهای غرب آفریقا بهترین رتبه را کسب کرده‌اند. متعاقب جلسه‌ای که در حاشیه نمایشگاه کیش اکسیو داشتیم، تفاوت بین اتاق مشترک بازرگانی ایران با دیگر مجموعه‌های اقتصادی روشن شد و خوشحالم که در این رویداد فرصت گفت‌وگو به منظور تسهیل روابط تجاری و استفاده از ظرفیت‌های قاره آفریقا برای تجارت ایرانی فراهم گردید.

عمده تولیدات کشاورزی در ساحل عاج چیست؟

این محصولات شامل کاکائو، قهوه، پنبه، کاتوچو، روغن پالم و میوه‌های استوایی مانند انبه، موز و آناناس است. متأسفانه این کشور فاقد دانش لازم برای فرآوری و صنایع تبدیلی است و حتی میزان فرآوری محصولات آن از ۵۰ درصد فراتر نمی‌رود، به طوری که تنها ۲۵ درصد این محصولات فرآوری شده و حتی با وجود کشت زیاد بادام هندی در این منطقه، تنها ۳۰ درصد از آن فرآوری می‌شود. در چنین شرایطی، دانش و توانمندی ایران در این حوزه بسیار مفید است. به عنوان مثال، می‌توان کارخانه‌ای را در آنجا تاسیس کرد تا هم امکان صادرات محصولات فرآوری شده با

مسعود برهمن:

آمادگی اجرای تمام سرفصل‌های مطرح شده از سوی سفیر محترم را داریم و در مقابل آن، درخواست دریافت پولی نداریم، بلکه تعاملات بر مبنای تها تر است، اما انتظار داریم که موضوعات ارجاع شده یا موارد کاری به انتخاب ما باشد تا بتوان بهترین بهره‌برداری را از این تعاملات داشت

عمادالدین کبیری:

در حوزه‌های دیگر مانند پتروشیمی و ساخت پالایشگاه در کشور ساحل عاج و تامین اوره و قیر، ایران دارای مجموعه‌های توانمند و مجربی است که نمونه کارهای موفق آن‌ها در داخل ایران و سایر کشورها قابل مشاهده است



وعده‌های خود عبور می‌کنند. در حال حاضر تعداد زیادی از تجار با این کشور تعامل دارند و اگر قرار باشد که هیاتی به ساحل عاج سفر کند، باید سرفصل‌های کاری، نفرات تعیین شده و نیازها به‌طور دقیق مشخص شده باشد. آمادگی اجرای تمام سرفصل‌های مطرح شده از سوی سفیر محترم را داریم و در مقابل آن، درخواست دریافت پولی نداریم، بلکه تعاملات بر مبنای تهاتر است، اما انتظار داریم که موضوعات ارجاع شده یا موارد کاری به انتخاب ما باشد تا بتوان بهترین بهره‌برداری را از این تعاملات داشت.

اتاق بازرگانی ایران و آفریقا در زمینه روابط تجاری با آفریقا چه فعالیت‌هایی داشته است؟



سجاد مروجی، نایب رئیس دوم اتاق بازرگانی ایران و

آفریقا: این اتاق با وجود تعداد زیاد اعضا، در سایر کشورهای آفریقایی نیز فعال است. در غرب و شمال آفریقا، از جمله الجزایر و نیجریه، در حوزه دارویی کارخانه‌هایی ایجاد کرده و در بخش کشاورزی و انرژی نیز فعالیت دارد. به عنوان مثال، در الجزایر پنج کارخانه داروسازی تاسیس شده و در نیجریه کارخانه تولید کیت‌های تشخیصی و سرم راهاندازی شده است. در حوزه کشاورزی نیز اقدامات گسترده‌ای صورت گرفته که یک مورد، پروژه کاساوا در وزارت کشاورزی نیجریه است که برای تولید نشاسته از آن استفاده شده و تمام تکنولوژی مربوط به این فرآیند به آنجا منتقل شده

برخی کشورهای اروپایی تامین می‌شود. با توجه به پیشرفت‌های ایران در حوزه بهداشت و درمان، این امکان وجود دارد که در این بخش نیز همکاری‌های موثری با ساحل عاج انجام شود. علاوه بر این، موضوعاتی مانند جذب توریسم و گردشگر و... نیز مطرح است، اما هدف کلی این است که با برپایی بازار محصولات ایرانی در ساحل عاج مردم این کشور را با تولیدات و محصولات ایرانی بیشتر آشنا کرد. شرکت‌های بسیار معروفی با ساحل عاج همکاری دارند که از جمله آن در حوزه انرژی مپنا، در حوزه خودرو سازی ایران خودرو و... است. در حال حاضر سطح مبادلات صورت گرفته بین دو کشور در حد انتظار نیست. به عنوان مثال، هم‌اکنون میزان این مبادلات تنها ۱۰۰ میلیون دلار است، در حالی که با توجه به توانمندی‌های ایران این رقم می‌تواند بسیار بالاتر باشد.

برگزاری کمیسیون مشترک بین دو کشور در سال ۲۰۲۵ چه پیامدهای مثبتی به همراه خواهد داشت؟

این اقدام قطعا در بهبود روابط تجاری اثر گذار بوده و نقش مهمی در توسعه آن دارد. ایران نیز یک خط اعتباری برای بازرگانان در نظر گرفته که تسهیل کننده است. البته تلاش بر این است که تا پیش از انجام این کار، بازار ایران در این کشور راه‌اندازی شود تا زمینه برای آشنایی هر چه بیشتر مردم ساحل عاج با محصولات ایرانی فراهم شود. از سال ۱۹۷۵ میلادی تاکنون، یعنی بیش از ۵۰ سال است که روابط سیاسی بین دو کشور بهبود یافته که امید است، این امر در بخش روابط تجاری و اقتصادی نیز مهیا شود تا هر روز شاهد بهتر شدن آن باشیم.

اتاق مشترک بازرگانی ایران و آفریقا در این زمینه چه وظایف و مسئولیت‌هایی دارد؟



مسعود برهمن، رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و

آفریقا: ما کمیسیون نیستیم، چرا که با وجودی که در کمیسیون‌ها بسیاری از تفاهم‌نامه‌ها نوشته شده، اما در اجرای آن، رویکرد دولتی حاکم بوده و از نظرات بخش خصوصی استفاده نشده است، در نتیجه این انتظار برآورده نشده، باعث نارضایتی بسیاری شده است. ما به عنوان یک اتاق عملیاتی با سرفصل‌های مطرح شده از سوی آقای سفیر آماده عقد تفاهم‌نامه هستیم. وظیفه سفارت خانه برقراری ارتباطات و تعاملات تجاری و بازرگانان است. ما نیز در اتاق، چنین وظیفه‌ای را بر عهده داریم، به همین دلیل افرادی که به ساحل عاج معرفی می‌شوند، از فیلتر ما به منظور عمل به

است. از سوی دیگر، مواردی که تا امروز به کشور ساحل عاج صادر شده، در دریافت مبالغ خود با مشکلاتی مواجه بوده و صادر کنندگان نتوانسته‌اند پول‌های خود را به درستی دریافت کنند. ساحل عاج به دلیل وسعت و موقعیت استراتژیکی خود، به عنوان یک هاب ورودی برای ۸ الی ۱۵ کشور اطراف و دروازه‌ای برای دسترسی به این بازارها به شمار می‌رود. این کشور سالانه حدود ۶۰۰ هزار تن پنبه تولید می‌کند و مهمتر از آن، تولید کتانوچو در سال‌های اخیر به ۹۰۰ هزار تن رسیده است. در این میان، ایران سالانه حدود ۲۵۰ هزار تن پنبه مصرف می‌کند که تنها یک پنجم آن در داخل کشور تولید و مابقی از کشورهای همسایه از جمله پاکستان، ترکیه و ازبکستان تأمین می‌شود. مصرف ساحل عاج از پنبه به‌طور نرمال بیش از ۱۵۰ هزار تن در سال نیست که می‌توان مابه‌التفاوت آن را صادر کرد. ما آمادگی واردات این پنبه‌ها را داریم و حاضر هستیم که در مقابل آن، انواع پوشاک را در اختیار ساحل عاج قرار دهیم.

ایران در حوزه انرژی و تأمین گازهای ال‌پی‌جی چگونه می‌تواند با کشورهای آفریقایی همکاری داشته باشد؟



عمادالدین کبیری، مشاور بین‌المللی اتاق ایران و آفریقا:

حوزه انرژی و تأمین گازهای ال‌پی‌جی و سایر موارد مرتبط، مجموعه‌های ایرانی از هم‌اکنون آمادگی کامل برای تأمین نیازها را دارند. در زمینه ایجاد تانک‌فارم در بنادر مورد نظر، شرکت‌هایی با سابقه فعالیت در کشورهای مختلف قاره آفریقا اعلام آمادگی کرده‌اند. همچنین در حوزه‌های دیگر مانند پتروشیمی و ساخت پالایشگاه در کشور ساحل عاج و تأمین اوره و قیر، ایران دارای مجموعه‌های توانمند و مجربی است که نمونه کارهای موفق آن‌ها در داخل ایران و سایر کشورها قابل مشاهده است.

در پروژه‌های ساخت‌وساز همکاری بین ایران و آفریقا به چه صورت خواهد بود؟

ایران در بخش ساخت‌وساز در سال‌های اخیر پروژه‌های بزرگی را در کشورهای هدف، به‌ویژه همسایگان خود اجرا کرده است. به عنوان مثال، در کشور عراق پروژه‌های مسکونی ۳۰ هزار، ۵۰ هزار و ۷۰ هزار واحدی در حال اجرا است. همچنین در کشورهای ازبکستان و تاجیکستان نیز پروژه‌های مشابهی با موفقیت در حال انجام است که این تجربیات موفق، توانایی ایران در اجرای پروژه‌های بزرگ ساخت‌وساز و تأمین مصالح ساختمانی را به خوبی نشان می‌دهد. ■

است. تمام این پروژه‌ها یک شرط اساسی دارد و آن، وجود یک شریک تجاری قوی در آن کشور بوده است.

تسهیل سرمایه‌گذاری‌های مشترک چه ملزوماتی دارد؟

تمامی سرمایه‌گذاری‌ها در قالب سرمایه‌گذاری مشترک انجام شده و انتظار می‌رود که شرکای تجاری دارای سابقه قوی تعیین شوند تا امکان یک همکاری برد-برد را فراهم کنند، از این رو می‌توان مدل‌های دیگری را با تکیه بر تضامین دولتی و کالایی نیز در نظر گرفت. یکی از اقلام صادراتی آفریقا، کاکائو و قهوه است که به دنبال کاهش آفات محصولات و افزایش باردهی آن به یک شریک تجاری و سرمایه‌گذاری مشترک نیاز دارد، چراکه سرمایه‌گذاری یک‌طرفه در این زمینه واقع‌بینانه نیست. اگر بتوان مشکل پیدا کردن شریک تجاری قوی، مطمئن و مورد تأیید جهت وزارتخانه‌ها و مجوزها را برطرف کرد، باقی پروژه‌ها، چه در قالب سرمایه‌گذاری مشترک و چه در قالب انتقال فناوری امکان‌پذیر خواهد بود.

در حوزه نساجی و پوشاک چه تعاملاتی فی‌مابین ایران و آفریقا برقرار بوده است؟



مجتبی شجاعی، نایب رئیس اول هیأت مدیره اتاق

بازرگانی ایران و آفریقا: در حوزه نساجی و پوشاک ایران، در سال‌های

اخیر میزان تولید و تنوع به حدی بوده که تقاضاهای متفاوتی برای خرید از ایران به‌ویژه از سوی ساحل عاج دریافت شده است. همچنین صادرات فرش ایران به این کشور همچنان ادامه دارد، اما این موارد تاکنون تحت مدیریت مشخصی نبوده و هر فردی به‌صورت آزاد اقدام به صادرات کرده

تاماکولوواتارا:

معادن بسیاری در این کشور آفریقایی وجود دارد و برای استخراج این معادن نیاز به سرمایه‌گذاران و کارشناسان ایرانی داریم که در این راستا باید مستقیماً با مقامات وزارت معادن، انرژی و صنایع ساحل عاج وارد مذاکره شد



اقتصاد هنر



در این بخش می‌خوانیم:

- حوزه هنرهای تجسمی گرفتار مدیریت غیر کارشناسی
- تبادل فرهنگی و هنری با سایر کشورها از طریق برگزاری نمایشگاه‌های مشترک

رئیس انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران تاکید کرد

حوزه هنرهای تجسمی گرفتار مدیریت غیر کارشناسی

مصطفی حاتمی

انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران با هدف دستیابی به مبانی نظری این هنر و پیوند جامعه هنری با مدیران مرتبط با این حوزه شکل گرفته و در حال حاضر با برگزاری رویدادهای مختلفی همچون نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها، کنفرانس‌ها و برنامه‌های متنوع دیگر به جامعه هنری و مردم شریف ایران خدمت‌رسانی می‌کند. از آنجایی که این انجمن به منظور رشد و توسعه هنرهای تجسمی و شناساندن آن به جامعه شکل گرفته و هدف از آن احیا و نگهداشت بنیان‌های حیاتی هنر ایران است، برای بررسی بیشتر این موضوع با خانم دکتر پریسا شادقزوینی، دانشیار دانشکده هنر دانشگاه الزهرا و رئیس انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران وابسته به کمیسیون علمی وزارت علوم گفت‌وگویی داشتیم که مشروح آن از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

هنرهای تجسمی داشتند، تاسیس شد و خوشبختانه در دو دوره موفق به کسب رتبه (گرید) A گردید که البته دریافت این درجه از کمیسیون انجمن‌های علمی وزارت علوم به سختی امکان‌پذیر است. امید می‌رود که در سال‌های آتی نیز فعالیت‌های چشمگیری داشته باشیم تا مجدداً به چنین رتبه‌ای دست پیدا کنیم.

محوری‌ترین فعالیت شما در بخش هنر چیست؟

اساس کار بنده به‌طور خاص در حوزه هنر نقاشی است، ولی به‌طور عام در زمینه هنرهای تجسمی و رویکردهای مرتبط بدان (در هر دو حیطه تئوری و عملی) فعالیت می‌کنم. هنرهای تجسمی جزو هنرهایی است که با ادراکات بصری و زبان تصویر سر و کار دارد. منظور از ادراک بصری، تصاویری است که از دریچه چشم به فهم و درک آن ناظر می‌آییم و روزانه و در تمام طول عمر هر لحظه با آن مواجه هستیم و با قدرت بینایی صورت‌سازی در ذهن انجام می‌دهیم و تصاویر را به معنا و مفهوم و حس بدل می‌کنیم. به عبارتی دیگر، ذهن ما دائماً در حال تصویرسازی است؛ این امر حتی برای افراد نابینا و کم‌بینا نیز واقع می‌شود. تاکید می‌کنم که هنرهای تجسمی یا Visual Art یکی از بزرگ‌ترین و مهمترین هنرهایی است که از منظر علوم مختلف می‌توان بدان پرداخت؛ از مباحث کاربردی گرفته تا فلسفه، عرفان، زیباشناسی و جامعه‌شناسی را درگیر خود کرده و خصوصاً در دنیای پست مدرن رویکردهای بسیار گسترده‌تری را شامل می‌شود. علاوه بر این، این هنر قادر است به اشتراکات معنایی و هویتی و بینارشته‌ای دست یابد. هنرهای تجسمی امروزه مرز میان واقعیت و ذهنیت را در نور دیده، درهم تنیده و کاربردهای متعدد یافته است.

آیا هنرهای تجسمی آن‌طور که باید در کشور مان شناخته شده است؟

متأسفانه هنرهای تجسمی در کشور مان بسیار کم شناخته شده است. به اعتقاد بنده، نقاشی مادر سایر هنرهاست؛ البته این مطلب یک شعار



در خصوص عمده فعالیت‌های خود و انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران توضیحاتی ارائه فرمایید.

بنده دانش‌آموخته مقطع کارشناسی نقاشی از دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران، کارشناسی ارشد از دانشگاه تربیت مدرس هستم و مدرک دکترای خود را در زمینه فلسفه و علوم هنری در سال ۱۳۷۶ از دانشگاه اسپن آلمان دریافت کردم. از سال ۱۳۷۹ و از زمان بازگشت به ایران، به عنوان هیأت علمی دانشگاه الزهرا در دانشکده هنر گروه نقاشی مشغول به فعالیت‌های علمی پژوهشی، هنری و اجرایی هستم. هسته اولیه شکل‌گیری این انجمن به سال ۱۳۸۵ بازمی‌گردد، ولی مجوز فعالیت آن مربوط به حدود ۱۵ سال پیش است. این انجمن با همت تعدادی از اساتید هنر دانشگاه‌های کشور که دغدغه رفع معضلات عدیده در حوزه

نیست، بلکه اثبات شده است. بنده در پژوهش‌ها و مقالات متعددی این امر را اثبات و ضرورت پرداختن بدان را برای جامعه خود بیان کرده‌ام. هنرهای تجسمی شاخه‌های بسیار زیادی مانند نقاشی، عکاسی، گرافیک، انیمیشن، تصویرسازی، صحنه‌آرایی و... دارد. بنده خود را در این حوزه همچون شناسگری می‌بینم که روزانه در اقیانوس این هنر شنا می‌کند و به ادراکات نوینی دست می‌یابد. بی‌اغراق می‌گویم که هر روز یک باب و یک زاویه جدیدی از آن برایم باز می‌شود. بنا به وظیفه آنچه که در طبق دارم، به جامعه خود اهدا می‌کنم و حامی هنرمندان خصوصاً هنرمندان جوان هستم. بی‌تردید حمایت‌هایی که از طرف خانواده، جامعه، اساتید و مزاکر آکادمیک علمی هنری داشته‌ام، به این‌جا رسیده‌ام؛ بنابراین سعی می‌کنم تا زکات این علم و هنر را به جامعه جوان ایران نشر دهم.

هم‌اکنون در این حوزه با چه چالش‌هایی روبه‌رو هستید؟

بنده حدود ۲۰ سال است که با دو معضل بزرگ در این رشته روبه‌رو هستم، اول اینکه هنرهای تجسمی هنوز در جامعه ایرانی به درستی شناخته شده نیست، در حالی که در جامعه جهانی به عنوان یک جریان نخبه‌پرور و اندیشه‌ساز از دوران کودکی در مدارس آموزش داده می‌شود و بسیار جدی بدان می‌پردازند. دیگر آنکه، برخورد ما با این هنر و سایر هنرهای بسیار روبرو است و جنبه سرگرمی و بازی دارد و کمتر از عمق، معنا، زیباشناسی و سایر جنبه‌های هویتی مورد تفحص قرار می‌گیرد و حتی جنبه‌های اقتصادی آن نیز مورد توجه قرار نمی‌گیرد. در جامعه ما هنر بیشتر جنبه فان دارد تا یک مبحث جدی و عمیق و تأثیرگذار. مدیران آموزش و پرورش نیز هیچ اقدام و تلاشی در شناساندن این هنر به جامعه ندارند. معلم، مدرسه و خانواده درس ریاضی را جدی می‌گیرند، ولی به درس هنر که می‌رسد، به نظر زائد و غیر ضروری می‌آید، چرا که تفکر غالب هندسی‌گونه و معقول است، اما هنر به نظر، بحثی سطحی است که با احساسات ارتباط دارد. پس از سویی شناختی نسبت به این حوزه وجود ندارد و از سوی دیگر، چون شناخت نیست، جدی و مهم تلقی نمی‌شود. در موارد بسیاری، ضرورت آن شناخته نمی‌شود و به نظر می‌رسد، امری است که یک عده را به خود مشغول داشته، در حالی که امروزه هر لحظه ما با این هنر و ویژگی‌های آن در ارتباط هستیم. نمونه بارز آن همین گوشی‌های همراه است که گرافیک و تصاویر درون برنامه‌های آن شما را به خود مشغول و جذب می‌کند و راهکارهای بسیاری در اختیار تان قرار داده است. البته باید اذعان داشت که با همه بی‌مهری‌ها، طی چند دهه اخیر این هنر رشد ملموسی نسبت به گذشته داشته، مدیران بسیاری در صدد حمایت و رشد آن برآمده‌اند، خانواده‌های زیادی به اهمیت این موضوع پی برده‌اند و فرزندان خود را ترجیح به یادگیری آن کرده‌اند. جوانان ما به خوبی می‌دانند که با هنر نه تنها می‌توان ارتزاق کرد، بلکه می‌توان از پتانسیل‌های نهفته در آن به رشد و پویایی و نوآوری‌های چشمگیری دست یافت. باید هنرمندان را افرادی پیشرو معرفی و از آن‌ها به عنوان شخصیت‌های متفکر نیز یاد کرد. با هنر جدا از

داشتن شغل می‌توان زندگی زیبا، متوازن و متعالی داشت. در هنر نوآوری، ابداع، زیبایی، خلاقیت، توازن، تعادل، زیباپسندی، خوش سلیقه‌گی، نوع دوستی، ظرافت و خیر نهفته است؛ این‌ها چیزهایی است که جامعه ما بدان سخت نیاز دارد.

