

رشد سرمایه‌گذاری

رئیس هیات مدیره گروه صنعتی چکاد

با آثار و گفتاری از:

سید محمد مقدسی

علی همتی

سید رائد موسوی

عطاءاله بابایی

میثم رحیمی

سید امیر حسین شبیری

محمود رضا آقاپور علیشاهی

مجتبی آخوندی

اصغر درویشی

داوود سعدی

مجید فخار

منصور الیاسی

لیلا کریمخانی

بهاره حبیب‌زاده

مداخله دولت در قیمت‌گذاری همه چیز را به هم ریخته است

Chairman of the Board of Directors of Chekad Industrial Group

**Government intervention in pricing has
messed everything up**

رئیس مجلس إدارة مجموعة تشكاد الصناعية

التدخل الحكومي في التسعير أفسد كل شيء

گه — رزمین

مرکز ثقل توسعه و اشتغالزایی در کشور

Gohar Zamin, the jewel of Iran



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



— www.goharzamin.com goharzamin.co —

فراز انرژی پاد

www.faraz-energy.com

شماره ثبت ۱۹۵۷۷۱



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 کمرکات (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

www.GISDCO.com



شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

بزرگترین عرضه کننده آهن اسفنجی کشور

GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.

THE BIGGEST DRI SUPPLIER IN IRAN

GISDCO

Development is our belief



شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.

روابط عمومی و امور بین الملل



۱۳ آبان ماه:

روز ملی مبارزه با استکبار جهانی
و روز دانش آموز گرامی باد.



شرکت بابک مس ایران

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

IBCCO

تولیدکننده انواع لوله مسی



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

www.ibcco.midhco.com

marketing&sales@ibcco.midhco.com

شرکت مادر تخصصی (هلدینگ)
توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه
MIDDLE EAST MINES & MINERAL
INDUSTRIES DEVELOPMENT HOLDING Co.
زنجیره کامل تولید از معدن تا محصول نهایی





شرکت جهان فولاد سیرجان (سهامی عام)

www.Sjsco.ir

بزرگترین تولیدکننده شمش فولادی و میلگرد در جنوب شرق کشور



● **دفتر تهران:** میدان ونک - بزرگراه حقانی - بعد از چهارراه جهان کودک - خیابان شهیدی (دیدار جنوبی)
نپش کوچه ژوبین - پلاک ۲ - **شماره تلفن دفتر تهران:** ۰۲۱۸۶۰۸۳۹۶۰
● **کارخانه:** سیرجان کیلومتر ۵۰ جاده شیراز - **شماره تلفن کارخانه:** ۰۳۴۴۱۴۲۳۶۲۵ - ۰۳۴۳۱۲۵۷۶۰۰



جایگاه فولاد کاوه جنوب کیش در صنعت فولاد

کم نوسان ترین سهم
در بین نهادهای فولادی

رتبه ۲
با سهم ۱۱ درصدی

شرکت برتر در معاملات
شمش فولادی

رتبه ۲
با سهم ۱۳ درصدی

عرضه کننده برتر
شمش فولادی در بورس

رتبه ۳
با سهم ۸۷ درصدی

صادر کننده برتر بیلت

رتبه ۳
با سهم ۷۷ درصدی

تولید کننده برتر بیلت

رتبه ۴
با ۹۹ درصد ظرفیت

بهره برداری از ظرفیت
آهن اسفنجی

رتبه ۴
با سهم ۶ درصدی

تولید کننده برتر
آهن اسفنجی

چهارمین ناشر برتر
در بازار سرمایه

اسکن کنید

www.SKSCO.ir





مدیرعامل و رییس هیات مدیره مرکز تجاری ایران در تانزانیا

آفریقابترین گزینه برای توسعه بازار است

۴۴

۲۴

مالک و مدیرعامل برند LC MAN تاکید کرد

**برندهای داخلی پوشاک
دست کمی از نمونه‌های
خارجی ندارند**



۱۸

از سوی مدیران شرکت سیدگردان هوشمند
رایین مطرح شد

**قیمت گذاری دستوری
معضل بزرگ بازار سرمایه**



دنیای صنعت
۳۶ تا ۴۲



دنیای خودرو
۳۰ تا ۳۴



پرونده ویژه
۲۲ تا ۲۸



اقتصاد بازار
۱۶ تا ۲۰

دشگری

سرمایه گذاری

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

دکتر مرتضی فغانی

قائم مقام مدیر مسئول:

رضا فغانی

سر دبیر:

فرهاد امیرخانی

مدیر هنری:

سعیده نیکبخت

مدیر بازرگانی:

سارا نظری

ویراستار:

مصطفی حاتمی

مترجم:

سعید عدالتجو

عکاس:

میثم مافی

اعضای هیات علمی:

■ دکتر بهمن آرمان: اقتصاددان

■ دکتر امید کریمیان: عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی

■ مسعود برهمین: رئیس اتاق بازرگانی ایران و آفریقا

■ دکتر بهرام شکوری: رئیس انجمن مس ایران

■ مهندس حسن کریمی سنجر: مدیر ارشد صنعت خودرو

■ دکتر عزیز الله عساری: مدیر ارشد حوزه معدن

■ 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 جمشید حمزه زاده: رئیس جامعه هتلداران کشور

■ دکتر علی اصغر عباسستانی: نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی

■ دکتر غلامعلی جعفرزاده اینی: 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 سیف الله نیک نامی: رئیس انجمن فناوری دیجیتال و هوشمندسازی ایران

■ دکتر محمدعلی جلیلیان: مدیر ارشد صنعت پتروشیمی

■ دکتر سید رضا رفیعی: عضو هیات ریسه اتاق بازرگانی ایران و روسیه

■ کریم بیگی: رئیس جامعه هتلداران استان اصفهان

■ دکتر حسین عرفانی مقدم: کارشناس ارشد امور حقوقی

■ مهندس سید محمد مقدسی: عضو هیات مدیره جامعه متخصصین نساجی

■ مهندس علی همتی: عضو هیات مدیره انجمن تولید و صادرات نساجی پوشاک ایران

■ دکتر امیر حامد رضایی: مشاور و رئیس اتاق مشترک ایران و آفریقا

■ 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 پسی دی ال ماهنامه به پایگاه خبری زیر مراجعه فرمایید:

www.dsarmaye.ir

نشانی:

تهران، خیابان شهید مفتح

کوچه مرزبان نامه، پلاک ۲۷، واحد ۳

کد پستی: ۱۵۸۸۸۶۶۳۴۴

تلفن: ۳۷-۸۸۸۶۴۸۳۵-۲۱

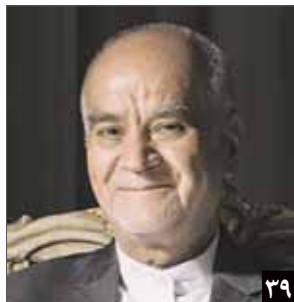
واحد بازرگانی: ۲۱-۸۸۸۶۴۸۲۶

دورنگار: ۲۱-۸۸۸۶۴۷۲۰

پست الکترونیک: D.sarmayeh@gmail.com

لیتوگرافی، چاپ و توزیع: شرکت خاتمنو

تلفن: ۷۷۸۱۳۳۴۹



رئیس هیات مدیره گروه هتل های درویشی

ارایه خدمات خاص هتلداری با جلوه ای از فرهنگ رضوی



عضو هیات مدیره اتحادیه تولید و صادرات

نساجی پوشاک ایران تاکید کرد

چالش های دیپلماسی اقتصاد ایران از دیدگاه صنعت



موسس کارگاه جرم هورامان عنوان کرد

هدفگذاری برای آموزش بانوان خودسرپرست



۴۰

مدیرعامل تعاونی گردشگری کشور

توسعه صنعت گردشگری راه نجات اقتصاد ایران



اقتصاد هنر
۵۰ تا ۵۳



اقتصاد کلان
۴۴ تا ۴۸



یادداشت

ضرورت خلق برندی هویت دار توسط طراحان لباس

فرهاد امیر خانی
سر دبیر

کارنامه خود ثبت کرده است، دوناتلا ورساچه، طراح ایتالیایی، رالف لورن، طراح آمریکایی، کریستین دیور، طراح فرانسوی، تام فورد، طراح مشهور تگزاسی، پیر کاردین، طراح فرانسوی و ایوسن لوران طراح پرآوازه قرن بیستم در کشور فرانسه اشاره کرد. البته اکنون حرفه طراحی به یکی از شغل‌های پر درآمد جهان نیز تبدیل شده است. به عنوان مثال، میانگین درآمد شغل طراحی مد و لباس در کشور کانادا، به سالانه حدود ۵۴ هزار دلار می‌رسد و این میزان در کشور ترکیه سالانه ۱۰۰ هزار دلار است. در حال حاضر در کشور فرانسه، متوسط درآمد سالانه یک طراح، ۸۰ هزار یورو است که این میزان در آمد متناسب با خلاقیت، شهرت فرد و ارزش افزوده‌ای که در قیمت تمام شده یک محصول ایجاد می‌کند، قابل افزایش است. البته این وضعیت در ایران اسفناک است؛ زیرا در آمد یک طراح در یک واحد تولیدی، از سالانه ۱۲۰ میلیون تومان، یعنی ۲ هزار دلار فراتر نمی‌رود، ضمن اینکه مصائب حضور طراحان در واحدهای تولیدی نیز کم نیستند.

اکنون شغل طراحی نیز بسته به تخصص، به رسته‌های مختلفی دسته‌بندی شده است و افراد بر حسب علاقه، رسته‌های خود را انتخاب کنند. از جمله می‌توان به طراحی لباس برای تئاتر و سینما، طراحی لباس برای افراد خاص، بلاگر مد و فشن، تصویرسازی، طراحی شال و روسری یا مانتو، کارگاه خیاطی، نویسنده و ژورنالیست مد و فشن، طراحی چاپ پارچه، مدیر تولید کارگاه‌های چاپ و همکاری با دانشگاه‌ها، تولیدی پوشاک و واحدهای نساجی و... اشاره کرد. نباید از یاد برد که کلید تحول صنعت پوشاک و نساجی کشورمان در آستین طراحان هنرمند قرار دارد و همان طور که دارندگان این علم و هنر توانستند در کشورهای توسعه یافته دنیا را متحول کنند، در کشور ما نیز شاید بتوانند چشم‌اندازی نو و برندی هویت‌دار و ملی را خلق کنند. قطعاً برای تحقق چنین آرمانی، باید به آنان میدان داد و زمینه را برای تحقق رویداد بزرگ فراهم ساخت. ■

طراحی و مد آفرینی، به ویژه در صنعت پوشاک و نساجی کشورمان، علمی مهجور و تاحدودی ناشناخته است که به رغم وجود متون ترجمه شده و نوشته‌های پرطمطراق و دل‌ربا در باره آن؛ اما همچنان کمترین ارزش در زنجیره تولید و عرضه پوشاک و نساجی کشورمان را دارا است. این موضوع چندان هم جای تعجب ندارد؛ چون این معضل ریشه در سرفصل‌های آموزشی و دروس پایه دارد، چرا که طی دوران تحصیل، کمتر دانش‌آموزی رامی‌توان یافت که از طریق کلاس و کتاب‌های درسی موجود، علم هنر را مطابق آنچه در جهان مدرن مرسوم است، فرا گرفته باشد.

اکنون نقصان این شیوه آموزشی را در تمامی محصولات کشور از جمله محصولات پوشاک و نساجی می‌توان مشاهده کرد. صرف‌نظر از اینکه بیش از ۹۰ درصد از طراحان مد و پوشاک کشورمان را زنان تشکیل می‌دهند و این طیف نیز تلاش می‌کنند تا در یک فضای به دور از بازار، برای ۸۴ میلیون و ۹۰۰ هزار نفر ایرانی که فقط ۴۲ میلیون و ۹۰۰ هزار نفر آنان را مردان تشکیل می‌دهند، برندی هویت‌دار ملی اتودوالگو کنند؛ اما همچنان شاهد این هستیم که شوربختانه این بخش مهم از صنعت، هنوز دارای یک انسجام صنفی نیستند و صرفاً از آنان و آثارشان در همایش‌ها و جشنواره‌ها به عنوان یک ابزار، استفاده فرهنگی و گاه هنری می‌شود.

این شرایط در حالی در کشورمان رقم می‌خورد که شغل طراحی پوشاک و نساجی، یکی از پر درآمدترین شغل‌ها در کشورهای توسعه یافته محسوب می‌شود و افرادی هستند که با طراحی‌های بی‌نظیر خود، درآمدهای نجومی کسب می‌کنند و رونق دیگر صنایع را نیز باعث می‌شوند. از جمله این افراد می‌توان به کوکوشنل، راهبه نوگرا و طراح فرانسوی، دونا کاران طراح نیویورکی و بنیان‌گذار برند DKNY، جورجیو آرمانی، طراح ایتالیایی و نوآور پوشاک مردانه، کالوین کلاین، طراح آمریکایی که علاوه بر پوشاک، در زمینه عطر، ساعت و جواهرات نیز رکورد جهانی را در

یادداشت

معضل ناترازی گاز در ایران راهکارها و چالش‌ها

دکتر مرتضی فغانی
عضو اتاق بازرگانی تهران

و کاهش تولید این ناترازی در سال ۱۴۱۴ به حدود ۹۰۰ میلیون متر مکعب در روز خواهد رسید که معادل ۷۰ درصد تولید گاز مورد تقاضا برای این سال است. حتی اگر میزان تولید گاز در سطح کنونی باقی بماند، در سال ۱۴۲۵ با ناترازی ۶۰۰ میلیون متر مکعب در روز مواجه خواهیم بود که معادل ۴۵ درصد از گاز مورد تقاضا در آن سال می باشد. اما دلایل این افت تولید چیست؟ افزایش خوردگی تاسیسات و سکوها میادین گازی به دلیل عدم تعمیرات دقیق و به موقع، از یکسو و همچنین سرمایه گذاری عظیم قطر و استفاده از فناوری های جدید در تولید گاز در میدان مشترک پارس جنوبی از سوی دیگر، موجب شده تا ایران در برداشت مناسب از این میدان گازی از قطر عقب بیفتد. تحریم های بین المللی و محدودیت های دسترسی به تکنولوژی های نوین نیز به عنوان یک مانع برای توسعه و نگهداری میادین گاز کشور مانع عمل کرده اند. قطعاً رفع این مشکلات، نیازمند تعامل جدی ایران در عرصه بین المللی برای جذب سرمایه گذاران خارجی، ارائه راهکارهای جامع جهت جلوگیری از هدر رفت گاز در شبکه تولید و توزیع و فرهنگ سازی در جهت استفاده بهینه از این نعمت الهی می باشد.

بنابر این وجود معضلات ذکر شده، موجب ایجاد محدودیت هایی در تامین گاز برای بخش های مختلف از جمله خانگی، صنعتی و نیروگاهی شده است. لذا در فصول سرد سال، این ناترازی بیشتر نمایان می شود و گاهی منجر به قطع گاز و یا کاهش فشار آن در شبکه توزیع می گردد، که افزایش تولید، تلاش برای بهره برداری از دیگر میادین گازی و بهینه سازی مصرف از جمله مهمترین راهکارها برای رفع این ناترازی است، که تحقق همه این موارد به عزم جزم مسئولان برای ایجاد وفاق و همدلی ملی و دیپلماسی فعال در عرصه بین المللی وابسته است. ■

کشور ایران به گواهی آمار، مالک یکی از بزرگترین ذخایر گاز طبیعی در جهان و همچنین از جمله تولید کنندگان بزرگ گاز در دنیا به شمار می رود. وجود حدود ۳۷ تریلیون متر مکعب ذخایر ثابت شده گاز طبیعی و دارا بودن حدود ۱۷ درصد از کل ذخایر گاز طبیعی جهان، ایران، جایگاه دوم را از نظر ذخایر این نعمت الهی، پس از روسیه به خود اختصاص داده و همچنین در سال ۲۰۲۳ میلادی با تولید بیش از ۲۴۰ میلیارد متر مکعب، پس از آمریکا و روسیه، جایگاه سومین تولید کننده بزرگ گاز در جهان را در اختیار گرفته است.

وضعیت ناترازی گاز در ایران به عنوان یک چالش جدی در سال های اخیر مطرح شده است. این ناترازی به دلیل افزایش مصرف و عدم تناسب آن با ظرفیت تولید اتفاق افتاده است. به گفته کارشناسان، تولید گاز طبیعی در ایران به شدت به میدان گازی پارس جنوبی وابسته است و کاهش تولید در این میدان به دلیل افت فشار، یکی از عوامل اصلی این ناترازی می باشد. همچنین، مصرف بی رویه و هدر رفت گاز در شبکه گازرسانی کشور نیز به این مشکل افزوده است. میدان پارس جنوبی به عنوان منبع اصلی تولید گاز در کشور با مشکلاتی به ویژه در زمینه تولید پایدار گاز روبرو است، این میدان اکنون به مرحله کاهش تولید نزدیک شده و به گفته بسیاری از کارشناسان، تولید این میدان در سه سال آینده می تواند تا ۳۰ میلیون متر مکعب کاهش یابد و این در حالی است که مصرف گاز طبیعی در کشور مانع از حدود ۹۰۰ میلیون متر مکعب در روز طی سال ۱۴۰۱ به حدود ۱۳۰۰ میلیون متر مکعب در روز تا سال ۱۴۱۴ افزایش خواهد یافت، این کاهش تولید می تواند ناترازی عظیمی ایجاد کند. که هم اکنون به شکل محدود با این معضل مواجه هستیم. در سال ۱۴۰۰ شاهد ناترازی گاز طبیعی به میزان ۱۶۰ میلیون متر مکعب در روز بوده ایم، در صورت افزایش تقاضا



یادداشت مهمان

راه هموار قاچاق پوشاک به کشور

مهندس سید محمد مقدسی

عضو هیات مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران

ارتقای کیفی محصولات شده است. حتی نتیجه‌ای عکسی برای تولید در بر داشته است. از سوی دیگر این ممنوعین خود موجب رشد قاچاق پوشاک شده و فضای کنترل، ردیابی و جلوگیری از انجام آن نیز کند و غیر مسئولانه شده است، چراکه، وضعیت نامطلوب اقتصادی کشور و به ویژه کاهش سطح قدرت خرید مردم، و وضعیت بد معیشتی میزان تقاضاها در بازار را پایین آورده است.

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

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

صنعت نساجی و پوشاک حوزه بزرگی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشور را در بر می‌گیرد و در سراسر دنیا نیز بخش مهمی از اشتغال‌زایی و درآمدزایی را بر عهده دارد. نساجی صنعتی کاملاً خصوصی در ساختار، تولید، عرضه و... است که البته به رغم ادعاهایی که مطرح می‌شود، حمایت‌چندانی از بدنه دولتی دریافت نمی‌کند. از صنعت پوشاک می‌توان به عنوان لوکوموتیو صنعت نساجی نام برد و با رونق و توسعه این بخش صنعتی، تمامی زنجیره تولید صنعت بزرگ نساجی را به حرکت در آورد؛ لذا این رشته صنعتی ارزش توجه بیشتری در ابعاد مختلف دارد. بنابراین، نهادهای فرهنگی جامعه نیز باید همپا با نهادهای صنعتی، در رشد و توسعه این صنعت در کشور کوشا باشند.

علی رغم تدوین برخی از سیاست‌های حمایتی از سوی دولت طی سال‌های اخیر، شاهد موج جدید قاچاق پوشاک آن هم در سطحی گسترده به کشور هستیم، به طوری که این کار غیرقانونی بسیار عیان و حتی با قابلیت تبلیغ و انتشار در فضای مجازی انجام می‌شود که خود بیانگر حمایت پنهان و هموار شدن بستر انجام آن در کشور است. موضوع قاچاق که در حال حاضر بیش از ۷۰ درصد بازار پوشاک را در بر می‌گیرد، سببی برای تولید داخلی شده است. البته باید گفت قاچاق و ممنوعیت واردات، دو مقوله متفاوت است که نباید آن دو را با هم اشتباه گرفت. قاچاق امری ناپسند است و به عنوان مخل و مزاحم تولید و اشتغال‌زایی، طی سال‌های اخیر به طور مداوم در میادین مختلف از آن سخن گفته شده و حتی ارگان و نهادهایی با عنوان مبارزه با آن هم تشکیل شده است.

از آنجایی که در ممنوعیت واردات، محصولات تولید داخل فرصت رقابت با دیگر محصولات خارجی را پیدا نکرده و از طرفی بازار داخل از طرح‌های جدید خارجی و دانش تولید پوشاک دیگر کشورها، بی‌اطلاع می‌ماند، این ممنوعیت به تولید داخل کمک نکرده و باعث عدم رشد و

گفت و گوی اختصاصی با سید امیر حسین شیری

در این بخش می خوانیم:

- قیمت گذاری دستوری؛ معضل بزرگ بازار سرمایه
- شاپرک به تحول صنعت پرداخت الکترونیک توجه ویژه ای نماید

مدیرعامل شرکت شاپرک

شاپرک به تحول صنعت پرداخت الکترونیک توجه ویژه‌ای نماید

عرفان فغانی

شرکت شاپرک در ۱۲ سال فعالیت خود به عنوان بازوی اجرایی و نظارتی بانک مرکزی، ضمن تنظیم و به‌روزرسانی قواعد فعالیت در این صنعت، گام‌های بلندی در مسیر پیاده‌سازی ایده‌ها و اجرایی کردن نیازهای پرداخت الکترونیک در کشور برداشته است. آنچه این روزها بیش از گذشته از شاپرک شنیده می‌شود؛ کلید واژه «نوآوری» است و به نظر می‌رسد که با حضور سید امیرحسین شبیری که حدود چهار ماه است به عنوان مدیرعامل شرکت شاپرک، سکان هدایت شرکتی را بر عهده گرفته که به نوعی مدیریت پرداخت الکترونیک کشور را در دست دارد، در اولویت برنامه‌ها قرار گرفته است. وی پیش از این عضو هیات مدیره این شرکت بوده و مدت‌هاست که در حوزه نوآوری و فناوری بانکی فعالیت دارد. به منظور آشنایی با دیدگاه‌های پنج‌مین مدیرعامل تاریخ شاپرک، گفت‌وگویی با این مدیر توانمند با محوریت جایگاه شاپرک در صنعت پرداخت، تنظیم‌گری و نوآوری داشتیم که مشروح آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

شاپرک به نیابت از بانک مرکزی در جایگاه رگولاتوری و تنظیم‌گری قرار دارد، آیا این موضوع با نوآوری منافاتی ندارد؟

با توجه به قانون جدید بانک مرکزی در ادامه، هر موجودیت فناوری مالی در کشور باید به چرخه تنظیم‌گری اضافه شود؛ لذا شاپرک به عنوان بازوی رگولاتوری موظف است که در این حوزه‌ها بیش از پیش فعالیت کند. وقتی از فضای تنظیم‌گری صحبت می‌کنیم، شاید تلفیق نوآوری با این فضا، سخت و پیچیده به نظر می‌رسد. با این وجود، به نظر بنده، همسویی تنظیم‌گری با نوآوری موجب منصفانه شدن زمین بازی، انطباق با استانداردها، فراگیری خدمات و سهولت و دسترسی پذیری آن‌ها برای طیف وسیعی از اقشار جامعه می‌شود. در دنیا نیز در مواجهه با رشد و توسعه فناوری‌های نوین مالی، رویکردهای متفاوتی به کار گرفته می‌شود و همان گونه که تنظیم‌گران حوزه فین‌تک در دنیا از مقوله نوآوری به صورت ساختار یافته‌ای استفاده می‌کنند، در ایران نیز این رویکردها به‌عنوان پیاده‌سازی شده و مورد توجه قرار گرفته است. به هر حال با پذیرش این موضوع که درک نوآوری در حوزه فناوری‌های مالی و در جایی که محصولات و خدمات دائمی نوآور تولید و عرضه می‌شوند، برای افراد ملموس‌تر است. شاپرک تلاش دارد، در جامعه نوآوری این امکان را فراهم آورد که در تصمیم‌سازی‌ها مشارکت کرده و دغدغه اکوسیستم را منعکس کند؛ به همین منظور از همه فعالان و علاقه‌مندان به نوآوری در صنعت پرداخت دعوت کرده‌ایم تا در برنامه‌های آتی که شرکت شاپرک در این حوزه در نظر گرفته، مشارکت کنند.

به نظر شما مناسب‌ترین مدل‌های حکمرانی اقتصاد دیجیتال که این روزها به کار اکوسیستم کسب‌وکاری و همین‌طور مسائل رگولاتورها در ایران بیايد، چیست؟

در پاسخ به این سوال اجازه بديد تا تجربه جهانی استفاده کنیم، بر اساس گزارش بانک جهانی، حکمرانی دیجیتال نوآور، باز، چابک و در دسترس اولین و مهمترین رکن در توسعه دیجیتال و ایجاد یک اقتصاد دیجیتال مدرن است؛ بنابراین آمادگی حکمرانی دیجیتال یک کشور کلید تحول دیجیتال محسوب می‌شود و هر کشوری در وهله اول باید میزان آمادگی خود را در این زمینه بسنجد و برنامه‌ریزی‌های مورد نیاز برای توسعه را انجام دهد. علاوه بر این، تمرکز بر سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناورانه، مدیریت داده‌ها و پرورش مهارت‌های دیجیتال در سرمایه‌های انسانی به عنوان توانمندسازهای رشد و توسعه اقتصاد دیجیتال به اکوسیستم نوآوری کمک شایانی می‌کند؛ بنابراین مدل‌های حکمرانی برای اقتصاد



چرا موضوع نوآوری را در اولویت بسیاری از برنامه‌های خود قرار داده‌اید؟

تنظیم‌گری دو بال اصلی برای پرواز دارد: نخست، نظارت و تطبیق و دوم، توسعه و نوآوری. بدیهی است، اگر تنظیم‌گر بازار صرفاً به یکی از این حوزه‌ها بپردازد و دیگری را رها کند، نمی‌تواند موفقیتی را رقم بزند؛ بنابراین نوآوری یک پدیده یا موضوع مستقل از حوزه کاری ما نیست، بلکه از یک سو، تداوم همان فعالیت‌ها را با نگاهی نو دنبال می‌کند و از سوی دیگر، زمینه‌ساز حمایت از راهکارهای خلاقانه و نوین است. حتماً اطلاع دارید که طی ۱۲ سال فعالیت شرکت شاپرک، زیرساخت‌ها برای مدیریت شبکه پرداخت الکترونیک به خوبی تقویت شده و اشراف کاملی بر همه فعالیت‌ها در این حوزه وجود دارد، به طوری که سالانه بیش از ۴۰ میلیارد تراکنش با کمترین خطا مدیریت شده و به درستی به مقصد می‌رسد. به جرات می‌توان گفت که توسعه تجارت‌های نوآورانه در کشور با وجود همه محدودیت‌ها و تحریم‌ها، بدون ایجاد زیرساخت‌های پرداخت الکترونیک شکل نمی‌گرفت و امروز افزایش و تنوع در تراکنش‌ها، مراودات و مبالغات تجاری مرهون تلاش‌های این حوزه است. بر این اساس شاپرک باید با تکیه بر توانمندی‌هایش در ارائه سرویس‌های با ظرفیت پردازشی و پایداری بالا، به تحول صنعت پرداخت الکترونیک توجه ویژه‌ای داشته باشد که قطعاً این امر با گذر از روش‌های سنتی به هوشمندسازی سرویس‌ها و خدمات و در یک کلام از مسیر «نوآوری» خواهد گذشت.



دیجیتال بر اساس میزان آمادگی کشورها متفاوت است. از سوی دیگر، مولفه‌های تاثیرگذار دیگری هم وجود دارند. مثلاً تمرکز بر سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناوریانه، مدیریت داده‌ها و پرورش مهارت‌های دیجیتال در سرمایه‌های انسانی به عنوان توانمندسازهای رشد و توسعه اقتصاد دیجیتال به اکوسیستم نوآوری کمک شایانی می‌کنند.

یعنی نمی‌توان یک مدل مشخص برای حکمرانی دیجیتال ارائه کرد؟

مدل‌های حکمرانی برای اقتصاد دیجیتال بر اساس میزان آمادگی کشورها متفاوت است. در کشورهای دارای آمادگی محدود که در مرحله اولیه توسعه دیجیتال هستند بر زیرساخت‌های دیجیتال، شبکه‌های ارتباطی، مهارت‌ها، مقررات و تنظیم‌گری و دولت دیجیتال تمرکز می‌کنند؛ در حالی که کشورهایی که آمادگی بیشتری دارند فناوری‌های پیشرفته، حریم خصوصی، امنیت آنلاین و امنیت سایبری را در اولویت قرار می‌دهند. کشورهای پیشرو به‌طور مداوم نوآوری کرده، آزمایش می‌کنند و به کشورهای هوشمند و پایدار تبدیل می‌شوند. با توجه به پایین بودن میزان آمادگی کشورمان که ارزیابی بانک جهانی نیز موید آن است، تمرکز بر مقرره‌گذاری و تنظیم‌گری، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تقویت مهارت‌های سرمایه‌انسانی در اولویت است.

با توجه با این موضوع، از تجربه کدام کشورها می‌توان برای تنظیم‌گری اکوسیستم نوآوری در ایران استفاده بهتری برد؟

تنظیم‌گری اکوسیستم نوآوری با توجه به شرایط و نیازمندی‌های کشورهای مختلف، متفاوت است. به‌طور کلی تنظیم‌گری و حکمرانی اکوسیستم‌های نوآوری را می‌توان در سه مدل و الگوی اصلی متمرکز، ترکیبی و غیرمتمرکز دسته‌بندی کرد که در هر یک تعدادی از کشورها در آن پیشگام هستند. اما شرایط کشور ما به لحاظ فرهنگ، حکمرانی، ژئوپلیتیک و اقتصادی کاملاً متفاوت است؛ بنابراین نمی‌شود نسخه سایر کشورها را عیناً برای ایران ارائه کرد. در صنعت پرداخت، مدل‌های بسیاری داریم و اغلب هم مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. در این بین به نظر می‌رسد مدلی که بتواند بیشترین بهره‌وری را برای ما داشته باشد، مدل پرداختی مرسوم در کشور استرالیا است که تصمیم گرفته‌ایم، ضمن تمرکز روی آن، مقرر نویسی آن‌ها را منطبق با شرایط کشور به نوعی بومی‌سازی کنیم، البته با توجه به نوبت بودن کشور ما در مسیر توسعه اکوسیستم نوآوری، استفاده از تجربیات و درس‌آموخته‌های کشورهای در حال توسعه می‌تواند راهگشا باشد.

یکی از مهمترین دغدغه‌هایی که این روزها از سوی برخی از کارشناسان مطرح می‌شود، هم‌سویی تنظیم‌گر و کسب‌وکارها در حوزه توسعه اقتصاد دیجیتال است. نظر شما در این باره چیست؟

به اعتقاد بنده، رگولاتور را باید به مانند پدر و مادری دانست که نگران آینده فرزندش است. معتقدم که تنظیم‌گر خارج از زیست‌بوم قرار ندارد، هم‌سو با اجزای دیگر است، افق پرواز بالاتری نسبت به اجزاء اکوسیستم دارد و تمامی روابط را می‌بیند. اگر استانداری کنار گذاشته می‌شود، حتماً به دلیل وجود یک نقص امنیتی بوده است. شاید در وهله اول، پذیرش این امر برای کسب‌وکارها سخت باشد، اما حتماً با هدف کمک به پایداری تجارت آن‌ها انجام شده است. تأکید می‌کنم، رگولاتوری در زیست‌بوم هیچ تضاد منافعی با کسب‌وکارها ندارد. این موضوعات در واقع در راستای هم هستند و چون رگولاتور نگاه سیستمی دارد، کمک می‌کند تا کسب‌وکارها پایدارتر به فعالیت خود ادامه دهند. از سوی دیگر، حکمرانی اساساً باید نقش تنظیم‌گری بازار را ایفا کند و اصلی‌ترین جنبه آن نیز این است که در تعامل با بازیگران زیست‌بوم فناوری باشد و اگر کسی قاعده‌بازی را رعایت نکرد، کمک کند تا با قانون تطبیق پیدا کند. اگر بخواهیم در این زمینه به عملکرد شاپرک نگاه کنیم، شاهد اجرای برخی از اقدامات چالش‌برانگیز مانند طرح

اصلاح نظام کارمزد هستیم که تاکنون چند مرحله آن انجام شده است. آیا واقعاً این پروژه که کل اکوسیستم را درگیر کرده، در راستای توسعه اقتصاد دیجیتال بوده است؟

قطعاً اصلاح نظام کارمزد یک گام بلند در راستای کمک به توسعه اقتصاد دیجیتال بوده است. ما معتقدیم که عرضه رایگان خدمات در شبکه بانکی راه را برای نوآوری مسدود می‌کند؛ بنابراین ایجاد هزینه در شبکه پرداخت شرکت‌های نوآور را تشویق به ورود به این حوزه کرده و تلاش آن‌ها برای کاهش هزینه‌های فروشگاه‌ها و بانک‌ها به رشد، توسعه، شکوفایی و سریا ماندن شبکه منجر می‌شود.

طی یک سال گذشته با همت بانک مرکزی و همکارانم در شرکت شاپرک و کل شبکه پرداخت خوشبختانه این پروژه که انصافاً اقدام سختی بود، به انجام رسید که خروجی آن ورود پول جدید به صنعت پرداخت بود. البته هنوز برخی از صنوف باقی‌مانده که امیدواریم با تلاش‌های صورت گرفته و به‌خصوص همراهی صنوف مختلف و پذیرندگان به سرانجام برسد.

چرا فزای سوم را که قرار بود امسال انجام شود، یک‌جا انجام ندادید و همچنان برخی صنوف باقی‌مانده‌اند؟

به هر حال این پروژه بعد از سال‌ها انجام شده و این بازسازی ساختاری متحمل فرآیندهایی است که باید همه مد نظر باشند. در دنیا کارمزد را پذیرنده پرداخت می‌کند و در کشور ما به تازگی، این فرهنگ در حال جاری و ساری شدن است و به جهت اینکه ما نمی‌خواهیم پذیرنده روی مشتری فشار بیاورد، قاعده‌تأیید این گام‌ها را آهسته‌تر برداریم؛ چرا که مردم باید از این سیستم استفاده کنند و راضی باشند و تجربه خوبی داشته باشند. ما نمی‌خواهیم به تجربه خرید مشتری لطمه‌ای وارد شود و به همین دلیل با حساسیت بیشتری سمت آن‌ها می‌رویم. در حال حاضر اصلاح نظام کارمزد برای اصناف سوپرمارکت، جایگاه‌داران سوخت و نانوائی‌ها باقی‌مانده که انشالله در سال ۱۴۰۳ انجام خواهد شد.

آیا در یک سال گذشته که این طرح آغاز شده، نوآوری ویژه‌ای در صنعت پرداخت اتفاق افتاده است؟

صنعت پرداخت تقریباً به روزترین صنایع در کشور محسوب می‌شود و همواره در حال پوست‌اندازی و نوآوری است. به عنوان مثال، می‌توان به طرح کارت هوشمند همراه بانکی یا کهر با اشاره کرد که مربوط به «تراکنش‌های حضوری بدون کارت» بوده و سرویس پرداخت از طریق NFC را برای کارت‌خوان‌های دارای این فناوری در کشور فراهم می‌آورد که گامی جدید در حوزه پرداخت الکترونیک محسوب می‌شود. همان‌طور که می‌دانید، این پروژه با هدف ارتقای استانداردهای امنیتی شبکه پرداخت کشور و افزایش امنیت داده‌ها اجرایی شده و با توجه به نبود نیاز به حضور فیزیکی کارت در زمان انجام تراکنش‌های حضوری، مخاطره کپی شدن کارت بانکی تقریباً از بین می‌رود.