چه توقعی از مسئولان به ویژه در لایه‌های مدیریتی کشور دارید؟

به نظر بنده، یک مدیر باید به مانند یک نخ رابط، مهره‌های یک زنجیره را به هم متصل کند و سویه و جهت درست به یک جریان دهد. اگر به مدیران رده بالای کشور همچون وزارت ارشاد مراجعه کنید، پی می‌برید که ارزش‌های مدیریت هنری کلان را به درستی نمی‌شناسند. این مهم نه فقط در حوزه هنرهای تجسمی که در موسیقی و تئاتر و سینما نیز صادق است و نتیجه می‌شود، وضع موجود که هم‌اکنون شاهد آن هستیم. افراد غیر متخصص و ناکارآمد در مدیریت‌های هنری قرار گرفته‌اند. بنده در نقش یک استاد، مدیریت بسیار خردی دارم که در تلاش است تا به مانند بند تسبیحی گردآورنده استعدادهای مستعد و همراهی با ایشان تا کسب مهارت‌ها و شناخت‌های بالقوه و به فعلیت رساندن آن باشم. تلاشم آن است تا دانشجویانی تربیت کنم که خود هادی و راهنمای دیگران باشند و در راستای امید، تلاش، پویایی و خلاقیت جامعه کوشش کنند. اگر متخصصانه به این امر بنگریم، در کنار هم و دست در دست هم می‌توانیم به رفع معضلات بپردازیم و به دستاوردهای والایی در این حوزه دست یابیم و بی‌تردید صدایی می‌شویم که به شناساندن این ارزش‌ها کمک رسانده است. همانطور که اشاره کردم، بنده از سال ۱۳۸۵ جریانی را آغاز کردم که منتج به تأسیس یک انجمن علمی هنری شد. در وزارت علوم کمیسیونی به نام کمیسیون انجمن‌های علمی وجود دارد که تا سال ۱۳۸۵ هیچ انجمنی به نام هنر شکل نگرفته نبود و همین دلیلی شد تا بنده درخواست تأسیس یک انجمن علمی هنری را به کمیسیون بدهم و بعد از حدود ۵ سال؛ یعنی در سال ۱۳۹۰ مجوز چنین فعالیتی صادر و این انجمن شد، اولین انجمن علمی هنری در سطح کشور که ارتباطات بین‌المللی محدودی نیز دارد. اگر چه انجمن‌های دیگری تا این زمان شکل گرفته بودند، ولی بیشتر آن‌ها یا صنفی بودند و یا تشکیلاتی و از پشتوانه علمی و مباحث آکادمیک و عمیق هنری کمتر بهره برده بودند. انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران در نظر دارد تا جریان ساز باشد و به طرح مباحث بنیادی و مبانی نظری در حوزه تجسمی بپردازد و از حاشیه‌ها و روبناها به دور باشد. در حال حاضر هنرمندان این حوزه خصوصاً در رشته نقاشی به صورت منفرد و در جزایر جداگانه به رشد، خلاقیت و پویایی خود می‌پردازند و همچون دانه‌های یک تسبیح در جزایر جداگانه خود فعالیت دارند. این انجمن در صدد است تا همچون یک رابط قوی و مستحکم به ساماندهی و همسوگرایی این جریان بپردازد و با قرار دادن این دانه‌های منفرد در کنار هم به یک نظام منسجم و کارا دست یابد. نقش

اگر هنرمندان حاضر شوند تا اثر خود را علاوه بر جنبه هنری‌اش به عنوان یک محصول ببینند که مشتری پسند باشد یا ضرورت و نیاز جامعه را در خلق آثارشان درک کنند، آثاری به وجود می‌آورند که قابل عرضه در بازار هنر باشد

بر خورد ما با این هنر و سایر هنرها بسیار رو بنایی است و جنبه سرگرمی و بازی دارد و کمترین عمق، معنا، زیباشناسی و سایر جنبه‌های هویتی مورد تفحص قرار می‌گیرد و حتی جنبه‌های اقتصادی آن نیز مورد توجه قرار نمی‌گیرد

مدیریتی بالفعل ما در رشد و انسجام این مهم می‌تواند بسیار موثر باشد و پتانسیل‌های خاموش را شکوفا و پویا سازد.

در راستای توسعه این فعالیت چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

همانطور که ذکر شد، ما به منظور جمع کردن مهره‌های پراکنده اقدامات متعددی انجام دادیم. فعالیت‌های انجمن در سه فاز کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت پیش می‌رود. تمرکز ما در هنرهای تجسمی بیشتر مرتبط با هنر نقاشی، گرافیک، عکاسی، مجسمه و انیمیشن بوده و کمتر به بحث‌های دیگر پرداخته شده است. در فعالیت‌های ما یک سری مباحث تئوری و عملی نیز وجود دارد که بنده تعریف دیگری نیز از آن دارم. اگر بنده فقط در انجمن نقاشی بودم، تنها در یک حوزه فعالیت داشتم، اما ما حوزه را گسترده‌تر کردیم و با ۱۷ دانشگاه، سازمان‌های فرهنگی هنری، موسسات و آکادمی‌های علمی هنری در قالب عقد تفاهم‌نامه و... همکاری داریم. بر نامه‌های ما بر دو محور مباحث علمی و عملی استوار است. مباحث علمی زیرمجموعه مباحثی است که تحت عنوان مباحث نظری قرار دارد. لازم به ذکر است، در هر علمی اگر کاشف در بحث مبنایی قرار گیرد، قادر به جریان‌سازی است. به عنوان مثال، ۹۰ سال از زمان شکل‌گیری آکادمیک رشته نقاشی در دانشکده هنرهای زیبا گذشته، اما تا به امروز هیچ جریان مکتب‌ساز با مبنای نظری عمیق، قوی و جدال‌برانگیز در این حوزه شکل نگرفته است. جریانات هنری همچون مکتب سقاخانه، نقاشی نوگرا و نقاشی خط شاید از مهمترین حرکت‌های هنری شکل گرفته در قبل از انقلاب باشد و بعد از انقلاب اسلامی نیز هنر دفاع مقدس و هنر مفهومی و حرکت‌هایی از این دست را داشته‌ایم، ولی حقیقتاً هیچ یک از این هنرها مبنایی نبوده و نیستند و بر یک اصل نظری قدرتمند پایه‌گذاری نشده‌اند. در درون این حرکت‌ها یک‌تکات همیشه وجود داشته و دارد. این جریانات بیشتر حسی، رو بنایی و نگاه فرمالیستی در آن قالب است تا نگاه کانسپتی و محتوا محور. چیز مکتوبی با عنوان مکتب و یا سبک تاثیر گذار نداریم؛ یعنی همچنان فاقد یک هنر جریان ساز در ۲۰۰ سال اخیر هستیم. وقتی کمبودها را بشناسیم و به دستاوردهای غنی فرهنگی و هنری کشورمان در طی سده‌ها و هزاره‌ها واقف باشیم، می‌توانیم حرکت‌های عمیق و تاثیر گذاری به جای گذاریم.

فعالیت در بخش تئوری و علمی را تا چه اندازه مهم می‌دانید؟

بنده به عنوان یک متخصص فعال در این حوزه باید در بخش تئوری و در حوزه عملی فعالیت داشته باشم، در غیر این صورت مانند پرندهای هستم که یک بال ندارد، بر این اساس مادر نظر گرفتیم تا ماحله علمی و پژوهشی را با عنوان مبنایی نظری هنرهای تجسمی شکل دهیم که رویکرد نظری دارد و در این حیطه توانسته فعالیت شایسته‌ای را در طی کمتر از یک دهه شکل دهد. از سوی دیگر، در راستای فعالیت‌های عملی و خلق آثار و ارتباط آن با جامعه نیز، به برگزاری نمایشگاه‌های هنری تبادور زدیم و در این

مدت توانستیم بالغ بر ۴۰ نمایشگاه نقاشی، عکاسی، گرافیک و... در تهران و شهرستان‌ها و همچنین چند نمایشگاه خارج از ایران داشته باشیم. یک تمدن غنی داریم که به علم، هنر و زیباشناسی وابسته به آن مرتبط است. بی‌تردید اگر به نقاط قوت و شاخصه‌های سازنده این تمدن تکیه کنیم و آن را به روز رسانی کرده و مطابق با خواسته‌های نوین اجتماعی پیش ببریم، قادر خواهیم بود تا کشور خود را با توانمندی‌های زیباشناسانه‌اش به جهان بشناسانیم. در ادامه بحث به نقاط ضعف خود و نیاز به اصلاحات این حوزه خواهیم پرداخت، ولی تا به امروز خدا را شاکرم که در این وادی قدم گذاشتیم، از آن لذت بردم و رضایت خاطر دارم. اگر دوباره متولد شوم، باز هم سراغ این هنر خواهم رفت که روز به روز مرا زنده‌تر کرده و با آن احساس بسیار خوب و شادمانی درونی دارم.

چه عواملی باعث شده تا اغلب افراد جامعه یک اثر هنری را به عنوان یک سرمایه قلمداد نکنند؟

سوال بسیار مهمی را مطرح کردید که ما را وارد اقتصاد هنر می‌کند و همیشه در این وادی محتاج حمایت، مشارکت و توجه صاحبان علوم اقتصادی بوده و هستیم. تصور کنید که بنده یک درآمدی دارم که ۲۰ درصد آن را به عنوان سرمایه نگه می‌دارم. در این صورت یا اطلا یا هر چیزی که بازده سرمایه‌گذاری داشته باشد را خریداری می‌کنم. زمانی که بنده به اثر هنری صرفاً به عنوان یک وسیله یا تابلویی نگاه کنم که قرار است مثلاً با مبل‌های خانه هماهنگ شود، آن را وسیله‌ای ارزشمند نمی‌دانم، بلکه صرفاً اثری است که باید برای دکوراسیون خانه یا در مکانی خاص به کار گرفته شود و یک نقش تزیینی دارد. در جامعه ما، مردم تابلو نقاشی و یا اثر هنری را به عنوان یک سرمایه نمی‌بینند و در حوزه اقتصاد هنر نیز بر این امر به عنوان یک سرمایه ارزشی تاکید نشده است. مردم باید بدانند که یک اثر هنری درست مانند فرش، طلا، ملک و... با رشد قیمتی مواجه است و نوعی سرمایه محسوب می‌شود. در این صورت هم پای بنگاه‌های اقتصادی و مجموعه‌داران حرفه‌ای به میان می‌آید و هم توجه مردم به خرید و ضبط و حفظ آن جلب می‌شود. اثر هنری علاوه بر وجه فرهنگی، هنری و ارزش‌های معنوی نهفته در آن می‌تواند به عنوان یک کالا قابل معامله باشد. البته یک کالای ارزشمند، فارغ از نقش زیبایی و اهداف شکل‌گیری آن توسط خالق، برای خریدار جذابیت سرمایه‌گذاری پیدای می‌کند. بی‌تردید در این راستا هنرمندان قادر به فعالیت نیستند، چون وقت و توان اجرای آن را ندارند. باید بنگاه‌های اقتصادی روی آثار هنری سرمایه‌گذاری ارزشی کنند تا جامعه به سوی آن نظر کند. حتی پیشنهاد می‌کنم که اقتصاددانان آثار هنری را در جریان بورس کالا قرار دهند؛ البته این اتفاق در سایر کشورها تا اندازه‌ای افتاده است که در چنین شرایطی دست دلالان و واسطه‌ها نیز کوتاه خواهد شد و اثر هنری، زبان بیانی خود و زیبایی‌اش را به مخاطبان عرضه می‌دارد و به عنوان یک اثر

سرمایه‌گذاری در روند خرید و فروش و عرضه و تقاضا قرار می‌گیرد و رقابت برای خلق آثاری مقتدرانه و قوی‌تر ایجاد می‌شود.

با وجود افزایش گالری‌های خصوصی، تعداد شرکت‌کنندگان و مشتریان اندک است، علت این مساله چیست؟

به اعتقاد بنده، در این مورد یکی از مشکلات اصلی خود هنرمندان هستند. اگر آن‌ها حاضر شوند تا اثر خود را علاوه بر جنبه هنری‌اش به عنوان یک محصول ببینند که مشتری پسند باشد یا ضرورت و نیاز جامعه را در خلق آثارشان درک کنند، آثاری به وجود می‌آورد که قابل عرضه در بازار هنر باشد. یکی از گالری‌ها چند سال پیش کار خوبی انجام داده بود؛ به این صورت که تابلوها را تحت تابلوی کوچک با قیمت ۳۰۰ الی ۴۰۰ هزار تومان عرضه کرد و همین امر باعث شد تا همه تابلوها و آثار هنری نمایشگاه به فروش برود. زمانی که اثر بنده هر چند فوق‌العاده، اما قیمت بسیار بالایی دارد، مشتری عادی با در آمد معمولی رغبتی برای خرید نخواهد داشت، ولی اگر قیمت محصولات بر اساس قیمت پایه تعیین شود، شرایط بهتر خواهد شد. بنده طی این مدت با افراد زیادی گفت‌وگو داشته‌ام که ادعای داشتن علم اقتصاد هنر را دارند و تنها در آن‌ها این است که یک عده آدم پولدار بر دود مجموعه‌داری را پیدا کنند تا آثار هنری را که به صورت سفارش به هنرمندان خاصی می‌دهند، از آن‌ها خریداری کنند؛ در حالی که اگر نیت، معرفی و شناساندن اقتصاد هنر باشد و به بالندگی اقتصادی کشور نظر داشته باشند و به عنوان حامی اقتصادی وارد این عرصه شوند، هنرمندان بسیاری را می‌توانند پوشش دهند و امید در دل هنرمندان ایجاد کنند. با مراجعه به گالری‌های هنری می‌توان دید که محصولات هنری توسط چه کسانی خریداری می‌شود. معمولاً کمتر کسی با بنیه متوسط اقتصادی در جامعه تبادر به خرید آثار هنری می‌کند، چرا که شناختی نسبت به آن وجود ندارد و نبود شناخت؛ یعنی عدم ارزش‌گذاری برای اثر.

نگهداری و حفظ آثار هنرمندان نیازمند چه بستری‌هایی است؟

آگاهی، آگاهی و آگاهی، آگاهی از ذات هنر با بسته‌ها و نبایسته‌ها. در حال حاضر مشکل بنده این است که فضایی مستقل، امن و قابل قبول برای نگهداری آثارم ندارم، در حالی که یکی از وظایف مدیران ارشد هنری کشور می‌تواند این امر باشد که امنیت کاری هنرمندان را فراهم سازد. به هر هنرمند جای مخصوصی ارائه دهد و حتی به نوعی از این راه درآمزیابی کند. از سوی دیگر، با این کار به هنرمندان ارزش داده می‌شود و قدر آثار و خلاقیت‌های‌شان دانسته می‌شود و در جامعه شناخته می‌شوند. "قدر زر زرگر شناسد، قدر گوهر گوهری". اما چنین کاری انجام نمی‌شود و هنرمند، خریدار، دلال و مدیر نیز کار خود را انجام می‌دهند و این نخ که باید این زنجیره را به هم متصل کند، اصولاً وجود ندارد؛ بر همین اساس است که می‌گوییم جزیره‌ای عمل می‌کنیم و ضربه می‌خوریم و از این راه به سختی

به دستاوردهای غنی می‌رسیم. اگر بنده در کنار خود یک مدیر هنری آشنا به مباحث اقتصادی داشتم که راهکارهای درستی پیشنهاد می‌داد، مسلماً با مشکلات کمتری در این خصوص روبه‌رو بودم. از سوی دیگر با پایان یافتن نمایشگاه دوباره مجبور نبودم که آثار خود را در انباری نگهداری کنم. موضوع دیگر، نگاه و برخورد سطحی با ذات هنر است. چند درصد از کسانی که به گالری‌ها می‌روند، آثار را به مثابه یک کتاب مورد خوانش و بررسی قرار می‌دهند؟ معمولاً آن‌ها نه مفهومی از آن را درک می‌کنند و نه می‌دانند که چطور به اثر نگاه کنند. بسیاری از مخاطبان از ادراک، زبان و بیان بصری برای درک تابلوها بر خوردار نیستند و باید اذعان داشت که با جامعه‌ای کم‌سواد در زمینه هنرهای تجسمی روبه‌رو هستیم. این ناآگاهی؛ جامعه مسئولان، مدیران برنامه‌ریزان و همه طبقات دیگر را نیز در بر می‌گیرد. هنوز تفکر عمومی این است که معمولاً کسانی به سراغ هنر می‌روند که رشته‌های دیگر قبول نمی‌شوند، در حالی که ۷۰ درصد از دانشجویهای ما در مقطع ارشد و تحصیلات تکمیلی از کسانی هستند که به دلیل عشق فراوان از رشته‌های دیگر همچون پزشکی، مترجمی، کشاورزی، علوم پایه، مهندسی، عمران و... به این حوزه آمده‌اند که در دوره کارشناسی تحت فشار خانواده و محیط آموزشی و اطرافیان از حضور در این حوزه منع شده بودند.

به منظور برند شدن آثار چه پیشنهادی به هنر جوانان و علاقه‌مندان به این حوزه دارید؟

برند شدن نوعی هویت بخشی منحصر به فرد برای یک اثر و یا یک جریان شاخص است. مقدمه هر حرکتی در ابتدا عشق و بعد انگیزه است. کسی که اقتصاددان است و وارد عرصه بنگاه اقتصادی می‌شود نیز عشق و انگیزه دارد، اما در بخش هنر، عشق و انگیزه باید با چند عنصر مانند استعداد، تلاش، پویایی، مطالعه دائم آفاق و انفس، دیدن، شنیدن، تفکر کردن و البته مهیا بودن شرایط و حمایت حامیان ترکیب شود. از جمله مشکلات اصلی ما این است که به صورت جزیره‌ای عمل می‌کنیم و هنرمندان با هم هم‌دلی و اتحاد لازم را ندارند. نکته دیگر، فقدان علم هنر در افراد است. زمانی که هنرمند نیاز جامعه و ضروریات آن را به منظور دستیابی به سود نمی‌شناسد، صرفاً با عشق و انگیزه به جایی نمی‌رسد، به انزوای می‌رود و سرخورده می‌شود. از سوی دیگر، هنرمندان باید از تیزبینی کافی برخوردار و فرزند زمان خود باشند. باید با بینش و آگاهی جلو برویم، ضرورت‌های جامعه و زمان خود را بشناسیم و با هوش و با ذکاوت باشیم. در این راستا باید آثار خود را به مانند یک اثر منحصر به فرد برند کنیم که شاخصه خود ما، جامعه ما، زمانه و فرهنگ و تمدن و گذشته ما است؛ همان چیزی که تحت عنوان هویت گفته می‌شود. ضعف مادر انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران هم این است که هنوز در بسیاری از این حوزه‌ها توانمند و حرفه‌ای وارد نشده‌ایم و نیاز به تلاش بیشتر داریم تا بتوانیم به مثابه یک برند تاثیرگذار در جامعه شناخته شویم و عمل کنیم. ■

پیشنهاد می‌کنم که اقتصاددانان آثار هنری را در جریان بورس کالا قرار دهند؛ البته این اتفاق در سایر کشورها تا اندازه‌ای افتاده است که در چنین شرایطی دست‌دلان و واسطه‌ها نیز کوتاه خواهد شد و اثر هنری، زبان بیانی خود و زیبایی‌اش را به مخاطبان عرضه می‌دارد

مدیر روابط عمومی انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران تاکید کرد

تبادل فرهنگی و هنری با سایر کشورها از طریق برگزاری نمایشگاه‌های مشترک

مصطفی حاتمی



عدم آگاهی از اهمیت نقش هنر عظیم ترین مشکلی است که کشور ما با آن روبه‌رو است؛ گویا در ایران نمی‌دانند که این هنر چه جایگاهی دارد و برای همین به آن اهمیت نمی‌دهند

خانم فرزانه ارج که در حال حاضر به عنوان مدیر روابط عمومی انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران فعالیت می‌کند، از دوران کودکی علاقه خاصی به هنر داشته و به‌رغم تحصیل در رشته‌ای متفاوت در دانشگاه، هیچ‌گاه از علاقه خود غفلت نکرده است. وی بزرگ‌ترین چالش را در عدم وجود جایگاه ویژه برای هنر در کشور می‌داند و معتقد است که هنر جایگاه بایسته خود را در ایران نیافته است. ارج با تاکید بر اهمیت بالای هنر، بر این باور است که این اهمیت به‌طور کامل در ایران آموزش داده نمی‌شود و نهادهای ذی‌ربط نیز در این زمینه اهمال می‌کنند. آنچه در ادامه می‌خوانید، به گفت‌وگوی ما با این بانوی هنرمند اختصاص دارد.

تدریس و آموزش نقاشی دارید که به فعالیت شما در روابط عمومی انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران کمک کرده است؟

در حال حاضر خارج از دانشگاه، در آموزشگاه‌های هنری و مدارس فعالیت آموزشی دارم. تدریس و آموزش نقاشی به من این امکان را داده که با گروه‌های مختلف سنی و سطوح مختلف مهارتی در ارتباط باشم. این تجربه کمک کرده تا نیازها و چالش‌های هنرجویان را بهتر درک کنم و روش‌های موثرتری برای ارتقاء مهارت‌ها و توانایی‌هایشان ارائه دهم. این امر باعث شد، هم‌اکنون که در روابط عمومی انجمن هنرهای تجسمی ایران فعالیت می‌کنم، بر اساس همین شناخت‌ها، برنامه‌ریزی کنم و ارتباط موثرتری با هنرجویان برقرار کنم.

به نظر شما هنرهای تجسمی ایران در چه بخش‌هایی نیاز به رشد و تقویت دارد تا امکان رقابت در سطح بین‌المللی فراهم شود؟

ارتباطات نقش بسیار موثری می‌تواند داشته باشد. ارسال آثار از ایران به سایر کشورها هزینه دارد و شاید این هزینه‌ها برای هنرمندان بسیار سنگین باشد. اگر این ارتباطات، از طریق نهادهای بزرگ‌تر و بالاتر تسهیل شود و نمایشگاه‌های بین‌المللی را در کشورهای دیگر بر گزار کرده و به راحتی آثار را به آنجا ارسال کنیم، بسیار کمک‌کننده خواهد بود. از طرفی، رسانه‌ها و ارتباطات باید هرچه بیشتر و قوی‌تر باشند تا هنرمندان ایرانی و آثارشان را در سایر کشورها معرفی کنیم. ارتقاء زیرساخت‌ها و امکانات هنری، تقویت شبکه‌های ارتباطی بین‌المللی و افزایش فرصت‌های نمایش آثار هنرمندان ایرانی در نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های بین‌المللی می‌تواند به رقابت‌پذیری هنرهای تجسمی ایران کمک کند.

چه چالش‌هایی در ارتباط با ترویج هنرهای تجسمی ایران در داخل کشور وجود دارد و راه‌حل شما برای آن‌ها چیست؟

بزرگ‌ترین چالش این است که هنر در کشورمان جایگاه خود را هنوز پیدا نکرده است. هنر بسیار مهم است، اما این اهمیت یا آن‌گونه که باید در ایران آموزش داده نشده یا نهادهایی که باید این کار را انجام دهند، در انجام این امر مهم اهمال کرده‌اند که وضعیت هنر این‌گونه است. مردم باید به هنر و نقش آن

در خصوص میزان علاقه خود به هنرهای تجسمی به ویژه نقاشی توضیح دهید.

در ابتدای کودکی و در دوران نوجوانی علاقه به هنرهای تجسمی، به‌ویژه نقاشی در من وجود داشت. در دو تا سه دهه قبل شرایط به گونه دیگری بود و به دانش آموزانی که نمرات بالای درسی داشتند، توصیه می‌شد که در رشته‌هایی مانند مهندسی و پزشکی و علوم پایه تحصیل کنند و من هم به‌رغم علاقه‌ای که به هنر داشتم، وارد رشته تجربی شدم و با وجود قبولی در رشته هنر در کنکور همان سال، برای تحصیل در دانشگاه رشته زیست‌شناسی را انتخاب کردم. البته در کنار تمام این‌ها هنر غافل نشدم، زیرا با وجود تحصیل در رشته زیست‌شناسی، آنچه که باعث می‌شد که روحم آرامش پیدا کند، نقاشی بود و آن را در کنار کارم ادامه دادم. البته باز هم شرایط بر اینم قانع‌کننده نبود تا اینکه در سال ۱۳۹۷ در مقطع کارشناسی ارشد رشته نقاشی در دوره روزانه دانشگاه الزهرا پذیرفته شدم. این موضوع شرایطی را فراهم آورد تا با کسانی که در این عرصه فعال هستند، ارتباط بیشتری پیدا کنم. حدود ۲۰ سال تدریس نقاشی داشتم، البته هم می‌آموختم و هم ارائه می‌دادم و معتقدم تا آینده خیلی دور هم، باید همچنان بیاموزم، زیرا اصولاً هنر رشته‌ای است که انتهای ندارد. بعد از آن، با انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران در دانشگاه الزهرا آشنا شدم و مدت ۳ سال در آنجا فعالیت داشتم و در نهایت علاقه‌مند شدم که در این حوزه فعالیت کنم و در حال حاضر هم مدیر روابط عمومی انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران هستم. شایان ذکر است، با تکنیک رنگ روغن کار می‌کنم و به سبک رئال امپرسیونیسم علاقه‌مند هستم. هر زمان که امکان آن وجود داشته، در نمایشگاه‌های گروهی شرکت کرده‌ام. در مرکز رشد دانشگاه الزهرا و کشاپ‌های آموزشی یک روزه و دو روزه برگزار می‌کردیم و در حوزه‌های مختلف آموزش می‌دادیم. قبل از ورود به دانشگاه، در دبیرستان در زمینه طراحی و نقاشی کاری کردم و قبل از ورود به دانشگاه، مدارک فنی و حرفه‌ای را دریافت کرده بودم. در واقع تمام تلاش خود را انجام می‌دادم تا مهارت‌های لازم در این زمینه را کسب کنم.

در حوزه آموزش چه فعالیت‌هایی داشته‌اید و چه تجربیاتی از

راه خوبی بشناسند. در بسیاری از کشورها، هنر جریان‌های سیاسی، اجتماعی و فکری را شکل می‌دهد. مادر ایران صرفاً فروش آثار یا بخش زیبایی شناسی آثار مطرح است. متأسفانه آن اتفاقی که باید در ایران رخ بدهد، نیفتاده و از آنجا که آگاهی عمومی بسیار مهم است، باید سیاست‌های لازم توسط نهادهای بالاتر اتخاذ شود.

نقش انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران در حمایت از هنرمندان جوان و ناشناخته چیست و چه برنامه‌هایی برای توسعه این حمایت‌ها دارد؟

برای اینکه جوانان دیده شوند، باید برنامه‌هایی داشته باشیم و البته این برنامه‌ها نباید فقط به صورت تئوری باشند؛ یعنی هر چقدر هم که روی کاغذ برنامه‌ریزی کنیم، برای عملی شدن آن‌ها نیازمند امکاناتی هستیم. انجمن در حد توان خود می‌تواند این کار را انجام دهد. به عنوان مثال، می‌توانیم نمایشگاه‌های آنلاین برای دانشجویان برگزار کنیم، زیرا در حال حاضر بسیاری از دانشجویان آثار بسیار زیبایی دارند که باید مورد حمایت قرار گیرند. انجمن می‌تواند این نمایشگاه‌ها را برگزار کند و کارگاه‌هایی ترتیب دهد تا افرادی که علاقه‌مند به این حوزه هستند، اساساً به کافی‌نندارند؛ از آن استفاده کنند. در واقع هنر رشته‌ای است که نیازمند هزینه است و اگر کسی قصد خرید رنگ، بوم یا قلم‌مورا داشته باشد، نیاز به سرمایه دارد. افرادی را می‌شناسم که فقط به دلیل نداشتن سرمایه، از هنر بازمانده‌اند و این مساله باید حل شود و معضلی است که نیاز به یک حرکت دسته‌جمعی بسیار بزرگ دارد. انجمن علمی هنرهای تجسمی ایران به عنوان بخشی کوچک از این اجتماع، تلاش می‌کند که این هدف را دنبال کند، اما این اقدامات کافی نیست.

چگونه می‌توان از طریق روابط عمومی پل ارتباطی میان هنرمندان تجسمی ایران و سایر کشورها ایجاد کرد؟

روابط عمومی باید با نهادهای مختلف ارتباط برقرار کند و بخش بین‌الملل یکی از مهمترین بخش‌هایی است که می‌تواند تاثیرگذار باشد. ما می‌توانیم با توجه به امکانات موجود، نمایشگاه‌هایی برگزار کنیم، کمالینکه در حال حاضر این اتفاق در حال رخ دادن است. مثلاً برای نمایشگاه «روایت پارس» که آخرین نمایشگاه انجمن است، در حال مکاتبه با کشور کانادا هستیم تا در صورت امکان، آثار هنرمندان ایرانی را به کانادا ارسال کنیم و در آنجا نیز به نمایش بگذاریم. همچنین در حال ارتباط با شرکتی به نام لالکس در آلمان هستیم که صاحب امتیاز آن یک بانوی ایرانی است. هدف ما از این ارتباط آن است که اگر حتی امکان ارسال فیزیکی آثار به آنجا فراهم نشود، بتوانیم فایل آثار را به صورت عکس ارسال کنیم یا به شکل مجازی و پرینت شده ارائه دهیم. این روش‌ها به ما این امکان را می‌دهد که آثار هنرمندان ایرانی را در خارج از کشور به نمایش بگذاریم و زمینه‌ای برای معرفی و دیده شدن آن‌ها در سطح بین‌المللی ایجاد کنیم.

با توجه به تجربیات شما، هنرهای تجسمی چگونه می‌تواند به توسعه فرهنگی و اجتماعی کشور کمک کند؟

به اعتقاد بنده، هنر در واقع همان فرهنگ است و نقش آن به اندازه‌ای در این زمینه مشخص و واضح است که اصلاً نباید بابت آن توضیحی داده شود. پرچم کشور ما توسط گرافیکست طراحی می‌شود و آرم، لوگو، برندسازی، هویت ملی و هر آنچه که برای شناخت یک کشور به زبان جهانی لازم و واجب است، در هنر پنهان شده است. عدم آگاهی از اهمیت نقش هنر عظیم‌ترین مشکلی است که کشور ما با آن روبه‌رو است؛ گویا در ایران نمی‌دانند که این هنر چه جایگاهی دارد و برای همین به آن اهمیت نمی‌دهند. توجه داشته

باشید، به هر زبانی که بخواهید صحبت کنید، مردم کشورهای دیگر زبان شما را نمی‌فهمند، ولی زبان هنر، زبانی است که در همه جا قابل فهم است و در واقع زبان مشترک بین تمام کشورهاست. اگر این فهم و آگاهی در کشور اتفاق بیفتد، بسیاری از مسایل حل می‌شود.

چه برنامه‌هایی برای گسترش آگاهی عمومی درباره اهمیت و تاثیر هنرهای تجسمی در ایران از طریق انجمن علمی هنرهای تجسمی دارید؟

انجمن خود را موظف می‌داند که با ایجاد کارگاه‌های آموزشی، ورکشاپ‌های آموزشی و رویدادهای مختلف هنری نقش خود را ایفا کند، ولی معتقدم که هنر باید نهادینه شود؛ یعنی باید از مهد کودک‌ها و مدارس ابتدایی، هنر آموزش داده شود. آموزش نه به معنای آکادمیک، بلکه اهمیت و نقش هنر باید از زمان کودکی نهادینه شود تا به بزرگسالی افراد برسد.

تکنولوژی‌های نوین مانند واقعیت افزوده و هوش مصنوعی چه تاثیری بر آینده هنرهای تجسمی خواهند داشت؟

این مساله علاوه بر اینکه می‌تواند نقش بسیار موثر و مفیدی در بروز خلاقیت‌های هنرمندان داشته باشد، از طرفی هم تبدیل به دغدغه‌ای شده، از این بابت که اگر هوش مصنوعی قرار است اثری را خلق کند، پس نقش هنرمند در این میان چه خواهد شد؟ به نظر من این تا حدودی درست است، ولی باید در نظر داشته باشیم که هوش مصنوعی تمام اطلاعات خود را از انسان‌ها می‌گیرد؛ بنابراین شاید نتواند بیش از آن چیزی که انسان می‌داند، ارائه کند. تصور می‌کنم که می‌توانیم به جنبه‌های مثبت و مفید آن دقت کنیم و از قابلیت‌های آن برای افزایش خلاقیت و نوآوری در هنر بهره ببریم. در حوزه هنرهای تجسمی چه فرصت‌هایی برای تبادل فرهنگی و همکاری‌های مشترک با سایر کشورها وجود دارد؟

یکی از این فرصت‌ها، برگزاری نمایشگاه‌های مشترک است. در این زمینه با برخی از کشورها مکاتباتی داشته‌ایم و از آن‌ها خواسته‌ایم که هنرمندان آن‌ها در رابطه با بناها، دیدنی‌ها و جاذبه‌های کشورشان، نقاشی‌هایی را خلق کنند و ما هم همین کار را در ایران انجام دهیم. به این ترتیب می‌توانیم نمایشگاه‌های مشترکی داشته باشیم که هم آن‌ها بتوانند ما را بشناسند و هم ما بتوانیم کشور آن‌ها را بهتر بشناسیم. در این رابطه، با چند کشور مکاتباتی انجام شده و امیدواریم که این امر محقق شود که البته نیازمند همکاری و حمایت نهادهای دیگر نیز است.

چگونه می‌توان نقش زنان هنرمند را در هنرهای تجسمی ایران برجسته‌تر کرد و موانع موجود برای آن‌ها را برطرف ساخت؟

درست است که هنرمندان مرد موفق بسیاری در جامعه داریم، اما در سال‌های اخیر زنان بیش از پیش به نقاشی و هنر روی آورده‌اند. برخی از آقایان هنر را به عنوان یک منبع درآمد پایدار نمی‌بینند و بنابراین از این عرصه مقداری کنار کشیده‌اند که این مساله به خودی خود یک معضل محسوب می‌شود. همین موضوع باعث شده که راه برای بانوان بازتر شود. برای مثال، در نمایشگاهی که برگزار کرده‌ایم، تعداد شرکت‌کنندگان زن بسیار بیشتر از مردان بود. البته این اتفاق تنها در سال‌های اخیر رخ داده است. حمایت از زنان در این عرصه باید همواره مورد توجه باشد، چرا که در طول تاریخ این فرصت‌ها به اندازه کافی برای زنان فراهم نبوده و شاید اکنون زمانی باشد که باید این حق را بازپس بگیرند. ■

ارتقاء زیرساخت‌ها
و امکانات هنری،
تقویت شبکه‌های
ارتباطی بین‌المللی و
افزایش فرصت‌های
نمایش آثار هنرمندان
ایرانی در نمایشگاه‌ها
و جشنواره‌های
بین‌المللی می‌تواند
به رقابت پذیری
هنرهای تجسمی
ایران کمک کند

الاختيار

الرئيس التنفيذي لشركة سليمان للسجاد
عدم الاستقرار الاقتصادي والسياسي هو التحدي الرئيسي لمصنعي السجاد



تم رفع عزم في الذكرى العشرين لمجموعة فيروزة المالية
فيروزة على جعل الاستثمار عامًا في البلاد



رئيس مجموعة عمل طريق الحرير التابعة للأمم المتحدة واليونسكو
الحاجة إلى الاستثمار في الطاقة المتجددة والقضاء على الوقود الأحفوري في
الصناعة



الرئيس التنفيذي لتعاونية توفير احتياجات مصنعي قطع غيار السيارات في البلاد «همسو»
مصنعو القطع المتوسطة والصغيرة بحاجة إلى الدعم



أكد الرئيس التنفيذي لشركة رباط لمنتجات اللحوم
عدم القدرة على التصدير بسبب ارتفاع سعر الصرف



نائب الرئيس التنفيذي لشركة نامي نيك نهاد القابضة (سه نان)
هدفنا الاستراتيجي هو إنتاج خبز مفيد للغاية



أثار رئيس الاتحاد الدولي للتجار أمين
دعم العلامات التجارية الإيرانية المشاركة في المعارض الخارجية



أكدت مدير العلاقات العامة في جمعية الفنون البصرية الإيرانية
التبادل الثقافي والفني مع الدول الأخرى من خلال المعارض المشتركة



عالم الاستثمار اختيار ذكي لدخول سوق الأعمال الإيرانية

تمتلك إيران، وهي دولة ذات حضارة تمتد لآلاف السنين وذات موقع جغرافي استراتيجي، العديد من الفرص والقدرات للاستثمار في النفط والغاز والمعادن والبنية التحتية الصناعية المختلفة. كما أن وجود مناخات متنوعة وآثار تاريخية غنية أضاف إليها عوامل جذب سياحي فريدة. بالإضافة إلى ذلك، أدى وصول إيران المريح والرخيص إلى أكثر من مليار شخص في العالم في البلدان المجاورة لها وعبر طريق الحرير، إلى خلق ميزة تصديرية خاصة لنا؛ لذلك، يمكن للدخول الذكي في مختلف القطاعات مثل الصناعة والخدمات والتجارة والشركات الجديدة أن يحقق 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: ٣٧-٠٣٥٨٦٤٨٣٥٠٩٨٢١

رقم الفاكس: ٧٢٠٠٩٨٢١٨٦٤٧٢٠

الرمز البريدي: ١٥٨٨٦٦٣٤٤

رقم الهاتف المحمول: ٧٧٤٥٠٩٨٩١٣٧٧٠

البريد الإلكتروني: d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

الجمارك الإيرانية في هالة من الشفافية والغموض



فرهاد اميرخاني
رئيس التحرير

في بلادنا، وتحت ذريعة العقوبات الدولية، تنتشر منذ سنوات ظاهرة التهريب البشعة، بما في ذلك الوقود والبضائع والأدوية والمواشي والمواد الخام وغيرها. ورغم أن البضائع المهربة تنقل بواسطة شركات نقل باهظة الثمن، لكنها تُعرض وتُباع بكثرة في المتاجر والمستودعات دون خوف من أجهزة

المراقبة. وبغض النظر عن تناقض الأنباء حول حجم التهريب، فإن تقريراً صادراً عن مركز البحوث في مجلس الشورى الإسلامي يشير إلى أن حجم البضائع المستوردة إلى البلاد هذا العام يقدر بنحو ٣٢ مليار دولار. وإذا كان هذا الرقم صحيحاً، فيكفي أن نعلم أن كل مليار دولار من البضائع المهربة تؤدي إلى فقدان أكثر من ١٠٠ ألف فرصة عمل. وفي هذا العام وحده، ضاعت أكثر من ٣ ملايين فرصة عمل بسبب أنشطة المهربين، ولحقت أضرار بالناس.

وتوجد تساؤلات كثيرة حول من هم المهربون المنظمون وكيف يقومون بتهريب هذا الكم من البضائع. ولكن لا ينبغي أن ننسى أن الناس يتوقعون دائماً من قوات إنفاذ القانون أن تحرس بعناية الحدود الجوية والبرية والبحرية ولا تسمح بدخول أو خروج أي بضائع أو مواد أخرى إلى داخل أو خارج حدود البلاد إلا من خلال الجمارك، بحيث يمكنها في الوقت الذي تحمي فيه الحدود والأمن، أن تقف وتواجه أي انتهاكات وفوضى كجهاز إنفاذ للقانون. ما يبدو مشيراً للقلق هو أن تهديدات التهريب اليوم لا تتم فقط من خلال رعاة الحدود، والطرق الجبلية المتعرجة، والقوارب السريعة، ولكن أيضاً من خلال القنوات الرسمية وباستخدام تكتيكات ماهرة في الجمارك.