به نظر شما چه تعداد از تراکنش‌ها به سمت کهرها خواهد رفت و آیا در باره این موضوع پیش‌بینی لازم انجام شده است؟

محدودیتی از این بابت نداریم، ولی هم‌اکنون شما ترند دنیا را هم که نگاه می‌کنید، افراد بدون کارت کار خود را انجام می‌دهند و این یک تجربه جذاب‌تری را به مشتری می‌دهد. وجود اپلیکیشن‌ها، علاوه بر اینکه به حذف کاغذ منجر شده، موجب افزایش سرعت عملیات خرید نیز خواهد شد. اکنون با اجرایی شدن پروژه کهرها، به‌روزرسانی ظرفیت‌های شبکه پرداخت و ارائه امکان انجام تراکنش‌های خرید با استفاده از برنامه‌های همراه هوشمند و استفاده از کارت‌های مجازی به جای کارت‌های فیزیکی در اولویت قرار گرفته است. در پایان باید تأکید کنم که تنوع بخشی به ابزارهای پرداخت گام مهمی در مسیری نوآوری است و البته همواره هم مورد تأکید بانک مرکزی و از اولویت‌های شرکت شاپرک بوده است. ■

تنظیم‌گری
و حکمرانی
اکوسیستم‌های
نوآوری را می‌توان
در سه مدل و الگوی
اصلی متمرکز،
ترکیبی و غیرمتمرکز
دسته‌بندی کرد که
در هر یک تعدادی
از کشورها در آن
پیشگام هستند

از سوی مدیران شرکت سبدگردان هوشمند رایبین مطرح شد

قیمت گذاری دستوری معضل بزرگ بازار سرمایه

المیرا اکرمی

مدیریت هوشمندانه سرمایه، از مهمترین مهارت‌های یک سبدگردان است تا کمترین ریسک را به همراه داشته باشد. شرکت سبدگردان هوشمند رایبین در حوزه سبدگردانی اختصاصی گام‌های بلندی برداشته و با در نظر گرفتن ویژگی‌های سرمایه‌گذاران از جمله ریسک‌پذیری، افق زمانی سرمایه‌گذاری و میزان سرمایه، بهترین چیدمان دارایی را در قالب سبد سرمایه‌گذاری برای آن‌ها تعریف کرده و با مدیریت و نظارت مستمر، بالاترین سودآوری را نصیب مشتریان خود کرده است. این سبدگردان با تعریف سیستم‌های گزارش‌دهی مناسب، امکان نظارت مستمر بر سبد سرمایه‌گذاری را برای سرمایه‌گذار فراهم آورده است. به منظور بررسی بیشتر فعالیت‌های این شرکت و همچنین معضلات بازار سرمایه، گفت‌وگویی با عطاءاله بابایی، رئیس هیات مدیره و میثم رحیمی، مدیر بخش سرمایه‌گذاری شرکت سبدگردان هوشمند رایبین انجام داده‌ایم که ماحصل آن را می‌خوانید.

دیگر فعالیت‌های شرکت سبدگردان رایبین بوده و بازارگردانی چندین شرکت و نقدشوندگی سهام شرکت‌های طرف قرارداد از اقدامات دیگر آن این است. با عنایت به مدیریت بهینه پرتفوی سرمایه‌گذاری در این شرکت در سال‌های اخیر پیش‌بینی می‌شود که پذیرهنویسی صندوق شاخصی با استقبال خوبی برخوردار باشد. با توجه به تمایل مخاطبان و سرمایه‌گذاران جهت سرمایه‌گذاری در بازار طلا و سکه، سبدگردان رایبین تصمیم دارد تا در آینده نزدیک پس از اخذ مجوز از سازمان بورس و اوراق بهادار، نسبت به راه‌اندازی صندوق طلا اقدام نماید. با عنایت به انتظارات مثبت از قیمت آتی طلا در بازارهای جهانی و استقبال سرمایه‌گذاران از این حوزه، راه‌اندازی صندوق طلا می‌تواند برای علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری در طلا و سکه مناسب باشد.

فقدان ثبات سیاست‌گذاری در بازار سرمایه چه پیامدهای منفی را به همراه داشته است؟

یکی از مشکلات موجود در بازار سرمایه، عدم ثبات سیاست‌گذاری بخش عمده‌ای از حوزه‌های اقتصادی از جمله بازار سرمایه است. طی سنوات اخیر، تغییرات گسترده در مولفه‌های مهم تأثیرگذار بر بازار سرمایه باعث شد تا این بازار با نوسانات شدید روبه‌رو شود. به عنوان مثال، در سال گذشته تغییر نرخ خوراک پتروشیمی باعث شد تا سود شرکت‌های پتروشیمی با کاهش شدید مواجه شود و این تصمیم غیرکارشناسی باعث شد که در سال جاری نرخ خوراک پتروشیمی‌ها اصلاح و مجدداً به قیمت قبلی بازگردد. متأسفانه اقدامات غیرکارشناسی موجب بی‌اطمینانی‌های بازار سرمایه به سیاست‌های دولت شده و خروج مبالغ هنگفتی از بازار سرمایه را به همراه داشته است. شرکت سبدگردان هوشمند رایبین در این شرایط بی‌ثباتی تلاش کرده تا ریسک سرمایه‌گذاری را بر اساس اصول و چارچوب‌های مشخصی به حداقل



در خصوص عمده فعالیت‌های شرکت سبدگردان هوشمند رایبین توضیحاتی ارائه فرمایید.

عطاءاله بابایی، رئیس هیات مدیره شرکت سبدگردان هوشمند رایبین: این شرکت پس از دریافت مجوز از سازمان بورس و اوراق بهادار در سال ۱۳۹۸ فعالیت خود را شروع کرد. به‌رغم مدت فعالیت اندک صندوق با درآمد ثابت (Fixed Income) شرکت سرمایه‌ای بالغ بر ۱/۵ همت داشته و با توجه به آمارهای موجود، صندوق با درآمد ثابت رایبین (با نماد رایبین)، در بین صندوق‌های با درآمد ثابت از جایگاه مناسبی برخوردار است. ریسک مناسب و بازدهی مطلوب این صندوق نیز یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد آن به شمار می‌رود و بازدهی آن از ابتدای فعالیت بالغ بر ۲۰ درصد است. راه‌اندازی صندوق شاخصی رایبین یکی دیگر از اقداماتی است که در حال انجام بوده و تا پایان مهرماه پذیرهنویسی آن آغاز خواهد شد. صندوق بازارگردانی از

تمرکز بر بخش
نظارتی، به کارگیری
روش‌های نوین و
ایجاد شفافیت نحوه
گزارش‌دهی در
شرکت‌ها می‌تواند
به حضور گسترده
افراد جامعه در بازار
سرمایه و اعتماد
سرمایه‌گذاران
کمک شایانی نماید

برسانند. تخصص و مهارت همکاران در مدیریت دارایی‌های در اختیار این سید باعث شد تا طی سال‌های اخیر، سرمایه‌گذاران از سود مناسبی برخوردار شوند.

چه نظری در خصوص عملکرد سازمان بورس و اوراق بهادار و شرکت‌های تابعه در زمینه آموزش در جهت گسترش و توسعه فرهنگ سرمایه‌گذاری دارید؟

یکی از مهمترین وظایف این سازمان و شرکت‌های تابعه، نظارت بر شرکت‌ها است. تداخل وظایف نظارتی و اجرایی باعث خواهد شد تا وظیفه اصلی سازمان در سایه گستردگی حوزه اجرایی به‌طور مناسبی مدیریت نشود. تمرکز بر بخش نظارتی، به کارگیری روش‌های نوین و ایجاد شفافیت نحوه گزارش‌دهی در شرکت‌ها می‌تواند به حضور گسترده افراد جامعه در بازار سرمایه و اعتماد سرمایه‌گذاران کمک شایانی نماید. سازمان بورس و اوراق بهادار دارای وظایف آموزشی جهت گسترش و توسعه فرهنگ سرمایه‌گذاری نیز می‌باشد که اگر مروری بر صورت‌های مالی این سازمان و شرکت‌های تابعه داشته باشیم، متوجه خواهیم شد که موضوع آموزش در سازمان بورس و اوراق بهادار و شرکت‌های تابعه مغفول مانده و تلاش زیادی در این حوزه صورت نگرفته است. جذب و اعزام دانشجویان نخبه کشور به دانشگاه‌های بهتر دنیا و بورسیه کردن آن‌ها در ارتباط علمی بورس کشور با بورس سایر کشورهای دنیا قطعاً موثر و مفید خواهد بود. قابل ذکر است، در دهه‌های گذشته کارمندان شرکت‌های مختلف از جمله نظام بانکی و بیمه برای تحصیل در رشته‌های مرتبط به دانشگاه‌های خارج از کشور اعزام و بورسیه می‌شدند که متأسفانه به دلیل واهی و اینکه کشور به استقلال علمی رسیده، موضوع اعزام دانشجویان از سوی شرکت‌ها و سازمان‌ها در چند سال اخیر متوقف شده است.

در شرایط کنونی مهمترین معضل بازار سرمایه چیست؟

در حال حاضر حدود ۷۰ درصد از محصولات تولیدی صنایع کشور از قیمت‌های جهانی متأثر می‌شوند؛ بنابراین قیمت‌گذاری دستوری، معضل بزرگی برای این بازار است. به عنوان مثال، یک شرکت تولیدی باید تمامی عوامل تولید خود را بر اساس قیمت جهانی خریداری نماید، ولی در فروش محصولات تولیدی خود باید تابع قیمت‌گذاری دستوری باشد. عدم ثبات سیاست‌های دولت و تغییر ضوابط و مقررات مربوطه در بنگاه‌های اقتصادی مشکلی است که به‌رغم وجود برخی از قوانین و مقررات حل و فصل نشده و سرمایه‌گذاران و شرکت‌های بورسی در این خصوص بالاتکلیف هستند. عدم استقبال سرمایه‌گذاران و فعالان حوزه‌های اقتصادی از سیاست‌های نامشخص دولت باعث شده تا شاهد خروج نقدینگی هنگفتی از بازار سرمایه کشور و ورود آن به حوزه‌های مختلف از جمله بازار مسکن، طلا، سکه، ارز و... باشیم. فاصله قابل توجه نرخ ارز نیم‌و نرخ بازار آزاد از نرخ بازار باعث شد تا اختلاف قیمت ارز از جیب شرکت‌ها و صنایع خارج و به ضرر و زیان شرکت‌ها و سهامداران آن‌ها منجر گردد. البته در چند دهه اخیر، اختلاف نرخ ارز نیم‌و نرخ بازار

آزاد در حال کاهش بوده و پیش‌بینی می‌شود که نرخ ارز نیمایی از بازار ارز کشور حذف گردد. نبود ارتباط بانکی، موضوع fatf، برجام و... از جمله موارد مهمی از مشکلات کشور می‌باشد که امید است در دولت چهاردهم مورد حل و فصل قرار گیرد. با عنایت به اینکه بخش عمده از اقتصاد کشور متعلق به دولت و وابسته به آن می‌باشد، از این رو نبود نظام شایسته‌سالاری در انتخاب مدیران در بنگاه‌های دولتی و شبه‌دولتی باعث شده که نیروهای متخصص عموماً از شرکت‌ها خارج و نیروهای غیرمتخصص جایگزین شوند که در چنین شرایطی، عملکرد شرکت‌ها با کاهش قابل ملاحظه مواجه خواهد شد. بهره بانکی بالا و تامین مالی شرکت‌ها با نرخ بهره بانکی نزدیک به ۴۰ درصد، یکی از معضلات بزرگی است که باید جهت تامین سرمایه در گردش شرکت‌ها، نرخ بهره بانکی بر اساس ساز و کار مناسبی مورد بازبینی قرار گیرد.

آخرین محصول این سیدگردان، صندوق شاخصی آن است که احتمالاً در مهرماه پذیرهنویسی خواهد شد. در این خصوص توضیح دهید.



میثم رحیمی، مدیر بخش سرمایه‌گذاری شرکت سیدگردان هوشمند رابین: یکی از دلایلی که این سیدگردان به تاسیس صندوق شاخصی پرداخت این است که می‌خواهیم ابزاری برای معامله شاخص در اختیار افراد قرار دهیم و افرادی که دید مثبتی روی کلیت بازار دارند، از این طریق به کسب بازدهی بپردازند. یکی از اهداف ما تعریف اختیار معامله بر این صندوق است. مشتقات مربوط به شاخص‌ها در بورس‌های سایر نقاط دنیا بسیار رایج هستند، اما در ایران معامله شاخص به دلایل شرعی ممکن نبوده است. مشتقات تعریف شده روی سیدهای سهام نیز تجربه ناموفقی در بورس ما بود. با تشکیل صندوق شاخصی و تعریف مشتقات روی آن، بازار این امکان را خواهد داشت که به نوعی روی شاخص سرمایه‌گذاری کند و از پیش‌بینی‌های خود روی روند شاخص به صورت اهرمی منتفع شود. همچنین سیدگردان رابین یک صندوق بازارگردانی دارد که با نماد رابین در فرابورس قابل معامله است. این سیدگردان به دنبال صندوق

در حال حاضر برخی از افراد به اطلاعات و ابزارهایی دسترسی دارند که برای عموم امکان دسترسی به آن وجود ندارد. این مکانیزم اصلاً منصفانه نیست و همان اتفاقاتی را رقم می‌زند که در سال ۱۳۹۹ شاهد بودیم

می‌توانیم در حدود ۲ تا ۳ درصد بالاتر از صندوق‌های درآمد ثابت برای مشتری، بازدهی ایجاد کنیم.

وضعیت سرمایه‌گذاری و بازدهی سبدگردان هوشمند رابین در یک سال گذشته چطور بوده است؟

بر اساس بازدهی روی تابلوی صندوق‌های قابل معامله، صندوق توسعه افق رابین بالاترین بازدهی یک‌ساله را در بین تمامی صندوق‌های قابل معامله داشته است. متأسفانه ثبات سیاست‌گذاری در بازار وجود ندارد و همین امر منجر شده تا افرادی به این بازار ورود کنند که دید کوتاه‌مدتی دارند. در شرایط کنونی، حجم دارایی صندوق‌های سهامی عادی ما با اینکه ده‌ها سال کار کرده‌اند، یک‌دهم دارایی یکی از صندوق‌های اهرمی هم نیست، چراکه صندوق‌های اهرمی با دو سال فعالیت، دارایی‌های ۱۰ همتی دارند، اما دارایی بهترین صندوق‌های سهامی به دو همت هم نرسیده است. شرایط به گونه‌ای شده که در شرایط مثبت بازار، صندوق‌های اهرمی با صف خرید مواجه می‌شوند و همین که شرایط منفی شد، دارندگان آن‌ها حاضر به فروش در صف‌های فروش هستند، زیرا افراد با دید کوتاه‌مدت به بازار ورود کرده‌اند که این دید، حاصل همان سیاست‌گذاری فاقد ثبات است. این موضوع، حاصل ریسک‌های سیاست‌گذاری است. باید دانست، در شرایط کنونی آنچه که به بازار کمک می‌کند، شفافیت است؛ به این معنی که اطلاعات و داده‌ها در دسترس همه باشد. در حال حاضر برخی از افراد به اطلاعات و ابزارهایی دسترسی دارند که برای عموم امکان دسترسی به آن وجود ندارد. این مکانیزم اصلاً منصفانه نیست و همان اتفاقاتی را رقم می‌زند که در سال ۱۳۹۹ شاهد بودیم.

با توجه به شروع به کار دولت جدید، وضعیت بازار سرمایه را چطور ارزیابی می‌کنید؟

قسمتی از وضعیت فعلی بازار، حاصل سیاست‌های دولت قبل است که در تلاش بودند تا حداکثر تامین مالی را از شرکت‌ها داشته و به طرق مختلف مانند نرخ خوراک و انرژی، سودآوری شرکت‌ها را کاهش دادند. تصور بنده این است که دولت جدید، سیاست‌های اقتصادی معقول‌تری خواهد داشت. وقتی سودآوری شرکت‌ها پایین باشد، طبیعتاً خرید سهام آن‌ها نیز سودآور نخواهد بود. به نظر می‌رسد که دولت جدید، سیاست‌هایی داشته باشد که مدافع تولید به معنی واقعی است. همان‌طور که آقای طیبی نیز تأکید کرده‌اند؛ فاصله نرخ نیما و بازار کاهش خواهد یافت که این موضوع باعث افزایش سودآوری عمده شرکت‌های بورسی می‌شود. همچنین احتمالاً روال تعیین قیمت خوراک پتروشیمی‌ها، روند معقول‌تری بگیرد و در بسیاری از صنایع، قیمت‌گذاری دستوری نیز متوقف یا کاهش یابد که تمام این موارد باعث بهبود اوضاع کسب و کار خواهد شد. به‌طور کلی پیش‌بینی می‌شود که بازار در ماه‌های آتی به صورت پیوسته روند مثبتی داشته باشد. ■



کالایی خصوصاً طلا هم بوده که به امید خدا در صورت دریافت مجوز، آن را راه‌اندازی خواهد کرد.

شرکت سبدگردان هوشمند رابین چه مزیتی نسبت به دیگر سبدگردان‌ها دارد؟

از جمله مزیت‌های این شرکت، داشتن تیم مشتقه قوی و سبدهایی است که با انجام معاملات مشتقه حتی در شرایط بد بازار، اصل سرمایه را حفظ کرده و حتی سودآوری معقول داشته باشند. همچنین سبدگردان رابین، استراتژی‌های معاملاتی خاصی داشته که نقطه قوت آن به شمار می‌آید. قطعاً برای سرمایه‌گذاران، تعداد کم سبدهای این سبدگردان امتیاز مثبتی است، چرا که می‌توان بر آن‌ها مدیریت بیشتری داشت، در حالی که با تعداد سبدهای بالا شاید مدیریت آسان نباشد. شایان ذکر است، این سبدگردان معمولاً در تلاش است تا همکاران با تحصیلات مرتبط استخدام شوند و به همین دلیل اکثر همکاران فعلی نیز از فارغ‌التحصیلان رشته‌های مرتبط مانند حسابداری و مالی هستند. در نهایت، نیازمندی‌های بازار سرمایه با آنچه که دانشگاه ارائه می‌دهد، تفاوت دارد.

با توجه به وضعیت مدیریت این سبدگردان، تا چه اندازه مشتریان نسبت به آن وفادار هستند؟

قرار دادهای یک‌ساله است، اما بسیاری از مشتریان طی چند سال به‌طور متناوب سرمایه‌گذاری خود را در این سبدگردان تمدید می‌کنند. معمولاً کسانی که به سراغ سبد اختیار معامله در این سبدگردان می‌آیند، دیگر حاضر به ترک آن نیستند، زیرا شاهد هستند که در شرایط بد بازار به کف بازدهی معادل صندوق‌های درآمد ثابت رسیده‌اند. به‌طور کلی در این سبدگردان، استراتژی‌های کم‌ریسکی با استفاده از ابزارهای مشتقه استفاده می‌شود که برای مشتریان حقیقی در این شرایط بازار جذاب است. همچنین برای سبدهای بزرگ‌تر خصوصاً برای اشخاص حقوقی، سبدهای بسیار کم‌ریسک با درآمد ثابت را داریم که در آن به‌طور عمده، اوراق شرکتی با نرخ‌های بالا خریداری می‌شود و

از جمله مزیت‌های
این شرکت
داشتن تیم مشتقه
قوی و سبدهایی
است که با انجام
معاملات مشتقه
حتی در شرایط بد
بازار، اصل سرمایه
را حفظ کرده و
حتی سودآوری
معقول داشته
باشند

پرونده ویژه



گفت و گوی اختصاصی با مهندس محمود رضا آقاپور علشاهی

در این بخش می خوانیم:

- تورم؛ قدرت تولیدگان را کاهش داده است
- مشکل زنجیره تامین؛ چالش بزرگ تولیدکنندگان پوشاک
- برندهای داخلی پوشاک دست کمی از نمونه های خارجی ندارند

مدیر برند پارسیان و جامه گستر مطرح کرد

مشکل زنجیره تامین چالش بزرگ تولیدکنندگان پوشاک

عارف فغانی

شاید در نگاه عمومی، برندهای پوشاک داخل طرفدار چندانی نداشته باشند، اما برخی از برندها با رعایت استانداردهای کیفی، طراحی‌های به‌روز و توجه ویژه به نظر مشتریان، محصولاتی تولید کرده‌اند که قابل رقابت با برندهای مطرح خارجی بوده و می‌تواند ضمن بازسازی، اعتماد عمومی را نسبت به خود جلب کند. در گفت‌وگو با مهندس محمودرضا آقاپور علیشاهی، مدیر برند پارسیان و برند جامه گستر، در خصوص وضعیت کنونی صنعت پوشاک به بحث و بررسی نشستیم که ماحصل آن را می‌خوانید.

حجم سنگین و با پای پیاده به میدان توپخانه و بعد با اتوبوس به خانه می‌بردم تا بسته‌بندی و توزیع کنم. این کار را تا مدت‌ها انجام می‌دادم و حتی پدرم مرا شمامت می‌کرد که این کار مناسب سن من نیست، با این حال به دلیل علاقه زیاد منصرف نشدم و همیشه نیز محور تماشای مغازه‌ها و فروشگاه‌هایی بودم که آرزو داشتم، زمانی کسب و کاری مشابه آن را راه‌اندازی کنم. حتی پس‌اندازهایی که پدرم به بنده می‌داد را صرف خرید تیشرت و کفش و کتانی می‌کردم. بیشتر مواقع برای اینکه مغازه‌ها را مجاب به خرید کنم، به آن‌ها تخفیف‌هایی نیز می‌دادم و اگر چه چند ماهی محصولات را به قیمت خرید می‌فروختم، اما دل‌سرد نشدم و ادامه دادم.

توجه به طراحی و مد چه جایگاهی در تولیدات شما دارد؟

مادر طراحی و تولید محصولات به ۱۳ اصل مهم؛ یعنی کیفیت و دوام، زیبایی و تنوع محصول توجه داریم و هماهنگ با خلاقانه‌ترین مدهای روز جهان حرکت می‌کنیم و ایجاد ظاهری شیک، مدرن و راحت برای مشتریان خود را فراهم می‌سازیم. امروزه با بیش از ۳۰ سال سابقه فعالیت در صنعت مد و پوشاک با همکاری اساتید برجسته دانشگاهی و طراحان نخبه، برند پارسیان به یکی از شناخته‌شده‌ترین برند تولیدکننده پوشاک سازمانی تبدیل شده‌است.

تا چه اندازه از مواد اولیه خارجی استفاده می‌کنید و این مواد از چه طریقی تامین می‌شوند؟

عمده نیاز مصرف مادر هر دو برند، مواد اولیه خارجی است که با کیفیت مختلف از کشورهای چین، ترکیه و تایلند خریداری می‌شود. گاهی هم که تیراژ بالا است، مواد اولیه وارد می‌کنیم، اما موضوع این است که اکثر همکاران مانیز دغدغه تامین مواد اولیه با کیفیت خارجی را دارند، در حالی که اگر وزارتخانه‌ها و نهادهای ذی‌ربط به این مساله که امکان حل آن در داخل نیست، ورود کنند، در بخش پوشاک با مشکل چندانی روبه‌رو نخواهیم بود تا گامی بلند در جهت ارتقای صنعت پوشاک برداشته شود. هم‌اکنون در بخش پارچه با کیفیت و سایر ملزومات پوشاک زمستانی مشکل زیادی وجود دارد، به‌طوری که ۸۰ درصد نیاز این بخش به صورت واردات انجام می‌شود. به اعتقاد بنده، باید کار گروهی در احتیاج‌ها و سازمان‌های مرتبط تشکیل شود تا نیازهای مبرم کلیه رسته‌ها برطرف



برند پارسیان و همچنین جامه گستر هر یک در چه سالی و با چه اهداف و رویکردهایی تاسیس شدند؟

برند جامه گستر از سال ۱۳۶۸ در خیابان ولیعصر با همکاری و شراکت جناب عظیم‌پور در عرصه تولید پوشاک تاسیس شد. زمینه فعالیت این برند تولید انواع پوشاک و یونیفورم ادارات و سازمان‌ها است و نیاز کارکنان کارخانه‌ها از جوراب گرفته تا کت و شلوار، لباس کار، لباس تبلیغاتی، پوشاک کارکنان (بانوان و آقایان) و... را پوشش می‌دهد. برند پارسیان نیز در سال ۱۳۸۲ توسط بنده با بهره‌گیری از تجارب سالیان متمادی و اتکا بر دانش و فناوری‌های کشورهای صاحب سبک با هدف تولید به روشی متفاوت از پیش‌بینیه خود، فعالیتش را شروع کرد. تیم طراحی و تولید برند پارسیان با مطالعه دقیق و بررسی مدر روز جهان و دوخت تمام صنعتی و همچنین تحقیق در بازار ایران، بهترین محصولات را با بالاترین کیفیت، برابر با استانداردهای HSE کارخانه‌ها و شرکت‌های طرف قرارداد، در اختیار کارکنان و صنعتگران عزیز در سراسر کشور قرار می‌دهد.

انگیزه شروع این فعالیت از چه زمانی در شما شکل گرفت؟
علاقه به این صنف از همان دوران نوجوانی در بنده وجود داشت، به‌طوری که در آن سال‌ها به بازار می‌رفتم و بعد از خرید محصول، آن را با آن





یکی از بزرگ ترین چالش هایی که تولید کنندگان پوشاک در ماه های اخیر با آن روبه رو بوده اند و احتمالاً در سال های آینده نیز ادامه خواهد داشت، مشکل زنجیره تامین است

تسورم و افزایش قیمت مواد اولیه در کنار نوسانات نرخ ارز، چه تاثیری بر عملکرد تولید کنندگان پوشاک گذاشته است؟

نوسانات ارزی نه تنها در این صنف، بلکه در تمام گروه های تولید تاثیر منفی به جا می گذارد. زمانی که نرخ ارز بالا و پایین می رود، بخش تولید، فعالیت های روزمره خود را متوقف می کنند، زیرا هزینه هایی که بعد از این نوسانات حادث می شود، ریسک بالایی دارد و تولید کننده سردرگم در خرید و تهیه مواد اولیه می شود، فضای تولید ناامن شده و برخی از تولید کنندگان با تصمیمات هیجانی از ترس گران تر شدن مواد اولیه، اقدام به دیپو و خرید بیش از نیاز می کنند. این امر باعث افزایش تقاضا و در پی آن، گران شدن و نایاب شدن مواد اولیه می شود. در آن سوی بازار، وارد کنندگان و تامین کنندگان اقدام به افزایش قیمت محصولات خود کرده و صرفاً به صورت نقدی عرضه می کنند که این خود، متاثر از نوسانات ارزی است.

در خصوص شهر جدید پوشاک که در حال حاضر مراحل زیربنایی آن در حال اجرا است، توضیح دهید.

در راستای ارتقای این صنعت بزرگ که قطعاً برابر با استانداردها و گواهی های بین المللی و نیازهای اساسی کشور است، به چشم انداز این شرکت در افق ۱۴۰۸ اشاره ای خواهم داشت. این شرکت در افق ۱۴۰۸ در مقام اول زنجیره ارزش صنایع همگن پوشاک کشور و در جایگاهی با ویژگی هایی مانند پیشرو در اشتغال زایی به عنوان اشتغال زاترین بنگاه کشور، دارای برند ملی و بین المللی با توان رقابتی در بازارهای جهانی، زنجیره ارزش کارآمد و هم افزا در مراحل به هم پیوسته طراحی، تامین، تولید، توزیع و فروش، خوشه های تخصصی در کل زنجیره ارزش، زیرساخت های سخت و نرم پیشرفته در کل زنجیره ارزش، استاندارد ملی و جهانی، ماشین آلات و تجهیزات مدرن و نوسازی شده، بستر فروش الکترونیکی در بازارهای داخلی و خارجی، مکانیزم های حرفه ای آموزش و توانمندسازی، ضوابط مالکیت معنوی و فکری، ارزش افزوده اقتصادی بالا با پرهیز از خام فروشی و قاچاق، فضای کسب و کار رقابتی سالم در کل زنجیره ارزش، سهم قابل ملاحظه در نوآوری و اقتصاد دانش بنیان و اقتصاد دیجیتال، قابلیت جذب سرمایه و تامین مالی داخلی و خارجی، ساز و کارهای مناسب برای حضور و همکاری برندهای مطرح جهانی، رویکرد نو سازی ارتقای بهره وری و توسعه فناوری در کل زنجیره ارزش و بارعایت مسئولیت اجتماعی و حفظ حقوق مصرف کننده و ایفای نقش موثر در اقتصاد مقاومتی مبتنی بر سبک زندگی ایرانی - اسلامی و بومی است. البته باید از زحمات آقای شیرازی و سایر همکاران در مجموعه شهر جدید پوشاک کمال تشکر را داشته باشیم.

و سخن آخر...

امیدواریم که دولت چهاردهم حمایت همه جانبه خود را از این صنعت عظیم در تمام عرصه ها داشته باشد و با ایجاد یک فضای سالم رقابتی، رفع موانع تولید و ایجاد یک زنجیره برنامه ریزی شده و متداوم که صد البته رضایت دوسویه؛ یعنی تولید کننده و مصرف کننده را خواهد داشت، پشتیبانی و حمایت کند تا ترویج مصرف داخلی و حمایت از صادرات را شاهد باشیم. ■

شود. در شرایط فعلی واسطه ها و قاچاقچیان، اکثر نیازهای اولیه بازار این صنعت را با قیمت های کاذبی و یا به صورت غیرقانونی تامین می کنند، در حالی که انجام فعالیت های کارشناسی شده با مرجع سازمان یافته مانند ایجاد کار گروه های تخصصی موجب می شود تا تولید کننده از یک مبدا معتبر محصول را خریداری کند و کیفیت کالای خریداری شده نیز تضمین شده باشد. مواد اولیه را از طریق بنگاه های داخلی و تجار داخلی خریداری می کنیم و ۶۰ درصد پارچه و لوازم مصرفی ما خارجی است. از سوی دیگر، هر دو طرف مخاطبان این دو برند، ارگان ها، سازمان های دولتی، شرکت های نفتی و مواد غذایی، شرکت های بزرگ صنعتی و مناطق نفتی هستند. برند پارسیان به طور حرفه ای تر با بسته بندی جذاب و کیفیت برتر فعالیت کرده و طبیعتاً هزینه ها و مرغوبیت بالاتری نیز برخوردار است، چرا که مشتریانی که به دنبال کیفیت عالی هستند، برند پارسیان و در صورت تقاضای اقتصادی تر، برند جامه گستر را انتخاب می کنند.

این مجموعه برای توسعه فعالیت های خود، چه اهدافی را دنبال می کند؟

تامین پوشاک با کیفیت و استاندارد مبتنی بر فرهنگ ایرانی - اسلامی و متناسب با توان خرید و سلیقه شهروندان کشور و با قابلیت صادرات و ورود به بازارهای جهانی از جمله مأموریت های این مجموعه است. برای تحقق این مهم، این شرکت زنجیره فضایی کسب و کار و رقابتی سالم در کل زنجیره ارزش آفرینی خود در مراحل طراحی، تامین، تولید، توزیع و فروش در بستر فیزیکی و مجازی را فراهم کرده و بر رعایت حقوق مصرف کننده، الزامات زیست محیطی، به کارگیری فناوری های روز و توانمندسازی کارکنان و واحدهای فعال تاکید دارد. شرکت از طریق تولید مقیاس در زنجیره ارزش پوشاک در راستای ارتقای بهره وری، بهبود مستمر و نوآوری بر ایفای نقش موثر در تولید ناخالص داخلی، اقتصاد دیجیتال، اشتغال زایی، کاهش قاچاق، ارزآوری و توسعه پایداری کشور اهتمام ویژه دارد.

نبرد قوانین حمایتی در کشور چه آسیب هایی را به همراه داشته است؟

یکی از بزرگ ترین چالش هایی که تولید کنندگان پوشاک در ماه های اخیر با آن روبه رو بوده اند و احتمالاً در سال های آینده نیز ادامه خواهد داشت، مشکل زنجیره تامین است. همچنین تورم باعث پیچیده تر شدن مشکلات مربوط به زنجیره تامین می شود. تورم به معنای افزایش چشمگیر قیمت مواد اولیه است که باعث کاهش حاشیه سود آن کسب و کار می شود. البته افزایش تورم به معنای افزایش هزینه های دستمزد و افزایش هزینه استخدام نیروی کار نیز است. در زمانی که تولید کنندگان پوشاک برای جبران هزینه های رو به رشد تولید در تلاش هستند، پایین نگه داشتن هزینه ها به طرز باور نکردنی دشوار است. در این زمان نه تنها هزینه مواد اولیه خام رو به افزایش است، بلکه هزینه های دیگری نیز وجود دارد که می تواند بر هزینه تولید تاثیر گذار باشد. افزایش دستمزد و بالا رفتن بی وقفه قبض های انرژی، فشار زیادی را به تولید کنندگان لباس وارد می کند. راه حل پیشنهادی بنده این است که علاوه بر ایجاد گروه های تخصصی مواد اولیه، حمایت های مالی در قالب وام های کم بهره و تسهیلات بانکی و همچنین اصلاح قوانین مالیاتی و بیمه ای برای تولید کنندگان پوشاک می تواند نقش حمایتی دولت را پررنگ تر کند.

مالک و مدیرعامل برند LC MAN تاکید کرد

برندهای داخلی پوشاک دست کمی از نمونه های خارجی ندارند

مهدیه شهسواری

با توجه به ورود غیرقانونی پوشاک به کشور و تقاضای زیاد این محصولات، تولیدکنندگان داخلی توان خود برای تولید بیشتر را از دست داده اند. هر چند که باید گفت، بسیاری از همین فعالان عرصه مد و پوشاک با ارتقای کیفیت محصولات و متعادل سازی قیمت آن در داخل، طرفداران زیادی دارند، اما شاید لازم باشد که در عرصه سیاست گذاری های کشور شاهد تغییراتی به نفع تولیدکنندگان باشیم تا در این عرصه خودکفایی حاصل شود. با توجه به این موضوع به سراغ منصور الیاسی، مالک و مدیرعامل LC MAN رفته و با وی گفت و گویی داشتیم. این برند به عنوان یکی از بزرگ ترین کارخانه های پوشاک خاورمیانه ظرفیت بالایی در تولید پوشاک داشته و محصولات خود را در تیراژهای بالا تولید می کند و در ارتقاء صنعت مد و پوشاک نقش به سزایی ایفا کرده است. ماحصل این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می گذرد.

بازار تهران ادامه یافت، یکی از اهداف ما راه اندازی شعبات خرده فروشی (LC MAN) و دیگری راه اندازی کارخانه بزرگ تولیدی پوشاک با استانداردهای بین المللی بود که به لطف خدا و تلاش های بی وقفه انجام شد.

این شرکت در زمینه تولید چه نوع پوشاکی فعالیت دارد؟

تولیدات LC MAN شامل کت و شلوار، شلوار کتان، پیراهن، پالتو، اورکت، کاپشن، بارانی، پلوشرت و تی شرت است. هدف بزرگ تر ما صادرات این کالاها به کشورهای همسایه و دیگر کشورهاست که این کار تا حدودی انجام شده و در آینده به صورت جدی تر دنبال می شود. شایان ذکر است، در حال حاضر حدود ۶۵۰ نفر پرسنل به صورت مستقیم و بیش از یک هزار و ۵۰۰ نفر به صورت غیر مستقیم در این شرکت مشغول به کار هستند که در آینده نزدیک با توکل به خدا به دو برابر افزایش پیدا خواهند کرد.

محصولات تولیدی LC MAN برای چه طیفی از جامعه کاربرد دارد؟

هدف از تولید این محصولات، تامین نیاز همه گروه های سنی مختلف در جامعه است، با این حال در این روند تلاش شده تا لباس هایی تولید شود که در خور شان و اصالت جوان ایرانی است و عاری از مدل و فرهنگ بیگانه باشد. همچنین این برند، ضمن هماهنگی با الگوها و روش های نوین تولید پوشاک، با اصول و ارزش های ایرانی و اسلامی هماهنگ است، بر این اساس دایره گسترده ای از مخاطبان را در اختیار داریم.