في الوقت الحاضر، يتم تنفيذ ما بين ٥٠ إلى ٦٠ في المائة من عمليات التهريب من خلال أساليب مختلفة وبشكل رسمي، بحيث يقوم هؤلاء الأفراد، في كثير من الأحيان مع القليل من الإفصاح أو بدونه وبأساليب تبدو قانونية، باستيراد منتج واحد إلى البلاد تحت اسم منتج آخر. خلال السنوات القليلة الماضية وحدها، تم تحديد ٣١ طريقة وتقنية لتهريب البضائع، أكثر من ٩٥ بالمائة منها تمت عبر القنوات الرسمية.

إن عدم القدرة على فحص الحجم الهائل من البضائع المعبأة في حاويات عملاقة بالطريقة التقليدية، وغياب التقنيات الحديثة للمراقبة والفرق بين المعلومات المسجلة في الجمارك والبضائع المرفوعة عنها، وحجم وتعقيد الجمارك في المناطق الحرة، وانتشار تزوير الوثائق والرشوة وغيرها، كل ذلك وفر هامشاً آمناً لأنشطة المهربين. ويبدو أن ما نحتاج إليه أكثر من أي وقت مضى، في ظل هذا الوصف، هو الوحدة الوطنية لمواجهة ظاهرة الاتجار الشريرة. ولا يتم التهريب من قبل بعض سكان الحدود المحتاجين إلى العمل فحسب، بل أيضاً من قبل رجال الأعمال الماهرة والمهرة، طموح شريـر جرّ نسيـج الأمل بالإنتاج في البلاد إلى هاوية العدم والدمار.

الحاجة إلى الاستثمار في التقنيات الجديدة



دكتور مرتضى فغاني
رئيس التحرير وعضو
غرفة التجارة طهران

إن أهمية الاستثمار في التقنيات الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي تعتبر ضرورة حيوية ومصرية للاقتصاد الإيراني، بحيث أن أي تأخير في هذا المجال في الظروف الحالية سيحرم الاقتصاد الإيراني من فرص كبيرة. يمكن لهذه التكنولوجيا زيادة الكفاءة والإنتاجية في مختلف الصناعات مثل الزراعة والصناعة والخدمات والصحة. ومن ناحية أخرى، فإن تطوير التقنيات الجديدة يمكن أن يساعد في خلق فرص عمل جديدة في

مجالات البحث والتطوير والبرمجة وإدارة البيانات. وعلاوة على ذلك، تستطيع إيران، من خلال تطوير التقنيات المحلية، تقليل اعتمادها على التقنيات الأجنبية، وهو ما قد يكون حاسماً للغاية في أوقات العقوبات. كما أن استخدام التقنيات المحلية في القطاعات الحساسة مثل الدفاع والأمن السيبراني والبنية التحتية الحيوية يعزز الأمن الوطني. يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في إجراء الأبحاث في مختلف المجالات العلمية ووضع إيران على طريق التقدم العلمي. ومع ذلك، استناداً إلى المعلومات المتوفرة ومقارنة الاستثمار في مجال الذكاء الاصطناعي بين إيران والدول المجاورة مثل الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية وتركيا، يمكن القول إن إيران ليست في وضع جيد في هذا المجال.

تعتبر استثمارات إيران في الذكاء الاصطناعي أقل بكثير من استثمارات دول أخرى في المنطقة. وتشير التقارير إلى أن إيران ستحظى بحصة صغيرة من أرباح الذكاء الاصطناعي البالغة ٣٢٠ مليار دولار بحلول نهاية هذا العقد. وتحديداً، في عام ٢٠٢٣، استثمرت السعودية ٣٧ مليار دولار في الذكاء الاصطناعي، وهو ما يزيد ٣٧٠ مرة عن المبلغ الذي خصصته إيران لهذا القطاع. من ناحية أخرى، يُقال إن دولة الإمارات تحتل المرتبة الرابعة عالمياً في مجال البنية التحتية للذكاء الاصطناعي، وتمكنت من تحقيق مراتب متقدمة في استراتيجية الحكومة الذكية باستخدام الذكاء الاصطناعي. وقد حققت دولة الإمارات العربية المتحدة تقدماً كبيراً في هذا المجال، مستفيدة من قدراتها في مجال الحواسيب العملاقة والبنية التحتية المستقرة للإنترنت والكهرباء.

كما استثمرت السعودية ١٥,٥٧ مليار دولار في الذكاء الاصطناعي في عام ٢٠٢٠، وسيصل هذا الرقم إلى ٣٧ مليار دولار في عام ٢٠٢٣. وسعت الدولة إلى أن تكون رائدة في هذا المجال من خلال إطلاق العديد من المبادرات، مثل المركز الوطني للذكاء الاصطناعي والشركة السعودية للذكاء الاصطناعي. كما قامت تركيا باستثمارات كبيرة مقارنة بإيران، على الرغم من أن الأرقام الدقيقة للاستثمار في الموارد المتاحة لم يتم تحديدها بوضوح. ومع ذلك، تحتل تركيا مرتبة أفضل من إيران في المؤشرات المتعلقة باستراتيجية الحكومة في مجال الذكاء الاصطناعي. بالنظر إلى هذه الإحصائيات، يمكننا القول إن إيران ليست في وضع ملائم من حيث الاستثمار في التقنيات الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي مقارنة بالدول المجاورة لها مثل الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية وتركيا. وقد أثر هذا الاختلاف في الاستثمارات بدوره على الجاهزية والتقدم في مجال الذكاء الاصطناعي، لذا من الضروري الاهتمام بهذا المجال المهم.

وأكد الرئيس التنفيذي لشركة سليمان للسجاد يشكل عدم الاستقرار الاقتصادي والسياسي تحدياً كبيراً لمصنعي السجاد المصنوع آلياً



وفقاً لسعيد منزوي زاده، الرئيس التنفيذي لشركة سليمان للسجاد، فإن عدم الاستقرار الاقتصادي والسياسي من بين التحديات الرئيسية لهذه الصناعة، فضلاً عن التضخم وأسعار الصرف وأسعار الفائدة المصرفية وجميع المعايير الفعالة للشركة المصنعة، أصبحت التحديات الرئيسية. من ناحية أخرى، فإن الافتقار إلى القوى العاملة الماهرة، ومنع دخول الآلات والتكنولوجيا الحديثة، هي أيضاً تحديات رئيسية أخرى لهذه الصناعة. ومع ذلك، يؤكد ناشط صناعة السجاد هذا أنه على الرغم من كل المشاكل، فإن الابتكار مدرج على أجندة سليمان للسجاد. قرأنا أجزاء من المقابلة مع هذا المدير القادر.

إن التحدي الرئيسي الذي نواجهه كشركة مصنعة هو عدم الاستقرار الاقتصادي والسياسي السائد. تسببت هذه الظروف في عدم وجود تخطيط سليم لصناعتنا وعملنا. كما أصبح التضخم وأسعار الصرف وأسعار الفائدة المصرفية وجميع المعايير الفعالة للشركة المصنعة من التحديات الرئيسية لدينا. بالإضافة إلى هذه القضايا؛ إن الافتقار إلى القوى العاملة الماهرة، ومنع دخول الآلات والتكنولوجيا الحديثة، والتعالمات والقرارات المختلفة، فضلاً عن البيروقراطية المعقدة والواسعة النطاق في الوزارات مثل وزارة الداخلية والاقتصاد والعمل، هي أيضاً تحديات رئيسية أخرى لهذه الصناعة.

لقد حاولنا دائماً التحرك نحو تطوير المنتجات على الرغم من المشاكل السائدة في المجتمع، ونظراً لأنه بدون تنوع المنتجات، لا يمكن اكتشاف أسواق جديدة سواء محلياً أو دولياً. من خلال الابتكار والإبداع، تمكنا من العمل بكفاءة واستباقية في الأسواق، ولحسن الحظ، حققنا نتائج مواتية من هذا النهج على مر السنين. بالطبع، فإن العمل الإبداعي والمبتكر له مخاطره وتكاليفه، ولكن في النهاية، ساعدت هذه الأعمال دائماً في تحسين وضع شركة سليمان للسجاد.

إن أحد التدابير المتخذة للسيطرة على التقلبات في أسعار المواد الخام هو الحفاظ على سعر سجادنا مرتفعاً من خلال توفير منتجات حديثة وعمل عالي الجودة. يتم التخطيط لتوريد وبيع المنتجات بطريقة تمنع الشركة من تكبد الخسائر. كما أننا بفضل التصميم الجديدة والألوان المتنوعة والأنماط الإبداعية تمكنا من الحفاظ على سعر منتجاتنا وعدم التعرض لأي مشاكل في الإنتاج والمبيعات. ومن الخطط التي فكرنا فيها للمستقبل وتوسيع وتطوير منتجاتنا قضية الابتكار التي ذكرناها سابقاً، فمن خلال تطبيق أفكار جديدة وتقديم أعمال جديدة قمنا بتطوير أنواع مختلفة من السجاد واستخدام خيوط متنوعة في منتجاتنا. ويستمر هذا النهج ونخطط في المعرض القادم للكشف عن منتج جديد هو نتيجة لهذه الابتكارات. ■

إمكانية تصدير سجاد آلي بقيمة ملياري دولار سنوياً

تعد صناعة إنتاج السجاد الآلي في البلاد من القطاعات القليلة في صناعة النسيج التي تمكنت من التمتع بالنمو والتطور المناسبين مقارنة بقطاعات أخرى من صناعة النسيج في العقد الماضي، وتتمتع بمكانة متميزة وتنوع مقبول من حيث جودة المنتج والتصميم والتخطيط، وقد جهزت نفسها جيداً بأحدث التطورات التكنولوجية في العالم. في الواقع، كان الجمع بين أحدث التقنيات في العالم مع الفن والإبداع الإيراني قادراً على تحويل صناعة السجاد الآلي في إيران إلى صناعة متميزة ومولدة للعمالة ومولدة للعملة.

حالياً، من بين حوالي ٥٥٠٠ وحدة صناعية نسيجية في البلاد، يوجد أكثر من ٩٠٠ وحدة صناعية؛ أي أن أكثر من ١٦ في المائة منها لديها ترخيص استغلال لإنتاج السجاد الآلي، ومعظمها يقع في كاشان وأران وبيدجول. وهذا يدل على التطور السليم لهذه الصناعة في البلاد وقد حول منطقة كاشان إلى مركز لإنتاج السجاد الآلي في إيران وواحدة من المناطق الرئيسية لإنتاج هذا المنتج في العالم.

حالياً، يبلغ إجمالي الطاقة المركبة لهذه الصناعة في البلاد حوالي ١٥٠ مليون متر مربع وإنتاجها العملي سنوياً حوالي ١٠٠ مليون متر مربع، مما يجعل قيمة الإنتاج السنوي لهذا المنتج حوالي ١٥ مليار و٢٠٠ مليون دولار. وتجدر الإشارة إلى أن إنتاج هذا المنتج في الأشهر العشرة الأولى من عام ٢٠٢٤ حوالي ١٥ مليون متر مربع.

حالياً، صادرات إيران في هذا القطاع هي بشكل رئيسي إلى الدول المجاورة مثل أفغانستان والعراق وتركمانستان، ولكن نظراً للجودة المرغوبة لهذه المنتجات والتصميم والخطة الإيرانية المبتكرة، فضلاً عن استخدام أحدث التقنيات في العالم، هناك مستقبل مشرق لهذا القطاع الصناعي ومن المتوقع أن يرى مصدرو هذا المنتج زيادة في صادرات هذا المنتج إلى أسواق الاتحاد الأوروبي وأجزاء أخرى من العالم من خلال تنوع أسواقهم التصديرية.

وبالإضافة إلى ذلك، فإن إقامة المعارض المتعلقة بالصناعات، وخاصة المعرض الدولي للأرضيات والسجاد والسجاد الآلي والصناعات ذات الصلة، فضلاً عن المعارض الإقليمية والدولية الأخرى، يمكن أن يكون لها تأثير كبير في عرض قدرات الشركات المصنعة المحلية ونمو وتطور إنتاجها وصادراتها. ومن المأمول أنه من خلال تحسين مستوى الخدمة، وخفض تكاليف إقامة وتسهيل حضور الشركات الأجنبية في مثل هذه المعارض، وكذلك من خلال تقديم حوافز التصدير في شكل توفير جزء من تكاليف استئجار الأكشاك والسفر للشركات الإيرانية التي تشارك في معارض مماثلة في أجزاء أخرى من العالم، سيتم اتخاذ خطوات أكثر فعالية نحو مشاركة جميع الوحدات المحلية والأجنبية في هذه الأحداث الدولية. ■



علي رضا حاثري
خبير صناعة النسيج

تم رفع عزم في الذكرى العشرين لمجموعة فيروزه المالية

فيروزه على جعل الاستثمار عامًا في البلاد

فاطمة سري، الرئيسة التنفيذية وعضو مجلس إدارة شركة إدارة محفظة فيروزه: إن شركة إدارة محفظة فيروزه للتنمية هي واحدة من الشركات التابعة الرئيسية لمجموعة فيروزه المالية ومعترف بها كواحدة



من أفضل ٥ مديري محافظ في البلاد. وتدير هذه الشركة أكثر من ٢٤٠ محفظة خاصة و١٥ صندوق استثماري، بما في ذلك الصناديق ذات الرافعة المالية والدخل الثابت والأسهم والقطاعات والمؤشرات والجريئة والخاصة والذهب. وتتجاوز أصول الشركة المدارة ٣٥ تريليون تومان، وقد شهدت نموًا بنحو ١٠٠ مرة في الأصول المدارة خلال ٥ سنوات.

صرح أمير تقني خان تجريشي، رئيس مجلس إدارة مجموعة فيروزه المالية، في هذا الاجتماع: ما أكدنا عليه كميزة تنافسية هو المعرفة المتخصصة بالاستثمار في إيران التي دخلت البلاد بالاستثمار الأجنبي.



وأشار إلى أن الظروف الاقتصادية الحالية خاصة، وقال: يجب أن نستغل المسار الذي سلكه الغرب ونرى ما هو تأثرنا في الشرق الأوسط. اكتسبت الكتل الأخرى خارج الغرب قوة تدريجيًا، والصين هي مثال لهذه الدول. كما زادت المسافة بين الولايات المتحدة وأوروبا. كما أدت أوامر ترامب خلال هذه الفترة إلى زيادة التعريفات الجمركية على الصين.

صرح ميلاد معماريان، الرئيس التنفيذي لشركة فيروزه ديجيتال، في تقديم هذا المنتج: تم تشكيل مجموعة فيروزه مع التركيز على المنتجات المالية الجديدة، ورؤيتنا هي توفير المنتجات المالية التي يمكن لجميع الناس الوصول إليها. لقد استهدفنا مشكلة التضخم، وهي أكبر مشكلة للناس. منتجنا الأكثر أهمية هو تطبيق فيروزه، الذي طورناه بمنظور التطبيق المالي الفائق وهدفنا إلى توحيد جميع منتجات هذه المجموعة. نعتقد أن عمليات الاستثمار في بلدنا معقدة وغير متاحة للجميع. كان تبسيط تطوير المنتجات أيضًا أحد أهدافنا.



تسعى مجموعة فيروزه المالية، في عملية تحويل وتوسيع أنشطتها، إلى دخول مجالات مالية جديدة مثل التأجير والتأمين والصناديق الجديدة من أجل تقديم خدماتها لمجموعة أوسع من الأفراد والشركات. ■

تأسست مجموعة فيروزه المالية في عام ٢٠٠٥ ودخلت عقدها الثالث من النشاط كمؤسسة مالية تابعة للقطاع الخاص. منذ إنشائها، لعبت دورًا رئيسيًا في تطوير سوق رأس المال من خلال تقديم خدمات متنوعة ومبتكرة. وهي تدير حاليًا أكثر من ٥٠ تريليون تومان من أصول المستثمرين في ١٥ صندوق استثماري و٦ شركات استثمار في البورصة. وباعتبارها واحدة من أكبر المؤسسات الاستثمارية في البلاد، تقدم مجموعة فيروزه المالية خدمات مثل إدارة الأصول وأدوات الاستثمار والوساطة والاستشارات التمويلية وقبول الشركات. وبمناسبة الذكرى العشرين لتأسيس مجموعة فيروزه المالية، عقد مؤتمر صحفي للمجموعة في ٥ فبراير/شباط في فندق قلب بطهران، وأعلن كبار مديريها، أثناء استعراضهم إنجازات العقدين الماضيين، عن خطط مستقبلية مثل الاكتتابات العامة الأولية في سوق رأس المال، وتطوير الأدوات المالية، وإطلاق صندوق للعمليات المشفرة.

نحن نطلق صندوقًا للعمليات المشفرة

وأضاف **رامين ربيعي،** الرئيس التنفيذي لمجموعة فيروزه المالية، أثناء إعلانه عن الطرح العام الأولي لأسهم المجموعة قريبًا: "نحن نطلق صندوقًا للعمليات المشفرة بمساعدة البورصة".



وبخصوص منصات شراء الذهب عبر الإنترنت، قال: "لا نعرف ما إذا كانت جميع منصات شراء الذهب عبر الإنترنت لديها نفس كمية الذهب التي تدعيها".

وأشار ربيعي إلى أن مجموعة فيروزه المالية تمكنت من احتلال المركز الأول في جذب المستثمرين الأجانب في سوق رأس المال الإيرانية في بداية نشاطها من خلال إنشاء وإدارة صندوق استثماري في أوروبا للاستثمار في إيران. وقال: "لقد نجح صندوق الاستثمار في الأسهم هذا في جذب ١٥٠ مليون دولار من رأس المال الأجنبي في بورصة طهران ولا يزال صندوق الاستثمار الأجنبي الوحيد المرخص له بالعمل في الاتحاد الأوروبي الذي يستثمر في سوق رأس المال في بلدنا". وأشار الرئيس التنفيذي لمجموعة فيروزه المالية إلى اللوحات الإعلانية المتعلقة بمنصات الذهب المنصهر وقال: "في هذه الأيام، تمثل أسوار المدينة بلوحات إعلانية تعلن عن منصات بيع الذهب المنصهر التي تعمل بطريقة غير شفافة وغير قانونية، مما يزيد من المخاطر على الجميع. هذا الهيكل للاستثمار في الذهب موجود قانونيًا وشفافًا في مجموعتنا، ويمكن للناس استخدامه". وفي استمرار هذا الاجتماع، قالت السيدة

إن عدم التوازن بين العرض والطلب في صناعة السجاد واضح تمامًا



بدأت شركة سليمان للسجاد نشاطها في عام ١٩٨٢ تحت اسم شركة ناخ رسول أصفهان، وبدأ غلام رضا منزوي زاده أيضًا العمل كعضو في مجلس إدارة هذه الشركة في نفس العام. قرأنا أجزاء من مقابلتنا مع غلام رضا منزوي زاده، رئيس مجلس إدارة شركة سليمان للسجاد. لقد ساعدني النشاط في السوق والتعرف على التجارة والتعامل كثيرًا في الإنتاج، والنتيجة هي أنه بعد ٤٥ عامًا، لا تزال منتجات شركة ناخ رسول أصفهان أعلى من جميع الخيوط الأخرى، وكما أصبحت علامة تجارية منذ البداية، فإنها لا تزال تعمل بأفضل جودة. كان اختيار اسم سليمان للسجاد مميزًا للغاية، لم تنجح العلامات التجارية التي أساءت استخدام هذا الاسم أبدًا، ولا تزال مكانة علامة سليمان للسجاد قوية ومتينة.

لقد حققت شركة سليمان للسجاد حتى الآن أداءً ناجحًا في مجال التصدير. في السنوات الأخيرة، حاولنا توسيع صادراتنا من خلال استهداف أسواق أكثر تنوعًا. بالمقارنة مع منافسيها، تتمتع شركة سليمان للسجاد بمكانة مواتية في أسواق التصدير وتواصل برنامجها التنموي الموجه نحو التصدير من خلال التركيز على الأدوار والجودة والعلامة التجارية القوية. تمتلك شركة سليمان للسجاد ممثلين في حوالي ٦ دول أوروبية وتصدر إلى هذه الأسواق.

في الواقع، لم يتم تقديم أي مساعدة لتعزيز صادراتنا. إذا وصلت السجاد الإيراني إلى مكانتها الحقيقية بعلامتها التجارية وجودتها، فيمكن أن يكون لها تأثير كبير على الأسواق العالمية، لكن تحقيق ذلك يتطلب دعمًا وتخطيطًا جادًا من الحكومة.

النقطة التي يتم طرحها اليوم، وخاصة في التسويق الحديث، هي البدء من نهاية الدورة، وإنشاء العلامة التجارية ثم الدخول في مساحة حيث يمكنك إنتاج وتوريد نفس العلامة التجارية. في الوقت الذي بدأنا فيه الإنتاج تحت اسم وعلامة تجارية لشركة سليمان للسجاد، كان وضع السجاد المصنوع آليًا مختلفًا تمامًا عن الوضع الحالي.

في الوقت الحالي، نظرًا لأن علامة سليمان للسجاد لا تتخذ من كاشان مقرًا لها وتعمل فقط في محافظة أصفهان، فإن موقفنا التنافسي واضح، لكن هذه المنافسة جلبت العديد من التحديات في السنوات الأخيرة وكانت هناك دائمًا مخاوف بشأن الحفاظ على المرتبة والمكانة التنافسية في مجال السجاد المصنوع آليًا.

أولاً وقبل كل شيء، يجب أن نفكر في كيفية إنقاذ الصناعة والإنتاج في هذا البلد. يجب أن نسأل رواد الأعمال عما يريدونه ونحاول التأكد من أن الملكية لا تتصرف بطريقة تسبب لهم الضرر. الخروج من أزمة الصناعة متروك بالكامل للحكومة والبلد. ■

أثار رئيس الاتحاد الدولي للتجار أمين

دعم العلامات التجارية الإيرانية المشاركة في المعارض الخارجية

ومن الأهداف المهمة في إنشاء اتحاد تجار أمين الدولي هو تطوير العلاقات التجارية مع الدول المستهدفة، وقد بدأ نشاطه في هذا الاتجاه. ولكي نتعرف أكثر على نشاطات وأعمال هذا الاتحاد أجرينا مقابلة مع عماد الدين كيري رئيس الاتحاد الدولي لتجار الأمين. قرأنا أجزاء من هذه المقابلة.

تم إنشاء هذا الاتحاد بهدف توجيه ودعم وتسهيل التجارة، فضلاً عن إنشاء جسر بين رجال الأعمال الإيرانيين ورجال الأعمال في البلدان المستهدفة. بالإضافة إلى ذلك، قام الاتحاد الدولي للتجار المؤثوقين بفتح مكاتبه في كافة الوجهات المستهدفة لمراقبة التجار والصناعات والقدرات داخل الدولة وكذلك الدول المستهدفة بشكل أفضل.

وفي هذا الصدد، قام الاتحاد بإرسال وفود مختلفة إلى إيران ووفر الوسائل اللازمة لهذا العمل. ولذلك، فمن المتوقع، في ضوء الاستعدادات التي يتم اتخاذها لهذا الغرض، أن نشهد قريباً أنشطة مثمرة للصناعيين في الساحات الدولية.

ومن بين البرامج التي نضعها في أذهاننا لكافة الصناعات النسيجية والملابس مناقشة دعم المصنعين والعلامات التجارية الإيرانية للمشاركة في المعارض الأجنبية المتخصصة، والمسار التالي هو دعوة الوفود التجارية وأصحاب المصلحة من الأسواق المستهدفة إلى بلدنا وإظهار قدراتنا لهم. يُطلق على هذا الاتحاد اسم الاتحاد الدولي للتجار المؤثوقين، وكما يوحي عنوانه، فهو يسعى إلى مساعدة التجار من خلال تدابير فعالة. ومن بين أنشطتنا لمختلف الصناعات، وخاصة في مجال توفير المواد الخام لصناعة النسيج، تسهيل التجارة مع الدول التي ليس لإيران علاقات معها، مثل دول القارة الأفريقية، على سبيل المثال، تلعب البلدان الأفريقية دوراً هاماً في توفير القطن اللازم للعالم، وفي هذا الصدد، نسعى إلى إدخالها في صناعة النسيج لتوفير المواد الخام ذات الجودة الأعلى والأرخص لإنتاج تنافسي. ■



رئيس مجلس إدارة لجنة المصنعين في جمعية مصنعي وموردي السلع والخدمات للطاقة

المتجددة

انخفضت تكلفة إنتاج الألواح الشمسية بنسبة ٣٠ في المائة



لا تقتصر فوائد الطاقة المتجددة على الفوائد البيئية بل تشمل أيضًا الفوائد الاقتصادية. إن استخدام مصادر الطاقة المتجددة لا يولد الدخل منها فحسب، بل يقلل أيضًا من التكلفة الإجمالية لإنتاج الكهرباء للشركات والمجتمعات، مما يحسن

الظروف الاقتصادية. أجرينا مقابلة مع حميد رضا بيشه ور، رئيس مجلس إدارة لجنة المصنعين في جمعية مصنعي وموردي السلع والخدمات للطاقة المتجددة، حول الطاقة المتجددة. قرأنا أجزاء من هذه المقابلة.

تشهد سوق الطاقة الكهروضوئية العالمية نموًا سريعًا، مع معدل نمو سنوي تراكمي مركب (CAGR) للأنظمة المثبتة بين عامي ٢٠١٣ و٢٠٢٣ بنحو ٢٦ في المائة. في عام ٢٠٢٣، ستشكل الشركات المصنعة الآسيوية ٩٤٪ من إجمالي إنتاج الألواح الشمسية، بينما تقود الصين وحدها السوق بحصة تبلغ حوالي ٨٦٪.

تتمتع إيران الواقعة في حزام إشعاعي أقصى وفي مركز مدار ٣٠ درجة بأكثر من ٣٠٠ يوم مشمس. ونظرًا للبرامج المعتمدة والمتطورة في البلاد للقيام بذلك، فإن الجهود جارية لتحريك الصناعات في هذا الاتجاه، ولكن على الرغم من إعانات الطاقة، لا يزال هناك استعداد ضئيل للغاية للتحرك في تطوير الطاقات المتجددة.

اكتسب الاستثمار في مجال الطاقات المتجددة سرعة غير مسبوقة منذ عام ٢٠٢٠، وأصبحت المبالغ التي تم إنفاقها على تطوير الطاقة المتجددة وتطوير الشبكة وتخزين الكهرباء الآن أكثر من إجمالي تكاليف تطوير النفط والغاز والفحم. وانخفضت تكاليف إنتاج الألواح الشمسية بنسبة ٣٠٪ في العامين الماضيين، كما انخفضت أسعار المعادن والمعادن الحيوية لنقل الطاقة بشكل حاد؛ وخاصة المعادن اللازمة للبطاريات. في بلادنا، وفقًا لللائحة التنفيذية للمادة ١٦ من قانون قفزة الإنتاج القائم على المعرفة، المتعلقة بالطاقات المتجددة وتطوير السوق للصناعات وإنتاج الكهرباء النظيفة في نقطة الاستهلاك والمعتمدة في فبراير ٢٠٢٢، فإن الصناعات التي تبلغ قدرتها الاستهلاكية أكثر من ميغاواط واحد ملزمة بتوفير ما يعادل واحد في المائة من احتياجاتها السنوية من الكهرباء من خلال بناء محطات الطاقة المتجددة.

يجب على الحكومة تشجيع الشركات على الاستثمار في قطاع الطاقة المتجددة لمواكبة التطور العالمي. هذا العام، سترتفع الاستثمار في صناعة الطاقة الشمسية إلى ٥٠٠ مليار دولار، لأن انخفاض أسعار الألواح سيؤدي إلى استثمارات جديدة. يجب على صناعات بلادنا اتخاذ خطوات لزيادة وعيها في مجال الطاقة وفهم ضرورتها لاستمرار أعمالها في هذا الاتجاه، لأنه إذا لم تعمل، فيجب أن نتوقع نقص الطاقة ونقص الكهرباء وعقوبات وقوانين أكثر صرامة على طريق تطوير الطاقة النظيفة. ■

الحاجة إلى الاستثمار في الطاقة المتجددة والقضاء على الوقود الأحفوري في الصناعة



د. مهدي كريمي تفرشي
رئيس مجموعة عمل طريق
الحرير التابعة للأمم المتحدة
والبونسكو

يشكل تغير المناخ تهديدًا خطيرًا للكوكب، والوقود الأحفوري هو العامل الرئيسي في هذه الأزمة. لإنقاذ الكوكب، فإن التحرك نحو الطاقة النظيفة والمتجددة أمر لا مفر منه. الوقود الأحفوري مثل الفحم والنفط والغاز هو أكبر مساهم في انبعاث هذه الملوثات، حيث يمثل أكثر من ٧٥ في المائة من غازات الاحتباس الحراري العالمية ونحو ٩٠ في المائة من إجمالي انبعاثات ثاني أكسيد الكربون. يعتقد الباحثون أنه لمنع تدهور حالة الأرض، يجب خفض انبعاثات الغازات الدفيئة بنحو النصف بحلول عام ٢٠٣٠ والوصول إلى الصفر الصافي بحلول عام ٢٠٥٠. لتحقيق هذا الهدف، يجب علينا تقليل اعتمادنا على الوقود الأحفوري والاستثمار في مصادر بديلة للطاقة نظيفة ومتاحة وبأسعار معقولة ومستدامة وموثوقة.

إن التحول نحو الطاقة النظيفة سيساعد في الحد من التفاوتات الاجتماعية، وستستفيد المجتمعات المحرومة، الأكثر تعرضًا لتلوث الهواء، أكثر من غيرها من هذا التغيير. كما سيساعد تطوير الطاقة المتجددة في المناطق الريفية في خلق فرص العمل وتحسين نوعية حياة الناس في هذه المناطق. كما تتطور محطات الطاقة الشمسية، التي اعتبرت مصدرًا مهمًا لإمدادات الطاقة في العقود الأخيرة، بسرعة في إيران. وعلى الرغم من أن المشاريع الشمسية الأولى في إيران بدأت على نطاق أصغر، إلا أنه مع مرور الوقت وزيادة أهمية الطاقة المتجددة، سعت الحكومة والقطاع الخاص إلى توسيع مشاريع أكبر مثل محطات الطاقة الشمسية. وفي هذا الصدد، تمثل المرحلة الأولى من أكبر محطة للطاقة الشمسية في إيران في مصنع مباركة للصلب في أصفهان، كمشروع ضخم في مجال الطاقة المتجددة، خطوة كبيرة نحو تحقيق الأهداف البيئية والحد من الاعتماد على الوقود الأحفوري في إيران. ويلعب القطاع الخاص دورًا مهمًا للغاية في تطوير الطاقة المتجددة ويمكنه استكمال أنشطة الحكومة. والواقع أن العديد من التطورات المهمة في هذا المجال ترجع إلى الابتكار والاستثمار من قبل القطاع الخاص. إن وجود القطاع الخاص في سوق الطاقة المتجددة يخلق المنافسة، وهذه المنافسة تؤدي إلى خفض التكاليف وزيادة الإنتاجية. وبطبيعة الحال، لكي يتمكن القطاع الخاص من العمل بشكل فعال في هذا المجال، فإنه يحتاج إلى دعم حكومي. فتوفير التسهيلات والقروض منخفضة الفائدة للاستثمار في مشاريع الطاقة المتجددة، وتسهيل العمليات الإدارية وإصدار التصاريح للمستثمرين من القطاع الخاص، وخلق أسواق تنافسية وشفافة لشراء وبيع الطاقة المتجددة، وأخيرًا، دعم البحث والتطوير في مجال الطاقة المتجددة من شأنه أن يخلق تآزرًا بين الحكومة والقطاع الخاص بما يتماشى مع التنمية المستدامة للطاقة المتجددة وتقليل الاعتماد على الوقود الأحفوري. ■



الرئيس التنفيذي لشركة آواكيت يعلن عن إنشاء اتصالات ذكية ومستدامة للعلامات التجارية على المستوى الوطني

مع ظهور الذكاء الاصطناعي والحاجة إلى استخدامه لتحسين الخدمات في الشركات والمؤسسات، تتخذ بعض الشركات تدابير مفيدة في هذا المجال، مما سيؤدي إلى عمر افتراضي أطول وأداء أفضل. ونظراً لأهمية هذه القضية في زيادة كفاءة وربحية الشركات، أجرينا مقابلة مع السيدة بريشهر أميري، الرئيس التنفيذي لشركة آواكيت. بعقلية استراتيجية للنمو المستدام، جمعت أميري فريقاً من الخبراء هدفهم الوحيد مساعدة العلامات التجارية على بناء مستقبل ذكي ومستدام ومميز. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

يتكون فريق آواكيت من مجموعة من الأفراد، كل منهم لديه قصة فريدة وشغف مشترك لخلق تغييرات ذات مغزى في عالم العلامات التجارية. يتكون هذا الفريق من خبراء من خلفيات متنوعة، بما في ذلك استراتيجيو العلامات التجارية، واستراتيجيو وسائل الإعلام والاتصال، ومحللي البيانات، والمصممين الإبداعيين وخبراء التكنولوجيا. ولكن ما يميزهم ليس فقط الخبرة الفنية، بل عقلية تقوم على النمو المستدام والتعلم المستمر والتعاون العميق. تأسست شركة آواكيت بهدف إنشاء اتصالات ذكية ومستدامة للعلامات التجارية على المستويين الوطني والدولي وتسعى إلى إقامة علاقات بناءة ومتكاملة مع جميع أصحاب المصلحة مثل الموظفين والعملاء والممثلين والمجتمع.

في آواكيت، يتم أولاً تطوير وثيقة استراتيجية العلامة التجارية للعلامات التجارية النشطة في الصناعات مثل صناعات السيارات والسياحة، ثم يتم تصميم جميع تفاعلات العلامة التجارية مع الموظفين والعملاء والممثلين والمجتمع كنظام بيئي متكامل. التحدي الأكثر أهمية في هذه الصناعات هو الافتقار إلى تماسك الرسائل والضعف في نقل قيم العلامة التجارية. باستخدام استراتيجيات تعتمد على البيانات ورواية القصص الدقيقة، تتغلب الشركة على التحديات وتساعد العلامات التجارية النشطة في هذه الصناعات على تطوير استراتيجية علامتها التجارية بطريقة مستدامة وذكية لتمييز نفسها عن منافسيها. وفي هذا الصدد، تم تقديم مساهمة كبيرة في تطوير وثيقة استراتيجية العلامة التجارية وقيادة السياحة في مدينة أصفهان (مأخوذة من قصص أصفهان غير المروية) بالتعاون مع غرفة التجارة.

الذكاء الاصطناعي هو أداة تحويلية يمكنها جعل اتصالات العلامة التجارية أكثر ذكاءً وأكثر استهدافاً. تسمح هذه التكنولوجيا أيضاً للعلامات التجارية بتحليل سلوك العملاء وتوفير تفاعلات دقيقة ومخصصة من خلال التنبؤ باحتياجاتهم. من خلال تصميم الذكاء الاصطناعي الخاص بكل علامة تجارية، تربط آواكيت هذه التكنولوجيا باستراتيجية العلامة التجارية وتحسن رسائل وعمليات اتصالات العلامة التجارية من خلال تحليل البيانات واحتياجات السوق. نتيجة هذه العملية هي تجربة مميزة للعملاء وزيادة الإنتاجية في تفاعلات العلامة التجارية. ■

الرئيس التنفيذي لتعاونية توفير احتياجات مصنعي قطع غيار السيارات في البلاد «همسو» مصنعوا القطع المتوسطة والصغيرة بحاجة إلى الدعم



في مقابلة مع فهد فدوي أردستاني، الرئيس التنفيذي لتعاونية توفير احتياجات مصنعي قطع غيار السيارات في البلاد «همسو»، يعتقد أن تشكيل التعاونية هو عملية وما تريد التعاونية القيام به أو كيف يتم ذلك هو عملية أخرى. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

في منظور أوسع؛ ستعمل تعاونية توفير احتياجات مصنعي قطع غيار السيارات في البلاد بهدف المساعدة في تحسين بيئة الأعمال لصناعة تصنيع القطع وتسهيل الأمور المتعلقة بسلسلة توريد المواد الخام وتحسين السيولة وتوسيع حصة سوق تصنيع القطع والصادرات وتحسين الدعم والقدرة اللوجستية والتسويق وتطوير شبكة المبيعات وما بعد البيع وغيرها من القضايا المهمة المتعلقة بأنشطة إنتاج مصنعي القطع في جميع أنحاء البلاد. يمكن أن تؤدي العضوية في هذا الهيكل إلى زيادة الإنتاجية وتقليل التكاليف العامة للشركات.

يمكننا الآن أن نقول إن بعض الشركات الأكثر تمهراً في صناعة قطع الغيار في البلاد هي أعضاء في التعاونية. تلعب هذه الشركات أدواراً رئيسية في صناعة قطع الغيار ونحن سعداء لأننا تمكنا من تحقيق الهدف الأولي الذي حدده لنا مجلس الإدارة.

حالياً، بعض أكبر الشركات وأكثرها نفوذاً في هذه الصناعة هي أعضاء في تعاونية التوريد، وقد ساعدنا هذا على تحسين البيئة في صناعة قطع الغيار والاقتراب من أهدافنا. لقد قمنا بتعديل الخطط بطريقة تجعل التقدم يحدث تدريجياً. على سبيل المثال، في سوق ما بعد البيع، تمكنا حالياً من توفير محفظة منتجات تضم ما يقرب من ألف قطعة مع ٥٧ عضواً دائماً وحوالي ٤٥ عضواً آخرين يعملون معنا بشكل غير رسمي. في منطقتين مختلفتين في البلاد وحتى بعض رجال الأعمال الأجانب في المنطقة، نعرف تعاونيتنا كمرجع ومورد موثوق للقطع ومؤثرة في صناعة القطع. لقد قدمنا البنية التحتية والمنصات اللازمة والشركة الآن في وضع جيد للغاية.

عندما نقول إن التعاونية هي الذراع التنفيذية لرابطة مصنعي قطع الغيار الوطنية؛ فهذا يعني أنه ليس لدينا صراع مع بعضنا البعض. إن جمعية مصنعي قطع غيار السيارات تتولى وضع السياسات والمفاوضات على المستوى الكلي، وبعد ذلك تدخل الجمعية إلى الميدان لتعمل كسلسلة توريد قوية لصناعة السيارات. ورغم أننا ما زلنا مجموعة ناشئة وصلت إلى مستوى جيد في مجال الإدارة والبنية الأساسية، إلا أنه يتعين علينا عملياً أن نثبت لمصنعي قطع الغيار أنهم يستطيعون الوثوق بنا وأن هذا التعاون سيكون فعالاً. ■

إنتاج منتج طبيعي وغني بالطاقة من خلال خلق التنوع في سلة المنتجات



من أهم منتجات البلاد التي لها سوق تصدير مهمة التمور ومنتجاتها. نظراً لأنه في الطرق التقليدية، كانت هناك ظروف صعبة لبيع التمور في مناطق زراعة التمور، اليوم، مع إنشاء شركات معالجة التمور، تم إنشاء سوق مزدهرة لها. مع وضع هذا في الاعتبار، أجرينا محادثة مع عباس جوكار، الرئيس التنفيذي لشركة تنجسير ليان التعاونية. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. كانت نتيجة عدة سنوات من البحث والعمل إنتاج تمور الشوكولاتة بنكهات مختلفة، مما أدى الآن إلى خلق سوق محلية وتصديرية جيدة وتوظيف كبير. أيضاً، يتم توظيف أكثر من ١٤٠ شخصاً بشكل مباشر بهذه الطريقة، وسيزداد عددهم مع زيادة المبيعات والطلب.

اليوم، حتى في الأسواق العالمية، زاد الطلب على هذا المنتج.