به منظور جذب مشتریان و بازاریابی محصولات از چه شیوه هایی استفاده می کنید؟

یکی از مهمترین شیوه ها در تبلیغ یک محصول، جلب رضایت مصرف کننده است. زمانی که یک مصرف کننده از محصول رضایت داشته باشد، قطعاً در خصوص آن با دوستان و آشنایان صحبت خواهد کرد و همین به نوعی یک تبلیغ است که در میان مشتریان ادامه پیدا کرده و بازار آن محصول را رونق روزافزون می بخشد. از سوی دیگر، در



در خصوص چگونگی ورود خود به صنعت پوشاک و همچنین شکل گیری برند LC MAN توضیحاتی ارائه فرمایید.

بنده از ۱۵ سالگی با ادامه شغل خانوادگی در رشته پوشاک به صورت عمده فروشی در بازار تهران به همراه برادر بزرگ تر، حاج ناصر الیاسی که شریک بنده هم هستند، شروع به فعالیت کردم. در آن زمان پوشاک از کشورهای انگلیس، فرانسه و ایتالیا وارد می شد و ما آن را به صورت عمده به فروشگاه های خرده فروشی به فروش می رساندیم. بعد از انقلاب اسلامی که واردات قطع شد، ما به فکر تولید افتادیم. در آن زمان به کارگاه های تولیدی با طراحی خاص خود سفارش می دادیم و کالاها را به صورت عمده می فروختیم. به تدریج حجم تولیدات ما زیاد شد و با برندی مخفف نام فامیلی (LC) محصولات را به بازار عرضه کردیم که بعدها این عنوان به LC MAN تغییر پیدا کرد. با مشارکت ترکیه ای ها، در کارخانه آن ها به صورت سفارشی حدود ۲۰ سال فعالیت کردیم و فعالیت جدی این برند نیز با هدف برندسازی و تولید محصولات با کیفیت و متنوع پوشاک آقایان از سال ۱۳۷۲ در



پایان هر فصل جشنواره‌هایی برگزار می‌کنیم و به فروش‌های فوق‌العاده و شامل تخفیف قابل توجه می‌پردازیم که به نوعی تبلیغ این محصولات به شمار می‌رود و تاکنون بازخورد خوبی نیز به همراه داشته است.

این شرکت چه مزیت‌هایی نسبت به شرکت‌های مشابه دارد؟

شرکت ما از بهترین و زبده‌ترین طراحان ترک و ایرانی استفاده می‌کند که در حال حاضر تعداد ۲۰ نفر از آن‌ها در بخش طراحی مشغول به کار هستند. مدل‌های LC MAN با الهام از جدیدترین مدل‌های اروپایی و مطابقت آن‌ها با سبک و فرهنگ ایرانی طراحی و تولید شده که مورد استقبال اکثر هموطنان نیز قرار گرفته است. البته باید گفت، از آنجایی که ۹۰ درصد مواد اولیه ما وارداتی است، در این بخش با نوسان قیمت ارز و بی‌ثباتی آن با چالش‌های جدی مواجه هستیم.

به منظور بازگرداندن اعتماد افراد جامعه به کالاهای ایرانی چه باید کرد؟

در همه جای دنیا قیمت‌ها بر اساس عرضه و تقاضا تعیین می‌شود، اما در کشورمان قیمت‌گذاری دستوری که بدون تدبیر از طرف متولیان امر انجام شده، مشکلات زیادی برای تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان به وجود آورده که عملاً هیچ‌کس از آن تبعیت نمی‌کند. وقتی در کشورمان تورم بالای ۴۰ درصد وجود دارد، این کار مسلماً جواب نمی‌دهد. از سوی دیگر، موضوع برندهای خارجی مطرح است. متأسفانه در کشور ما این طور جا افتاده که با وجود تعداد بالای محصولات ایرانی در کشور، تقاضا و اعتماد مردم به سمت کالاهای خارجی برود. ما باید کالاهای باکیفیت را برندهای ایرانی تولید کنیم و با تعیین قیمت‌های مناسب، به تدریج اعتماد به کالاهای ایرانی را بازگردانیم که در این قسمت، برندهای ایرانی به خوبی در حال فعالیت هستند که پر واضح است، حمایت مسئولان می‌تواند کمک شایانی در این امر داشته باشد.

در روند واردات مواد اولیه با چه موانعی روبه‌رو هستید؟

یکی از مسایل مهم این بخش، تعرفه بالای واردات است. تسهیلاتی که به تولید اختصاص داده می‌شود، نرخ بالایی دارد و همین موضوع، هزینه‌های تولید را برای تامین مواد اولیه مورد نیاز و عرضه محصول با قیمت مناسب‌تر افزایش می‌دهد، در حالی که کشورمان در بخش تولید از مزیت‌هایی مانند ارزان بودن نیروی انسانی و قیمت سوخت برخوردار است. موضوع دیگر، بازار مصرف بزرگی است که کشورمان در اختیار دارد و متأسفانه بخش اعظم آن در سایه نبود حمایت از تولید داخل در اختیار برندهای خارجی و از جمله برندهای ترک قرار گرفته است. دولت می‌تواند با حمایت همه‌جانبه از تولید و تخصیص مشوق‌هایی برای

تسهیل امورات آن مشابه آنچه در کشورهای توسعه‌یافته سراغ داریم، شرایط را برای عرضه بیشتر محصولات باکیفیت داخلی هموارتر کند. به عنوان مثال، دولت می‌تواند شرط ورود کالاهای خارجی به کشور را عرضه محصولات ایرانی در بازار این کشورها اعلام کند تا بستری برای صادرات پوشاک ایرانی باشد.

رعایت پارامترها و استانداردهای کیفی چه اهمیتی در رشد تولید به ویژه در بخش پوشاک دارد؟

یکی از نکات کلیدی در فروش پوشاک، توجه به استانداردهای کیفی و اهمیت تقویت آن است. البته برندهای مختلف نیز بر اساس این عنصر از هم متمایز می‌شوند و معمولاً چنین وانمود می‌شود که پوشاک ایرانی از کیفیت لازم برخوردار نیست، در حالی که برندهای داخلی طی چند دهه اخیر موفقیت‌های زیادی در این حوزه داشته و دست کمی از نمونه‌های خارجی ندارند. به اعتقاد بنده، باید تلاش کرد تا با فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی عمومی، آگاهی مردم نسبت به کیفیت برندهای مطرح داخل را افزایش داد و حمایت‌هایی از جانب دولت به منظور افزایش انگیزه تولیدکنندگان صورت بگیرد.

و سخن آخر...

نظر به اینکه در تمدن و تاریخ ایران، لباس و طراحی منحصر به فرد آن جایگاه ویژه‌ای داشته است و با توجه به بازار بزرگ پوشاک کشور و رشد و ارتقای سطح تولیدات داخلی، به نظر می‌رسد که افق بسیار روشنی پیش پای تولید باشد. مردم ایران از گذشته‌های دور تاکنون مبدع و خالق طرح‌های زیبا و مشتری عمده لباس‌های فاخر و بارزش بوده‌اند که همین امر در تسهیل فروش برندهای مطرح اثر بخش است. باید بستر را برای عجین کردن سلیقه مصرف‌کننده ایرانی با سلیقه تولید پوشاک در کشور فراهم کرد و فرصتی ایجاد کرد که در زیر سایه آن، برندهای معتبر داخلی تقاضای زیادی داشته باشند. ■



موسس و مدیرعامل جامه پوش آرا

تورم؛ قدرت تولیدگان را کاهش داده است

مینا افتخاری

برند جامه پوش آرا «JPA» از سال ۱۳۶۰ فعالیت در زمینه تولید پوشاک را آغاز کرده و دارای سه برند HUGER، JPA و HAMERZ است و در زمینه پوشاک کژوال، اسپرت، استریت استایل و TECHWEAR فعالیت می‌کند. این مجموعه دارای فروشگاه‌های آفلاین (فیزیکی) و همچنین فروشگاه‌های آنلاین (اینترنتی) برای برندهای خود است. حدود ۲۰۰ نفر در این مجموعه فعالیت دارند و سالانه بیش از ۵۰۰ مدل توسط تیم طراحی و خبره جامه پوش آرا به بازار عرضه می‌شود. پوشاک تولیدی این مجموعه شامل انواع مردانه و زنانه بوده و در اقصی نقاط کشور از طریق فروشگاه‌های آفلاین، آنلاین، عوامل فروش و نمایندگی‌ها به هموطنان ارائه می‌شود. مشروح گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با مجید فخار، موسس، مدیرعامل و رئیس هیات مدیره مجموعه جامه پوش آرا به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

مستقیم به صنعت مد جهانی وابسته است، مجموعه ما همیشه سعی کرده تا اطلاعات دقیقی از این صنعت داشته باشد. همچنین با توجه به رشد بسیار زیاد فضای مجازی طی سال‌های اخیر و فعالیت رسانه‌ها، اطلاعات مخاطبان و کلیه مشتریان نسبت به گذشته سریع‌تر و به‌روزتر شده است. این موضوع به ما کمک کرده که با نیازها و سلیقه‌های مشتریان به خوبی آشنا شویم و در راستای آن، محصولات مناسب‌تری ارائه دهیم. مجموعه ما دارای تجهیزات کامل برای تولید صنعتی انواع محصولات است و این تجهیزات همواره به‌روز می‌شوند. نیروهایی که در مجموعه فعال هستند، از مدیران ارشد و میانی تا مسئولان و متصدیان، همگی از تحصیلات مرتبط برخوردار بوده و بدون استثنا همواره در حال آموزش هستند. مجموعه این مسایل باعث می‌شود تا محصولی ارائه شود که از کیفیت قابل قبولی برخوردار است. تلاش ما بر این است، مواد اولیه‌ای که تهیه می‌کنیم، دارای کیفیت بالایی باشند. این مجموعه دارای آزمایشگاه فعال است و قبل از ورود به چرخه تولید، بدون استثنا آزمایش‌های مختلف روی تمامی موادی که تهیه می‌شوند، صورت می‌گیرد. در واقع حدود ۱۷ آزمایش برای هر محصول انجام می‌دهیم و تمام این موارد موجب شده که مجموعه جامه پوش آرا موفق به کسب افتخاراتی در سطح داخلی و جهانی شود.

چگونه توانستید، هویت و سبک خاصی برای برند خود ایجاد کنید؟

به نظر نمی‌رسد که برند JPA و HUGER که غالب تولیدات ما را تشکیل می‌دهند، از یک هویت خاص برخوردار باشند. اصولاً در صنعت مد دنیا، ما کمتر خالق مد هستیم و باید این واقعیت را بپذیریم که در این بخش بسیار ضعیف هستیم. در واقع متأثر از مد جهانی هستیم و بر اساس سلیقه مردم که بخشی از تولیدات روز دنیا مورد پسند آن‌ها است، محصولات را به نوعی بومی‌سازی و پیاده‌سازی می‌کنیم؛ بنابراین نمی‌توان گفت که این سبک خاص ما است. البته باید به این نکته اشاره داشته باشیم که در برند HAMERZ، دارای سبک خاصی هستیم. کارهایی که به صورت



چه عواملی در موفقیت برند جامه پوش آرا نقش داشته‌اند؟

موفقیت، ایجاد رضایت برای مشتریانی است که به دنبال تولیدات به‌روز و مطابق با آنچه که در دنیا عرضه می‌شود، می‌باشند. یکی از دلایل موفقیت ما حرکت به‌روز در کلیه بخش‌ها بوده است. این تنها به معنای مطلع بودن از صنعت مد روز نیست، بلکه در واحدهای مختلف، از طراحی گرفته تا بازرگانی و تولید صنعتی، همواره سعی کرده‌ایم که از دانش روز مهندسی بهره‌برداریم.

استراتژی اصلی این مجموعه برای رقابت با سایر برندهای داخلی و بین‌المللی چیست؟

هدف ما همواره این بوده که سیستم به‌روز حرکت کند. در تمامی بخش‌های مجموعه، چه از زمانی که قرار بود، فعالیت آن شروع شود و چه در طول مسیر، همواره واحد R&D ما فعال بوده است. این واحد اطلاعات لازم برای ادامه فعالیت‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای را در اختیار سایر واحدها قرار می‌دهد و هیات مدیره تصمیمات مقتضی را در این زمینه اتخاذ می‌کند. با توجه به اینکه صنعت پوشاک کشور عملاً به‌طور



استریت استایل و TECHWEAR تولید می شود، برای نسل Z است که به سبک های خاص و جدید علاقه مند و معمولاً به دنبال پوشش های متفاوت هستند. برای تامین نیاز این بخش از جامعه که البته رو به گسترش است، از حدود ۵ سال پیش برند جدیدی به نام HAMERZ ایجاد کردیم که به صورت فعال در حال کار است. طراحی محصولات در این بخش صدر صد توسط تیم طراحی واحد HAMERZ انجام می شود و این موضوع را با افتخار بیان می کنم که مادر این بخش صاحب سبک هستیم.

یکی از چالش های اصلی تولید پوشاک در کشور مان، کمبود مواد اولیه با کیفیت است. همچنین موضوعاتی مانند نوسانات نرخ ارز و عدم ارتباط مناسب با کشورها، به همراه سیاست های حاکم در کشور، باعث شده اند که تولید کنندگان ما در صنایع مختلف از جمله صنعت پوشاک با مشکلات جدی مواجه شوند. شما به عنوان یکی از تولید کنندگان مطرح و موفق، چگونه با این مشکلات دست و پنجه نرم می کنید؟

بله تمام این مشکلات وجود دارد؛ البته در این میان، نباید از مشکلات نقدینگی و تورمی که باعث کاهش قدرت تولید صنعتگران می شود، غافل شد. برای تامین نیاز مصرف کنندگان داخلی، با توجه به اینکه صنعت ما وابسته به صنعت مداست و وابستگی کامل به تولیدات داخلی نداریم. به طور قطع، تمام مواد اولیه ای که دارای کیفیت مورد نظر ما هستند و در داخل تولید می شوند، اولویت ما هستند. البته سایر مواد اولیه و متعلقاتی که نیاز داریم را از اقصی نقاط جهان و با مشکلات فراوان به صورت مستقیم و غیر مستقیم وارد می کنیم. سعی ما بر این است که با وجود سختی های فراوان، نیاز مشتریان مان را تامین کنیم.

آیا شرایط سرمایه گذاری در صنعت پوشاک فراهم است؟

متأسفانه، جواب بنده خیر است. ای کاش این گونه نبود و می توانستم با شوق بگویم که این سرمایه گذاری جذاب است، ولی امیدوارم که این اتفاق بیافتد. واقعیت این است که بخش عمده ای از وضعیت موجود، دست ما نیست و وابسته به سیاست های حاکمیتی است. امیدوارم، تغییری در این سطح انجام شود تا سرمایه گذاران عزیز که علاقه مند به هنر هستند، وارد صنعت پوشاک شوند. این صنعت، بسیار زیبا و دوست داشتنی است که همیشه با سلايق جديد مواجه می شود و هیچ گاه ساکن نبوده و مرتب در حال تغییر و تحول است. یکی از دلایل ورود بنده به این صنعت، زیبایی آن است. صنعت پوشاک خاص نیست، بلکه هنر صنعت است؛ یعنی تلفیقی از هنر و صنعت که به آن زیبایی و جذابیت می دهد و احساس خوبی به سرمایه گذاران علاقه مند به هنر را برای ورود به این حوزه منتقل می کند. این صنعت در تمام دنیا دارای مزیت های بالایی است.

چگونه می توان در صنایع مختلف شاهد رشد چشمگیر باشیم؟

اگر فرض را بر این بگذاریم که تحولات جهانی با توجه به رویکرد جدیدی که دولت جدید در پیش گرفته است، پیاده سازی شود و حاکمیت نیز با این رویکرد همراهی کند، مطمئناً می توان گفت که نه تنها در صنعت پوشاک، بلکه در تمامی صنایع مختلف که دارای مزیت نسبی و رقابتی

هستند، به پیشرفت های چشمگیری دست خواهیم یافت. باید تاکید کنم که به هیچ وجه نباید به دنبال تولید تمام کالاها در کشور مان باشیم. باید تمرکز مان را روی صناعی مانند نساجی و پوشاک بگذاریم که در آن ها دارای مزیت رقابتی هستیم. مطمئناً با رفع مشکلات بین المللی، می توانیم جزو قطب های این صنعت در جهان باشیم، زیرا تمامی زمینه های لازم از جمله سرمایه انسانی برای رسیدن به این هدف در کشور ما وجود دارد و مهمترین سرمایه، نیروی انسانی است. به عنوان یک صنعتگر، تقاضای بنده این است که بستر ها برای ورود ما به جامعه جهانی باز شود تا بتوانیم به راحتی واردات و صادرات داشته باشیم و رقابتی مناسب و یکسان با سایر رقبای خود در کشورهای مختلف برقرار کنیم. اگر این اتفاق بیافتد، مطمئناً با شتاب بیشتری به جایگاه واقعی خود دست خواهیم یافت؛ کما اینکه پیش از انقلاب اسلامی، صنعت نساجی و پوشاک ما جایگاه مناسبی داشت.

و سخن آخر...

خواهش بنده از مردم عزیز مان این است که به فرزندان شان و توانایی های آن ها باور داشته باشند و به آنچه که با تلاش مضاعف و شبانه روزی در کلیه صنایع، از جمله صنعت نساجی و پوشاک، صورت می گیرد، توجه ویژه داشته باشند. این تلاش ها را باید نگه داشت و تقویت کرد و از آن ها حمایت کنند تا به جایگاهی که مورد نظر شان است، دست یابند. متأسفانه مجموعه هایی مانند جامه پوش آرا یا بسیاری از کسانی که در سطح قابل قبولی از نظر میزان تولید و کیفیت کار می کنند و محصولات شان با پوشاک جهانی رقابت می کند، به دلیل تمایل به مصرف کالاهای مشابه خارجی کمتر دیده می شوند؛ لذا از هموطنان عزیزم استدعا دارم که برای آشنایی با توانمندی محصولات داخلی به فروشگاه های آنلاین آن ها مراجعه و حداقل برای تست هم که شده، یک بار از آن ها خریداری کنند. ■



چالش‌های دیپلماسی اقتصاد ایران از دیدگاه صنعت

مهندس علی همتی
عضو هیات مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی پوشاک ایران



تفاوت دیدگاه
مسئولان و بینش
افراد حاضر در راس
ارتباطات بین‌المللی
را می‌توان در
ترازهای تجاری
و موفقیت‌های
بین‌المللی کشورها
در تجارت را به
وضوح مشاهده کرد

ایران برنامه مدون، مشخص و قابل تحسینی ارائه داد. عمده تمرکز بر استان‌های تاشکند و خوارزم بود، به‌طوری که معاون استاندار خوارزم با ارائه گزارش تصویری و آمار و اطلاعات دقیق به معرفی تولیدات و ظرفیت‌های این استان پرداخت. از پتانسیل و GDP تا سرمایه‌گذاری ۱۵۴ میلیون دلاری چین و ۱۲۱ میلیون دلاری ترکیه، ایران یک میلیون دلار در این استان سرمایه‌گذاری کرده است. در روزهای آتی جلسات B2B با تولیدکنندگان حاضر در هیات تجاری ایران هماهنگ شده بود که تجار از بکستان به برگزاری جلسات تخصصی و بحث و تبادل نظر بدون واسطه با تولیدکنندگان پرداختند.

نشست هیات تجاری دو کشور

تفاوت دیدگاه مسئولان و بینش افراد حاضر در ارتباطات بین‌المللی را می‌توان در ترازهای تجاری و موفقیت‌های بین‌المللی کشورها در تجارت را به وضوح مشاهده کرد. دیپلمات‌های از بکستان، تمرکز بر معرفی ظرفیت‌ها و پتانسیل صنعت و تولیدات حال حاضر این کشور داشته و به‌رغم جذب سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی قابل توجه، در صدد توسعه این امر بودند. اما عمده صحبت‌های هیات تجاری ایران، تمرکز بر پیشینه و تمدن ۲۵۰۰ ساله بود که ضمن سرافرازی و افتخار به آن باید در نظر داشته باشیم که بار و بکر دفعی دیپلماتیک بین‌المللی ایران در عرصه تجارت، در سال‌های آتی هیچ‌رودنشانی از ایران در مناسبت‌ها و بازارهای تجاری دنیا باقی نخواهد ماند و این تاریخ پر افتخار و شکوهمند ۲۵۰۰ ساله در گذر تاریخ به فراموشی سپرده خواهد شد.

راهکار برون‌رفت از این بی‌راهه

با استناد به نتایج پژوهش‌ها و مقالات متعدد نخبگان و پژوهشگران علم اقتصاد که مطالعه این مقالات را به‌رین‌ان اقتصاد ایران در سفارتخانه‌ها توصیه می‌کنم؛ راه‌حل منطقی تدوین برنامه و شرح وظایف مدون و شاخص‌های عملکردی قابل اندازه‌گیری و رصد برای دیپلمات‌های حاضر در سفارت‌های ایران در خصوص تسهیل‌گری صادرات و نه صرفاً بازاریابی و واردات و نیز به کارگیری افراد با تخصص‌های مرتبط، توانمند و آشنا به مدل‌های توسعه تجارت و حضور در بازارهای جهانی، آشنا به قوانین و اصول تشریفات بین‌الملل، دغدغه‌مند در ایجاد وفاق ملی و ارج نهادن به تولیدکنندگان و نخبگان اقتصادی ایران که در تحریم‌ها و شرایط کنونی کشور در خط اول حفظ، توسعه و پیشرفت کشور ایستاده‌اند، می‌باشد. ■

همزمان با تغییر و تحولات جهانی، دیپلماسی نیز روند تاریخی را سیر کرده، تا آنجا که در روابط بین‌المللی امروز بر خلاف گذشته که بر محور دیپلماسی نظامی و بلوک شرق و غرب جریان داشت، بر مدار دیپلماسی اقتصادی و روابط تجارت بین‌الملل استوار گردیده است. آنچه در سفر هیات تجاری ایران با حضور ریاست محترم اتاق بازرگانی ایران و سفیر محترم کشور در ازبکستان با آن روبه‌رو شدیم، موکداً این امر بود.

اعزام هیات تجاری به ازبکستان

از آغاز این برنامه که می‌توانست نقطه عطفی بر شروع صادرات و مناسبات تجاری گسترده با کشور ازبکستان باشد، متأسفانه عدم اهتمام مسئولان امر مانع از به‌ثمر رسیدن و کسب دستاوردهای گریدید. نبود برنامه جامع ثبت نام و هماهنگی منجر به دودستگی در آغاز راه، موجب شد تا نیمی از هیات تجاری توسط اتاق بازرگانی و نیمی دیگر نیز توسط سفارت ازبکستان در ایران اعزام شوند. این دودستگی تا پایان سفر برقرار بود و منجر به تکدر خاطر اکثریت اعضای هیات تجاری ایران شد. متأسفانه معاونت بین‌الملل اتاق بازرگانی ایران به‌رغم مشاهده مشکلات پیش آمده ناشی از این ناهماهنگی و شکاف ایجاد شده میان هیات تجاری ایران، اعتنا و اهتمامی به رفع این امر نداشت و تا پایان سفر این موضوع حل نشده باقی ماند. سازوکار دیپلماتیک سفارت ایران هیچ برنامه روشن و مدون و پروتکل قابل اجرایی در تسهیل برقراری روابط اقتصادی در کشورهای هدف نداشته و بیشتر نقش تشریفاتی و لیدری بازدید را اجرا کردند. عدم برگزاری نشست‌های تخصصی سفیر و مسئولان مربوطه سفارت ایران با نخبگان اقتصادی ایران و کارآفرینان حاضر در این سفر و بررسی پیشنهادات و نیازهای ایشان برای تسهیل تجارت و ایجاد روابط اقتصادی پایدار با کشور ازبکستان، از مهمترین نقاط ضعف و چالش‌های پیش روی روابط تجاری ایران بود.

رایزنان اقتصادی سفارت ایران در دیپلماسی اقتصادی

رایزنان اقتصادی ایران برخلاف سیاست‌های برنامه هفتم توسعه و منویات مقام معظم رهبری متأسفانه عمده توجه و تمرکز خود را بر تسهیل واردات به ایران اختصاص داده و به این امر اشتغال دارند. حال آنکه اساس ایجاد این سمت در ساختار دیپلمات‌های ایران، تسهیل‌گری صادرات و توسعه بازارهای صادراتی کشور و ارزآوری بوده که با ادامه روند فعلی، مطمئناً این هدف، رویایی بیش نیست.

هیات تجاری ازبکستان

اما طرف مقابل، برای تک تک ساعات و روزهای حضور هیات تجاری

دنیای خودرو



گفت و گوی اختصاصی با مهندس حسن جمالی کاظمینی

در این بخش می‌خوانیم:

- مداخله دولت در قیمت گذاری، همه چیز را به هم ریخته است
- وزارت صمت، برنامه مشخصی برای حمایت از خودروسازان ندارد

مهندس حسن جمالی کاظمینی؛ مدیرعامل شرکت مهندسين مشاور صنايع اتومبيل

وزارت صمت، برنامه مشخصی برای حمایت از خودروسازان ندارد

مصطفی حاتمی

در حال حاضر فقدان نقدینگی، مهمترین چالش صنعت قطعه‌سازی کشور به شمار می‌رود که برای عبور از آن چاره‌ای جز همکاری بیشتر خودروسازان برای پرداخت مطالبات قطعه‌سازان وجود ندارد. از سوی دیگر استفاده از دانش و تکنولوژی‌های جدید، زمینه مناسبی را برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی و همچنین افزایش کیفیت محصولات این صنعت به همراه خواهد داشت که البته این موضوع، به ارتباط با سایر کشورهای دنیا و صنایع خودروسازی بستگی دارد. با این حال صنایع کشور با اتکا به دانش بومی، از ادامه فعالیت سرباز نزده و با وجود مشکلاتی از قبیل نقدینگی، مالیات، بیمه و گمرک پاسخ‌گوی نیاز بازار هستند. به منظور واکاوی بیشتر این موضوع، گفت‌وگوی صمیمانه‌ای با مهندس حسن جمالی کاظمینی، مدیرعامل شرکت مهندسين مشاور صنايع اتومبيل انجام داده‌ایم که ماحصل آن به نظر خوانندگان گرامی می‌رسد.

سیستم که "برک اسپیس" نام دارد و برای خودروهای شاهین و SP100 مورد استفاده قرار می‌گیرد، ارتباطاتی را با کشور چین برقرار کردیم و هم‌اکنون نیز با آن‌ها همکاری داریم. سیستم‌های بسیار به روزتری در دنیا وجود دارند، اما به دلیل محدودیت‌های حاصل از تحریم، امکان دسترسی به آن وجود ندارد. شرکت مهندسين مشاور قدمتی ۳۰ ساله دارد و در حال حاضر با بهره‌مندی از ۱۲۰ نیروی شاغل، روزانه ۳۵۰ بوستر ترمز تولید می‌کند. قابل ذکر است که تامین و عرضه قطعات یدکی بازار، بخش دیگری از فعالیت‌های این شرکت است.

آیا برنامه‌ای برای افزایش تولید و تعداد کارکنان شرکت دارید؟

قانون بقای تولید، رشد و توسعه مداوم از اهمیت ویژه‌ای برای ما برخوردار است و با توجه به رکودی که طی چند سال گذشته بر این شرکت حاکم شد، فعالیت‌های ما از حالت برون سپاری به درون سپاری تغییر کرد. در نظر داریم تا پایان امسال دو محصول جدید به تولیدات شرکت مهندسين مشاور صنايع اتومبيل اضافه کرده و در کنار عرضه محصول به شرکت‌های خودروسازی که در شرایط کنونی در حال انجام است، به سمت تامین نیاز بازار و توسعه دامنه تولیدات خودروی اوریم که مطمئناً به افزایش نقدینگی و مهمتر از آن، جذب نیروی بیشتر کمک خواهد کرد.

هم‌اکنون در زمینه فعالیت خود با چه مشکلاتی مواجه هستید؟

مهمترین مشکلی که با آن مواجه هستیم، مربوط به مسایل مالی می‌شود. خودروسازان معمولاً توان پرداخت مطالبات قطعه‌سازان را ندارند، از این رو برای تامین قطعات مورد نیاز اقدام به سورس‌های موازی می‌کنند و این مساله صدمه زیادی به ما وارد می‌کند. قطعه‌سازان مشتریان محدودی دارند و به همین دلیل مجبور به سازگاری با شرایط آن‌ها هستند و در بدترین وضعیت به کار خود ادامه می‌دهند. از سوی



شرکت مهندسين مشاور صنايع اتومبيل در چه سالی و با چه هدفی تاسیس شد؟

این شرکت در سال ۱۳۷۱ تاسیس شد و در زمینه تولید ترمز خودروهای سواری، سیستم بوستر ترمز، بک پلیت و شیر تقسیم فعالیت دارد که البته با رشد و توسعه فعالیت‌های شرکت، به روزتر و متنوع‌تر شده است. همچنین شرکت مهندسين مشاور صنايع اتومبيل، به عنوان پیمانکار رسمی شرکت سازه گستر سایپا و ساپکوی ایران خودرو محصولاتمانند ترمز پراید، تیبا، شاهین، آریسان و پژو ۲۰۶ را تولید می‌کند. موضوع قابل توجه اینکه محصولات ما بر اساس درخواست مشتریان، منطبق با طرح‌های تحقیق و توسعه شرکت و تحت لیسانس کاسکوی کشور کره جنوبی تولید می‌شود و همین موضوع باعث شد تا در سال‌های گذشته به عنوان پیمانکار شاخص شرکت سازه گستر سایپا انتخاب شویم. البته باید تاکید کرد، از آنجایی که روابط ما بعد از تحریم با کشور کره جنوبی بسیار محدود شد، برای انتقال دانش تولید آخرین

دیگر، وقتی تیراژ خودروسازان کاهش می‌یابد، بر میزان تولید و درآمد قطعه‌سازان نیز تاثیر گذار خواهد بود. ناگفته نماند که مسایلی مانند بیمه تامین اجتماعی، مالیات، گمرک، کمبود مواد اولیه، تغییرات نرخ ارز و همچنین موارد مرتبط با نیروی کار از دیگر مشکلاتی است که با آن دست و پنجه نرم می‌کنیم. در شرایطی که اقتصاد کشور با بی‌ثباتی مواجه باشد، قاعدتا سرمایه‌گذار امکان پیش‌بینی شرایط پیش روی خود را ندارد و به همین دلیل، سرمایه‌گذاران خارجی تمایلی به فعالیت در ایران نخواهند داشت. در داخل نیز بسیاری از فعالان اقتصادی از شروع یک سرمایه‌گذاری جدید سر باز می‌زنند و این یعنی در سرآشویی افتادن صنعت کشور که وابسته به فعالیت‌های بخش خصوصی است.

چه موضوعی باعث شده تا صنعت خودروسازی کشور در وضعیت مطلوبی قرار نگیرد؟

خودروسازی صنعت خاصی است که به شرایط و عواملی همچون وجود دانش، سرمایه و رونق اقتصادی نیاز دارد. متأسفانه به دلیل محدودیت‌های حاصل از تحریم، دانش مورد نیاز صنایع به روز نشده و اکثر خودروسازان با دانش ۲۰ سال گذشته فعالیت می‌کنند؛ در حالی که کشوری مثل چین به‌رغم داشتن گرایش‌های کمونیستی، درهای ارتباطی خود را به روی شرکت‌های اروپایی باز کرده و همین امر، زمینه رشد صنعت خودروی این کشور را فراهم ساخته است. موضوع دیگر ضرورت وجود سرمایه کافی برای تکمیل فعالیت‌های اقتصادی است. کمبود نقدینگی موجب شده تا خودروسازان قادر به عرضه به موقع محصولات تولیدی خود به مردم نباشند و همین موضوع نیز ورود نقدینگی جدید به شرکت‌ها را متوقف می‌کند. مساله دیگر، رکود حاکم بر بازار کشور است که صنعت خودروسازی را بیش از ۱۰ سال گرفتار کرده است. در شرایط رکودی معمولاً دو راه حل برای افزایش قدرت تولید خودروسازان وجود دارد که نخستین آن، کمک به خودروسازان با افزایش توان ملی است که از طریق پیش‌فروش‌ها انجام می‌شود و دیگری، سرمایه‌گذاری خارجی است. البته هرچند پیش‌فروش خودروها انجام شده، اما هنوز بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری خارجی در کشور فراهم نشده است.

به نظر شما دلیل افزایش قیمت خودرو در کشور چیست؟

قیمت خودرو ارتباط مستقیمی با عرضه و تقاضا دارد و زمانی که عرضه کاهش و تقاضا زیاد شود، طبیعتاً قیمت خودرو نیز افزایش می‌یابد و با فعالیت دلالتان، بازار آشفته‌تر می‌شود. از سوی دیگر، سیستم مدیریت دولتی خودروسازان نیز بر دامنه این مشکلات افزوده است. ناگفته نماند، خودروسازان مبالغ سنگینی را از بانک‌ها گرفته و هنوز پرداخت نکرده‌اند تا در صورت نیاز مورد حمایت‌های مالی مجدد بانک قرار گیرند. موضوعاتی از این دست باعث شده تا خودروسازان با مشکلات زیادی مواجه شوند که مسئولان ذی‌ربط باید برای مرتفع کردن معضلات موجود، تدابیر مناسبی اتخاذ کنند.

به منظور داخلی سازی قطعات خودرو چه اقداماتی باید انجام شود؟

هرچند کشورمان با تکیه بر امکانات موجود، موفق به داخلی سازی شده،

اما این امر همه آن چیزی که از داخلی سازی انتظار می‌رود، نیست، چرا که این موضوع به دانش روز دنیا نیاز دارد؛ دانشی که بر پایه آن به روزترین و پیشرفته‌ترین محصولات وارد بازار شود. متأسفانه کشور ما به دلیل قطع روابط تجاری با کشورهای دنیا، از دسترسی به دانش روز محروم است و هر آنچه تاکنون تولید شده، مبتنی بر امکانات و تکنولوژی قدیمی بوده که انصافاً به نحو احسن مورد استفاده تولیدکنندگان قرار گرفته است.

تقویت ارتباط دانشگاه و صنعت چه تاثیری بر داخلی سازی قطعات خودرو دارد؟

داخلی سازی نیازمند دو مقوله اساسی است که نخستین آن به اطلاعات علمی موجود در دانشگاه‌های کشور مربوط می‌شود و دیگری، اطلاعاتی می‌باشد که هنوز در اختیار دانشگاه‌ها قرار نگرفته است. به اعتقاد بنده، اگر شرایط ارتباط صنعتگران با دانشگاهیان فراهم شود، امکان استفاده از اطلاعات مورد نیاز فراهم خواهد شد و نتیجه مطلوبی از آن عاید جامعه می‌شود. با این حال هنوز مکانیزم تعریف شده‌ای که حلقه ارتباط بین این دو بخش را فراهم آورد، وجود ندارد. از سوی دیگر، وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان متولی این امر، هنوز برنامه و ساختار مشخصی برای حمایت از خودروسازان ندارد و بیش از آنکه استراتژی مشخصی برای صنایع مختلف کشور داشته باشد، متأسفانه نقش یک دستگاه تشریفاتی خنثی در زمینه تولید و صنعت را ایفا می‌کند.

چه چشم‌اندازی برای صنعت قطعه‌سازی ایران متصور هستید؟

صنعت قطعه‌سازی ارتباط مستقیمی با صنعت خودروسازی دارد. اگر دولت سیاست‌های حمایتی لازم برای رشد صنعت قطعه‌سازی را پیش‌بینی و اعمال کند و از طرفی، توجه ویژه‌ای به حذف قوانین دست و پاگیر داشته باشد، بسیاری از مشکلات صنعت قطعه‌سازی مرتفع خواهد شد و به تبع آن، صنعت خودروسازی نیز به رشد و توسعه خود ادامه خواهد داد. ولی متأسفانه به دلیل وجود محدودیت‌های فعلی، مشکلات گمرکی و وضعیت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی که در جامعه حاکم شده، این امکان وجود ندارد. به اعتقاد بنده، درهای کشور باید به روی صنایع خودروسازی کشور باز شوند و سیاست کشورمان نیز از حالت انقباضی خارج شود، در غیر این صورت رشد و توسعه صنعت قطعه‌سازی را شاهد نخواهیم بود.