التنوع في النكهات التي يتمتع بها هذا المنتج، مزيج من الحليب والتمر، الموز والتمر، الفراولة والتمر، إلخ، وهو مختلف تماماً عن المنتج الأصلي، وهذا أدى إلى شرائه من قبل أشخاص غير مهتمين بالتمر. كما يُعرض الآن كمنتج فاخر ومختلف في الأسواق واكتسب الجاذبية اللازمة مع تنوع العبوات. سيجتبه الأشخاص المهتمون بصحتهم بالتأكيد إلى استخدام التمر ومنتجاته. برامجنا هي في الأساس إعلانات، لذلك حاولنا تقديم المنتج للجُمهور الحاضر في الفعاليات التي تقام، واللوحات الإعلانية في المطارات والأماكن المختلفة. كما تم توفير معلومات حول هذا المنتج على موقع متجر تنجسير ماركت و صفحة انستغرام (www.tangesirmarket.com) والفضاء الافتراضي، وهو يتطور يوماً بعد يوم. إن زيادة مبيعات هذا المنتج تمنحنا الوعد بأن الناس سيصبحون أكثر وعياً به وأكثر ميلاً إليه كل عام. في عملية البيع، وصلنا إلى يقين تام بأن من يستهلك هذا المنتج سيشتريه بالتأكيد، ولهذا السبب تم توفير الظروف لاختباره في الإعلانات. ما يميزنا هو تنوع النكهات والتغليف، والذي يتزايد في الجودة ويحقق أفكاراً جديدة يوماً بعد يوم.

أحاول إنتاج منتجات تعتمد على التمور ومتنوعة وستؤدي إلى تنويع محفظة منتجات هذه الشركة في المستقبل. وبصرف النظر عن تقديم منتج طبيعي ومنشط لسوق المستهلك، فإن هذا سيكون له أيضاً تأثير كبير على بيع المنتجات الزراعية. ■

أكد الرئيس التنفيذي لشركة رباط لمنتجات اللحوم

عدم القدرة على التصدير بسبب ارتفاع سعر الصرف



إن إحدى السمات الرئيسية لنشطاء صناعة الأغذية هي أنهم مرتبطون بشكل مباشر بصحة الناس. يجب عليهم أيضاً النظر بجدية في هذا المفهوم في إطار ومدونة أخلاقية والرأي هو أننا في النهاية المستهلكون النهائيون ونلتزم بالمبادئ والمعايير. في مقابلة مع مصطفى عبد الله، الرئيس التنفيذي لشركة رباط لمنتجات اللحوم، بنصح زملاؤه بالانتباه إلى حقيقة أنه على الرغم من أن الربحية جيدة، إلا أنها لا ينبغي أن تكون على حساب تدمير الجيل القادم وصحة الناس. يجب على جميع شركات الأغذية أن تكون مجتهدة وملتزمة بإنتاج طعام صحي وضمان صحة الجيل القادم. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

حالياً، يتم تسويق المنتجات التي تنتجها هذه الشركة تحت علامتين تجاريتين نشطتين، رباط و قازاريان. حالياً، يتم تسويق حوالي ٧٠ منتجاً أساسياً و ١٨٠ منتجاً نهائياً بتغليف مختلف وأسعار تنافسية. إننا نحاول إدارة التكاليف لإدارة التأثيرات المدمرة لارتفاع التضخم لصالح العملاء حتى يمكن الحفاظ على الجودة في أفضل حالاتها.

إن تعدد المراكز تسبب في تعرض صناعة السياسات في قطاع الأغذية لتجزئة القرارات، والتي يجب معالجتها بالتأكيد من خلال التدابير الحكومية. تُعرف صناعة الأغذية بأنها صناعة استراتيجية، وبغض النظر عن أهمية صناعة الأغذية، فإن مفهوم الأمن القومي لا معنى له. وعليه، يجب اتخاذ التدابير اللازمة في شكل قوانين متكاملة للتنسيق بين المنظمات والوزارات وما إلى ذلك، بحيث يصبح التجزئة مركزية وتوحيداً لعمليات التخطيط والتنظيم والتدريب والمراقبة.

على الرغم من أن جمعية صناعات منتجات اللحوم الإيرانية أقامت علاقات جيدة مع الدوائر الحكومية وعقدت اجتماعات معها، إلا أنه لا توجد أذن صاغية للاستماع.

قد لا يكون تعقيد هذه الصناعة ملموساً في الصناعات الأخرى. على سبيل المثال، المواد الخام في هذه الصناعة حساسة للغاية.

يتم تلبية حجم كبير تقريباً من احتياجات السوق من قبل الشركات المحلية، ويتم استيراد أقل من ٥ في المائة فقط من هذا المنتج. ومن ناحية أخرى، وبسبب ارتفاع سعر الصرف، أصبح من المستحيل تقريباً التصدير، لأن المنتجات الإيرانية لن تكون قادرة على المنافسة في أسواق التصدير من حيث السعر. ونظراً لهذا، فقد قام بعض المصنعين بإنشاء وحدات إنتاج في نفس بلدان المقصد لتوريد منتجاتهم إلى الأسواق الأجنبية، بحيث تكون ظروف التوريد متاحة أيضاً. ■

نائب الرئيس التنفيذي لشركة نامي نيك نهاده القابضة (سه نان)

هدفنا الاستراتيجي هو إنتاج خبز مفيد للغاية



نظراً لتنوع الخبز الحديث وتوجهه نحو الصحة ومتانتها وجودته العالية، ومن ناحية أخرى، أسلوب الحياة المحدث والمتغير، يبدو أنه في المستقبل سيزداد الاتجاه العام نحو الخبز المعبأ، والذي يتميز أيضاً بتنوع كبير. المهندس نامي بابايي، نائب الرئيس التنفيذي لشركة نامي نيك نهاده القابضة (سه نان)، في حين يذكر ما سبق، يعترف بأن هذا المجمع يعمل بشكل صحيح منذ ١٦ عاماً. قرأنا أجزاء من هذه المقابلة.

هذه الشركة هي أول مصنع خبز في البلاد وقيل دخولها، كانت الشركات المصنعة الأخرى تعمل في إنتاج الخبز بطريقة فاخرة أو تقليدية، وكانت عملية إنتاج الخبز هي نفسها في كليهما، ولكن إحدى سماتها المميزة هي تنوع المنتجات. في مصنع الخبز القياسي، يكون إنتاج الخبز عملية أكثر اكتمالاً (الخلط والتخمير والخبز والتغليف) وبينما يحافظ على رطوبته، يمكن للمستهلك استهلاك هذا المنتج لمدة تصل إلى أسبوع. تجدر الإشارة إلى أنه منذ تأسيس شركة سه نان رسمياً في عام ٢٠١١، كانت إحصائيات حصتها في السوق تنمو كل عام. واليوم، توفر الشركة حوالي ٦٨ في المائة من سوق الخبز المعبأ في إيران وهي موزع مباشر في طهران والبرز وقزوین، ولديها أيضاً وكلاء بيع خبز في ٥٢ مدينة. يتم تزويدنا بهذا التقرير الإحصائي من قبل شركة أجنبية على أساس شهري وسنوي.

هذه الشركة هي منتج الخبز الوحيد الذي، بسبب شعارها الموجه نحو الصحة، كان لديه فقط أنواع خبز شبه صلبة ومسطحة في محفظة منتجاتها حتى قبل عام. وبسبب الطلب في السوق، أضافت أيضاً سلسلة من المنتجات الأساسية الحلوة (لفائف الجاتا ولفائف الشاتوت وقوالب الشوكولاتة) إلى محفظة منتجاتها، وهي بديل مناسب وصحي لجميع أنواع الكعك والمعجنات. حالياً، يتم إنتاج ما معدله ١٥٠ طناً من هذا النوع من الخبز يومياً، مع توظيف ٦٦٠ شخصاً في هذه العملية، والتي تصل إلى ٢٠٠٠ شخص مع عدد الأشخاص العاملين في الوكالات.

الإبداع من أولويات شركة سه نان، لذا ربما الجوائز والهدايا التي حصلنا عليها ليست مهمة جداً للجمهور.

يعتمد أساس الخبز على الكربوهيدرات، وجميع منتجات سه نان غنية، لكن منتجات مثل خبز القمح الكامل وخبز الشوفان هي بدائل صحية لأنواع الخبز الأخرى. نحن نؤمن بإنتاج خبز وظيفي، ولكل منتج من منتجاتنا خصائصه الخاصة التي تغطي جميع الأذواق، وفقاً لجدول القيمة الغذائية لكل منتج. ■

مائدة مستديرة بين سفير ساحل العاج وأعضاء غرفة التجارة المشتركة بين إيران وأفريقيا استعداد إيران لتجارة بمليار دولار مع ساحل العاج

في مائدة مستديرة أجراها تاماكولو واتارا، سفير ساحل العاج، مع مسعود برهمن، رئيس غرفة التجارة المشتركة بين إيران وأفريقيا، وكذلك أعضاء مجلس إدارة ومستشاري غرفة التجارة الإيرانية الأفريقية، تم شرح أهم مواضيع التبادل التجاري بين إيران وساحل العاج. وناقش الطرفان، مع التأكيد على قدرات الاستثمار المشتركة، متطلبات واستراتيجيات دخول المستثمرين الإيرانيين إلى ساحل العاج، وخاصة في قطاعات الطاقة والتعدين والرعاية الصحية والزراعة والبناء. تفاصيل هذه المائدة المستديرة متاحة للقراء الكرام.

سعادة السيد واتارا تاماكولو سفير ساحل العاج: من بين دول غرب أفريقيا، تحتل ساحل العاج ونيجيريا مكانة أعلى من حيث الوضع الاقتصادي والقدرات وحققنا أفضل مرتبة بين دول غرب أفريقيا. بعد اجتماع عقدته على هامش معرض كيش، أصبح الفرق بين غرفة التجارة الإيرانية المشتركة والمجموعات الاقتصادية الأخرى واضحاً وأنا سعيد لأن هذا الحدث أتاح لرجال الأعمال الإيرانيين الفرصة لمناقشة سبل تسهيل العلاقات التجارية والاستفادة من قدرات القارة الأفريقية.

هناك العديد من المناجم في هذه الدولة الأفريقية، ولإخراج هذه المناجم نحتاج إلى مستثمرين وخبراء إيرانيين، وفي هذا الصدد، يجب أن ندخل في مفاوضات مباشرة مع المسؤولين من وزارة المناجم والطاقة والصناعات في ساحل العاج. وهناك قضية أخرى وهي الحاجة إلى التعاون مع المستثمرين الإيرانيين في مجال الطاقة، لأنه في هذا المجال، يُشعر بالتعاون في مجال غاز البترول المسال والغاز الطبيعي المسال، وخاصة في ميناء سان بيدرو، من أجل تلبية احتياجات هذا البلد، وكذلك تلبية احتياجات الدول المجاورة لساحل العاج مثل مالي وبوركينا فاسو والنيجر وغيرها.

مسعود برهمن، رئيس غرفة التجارة المشتركة الإيرانية الأفريقية: لدينا حالياً عدد كبير من رجال الأعمال الذين يتعاملون مع هذا البلد، وإذا كان من المقرر أن يسافر وفد إلى ساحل العاج، فيجب تحديد جدول العمل والموظفين المعيّنين والاحتياجات بدقة. نحن مستعدون لتنفيذ جميع الأجنداث التي طرحها السفير الموقر، وفي المقابل، لا نطلب المال، بل إن التفاعلات تعتمد على المقايضة، لكننا نتوقع أن تكون الموضوعات أو بنود العمل من اختيارنا حتى تتمكن من الاستفادة القصوى من هذه التفاعلات.

سجاد مروجي، النائب الثاني لرئيس غرفة التجارة الإيرانية الأفريقية: على الرغم من عدد أعضائها الكبير، فإن هذه الغرفة نشطة أيضاً في دول أفريقية أخرى. في غرب وشمال أفريقيا، بما في ذلك الجزائر ونيجيريا، أنشأت مصانع في قطاع الأدوية وتنشط أيضاً في قطاعي الزراعة والطاقة. مجتبی شجاعی، النائب الأول لرئيس مجلس إدارة غرفة التجارة الإيرانية الأفريقية: في مجال المنسوجات والملابس الإيرانية، في السنوات الأخيرة، كان حجم وتواتر الإنتاج إلى حد أنه تم تلقي طلبات مختلفة للشراء من إيران، وخاصة من ساحل العاج. نظراً لحجمها وموقعها الاستراتيجي، تعتبر ساحل العاج مركز دخول لـ ٨ إلى ١٥ دولة مجاورة وبوابة للوصول إلى هذه الأسواق.

عماد الدين كبيري، المستشار الدولي لغرفة التجارة الإيرانية الأفريقية: في مجال الطاقة وإمدادات غاز البترول المسال وغيرها من الأمور ذات الصلة، فإن الشركات الإيرانية مستعدة تماماً لتلبية الاحتياجات. وفي مجال إنشاء مزارع الخزانات في الموانئ المطلوبة، أبدت شركات لها تاريخ في العمل في مختلف بلدان القارة الأفريقية استعدادها. كما أن إيران لديها مجموعات قادرة وذات خبرة في مجالات أخرى مثل البتروكيماويات وبناء المصافي في ساحل العاج وإمدادات اليوربا والبتومين، ويمكن رؤية مشاريعها الناجحة في إيران ودول أخرى. ■

يواجه مجال الفنون البصرية مشكلة الإدارة غير المؤهلة



تأسست جمعية الفنون البصرية الإيرانية بهدف تحقيق الأسس النظرية لهذا الفن وربط المجتمع الفني بالمدرء المرتبطين بهذا المجال، وهي تخدم حاليًا المجتمع الفني وشعب إيران من خلال إقامة فعاليات مختلفة مثل المعارض والمهرجانات والمؤتمرات وغيرها من البرامج المتنوعة. وللتعمق أكثر في هذه القضية أجرينا محادثة مع الدكتورة بربسا شاد قزويني، رئيسة جمعية الفنون البصرية الإيرانية التابعة للجنة العلمية بوزارة العلوم. قرأنا أجزاء من هذه المقابلة.

تأسست جمعية الفنون البصرية الإيرانية بجهود عدد من أساتذة الفنون من جامعات البلاد الذين كانوا مهتمين بحل العديد من المشاكل في مجال الفنون البصرية، ولحسن الحظ نجحوا في الحصول على درجة A في فترتين، وهو أمر يصعب الحصول عليه بالطبع من لجنة الجمعيات العلمية بوزارة العلوم. ومن المؤمل أن يكون لدينا في السنوات القادمة أنشطة مهمة لتحقيق مثل هذه المرتبة مرة أخرى.

للأسف، الفنون البصرية غير معروفة كثيرًا في بلدنا. لقد أثبتت ذلك في العديد من الأبحاث والمقالات وعبرت عن ضرورة تناول هذا الموضوع في مجتمعنا. إن الفنون البصرية لها فروع عديدة مثل الرسم والتصوير والرسوم المتحركة والرسوم التوضيحية وتصميم المسرح وما إلى ذلك. لقد واجهت مشكلتين رئيسيتين في هذا المجال منذ حوالي ٢٠ عامًا، أولاً، أن الفنون البصرية لا تزال غير معروفة بشكل صحيح في المجتمع الإيراني. ثانيًا، إن تعاملنا مع هذا الفن والفنون الأخرى سطحي للغاية وله جانب ترفيهي ولعب وأقل بحثًا من العمق والمعنى والجماليات وغيرها من جوانب الهوية، وحتى الجوانب الاقتصادية لا تؤخذ في الاعتبار.

أقترح أن يضع خبراء الاقتصاد الأعمال الفنية في البورصة؛ بالطبع، حدث هذا في بلدان أخرى إلى الحد الذي يؤدي في مثل هذه الظروف إلى تقليص أيدي السماسرة والوسطاء أيضًا، وسيقدم العمل الفني لغته التعبيرية وجماله للجمهور.

إذا كان الفنانون على استعداد لرؤية عملهم كمنتج صديق للعملاء بالإضافة إلى جانبه الفني أو فهم ضرورة وحاجة المجتمع في إنشاء أعمالهم، فسوف يخلقون أعمالًا يمكن تقديمها في سوق الفن.

من خلال زيارة المعارض الفنية نستطيع أن نرى من يشترى المنتجات الفنية، وعادة ما يقوم عدد قليل من الأشخاص ذوي القوة الاقتصادية المتوسطة في المجتمع بشراء الأعمال الفنية، وذلك لعدم وجود معرفة بها، وعدم المعرفة يعني عدم تقدير العمل.

إن الحفاظ على أعمال الفنانين وصيانتها يتطلب الوعي، فكثير من الجمهور لا يملكون الإدراك واللغة والتعبير البصري لفهم اللوحات، وهذا الجهل يشمل أيضًا المسؤولين في المجتمع والمديرين والمخططين وجميع الطبقات الأخرى. ■

أكدت مدير العلاقات العامة في جمعية الفنون البصرية الإيرانية

التبادل الثقافي والفني مع الدول الأخرى من خلال المعارض المشتركة



في مقابلة مع السيدة فرزانه أريج، التي تعمل حاليًا مديرة للعلاقات العامة في جمعية الفنون البصرية الإيرانية، ناقشنا أهمية التعليم الفني ومكانته في إيران. قرأنا أجزاء من مقابلتنا مع هذه الفنانة.

أنا حاليًا مدير العلاقات العامة في جمعية الفنون البصرية الإيرانية. تجدر الإشارة إلى أنني أعمل بتقنية الرسم الزيتي وأهتم بأسلوب الانطباعية الواقعية. كلما أمكنتني، شاركت في معارض جماعية. وقمنا بالتدريس في مجالات مختلفة. قبل دخول الجامعة، عملت في مجال الرسم والتصوير في المدرسة الثانوية وقبل دخول الجامعة، حصلت على شهادات فنية ومهنية. في الواقع، بذلت قصارى جهدي لاكتساب المهارات اللازمة في هذا المجال.

أعمل حاليًا خارج الجامعة، في مدارس ومعاهد الفنون. سمح لي التدريس والتدريب في الرسم بالتواصل مع فئات عمرية ومستويات مهارة مختلفة. ساعدتني هذه التجربة على فهم احتياجات وتحديات الطلاب بشكل أفضل وتوفير طرق أكثر فعالية لتحسين مهاراتهم وقدراتهم. لقد سمح لي هذا بالتخطيط والتواصل بشكل أكثر فعالية مع الطلاب بناءً على هذه الرؤى، الآن بعد أن عملت في العلاقات العامة لجمعية الفنون البصرية الإيرانية.

يمكن أن تلعب الاتصالات دورًا فعالًا للغاية، إذا تم تسهيل هذه الاتصالات من خلال مؤسسات أكبر وأعلى ويمكننا إقامة معارض دولية في بلدان أخرى وإرسال الأعمال بسهولة إلى هناك، فسيكون ذلك مفيدًا للغاية. من ناحية أخرى، يجب أن تكون وسائل الإعلام والاتصالات واسعة وقوية قدر الإمكان لتقديم الفنانين الإيرانيين وأعمالهم في بلدان أخرى. إن تحسين البنية التحتية والمرافق الفنية، وتعزيز شبكات الاتصال الدولية، وزيادة الفرص لعرض أعمال الفنانين الإيرانيين في المعارض والمهرجانات الدولية من شأنه أن يساعد الفنون البصرية الإيرانية على أن تصبح أكثر تنافسية.

التحدي الأكبر هو أن الفن لم يجد مكانه في بلدنا بعد. الفن مهم جدًا، لكن هذه الأهمية لم يتم تدريسها في إيران كما ينبغي. لغة الفن هي لغة يمكن فهمها في كل مكان وهي في الواقع لغة مشتركة بين جميع البلدان.

ترى الجمعية نفسها ملزمة بالقيام بدورها من خلال إنشاء ورش عمل تعليمية وورش عمل تدريبية وفعاليات فنية مختلفة، لكنني أعتقد أنه يجب إضفاء الطابع المؤسسي على الفن؛ وهذا يعني أن الفن يجب أن يُدرّس في رياض الأطفال والمدارس الابتدائية، ولا يكون التعليم بالمعنى الأكاديمي، بل يجب ترسيخ أهمية ودور الفن منذ الطفولة وحتى سن الرشد. ■

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



The Public Relations Director of the Iranian Visual Arts Association emphasized

Cultural and artistic exchange with other countries through joint exhibitions

In an interview with Ms. Farzaneh Arj, who currently works as the Public Relations Director of the Iranian Visual Arts Association, we discussed the importance of art education and its status in Iran. We read parts of our interview with this artist.

I am currently the Public Relations Director of the Iranian Visual Arts Association. It is worth noting that I work with oil painting technique and am interested in the Real Impressionism style. Whenever possible, I have participated in group exhibitions. And we taught in various fields. Before entering university, I worked in the field of drawing and painting in high school and before entering university, I had received technical and professional certificates. In fact, I did my best to acquire the necessary skills in this field.

I am currently working outside of the university, in art schools and schools. Teaching and training in painting has allowed me to connect with different age groups and skill levels. This experience has helped me to better understand the needs and challenges of students and to provide more effective methods for improving their skills and abilities. This has allowed me to plan and communicate more effectively with students based on these insights, now that I am working in public relations for the Iranian Visual Arts Association.

Communication can play a very effective role. If these connections are facilitated through larger and higher institutions and we can hold international exhibitions in other countries and easily send works there, it will be very helpful. On the other hand, the media and communication should be as extensive and strong as possible to introduce Iranian artists and their works in other countries. Improving infrastructure and artistic facilities, strengthening international communication networks, and increasing opportunities to display the works of Iranian artists in international exhibitions and festivals can help Iran's visual arts become more competitive.

The biggest challenge is that art has not yet found its place in our country. Art is very important, but this importance has not been taught in Iran as it should be. The language of art is a language that can be understood everywhere and is in fact a common language between all countries. The association considers itself obliged to play its role by creating educational workshops, training workshops, and various art events, but I believe that art should be institutionalized; that is, art should be taught from kindergartens and elementary schools. Education is not in the academic sense, but the importance and role of art should be institutionalized from childhood until adulthood. ■

Head of the Iranian Visual Arts Association

The visual arts field faces the problem of unqualified management



The Iranian Visual Arts Association was formed with the aim of achieving the theoretical foundations of this art and connecting the artistic community with managers related to this field, and is currently serving the artistic community and the people of Iran by holding various events

such as exhibitions, festivals, conferences and other diverse programs. To further explore this issue, we had a conversation with Dr. Parisa Shad Qazvini, head of the Iranian Visual Arts Association affiliated with the Scientific Commission of the Ministry of Science. We read parts of this interview.

The Iranian Visual Arts Association was established with the efforts of a number of art professors from universities in the country who were concerned with resolving numerous problems in the field of visual arts, and fortunately succeeded in obtaining an A grade in two periods, which, of course, is difficult to obtain from the Scientific Associations Commission of the Ministry of Science. It is hoped that in the coming years we will have significant activities to achieve such a rank again.

Unfortunately, visual arts are very little known in our country. I have proven this in numerous research and articles and expressed the necessity of addressing it for our society. Visual arts have many branches such as painting, photography, graphics, animation, illustration, stage design, etc.

I have been facing two major problems in this field for about 20 years, firstly, that visual arts are still not properly known in Iranian society. Secondly, our approach to this art and other arts is very superficial and has the aspect of entertainment and play and is less investigated than depth, meaning, aesthetics and other aspects of identity, and even its economic aspects are not considered.

I suggest that economists put works of art on the stock exchange; Of course, this has happened in other countries to such an extent that in such circumstances, the hands of brokers and intermediaries will also be reduced, and the work of art will present its expressive language and beauty to the audience.

If artists are willing to see their work as a product that is customer-friendly in addition to its artistic aspect or understand the necessity and need of society in creating their works, they will create works that can be offered in the art market.

By visiting art galleries, we can see who buys art products. Usually, few people with average economic strength in society undertake to buy works of art, because there is no knowledge of it, and the lack of knowledge means the lack of appreciation for the work.

Maintaining and preserving the works of artists requires awareness. Many audiences do not have the perception, language, and visual expression to understand the paintings. This ignorance also includes society officials, managers, planners, and all other classes. ■

The roundtable discussion between the Ivory Coast Ambassador and members of the Iran-Africa Joint Chamber of Commerce

Iran's readiness for a billion-dollar trade with Ivory Coast

In the roundtable discussion that Tamakolo Ouattara, the Ambassador of Ivory Coast, had with Massoud Brahman, the President of the Iran-Africa Joint Chamber of Commerce, as well as members of the board of directors and advisors of the Iran-Africa Chamber, the most important topics of trade exchanges between Iran and Ivory Coast were explained. The parties, while emphasizing the joint investment capacities, discussed the requirements and strategies for the entry of Iranian investors into Ivory Coast, especially in the energy, mining, healthcare, agriculture and construction sectors. The details of this roundtable are available to the esteemed readers.

H.E. Mr. Ouattara Tamakolo Ambassador of Ivory Coast: Among West African countries, Ivory Coast and Nigeria are in a higher position in terms of economic status and capacities and have achieved the best rank among West African countries. Following a meeting I had on the sidelines of the Kish Expo, the difference between the Iranian Joint Chamber of Commerce and other economic groups became clear, and I am glad that this event provided Iranian businessmen with the opportunity to discuss ways to facilitate trade relations and utilize the capacities of the African continent.

These products include cocoa, coffee, cotton, rubber, palm oil, and tropical fruits such as mangoes, bananas, and pineapples. Unfortunately, this country lacks the necessary knowledge for processing and transformation industries, and even the rate of product processing in it does not exceed 50 percent, so that only 25 percent of these products are processed, and even despite the large cultivation of cashew nuts in this region, only 30 percent of them are processed. In such circumstances, Iran's knowledge and capabilities in this area are very useful.

There are many mines in this African country, and to extract these mines, we need Iranian investors and experts, and in this regard, we must enter into negotiations directly with officials from the Ministry of Mines, Energy, and Industries of Ivory Coast. Another issue is the need to cooperate with Iranian investors in the field of energy, because in this field, cooperation in the field of LPG gas and LNG natural gas is felt, especially in the port of San Pedro, in order to meet the needs of this country, as well as meet the needs of neighboring countries of Ivory Coast such as Mali, Burkina Faso, Niger, etc.

Despite the need of Ivory Coast in the field of health and treatment, currently only 10 percent of the medicines needed by the country are produced domestically. Given Iran's progress in the field of health and treatment, it is possible that effective cooperation with Ivory Coast can be carried out in this sector as well.

Holding a joint commission between the two countries in 2025 will definitely be effective in improving trade relations and play an important role in its development. Iran has also considered a credit line for businessmen, which is a facilitator.

Masoud Brahman, President of the Iran-Africa Joint Chamber of Commerce: We currently have a large number of

businessmen interacting with this country, and if a delegation is to travel to Ivory Coast, the work agenda, designated personnel, and needs must be precisely specified. We are ready to implement all the agendas raised by the esteemed ambassador, and in return, we do not ask for money, but rather, the interactions are based on barter, but we expect that the topics referred or work items will be of our choice so that we can make the best use of these interactions.

Sajjad Maroji, Second Vice President of the Iran-Africa Chamber of Commerce: Despite its large number of members, this chamber is also active in other African countries. In West and North Africa, including Algeria and Nigeria, it has established factories in the pharmaceutical sector and is also active in the agricultural and energy sectors.

All investments are made in the form of joint ventures and it is expected that business partners with a strong track record will be identified to enable win-win cooperation, so other models can also be considered, relying on government and commodity guarantees.

Mojtaba Shojaei, First Vice Chairman of the Board of Directors of the Iran-Africa Chamber of Commerce: In the field of Iranian textiles and clothing, in recent years, the production volume and frequency have been to such an extent that different requests for purchases from Iran have been received, especially from Ivory Coast. Due to its size and strategic location, Ivory Coast is considered an entry hub for 8 to 15 surrounding countries and a gateway to access these markets.

Emad al-Din Kabiri, International Advisor to the Iran-Africa Chamber: In the field of energy and LPG gas supply and other related matters, Iranian companies are already fully prepared to meet the needs. In the field of establishing tank farms in the desired ports, companies with a history of operating in various countries on the African continent have expressed their readiness. Also, in other fields such as petrochemicals and refinery construction in Ivory Coast and urea and bitumen supply, Iran has capable and experienced groups whose successful projects can be seen in Iran and other countries. ■



The CEO of the Tangsir Lian Cooperative Company proposed Producing a natural and energy-rich product by creating diversity in the product basket



One of the country's major products that has an important export market is dates and their products. Given that in traditional methods, there were difficult conditions for selling dates in date-growing areas, today, with the establishment of date processing companies, a thriving market has been created for them. With this in mind, we had a conversation with Abbas Jokar, CEO of the Tangsir Lian Cooperative Company. We are reading parts of this interview. The result of several years of research and work was the production of chocolate dates in different flavors, which has now created a good domestic and export market and significant employment. Also, more than 140 people are directly employed in this way, and their number will increase with increasing sales and demand.

Today, even in global markets, the demand for this product has increased.

The variety of flavors that this product has, a combination of milk and dates, banana and dates, strawberry and dates, etc., which is very different from the original product, and this has led to its purchase by people who are not interested in dates. It is now also offered as a luxury and different product in the markets and has gained the necessary attractiveness with diverse packaging. People who care about their health will definitely turn to using dates and its products. Our programs are mainly advertising, so we tried to introduce the product to the public present at the events held, advertising boards in airports and various places. Also, information about this product has been provided on the Tangsir Market store website (www.tangesir-market.com) and Instagram page and virtual space, and it is developing day by day. The increase in sales of this product gives us the promise that people will become more aware and more inclined towards it every year. In the sales process, we have reached complete certainty that whoever consumes this product will definitely buy it, which is why conditions have been provided for testing it in advertising. Our distinguishing feature is the variety of flavors and packaging, which is increasing in quality and realizing new ideas day by day.

I am trying to produce date-based products that are diverse and will diversify the product portfolio of this company in the future. Apart from introducing a natural and energizing product to the consumer market, this will also have a great impact on the sale of agricultural products. ■

The CEO of Robat Meat Products Company emphasized The inability to export due to the increase in the exchange rate

One of the main characteristics of food industry activists is that they are directly related to people's health. They must also seriously consider this concept in a framework and code of ethics and the view is that ultimately we are the final consumers and adhere



to the principles and standards. In an interview with Mostafa Abdollahi, CEO of Robat Meat Products Company, he advises his colleagues to pay attention to the fact that although profitability is good, it should not be at the cost of destroying the future generation and people's health. All food companies should be diligent and committed to producing healthy food and ensuring the health of the future generation. We read parts of this interview.

Currently, the products produced by this company are marketed under two active brands, Robat and Ghazarian. Currently, about 70 basic products and 180 final products are marketed with different packaging and competitive prices. We are trying to manage costs to manage the destructive effects of rising inflation for the benefit of customers so that quality can still be maintained at its best.

The multiplicity of centers has caused policymaking in the food sector to face fragmentation of decisions, which must definitely be addressed by government measures. The food industry is known as a strategic industry, and regardless of the importance of the food industry, the concept of national security is meaningless. Accordingly, the necessary measures must be taken in the form of integrated laws to coordinate between organizations, ministries, etc., so that fragmentation becomes centralization and unification of planning, organizing, training, and monitoring processes.

Although the Iranian Meat Products Industries Association has established good relations with government departments and held meetings with them, there is no listening ear to listen.

The complexity of this industry may not be tangible in other industries. For example, the raw materials in this industry are very sensitive.

Almost a significant volume of the market's needs is met by domestic companies, and only less than 5 percent of this product is imported. On the other hand, due to the increase in the exchange rate, it is almost impossible to export, because Iranian products will not be able to compete in export markets in terms of price. Considering this, some manufacturers have set up production units in the same destination countries to supply their products to foreign markets, so that conditions for supply are also available. ■

CEO of the Cooperative for Supplying the Needs of the Country's Automotive Parts Manufacturers "Hamsoo"

Medium and small parts manufacturers need support



In an interview with Farhad Fadavi Ardestani, CEO of the Cooperative for Supplying the Needs of the Country's Automotive Parts Manufacturers "Hamsoo", he believes that forming a cooperative is a process and what the cooperative wants to do or how it is done is another process. We read parts of this interview.

In a broader perspective; the Cooperative for Supplying the Needs of the Country's Automotive Parts Manufacturers will work with the aim of helping to improve the business environment of the parts manufacturing industry and facilitating matters related to the raw material supply chain, improving liquidity, expanding the parts manufacturing market share, exports, improving support and logistics capacity, marketing and developing the sales network, aftermarket and other important issues related to the production activities of parts manufacturers across the country. Membership in this structure can increase productivity and reduce overhead costs for companies.

We can now say that some of the most unique companies in the country's parts industry are members of the cooperative. These companies play key roles in the parts industry and we are happy that we were able to achieve the initial goal that the board of directors set for us.

Currently, some of the largest and most influential companies in this industry are members of the supply cooperative, and this has helped us to improve the environment in the parts industry and get closer to our goals. We have adjusted the plans in such a way that progress is gradually happening. For example, in the aftermarket, we have currently been able to provide a product portfolio of almost one thousand parts with 57 permanent members and about 45 other members who work with us informally.

In various forums in the country and even some foreign businessmen in the region, our cooperative is known as a reliable reference and supplier of parts and is influential in the parts industry. We have provided the necessary infrastructure and platforms and the company is now in a very good position.

When we say that the cooperative is the executive arm of the National Parts Manufacturers Association; it means that we have no conflict with each other. The Automotive Parts Manufacturers Association carries out policy-making and negotiations at the macro level, and after that, the cooperative enters the field to act as a powerful supply chain for the automotive industry. Although we are still a fledgling group that has reached a good level in the field of management and infrastructure, in practice we must prove to the parts manufacturers that they can trust us and that this cooperation will be effective. ■

Avagate CEO Announces Creating Smart and Sustainable Communications for Brands at the National Level

With the arrival of artificial intelligence and the need to use it to optimize services in companies and institutions, some companies are taking helpful measures in this field, which will result in a longer lifespan and better performance. Given the importance of this issue in increasing the efficiency and profitability of companies, we have interviewed Ms. Parichehr Amiri, CEO of Avagate. With a strategic mind for sustainable growth, Amiri has assembled a team of experts whose sole goal is to help brands build a smart, sustainable and distinctive future. We read parts of this interview.

The Avagate team is made up of a group of individuals, each with a unique story and a shared passion for creating meaningful changes in the world of branding. This team is made up of experts with diverse backgrounds, including brand strategists, media and communication strategists, data analysts, creative designers and technology experts. But what sets them apart is not just technical expertise, but a mindset that is based on sustainable growth, continuous learning, and deep collaboration. Avagate was founded with the mission of creating intelligent and sustainable communications for brands at the national and international levels and seeks to establish constructive and integrated relationships with all its stakeholders such as employees, customers, representatives, and the community.

At Avagate, first a brand strategy document is developed for brands active in industries such as the automotive and tourism industries, and then all brand interactions with employees, customers, representatives, and the community are designed as an integrated ecosystem. The most important challenge in these industries is the lack of coherence of messages and the weakness in conveying brand values. Using data-driven strategies and accurate storytelling, the company overcomes the challenges and helps brands active in these industries develop their brand strategy in a sustainable and intelligent way to differentiate themselves from their competitors. In this regard, a great contribution has been made in the development of the Isfahan City Tourism Brand Strategy and Leadership Document (taken from Untold Stories of Isfahan) in collaboration with the Chamber of Commerce.

Artificial intelligence is a transformative tool that can make brand communications smarter and more targeted. This technology also allows brands to analyze customer behavior and provide accurate and personalized interactions by predicting their needs. By designing intelligence specific to each brand, Avagate connects this technology to the brand strategy and optimizes brand communication messages and processes by analyzing data and market needs. The result of this process is a distinctive experience for customers and increased productivity in brand interactions. ■



Chairman of the Board of Directors of the Manufacturers' Committee of the Association of Manufacturers and Suppliers of Renewable Energy Goods and Services

The cost of producing solar panels has decreased by 30 percent



The benefits of renewable energy are not limited to environmental benefits but also include economic benefits. The use of renewable energy sources not only generates income from them, but also reduces the overall cost of electricity production for businesses and communities, improving economic conditions. We have interviewed Hamidreza Pishehvar, Chairman of the Board of Directors of the Manufacturers' Committee of the Association of Manufacturers and Suppliers of Renewable Energy Goods and Services, on renewable energy. We read parts of this interview.

The global photovoltaic market is experiencing rapid growth, with a cumulative compound annual growth rate (CAGR) of installed systems between 2013 and 2023 of about 26 percent. In 2023, Asian manufacturers will account for 94% of total solar panel production, while China alone leads the market with a share of about 86%.

Iran, located in a maximum radiation belt and also at the center of the 30-degree orbit, has more than 300 sunny days. Given the approved and well-developed programs in the country to do this, efforts are ongoing to move industries in this direction, but despite energy subsidies, there is still very little willingness to move in the development of renewable energies.

Investment in the field of renewable energies has gained unprecedented speed since 2020, and the amounts spent on renewable energy development, grid development and electricity storage are now more than the total costs of developing oil, gas and coal. The costs of producing solar panels have decreased by 30% in the past two years, and the prices of minerals and metals vital for energy transmission have also decreased sharply; Especially the metals needed for batteries. In our country, according to the executive regulations of Article 16 of the Law on the Leap of Knowledge-Based Production, related to renewable energies and market development for industries and clean electricity production at the point of consumption and approved in February 2022, industries with a consumption capacity of more than one megawatt are required to provide the equivalent of one percent of their annual electricity needs through the construction of renewable power plants.

The government should encourage companies to invest in the renewable sector to keep pace with global development. This year, investment in the solar industry will increase to \$500 billion, because the decrease in panel prices will lead to new investments. Our country's industries must take steps to increase their awareness in the field of energy and understand its necessity for the continuation of their businesses in this direction, because if they do not work, they must expect energy shortages, lack of electricity, and stricter sanctions and laws on the path to clean energy development.■

The need to invest in renewable energy and eliminate fossil fuels in industry



Dr. Mehdi Karimi Tafreshi

Chairman of the UN-UNESCO Silk Road Business Working Group

Climate change is a serious threat to the planet, and fossil fuels are the main factor in this crisis. To save the planet, moving towards clean and renewable energy is inevitable. Fossil fuels such as coal, oil, and gas are the largest contributors to the emission of these pollutants, accounting for more than 75 percent of global greenhouse gases and nearly 90 percent of total carbon dioxide emissions. Researchers believe that to prevent the Earth's condition from worsening, greenhouse gas emissions must be reduced by almost half by 2030 and reach net zero by 2050. To achieve this goal, we must reduce our dependence on fossil fuels and invest in alternative sources of energy that are clean, accessible, affordable, sustainable and reliable.

The shift towards clean energy will help reduce social inequalities, and disadvantaged communities, which are most exposed to air pollution, will benefit the most from this change. The development of renewable energy in rural areas will also help create jobs and improve the quality of life of people in these areas. Solar power plants, which have been considered an important source of energy supply in recent decades, are also developing rapidly in Iran. Although the first solar projects in Iran started on a smaller scale, as time passed and the importance of renewable energy increased, the government and the private sector sought to expand larger projects such as solar power plants. In this regard, the first phase of Iran's largest solar power plant in Mobarakeh Steel, Isfahan, as a huge project in the field of renewable energy, represents a major step towards achieving environmental goals and reducing dependence on fossil fuels in Iran. The private sector plays a very important role in the development of renewable energy and can complement the activities of the government. In fact, many of the significant advances in this field are due to innovation and investment by the private sector. The presence of the private sector in the renewable energy market creates competition, and this competition leads to reduced costs and increased productivity. Of course, in order for the private sector to be able to operate effectively in this field, it needs government support. Providing low-interest facilities and loans for investment in renewable energy projects, facilitating administrative processes and issuing permits for private sector investors, creating competitive and transparent markets for buying and selling renewable energy, and finally, supporting research and development in the field of renewable energy will create a synergy between the government and the private sector in line with the sustainable development of renewable energy and reducing dependence on fossil fuels.■

**Chairman of the Board of
Directors of Solomon Carpet**

The imbalance of supply and demand in the carpet industry is quite evident



Solomon Carpet started its activities in 1982 under the name of Nakh Rasoul Isfahan Company, and Gholamreza Monzwizadeh also started working as a member of the board of directors of this company in the same year. We read parts of our interview with Gholamreza Monzwizadeh, Chairman of the Board of Directors of Solomon Carpet.

Activity in the market and familiarity with trade and dealing helped me a lot in production. The result is that after 45 years, the products of Nakh Rasoul Isfahan Company are still more expensive than all other yarns, and just as it became a brand from the beginning, it still continues to work with the best quality. The choice of the name Solomon Carpet was very special. Brands that have abused this name have never been successful, and the position of the Solomon Carpet brand remains strong and solid. Solomon Carpet has so far had a successful performance in the field of exports. In recent years, we have tried to expand our exports by targeting more diverse markets. Compared to its competitors, Solomon Carpet has a favorable position in export markets and continues its export-oriented development program by focusing on roles, quality and strong branding. Solomon Carpet has representatives in about 6 European countries and exports to these markets.