و سخن آخر...

حل مشکلات موجود به تشکیل مجمع یا شورایی بستگی دارد که در آن افراد موثر و سیاست‌گذار کشور حضور داشته باشند. مسایل اساسی صنعت خودرو باید به صورت بنیادی و ریشه‌ای مورد بحث و بررسی قرار گیرد و برای مرتفع کردن مشکلات موجود، باید عزم جدی و هماهنگی در افراد تصمیم‌گیر کشور وجود داشته باشد. استفاده از امکانات و توانایی متخصصان کشور، مطمئناً به رفع معضلات جاری در صنعت خودروسازی و قطعه‌سازی کمک خواهد کرد، به شرط آنکه تمام دست اندکاران، مسئولان و سازمان‌ها، همسو و متحد با یکدیگر در جهت رفع آن بپایند. ■

در شرایطی که اقتصاد کشور با بی‌ثباتی مواجه باشد، قاعدتاً سرمایه‌گذار امکان پیش‌بینی شرایط پیش روی خود را ندارد و به همین دلیل، سرمایه‌گذاران خارجی تمایلی به فعالیت در ایران را نخواهند داشت

رییس هیات مدیره گروه صنعتی چکاد

مداخله دولت در قیمت گذاری همه چیز را به هم ریخته است

سارا نظری

تجربه حضور وی در صنعت خودرو به پیش از انقلاب اسلامی بازمی گردد؛ زمانی که پدرش نمایندگی شماره ۹ ایران ناسیونال را راه اندازی کرد. از دوران کودکی و قبل از ورود به مدرسه، به همراه پدرش در مجموعه های خودرویی حضور پیدا می کرد. از همان زمان اشتیاق خاصی نسبت به صنعت خودرو داشت و متفاوت بودن خودروها برایش لذت بخش بود. رشته مهندسی را در هنرستان و بخشی از آن را به شکل آکادمیک در دانشگاه، پشت سر گذاشت و در کنار پدر؛ کسب و کار توزیع، عرضه و خدمات پس از فروش خودرو را تجربه کرد. اکنون حدود سه دهه است که وارد تولید قطعات بدنه خودرو شده و در پنجاه و یکمین سال زندگی اش به تولید پلنفرم ملی تعاون می اندیشد؛ کاری که معتقد است، تنها به مدد اقبال عمومی و با تکیه بر ظرفیت های تعاونی امکان پذیر است. ماهنامه «دنیای سرمایه گذاری» در گفت و گوی اختصاصی که با علی یکه فلاح؛ مالک، موسس و رییس هیات مدیره گروه صنعتی چکاد و رییس هیات مدیره تعاونی تامین نیاز قطعه سازان کشور انجام داده، به بررسی فعالیت های این شرکت، توانمندی های ایران در زمینه تولید خودروهای برقی و نیز خودروی ملی پرداخته که مشروح آن از نظر خوانندگان ارجمند می گذرد.

و تجاری، بیش از یک میلیون و ۴۰۰ هزار تن محصولات فلزی تولید کرده است. هم اکنون در این مجموعه حدود ۴۰۰ نفر به طور مستقیم فعالیت دارند و برآوردها این است که پروژه خودرویی گروه، برای بالغ بر ۷ هزار نفر اشتغال زایی خواهد کرد. این در حالی است که در صنعت خودرو با وجود صنایع و خدمات مرتبط، هر یک شغل می تواند برای ۱۰ نفر اشتغال ایجاد کند؛ ضمن آنکه صنعت خودرو با پایداری کوموتیو صنایع دیگر دانست، چرا که ۷۰ نوع صنعت به آن مرتبط می شوند. می توانید محاسبه کنید، فرصت اشتغال زایی غیر مستقیم این صنعت چقدر وسیع تر است.

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

همان طور که اشاره کردم، سایت اولیه ما در یکی از مناطق محروم اهیر بود و قاعدتا در آن منطقه نیروی متخصص وجود نداشت. یکی از برکات بزرگ گروه چکاد این است که چه از نظر آموزش نیروی جوان و چه از نظر پرورش متخصصان، توانست موجب اعتلای صنعت و به ویژه استان زنجان شود. البته این دستاورد فقط اقتصادی نبوده، بلکه دستاوردهای اجتماعی بالایی هم حاصل شده است. از آنجا که خودم هم در جوانی، همیشه جویای بستری بودم تا قابلیت رشد داشته باشد؛ لذا سعی کردم که همین محیط را برای جوانانی که مشغول به کار می شوند، ایجاد کنم که اقدام بسیار ثمر بخشی بوده است؛ به گونه ای که این افراد در عمل، از فرصت هایی که در اختیارشان گذاشته می شود، بسیار خوشنود هستند و از آن بهره می برند. این نیروها پس از جدایی از چکاد هم، هر جا که مشغول به کار شدند، به دلیل مهارت هایی که داشتند، اعتبار بیشتری به مجموعه ما دادند.

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

با توجه به شرایط کشور و افزایش خودروهای فرسوده، بحث افراتر مارکت، به یک با OEM رقابت می کند؛ به عبارت دیگر، هر یک قطعه ای که در خط تولید استفاده می شود، ۹ یا ۱۰ برابر آن می تواند در افراتر مارکت، بازار داشته باشد. اکنون افراتر مارکت یک بازار ۸ میلیارد دلاری است و ما هم مدت هاست که در پی تقویت آن هستیم، به همین دلیل در قالب



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

ما پس از سال ها تجربه موفق در خدمات پس از فروش خودروی دوو (نمادگی ۱۱۰) تصمیم به راه اندازی سایت قطعه سازی گرفتیم. به این ترتیب، در سال ۱۳۷۸ تعاونی چکاد صنعت فلاح در شهرک صنعتی نورین ابهر متولد شد که هدف ما آن کمک به تولید داخلی و نیز اشتغال زایی در یک منطقه محروم از استان زنجان بود. اولین قرارداد ما با شرکت کرمان موتور بسته شد. آن زمان شرکت کادک، بدنه خودروهای سیلو و ماتیز را که به صورت CKD وارد می شد، تولید می کرد. گروه چکاد برای تولید بدنه های این دو خودرو با کرمان موتور قرار داد منعقد کرد و سرمایه گذاری لازم را نیز انجام داد. در حال حاضر هم چکاد، بهترین و بزرگ ترین دستگاه های تولیدی در بخش خصوصی را در اختیار دارد و تنها مجموعه در بخش تعاون است که توانسته چنین امکاناتی را ایجاد کند. این گروه از قدیمی ترین گروه هایی است که تمام لطمات و محدودیت های ناشی از تحریم ها بر صنعت خودرو را لمس کرده و با آن ها روبه رو شده است، اما تاکنون برای خودروسازان، یعنی تولید کنندگان خودروهای سواری



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

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

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

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

باور بنده همیشه این بود که کشورمان، توانمندی، ظرفیت و البته شایستگی تولید یک خودروی تماماً ملی را دارد. با همین چشم‌انداز و در تعامل و مشارکت جدی میان متخصصان دانشگاهی و اهالی صنعت و قطعه‌سازان سرشناس، خودرویی را طراحی کردیم که نه تنها مبتنی بر آخرین استانداردهای روز دنیا است، بلکه ۶۰ درصد آن بر مبنای توان زنجیره تامین داخلی پیش‌بینی شده است. پلتفرم می طراحی شده که

می‌تواند با تیراژ بالا، خودروی اقتصادی تولید و به‌طور مستقیم برای «۷ هزار نفر» اشتغال‌زایی کند. این خودرو با نگاه صادراتی و در دو مدل برقی و بنزینی طراحی شده و پروژه‌های ۲۵ همتی است که چکاد در حال فراهم کردن زیرساخت‌های مورد نیاز آن است.

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

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

همان‌طور که می‌دانید، بیشترین بودجه کشور به تهیه و تامین بنزین اختصاص پیدا می‌کند و این در حالی است که استفاده از خودروهای برقی، منافع و مصالح بسیاری را به دنبال دارد. البته صدرصد نیاز به زیرساخت وجود دارد، ولی این موضوع شدنی است و به خصوص با

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



عمده ترین مشکل
نقدی نگی است
شرکت های
قطعه ساز طلبکار
و به دلیل پایین
آمدن تیراژها
خودروسازان هم
بازیان اثبات شده
و حشنتاکی مواجه
هستند

تکنولوژی های جدید، کاملاً قابل تحقق است. پس از زیر ساخت، باید به اولویت ها بیاوریم. در واقع تهیه و استفاده از خودروهای برقی از نظر تکنیکی امکان پذیر است، اما در حال حاضر بیشترین آلا پندگی توسط موتور سیکلت ها ایجاد می شود حتی بیشتر از یک خودرو آلا پندگی دارد. تعداد موتور سیکلت هم در سطح شهر ها افزایش چشمگیری پیدا کرده؛ پس ما باید به خاطر مسائل ملی، واقعیت ها را ببینیم و مشخص کنیم که آیا موتور سیکلت ها در مساله برقی شدن اولویت دارند یا حمل و نقل عمومی دارای این اولویت است. به عبارت دیگر، باید اولویت ها را مشخص کنیم و بر اساس آن، برنامه ریزی ها را انجام دهیم.

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

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

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

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

حضور شرکت های خودروساز و قطعه ساز در نمایشگاه های داخلی و بین المللی به خصوص نمایشگاه روسیه چقدر می تواند از حیث معرفی محصولات کشورمان موثر باشد؟

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

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

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

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

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



گفت‌وگوی اختصاصی با مجتبی آخوندی

در این بخش می‌خوانیم:

- توسعه صنعت گردشگری راه نجات اقتصاد ایران
- قیمت خدمات متداول هتل‌ها در ایران بسیار ناچیز است
- ارایه خدمات خاص هتلداری با جلوه‌ای از فرهنگ رضوی

مدیرعامل مهمان سرای عباسی بیان کرد

قیمت خدمات متداول هتل‌ها در ایران بسیار ناچیز است

مهدیه شهسواری

از جمله دلایلی که در سودآوری هتل‌ها تأثیرات منفی به همراه داشته، کاهش قدرت خرید مردم و افزایش هزینه‌های هتلداری با بالا رفتن نرخ تورم و نوسانات ارزی است. در همین شرایط دولت نیز با فشارهای مالیاتی بد موقع، صنعت هتلداری را در تنگنای شدید مالی قرار داده و به عنوان مانعی جدی در مسیر بهبود خدمات رسانی هتل‌ها و رشد و ارتقای امکانات آن‌ها شده است. با توجه به این موضوع گفت‌وگویی با مجتبی آخوندی، مدیرعامل مهمان سرای عباسی متولد سال ۱۳۵۴ و دارای مدرک تحصیلی کارشناسی رشته مدیریت بیمه، کارشناسی ارشد رشته مدیریت مالی و دکتری مدیریت کسب و کار داشتیم. وی از سال ۱۳۷۴ به استخدام شرکت سهامی بیمه ایران در آمده و تاکنون مسئولیت‌های مختلفی در بیمه ایران داشته که از مهمترین آن‌ها می‌توان به ریاست شعبه دلیجان، شعبه گلپایگان، شعبه درود، شعبه بروجرد و مدیر کل استان خوزستان و استان اصفهان و مشاور مدیرعامل بیمه ایران اشاره کرد. مشروح این مصاحبه از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

۱۳۳۶ شروع شد و تا سال ۱۳۴۳ تحت نظارت مهندسان متبحر، معماران و نقش پردازان چیره‌دست اصفهانی به پایان رسید و بدین ترتیب، یکی از یادگارهای معماری عصر صفوی به هتلی نفیس مبدل شد. شایان ذکر است، این هتل دارای ۲۲۶ باب انواع اتاق و سوئیت‌های سنتی و مدرن، تالارهای چند منظوره کاملاً مجهز، با ظرفیت‌های مختلف از ۲۰ تا ۵۵۰ نفر، رستوران، کافی‌شاپ، چایخانه سنتی، روف لائز و مجموعه ورزشی است که با موقعیت ممتاز خود به دلیل قرار گرفتن در قلب مجموعه آثار تاریخی اصفهان و محور تاریخی چهارباغ عباسی ظرفیت منحصر به فردی را جهت اقامت گردشگران داخلی و خارجی و برگزاری همایش‌ها و رویدادهای ملی و بین‌المللی ارائه نموده و از ابتدای تأسیس تاکنون، پذیرای هزاران نفر از شخصیت‌های عالی‌رتبه ایرانی و خارجی، صدها هزار گردشگر خارجی و رویدادهای مهم بین‌المللی و ملی بوده است.

در زمینه خدمات رسانی به مسافران تاجرانده از تجهیزات مدرن در این هتل استفاده شده است؟

با توجه به قدمت هتل و نیاز مهمانان و در راستای مدرن‌سازی و استفاده از تجهیزات مدرن در عرصه خدمات رسانی به مسافران، با اتخاذ سیاست‌های اصولی در زمینه بازسازی و نوسازی تجهیزات و همچنین هوشمندسازی هتل، اقداماتی همچون به‌روزرسانی، ایجاد زیرساخت‌های لازم و جایگزینی تجهیزات قدیمی با تجهیزات مدرن در تمام قسمت‌های هتل عباسی در حال انجام بوده و در آینده نزدیک نیز شاهد مدرن‌سازی هتل به نحوی هستیم که با هتل‌های مدرن جهان قابل رقابت باشد.

با توجه به افزایش نرخ تورم و همچنین بالا رفتن هزینه خدمات هتل‌ها، بیشترین این هزینه‌ها به کدام بخش اختصاص دارد و چه راهکاری برای کاهش آن پیشنهاد می‌کنید؟



مهمان سرای عباسی از چه سالی و با چه هدفی فعالیت خود را آغاز کرد؟

این مهمان سرا از جمله کاروانسراهای احداث شده در دوره صفوی است که به نام کاروانسرای مادر شاه اصفهان نیز شناخته می‌شود. مهمان سرای عباسی در دوران شاه سلطان حسین (۱۱۳۵-۱۱۰۵ ه.ق) به امر مادر شاه در کنار چهارباغ و مجموعه باغ‌های سلطنتی احداث گردید و یادآور بزرگ همجوار به نام‌های «مدرسه چهارباغ» و «بازار هنر» به عنوان یکی از مظاهر برجسته هنر و معماری ایران زمین و شاهکار معماری اصفهان محسوب می‌شود. این بنا که با نفوذ هنر عصر صفوی به سبک چهار ایوانی بادو طبقه بنا در دور تادور باغ احداث شده است، پس از انقراض صفویه، به مرور زمان و تادوران پهلوی بافت و خیزهایی مواجه بود تا اینکه در سال ۱۳۳۶ ه.ش با تصمیم و هزینه شرکت سهامی بیمه ایران مقرر گردید که با حفظ اصالت بنا، به منظور پذیرایی و اقامت گردشگران داخلی و خارجی به هتلی ۵ ستاره تبدیل شود. پروژه مرمت و بازسازی مهمان سرا که از سال

بخش عمده هزینه‌های اداره یک هتل صرف نظر از سرمایه‌گذاری کلان اولیه، شامل هزینه‌های پرسنلی، اداری شامل آب و برق و گاز، ملزومات مصرفی مورد نیاز بخش خانه‌داری، هزینه‌های تعمیرات و نگهداری، تامین مواد اولیه غذایی و نوشیدنی و سایر هزینه‌های مشابه است. در هتل عباسی به دلیل مساحت و زیربنای بالای هتل، بافت تاریخی هتل و آثار هنری به کار رفته در آن که هر یک بر اساس سبک خاصی از تاریخ و معماری ایران اجرا شده، کلیه هزینه‌های هتل اعم از پرسنل و اداری از متوسط هتل‌های مشابه بالاتر بوده است. از طرفی، هزینه بالای نگهداری و مرمت آثار هنری موجود در هتل عباسی و نیز پرورش و نگهداری گونه‌های مختلف گیاهی، درختان میوه و تر تینی موجود در باغ هتل و ایجاد فضای سبز اطراف و مناسب در باغ که مخصوص این هتل بوده نیز رقم قابل توجهی را به خود اختصاص می‌دهد. از جمله راهکارهای اساسی برای کاهش هزینه‌ها و خنثی سازی افزایش نرخ تورم، صرف نظر از تغییر سیاست‌های متولیان گردشگری، سیاست گذاری اصولی در حوزه روابط بین المللی و تسهیل ورود توریست‌های خارجی، تامین زیرساخت‌های لازم در حوزه حمل و نقل مسافر، فرودگاه، پروازهای داخلی و خارجی و... و به قول معروف، تکمیل کلیه ظرفیت‌های اقامتی و پذیرایی تاسیسات گردشگری است. افزایش بهره‌وری نیروی انسانی، آموزش مستمر و مداوم نیروی انسانی و بهینه سازی مصرف انرژی نیز از دیگر اقدامات است. در این راستا می‌توان به مشارکت و همکاری مهمانان در جهت حفظ محیط زیست و شست و شوی کمتر حوله و ملحفه، استفاده از شیرهای چشمی هوشمند و شیرهای اهرمی و سردوشی‌های کم مصرف، استفاده از لامپ‌های کم مصرف LED، شیشه‌های دوجداره و استفاده از تجهیزات هوشمند جهت کنترل دما اشاره کرد.

یکی از موضوعات مهم در کنار خدمات رسانی مطلوب، استفاده از پرسنل کارآزموده است. هتل عباسی در این زمینه تا چه اندازه موفق بوده است؟

به دلیل عدم وجود مدارس حرفه‌ای هتلداری در کشور، صنعت هتلداری جهت تامین کادر مجرب حرفه‌ای و مورد نیاز خود در کلیه بخش‌های هتل با مشکلات فراوانی روبه‌رو است. هتل عباسی در تلاش است تا با تکیه بر سابقه بیش از ۶۰ سال فعالیت حرفه‌ای خود در صنعت هتلداری و با به کارگیری نیروهای ماهر و با استعداد، برگزاری دوره‌های تخصصی متعدد و مستمر، بهره‌گیری از تخصص و تجارب پیشکسوتان و مسئولان خود در بخش‌های مختلف هتل و همچنین مدرسان بنام کشور، کادری کاملاً حرفه‌ای و مجرب در بخش‌های مختلف جهت سرویس دهی مطلوب به مهمانان خود آماده و مهیا سازد.

هزینه‌های مالیاتی تا چه اندازه موجب فشار به صنعت هتلداری شده است؟

صنعت هتلداری در چند سال گذشته با تاثیرپذیری از اتفاقات و حوادث و رویدادهای مختلف سیاسی و شیوع و پروس کرونا و... با توقف فعالیت و با کاهش در آمد مواجه گردید که در نوع خود بی سابقه بود. در این شرایط که

دولت باید باتدوین و اجرای سیاست‌های حمایتی، شرایط را برای ادامه حیات و بقای هتل‌ها فراهم نماید، از یک طرف، شاهد افزایش میزان مالیات بر درآمد هتل‌ها هستیم و از سوی دیگر با وضع مالیات بر ارزش افزوده خدمات اقامت و پذیرایی هتل‌ها به ویژه هتل‌های ۵ ستاره، موجبات افزایش قیمت تمام شده این خدمات را فراهم کرده و این امر موجب کاهش قدرت خرید مهمانان و افزایش قیمت تمام شده خدمات هتل‌های ۴ و ۵ ستاره در یک سیر رقابتی شده است. به نظر می‌رسد دولت باید در راستای توسعه حمایت‌های خود از صنعت گردشگری و هتلداری، با اصلاح قوانین مالیاتی و از جمله حذف مالیات بر ارزش افزوده از خدمات هتل‌ها، این خدمات را برای اقشار مختلف جامعه مقرون به صرفه‌تر کرده و بدین ترتیب، رونق فعالیت هتل‌ها را فراهم نماید.

در قیاس با کشورهای خارجی، چه محدودیت‌هایی برای مسافران خارجی در استفاده از هتل‌های داخلی وجود دارد؟

در قیاس با کشورهای خارجی خدمات متداول هتل‌ها در ایران بسیار ناچیز است. هتل‌ها در ایران صرفاً اقامت، غذا و نوشیدنی‌های حلال را تامین می‌نمایند که البته در زمینه غذاهای حلال نیز با کمبودها و چالش‌های فراوانی روبه‌رو هستیم و طیف وسیعی از خدمات هتلداری که به لحاظ قانونی و شرعی در کشور مادر دسترس نیست، باعث محدود شدن انگیزه‌های سفر به کشور مان شده است.

به طور سالانه چند درصد از مسافران خارجی و داخلی از هتل عباسی اصفهان استفاده می‌کنند؟

هتل عباسی به عنوان یکی از هتل‌های ۵ ستاره تشریفاتی، سالانه میزبان جمع زیادی از مهمانان خارجی و داخلی است که به اصفهان سفر می‌کنند و عمده مهمانان خارجی و داخلی نیز به دلیل ویژگی‌های خاص و منحصر به فرد معماری، تاریخی و هنری هتل و کیفیت خدمات ارائه شده توسط پرسنل، تمایل دارند که در این هتل اقامت داشته باشند، اما به دلیل عدم دسترسی بنده به آمار توریست‌های خارجی و مهمانان داخلی که در یک سال گذشته به اصفهان سفر کرده‌اند، نمی‌توانیم با اطمینان در خصوص درصد مسافران خارجی و داخلی هتل اظهار نظر کرده و به این بسنده می‌کنم که

دولت باید در راستای توسعه حمایت‌های خود از صنعت گردشگری و هتلداری، با اصلاح قوانین مالیاتی و از جمله حذف مالیات بر ارزش افزوده از خدمات هتل‌ها، این خدمات را برای اقشار مختلف جامعه مقرون به صرفه‌تر کرده و بدین ترتیب، رونق فعالیت هتل‌ها را فراهم نماید



در سال ۱۴۰۲، ۶۳ درصد از مهمانان مقیم هتل ایرانی و ۳۷ درصد خارجی بوده‌اند، آمار چهار ماه اول سال ۱۴۰۳، این میزان شامل ۸۲ درصد مهمانان ایرانی و ۱۸ درصد مهمانان خارجی بوده است.

با توجه به آنکه سهام هتل عباسی متعلق به بیمه ایران است، این موضوع چه نقشی در اقبال بیمه گذاران نسبت به بیمه ایران داشته است؟

یکی از مهمترین فاکتورهای مورد نظر بیمه گذاران جهت انتخاب شرکت بیمه گر برای پوشش بیمه‌ای ریسک‌ها و سرمایه‌های آن‌ها، پشتوانه غنی مالی و دارایی شرکت بیمه گر و توانگری مالی در پرداخت خسارات احتمالی است؛ لذا با توجه به ارزش مادی و معنوی بسیار بالای هتل فاخر عباسی و اینکه این هتل به عنوان یکی از سرمایه گذاری‌های بیمه ایران در کنار سایر سرمایه گذاری‌های انجام شده در موضوعات مختلف اقتصادی، پشتوانه ایفای تعهدات شرکت بیمه ایران خواهد بود، بیمه گذاران با خیال آسوده بیمه ایران را جهت خرید انواع بیمه انتخاب می‌کنند.

در حال حاضر تخصیص کدام مشوق‌ها به هتلداران به تحقق اهداف آن‌ها در جذب مسافر کمک می‌کند؟

به نظر می‌رسد، تخصیص یارانه‌های حمایتی شامل معافیت یا کاهش درصد مالیات بر ارزش افزوده و مالیات بر درآمد هتل‌ها، تعدیل تعرفه آب، برق و گاز مصرفی، تخفیف بیمه تامین اجتماعی کارکنان شاغل در هتل‌ها، اختصاص یارانه به پرواز مسافران خارجی جهت جذب هرچه بیشتر توریست و وام‌های بلندمدت با دوره تنفس بالا به هتل‌ها است. این یارانه‌ها در مجموع باعث کاهش هزینه‌های سربار هتل‌ها و در نهایت، کاهش هزینه اقامت و پذیرایی شده که جذابیت نرخ‌ها و افزایش مسافران هتل‌ها را بالا خواهد برد. البته باید گفت، هتل‌ها معمولاً متناسب با شرایط High season و Low season تخفیف‌هایی را ارائه می‌کنند تا مهمانان بتوانند متناسب با بودجه خود برای مسافرت، زمان مناسبی را برای سفر خود تنظیم و هزینه‌های خود از جمله هزینه اقامت را مدیریت کنند.

ضریب اشتغال زایی صنعت هتلداری چه میزان است؟ در حالی که بر اساس گزارش منتشر شده توسط سازمان بین‌المللی کار



در دوم آوریل ۲۰۰۱ بخش هتلداری، کترینگ و تور یسم ۳ تا ۴ درصد از تولید ناخالص جهانی و به طور تقریبی ۳ درصد اشتغال نیروی کار در جهان را به خود اختصاص داده، آمار کشور ماصنعت هتلداری با توجه به پایین بودن ضریب اشتغال اتاق‌های خود و تعدیل نیروی کار هتل‌ها بعید است که به ضریب ۳ درصد دست یابد. در سال‌های اخیر با توجه به کاهش تعداد گردشگران خارجی به دلیل پیل مختلف و همچنین کاهش گردشگران داخلی به دلیل افزایش هزینه‌ها و کاهش قدرت خرید مردم، ظرفیت هتل‌های اصفهان و به ویژه هتل عباسی به جز ایام خاص در بقیه ایام سال مشکلی جهت جذب کامل مسافران نداشته است.

از طریق چه سیاست‌هایی می‌توان بین صنعت بیمه و گردشگری ارتباط برقرار کرد؟

صنعت بیمه به عنوان پشتیبان و حامی فعالیت‌های مختلف صنعتی، تولیدی و خدماتی و در عین حال تامین کننده مالی سرمایه گذاری‌های اقتصادی، می‌تواند در توسعه صنعت گردشگری نقش موثری ایفا نماید. شرکت‌های بیمه با بر خور داری از منابع بالای حاصل از فروش بیمه نامه می‌توانند مستقیماً یا با واسطه شرکت‌های سرمایه گذاری زیر مجموعه خود و یا خرید سهام شرکت‌های حاضر در بازار سرمایه، با تامین مالی فعالیت‌های گردشگری از جمله سرمایه گذاری در احداث یا مدیریت تأسیسات گردشگری به رونق این بخش کمک نمایند. از طرفی، شرکت‌های بیمه می‌توانند ارائه پوشش‌های مناسب بیمه‌ای از سرمایه گذاری‌های انجام شده در این بخش در مقابل خطرات طبیعی (صاعقه، سیل و زلزله و طوفان و...)، خطرات غیر طبیعی (آتش سوزی، انفجار، سرقت و...) و مسئولیت فعالان این صنعت در مقابل مهمانان و استفاده کنندگان از خدمات واحدهای اقامتی و گردشگری، حمایت کرده و ضمن جبران خسارت‌های وارده، اطمینان خاطر بیشتری را برای سرمایه گذاری فعالان این صنعت ایجاد نمایند. علاوه بر این، شرکت‌های بیمه با بیمه کردن مسافران داخلی و خارجی در قالب بیمه‌های عمر و حوادث، درمان، ایرها و مسافران عازم خارج از کشور و همچنین بیمه کردن بار مسافران و... موجب اطمینان بخشی به آحاد جامعه و مسافران خارجی و نهایتاً توسعه گردشگری خواهند شد. ■

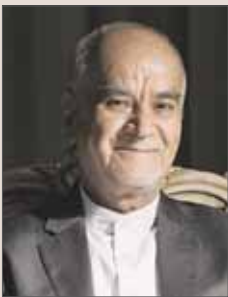


رئیس هیات مدیره گروه هتل‌های درویشی

ارایه خدمات خاص هتلداری با جلوه‌ای از فرهنگ رضوی

عارف فغانی

مطابق با گزارش‌های آماری سالانه، مشهد مقدس به دلیل سفرهای مستمر زیارتی از داخل و خارج کشور، یکی از گردشگریزترین شهرهای ایران به‌شمار می‌آید؛ بنابراین طبیعی است که صنعت هتلداری و ارتقاء آن از اهمیت زیادی برخوردار باشد. اصغر درویشی، رئیس هیات مدیره گروه هتل‌های درویشی، یکی از چهره‌های شناخته‌شده صنعت هتلداری در مشهد به‌شمار می‌آید که سابقه احداث و راه‌اندازی هتل مجلل درویشی و هتل رُز درویشی را در کارنامه دارد. مشروح گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با این فعال صنعت گردشگری را از نظر می‌گذرانید.



هتل درویشی مشهد از چه سالی آغاز به کار کرد و مهمترین ویژگی‌هایی که این هتل را از سایر هتل‌ها متمایز می‌کند، چیست؟

ساخت هتل درویشی از سال ۱۳۸۵ آغاز شد و در سال ۱۳۹۰ به بهره‌برداری رسید. از ابتدا تلاش همکاران، ارائه خدمتی در تراز عالی برای زائران و گردشگران بود، بر این اساس بهترین طراحی، باکیفیت‌ترین ساخت و مناسب‌ترین لوازم و تجهیزات برای رفاه و آسایش مسافران در نظر گرفته شد. رضایت‌مندی مسافران و استقبال چندین ساله از این هتل، دلگرمی و پشتوانه‌ای قابل قبول و تأییدی بر انتخاب استراتژی مطلوب این هتل در خدمات‌دهی است. مهمترین ویژگی این هتل، ارائه خدمات در تراز عالی برای گردشگران و زائران است و خط مشی فعالیت آن نیز، بهبود و افزایش سطح خدمات به صورت مستمر با بهره‌گیری از به‌روزترین روش‌ها و شیوه‌های هتل‌داری است.

این هتل یکی از مجلل‌ترین و در عین حال گران‌ترین هتل‌های ایران است. این موضوع چه تأثیری در سهم بازار و پذیرش گردشگر گذاشته است؟

با توجه به نیازهای متنوع و مختلف گردشگران و مسافران شهر مشهد و لزوم پاسخ‌گویی به این نیازمندی‌ها، پس از بررسی و مطالعات میدانی و تجربه دست‌اندرکاران، مقرر شد تا برای مسافران خدمات ویژه‌ای طراحی و ارائه شود؛ لذا با توجه به این خدمات ویژه، سهم هتل درویشی از بازار گردشگری همواره قابل قبول بوده و استفاده‌کنندگان در مقایسه خدمات ارائه‌شده با قیمت‌ها، رضایت نسبی دارند. استقبال و تقاضای پذیرش و همچنین متوسط سطح اشغال در سنوات گذشته نیز، گواهی بر این مدعا است.

با توجه به حجم سفرها به مشهد در ایام مختلف سال، آیا این موضوع بر اشغال هتل در فصل‌های گوناگون تأثیر می‌گذارد؟

بدیهی است که پذیرش گردشگر در مقاطع پرتقاضا و کم‌تقاضا متفاوت است و در ایام پرتقاضا، معمولاً درصد اشغال هتل‌ها بیشتر می‌شود، اما با توجه به ویژگی‌های خاص هتل درویشی در ارائه خدمات هتلی و پذیرایی، این موضوع به نسبت دیگر هتل‌ها تأثیر کمتری در پذیرش گردشگران و مسافران در این هتل دارد.

یکی از کارکردهای مراکز اقامتی، معرفی فرهنگ بومی منطقه است. هتل درویشی در این زمینه چه اقداماتی را در دستور کار خود قرار داده است؟

با توجه به میزبانی زائران حضرت امام رضا (ع)، هتل درویشی اهتمام خود را برای ترویج و ارتقای فرهنگ رضوی و جلوه بخشیدن به آن در ارائه خدمات ارزنده و خاص به نمایش گذاشته و در این مسیر با بهره‌گیری از افراد متخصص در زمینه پذیرایی، توانسته این فرهنگ سنتی را با صنعت هتل‌داری تلفیق کند.

آیا برنامه مشخصی برای توسعه فیزیکی خدمات و پذیرایی و بهبود آن تدوین شده است؟

بله، یکی از برنامه‌ها، توسعه فیزیکی و افزایش خدمات پذیرایی و ایجاد مجموعه‌های جدید است. فاز یک این برنامه با راه‌اندازی هتل دوم در فلکه آب اجرایی شده و به دنبال فرصت‌های سرمایه‌گذاری مناسب دیگر برای افزایش خدمات در این شهر مقدس هستیم. همچنین از دیگر مولفه‌های اصلی در برنامه‌های ارتقای جایگاه هتل درویشی، می‌توان به روزآمد کردن دانش میزبانان با بهره‌گیری از شیوه‌های نوین آموزشی، استفاده از تجهیزات و امکانات به‌روز، بهره‌گیری از فناوری اطلاعات در ارتباط با مشتریان اشاره کرد. ■



مدیرعامل تعاونی گردشگری کشور تاکید کرد

توسعه صنعت گردشگری راه نجات اقتصاد ایران

مینا افتخاری

خانم بهاره حبیبزاده، مدیرعامل تعاونی گردشگری کشور، دارنده مدرک DBA گردشگری و هم‌بنیان‌گذار تنها تعاونی تامین نیاز صنعت گردشگری کشور است. وی رئیس هیأت مدیره آژانس ابرش پرواز آریایی سهامدار عمده شرکت «آسان مسیر پاسارگاد» یا برند گردشگری «آسان» در حوزه تسهیلات سفر است و در حوزه‌های مختلف کارآفرینی بانوان نیز فعالیت داشته و در حال حاضر نیز ضمن در اختیار داشتن مسئولیت کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران و ونزوئلا، شرکتی را با نام رزم‌تور راه‌اندازی کرده که در زمینه گردشگری سلامت فعالیت دارد. حبیبزاده، از حدود سال ۱۳۸۱ در صنعت گردشگری مشغول به فعالیت بوده و به گفته خود، این حرفه را مانند همه دوستان از طریق کارآموزی و یادگیری اصول گردشگری شروع کرده است. به منظور آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این بانوی پر تلاش و همچنین اقدامات انجام‌شده در تعاونی گردشگری ایران گفت‌وگویی با وی انجام داده‌ایم که مشروح آن از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

سید محصول گردشگری بهره‌مند کنیم. از دیگر فعالیت‌های این تعاونی می‌توان به سرمایه‌گذاری در حوزه آموزش، حوزه چارتر پروازهای داخلی و خارجی، گارانتی هتل و برنامه‌ریزی کلان در حوزه‌های گردشگری اشاره کرد.

به منظور ایجاد سیستم آموزشی کارآمد چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

یکی از اقدامات مهم تعاونی گردشگری ایران، توجه به بحث آموزش است. متأسفانه یکی از عمده مشکلات ما در صنعت گردشگری، نبود سیستم آموزشی کارآمد می‌باشد. در کشور آموزشگاه‌های مجوزدار زیادی وجود دارد و بسیاری از حوزه‌های آموزشی در دانشگاه تدریس می‌شود، اما زمانی که این فعالان وارد بازار کسب و کار می‌شوند، تازه متوجه می‌شوند که هیچ کدام از آنچه در موسسات و آموزشگاه‌ها در حوزه گردشگری آموزش دیده‌اند، به کارشان نمی‌آید و در واقع به عنوان یک شخص ناآگاه در خصوص اینکه «گردشگری چیست» اطلاعات کمی دارند. بر همین اساس، سلسله آموزش‌هایی را برای افراد علاقه‌مند به فعالیت در صنعت گردشگری داده‌ایم. همه فعالان صنعت گردشگری، نیاز به بازآموزی و افزایش توانمندی‌های خود دارند. البته برای مدیران این صنعت نیز، آموزش‌هایی در قالب تعاونی گردشگری در زمینه‌های مختلف مانند قوانین و مقررات حاکم بر تامین اجتماعی، قوانین بین الملل، اداره مالیات و ارزش افزوده و عمده آموزش‌هایی که مدیران صنعت گردشگری برای اصلاح امور شرکت‌شان و یا افزایش میزان بهره‌وری خود به آن نیاز دارند، داده شده است.

چه تعداد شرکت گردشگری در این تعاونی عضو هستند و چه خدماتی به آن‌ها ارائه می‌شود؟

همان‌طور که گفتیم، حدود یک‌صد شرکت در سراسر ایران عضو تعاونی گردشگری هستند و یکی از عمده خدماتی که دریافت می‌کنند، در حوزه



مهمترین فعالیت تعاونی گردشگری ایران در چه زمینه‌ای است و چه هدفی را دنبال می‌کند؟

این تعاونی تنها تعاونی تامین نیاز گردشگری کشور است که در اسفندماه ۱۳۹۷ تاسیس شده و ضمن ورود به همه بخش‌های ضروری، در تلاش است تا به اکثر نیازهای آن پاسخ دهد. تعاونی گردشگری ایران طی سه سال گذشته حضور فعالی در حوزه گردشگری داشته و در راستای هم‌افزایی و ایجاد تعامل سازنده بخش‌های مختلف گردشگری کشور، هم‌اکنون حدود یک‌صد سهامدار در کل کشور دارد که همگی دارای مجوز گردشگری در زمینه‌های هتل، بومگردی و آژانس هواپیمایی یا ایرلاین و هر آنچه که در حوزه مسائل مرتبط با گردشگری باشد، هستند. در همین راستا در نظر داریم، با استفاده از پتانسیل فعالان صنعت گردشگری، اهداف گروهی را با هدف ایجاد هم‌افزایی و همچنین بهره‌مندی فعالان این صنعت که از مرکز، رانت‌ها و از امکاناتی که بعضاً در کنار ثروت ایجاد شده، دور هستند، اما پتانسیل گردشگری دارند، از

آموزش جهت افزایش توانمندی و آگاهی از قوانین و مقررات، به منظور جلوگیری از ضرر و زیان‌های ناشی از عدم آگاهی آنان است. در واقع فضایی را فراهم کرده‌ایم تا شرکتهایی که به تنهایی امکان دسترسی به یک سری از محصولات گردشگری که احتیاج به سرمایه سنگین و یار تبادلات گسترده دارد را ندارند، بتوانند از طریق تعاونی به آن‌ها متصل شوند و از سود حاصله، بهره‌مند شوند. متأسفانه حدود ۸۰ درصد درآمد صنعت گردشگری کشور مربوط به ۱۰ درصد فعالان این صنعت است و این در کشوری که مادی‌های عدالت داریم، عادلانه نیست. یکی از اهداف تعاونی گردشگری ایران که امیدواریم محقق شود، این است که بتوانیم با جذب آن ۱۰ درصد در این تعاونی، درصدی از درآمد حاصله آن‌ها را به صنعت گردشگری رابین ۹۰ درصد دیگر تقسیم کنیم.

در حال حاضر حلقه مفقوده گردشگری ایران را در چه چیزی می‌بینید؟

به اعتقاد بنده، حلقه مفقوده صنعت گردشگری کشور، عدم باور دولت نسبت به گردشگری است که توجه به آن، می‌توانست منجر به اصلاح سیاست‌گذاری و تسهیل در رونق گردشگری شود. شعارهای زیادی در خصوص گردشگری داریم، اما در عمل، این باور در دولت بسیار کم‌رنگ است. اگر دولت باور داشته باشد که صنعت گردشگری می‌تواند جایگزینی برای درآمدهای نفتی باشد، در آن صورت شاهد حمایت‌های جدی از سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری خواهیم بود، در غیر این صورت هیچ‌گاه سرمایه‌گذاری‌های عمده در صنعت گردشگری کشور اتفاق نمی‌افتد. به عنوان مثال، کشورهایی مانند ترکیه و امارات متحده عربی با تکیه بر صنعت گردشگری خود، ایجاد یک رونق اقتصادی روبه‌رشد و ایجاد امنیت برای سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری، حجم زیادی از سرمایه‌ها را جذب کرده‌اند و به برنامه‌های مورد نظر خود نزدیک شده‌اند.

به نظر شما مهمترین دلیل عدم سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری ایران چیست؟

به نظر من، عدم سرمایه‌گذاری، همیشه ناشی از وجود ترس و عدم اطمینان از بازگشت سرمایه است. صنعت گردشگری متأثر از متغیرهای زیادی است و کوچک‌ترین موضوعی که به لحاظ اجتماعی، اقتصادی، بهداشتی، سیاسی، جامعه‌شناسی و حتی موارد مرتبط با مسائل جوی و آب‌وهوایی و... بر صنعت گردشگری هر کشوری تأثیر گذار است. این باور باید وجود داشته باشد که صنعت گردشگری راه نجات اقتصاد کشور است. دولت باید این باور را داشته باشد که با تکیه بر صنعت گردشگری می‌تواند شرایط اشتغال، رشد اقتصادی، ارتباط با دنیا و بسیاری از عوامل دیگر را تسهیل کند که دستیابی به آن، نیازمند حمایت دولت از فعالان این صنعت است. موضوع دیگر، عدم دانش فنی روز دنیا است که متأسفانه صنعت گردشگری از این موضوع غافل مانده است. از طرفی، نداشتن الگوی درست در گردشگری کاملاً قابل مشاهده است. با بررسی روند روبه‌رشد کشورهای منطقه در حوزه گردشگری، در خواهیم یافت که آن‌ها برای توسعه این صنعت در کشور خود، الگوهای دارند که ما نداریم. از دیگر دلایل عدم سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری ایران می‌توان به عدم برنامه‌ریزی بلندمدت و کوتاه‌مدت، نداشتن یک ویژن (نگاه) کارشناسی شده نسبت به

آینده گردشگری و توسعه آن در کشور، عدم آگاهی کافی مدیران صنعت گردشگری، نبود متخصصان و کارشناسان خبره و... اشاره کرد که در چنین شرایطی، امید به اینکه شاید صنعت گردشگری کشور مان در ۱۰۰ سال آینده به جایگاه قابل قبولی دست پیدا کند، بی‌هوده است.

ایران در حوزه گردشگری چه جایگاهی در بین دیگر کشورها دارد؟

با توجه به برخورداری از تمدن ۲۵۰۰ ساله، داشتن پتانسیل وسیع طبیعی و زیرساختی به لحاظ آب و هوایی، صنعتی، معدنی، دریایی و... در بین کشورهای دیگر هیچ جایگاهی نداریم که در شان ایران و ایرانی باشد. در مقابل کشورهای همسایه، هیچ حرفی برای گفتن نداریم. به عنوان مثال، کشوری مانند ترکیه به هدف خود که جزو چهار مقصد برتر دنیا باشد، رسیده و یا کشوری مانند امارات، از برنامه مورد نظر خود نیز جلو تر است. از طرفی، عربستان از سال ۲۰۱۹ تاکنون با پذیرش ۲۰ میلیون گردشگر، به آنچه که جزو برنامه‌ریزی‌هایش بوده رسیده است. متأسفانه هیچ برنامه مدونی برای توسعه صنعت گردشگری کشور وجود ندارد و بعید میدانم که در سال‌های آینده هم به آن دست پیدا کنیم.

یکی از راه‌های افزایش درآمد کشور، گردشگری سلامت است و به اعتقاد برخی از کارشناسان، نبود گفت‌وگو سازنده بین وزارت گردشگری و بهداشت دلیل نیامدن گردشگر سلامت به ایران است. در این خصوص چه نظری دارید؟

این حوزه یکی از راه‌های کسب درآمد بسیاری از کشورهای دنیا است. ایران به دلیل ارزان بودن می‌تواند به عنوان یکی از مقاصد جذاب گردشگران سلامت تبدیل شود. نکته بعدی اینکه، در برهه‌ای از زمان نیروها و پزشکان متخصص زیادی در خیلی از حوزه‌های مختلف درمان در دنیا داشتیم، اما در حال حاضر بسیاری از این افراد در حال مهاجرت به کشورهای مثل عمان هستند که برای آنان امکانات بیشتری را فراهم می‌کند که این موضوع به یکی از معضلات گردشگری سلامت کشورمان تبدیل شده است. مساله دیگر، به عدم ارتباط بین وزارتخانه‌های گردشگری و بهداشت باز می‌گردد. هنوز مشخص نیست که متولی اصلی گردشگری سلامت کدام یک از این وزارتخانه‌ها است. بعضاً پیش می‌آید که وزارت گردشگری مسائل مرتبط با حوزه گردشگری سلامت را پیگیری می‌کند و در بعضی موارد نیز وزارت بهداشت به آن ورود می‌کند، بر همین اساس به نتایج مثبتی در این حوزه نرسیده‌ایم. موضوع دیگر، نداشتن زیرساخت‌های فنی در حوزه گردشگری سلامت است. به عنوان مثال، در این حوزه بر بستر آبی به زبان‌های مختلف دنیا تولید محتوای بسیار کمی نسبت به ظرفیت‌مان داریم. مادر زمینه مسائل فنی، تکنیکالی و تجهیزات پزشکی، از کشورهایی مانند ترکیه که به دنبال استفاده از ظرفیت گردشگری سلامت خود هستند، فاصله زیادی داریم. از سوی دیگر، در خصوص برخورداری از اقامتگاه و همچنین محل نگهداری از بیماران در دوران نقاهت، قبل و بعد از عمل‌های جراحی‌شان، متأسفانه فضا، هتل و مراکز اقامتگاهی استاندارد که برای این موضوع طراحی شده باشند، نداریم یا بعضاً بسیار کم داریم. عدم برخورداری از نیروی کار تعلیم‌دیده و نداشتن ساز و کار قانونی از دیگر مواردی است که به

دولت باید این باور را داشته باشد که با تکیه بر صنعت گردشگری می‌تواند شرایط اشتغال، رشد اقتصادی، ارتباط با دنیا و بسیاری از عوامل دیگر را تسهیل کند

اگر دولت باور داشته باشد که صنعت گردشگری می تواند جایگزینی برای درآمدهای نفتی باشد، در آن صورت شاهد حمایت های جدی از سرمایه گذاران در حوزه گردشگری خواهیم بود

گردشگری سلامت آسیب زده است. برای مثال، درست است که ویزایی به نام «ویزای گردشگری سلامت» طراحی شده، اما از چند درصد از کسانی که برای درمان خود وارد کشور می شوند، پرسیده می شود که آیا ویزای سلامت گردشگری دارند یا خیر؟ موضوع قابل توجه اینکه درصد زیادی از گردشگران سلامت از مرزهای زمینی وارد کشور شدند و متأسفانه به دلیل حضور دلال ها در این حوزه و بعضاً به دلیل عدم کارشناسی و نداشتن اطلاعات و دانش کافی، گردشگران سلامت را به مراکزی ارجاع دادند که آن طور که باید به آنان رسیدگی نشد و همین موضوع باعث می شود تا خاطره های نامطلوب در ذهن آنان باقی بگذارد. در نهایت، همه موارد مطرح شده، دست به دست هم داده تا گردشگری سلامت کشورمان از خیلی از کشورهای دیگر عقب بماند.

تعاونی گردشگری ایران به منظور رشد و توسعه صنعت گردشگری کشور چه تدابیری اتخاذ کرده است؟

این تعاونی برای اولین بار، ایجاد باور به فعالیت، کار گروهی و تلاش به تداوم آن را بین فعالان صنعت گردشگری به وجود آورده است. یکی از موضوعات، عدم توجه به حوزه تعاون است. این حوزه برخلاف همه تلاش هایی که دولت انجام می دهد، متأسفانه بسیار مغفول مانده و هر چند وقت یک بار هم می شنویم که مثلاً حمایت های دولتی و خصوصی در این حوزه در حال شکل گیری است و امکانات متفاوتی به آن می دهند. در بند و ماده های قانونی می بینیم که مزیت هایی برای حوزه تعاون در نظر گرفته اند، اما در واقع زمانی که وارد حوزه فعالیت می شویم، می بینیم که دسترسی به این امکانات و افعال برای نود درصد تعاونی ها امکان پذیر نیست؛ چون بعضاً برای دریافت تسهیلات، باید در دادن ضمانت نامه ها، تضامین پرداخت و... شرایط خاصی را در نظر بگیرد که این امر واقعاً برای همه قابل استفاده نیست. در واقع تعاونی هایی به راحتی می توانند از این تسهیلات بهره مند شوند که تحت پوشش حمایت های دولتی فعالیت می کنند و یا تعاونی هایی که از لحاظ مالی سرمایه های عظیمی دارند. آرزو نگاه ما این است که تعاونی گردشگری ایران نقش به سزایی در توسعه گردشگری کشور داشته باشد و از پتانسیل نیروهایی که در حال حاضر در صنعت گردشگری فعالیت می کنند، به بهترین نحو استفاده و با دادن دانش فنی، کمک و ایجاد ارتباط با واحدهای دولتی و یا سرمایه گذاری های عمده، افزایش بهره وری برای آنان ایجاد کند. تعاونی گردشگری ایران امیدوار است، با ایجاد ثروت از تعطیلی دفاتر و واحدهای گردشگری جلوگیری کند و باعث کاهش نیروی بیکار جامعه شود.

به گفته برخی از کارشناسان، توجه ویژه به صنعت گردشگری باعث درآمدزایی همانند درآمدهای نفتی می شود. این موضوع را چگونه تحلیل می کنید؟

این موضوع یک اصل ثابت شده در دنیا است. بسیاری از کشورهایی که نه ذخایر نفتی، معدنی و نه نقش اقتصادی خیلی پررنگی در صادرات و واردات شان دارند، با تاکید بر صنعت گردشگری و با ایجاد جاذبه های گردشگری باعث رشد اقتصادی کشورشان شدند. بسیاری از کشورها هستند که فی نفسه جاذبه گردشگری ندارند، اما با ایجاد جاذبه های دست ساز اقتصاد کشورشان را نجات دادند. کشورهایی هم هستند که

حتی نتوانسته اند جاذبه های گردشگری دست ساز را ایجاد کنند و با تاکید بر محرومیت شان جاذبه گردشگری ایجاد و از آن بهره می برند. در دنیایی که در بعضی از کشورهای توسعه یافته بحث سفر به منظومه شمسی مطرح است و این سفر را نیز که شاید به زودی محقق نگردد را جاذبه گردشگری تلقی می کنند، اما در ایران که سرشار از جاذبه های طبیعی، تاریخی و فرهنگی است، ما هنوز از یک صدم لیاقت مان از گردشگری بهره ای نبرده ایم. البته ناگفته نماند، دستیابی به این مهم که گردشگری جزو صنایع مهم کشور شود، نیازمند نگاه متفاوت و ویژه دولت و حاکمیت به صنعت گردشگری است. بنده باز هم تاکید می کنم که نداشتن برنامه مدون برای صنعت گردشگری کشور، پاشنه آشیل ما است و تا زمانی که این برنامه را نداشته باشیم، هیچ کدام از شعارها و صحبت ها عملی نخواهد شد.

صنعت گردشگری می تواند محور اصلی برای درآمد و اشتغال هر کشوری باشد و آمارها نشان می دهند که در هیچ فعالیتی به اندازه صنعت گردشگری نمی توان به ایجاد شغل امید بست. وضعیت اشتغال زایی کشور در صنعت گردشگری را چگونه ارزیابی می کنید؟

صنعت گردشگری یک صنعت فراصنعتی است. زمانی که شما در رابطه با گردشگری صحبت می کنید، طبیعتاً صنایع متعددی مانند غذا، حمل و نقل، درمان، بیمه، تولید میل، پوشاک، برق و... را تحت تاثیر قرار می دهد. ورود یک گردشگر، از پروسه خرید کردن تور خود، چندین نفر در حوزه های مختلف از آی تی گرفته تا نیروهای پشتیبانی را درگیر می کند. رونق صنعت گردشگری در هر کشور، می تواند باییش از ۷۰ درصد بیکاری یک کشور مقابله کند. راه نجات بیکاری در کشور رشد صنعت گردشگری آن است. اگر چه که ۷۰ درصد از شاغلان صنعت گردشگری را بانوان تشکیل می دهند، اما متأسفانه تنها ۱۰ درصد از این تعداد در قسمت های کلان مدیریتی حضور دارند و این موضوع بسیار ناخوشایندی است. امروز صنعت گردشگری نیازمند توجه ویژه به مخاطبان است و این امر نیز اصولاً از بستر زنان صورت می گیرد که دارای مشخصاتی مانند نکته سنجی، ریزبینی، پیگیری های مکرر و درک متقابل از شرایط مخاطبان هستند. با توجه به این موضوع جدا از بخش حمل و نقل که عمدتاً به مردان اختصاص دارد، خدمات گیرندگان در حوزه گردشگری چه در حوزه هوانوردی، فروش، پشتیبانی، هتلداری و خصوصاً آژانس های مسافرتی بیشتر با زنان روبه رو هستند.

و سخن آخر...

رشد صنعت گردشگری، اقتصاد کشور را بدون اتکاء به نفت در آینده ای نزدیک نجات خواهد داد و این امر زمانی اتفاق می افتد که باور به این امر در دولت مردان ایجاد شود و برای تدوین یک برنامه کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت به منظور بهبود شرایط آینده صنعت گردشگری تصمیم گیری کرده و با کمک بازوهای شرکت های خصوصی و دولتی به خصوص بخش تعاون با وجود گستردگی ذی نفعان آن، به رشد صنعت گردشگری کشور کمک کنند. ■

گفت و گوی اختصاصی با مهندس داوود سعدی

در این بخش می‌خوانیم:

- لجستیک کشتی بدون ناخدا
- آفریقا بهترین گزینه برای توسعه بازار است

مدیرعامل و رییس هیات مدیره مرکز تجاری ایران در تانزانیا

آفریقا بهترین گزینه برای توسعه بازار است

ثمانه نادری

تانزانیا همچون ستاره‌ای درخشان و با درآمد متوسط در آفریقا دارای میانگین ۷ درصد رشد اقتصادی در طول دهه گذشته بوده است. جمعیت این کشور حدوداً ۶۰ میلیون نفر است که اکثراً جوان و از نظر اقتصادی فعال هستند. تانزانیا از طریق اقیانوس هند قابل دسترسی بوده و اصلی‌ترین مقصد برای تامین کالا برای ۶ کشور اطراف به شمار می‌آید که به دریا راه ندارند. همچنین این کشور امکان دسترسی به بازار بزرگی در حدود ۱۷۷ میلیون نفر در شرق آفریقا و حدود ۳۵۰ میلیون نفر در منطقه (جامعه توسعه جنوب آفریقا SADC) را دارد. برای بررسی بیشتر فرصت‌های تجاری این کشور، گفت‌وگویی با سید راند موسوی، مدیرعامل و رییس هیات مدیره مرکز تجاری ایران در تانزانیا انجام داده‌ایم که مشروح آن از نظر مخاطبان ارجمند می‌گذرد.

به آفریقا سرزمین فرصت‌های گویند، چراکه منطقه‌ای رو به رشد در دنیا است و مزیت عقب ماندگی برای افراد متمایل به کار و فعالیت دارد. فرآیند رشد در آفریقا خیلی بالا است و همین موضوع نیاز بازار را به فناوری و کالا افزایش می‌دهد. از طرفی دیگر، از آنجایی که دولت‌های آفریقا در صدد جبران عقب افتادگی‌ها هستند، از هر سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصادی استقبال کرده و به خاطر بکر بودن بازار، کمتر بی‌زی‌نس و فعالیتی در آنجا با شکست مواجه می‌شود. مرکز تجاری ایران و تانزانیا به عنوان یک تسهیل‌گر سهم به‌سزایی در ورود سرمایه‌گذاران به منطقه آفریقا به خصوص تانزانیا داشته است.

کدام یک از مناطق آفریقا جذابیت بیشتری برای سرمایه‌گذاری دارد؟

یکی از مناطق جذاب آفریقا برای سرمایه‌گذاری، شرق آن است که هم به مانزدیک است و هم به دلیل اتصال مستقیم خط کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران به کنیا و تانزانیا و قیمت مناسب کانتینرها، مساله‌ای در حمل و نقل ندارد. از سوی دیگر، در اطراف کشور تانزانیا ۶ کشور رواندا، زامبیا، اوگاندا، رواندا، بوروندی و کنگو وجود دارد که دسترسی آن‌ها به آب‌های آزاد از طریق تانزانیا است؛ یعنی به هر کالای مورد نیاز خود در این کشور دسترسی دارند و همین موارد، مزیت‌های اقتصادی در این منطقه را ایجاد می‌کند. علاوه بر این، به دلیل آنکه هزار سال پیش ساکنان این منطقه از اهالی شیراز بوده‌اند، قرابت‌های فرهنگی زیادی هم با تانزانیا داریم و خاطره خیلی خوبی از ایرانی و ایرانی در آنجا وجود دارد. از طرفی، نیمی از جمعیت تانزانیا مسلمان و نیمی مسیحی است و به‌طور کل، فضای فرهنگی و اجتماعی در جهت استقبال از کالاهای ایرانی برقرار است.

برای صادرات کالا به تانزانیا چقدر ظرفیت وجود دارد؟

اگر چه کشورهای آفریقایی تا حدی به سمت تولید پیش رفته‌اند، اما همه مصرف‌کننده هستند، به همین دلیل هر کالایی در آنجا، بازار خود را دارد. البته ما دو کشور چین و هند را به عنوان رقیب خیلی مطرح در آنجا داریم که بازار را تصاحب کرده و به‌جز محصولات و مشتقات نفتی در زمینه سایر کالاها با ما به شدت رقابت می‌کنند. با این حال فضای کاری باز است و اگر کسی وارد بازار خرده‌فروشی شود، سود خیلی خوبی در آن بازار به دست خواهد آورد. برای شرکت‌های ایرانی نیز فضای مناسبی فراهم است، اما این شرکت‌ها ورود به بازار آفریقا را تا حدی دارای ریسک قلمداد کرده و همین موضوع در کنار دید منفی نسبت به آفریقا که معمولاً آن را کثیف و



مرکز تجاری ایران در تانزانیا با چه هدفی و چگونه تاسیس شد؟

سازمان توسعه تجارت به شرکت‌هایی که برای مدتی در یکی از کشورها فعالیت کرده و راه و چاه آنجا را یاد گرفته‌اند، به عنوان مرکز تجاری مجوز می‌دهد. این شرکت‌ها در حقیقت به عنوان بازوی بخش خصوصی در آن کشور در بخش تجارت، سرمایه‌گذاری و زمینه‌های مختلف هستند. این مرکز نیز پیرو این اهداف پس از دریافت مجوز تاسیس از سازمان توسعه تجارت، در شهر دارالسلام مستقر شده و حدود سه سال هم از فعالیت آن می‌گذرد. مرکز تجاری ایران در تانزانیا تنها مرکز تجاری ایران در این کشور است و نمایشگاه شوروم کالای ایرانی را در آنجا دایر کرده است. به‌طور کل رسالت این مرکز: تسهیل‌گری موضوع صادرات، سرمایه‌گذاری و تامین مواد اولیه برای شرکت‌های ایرانی در تانزانیا است. این مرکز تجاری کارآمد به تنهایی تمام مراحل مورد نیاز برای تأییدیه، مجوزها و کلیه مدارک مورد نیاز را پشتیبانی کرده و با تسهیل فرایندها در زمان و منابع مورد نیاز برای ایجاد تجارت در تانزانیا نیز صرفه‌جویی می‌کند.

منطقه تانزانیا را با چه هدفی انتخاب کردید و تا چه میزان به اهداف تعیین شده در تاسیس این مرکز تجاری دست پیدا کرده‌اید؟



بیش از ۴۴ میلیون هکتار زمین قابل کشت در تانزانیا موجود و فقط ۳۳ درصد از آن هکتار زیر کشت است. به طور کل آفریقا در شمار مناطق استوایی قرار گرفته و با وجود داشتن دشت‌های حاصل خیز و املاح معدنی، دولت آنجا به شدت از سرمایه‌گذاری در این بخش استقبال می‌کند. از جمله محصولات تولیدی این منطقه چایی، قهوه، بادام هندی، پنبه، نیشکر، انگور، پرورش گل، کشت صنعتی، کشت ادویه، گیاهان دارویی، کشت گندم و میوه‌های استوایی است که زمینه صادرات دارد. از دیگر بخش‌های جذاب برای سرمایه‌گذاری شیلات است که به دلیل برخورداری از دو دریاچه خیلی بزرگ آب شیرین و نزدیکی به اقیانوس فراهم شده است و می‌توان از آن برای ماهیگیری، تکنولوژی‌ها و تجهیزات در خود ماهگیری و... استفاده کرد. در بخش معدن چه معادن طلا و سنگ‌های گران قیمت و چه فلزات مختلف، امکان سرمایه‌گذاری وجود دارد. از دیگر مزیت‌ها می‌توان به امکان برداشت چوب از جنگل‌ها اشاره کرد که از سوی دولت ممنوعیتی ندارد. علاوه بر آن، تانزانیا دومین تولیدکننده دام در آفریقا است، ولی تنها یک درصد از دام موجود آن‌ها فرآوری شده و دارای ارزش افزوده است.

به منظور بهره‌گیری از این فرصت‌ها از سوی دولت و بخش خصوصی چه راهکارهایی باید ارائه شود؟

از جمله این راهکارها، پوشش ریسک‌های سرمایه‌گذاری در کشورهای آفریقایی است. همچنین هزینه رفت و برگشت یک بازرگان یک هزار و ۳۰۰ دلار است که مبلغ بالایی به حساب می‌آید. از سوی دیگر، فرآیند امور صندوق ضمانت صادرات و... به گونه‌ای است که خیلی از کشورهای آفریقایی را پوشش نمی‌دهد که دولت باید این مسائل را به منظور رفع ریسک‌های سرمایه‌گذاری حل کند. به عنوان مثال، تسهیلاتی برای آفریقا در نظر گرفته شده و اگر این تسهیلات ارزی است، باید مهلت بیشتری داشته باشد. به عبارتی، باید فضاهایی از طرف دولت ایجاد شود که صادرکننده به این بازار متمایل شود.

معمولاً در این کشور چه نمایشگاه‌هایی برگزار می‌شود؟

بزرگ‌ترین نمایشگاه سالانه تانزانیا که ۴۸ مورد آن برگزار شده، سببه سببه نام دارد و از همه کشورهای آن حضور پیدا می‌کنند. دو کشور چین و ترکیه نیز یک سالن مفصل در آنجا دارند. اگر دولت از شرکت‌های ایرانی در بحث تدوین قوانین و سیاست‌گذاری‌های سازمان توسعه تجارت حمایت کند و به این بخش بودجه‌ای داده شود، قطعاً حضور آن‌ها در نمایشگاه هم پررنگ‌تر خواهد بود. با وجود آنکه بودجه‌ای به منظور جبران هزینه شرکت‌ها در نظر گرفته شده، اما متأسفانه این بودجه بعد از بازگشت شرکت‌ها از نمایشگاه تخصیص داده نمی‌شود و تاکنون هیچ شرکتی نیز موفق به دریافت آن نشده است.

چه چشم‌اندازی را برای این منطقه متصور هستید؟

چشم‌انداز تانزانیا برای ۲۰۲۵ ایجاد اقتصاد صنعتی توسط بخش تولیدی است. در همین راستا، امکان سرمایه‌گذاری در حوزه پارچه، پوشاک، شکر، چرم، روغن خوراکی، صنایع سنگین، داروها تولید کاشی، کابل و پلاستیک فراهم است. در امتداد ۱۴۲۴ کیلومتر از ساحل که شامل سه دریاچه بزرگ است، فرصت‌های بکری برای ماهیگیری همچون روش‌های متفاوت ماهیگیری، تامین و وسایل ماهیگیری و فرآوری ماهی فراهم است. تانزانیت یکی از سنگ‌های گران‌بها است که در این منطقه موجود است و سایر سنگ‌های معدنی شامل طلا، زغال سنگ، الماس، مس، نیکل، کبالت، قلع، سرب، نقره، اورانیوم و برخی از فلزات کمیاب مثل یاقوت سرخ و یاقوت کبود نیز در این منطقه وجود دارد. در این منطقه اکتشاف، استخراج و فرآوری هم وجود دارد. ■

آلوده می‌دانند و دوری فرهنگی از آن، به عنوان عوامل بازدارنده محسوب می‌شود، در حالی که این موارد ترس‌های غیر فنی است و تنها موجب افزایش ریسک سرمایه‌گذاری در آفریقا می‌شود. معمولاً شرکت‌های ایرانی متمایل به سرمایه‌گذاری در کشورهای اطراف هستند که عمدتاً هزینه بالاتری نسبت به بازار آفریقا دارد. حتی آن‌ها از نمایشگاه‌هایی که در آفریقا برگزار می‌شود نیز خیلی استقبال نمی‌کنند، در حالی که اکثر همین شرکت‌ها از دید تجاری و سیاحتی به حضور در نمایشگاه علاقه‌مند هستند.

به منظور تشویق و ترغیب شرکت‌های ایرانی برای سرمایه‌گذاری در آفریقا چه اقداماتی از سوی این مرکز تجاری انجام شده است؟

مرکز تجاری ایران در آفریقا در تلاش است تا با اطلاع‌رسانی و تسهیل‌گری، ریسک سرمایه‌گذاران ایرانی را کاهش داده و آن‌ها را با توجه به ارتباطی که با دولت و وزارتخانه‌ها داریم، جهت معرفی شرکت‌های معتبر و مطمئن راهنمایی کند. البته این ترس‌ها هم تا حدی منطقی است، چرا که برخی‌ها در آنجا که درگیر فقر زیاد است، گرفتار کلاهبرداری شده و ما در تلاش بوده‌ایم که با شناخت از بازار آنجا این معضلات را حل کنیم. قطعا در تجارت خارجی و موضوع ارزآوری، اصلاً درست نیست که بیشتر اتکای ما به کشورهای همسایه باشد، در حالی که آفریقا بعد از کشورهای همسایه بهترین گزینه برای توسعه بازار است؛ همان‌طور که شرکت‌های چینی و ترکیه‌ای در آنجا بازارهای صادراتی خود را توسعه داده‌اند. در این راستا دولت می‌تواند با ترغیب شرکت‌های خصوصی و وابسته به خود برای سرمایه‌گذاری در آنجا، دیگر شرکت‌های خصوصی را نیز به این سمت تشویق کند.

مهمترین مزیت‌های ورود به بازار تانزانیا و انجام فعالیت‌های اقتصادی در آن چیست؟

یکی از این مزیت‌ها آن است که افراد با داری اختیار داشتن پاسپورت ایرانی به راحتی می‌توانند حساب لو کال داشته باشند که این موضوع در کمتر کشوری انجام می‌شود. در تانزانیا به راحتی می‌توان حساب بانکی داشت و طی سه روز تا یک هفته یک شرکت ثبت کرد. به همین دلیل سرمایه‌گذاری در این کشور، راحت و سودآور است. همان‌طور که ذکر شد، به دلیل کشش فرهنگی آنجا به سمت ایرانی‌ها، ارتباط با آنجا بستر خوبی دارد که در این خصوص فیلمی با نام ثریا نیز تهیه شده است. در زمینه صنعتی و تولیدی نیز در آنجا اگر قصد راه‌اندازی یک کارخانه را داشته باشیم، هم زمین و هم سوله فراهم است؛ ضمن آنکه تعرفه وارداتی کشورهای آفریقایی معمولاً ۲۰ درصد است و اگر کالایی در آفریقا تولید شود، مشمول این تعرفه نیست و کالای تولید شده به راحتی به کشورهای آفریقایی نیز صادر می‌شود. خوشبختانه یکی از مزیت‌های ما نسبت به کشورهای چین، پاکستان و هند در ارتباط با این منطقه، بحث لجستیک است که موجب شده، خط کشتیرانی ایران به طور مستقیم با تانزانیا و خصوصاً بندر دارالسلام، دایر و ماهانه به صورت منظم‌تر از قبل باشد. به عنوان مثال، هم‌اکنون دو کشتی در ماه ۳۵ هزار و ۵۰ هزار تن به سمت دارالسلام در حال حرکت است که ابتدا به کنیا و بعد به بندر مومباسا و از آنجا به دارالسلام رفته و باز می‌گردد که این مزیت باعث تهاتر کالاهای معدنی از سمت تانزانیا و کنیا یا کشورهای همسایه با آن شده و هزینه‌ها را تا حد زیادی رقابتی می‌کند، به طوری که در حال حاضر حدود یک هزار و ۲۰۰ دلار هزینه حمل از بندر دارالسلام است که هزینه حمل برعکس آن، تنها ۸۰۰ دلار است.

در تانزانیا چه فرصت‌هایی برای سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف کشاورزی، معدنی و... وجود دارد؟

یکی از پایه‌های اقتصادی برای اقتصاد تانزانیا، بخش کشاورزی است.

از آنجایی که دولت‌های آفریقا در صد جبران عقب افتادگی‌ها هستند، از هر سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصادی استقبال کرده و به خاطر بکر بودن بازار، کمتر بی‌بینس و فعالیتی در آنجا با شکست مواجه می‌شود

لجستیک کشتی بدون ناخدا

مهندس داوود سعدی
مدیر کل راهداری اسبق استان‌های تهران، البرز و سمنان



سرمایه‌گذاری
در بخش خدمات
حمل‌ونقل کالامقرون
به صرفه بوده، منتهی
شرایط کاری و
مدیریت به گونه‌ای
هدایت شده تا
متصدیان ابزار هدایت
و کنترل را در اختیار
نداشته باشند و شعار
شرکت محوری در
حد تنظیم برنامه‌ها،
تدوین و ابلاغ آن‌ها
بوده است

۴۶

ماهنامه دنیای سرمایه‌گذاری
آبان ۱۳۹۰ • شماره ۶۹

لذا در این نوشتار به دنبال اثبات و اهمیت نهاد واحد و تصمیم گیر برای کشتی پر تلاطم لجستیک و زنجیره تامین می‌باشیم. قدر مسلم اینکه، لجستیک و حمل‌ونقل، با فعالیت‌های روزانه انسان‌ها آمیخته شده است. آمد و پستی‌بانی و حمل‌ونقل کلیه افراد جامعه بشری، اعم از شهری و روستایی، شرکت‌ها و نگاه‌های اقتصادی انتفاعی و غیر انتفاعی شامل کلیه صنایع و خدمات (نفت و گاز، برق، فولاد، انرژی‌های تجدیدپذیر و تجدیدناپذیر، خودرو، اقامت و گردشگری و در کل، سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی) را در وابستگی گریزناپذیری از خود قرار داده است. اهمیت لجستیک در رشد و توسعه سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و بازرگانی به حدی است که بسیاری از کشورها شعار «لجستیک ستون فقرات هر اقتصادی است» را شعار تبلیغاتی خود قرار داده‌اند.

در واقع لجستیک ستون فقرات تجارت داخلی و بین‌الملل هر اقتصادی را شکل می‌دهد و یک فاکتور کلیدی و موثر در رقابت‌پذیری است. لجستیک کارآمد علاوه بر ایجاد اشتغال و جابجایی انسان و کالاها، داد و ستد را نیز به‌طور چشمگیری ارتقای بخشید. امروزه بر همگان روشن است که لجستیک نه تنها پشتیبان کسب و کار، بلکه پیشران و موتور محرکه اقتصاد است. طبق مطالعات صورت گرفته در بانک جهانی، بهبود عملکرد لجستیک به عنوان یکی از اهداف توسعه، طی سالیان اخیر مطرح بوده است. نتایج بررسی این نهاد بین‌المللی نشان می‌دهد: در کشورهایی با درآمد هم‌سطح، بهبود عملکرد لجستیکی، موجب یک درصد رشد بیشتر در تولید ناخالص ملی شده است و دو درصد رشد در تجارت را شامل می‌شود.

همچنین بانک جهانی با طراحی و محاسبه شاخصی با عنوان شاخص LPI، معیار جدیدی را در خصوص توسعه یافتگی کشورها در کنار معیارهای سنتی GNP و GDP معرفی کرده است. شاخص عملکرد لجستیک LPI، یک ابزار معیار سنجش تعاملی است که به کشورها کمک می‌کند، چالش‌ها و فرصت‌هایی را که در عملکرد خود در زمینه تدارکات تجاری با آن‌ها روبه‌رو هستند و آن‌چه می‌توانند برای بهبود عملکرد خود انجام دهند، شناسایی کنند. این شاخص نشان‌دهنده سهولت و کارایی نسبی جریان حرکت تولیدات و محصولات ورودی در داخل یک کشور است. مقادیر عددی این شاخص، حداقل ۱ و حداکثر ۵ است.