In fact, no help has been given to strengthen our exports. If Iranian carpets reach their true position with their brand and quality, they can have a huge impact on global markets, but achieving this requires serious support and planning from the government.

The point that is being raised today, especially in modern marketing, is to start from the end of the cycle, create the brand and then enter a space where you can produce and supply the same brand. At the time we started production under the name and brand of Solomon Carpet, the situation of machine-made carpets was very different from the current situation. Currently, considering that the Solomon Carpet brand is not based in Kashan and operates only in Isfahan province, our competitive position is clear, but this competition has brought many challenges in recent years and there have always been concerns about maintaining the competitive rank and position in the field of machine-made carpets.

First of all, we must think about how we can save the industry and production of this country. We must ask entrepreneurs what they want and try to ensure that the property does not act in a way that will cause them harm. Getting out of the industry crisis is entirely up to the government and the country.■

**World of
INVESTMENT**

**Deputy CEO of Nami Nik Nihad
Holding (Cenan)**

Our strategic goal is to produce ultra-beneficial breads

Given the diversity, health-oriented, durability and high quality of modern breads and, on the other hand, the updating and changing lifestyle, it seems that in the future the general trend towards packaged breads, which also have a high variety, will increase. Engineer Nami Babaei, Deputy CEO of Nami Nik Nihad Holding (Cenan), while stating the above, acknowledges that this complex has been operating properly for the last 16 years. We read parts of this interview.



This company is the first bread factory in the country and before its entry, other manufacturers were engaged in the production of bread in a fancy or traditional way, and the bread production process was the same in both, but one of their distinguishing features is the variety of products. In a standard bread factory, bread production has a more complete process (mixing, fermentation, baking and packaging) and while maintaining its moisture, the consumer can consume this product for up to a week. It is worth noting that since 2011, when Cenan Company was officially established, its market share statistics have been growing every year. Today, it supplies about 68 percent of the packaged bread market in Iran and is a direct distributor in Tehran, Alborz and Qazvin, and it also has bread sales agents in 52 cities. This statistical report is provided to us by a foreign company on a monthly and annual basis.

This company is the only bread producer that, due to its health-oriented slogan, had only semi-solid and flat bread types in its product portfolio until a year ago. Due to market demand, it has also added a series of sweet basic products (Gata roll, Shatoot roll and Chocolate Pan) to its product portfolio, which is a suitable and healthy alternative to all kinds of cakes and pastries. Currently, an average of 150 tons of this variety of bread is produced per day, with 660 people employed in this process, which reaches 2,000 people with the number of people working in the dealerships. Creativity is a priority at Cenan Company, so perhaps the awards and gifts we received are not very important to the public.

The basis of bread is based on carbohydrates. All Cenan products are enriched, but products such as wholemeal bread and oat bread are healthier alternatives to other breads. We believe in producing functional breads, and each of our products has its own characteristics that cover all tastes, according to the nutritional value table of each product.■

5

World of Investment
No 99 • February 2025

**The head of the International Union of
Tojjar Amin**

Supporting Iranian brands present at foreign exhibitions



Among the important goals in establishing the International Union of Trustworthy Traders is to develop trade relations with target countries, which has begun its activities in this regard. In order to become more familiar with the activities and measures taken in this union, we have conducted an interview with Emad al-Din Kabiri, the head of the International Union of Trustworthy Traders. We read parts of this interview.

This union was established with the aim of guiding, supporting and facilitating trade and also establishing a bridge of communication between Iranian traders and traders in target countries. In addition, the International Union of Trustworthy Traders has opened its offices in all the intended destinations in order to better monitor traders, industries and capacities within the country as well as target countries.

The union has brought various delegations to Iran in this regard and provided the means for this work, so it is expected that, given the preparations being made for this purpose, we will soon witness the fruitful activities of artisans in international arenas.

Among the programs we are considering for all textile and clothing industries is a discussion of supporting Iranian manufacturers and brands to participate in specialized foreign exhibitions. The next path is to invite trade delegations and stakeholders from target markets to our country and show them our capacities.

This union is named the International Union of Trustworthy Traders and, as its name suggests, seeks to help merchants with effective measures.

One of our measures for various industries, especially in the issue of supplying raw materials for textile industries, is to facilitate trade transactions with countries with which Iran has no relations, such as countries on the African continent. For example, African countries play a significant role in the world's supply of needed cotton, and in this regard, we are seeking to introduce them to the textile industry to provide higher-quality and cheaper raw materials for competitive production. ■



The CEO of Solomon Carpet emphasized

Economic and political instability is the major challenge for machine-made carpet manufacturers



According to Saeed Manzaizadeh, CEO of Solomon Carpet, economic and political instability are among the major challenges of this industry, as well as inflation, exchange rates, bank interest rates, and all the criteria that are effective for a manufacturer, have become the main challenges. On the other hand, the lack of skilled manpower, preventing the entry of modern machinery and technology, are also other major challenges of this industry. However, this carpet industry activist emphasizes that despite all the problems, innovation is on Solomon Carpet's agenda. We read parts of the interview with this capable manager.

Our main challenge as a manufacturer is the prevailing economic and political instability. These conditions have caused us to not have proper planning for our industry and work. Inflation, exchange rates, bank interest rates, and all the criteria that are effective for a manufacturer have also become our main challenges. In addition to these issues; The lack of skilled manpower, preventing the entry of modern machinery and technology, various circulars and resolutions, as well as the complex and extensive bureaucracy in ministries such as the Ministry of Interior, Economy, and Labor are also other major challenges for this industry.

We have always tried to move towards product development despite the problems prevailing in society and considering that without product diversity, new markets cannot be discovered either domestically or internationally. With innovation and creativity, we have been able to operate more efficiently and proactively in the markets, and fortunately, we have achieved favorable results from this approach over the years. Of course, creative and innovative work has its risks and costs, but ultimately, these works have always helped improve the situation of Solomon Carpet Company.

One of the measures adopted to control fluctuations in the price of raw materials is to keep the price of our carpets high by providing up-to-date products and high-quality work. The supply and sale of products is planned in a way that prevents the company from incurring losses. Also, with new designs, diverse colors and creative patterns, we have been able to maintain the price of our products and not have any problems in production and sales.

One of the plans we have considered for the future and the expansion and development of our products is the innovation issue that was mentioned earlier. By applying new ideas and presenting new works, we have developed different qualities of carpets and the use of various yarns in our products. This approach continues and in the upcoming exhibition we plan to unveil a new product that is the result of these innovations. ■

On the 20th anniversary of the Firouzeh Financial Group, it was raised

Firouzeh's determination to make investment public in the country

Firouzeh Financial Group was established in 2005 and has entered its third decade of activity as a private sector financial supermarket. Since its inception, it has played a key role in the development of the capital market by providing diverse and innovative services. It currently manages more than 50 trillion tomans of investor assets in 15 investment funds and 6 stock exchange investment companies. As one of the largest investment institutions in the country, Firouzeh Financial Group provides services such as asset management, investment instruments, brokerage, financing consulting, and company admission. On the occasion of the 20th anniversary of the establishment of Firouzeh Financial Group, a press conference of the group was held on February 5 at the Qalb Hotel in Tehran, and its senior managers, while reviewing the achievements of the past two decades, announced future plans such as initial public offerings in the capital market, development of financial instruments, and launching a cryptocurrency fund.

We are launching a cryptocurrency fund



Ramin Rabiei, CEO of Firouzeh Financial Group, while announcing that the initial public offering of the group's shares will be held soon, added: "We are launching a cryptocurrency fund with the help of an exchange."

Regarding online gold buying platforms, he said: "We do not know whether all online gold buying platforms have as much gold as they claim."

Rabiei pointed out that Firouzeh Financial Group was able to take first place in attracting foreign investors in the Iranian capital market at the beginning of its activity by establishing and managing an investment fund in Europe to invest in Iran. He said: "This equity investment fund succeeded in attracting \$150 million in foreign capital on the Tehran Stock Exchange and is still the only foreign investment fund licensed to operate in the European Union that invests in our country's capital market."

The CEO of Firouzeh Financial Group pointed to the billboards related to molten gold platforms and said: "These days, the city walls are filled with billboards advertising molten gold sales platforms that are operating in a non-transparent and illegal manner, which increases the risk for everyone."



This structure of investing in gold exists legally and transparently in our group, and people can use it." In the continuation of this meeting, Ms.

Fatemeh Sarki, CEO and member of the board of directors of Firouzeh Portfolio Management, said: Firouzeh Development Portfolio Management Company is one of the key subsidiaries of Firouzeh Financial Group and is recognized as one of the top 5 portfolio managers in the country. This company manages more than 240 proprietary portfolios and 15 investment funds, including leveraged, fixed income, equity, sector, index, bold, private, and gold funds. The company's assets under management exceed 35 trillion tomans, and it has experienced about 100 times growth in assets under management in 5 years.



Amir Taghi Khan Tajrishi, Chairman of the Board of Directors of Firouzeh Financial Group, stated in this meeting: What we emphasized as a competitive advantage is the specialized knowledge of investment in Iran that has entered the country with foreign

investment.

Pointing out that the current economic conditions are special, he said: We must use the path that the West has taken and see what our impact is in the Middle East. Other blocs outside the West have gradually gained strength, with China being an example of these countries. The distance between the United States and Europe has also increased. Trump's orders during this period have also increased tariffs on China.



Milad Memarian, CEO of Firuzeh Digital, stated in introducing this product: Firuzeh Group was formed with a focus on new financial products, and our vision is to provide financial products that are accessible to all people.

We have targeted the problem of inflation, which is the biggest problem of the people. Our most important product is the Firouzeh application, which we developed with the financial super app perspective and aimed to consolidate all the products of this group. We believe that the investment processes in our country are complex and not available to everyone. Simplifying product development has also been one of our goals.

Firouzeh Financial Group, in the process of transforming and expanding its activities, is seeking to enter new financial areas such as leasing, insurance, and new funds in order to provide its services to a wider range of individuals and businesses. ■

Possibility of exporting two billion dollars worth of machine-made carpets per year



Alireza Haeri
Textile Industry Expert

The machine-made carpet production industry in the country is one of the few sectors of the textile industry that has been able to enjoy proper growth and development compared to other sectors of the textile industry in the last decade, and has a privileged position and acceptable diversity in terms of product quality, design and layout, and has well equipped itself with the latest technological advances in the world. In fact, the combination of the latest technology in the world with Iranian art and ingenuity has been able to transform the machine-made carpet industry in Iran into a distinguished, employment-generating and currency-generating industry.

Currently, out of about 5,500 textile industrial units in the country, more than 900 industrial units; that is, more than 16 percent of them have an exploitation license for the production of machine-made carpets, most of which are located in Kashan, Aran and Bidgol. This indicates the proper development of this industry in the country and has turned the Kashan region into a hub for machine-made carpet production in Iran and one of the major producing regions of this product in the world.

Currently, the total installed capacity of this industry in the country is about 150 million square meters and its practical production per year is about 100 million square meters, which brings the annual production value of this product to about 15 billion and 200 million dollars. It should be noted that the production of this product in the first 10 months of 2024 is about 15 million square meters. Currently, Iran's exports in this sector are mainly to neighboring countries such as Afghanistan, Iraq and Turkmenistan, but given the desirable quality of these products and the innovative Iranian design and plan, as well as the use of the latest technology in the world, there is a bright future for this industrial sector and it is expected that exporters of this product will see an increase in exports of this product to the European Union markets and other parts of the world by diversifying their export markets.

In addition, holding exhibitions related to industries, especially the International Exhibition of Flooring, Carpeting, Machine-Made Carpets and Related Industries, as well as other regional and international exhibitions, can have a significant impact on showcasing the capabilities of domestic manufacturers and the growth and development of their production and exports. It is hoped that by improving the level of service, reducing the costs of holding and facilitating the presence of foreign companies in such exhibitions, and also by providing export incentives in the form of providing a portion of the costs of booth rental and travel to Iranian companies that participate in similar exhibitions in other parts of the world, more effective steps will be taken towards the participation of all domestic and foreign units in these international events. ■

Initial public offerings have sent the stock market into frenzy



Majid Mohammad Alizadeh Arani,
Capital Market Expert

Predicting market growth conditions for the end of the year and the first half of 2025 is complex and difficult. As in the past few years, the shadow of political situations weighs heavily on the economic situation.

Adopting foreign policies such as the revival of the JCPOA and establishing political relations between

Iran and the United States and Europe has weighed more heavily on domestic policies. On the other hand, the global gold and cryptocurrency markets have become another challenge and a serious competitor to the Iranian capital market in terms of analyzability and capabilities and qualitative characteristics of information. The unbridled and instantaneous increase in the currency and, consequently, gold, has driven investors' tendency towards the currency and gold market.

However, the main and influential reason for these days of decline and decline in the stock market index, in addition to the above-mentioned cases, is the consecutive initial stages of the last few years that have been making records. Unfortunately, initial offerings have intensified over the past few months and have brought the stock market index's upward trend in the past four months to a standstill and caused money to leave the capital market, and it continues to do so. Laws and regulations, instructions, circulars, and notifications at the moment, at night, and during holidays have also damaged the credibility of the capital market and made shareholders desperate. Circulars and notifications that should be announced in Farvardin every year are announced in the final months of the year and severely affect the profit forecast and financial statements of companies. There are other minor and major issues that consciously or unconsciously affect the stock market trend; such as liquidity. The timing of transactions, mandated pricing, and all of the above-mentioned factors reduce the degree of trust and confidence in investing in the stock market, which makes predicting market trends more difficult and complicated. The confusion of investors is due to reasons that unfortunately occur in Iran, and until new blood is injected into the vital arteries of the stock market, the conditions will not improve. With these conditions and other cases, investors are not confident in investing their capital in the stock market and, given that capital is timid, they choose another path.

Also, the bluffs and threats of the US President have caused fluctuations not only in the Iranian capital market, but also in global stock markets. Although the probability of the threats being implemented is low, it has caused capital to flee and, if you consider, has also challenged global gold and silver; therefore, it seems unlikely that the market will grow in the first half of 2025; unless economic and political variables are accompanied by significant positive changes. ■

Iranian Customs in a halo of transparency and ambiguity



Farhad Amirkhani
Editor-in-Chief

For years, under the pretext of international sanctions, the abomination of smuggling, including fuel, goods, medicine, livestock, raw materials, etc., has been rampant in our country, and smuggled goods, although transported by expensive carriers, are displayed and sold in abundance in stores and warehouses without fear of regulatory agencies. Regardless of the contradictory news about the amount of smuggling, according to a report by the Research Center of the Islamic Consultative Assembly, the amount of goods imported into the country this year is estimated at about \$32 billion. If this amount is correct, it is enough to know that for every billion dollars of goods smuggled, more than 100,000 job opportunities are lost. Thus, in this one year alone, more than 3 million job opportunities have been lost due to the activities of smugglers, causing damage to the people.

There are many questions about who the organized smugglers are and how they smuggle this volume of goods; but it should not be forgotten that the public always expects the law enforcement forces to carefully guard the air, land and sea borders and not allow any goods or other items to enter or leave the country's borders except through customs, so that while protecting the borders and security, they can also stand up to and confront any violations and lawlessness as an enforcement agency. What seems worrying is that today, the threats of smuggling are not only through border backpackers and winding mountain roads and speedboats, but also through official channels and with skillful techniques and at customs.

Now, 50 to 60 percent of smuggling is done officially, so that these people, often with little or no declaration, import one product into the country under the name of another product using seemingly legal methods. In the past few years alone, 31 methods and techniques of smuggling have been identified, of which more than 95 percent have been carried out through official channels. The inability to inspect the huge volume of goods packaged in giant containers in the traditional way, the lack of new technologies for control, the difference in information registered at customs with the cleared goods, the size and complexity of free zone customs, the prevalence of document forgery, bribery, etc., have all provided a safe margin for the activities of smugglers. It seems that with such a description, what is needed more than ever is national unity to confront the sinister phenomenon of smuggling; smuggling that is carried out not only by some border residents in need of work, but also by skilled and skillful businessmen. ■

The necessity of investing in new technologies



Dr. Morteza Faghani
Member of Tehran
Chamber of Commerce

The importance of investing in new technologies such as artificial intelligence is a vital and decisive necessity for the Iranian economy, so that in the current situation, any delay in this area will deprive the Iranian economy of great opportunities. This technology can increase efficiency and productivity in various industries such as agriculture, industry, services and health. On the other hand, the development of new technologies can help create new jobs in the fields of research and development, programming and data management. In addition, by developing domestic technologies, Iran can reduce its dependence on foreign technologies, which can be very vital in the context of sanctions.

The use of indigenous technologies in sensitive sectors such as defense, cybersecurity and critical infrastructure also strengthens national security. Artificial intelligence can help research in various scientific fields and put Iran on the path of scientific progress. The pace of scientific progress is such that it would be difficult to imagine any progress in science for Iran without access to these technologies. The use of artificial intelligence in sectors such as healthcare (improved medical diagnosis), education (personalized learning), and transportation (traffic management) is essential and can significantly improve the quality of life of citizens. Using advanced technologies will help to better manage resources and reduce pollution. However, based on the available information and by comparing investment in the field of artificial intelligence between Iran and neighboring countries such as the UAE, Saudi Arabia, and Turkey, it can be said that Iran is not in a good position in this regard.

Iran's investment in the field of artificial intelligence is much lower than in the countries of the region. According to reports, Iran has a negligible share of the \$320 billion profit from artificial intelligence by the end of the current decade. Specifically, in 2023, Saudi Arabia invested \$37 billion in the field of artificial intelligence, which was 370 times the capital that Iran has allocated to this sector. On the other hand, it is said that the UAE ranks fourth in the world in terms of AI infrastructure and has been able to achieve high rankings in the smart government strategy using AI. The UAE has made significant progress in this field by using its supercomputer capabilities and stability in its internet and electricity infrastructure. Saudi Arabia also invested \$15.57 billion in AI in 2020, and this figure will reach \$37 billion in 2023. The country has tried to be a leader in this field by launching several projects such as the National Center for Artificial Intelligence and the Saudi Company for Artificial Intelligence. Turkey has also made significant investments compared to Iran, although the exact investment figures in the available resources have not been clearly specified. However, Turkey has a better position than Iran in indicators related to the government strategy in AI. Looking at these statistics, it can be said that Iran is not in a favorable position in terms of investment in new technologies such as AI compared to its neighboring countries such as the UAE, Saudi Arabia and Turkey. This difference in investments has, in turn, affected readiness and progress in the field of artificial intelligence, so it is essential to pay attention to this important area. ■



"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



Solomon Carpet CEO

Economic and political instability is a major challenge for carpet manufacturers



Capital Market Expert

Initial public offerings have sent the stock market into frenzy



The head of the International Union of Tojjar Amin

Supporting Iranian brands present at foreign exhibitions



Avagate CEO Announces

Creating Smart and Sustainable Communications for Brands at the National Level



Chairman of the Board of Directors of the Manufacturers' Committee of the Association of Manufacturers and Suppliers of Renewable Energy Goods and Services

The cost of producing solar panels has decreased by 30 percent



The CEO of the Tangsir Lian Cooperative Company proposed

Producing a natural and energy-rich product by creating diversity in the product basket



Head of the Iranian Visual Arts Association

The visual arts field faces the problem of unqualified management



The CEO of Robat Meat Products Company emphasized

The inability to export due to the increase in the exchange rate

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

GOLHA



دارنده گواهینامه یکمده سال
قدمت از یونسکو در ایران



یک قرن از مزرعه تا سفره با گولها

golhaco

مجمع منابع غذایی و کشاورزی



گولها®



Joula



کارخانه در دستان شماست.

کارخانه هوشمند، با محصولات فناورانه جولا



JoulaTech.com



@joulatech



تلفن: ۰۲۱ ۶۶۹۵۵۴۷۷-۹

فکس: ۰۲۱ ۶۶۹۵۳۹۵۰



تهران، خیابان شیخ هادی، نرسیده به

جمهوری، کوچه رجب بیگی، پلاک ۹

اختصاص درصدی از درآمد قالی سلیمان
به امور خیر و بشر دوستانه که همواره با
همدلی شما خریداران وفادار میسر بوده است.

خرید
بخیر



solomoncarpet_official
club.solomon-carpet.com
ارتباط با ما ۰۲۱۴۳۴۳۴۰۰۰



SOLOMON CARPET®