این شاخص میانگین وزنی نمرات کشور در بُعد کلیدی است:

- عملکرد و کارایی گمرک
- کیفیت زیرساخت (بنادر، خطوط ریلی، جاده‌ها و فناوری اطلاعات)
- سهولت در ترتیب و مرتب‌سازی محموله‌ها
- کیفیت خدمات لجستیک (حمل‌ونقل و ...)
- ردیابی محموله‌ها
- به موقع رسیدن محموله به مقصد در زمان یا فاصله زمانی برنامه‌ریزی شده و یا مورد انتظار

تامین و پشتیبانی در چرخه حمل‌ونقل به ویژه حمل‌ونقل زمینی که بخش عمده آن توسط جاده صورت می‌گیرد، دارای ابعاد پیچیده‌ای است که بدون در نظر گرفتن سنت‌ها و هنجارهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی دست‌اندرکاران این حوزه، نمی‌توان به اصلاح و بهبود اوضاع و کارکرد مناسب آن امید داشت. در سالی که بحران‌های انرژی و سوخت یکی از دغدغه‌های مهم دنیای کنونی به شمار می‌رود، حمل‌ونقل بدون توجه به اصلاح سیستم‌های کاری قطعا دچار مشکل و چالش‌های اساسی خواهد شد، از این رو نظام حمل‌ونقل کشور با همسویی نظم‌نوین جهانی و ساختارهای بومی، محلی و منطقه‌ای، در راستای اصلاح الگوی کاری و فعالیت‌های عملی سرمایه‌گذاران، راهبران و متصدیان باید اصلاحات بنیادی و اساسی ایجاد نمایند. نهادهای حاکمیتی در امر زنجیره تامین و لجستیک بسیار زیاد بوده که از آن جمله می‌توان به وزارت شهرسازی، صمت، دفاع، نفت، جهاد کشاورزی، تعاون و رفاه اجتماعی و اقتصاد و دارایی نام برد. در این تعدد نهادهای حاکمیتی و تصمیم گیر حلقه مفقوده ناخدای کشتی لجستیک آشکار است طبق تعریف بانک جهانی می‌توان شاهد یک درصد رشد بیشتر در تولید ناخالص ملی (GDP) و دو درصد رشد تجارت را در عرصه‌های بین‌المللی شاهد بود اهمیت لجستیک به حدی زیاد گردیده که هر کشور و توسعه سیاسی اجتماعی و اقتصادی یک پهنه سرزمینی را پوشش می‌دهد و به‌طور کلی بانک جهانی شعار لجستیک ستون فقرات هر اقتصادی را بیان کرده است با امان نظر به حوزه آماد و پشتیبانی و راندمان پایین کارایی و اثربخشی در این حوزه که خروجی آن بهره‌وری ناچیز است می‌توان نتیجه گرفت حمل‌ونقل مضاعف، مصرف بالای سوخت و نرخ بالای تصادفات و تلفات در کشور محصول این فرآیند کاری بوده و است.

روش‌های هدایت و کنترل و راهبری عملیاتی حمل‌ونقل خصوصا حمل‌ونقل ترکیبی، نیازمند اصلاح نگرش و الگوی رفتاری راهبران، متصدیان و سرمایه‌گذاران و همسویی تشکلهای صنعتی از این سیاست‌ها و برنامه‌های پیش‌رو می‌باشد.

استفاده از ساز و کارهای نوین مانند هدایت و کنترل از طریق فرکانس‌های رادیویی (RFID) در پایانه‌ها و شهرک‌های حمل‌ونقلی و مراکز لجستیکی و انبارها و شرکت‌ها و موسسات تعبیه شده در اینگونه مراکز و ساماندهی و سازماندهی رهگیری و ردگیری ناوگان (Safe Truck - Safe Control) که با مدیریت واحد متصدیان و شرکت‌های حمل‌ونقل صورت می‌گیرد، امری بدیهی و تسهیل‌کننده این مهم می‌باشد. توجه به مباحث لجستیکی و هدایت درست جریان ترافیک و اصلاح روش‌های توزیع و پخش کالا و جلوگیری از حمل‌ونقل مضاعف و بهینه‌سازی مصرف سوخت و یا به تعبیری اصلاح الگوی مصرف در روش‌های رفتاری و کارکردی این حوزه قطعا مورد انتظار است.

در سال ۲۰۱۸، مقدار عددی LPI برای کشور ایران، ۲/۸۵ بوده و ایران از نظر این شاخص، رتبه ۶۴ را در میان ۱۶۰ کشور مورد بررسی داشته است. مراکز لجستیک در کشورهای مختلف نقش مهمی در توسعه حمل و نقل چندوجهی و حمل و نقل ترکیبی و تجمع فعالیت‌های مرتبط با امور لجستیک مانند انبارداری، نگهداری، حمل و نقل، امور گمرکی و بیمه، تخلیه و بارگیری دارند. این مراکز در حقیقت محدوده مشخصی است که به منظور تجمع فعالیت‌های مرتبط با لجستیک و حمل و نقل کالا در سطوح مختلف محلی، استانی، ملی و بین‌المللی ایجاد می‌شود.

بررسی زیر ساخت‌ها و عملکرد لجستیک تجاری و بازرگانی ایران نشان می‌دهد، وضعیت زیر ساخت‌های لجستیک به صورت مجزا و تفکیکی، تقریباً خوب است. اما وقتی کل شبکه لجستیک کشور به صورت ترکیبی مورد ملاحظه قرار می‌گیرد، وضعیت به گونه‌ای دیگر است. ضعف و نبود یکپارچگی در آن قابل مشاهده است. عمده دلایل این موضوع را می‌توان در کمبود زیر ساخت‌های کارآمد مانند مراکز لجستیک و برقراری ارتباط موضوعی بین مولفه‌های مختلف زیر ساخت‌های فیزیکی و روش‌ها و سیاست‌گذاری‌ها دانست.

سرزمین ایران از منظر جغرافیایی دارای مزیت‌های بی‌شماری است. زیر ساخت‌های لجستیک و حمل و نقلی، دارای شرایط مناسبی هستند. لیکن مدل‌های کاری در شبکه حمل و نقل کشور که متأثر از لجستیک است، پویایی و روانی مناسبی را در حوزه حمل و نقل خصوصاً حمل و نقل ترکیبی را نداشته و این امر وضعیت مناسبی را در چشم‌انداز آینده به تصویر نمی‌کشد. تعالی در لجستیک و حمل و نقل و خصوصاً حمل و نقل ترکیبی، الزامات و شرایط خاصی را می‌طلبد که متأسفانه کشور ایران از این موهبت بی‌بهره مانده است. عمده دلایل این اتفاق را می‌توان در نبود زیر ساخت‌های کارآمد، به‌ویژه پهنه‌های لجستیک مناسب و همبستگی بین ارکان مختلف لجستیک، حمل و نقل و جایگاه آن در اقتصاد کشور دانست. با توجه به نقش و جایگاه مراکز لجستیک و پایانه‌ها و شهرک‌های حمل و نقلی در رشد و توسعه اقتصاد و بازرگانی و به استناد سند آمایش مراکز لجستیک کشور (که به صورت منطقه‌ای مکان‌یابی شده است) و با عنایت به اسناد بالادستی مرتبط با مراکز لجستیک کشور و طرح جامع حمل و نقل، و همچنین استناد به سیاست‌های کلی نظام حاکم بر زنجیره تأمین، لجستیک و حمل و نقل، امید است بتوان نسبت به مدیریت و راهبری میدانی متصدیان و مدیران بنگاه‌های لجستیک و حمل و نقلی در حوزه‌های سرمایه‌گذاری و مدیریت بر سرمایه، گام‌های اساسی برداشت.

باید کلیه عناصری که قدرت مدیریت و راهبری را در عرصه لجستیک و حمل و نقل ترکیبی و چندوجهی تهدید و یا با محدودیت مواجه می‌کند و یا مانع ظهور و اجرای آن در حوزه بنگاهداری و تصدی‌گری شرکت‌های حمل و نقل می‌شود، حذف شود. تأمین و توسعه خدمات پشتیبانی و لجستیک و ایجاد مراکز تفریحی و گردشگری چندمنظوره در این پهنه‌ها و کسب سود پایدار مولد از طریق ارائه خدمات حمل و نقل خصوصاً حمل و نقل زمینی می‌تواند قوام‌دهنده و پایداری را برای این گروه‌های اقتصادی به ارمغان آورد.

کشور پهناور ایران به واسطه جغرافیای طبیعی و موقعیت ژئوپلیتیک منطقه‌ای و کریدورهای عبوری حمل و نقلی (شمال - جنوب و غرب - شرق) و دالان‌های عبوری دیگر، شرایط خاصی برای حمل و نقل خصوصاً کالا از طریق زمین را مهیا ساخته است. در این راستا، چنانچه بتوان بنگاهداری و شرکت‌محوری را جزو اصول مسلم شرایط منطقه‌ای قلمداد کرد، توجه به ساختار حمل و نقل ترکیبی و تطبیق آن با شرایط منطقه‌ای، جزو الزامات مدیریت راهبری در این عرصه است.

بررسی اجمالی که پیرامون ساختار اقتصادی، سیاسی و نحوه جریان حمل و نقل و نگهداری کالا در کشور صورت گرفته، نشانگر این موضوع است که بخشنامه‌ها، آیین‌نامه‌ها و ضوابط و مقرراتی که بر اساس این قوانین تهیه، تدوین و تنظیم و مورد ابلاغ قرار گرفته است، وضعیت موجود حمل و نقل و خصوصاً حمل و نقل جاده‌ای و ریلی را به این نقطه رسانده است. با استفاده از نگاه آماری معطوف به فعالیت متصدیان، راهبران در امر جابه‌جایی کالا و نظام حضور و ادامه فعالیت آن‌ها در کشور، به این جمع‌بندی می‌رسیم که ضوابط و بخش‌نامه‌های منتج شده از قوانین، توجهی به ساختار بومی و سنتی کشور در عرصه حمل و نقل نداشته و طی حداقل ۲۵ سال گذشته قابلیت‌های اجرا، بروز و ظهور خود را نتوانسته به خوبی پیاده و اجرا نمایند.

الزام متصدیان حمل و نقل به داشتن تجهیزات و انبار با توجه به رویکرد ساخت پایانه‌های عمومی حمل و نقل جاده‌ای

کالامری خلاف سنت‌های بومی و منطقه‌ای بوده است. همینطور الزام به داشتن ناوگان در این دوره نه تنها به بهبود حمل و نقل ترکیبی کمک نکرده، بلکه توانایی بهبود و اصلاح را از شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی حمل و نقل جاده‌ای و ریلی صلب نموده است. از این رو می‌توان به هدف‌گذاری‌های صورت گرفته پیرامون رشد و توسعه حمل و نقل خصوصاً حمل و نقل ترکیبی کالا به دیده شک‌نگریست.

سهراب سپهری چه زیبا بیان می‌کند:

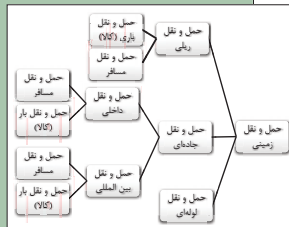
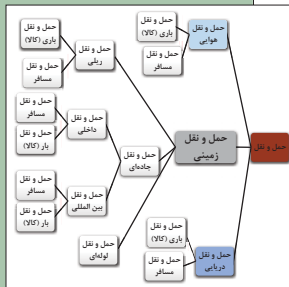
((چشم‌ها را باید شست، جور دیگر باید دید، آب در یک قدمی است، روشنی را بچشم)).

به نظر می‌رسد، بنگاه‌های اقتصادی حمل و نقل کالا، مدیریت بر سرمایه و کنترل این سرمایه را در وضعیت فعلی متناسب با رشد و توسعه همگون خود در ساختار اقتصادی، سیاسی و اجتماعی حمل و نقل خصوصاً نوع ترکیبی آن ندانسته و از این رو سرمایه‌گذاری در این حوزه خرید ناوگان ریلی و جاده‌ای را مقرون به صرفه و تاثیرگذار در روند حرکتی رو به جلو مجموعه خود نمی‌دانند و بر همین اساس است که ادامه فعالیت متصدیان حمل و نقل با رعایت ضوابط و مقررات موجود دچار چالش‌های اساسی می‌گردد.

از این نکته هم نباید غافل شد که فرسوده و پیر شدن ناوگان در حوزه ریل و جاده و عدم توجه به مقوله سرمایه در کشور، مولود شرایط حاضر بوده و افزایش تصادفات و بالا رفتن نرخ تلفات، حمل و نقل مضاعف، مصرف غیر بهینه سوخت آن‌ها در این شرایط بحرانی را می‌توان در ضعف راهبردها و ضوابط و بخش‌نامه‌ها در حمل و نقل و لجستیک جست‌وجو کرد.

از آنجایی که حمل و نقل کالا یک موضوع چندوجهی و دارای ابعاد گوناگونی است؛ لذا اصرار بر امر داشتن مراکز لجستیک، پایانه عمومی، خصوصی، شهرک‌های حمل و نقلی جدا از محیط‌های نگهداری و دیو کالا، امری غیر کارا و غیر اصولی به نظر می‌رسد. چنانچه به این مقوله به عنوان یک خطای راهبردی نیندیشیم و به تمامی ابعاد کاری و تاثیرگذاری آن دقت ننماییم، قطعاً اصلاح ساختار و بهبود الگوی کاری و فعالیتی در حوزه حمل و نقل، خصوصاً حمل و نقل ترکیبی (کالا) امری عبث و بیهوده خواهد بود.

پهنه سرزمینی ایران و تنوع جغرافیایی این خطه از خاور میانه موجب شده که به رغم بی‌ثباتی‌های سیاسی و منطقه‌ای و ساختارهای غیر کارا و غیرتوانمند، هنوز بر اساس شاخص‌های بانک جهانی این منطقه توانایی رشد و توسعه لازم را تصاحب کند. نظر به همین اصل ایران توانسته در تمامی رویدادها و اتفاقات بزرگ جهانی پل پیروزی قلمداد گردد. چنانچه بتوان مدیریت در امر لجستیک را ساماندهی و سازماندهی کرد و تعدد



نهادهای حاکمیتی در این بخش را تقلیل داده و به یک نهاد تصمیم ساز و تصمیم گیر خلاصه نمود، قطعا رشد و زمینه های توسعه یافتگی ارتقا پیدا خواهد کرد و ایران عزیز به یک هاب عظیم منطقه ای در حوزه لجستیک و حمل و نقل تبدیل خواهد شد.

در سال ۲۰۱۷ ایران و هند تصمیم گیری در حوزه لجستیک و برنامه ریزی در این حوزه را شروع کردند. کشور هند ۱۷ پهنه لجستیکی را ضمن مکانیابی، طراحی و زیرساخت های لازم را تا سال ۲۰۲۱ تامین و حتی مطالعات اقتصادی (بیزینس پلان) آن را به انجام رسانیده و بانک مرکزی هند تمام شرایط اقتصادی را ضمانت کرده و در حال واگذاری این مراکز لجستیکی به اصحاب فن و متخصصان و دست اندر کاران این بخش می باشد. سیاست گذاران در ایران هنوز استراتژی و راهبردی برای ایجاد مراکز لجستیکی در نظر نگرفته اند و سرمایه گذاران این حوزه افق روشنی پیش رو ندارند، چون از مکانیابی تا مطالعات اقتصادی و ضمانت سرمایه گذاری خود در پهنه های لجستیکی ایران بی خبر هستند. در واقع راهنامه و دستورالعملی که موارد پیش گفته را تامین و نظمین کند، وجود ندارند. لجستیک یک عملیات چندوجهی با تخصص های گوناگون است. در این راستا مشاور اقتصادی و فنی مهندسی در خوری در این حوزه تربیت نیافته و همین امر باعث شده تا عموما کارها بر مبنای سعی و خطا صورت گیرد.

مرکز لجستیک وزارت راه و شهرسازی بیش از بیست پهنه لجستیکی را تعریف کرده که متاسفانه فاقد مطالعات مکانیابی، اقتصادی و ضمانت سرمایه گذاری است. گذشته از این موارد فوق، هیچ بانکی ضمانت این سرمایه گذاری ها را پذیرا نبوده و در نتیجه، سرمایه گذاری بهینه و تولید شغل ایجاد نخواهد شد.

رکود همراه با تورم و همچنین ارزش افزوده زمین، نقطه عطفی است که تا حدودی بخش خصوصی را مجاب به گرفتن مجوز در حوزه لجستیک کرده از همین روستا سرمایه گذاری جهت توسعه فعالیت در این حوزه همچنان با ابهام و چالش های راهبردی مواجه بوده است. (بندر خشک یزد، نمونه بارز این مدعا است) از آنجایی که لجستیک و زنجیره تامین، قوام دهنده رشد و توسعه حمل و نقل است، امید می رود که پهنه های لجستیکی کشور ضمن مکانیابی و تعیین مطالعات اقتصادی و پشتیبانی بانک های عامل؛ میزبان خوبی برای سرمایه گذاران، متخصصان و صاحبان کسب و کار این بخش باشند؛ لذا باید از دستورالعمل ها، آیین نامه ها و بخش نامه های تکراری که قابلیت اجرا و پویایی لازم را نداشته، پرهیز کرد.

پهنه های لجستیکی کشور باید توسط حاکمیت مشخص و مکانیابی و مطالعات اقتصادی آن توسط یک بانک عامل پشتیبان به انجام رسد و تمامی مراکز لجستیکی از موهبت فعالیت های یک مرز و گمرک در آن بهره مند گردند و تمامی پهنه های حمل و نقلی که هویت خدمات و پوشش یک شهر را دارند، به عنوان مرکز لجستیکی قلمداد شوند (مانند پایانه های عمومی و خصوصی کالا، شهرک های حمل و نقل جاده ای کالا) همان طور که می دانید، زنجیره تامین و لجستیک قوام دهنده اقتصاد و توسعه یافتگی اجتماعی و سیاسی هر سرزمین براساس معیارهای بانکی جهانی است. در واقع لجستیک یک، بن اقتصاد و ستون فقرات و عمود خیمه یک پهنه سرزمینی است. حمل و نقل خصوصا حمل و نقل کالا که تقریبا با سرمایه گذاری بخش خصوصی ایجاد شده، در یک زنجیره تامین و لجستیک متعالی، پایداری، کارایی و اثربخشی از آن مورد انتظار است. سرمایه گذاری در بخش خدمات حمل و نقل کالا مقرون به صرفه بوده، منتهی شرایط کاری و مدیریت به گونه ای هدایت شده تا متصدیان ابزار هدایت و کنترل را در اختیار نداشته باشند و شعار شرکت محوری در حد تنظیم برنامه ها، تدوین و ابلاغ آن ها بوده است. به هر حال وقتی که

مدیریت و راهبری ناوگان و مدیریت بر این سرمایه میسر نباشد، درخواست به الزام این اقدام کاری غیربهره ورانه و غیراقتصادی خواهد بود؛ لذا با توجه به تحقیقات صورت گرفته و نظرات تمامی متخصصین امر، دست اندر کاران و صنوف حمل و نقلی و نظر به تحقیقات میدانی، پرسشنامه های کاربردی از دست اندر کاران لجستیک و حمل و نقل و پیشنهاد دارد شرکت ها و موسسات حمل و نقل کالا که بیش از دو دهه از فعالیت آن ها سپری شده است و سرمایه گذاری قابل ملاحظه ای در بخش تاسیسات و تجهیزات و پلتفرم های کاربردی کرده اند از سهامداران پایانه های عمومی و خصوصی حمل و نقل جاده ای و ریلی کالا و شهرک های حمل و نقل جاده ای کالا و مراکز لجستیکی می باشند. تصمیم سازی و تصمیم گیری جهت شرایط حضور و فعالیت در حمل و نقل کالا تهیه و تدوین آیین نامه تاسیس و بهره برداری شرکت های حمل و نقل کالا با عنایت به خواستگاه های دولت محترم و تاکیدات خاص واگذاری امور مردم به مردم، در این زمینه را به گروه های مرجع و متخصصین خبره تحت نظارت و کنترل انجمن های سراسری حمل و نقل کالا که بر خواسته از نهاد مردم است، واگذار فرمایید. مجددا راهبرد عملیاتی و پایانه ای جهت ساماندهی دفعی زنجیره تامین و لجستیک خصوصا حمل و نقل ترکیبی کالا در ذیل به آن اشاره می شود.

● احیای پهنه های لجستیکی در کشور توسط دولت با ایجاد زیرساخت های مناسب این مراکز مانند دسترسی ها، آب، برق، گاز، مطالعات مکانیابی و مطالعات اقتصادی

● تهیه پلتفرم های لجستیکی توسط مراکز لجستیکی، شهرک های حمل و نقلی، پایانه های عمومی و شرکت های حمل و نقل ترکیبی

● سرمایه گذاری و مشارکت در پهنه های لجستیکی، شهرک های حمل و نقلی، پایانه های عمومی باید توسط شرکت های این حوزه و یا با مشارکت آن ها صورت گیرد.

● تحت پوشش قرار گرفتن کلیه تاسیسات و تجهیزات مانند لوکوموتیو، انواع کشنده های خود مالک توسط موسسات و شرکت های حمل و نقل و امتیاز دادن به شرکت هایی که بیشترین فراوانی تحت پوشش و خدمات را دارند. (معافیت های مالیاتی و بیمه ای)

● کلیه نیروهای فعال در بخش حمل و نقل باید تحت پوشش بیمه ای شرکت ها و موسسات حمل و نقل قرار گیرند.

● عوارض جابه جایی کالا از موسسات و شرکت های حمل و نقلی کالا به صورت تن کیلو متر با توجه به شبکه کنترلی بارنامه های الکترونیکی هر ۱۰ روز یکبار محاسبه و اخذ گردد.

● شرکت هایی که بیشترین عوارض جابه جایی کالا را پرداخت می کنند و صاحب مراکز لجستیکی می باشند، به عنوان شرکت های بزرگ مقیاس و بین المللی کالا قلمداد شوند.

● از سال ۱۳۷۰ بیش از ۲۰ آیین نامه و بخشنامه تاسیس و بهره برداری برای شرکت ها و موسسات حمل و نقل کالا و مراکز لجستیکی در مقاطع مختلف صادر شده که نتیجه آن وضع موجود می باشد. حذف دفعی آن ها بعد از جمع بندی و تهیه و تدوین آیین نامه پیشنهادی انجمن ها و خبرگان این حوزه

● جهت رشد و توسعه همگون حمل و نقل ریلی و جاده ای کالا و ارج نهادن به متخصصین و صاحبین تجربه در کسب و کار فوق، کمیته ای تحت نظارت انجمن های سراسری حمل و نقل زمینی شرکت ها و موسسات تشکیل گردد و ضمن تهیه و تدوین و تنظیم آیین نامه تاسیس و بهره برداری، امور ثبت و بهره برداری مجموعه های فوق به انجمن هادر این حوزه واگذار شود.

● ملاک رتبه بندی شرکت ها و موسسات حمل و نقل زمینی کالا، داشتن تاسیسات و تجهیزات و فعالیت و کارکرد آن ها و تحت پوشش قرار دادن ناوگان و پرسنل فعال در این حوزه باشد. ■



گفت و گوی اختصاصی با
بانوی هنرمند لیلا کریمخانی

موسس کارگاه چرم هورامان عنوان کرد

هدفگذاری برای آموزش بانوان خودسرپرست

ابوالفضل علیزاده

از کودکی به هنر به خصوص نقاشی، خوشنویسی و قالی‌بافی علاقه خاصی داشت و همین موضوع، وی را ترغیب کرد تا در کلاس‌های خوشنویسی استاد جلال‌الدین سخا شرکت کند. در دوره‌ای که هنرجوی خوشنویسی بود، به صورت کاملاً اتفاقی با یک آموزشگاه قالی‌بافی آشنا می‌شود. در جریان آموزش قالی‌بافی، باز هم به شکل اتفاقی با حرفه کیف‌های دست‌دوز چرمی آشنا می‌شود و در درون خود اشتیاقی را جهت کار در این رشته احساس می‌کند. بانوی هنرمند، لیلا کریمخانی، از حدود ۹ سال پیش، فعالیت در زمینه سراج سنتی یا همان دوخت کیف‌های چرمی را آغاز کرده و برند وی با نام چرم «هورامان» به ثبت رسیده است. در کارگاه چرم هورامان، صفر تا صد دوخت، طراحی کامپیوتری، ماکت‌سازی با مقوا، اجرا روی چرم، دوخت نمونه، رفع ایرادات تا تولید و ارائه نمونه اصلی انجام می‌شود. ماحصل گفت‌وگوی خواندنی ما با این بانوی هنرمند را در ادامه بخوانید.

از ابتدای فعالیت حرفه‌ای تاکنون، آیا پیش آمده که به هر دلیلی، خسته شده باشید؟

بله، اتفاق افتاده است. به عنوان مثال؛ نوسان بازار کار، تورم و هزار و یک دلیل دیگر موجب شده تا احساس خستگی کنم و تصمیم بگیرم که فعالیت‌م را متوقف کنم. البته این تصمیم، بیشتر از ۲ تا ۳ ساعت طول نکشیده، چراکه یک همراه قوی و همیشگی و پشتوانه‌ای دارم که از همان ابتدا حمایت‌م کرده و پشتیبان‌م بوده است. در واقع خواهر کوچک‌ترم زهره، در این سال‌ها هر لحظه در کنار من بوده و صمیمانه از حمایت‌های وی تشکر می‌کنم.

کارگاه هورامان از چه زمانی راه‌اندازی شده و هم‌اکنون چند نفر در این کارگاه فعالیت می‌کنند؟

بنده به مدت ۳ سال در منزل کار می‌کردم و این کار را به عنوان یک عشق و با فکر تهیه کیف مورد نیاز خودم، خواهرم، خانواده و دوستانم انجام می‌دادم و آن قدر دچار و عاشق این حرفه شدم که هرچه داشتم را پای این کار و حرفه گذاشتم. پس از ۳ سال یکی از دوستان به من پیشنهاد راه‌اندازی کارگاه شراکتی را داد که به مدت یک‌سال با وی همکاری داشتم. اما از ۶ سال پیش کارگاه مستقلی را به نام «هورامان» راه‌اندازی کردم و از آنجا که سفارش‌های تعداد بالا و پر حجمی داشتم، تقریباً تمام خانواده این کار را آموختند و خوشبختانه از آن زمان تاکنون همراه همیشگی من بوده‌اند و همگی با عشق، این کار را انجام می‌دهیم. در حال حاضر در مجموعه هورامان، ۵ نفر در کارگاه مشغول به فعالیت هستند که ۳ نفر کار با دستگاه لیزر و ۲ نفر دیگر کارهای دست را انجام می‌دهند. علاوه بر این، ۲۴ نفر از بانوانی که در کارگاه هورامان آموزش دیده‌اند، در منازل خود برای ما کار می‌کنند؛ به این صورت که کار برش خورده و متریال دوخت را از ما می‌گیرند و پس از تکمیل کار به ما تحویل می‌دهند.



در خصوص چگونگی آغاز به کار خود و آموزش‌هایی که در رشته دوخت و طراحی کیف‌های چرمی دیده‌اید، توضیحاتی ارائه فرمایید.

در ابتدا بسیار مبتدی بودم و فقط ۲ جلسه برای آموزش به کلاس رفتم، ولی با خرید و شکافتن کیف‌های چرم مصنوعی و با تسلطی که به آن‌ها پیدا کردم، توانستم چیزهای زیادی بیاموزم. پس از شکافتن کیف‌های چرم مصنوعی، از آن‌ها مدل‌برداری می‌کردم و حتی الگوکشی با دست را انجام می‌دادم تا مهارت لازم را به دست آورم. در ادامه، شروع به فراگیری طراحی کامپیوتری کردم که از طریق برنامه کورل، آزمون و خطاهایی اتفاق می‌افتاد، اما پس از مدتی تقریباً تمام متدها در زمینه طراحی کامپیوتری و اجرا را آموزش دیدم و اکنون در این رشته به هنرجویان آموزش می‌دهم. تمام این تجربیات را کاملاً به صورت تجربی فرا گرفتیم.



از شما به عنوان یک بانوی کارآفرین هم می توان نام برد، چراکه توجه ویژه‌ای به مشاغل خانگی دارید. در این خصوص چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

در واقع نگاه ما به این بانوان، آن است که بتوانیم آینده زیباتری را برای آن‌ها مهیا کنیم، زیرا برخی از آن‌ها تحصیلات کلاسیک و آکادمیک ندارند و نتوانسته‌اند جایگاهی به واسطه شغل خود در جامعه داشته باشند و تعدادی هم خودسرپرست هستند؛ بنابراین نیاز به این دارند که آینده‌شان از نظر بیمه‌ای تامین شود و به صورت یک هنرمند به آن‌ها نگاه شود و جامعه آن‌ها را ببیند.

در زمینه آموزش کیف‌های دست‌دوز چرمی چه کارهایی انجام می‌دهید؟

در حال حاضر و در این شرایط، آموزش کار چرم برای هنرجویان هزینه بسیار بالایی دارد. البته ما هم نمی‌گوییم که به شکل رایگان آموزش می‌دهیم و به هر ترتیبی، انسان باید برای زمان و انرژی خود ارزش قابل باشد. البته صفر تا صد بحث آموزش توسط خوارم انجام می‌شود و زمانی که هنرجو، جلسه دهم آموزش مقدماتی خود را تکمیل می‌کند، دیگر نیازی نیست که دوره پیشرفته را طی کند. مدت زمان کلاس‌ها یک ساعت و ۳۰ دقیقه است و در طول هفته ۲ جلسه برگزار می‌شود. شایان ذکر است، آموزش‌ها شامل طراحی، الگوکشی، برش و تمیزی کار با دست، آشنایی با ابزار و همچنین آشنایی با چرم و دوخت است. خوشبختانه اکثر هنرجویان ما همیشه فعال بوده‌اند، به طوری که تعدادی از آن‌ها، شرکتی را به نام خودشان ثبت کرده و کارهای بی‌نهایت تمیز، با دقت و با ظرافتی تولید می‌کنند. پس از راه‌اندازی خانه‌های فرهنگ در شهرداری‌ها، بسیاری از بانوان کم‌بضاعت و خودسرپرست که توان مالی حضور در کلاس‌های آموزشگاه‌ها را نداشتند، در کلاس‌های آموزشی خانه‌های فرهنگ که توسط خوارم انجام می‌شد، شرکت کردند که وظیفه این کار بر عهده خوارم بود و به شکل رایگان، آموزش‌های لازم را به این گروه از بانوان ارائه داد.

با توجه به توضیحاتی که ارائه دادید، قطعاً بسیار پرمشغله هستید. در طول روز، چند ساعت و از چه ساعتی تا چه ساعتی کار می‌کنید؟

من چندین سال از ساعت ۵ صبح تا ساعت ۱۰ شب در کارگاه بودم، زیرا آن زمان تقریباً در کارگاه تنها بودم و قاعدتاً باید زمان بیشتری را اختصاص می‌دادم. اما حدود یک سال است که ساعت کاری ما از ۸ صبح شروع می‌شود و تا حدود ساعت ۹ شب ادامه می‌یابد؛ البته گاهی اوقات دوست دارم تا ۱۱ شب هم در کارگاه بمانم. تمام همکاران من با عشق این کار را انجام می‌دهند و در مجموعه ما مدیر وجود ندارد و همه با هم همکار هستیم و همگی صادقانه کنار یکدیگر کار می‌کنیم.

در زمینه جذب مشتریان از چه راه‌هایی استفاده می‌کنید؟ اولین قدم تبلیغاتی که برای این کار برمی‌دارم، گفت‌وگوی اختصاصی از طریق ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» است. اگر بگوییم که در این

سال‌ها، تولیدات بنده به شکل زبان به زبان و دست‌به‌دست مشتری خود را جذب کرد، اغراق نکرده‌ام. فعالیت‌های من به چند صورت انجام می‌شود. به عنوان مثال، دریافت سفارش تکی یکی از روش‌ها است و اکثر مشتری‌انم، اولین کیفی که از خوارم خریداری کرده‌اند را به قدری دوست داشتند که هر یک حداقل ۱۰ مشتری دیگر را جذب کردند؛ زیرا کارهای خود را با ظرافت و وسواس زیادی انجام می‌دهم.

یک‌سری شرکت‌ها هم هستند که برخی آشنایان، من را به آن‌ها معرفی کردند که از جمله آن‌ها شرکت‌های داروسازی هستند که سفارش کیف برای تبلیغ کارشان داشتند. همچنین شرکت واردکننده عطرها فرانسوی از جمله مشتری‌انم بودند که نمونه کیف‌های مدنظرشان در ایران موجود نبود و آن چیزی که در ذهنشان بود را به من اعلام کردند و بنده هم طراحی کردم که کار بسیار موفقی شد. علاوه بر این با یک شرکت خصوصی کار کرده‌ام که هنوز تبلیغات تلویزیونی‌اش پخش نشده و البته روی سکریت بودن کار خود بسیار حساس هستند. در حال حاضر برخی بانک‌ها هم جهت تبلیغات عید، هدایای روز مادر، روز پدر، روز کارمند، روز مهندس و مناسبت‌های این چنینی، از مشتریان کارگاه خوارم محسوب می‌شوند.

البته فضای مجازی را نقض نمی‌کنم اما مقداری سنتی فکر می‌کنم و علاقه‌مندم که با مشتری‌انم، ارتباط مستقیم و غیرمجازی برقرار کنم. البته اینستاگرام، مانند یک آلبوم است که کار ارائه محصولات به شکل بروشور را راحت می‌کند و اغلب افراد، زمان بالایی را به اینستاگرام اختصاص می‌دهند و اقدام به ثبت سفارش و خرید می‌کنند.

آیا اصلاً صفحه‌ای برای تبلیغ در اینستاگرام و فضای مجازی دارید یا به طور کلی فعال‌چنین قصدی ندارید؟

در حال حاضر مشتریان خودم را در اینستاگرام دارم. باید توضیح دهم که برند و لوگوی خودم را ثبت کرده‌ام و باید هزینه‌ای پرداخت کنم تا این دو بین‌المللی شود؛ چرا که تاکنون در نمایشگاه‌های خارج کشور شرکت کرده‌ام و در آینده هم قصد شرکت در این رویدادها را دارم و لذا برند باید جنبه بین‌المللی پیدا کند. البته به دلیل حجم سنگین کار و لزوم صرف زمان و دقت بالا در جهت تولید کیفی، اندکی در طراحی سایت اهمال داشته‌ام اما هم‌اکنون در دست اقدام است. زمانی که این سایت طراحی شود، به این شکل است که باید به صورت همزمان ۲ پیج مختلف را هم پشتیبانی کنم که مربوط به ارائه فایل‌های طراحی شده کیف‌هایم است. البته از آنجا که بخشی از کیف‌ها، طراحی اختصاصی بوده، در سایت وزارت ارشاد به نام خودمان ثبت شده است و تمام کیف‌هایی که خودمان طراحی کرده‌ایم، ثبت می‌شود و در سایت قرار می‌گیرد و پشتوانه آن هم صفحه اینستاگرام است.

تاکنون در چند نمایشگاه بین‌المللی شرکت کرده‌اید و چه دستاوردهایی برای شما داشته است؟

تاکنون در ۲ نمایشگاه بین‌المللی شرکت کرده‌ایم که یکی از آن‌ها نمایشگاه میلان ایتالیا بود که در این راستا وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی معرفی‌نامه‌ای را به ما ارائه داد، اما هیچ‌گونه





حمایت مالی صورت نگرفت. نمایشگاه «آرتی جیانا» در میلان ایتالیا، یکی از نمایشگاه‌های بزرگ و بسیار معروف جهان است که در آن صنایع دستی تمام کشورها ارائه داده می‌شود. این نمایشگاه برای من به دلیل آشنایی با محصولات و صنایع دستی سایر کشورها، تجربه‌ای بسیار عالی بود. همچنین به فاصله زمانی ۶ ماه، مجموعه هورامان در نمایشگاه ورونا ایتالیا که یکی از نمایشگاه‌های معروف جهانی است، شرکت کرد. این نمایشگاه به مناسبت پنجاهمین سالگرد نمایشگاه برنج در شهر ورونا و شهر ایزولا برگزار شد و دومین سالی بود که در آن صنایع دستی نیز ارائه می‌شد. نمایشگاه دیگری که قصد داریم در اردیبهشت‌ماه سال آینده شرکت کنیم، نمایشگاه فلورانس ایتالیا است که به شهر عشق و هنر معروف است.

آیا تاکنون در نمایشگاه‌های داخلی هم شرکت کرده‌اید و یا قصد انجام این کار را دارید؟

در یک سال اخیر، بازار خرید بی‌نهایت ضعیف بوده و تورم هر ۱۰ روز یک‌بار، رو به افزایش بوده است و ما باید به هر صورتی که شده، هم از کارگاه و هم از مجموعه مشاغل خانگی پشتیبانی کنیم. این در حالی است که تاکنون هیچ کمکی درخواست نکرده و هیچ حمایتی را دریافت نکرده‌ام. مجموعه چرم هورامان در تنها نمایشگاه داخلی که شرکت کرده، نمایشگاه صنایع دستی منطقه فردیس است. کارگاه ما در استان البرز و شهرستان فردیس قرار دارد و حضور در این نمایشگاه، بسیار زیبا و توام با تجربه خوبی بود؛ چراکه هم زمینه فروش عالی به وجود آمد و هم در شرایطی که در استان البرز، چندان شناخته شده نبودیم، بسیاری از بومی‌های منطقه‌ای که در آن بزرگ شدیم و قد کشیدیم، با ما آشنایی پیدا کردند.

آیا طرح، ایده یا برنامه خاصی را برای مجموعه هورامان در نظر دارید؟

یکی از علاقه‌مندی‌ها و رویاهایم این است که با کمک مجموعه خودمان و دست در دست هم و البته دریافت حمایت، گام‌های جدیدی برداریم. به دنبال آن هستیم که با تمام بانوان همکار که در منازل خود به ما کمک می‌کنند، در یک محل مشخص با هم در ارتباط باشیم، اما متأسفانه وضعیت اقتصادی به گونه‌ای نیست که از عهده انجام این کار برآیم. قاعدتاً چنین مجموعه‌ای، هم از لحاظ مساحتی و هم از لحاظ رفاهی، نیازمند یک سری وسایل و ابزارها است که ابتدایی‌ترین آن یک کارگاه بزرگ است و این موضوع برای مجموعه ما که تا این لحظه هیچ کمکی دریافت نکرده و تمامی سود و زیان همیشه به پای خودمان بوده، دشوار محسوب می‌شود. در نظر دارم، در صورت فراخوان ارگان‌ها و ادارات، در زمینه آموزش بانوانی که شرایط مالی مساعدی ندارند و یا خودسرپرست هستند، از آموزش‌های ما برخوردار شوند. برای تحقق این موضوع هم نیازمند حمایت دولت هستیم، زیرا تا حدودی می‌توانیم این کار را انجام دهیم؛ لذا چنانچه مورد حمایت قرار نگیریم، چه بسا به جای پیشرفت، پسرفت هم داشته باشیم.

در کارگاه هورامان بیشتر از چرم داخلی استفاده می‌شود یا چرم خارجی و آیا در حال حاضر، تهیه کردن چرم خارجی برای شما مقدور است یا مشکلاتی در این زمینه دارید؟

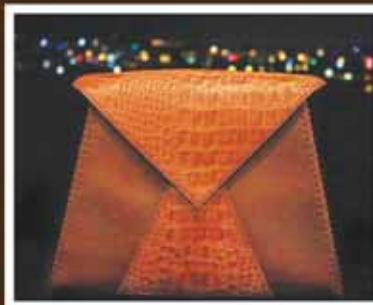
چرم‌هایی که خریداری می‌کنم و مورد استفاده قرار می‌دهم، از تولیدات داخلی درجه یک و صادراتی به شمار می‌آیند. در واقع از همان ابتدا، کیفیت چرم‌های مورد استفاده، درجه یک بوده و به مشتریان ضمانت ۱۰۰ ساله برای محصولات می‌دهیم. همچنین از مترتال و براق‌آلات خارجی درجه یک استفاده می‌کنیم، زیرا کار دست است و زحمت زیادی دارد. به عنوان مثال، اگر یک سر زیپ، کیفیت مناسب نداشته باشد، باید پاسخگوی مشتری باشیم و تعمیر آن به هیچ عنوان صرفه اقتصادی ندارد. برخی از مترتال‌های مورد استفاده، خارجی و حتی نخ‌های مورد نظرمان از بهترین برندهای بازار است. به هیچ وجه به خودم اجازه ندارم که از چرم درجه ۲ و درجه ۳ استفاده، کیفیت کار را کاهش و به سود خود اضافه کنم. در شرایط فعلی، سود ما بسیار پایین است، اما اجرت دوخت بانوانی که برای ما این کار را انجام می‌دهند، حتی یک درصد هم کاهش پیدا نکرده است، چراکه اگر نارضایتی وجود داشته باشد، مطمئناً با مشکلات زیادی مواجه خواهیم شد.

و سخن آخر...

همان‌طور که اشاره کردم، برای توسعه فعالیت‌های خود نیازمند حمایت‌های دولتی هستیم تا در زمینه ارائه کار به زنان خودسرپرست، قدم‌های مثبتی برداریم. همیشه توجه ویژه‌ای به این موضوع داشتم و یکی از اهداف من این است که در آینده نزدیک با فراهم کردن یک فضای مناسب، بانوان بیشتری را گرد هم آورم تا هم در زمینه آموزش و هم تولید اقدامات مفیدی انجام دهیم. ■



«هر لحظه نا امید شدی، با نام خدا، بر خیز»



@HOORAMAN_LEATHER



۰۹۱۲۲۰۶۵۴۰۷ – ۰۹۱۲۰۱۷۵۱۵۵



الاختـيار

تم اقتراح ذلك من قبل مديري شركة هوشمند راين لإدارة محفظة الأسهم
يمثل التسعير الحكومي مشكلة كبيرة في سوق رأس المال



قال مؤسسة ورشة هورامان للجلود
تحديد الأهداف لتعليم المرأة الاعتماد على نفسها



المدير التنفيذي لشركة جامه بوش آرا
لقد أدى التضخم إلى انخفاض القدرة الإنتاجية للحرفيين



عضو مجلس إدارة اتحاد إنتاج وتصدير المنسوجات والملابس الإيرانية
تحديات الدبلوماسية الاقتصادية الإيرانية من وجهة نظر الصناعة



أكد الرئيس التنفيذي ومالك العلامة التجارية ال سي من
ماركات الملابس المحلية ليست أقل قدرة على المنافسة من النماذج الأجنبية



وقال الرئيس التنفيذي لفندق عباسي
سعر الخدمات الفندقية المشتركة في إيران منخفض جدًا



رئيس مجلس إدارة مجموعة تشكاد الصناعية
التدخل الحكومي في التسعير أفسد كل شيء



عالم الاستثمار اختيار ذكي لدخول سوق الأعمال الإيرانية

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

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

صاحب الامتياز والرئيس التنفيذي:

دكتور مرتضى فغانى

رئيس التحرير: فرهاد اميرخانى

المدير التجارى: سارة نظرى

المترجم: سعيد عدالت جو

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

رقم ٢٧، الوحدة الثامنة

رقم الهاتف: ٣٧-٨٨٦٤٨٣٥ ٩٨٢١+

رقم الفاكس: ٩٨٢١ ٨٨٦٤٧٣٠+

الرمز البريدي: ١٥٨٨٦٦٣٤٤

رقم الهاتف المحمول: ٩٨٩١٣٧٧٠٧٧٤٥+

البريد الإلكتروني: d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

مشكلة اختلال التوازن الغازي في إيران الحلول والتحديات



دكتور مرتضى فغاني
رئيس التحرير وعضو
غرفة التجارة طهران

وفقًا للإحصائيات، فإن إيران هي صاحبة أحد أكبر احتياطيات الغاز الطبيعي في العالم وأيضًا واحدة من أكبر منتجي الغاز في العالم. مع أكثر من ٣٣ تريليون متر مكعب من احتياطيات الغاز الطبيعي المؤكدة وحوالي ١٧ في المائة من إجمالي احتياطيات الغاز الطبيعي في العالم، فإنها تحتل المرتبة الثانية في العالم من حيث الاحتياطيات بعد روسيا، وفي عام ٢٠٢٣، مع إنتاج يزيد عن ٢٤٠ مليار متر مكعب، كانت ثالث أكبر منتج للغاز في العالم بعد الولايات المتحدة وروسيا.

أثّرت مشكلة اختلال التوازن الغازي في إيران كتحدٍ خطير في السنوات الأخيرة. وقد حدث هذا الخلل بسبب زيادة الاستهلاك وعدم تناسبه مع القدرة الإنتاجية. ووفقًا للخبراء، يعتمد الغاز الطبيعي في إيران بشكل كبير على حقل غاز جنوب بارس، وانخفاض الإنتاج في هذا الحقل بسبب انخفاض الضغط هو أحد العوامل الرئيسية لهذا الخلل. كما أن الاستهلاك المفرط وهدر الغاز في شبكة إمدادات الغاز في البلاد قد أضاف إلى هذه المشكلة.

يواجه حقل بارس الجنوبي/القبة الشمالية، باعتباره المصدر الرئيسي لإنتاج الغاز في البلاد، مشاكل، وخاصة في مجال إنتاج الغاز المستدام. يقترب الحقل الآن من مرحلة خفض الإنتاج، ووفقًا للخبراء؛ فإن إنتاج هذا الحقل قد ينخفض بما يصل إلى ٣٠ مليون متر مكعب في السنوات الثلاث المقبلة.

ونظرًا لأن الطلب على الغاز الطبيعي سيرتفع من حوالي ٩٠٠ مليون متر مكعب يوميًا في عام ٢٠٢١ إلى ما يقرب من ١٣٠٠ مليون متر مكعب يوميًا في عام ٢٠١٥، فإن خفض الإنتاج قد يخلق خللاً كبيراً. هذا الوضع موجود حاليًا بشكل محدود. في عام ٢٠٢٠، شهدنا خللاً في الغاز الطبيعي يبلغ ١٦٠ مليون متر مكعب يوميًا. إذا زاد الطلب وانخفض الإنتاج، فسيصل هذا الخلل إلى ٩٠٠ مليون متر مكعب يوميًا في عام ٢٠٣٤، وهو ما يمثل ٧٠ في المائة من إنتاج الغاز المطلوب لهذا العام. وحتى لو بقي معدل إنتاج الغاز عند مستواه الحالي، فإننا في عام ٢٠٤٥ نواجه خللاً في التوازن يبلغ ٦٠٠ مليون متر مكعب يوميًا، وهو ما سيشكل ٤٥٪ من الغاز المطلوب لذلك العام.

أصبح تآكل منشآت ومنصات الحقل أحد المشاكل الرئيسية بسبب عدم إجراء إصلاحات دقيقة وفي الوقت المناسب. كما قامت قطر، بصفتها المالك المشترك لهذا الحقل، باستثمارات ضخمة وتمكنت من الاستفادة من تقنيات أكثر تقدماً بالإضافة إلى زيادة الإنتاج. وهذا جعل إيران تتخلف عن قطر في الحصاد من هذا الحقل المشترك. كما عملت العقوبات الدولية والقيود المفروضة على الوصول إلى التقنيات الحديثة كعائق أمام تطوير الحقل وصيانته. وتتطلب هذه المشاكل حلولاً شاملة واستثمارات كبيرة لحلها.

ومن منظور اجتماعي، تسبب هذا الوضع في فرض قيود على إمدادات الغاز إلى قطاعات مختلفة، بما في ذلك القطاعات المنزلية والصناعية ومحطات الطاقة. وفي المواسم الباردة من السنة، يكون هذا الخلل أكثر وضوحاً ويؤدي أحياناً إلى انقطاع الغاز أو انخفاض الضغط في شبكة التوزيع. وللمعالجة هذه المشكلة فإن زيادة الإنتاج ومحاولة استغلال حقول غازية أخرى، وخاصة ترشيد استهلاك الغاز، هي أهم الحلول، إلا أن تحقيق هذه الحلول يتطلب عزيمة المسؤولين ودعم الشعب، إلى جانب الظروف المحلية والدولية المناسبة. ■

ضرورة إنشاء علامة تجارية أصلية من قبل مصممي الملابس



فرهاد اميرخاني
رئيس التحرير

إن التصميم وخلق الأزياء، وخاصة في صناعة الملابس والنسيج في بلدنا، هو علم غير معروف إلى حد ما، وعلى الرغم من وجود نصوص ومؤلفات مترجمة عنه؛ إلا أنه لا يزال يتمتع بأقل قيمة في سلسلة إنتاج الملابس والنسيج وتوريدها في بلدنا. وهذا ليس مفاجئاً؛ لأن هذه المشكلة متجذرة في

الموضوعات التعليمية والدورات الأساسية، لأنه خلال فترة التعليم، من النادر أن تجد طالباً تعلم علم الفن وفقاً لما هو معتاد في العام الحديث من خلال الفصل والكتب المدرسية الموجودة.

أكثر من ٩٠٪ من مصممي الأزياء والملابس في بلدنا من النساء، وتحاول هذه المجموعة أيضاً إنشاء منتجات لـ ٨٤ مليوناً و٩٠٠ ألف إيراني، منهم ٤٢ مليوناً و٩٠٠ ألف فقط من الرجال، في مساحة بعيدة عن السوق. يجب دراسة العلامة التجارية ذات الهوية الوطنية ومغزيتها؛ ولكننا لا نزال نرى للأسف أن هذا الجزء المهم من الصناعة لا يزال يفتقر إلى التماسك النقابي، ويتم استخدامهم فقط وأعمالهم في المؤتمرات والمهرجانات كأداة ثقافية وفنية في بعض الأحيان.

أصبحت مهنة التصميم الآن واحدة من أكثر الوظائف المربحة في العالم. على سبيل المثال، يبلغ متوسط دخل وظيفة تصميم الأزياء في كندا حوالي ٥٤ ألف دولار سنوياً، وهذا المبلغ ١٠٠ ألف دولار سنوياً في تركيا. حالياً، في فرنسا، يبلغ متوسط الدخل السنوي للمصمم ٨٠ ألف يورو، ويمكن زيادته وفقاً لإبداع الشخص وشهرته والقيمة المضافة التي يخلقها في السعر النهائي للمنتج.

أما الآن، فقد تم تصنيف وظيفة التصميم أيضاً إلى مجالات مختلفة حسب التخصص، ويمكن للأشخاص اختيار مجالاتهم وفقاً لاهتماماتهم. ومن بينها يمكننا تصميم الملابس للمسرح والسينما، وتصميم الملابس للأشخاص المميزين، ومدوني الموضة والأزياء، ورسامي الرسوم التوضيحية، ومصممي الشال والأوشحة أو المعاطف، وورشنة الخياطة، وكاتبي الموضة والأزياء والصحفيين، ومصممي طباعة الأقمشة، ومديري الإنتاج في ورش الطباعة والتعاون مع الجامعات و وحدات إنتاج الملابس والنسيج، إلخ. لا ينبغي أن ننسى أن مفتاح تحول صناعة الملابس والنسيج في بلدنا يكمن في أيدي المصممين والفنانين، وكما تمكن حاملو هذا العلم والفن من تحويل العالم في البلدان المتقدمة، فقد يتمكنون في بلدنا أيضاً من خلق منظور جديد وعلامة تجارية ذات هوية وطنية. بالتأكيد، من أجل تحقيق مثل هذا المثل الأعلى، يجب منحهم مجالاً ويجب توفير الأرضية لتحقيق حدث عظيم. ■

من السهل تهريب الملابس إلى البلاد



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

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

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

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

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

تم اقتراح ذلك من قبل مديري شركة هوشمند
رابين لإدارة محفظة الأسهم

يمثل التسعير الحكومي مشكلة كبيرة في سوق رأس المال

إن إدارة رأس المال الذكية هي واحدة من أهم المهارات التي يجب أن تتمتع بها شركة إدارة محفظة الأسهم لتقليل المخاطر. لقد قطعت شركة إدارة محفظة الأسهم الذكية روبن خطوات كبيرة في هذا المجال الحصري ومن خلال النظر في خصائص المستثمرين مثل تحمل المخاطر وأفق زمني للاستثمار ومقدار رأس المال، فقد حددت أفضل ترتيب للأصول لهم في شكل محفظة أسهم ومع الإدارة والمراقبة المستمرة، فقد قدمت أعلى ربحية لعملائها. من أجل التحقيق بشكل أكبر في أنشطة هذه الشركة وكذلك مشاكل سوق رأس المال، أجرينا مقابلة مع عطا الله بابايي، رئيس مجلس الإدارة، وميثم رحيمي، مدير قسم الاستثمار في شركة هوشمند رابين لإدارة محفظة الأسهم. نحن نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

قال رئيس مجلس إدارة شركة هوشمند رابين لإدارة محفظة الأسهم عطا الله بابايي عن الأنشطة الرئيسية لهذه الشركة: إدارة محفظة الأسهم الذكية: بدأت هذه الشركة أنشطتها بعد حصولها على ترخيص من هيئة الأوراق المالية والبورصة في عام ٢٠١٩.



وعلى الرغم من الفترة القصيرة لنشاط صندوق الدخل الثابت، فإن الشركة لديها رأس مال يزيد عن ١,٥٪ ووفقاً للإحصائيات المتاحة، يتمتع صندوق الدخل الثابت روبن (بالرمز روبن) بمكانة جيدة بين صناديق الدخل الثابت. تعتبر المخاطر المناسبة والعائد المواتي لهذا الصندوق من ميزاته الفريدة، وعائده منذ بداية نشاطه أكثر من ٢٠٪.

إن إحدى المشاكل في سوق رأس المال هي عدم استقرار السياسات في جزء كبير من المجالات الاقتصادية، بما في ذلك سوق رأس المال. في السنوات الأخيرة، تسببت التغيرات الواسعة النطاق في المكونات المهمة المؤثرة على سوق رأس المال في مواجهة هذا السوق لتقلبات شديدة.

ميثم رحيمي، مدير قسم الاستثمار في شركة هوشمند رابين لإدارة محفظة الأسهم: أحد الأسباب التي دفعت إدارة محفظة الأسهم هذه إلى إنشاء صندوق مؤشرات هو أننا نريد توفير أداة لتداول المؤشرات للأشخاص، والأشخاص الذين لديهم نظرة إيجابية للسوق ككل، وبهذه الطريقة، يحصلون على الكفاءة. أحد أهدافنا هو تحديد خيارات التداول في هذا الصندوق.



من بين مزايا هذه الشركة وجود فريق مشتقات قوي ومحاظ تحافظ على رأس المال وحتى تتمتع بربحية معقولة من خلال إجراء معاملات مشتقة حتى في ظروف السوق السيئة. أيضاً، تتمتع إدارة محفظة الأسهم الخاصة بشركة روبن باستراتيجيات تداول خاصة تعتبر قوتها. بالتأكيد، بالنسبة للمستثمرين، فإن العدد الصغير للمحافظ في إدارة المحفظة هذه هو نقطة إيجابية، لأنه يمكن إدارتها بشكل أكبر، بينما مع وجود عدد كبير من المحافظ، قد لا يكون من السهل إدارتها. ■

الرئيس التنفيذي لشركة شابرک

يولي شابرک اهتمامًا خاصًا

بتطور صناعة الدفع الإلكتروني



خلال ١٢ عامًا من النشاط كذراع تنفيذي وإشرافي للبنك المركزي، أثناء وضع وتحديث قواعد النشاط في هذه الصناعة، خطت شركة شابرک خطوات كبيرة في تنفيذ الأفكار وتنفيذ احتياجات الدفع الإلكتروني

في البلاد، في محادثة مع سيد أمير حسين شبيري، الرئيس التنفيذي لشركة شابرک، الذي يدير بطريقة أو بأخرى الدفع الإلكتروني في البلاد، قمنا بفحص حالة صناعة الدفع في البلاد. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. الضبط له جناحان رئيسيان للطيران؛ أولاً، الرصد والتكيف، وثانياً، التطوير والابتكار. ومن الواضح أنه إذا تعامل منظم السوق مع أحد هذه المجالات فقط وترك الآخر، فلن يتمكن من تحقيق النجاح؛ ولذلك فإن الابتكار ليس ظاهرة أو موضوعاً مستقلاً عن مجال عملنا، ولكنه من ناحية يتبع استمرارية نفس الأنشطة بنظرة جديدة، ومن ناحية أخرى فهو الأساس لدعم الإبداع والابتكار. حلول مبتكرة. يجب أن تعلم أنه خلال ١٢ عامًا من تشغيل شوبرك، تم تعزيز البنية التحتية لإدارة شبكة الدفع الإلكتروني بشكل جيد وهناك سلطة كاملة على جميع الأنشطة في هذا المجال، بحيث تتم إدارة أكثر من ٤٠ مليار معاملة سنوياً مع الحد الأدنى من الأخطاء وبشكل صحيح وصول الوجهة. ومن الآمن أن نقول إن تطور الأعمال المبتكرة في البلاد، رغم كل القيود والعقوبات، لم يكن ليتشكل لولا إنشاء البنية التحتية للدفع الإلكتروني، واليوم يرجع الزيادة والتنوع في المعاملات والمعاملات والمعاملات التجارية على الجهود المبذولة في هذا المجال. وبناءً على ذلك، يجب على شابرک أن تولي اهتماماً خاصاً لتطور صناعة الدفع الإلكتروني، معتمدة على قدراتها في تقديم خدمات ذات قدرة معالجة عالية واستقرار، والتي ستتحول بالتأكيد من الطرق التقليدية إلى ذكاء الخدمات والخدمات، وفي كلمة من طريق «الابتكار» «سوف تمر».

وأؤكد أن التنظيم في النظام البيئي لا يوجد به تضارب في المصالح مع الشركات. إن هذه القضايا تتماشى في الواقع، ولأن الجهة التنظيمية لديها رؤية منهجية، فهي تساعد الشركات على مواصلة العمل بشكل أكثر استدامة. من ناحية أخرى، يجب أن تلعب الحكومة بشكل أساسي دور تنظيم السوق، وجانبها الرئيسي هو التفاعل مع الجهات الفاعلة في النظام البيئي التكنولوجي والمساعدة في الامتثال للقانون إذا لم يتبع شخص ما قواعد اللعبة.

في النهاية، لا بد لي من التأكيد على أن تنويع أدوات الدفع هو خطوة مهمة في طريق الابتكار، وبالطبع كان يؤكد عليها دائماً البنك المركزي وأحد أولويات شابرک ■

أكد الرئيس التنفيذي ومالك العلامة التجارية ال سى من

ماركات الملابس المحلية ليست أقل قدرة على المنافسة من النماذج الأجنبية



بسبب دخول الملابس بشكل غير قانوني إلى البلاد والطلب المرتفع على هذه المنتجات، يواجه المنتجون المحليون العديد من المشاكل. على الرغم من أنه يجب القول أن العديد من هؤلاء الناشطين في مجال الموضة والملابس لديهم العديد من المعجبين من خلال تحسين جودة المنتجات وموازنة أسعارهم داخلياً، أجرينا محادثة مع منصور إلياسي، الرئيس التنفيذي ومالك ال سى من باعتبارها واحدة من أكبر مصانع الملابس في الشرق الأوسط، تتمتع هذه العلامة التجارية بطاقة عالية في إنتاج الملابس وتنتج منتجاتها بأعداد كبيرة، ولعبت دوراً مهماً في الترويج لصناعة الموضة والملابس. قرأنا أجزاء من هذه المقابلة.

تشمل منتجات ال سى من البدلات والسراويل الكتانية والقمصان والمعاطف والسترات والمعاطف الواقية من المطر والسترات والقمصان. هدفنا الأكبر هو تصدير هذه البضائع إلى الدول المجاورة والدول الأخرى، وهو ما تم إلى حد ما وسيتم متابعته بجدية أكبر في المستقبل. ومن الجدير بالذكر أن حوالي ٦٥٠ موظفًا يعملون حالياً بشكل مباشر وأكثر من ١٥٠٠ شخص يعملون بشكل غير مباشر في هذه الشركة، وسيضاعف هذا العدد تقريباً في المستقبل.

الغرض من إنتاج هذه المنتجات هو تلبية احتياجات جميع الفئات العمرية المختلفة في المجتمع، ومع ذلك، في هذه العملية، بُذلت الجهود لإنتاج ملابس تليق بكرامة وأصالة الشباب الإيرانيين ولا تخلو من النماذج والثقافات الأجنبية. كما أن هذه العلامة التجارية متناغمة مع الأنماط والأساليب الجديدة لإنتاج الملابس، ومنسجمة مع المبادئ والقيم الإيرانية والإسلامية. وعليه، لدينا جمهور واسع.

تستخدم شركتنا أفضل وأرقى المصممين الأتراك والإيرانيين، ويعمل ٢٠ منهم حالياً في قسم التصميم. تم تصميم وإنتاج موديلات ال سى من بإلهام من أحدث الموديلات الأوروبية وتوافقها مع الأسلوب والثقافة الإيرانية، والتي لاقت ترحيباً من معظم أبناء البلاد. بالطبع، يجب أن يقال أنه بما أن ٩٠٪ من المواد الخام لدينا مستوردة، فإننا نواجه تحديات خطيرة في هذا القطاع بسبب تقلب سعر العملة وعدم استقرارها.

ونظراً لأن الملابس وتصميمها الفريد كان لهما مكانة خاصة في حضارة إيران وتاريخها، وبالنظر إلى سوق الملابس الكبيرة في البلاد ونمو وتحسين مستوى الإنتاج المحلي، يبدو أن هناك أفقاً مشرقاً للغاية للإنتاج. ■

مدير العلامة التجارية بارسيان وجامه جستر اقترح

تمثل مشكلة سلسلة التوريد تحدياً كبيراً لمصنعي الملابس



في السنوات الأخيرة، أنتجت بعض العلامات التجارية المحلية للملابس منتجات يمكنها التنافس مع العلامات التجارية الأجنبية المعروفة من خلال الالتزام بمعايير الجودة والتصميمات الحديثة وإيلاء اهتمام خاص لرأي العملاء. في محادثة مع المهندس محمود

رضا آقايور عليشاهي، مدير العلامة التجارية بارسيان وعلامة تجارية جامه جستر، استعرضنا الوضع الحالي لصناعة الملابس. قرأنا أجزاء من هذه المقابلة. قرأنا أجزاء من هذه المقابلة.

تأسست العلامة التجارية جامه جستر في عام ١٩٨٩ في شارع وليعصر بالتعاون والشراكة مع السيد عظيم بور في مجال إنتاج الملابس. مجال نشاط هذه العلامة التجارية هو إنتاج جميع أنواع الملابس والزي الرسمي للمكاتب والمنظمات وتغطي احتياجات عمال المصانع. بدأت العلامة التجارية بارسيان أيضًا في عام ٢٠٠٢ من قبلي، مستفيدة من سنوات عديدة من الخبرة والاعتماد على المعرفة والتقنيات الجديدة، بهدف الإنتاج بطريقة مختلفة عن خلفيتها. يقدم فريق التصميم والإنتاج للعلامة التجارية بارسيان، من خلال دراسة وفحص تفصيلي للأزياء العالمية والخياطة الصناعية الشاملة، فضلاً عن البحث في السوق الإيرانية، أفضل المنتجات بأعلى جودة، تعادل معايير الصحة والسلامة والبيئة للمصانع والأطراف المتعاقدة، تحت تصرف الموظفين والحرفيين الأعداء في جميع أنحاء البلاد

نتبع ٣ مبادئ مهمة في تصميم وإنتاج المنتجات؛ أي أننا نهتم بجودة ومثانة وجمال وتنوع المنتج، ونتحرك بتناغم مع أكثر الأزياء إبداعاً في العالم ونخلق مظهرًا أنيقًا وحديثًا ومريحًا لعملائنا. اليوم، مع أكثر من ٣٠ عامًا من الخبرة في صناعة الأزياء والملابس، بالتعاون مع أساتذة الجامعات البارزين والمصممين النخبة، أصبحت العلامة التجارية بارسيان واحدة من أشهر العلامات التجارية للملابس المؤسسية.

كما أن أغلب زملائنا مهتمون أيضًا بتوريد المواد الخام عالية الجودة من الخارج، بينما إذا دخلت الوزارات والمؤسسات المعنية في هذه المشكلة التي لا يمكن حلها داخليًا، فلن نواجه مشكلة كبيرة في قطاع الملابس، وستكون خطوة كبيرة نحو التحسين. إزالة صناعة الملابس. في رأبي، يجب تشكيل مجموعة عمل في الوكالات والمنظمات ذات الصلة لتلبية احتياجات جميع قطاعات هذه الصناعة.

في أفق عام ٢٠٢٩، ستكون هذه الشركة في المرتبة الأولى في سلسلة القيمة لصناعة الملابس في البلاد وفي وضع يتمتع بميزات مثل الشركة الرائدة في خلق فرص العمل باعتبارها الشركة الأكثر خلقًا للوظائف في البلاد، مع علامة تجارية وطنية ودولية ذات قوة تنافسية في الأسواق العالمية، وسلسلة قيمة فعالة ومتكاملة في مراحل مترابطة. التصميم والتوريد والتصنيع والتوزيع والمبيعات والبنية التحتية الصلبة والناعمة المتقدمة في سلسلة القيمة بأكملها. ■

المدير التنفيذي لشركة جامه بوش آرا لقد أدى التضخم إلى انخفاض القدرة الإنتاجية للحرفيين

تعمل العلامة التجارية جامه بوش آرا "JPA" في مجال إنتاج الملابس منذ عام ١٩٨١ ولديها ثلاث علامات تجارية JPA و HUGER و HAMERZ وتعمل في مجال الملابس الكاجوال والرياضية وأزياء الشوارع. تحتوي هذه المجموعة على متاجر غير متصلة بالإنترنت (مادية) بالإضافة إلى متاجر عبر الإنترنت (إنترنت) لعلامتها التجارية. يعمل حوالي ٢٠٠ شخص في هذه المجموعة، ويتم طرح أكثر من ٥٠٠ موديل سنويًا في السوق من قبل فريق التصميم والخبرة في جامه بوش آرا. تشمل الملابس المنتجة في هذه المجموعة أنواعًا للرجال والنساء ويتم تقديمها للمواطنين في جميع أنحاء البلاد من خلال المتاجر غير المتصلة بالإنترنت وعبر الإنترنت ووكلاء المبيعات والوكالات. نقرأ أجزاء من مقابلةنا مع مجيد فخار، مؤسس ومدير تنفيذي ورئيس مجلس إدارة جامه بوش آرا.

كان هدفنا دائمًا هو تحديث النظام. كانت وحدة البحث والتطوير لدينا نشطة دائمًا في جميع أجزاء المجموعة، سواء كان من المفترض أن تبدأ نشاطها أو على طول الطريق. توفر هذه الوحدة المعلومات اللازمة لمواصلة أنشطة وبرامج التطوير للوحدات الأخرى ويتخذ مجلس الإدارة القرارات المناسبة في هذا المجال. نظرًا لأن صناعة الملابس في البلاد تعتمد بشكل مباشر عمليًا على صناعة الأزياء العالمية، فقد حاولت مجموعتنا دائمًا الحصول على معلومات دقيقة حول هذه الصناعة. أيضًا، نظرًا للنمو الهائل للفضاء الافتراضي في السنوات الأخيرة ونشاط وسائل الإعلام، أصبحت معلومات الجمهور وجميع العملاء أسرع وأكثر حداثة من الماضي.

لا يبدو أن العلامات التجارية JPA و HUGER، التي تشكل غالبية منتجاتنا، لها هوية محددة. في الأساس، في صناعة الأزياء في العالم، نحن أقل منشئي الأزياء وعلينا أن نقبل حقيقة أننا ضعفاء جدًا في هذا القطاع. في الواقع، نحن متأثرون بالموضة العالمية وبناءً على ذوق الناس، وهو جزء من منتجات العالم التي يحبونها، نقوم بتوطين المنتجات وتنفيذها بطريقة ما؛ لذلك، لا يمكن القول بأن هذا هو أسلوبنا الخاص. لا ينبغي لنا أن نتجاهل مشاكل السيولة والتضخم التي تقلل من القدرة الإنتاجية للحرفيين. لتلبية احتياجات المستهلكين المحليين، نظرًا لأن صناعتنا تعتمد على صناعة الأزياء، فإننا لا نعتمد بشكل كامل على الإنتاج المحلي. بالطبع، جميع المواد الخام التي تتمتع بالجودة التي نرغبها والمنتجة داخليًا هي أولويتنا. ■



تحديات الدبلوماسية الاقتصادية الإيرانية من وجهة نظر الصناعة



المهندس علي همتي
عضو مجلس إدارة اتحاد إنتاج وتصدير المنسوجات والملابس الإيرانية

في الوقت الذي تتزامن فيه التغيرات والتطورات العالمية، استكملت الدبلوماسية أيضًا العملية التاريخية، لدرجة أن العلاقات الدولية اليوم تعتمد على الدبلوماسية الاقتصادية والعلاقات التجارية الدولية، على عكس الماضي، الذي كان يعتمد على الدبلوماسية العسكرية وكتلة الشرق والغرب. ما واجهناه خلال رحلة وفد الأعمال الإيراني بحضور رئيس غرفة التجارة الإيرانية

المحترم وسفير بلادنا المحترم في أوزبكستان كان جوهر هذا الأمر. إرسال وفد تجاري إلى أوزبكستان

منذ بداية هذا البرنامج، والذي كان من الممكن أن يكون نقطة تحول لبدء علاقات تجارية وتصديرية واسعة النطاق مع أوزبكستان، ولكن للأسف، كان عدم وجود لقاءات متخصصة بين السفير والمسؤولين المعنيين في السفارة الإيرانية مع النخب الاقتصادية ورجال الأعمال الإيرانيين الحاضرين في هذه الرحلة ودراسة اقتراحاتهم واحتياجاتهم لتسهيل التجارة وإقامة علاقات اقتصادية مستقرة مع أوزبكستان أحد أهم نقاط الضعف والتحديات التي تواجه العلاقات التجارية الإيرانية.

المستشارون الاقتصاديون للسفارة الإيرانية في الدبلوماسية الاقتصادية

على عكس سياسات الخطة التنموية السابعة، كرس المستشارون الاقتصاديون الإيرانيون للأسف معظم اهتمامهم وتركيزهم على تسهيل الواردات إلى إيران وهم مشغولون بذلك. ومع ذلك، كان أساس إنشاء هذا المنصب في هيكل الدبلوماسيين الإيرانيين هو تسهيل الصادرات وتطوير أسواق التصدير والنقد الأجنبي في البلاد، والذي مع استمرار الاتجاه الحالي، بالتأكيد هذا الهدف ليس أكثر من حلم.

غرفة تجارة أوزبكستان

لكن الطرف الآخر قدم برنامجًا مكتوبًا ومحددًا ومثيرًا للإعجاب لكل ساعة ويوم من حضور الوفد التجاري الإيراني. كان التركيز الرئيسي على محافظتي تشقند وخوارزم، لذلك قدم نائب حاكم خوارزم منتجات وقدرات هذه المحافظة من خلال تقديم تقرير فيديو وإحصاءات ومعلومات مفصلة.

لقاء الوفد التجاري للبلدين

يمكن رؤية الاختلاف في وجهات نظر المسؤولين والأشخاص في أعلى الاتصالات الدولية بوضوح في موازين التجارة والنجاحات الدولية للدول في التجارة. ركز الدبلوماسيون الأوزبكيون على التعريف بقدرات وإمكانات الصناعة والإنتاج الحالية لهذا البلد، وعلى الرغم من جذب الاستثمارات الدولية الكبيرة، فقد سعوا إلى تطوير هذا الأمر. لكن للأسف، لم يكن لدى الوفد الإيراني خطة كبيرة في هذا المجال.

المخرج من هذه المعضلة

الحل المنطقي هو وضع برنامج ووصف وظيفي مكتوب ومؤشرات أداء قابلة للقياس والمراقبة للدبلوماسيين الموجودين في السفارات الإيرانية فيما يتعلق بتسهيل الصادرات وليس فقط تسويق الواردات، فضلاً عن توظيف أشخاص ذوي خبرة في هذا المجال وقادرين ومطلعين على نماذج تطوير الأعمال والتواجد في الأسواق العالمية، ومطلعين على قواعد ومبادئ المراسم الدولية. ■

رئيس مجلس إدارة مجموعة تشكاد الصناعية التدخل الحكومي في التسعير أفسد كل شيء



في مقابلة خاصة مع علي يكهفلاح؛ لقد قام مالك ومؤسس ورئيس مجلس إدارة مجموعة تشكاد الصناعية ورئيس مجلس إدارة التعاونية بتلبية احتياجات مصنعي المكونات في البلاد، وقد قمنا بالتحقق من أنشطة هذه الشركة وقدرات إيران في مجال إنتاج السيارات الكهربائية وكذلك السيارة الوطنية، فلنقرأ أجزاء من هذا الحوار

حاليا، تمتلك تشكاد أفضل وأكبر آلات الإنتاج في القطاع الخاص وهي المجموعة الوحيدة في القطاع التعاوني التي تمكنت من إنشاء مثل هذه المرافق. أنتجت شكاد حتى الآن أكثر من مليون و ٤٠٠ ألف طن من المنتجات المعدنية لمصنعي السيارات، أي مصنعي سيارات الركاب والمركبات التجارية.

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

كان اعتقادي دائماً أن بلدنا لديه القدرة والقدرة وبالطبع الجدارة لإنتاج سيارة وطنية بالكامل. ومن هذا المنظور وفي تفاعل ومشاركة جادة بين الخبراء الأكاديميين وأهل الصناعة ومصنعي قطع الغيار المعروفين، قمنا بتصميم سيارة تعتمد على أحدث المعايير العالمية و ٦٠٪ منها تعتمد على قوة العرض المحلي. سلسلة.

بالنسبة لقضية مثل كهربة السيارات، فإن الجزء الرئيسي من اللغز الذي لا يحظى باهتمام كبير ولا يعرفه الجمهور هو «القبول الوطني». إقبال من الناس والمعلومات مهمة جداً. الثقة بالنفس هي مسألة أخرى يجب أن نعتمد عليها ونوليها اهتماماً خاصاً.

المشكلة الرئيسية لمصنعي السيارات هي السهولة. شركات قطع الغيار الدائنة ونظراً لانخفاض عدد شركات صناعة السيارات تواجه أيضاً خسائر متراكمة. الحل هو أن تنحاز تعاونية صانعي قطع الغيار إلى صانع قطع الغيار وإبرام عقد كامل ويبيع الحزمة بأكملها إلى صانع السيارات. ■



الرئيس التنفيذي لشركة «مهندسو استشاريون للصناعة السيارات» ليس لدى وزارة الصناعة والمناجم والتجارة خطة محددة لدعم شركات صناعة السيارات

اليوم، يعد نقص السيولة من أهم التحديات التي تواجه صناعة قطع غيار السيارات في البلاد، ولا توجد طريقة للتغلب عليه سوى عمل المزيد من شركات صناعة السيارات معاً لسداد مطالبهم، ورفع القيود التي تفرضها العقوبات. من ناحية أخرى، سيوفر استخدام المعرفة والتقنيات الجديدة أرضية جيدة لدخول المستثمرين الأجانب أيضاً زيادة جودة المنتجات في هذه الصناعة، والتي تعتمد بالطبع على العلاقة مع الدول الأخرى وصناعة السيارات. ومع ذلك، فإن الصناعات في البلاد، التي تعتمد على المعرفة المحلية، لم تفرض مواصلة أنشطتها وعلى الرغم من مشاكل مثل السيولة والضرائب والتأمين والجمارك تلبية احتياجات السوق. من أجل استكشاف هذه المشكلة بشكل أكبر، أجرينا محادثة ودية مع المهندس حسن جمالي كاظميني، الرئيس التنفيذي لشركة «مهندسو استشاريون للصناعة السيارات»، نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تأسست هذه الشركة في عام ١٩٩٢ وتنشط في مجال إنتاج فرامل سيارات الركاب ونظام معزز الفرامل واللوح الخلفي والصمام المنفصل، والتي أصبحت بالطبع أكثر حداثة وتنوعاً مع نمو وتطور أنشطة الشركة. أيضاً، تنتج شركة مهندسي صناعة السيارات، بصفتها المقاول الرسمي لشركة سازه جستر سايبا وشركة سابكو، إيران خودرو، الفرامل السيارات مثل برايد و تيبا. أن منتجاتنا يتم إنتاجها بناءً على طلب العملاء، وفقاً لخطط الشركة للبحث والتطوير وتحت ترخيص كاسكو في كوريا الجنوبية، وقد أدى هذا الأمر إلى اختيارنا كمقاول رائد لشركة سازه جستر سايبا في السنوات الأخيرة.

يبلغ عمر هذه شركة ٣٠ عامًا وتنتج حاليًا ٣٥٠ معززًا للمكابح يوميًا يستفيد منها ١٢٠ موظفًا. يشار إلى أن توريد وتوريد قطع غيار السوق هو جزء آخر من أنشطة الشركة.

إن بقاء الإنتاج والنمو المستمر والتطور له أهمية خاصة بالنسبة لنا، وبسبب الركود الذي أصاب الشركة خلال السنوات القليلة الماضية، فقد تحولت أنشطتنا من الاستعانة بمصادر خارجية إلى الاستعانة بمصادر خارجية. على الرغم من أن بلادنا نجحت في الاستيعاب بالاعتماد على التسهيلات المتاحة، إلا أن هذا ليس كل ما هو متوقع من الاستيعاب، لأن هذا الموضوع يتطلب معرفة حديثة بالعالم. في رأيي، إذا تم توفير شروط اتصال الحرفيين بالأكاديميين، فسيكون من الممكن استخدام المعلومات المطلوبة وستكون النتيجة المرجوة هي دخل المجتمع.

في أوقات الركود، عادة ما يكون هناك حلال لزيادة القوة الإنتاجية لشركات صناعة السيارات، أولهما هو مساعدة شركات صناعة السيارات من خلال زيادة طاقتها الوطنية من خلال البيع المسبق، والثاني هو الاستثمار الأجنبي. بالطبع، على الرغم من بيع السيارات مسبقاً، لا توجد حتى الآن منصة مناسبة للاستثمار الأجنبي في البلاد.

يعتمد حل المشكلات القائمة على تشكيل جمعية أو مجلس يحضر فيه الأشخاص المؤثرون وصانعو السياسات في البلاد. يجب مناقشة القضايا الأساسية لصناعة السيارات بشكل أساسي، ومن أجل حل المشاكل القائمة، يجب أن يكون هناك تصميم وتنسيق جاد بين صانعي القرار في الدولة. من المؤكد أن استخدام مرافق وقدرات المتخصصين في البلاد سيساعد في حل المشاكل الحالية في صناعة السيارات وقطع الغيار، شريطة أن يعمل جميع أصحاب المصلحة والمسؤولين والمنظمات معاً لحلها.

وقال الرئيس التنفيذي لفندق عباسي

سعر الخدمات الفندقية

المشاركة في إيران منخفض جداً



ومن الأسباب التي كان لها آثار سلبية على ربحية الفنادق انخفاض القوة الشرائية للناس وارتفاع تكاليف الفنادق بسبب ارتفاع معدل التضخم وتقلبات العملة. في مقابلة مع مجتبی آخوندي، الرئيس التنفيذي لفندق عباسي، قام بفحص وضع بيت الضيافة هذا والصناعة المماثلة.

لقد دفعنا السياحة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

هذا الفندق هو أحد الخانات التي تم بناؤها في العصر الصفوي، والتي تُعرف أيضاً باسم كاروانسرای مادرشاه في أصفهان. تم بناء الفندق العباسي في عهد الملك السلطان حسين بأمر من والده الملك، بجوار چهارباغ ومجمع الحديقة الملكية، ويعتبر من روائع فن العمارة الأصفهانية. تم بناء هذا المبنى بتأثير فن العصر الصفوي على طراز أربع شرفات مع طابقين حول الحديقة ليصبح فندق ٥ نجوم من الداخل والخارج. وبذلك تم تحويل أحد آثار عمارة العصر الصفوي إلى فندق رائع.

مراعاة عمر الفندق واحتياجات النزلاء، وبما يتوافق مع التحديث واستخدام المعدات الحديثة في مجال تقديم الخدمات للمسافرين، وذلك من خلال اعتماد السياسات الأساسية في مجال تجديد وتحديث المعدات وكذلك صنع الفندق أكثر ذكاءً وإجراءات مثل التحديث وإنشاء البنية التحتية اللازمة واستبدال المعدات القديمة بمعدات حديثة يتم تركيبها في جميع أنحاء فندق العباسي وفي المستقبل القريب سترى تحديث الفندق بطريقة يمكن أن تنافس الفنادق الحديثة في العالم.

وتأثرت صناعة الفنادق في السنوات القليلة الماضية بمختلف الأحداث السياسية وانتشار فيروس كورونا، وواجهت توقف النشاط أو انخفاض الدخل وهو أمر غير مسبق من نوعه. وفي هذه الحالة، يجب على الحكومة توفير الظروف اللازمة لاستمرار حياة الفنادق وبقاتها من خلال صياغة وتنفيذ سياسات الدعم، فمن ناحية نشهد زيادة في مبلغ ضريبة دخل الفنادق، ومن ناحية أخرى، مع وقد أدى فرض ضريبة القيمة المضافة على الإقامة الفندقية وخدمات تقديم الطعام، وخاصة فنادق ٥ نجوم، إلى ارتفاع السعر الإجمالي لهذه الخدمات، مما أدى إلى انخفاض القوة الشرائية للضيوف وزيادة السعر الإجمالي للفنادق ٤ و ٥. خدمات فندقية نجمة في عملية تنافسية. ويبدو أنه، تماشياً مع تطور دعمها لصناعة السياحة والفنادق، ينبغي على الحكومة جعل هذه الخدمات ميسورة التكلفة من خلال تعديل القوانين الضريبية، بما في ذلك إلغاء ضريبة القيمة المضافة عن الخدمات الفندقية، وبالتالي توفير الازدهار للفنادق. ■

لوجستيات سفينة بدون قبطان



المهندس داود سعدي، المدير العام السابق للطرق السريعة في محافظات طهران والبرز وسمنان

إن العرض والدعم في دورة النقل، وخاصة النقل البري، والذي يتم معظمه عن طريق البر، له أبعاد معقدة لا يمكن تصحيحها وتحسينها دون مراعاة التقاليد والأعراف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للعاملين في هذا المجال. كان لديه أمل

في العام الذي تعد فيه أزماتي الطاقة والوقود من أهم اهتمامات العالم الحالي، فإن النقل دون الاهتمام بإصلاح أنظمة العمل سيواجه بالتأكيد مشاكل وتحديات كبيرة، لذلك يجب أن يتماشى نظام النقل في البلاد مع العالم الجديد النظام والهياكل المحلية والمحلية والإقليمية من أجل تحسين نموذج العمل والأنشطة العملية للمستثمرين، يجب على القادة والمديرين إجراء إصلاحات جوهرية. هناك العديد من المؤسسات الحاكمة في مجال سلسلة التوريد والخدمات اللوجستية، ومن بينها وزارة التنمية الحضرية والأمن والدفاع والبترول والجهاد والزراعة والتعاون والريعية الاجتماعية والاقتصاد والمالية. وفي هذا التعداد في مؤسسات الحكم وصناع القرار، فإن الحلقة المفقودة لقبطان السفينة اللوجستية واضحة، ووفقا لتعريف البنك الدولي، يمكن للمرء أن يشهد نموًا أكبر بنسبة ٢١٪ في الناتج القومي الإجمالي. نمو التجارة بنسبة ٢٪ في الساحات الدولية، زادت أهمية الخدمات اللوجستية إلى حد ما هو أن النمو والتنمية السياسية والاجتماعية والاقتصادية تغطي مساحة إقليمية ويشكل عام أعرب البنك الدولي عن شعار الخدمات اللوجستية باعتبارها العمود الفقري. من كل اقتصاد، مشيرًا إلى مجال الجاهزية والدعم وتدني كفاءة الكفاءة والفعالية في هذا المجال حيث أن كفاءة مخرجاته لا تذكر، يمكن أن نستنتج أن النقل مزدوج. فارغة تمامًا، وارتفاع استهلاك الوقود وارتفاع معدل الحوادث والإصابات في البلاد كان ولا يزال نتاج عملية العمل هذه.

تتطلب أساليب التوجيه والرقابة والإدارة التشغيلية للنقل، وخاصة النقل المشترك، تعديل المواقف والنمط السلوكي للمديرين والمشغلين والمستثمرين ومواءمة النقابات العمالية مع هذه السياسات والخطط القادمة.

استخدام آليات جديدة مثل التوجيه والتحكم من خلال الترددات الراديوية (RFID) في المحطات ومدن النقل والمراكز اللوجستية والمستودعات والشركات والمؤسسات المدمجة في هذه المراكز وتنظيم وتنظيم وتتبع الأسطول الذي يديره المشغلون وشركات النقل تجري ذلك، وهو أمر واضح وميسر وهو أمر مهم. ومن المؤكد أنه من المتوقع الاهتمام بالقضايا اللوجستية والاتجاه الصحيح لتدفق حركة المرور وتعديل طرق توزيع وتوزيع البضائع ومنع ازدواجية النقل والاستغلال الأمثل للوقود، أو بمعنى آخر، تعديل غط الاستهلاك في الأساليب السلوكية والوظيفية لهذا المجال. ■

قال مؤسسة ورشة هورامان للجلود تحديد الأهداف لتعليم المرأة الاعتماد على نفسها

وفي حديث مع الفنانة السيدة ليلا كريمخاني التي بدأت بخياطة الحقائق الجلدية منذ حوالي ٩ سنوات وتم تسجيل علامتها التجارية تحت اسم «هورامان» للجلود، أكدت أن ورشة هورامان للجلود صغر يصل إلى ١٠٠ غرزة، التصميم بالكمبيوتر، مجسم الكرتون، التنفيذ على الجلد، خياطة العينات، إصلاح العيوب حتى الانتهاء من إنتاج وتقديم العينة الأصلية. نقرأ أجزاء من هذا الحديث.

في البداية كنت مبتدئًا جدًا ولم أحضر سوى جلستين للتدريب، لكنني تمكنت من تعلم الكثير عن طريق شراء وتوزيع الحقائق الجلدية الصناعية وإتقانها. بعد تمزيق الحقائق المصنوعة من الجلد الصناعي، قمت بتصميمها وقمت ببعض الزخرفة اليدوية لأتمكن من إتقانها. بعد ذلك، بدأت بتعلم تصميم الكمبيوتر من خلال برنامج كوريل، التجربة والخطأ، ولكن بعد فترة تعلمت تقريبًا جميع الأساليب في مجال تصميم الكمبيوتر وتنفيذه، والآن أقوم بتدريس الطلاب في هذا المجال. لقد تعلمت كل هذه التجارب تجريبياً تمامًا.

في الحقيقة نظرنا لهؤلاء النساء هي أن تتمكن من توفير مستقبل أجمل لهن، لأن بعضهن لم يحصلن على تعليم كلاسيكي وأكاديمي ولم يتمكن من أن يكون لهن مكان في المجتمع بسبب وظائفهن، وبعضهن يعتمدون على أنفسهن؛ ولذلك، فهم بحاجة إلى تأمين مستقبلهم من حيث التأمين وأن ينظر إليهم كفنانين وأن ينظر إليهم المجتمع. حاليًا وفي ظل هذه الظروف، يعد التدريب على العمل بالجلود مكلفًا للغاية بالنسبة للطلاب. بالطبع، لا نقول إننا نقوم بالتدريس مجانًا، وعلى أي حال، يجب على الناس أن يقدروا وقتهم وطاقاتهم. بالطبع، مناقشة التدريب من صفر إلى مائة تتم من قبل أختي، وعندما يكمل الطالب الجلسة العاشرة من تدريبه الأولي، لم يعد بحاجة إلى خوض الدورة المتقدمة. مدة الحصة ساعة و ٣٠ دقيقة و تعقد جلستين خلال الأسبوع. ومن الجدير بالذكر أن التدريب يشمل التصميم والنمذجة والقص وجميع خطوات العمل وكما ذكرت، نحن بحاجة إلى دعم حكومي لتطوير أنشطتنا من أجل اتخاذ خطوات إيجابية في مجال توفير العمل للنساء العاملات لحسابهن الخاص. لقد أوليت دائمًا هذه القضية اهتمامًا خاصًا، وأحد أهدافي هو جمع المزيد من النساء معًا في المستقبل القريب من خلال توفير البيئة المناسبة لاتخاذ إجراءات مفيدة سواء في مجال التعليم أو الإنتاج. ■



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: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۳۵

سرمایه گذاری

۱. واریز مبلغ ۴,۸۰۰,۰۰۰ تومان به

حساب شماره: ۰۱۰۱۹۶۵۰۲۹۰۰۴

و یا شماره کارت: ۶۰۳۷-۹۹۷۳-۲۵۵۰-۹۳۱۴

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

بانک ملی ایران به نام آقای مرتضی فغانی.

۲. ارسال تصویر فیش بانکی از طریق دورنگار به

شماره: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۷۲۰

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



Logistics is a ship without a captain



Engineer Davoud Saadi, former general director of highways of Tehran, Alborz and Semnan provinces

Supply and support in the transportation cycle, especially land transportation, the majority of which is carried out by road, has complex dimensions that cannot be corrected and improved without taking into account the social, political and economic traditions and norms of those involved in this field. In the year when the energy and fuel crises are one of the most important concerns of the current world, transportation without paying attention to the reform of work systems will definitely face problems and major challenges, therefore the country's transportation system must align with the new global order and local, local and regional structures. In order to improve the working model and practical activities of investors, leaders and managers should make fundamental reforms. There are many governing institutions in the matter of supply chain and logistics, among which the Ministry of Urban Development, Security, Defense, Petroleum, Jihad Agriculture, Cooperation and Social Welfare, and Economy and Finance can be mentioned. In this multiplicity of governance institutions and decision-makers, the missing link of the captain of the logistics ship is obvious. According to the definition of the World Bank, one can witness a 1% more growth in the Gross National Product (GDP) and 2% growth in trade in international arenas, the importance of logistics has increased to a certain extent. It is that the political, social and economic growth and development covers a territorial area and in general the World Bank has expressed the slogan of logistics as the backbone of every economy, referring to the area of readiness and support and the low efficiency of efficiency and effectiveness in this area that its output efficiency is negligible, it can be concluded that double transport. Completely empty, high fuel consumption and high rate of accidents and casualties in the country was and is the product of this work process.

The methods of guiding, controlling and operational management of transport, especially combined transport, require the modification of the attitude and behavioral pattern of managers, operators and investors and the alignment of trade unions from these policies and upcoming plans.

Using new mechanisms such as guidance and control through radio frequencies (RFID) in terminals and transport towns and logistics centers and warehouses and companies and institutions embedded in such centers and organizing and organizing the tracking and tracking of the fleet that is managed by the operators and transport companies it takes place, it is an obvious and facilitating thing that is important. It is definitely expected to pay attention to the logistics issues and the correct direction of the traffic flow and the modification of the methods of distribution and distribution of goods and the prevention of double transportation and the optimization of fuel consumption, or in other words, the modification of the consumption pattern in the behavioral and functional methods of this field. ■

The founder of Hooraman leather workshop said

Setting goals for educating self-reliant women



In a conversation with the lady artist, Ms. Leila Karimkhani, who started sewing leather bags about 9 years ago and her brand was registered under the name "Hooraman" leather, she emphasized that in the Hooraman leather workshop, zero Up to 100 stitches, computer design, cardboard mock-up, execution on leather, sample sewing, fixing defects until producing and presenting the original sample are done. We read parts of this conversation.

At first I was a very beginner and only attended 2 sessions for training, but I was able to learn a lot by buying and tearing apart faux leather bags and mastering them. After tearing apart, the faux leather bags, I modeled them and even did some hand-patterning to get the hang of it. Next, I started to learn computer design through the Corel program, trial and error, but after a while, I learned almost all the methods in the field of computer design and implementation, and now I teach students in this field. I learned all these experiences completely empirically.

In fact, our view of these women is to be able to provide a more beautiful future for them, because some of them do not have classical and academic education and have not been able to have a place in society due to their jobs, and some are self-supporting; Therefore, they need their future to be secured in terms of insurance and to be looked at as an artist and to be seen by the society.

Currently and under these circumstances, leather work training is very expensive for students. Of course, we don't say that we teach for free, and in any case, people should value their time and energy. Of course, the zero-to-one hundred discussion of the training is done by my sister, and when the student completes the 10th session of his preliminary training, he no longer needs to go through the advanced course. The duration of the classes is one hour and 30 minutes and 2 sessions are held during the week. It is worth noting that the training includes designing, modeling, cutting and all the work steps

As I mentioned, we need government support to develop our activities in order to take positive steps in the field of providing work to self-employed women. I have always paid special attention to this issue, and one of my goals is to bring more women together in the near future by providing a suitable environment in order to take useful actions both in the field of education and production. ■

The CEO of Abbasi Hotel said The price of common hotel services in Iran is very low



Among the reasons that have had negative effects on the profitability of hotels are the decrease in people's purchasing power and the increase in hotel costs due to the increase in the inflation rate and currency fluctuations. In an interview with Mojtaba

Akhondi, CEO of Abbasi Hotel, he examined the situation of this guest house and similar industry.

We have paid tourism. We read parts of this interview.

This guest house is one of the caravanserais built in the Safavid era, which is also known as the Madershah Caravanserai of Isfahan. The original building of the Abbasi Hotel was built during the reign of Shah Sultan Hossein by the order of the mother of the king, next to Chaharbagh and the royal garden complex, and is considered a masterpiece of Isfahan architecture. This building, which was built with the influence of Safavid era art in the style of four porches with two floors around the garden, was decided during the Pahlavi period with the decision and expense of the Iran Insurance Company to maintain the originality of the building, in order to accommodate and accommodate tourists. to become a 5-star hotel inside and outside. And thus, one of the architectural relics of the Safavid era was transformed into an exquisite hotel.

Considering the age of the hotel and the needs of the guests and in line with the modernization and use of modern equipment in the field of providing services to passengers, by adopting basic policies in the field of renovating and modernizing the equipment as well as making the hotel smarter, measures such as updating, creating the necessary infrastructure and replacing the old equipment with Modern equipment is being installed in all parts of Abbasi Hotel and in the near future we will see the modernization of the hotel in a way that can compete with the modern hotels of the world.

In the past few years, the hotel industry has been affected by various political events and the spread of the corona virus, and faced the suspension of activity or a decrease in income, which was unprecedented in its kind. In this situation, the government should provide the conditions for the continued life and survival of hotels by formulating and implementing support policies, on the one hand, we are witnessing an increase in the amount of hotel income tax, and on the other hand, with the imposition of value added tax on hotel accommodation and catering services. Especially 5-star hotels have caused an increase in the total price of these services, and this has caused a decrease in the purchasing power of guests and an increase in the total price of 4- and 5-star hotel services in a competitive process. It seems that, in line with the development of its support for the tourism and hotel industry, the government should make these services more affordable by amending the tax laws, including removing the value added tax from hotel services, and thus provide the prosperity of hotels.■

CEO and Chairman of the Board of
Directors of Iran Business Center in
Tanzania

Africa is the best option for market development Is

As a bright, middle-income star in Africa, Tanzania has averaged 7 percent economic growth over the past decade. To further investigate the business opportunities of this country, we have conducted an interview with Seyed Raed Mousavi, CEO and Chairman of the Board of Directors of Iran Business Center in Tanzania. We read parts of this interview.

The Trade Development Organization gives licenses to companies that have been operating in one of the countries for some time and have learned the ways and the good there, as a business center. These companies are actually the arm of the private sector in that country in trade, investment and various fields. Following these goals, this center was established in Dar es Salaam after receiving the establishment license from the Trade Development Organization, and it has been operating for about three years. The Iranian Trade Center in Tanzania is the only Iranian trade center in this country, and the showroom of Iranian goods has been held there. In general, the mission of this center; Facilitating export, investment and supply of raw materials for Iranian companies in Tanzania. This efficient business center alone supports all the steps required for approval, licenses and all the required documents and by facilitating the processes, it also saves time and resources needed to establish a business in Tanzania.

Africa is called the land of opportunities, because it is a growing region in the world, the growth process in Africa is very high, and this issue increases the market's need for technology and goods. On the other hand, since African governments are trying to compensate for the backwardness, they welcome any investment and economic development, and because of the virginity of the market, less business and activity there will fail. As a facilitator, the Iran-Tanzania Trade Center has made a significant contribution to the entry of investors into the African region, especially Tanzania.

One of the attractive areas of Africa for investment is the east, which is both close to us and because of the direct connection of the shipping line of the Islamic Republic of Iran to Kenya and Tanzania and the reasonable price of containers, there is no problem in transportation. On the other hand, there are 6 countries around Tanzania, Rwanda, Zambia, Uganda, Rwanda, Burundi and Congo, whose access to open waters is through Tanzania; In general, there is a cultural and social atmosphere to welcome Iranian goods.■



World of
INVESTMENT

The CEO of “Automotive Industry Consulting Engineers” Company The Ministry of Industry, Mines and Trade does not have a specific plan to support automakers



Today, the lack of liquidity is the most important challenge for the country's auto parts industry, and there is no way to overcome it other than for more automakers to work together to pay their demands, lifting the restrictions imposed by the sanctions. On the other hand, the use of new knowledge and technologies will provide a good ground for the entry of foreign investors and also increase the quality of products in this industry, which, of course, depends on the relationship with other countries and the automotive industry. However, the country's industries, relying on indigenous knowledge, have not refused to continue their activities and despite the problems such as liquidity, taxes, insurance and customs are meeting the needs of the market. In order to further explore this issue, we have conducted a cordial conversation with Engineer Hassan Jamali Kazemeini, CEO of the “Automotive Industry Consulting Engineers”, the result of which will be appreciated by the readers.

This company was established in 1992 and is active in the field of production of passenger car brakes, brake booster system, backplate and split valve, which, of course, has become more up-to-date and diversified with the growth and development of the company's activities. Also, Automotive Industry Consulting Engineers Company, as the official contractor of Sazeh Gostar Saipa Company and Iran Khodro Sapco, produces products such as Pride, Tiba and Shahin brakes. It is noteworthy that our products are produced at the request of customers, in accordance with the company's research and development plans and under the license of Casco in South Korea, and this issue led us to be selected as the leading contractor of Sazeh Gostar Saipa in recent years.

The consulting engineers company is 30 years old and currently produces 350 brake boosters daily with the benefit of 120 employees. It is noteworthy that the supply and supply of market spare parts is another part of the company's activities.

Solving the existing problems depends on the formation of an assembly or council in which influential people and policy makers of the country are present. The basic issues of the automotive industry must be discussed fundamentally, and in order to solve the existing problems, there must be serious determination and coordination among the decision-makers of the country. Utilizing the facilities and abilities of the country's specialists will certainly help solve the current problems in the automotive and parts industry, provided that all stakeholders, officials and organizations work together to solve it. ■

CEO of the country's tourism cooperative

The tourism industry is the way to save the country's economy



In the interview, Mrs. Bahare Habibzadeh, the CEO of the country's tourism cooperative, is the co-founder of the only cooperative to meet the needs of the country's tourism industry. We have investigated the activity

of this cooperative. We read parts of this interview.

This cooperative is the only cooperative to meet the needs of tourism in the country, which was established in March 2018, and while entering all the necessary sectors, it is trying to respond to most of its needs. Iran Tourism Cooperative has had an active presence in the field of tourism for the past three years, and in order to create synergy and constructive interaction between different tourism sectors in the country, it currently has about one hundred shareholders in the whole country, all of whom have tourism licenses in the fields of hotels, ecotourism, and airline agencies. Everything that is in the field of issues related to tourism.

Other activities of this cooperative include investment in education, domestic and foreign charter flights, hotel guarantee and macro planning in tourism.

About 80% of the country's tourism industry income is related to 10% of the industry's operators, and one of the goals of the Iran Tourism Cooperative, which we hope to achieve, is to be able to attract a percentage of their income from the tourism industry by attracting those 10% in this cooperative. Divide between the other 90%.

In my opinion, the missing link of the country's tourism industry is the government's lack of faith in tourism, which could have led to the reform of policies and facilitated the development of tourism.

The government should have the belief that by relying on the tourism industry, it can facilitate the conditions of employment, economic growth, communication with the world and many other factors, the achievement of which requires the government's support for the activists of this industry. Another issue is modern technical knowledge, which unfortunately the tourism industry has neglected.

For the first time, this cooperative has created belief in the activity, teamwork and efforts to continue it among the tourism industry activists. One of the issues is the lack of attention to the field of cooperation. This area, contrary to all the efforts made by the government, is unfortunately very neglected, so attention should be paid to it. ■

Challenges of Iran's economic diplomacy from the point of view of industry



Engineer Ali Hemati
Member of the Board of Directors of Iran Clothing Textile Production and Export Union

At the same time as the global changes and developments, diplomacy has also completed the historical process, to the extent that today's international relations are based on economic diplomacy and international trade relations, unlike in the past, which was based on military diplomacy and the East and West bloc. What we faced during the trip of the Iranian business delegation in the presence of the honorable chairman of the Iranian Chamber of Commerce and the honorable ambassador of our country in Uzbekistan was the essence of this matter.

Sending a business delegation to Uzbekistan

From the beginning of this program, which could have been a turning point for the start of extensive trade and export relations with Uzbekistan, but unfortunately, the lack of specialized meetings between the ambassador and relevant officials of the Iranian embassy with Iran's economic elites and entrepreneurs present in this trip and examining their suggestions and needs to facilitate Trade and establishing stable economic relations with Uzbekistan was one of the most important weaknesses and challenges facing Iran's trade relations.

Economic advisers of the Iranian embassy in economic diplomacy

Contrary to the policies of the 7th Development Plan, Iran's economic advisers have unfortunately devoted most of their attention and focus on facilitating imports to Iran and are busy with this. However, the basis of creating this position in the structure of Iran's diplomats was to facilitate exports and develop the country's export markets and foreign exchange, which with the continuation of the current trend, surely this goal is nothing more than a dream.

Uzbekistan Chamber of Commerce

But the other side presented a written, specific and admirable program for each hour and day of the presence of the Iranian trade delegation. The main focus was on the provinces of Tashkent and Khwarezm, so the deputy governor of Khwarezm introduced the products and capacities of this province by presenting a video report and detailed statistics and information.

The meeting of the business delegation of the two countries

The difference in the views of officials and the people at the top of international communications can be clearly seen in the trade balances and international successes of countries in trade. Uzbek diplomats focused on introducing the capacities and potential of the current industry and production of this country, and despite the attraction of significant international investments, they sought to develop this matter. But unfortunately, the Iranian delegation did not have much of a plan in this field.

The way out of this dilemma

The logical solution is to develop a program and written job description and measurable and monitoring performance indicators for diplomats present in Iranian embassies regarding facilitating exports and not just import marketing, as well as employing people with related expertise, capable and familiar with business development models and presence in global markets. , is familiar with the rules and principles of international ceremonies. ■

Chairman of the Board of Directors of Chekad Industrial Group

Government intervention in pricing has messed everything up

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

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

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

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

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

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



CEO of Jameh Poosh Ara

Inflation has reduced the production capacity of artisans



Jameh Poosh Ara "JPA" brand has been active in the field of clothing production since 1981 and has three brands JPA, HUGER and HAMERZ and operates in the field of casual, sports, street style and Techwear clothing. This collection has offline (physical) stores as well as online (internet) stores for its brands. About 200 people work in this collection, and annually more than 500 models are released to the market by Jameh Poosh Ara's design and expert team. The clothes produced in this collection include men's and women's types and are offered to compatriots in all parts of the country through offline and online stores, sales agents and agencies. We read parts of our interview with Majid Fakhar, the founder, CEO and chairman of the board of Jameh Poosh Ara.

Our goal has always been to keep the system up-to-date. Our R&D unit has always been active in all parts of the collection, whether it was supposed to start its activity or along the way. This unit provides the necessary information for the continuation of development activities and programs to other units and the board of directors takes appropriate decisions in this field. Considering that the country's clothing industry is practically directly dependent on the global fashion industry, our collection has always tried to have accurate information about this industry. Also, due to the huge growth of the virtual space in recent years and the activity of the media, the information of the audience and all customers has become faster and more up-to-date than in the past.

JPA and HUGER brands, which make up the majority of our products, do not seem to have a specific identity. Basically, in the fashion industry of the world, we are less fashion creators and we have to accept the fact that we are very weak in this sector. In fact, we are influenced by global fashion and based on people's taste, which is part of the world's products that they like, we localize and implement the products in a way; therefore, it cannot be said that this is our special style.

We should not ignore the problems of liquidity and inflation that reduce the production power of artisans. To meet the needs of domestic consumers, considering that our industry is dependent on the fashion industry, we are not completely dependent on domestic production. Of course, all raw materials those are of our desired quality and produced in-house are our priority.■

Parsian and Jameh Gostar brand manager suggested

Supply chain problem is a major challenge for garment manufacturers



In recent years, some domestic clothing brands have produced products that can compete with well-known foreign brands by complying with quality standards, up-to-date designs and paying special attention to the opinion of customers. In a conversation with engineer Mahmoudreza Aghapour Alishahi, manager of Parsian brand and Jameh Gostar brand, we have reviewed the current state of the clothing industry. We read parts of this interview. We read parts of this interview.

Jameh Gostar brand was established in 1989 in Valiasr Street with the cooperation and partnership of Mr. Azim Pour in the field of clothing production. The field of activity of this brand is the production of all kinds of clothes and uniforms for offices and organizations and covers the needs of factory workers. Parsian brand was also started in 2002 by me, taking advantage of many years of experience and relying on knowledge and new technologies, with the aim of producing in a different way from its background. The design and production team of the Parsian brand, with a detailed study and examination of the world's fashion and all-industrial sewing, as well as research in the Iranian market, provides the best products with the highest quality, equal to the HSE standards of factories and contracting parties, at the disposal of dear employees and craftsmen throughout The country places. We follow 3 important principles in designing and producing products; That is, we pay attention to the quality and durability, beauty and diversity of the product, and we move in harmony with the most creative fashions of the world and create a stylish, modern and comfortable look for our customers. Today, with more than 30 years of experience in the fashion and clothing industry, with the cooperation of prominent university professors and elite designers, the Parsian brand has become one of the most well-known corporate clothing brands.

Most of our colleagues are also concerned about the supply of high-quality raw materials from abroad, while if the relevant ministries and institutions enter into this problem, which cannot be solved internally, we will not face much of a problem in the clothing sector, and it will be a big step towards improvement. Remove the garment industry. In my opinion, a working group should be formed in the related agencies and organizations to meet the needs of all sectors of this industry.

In the horizon of 2029, this company will be in the first place in the value chain of the country's clothing industry and in a position with features such as the leader in job creation as the most job-creating company in the country, with a national and international brand with competitive power in global markets, an efficient and complementary value chain in interconnected stages. Design, supply, manufacture, distribution and sales and advanced hard and soft infrastructure in the entire value chain.■

CEO of Shaparak Company Shaparak pays special attention to the evolution of the electronic payment industry



In its 12 years of activity as the executive and supervisory arm of the Central Bank, while setting and updating the rules of activity in this industry, Shaparak has taken great strides in implementing ideas and implementing electronic payment needs in the country. In

a conversation with Seyed Amirhossein Shobeiri, the CEO of Shaparak, who somehow manages the country's electronic payment, we examined the state of the country's payment industry. We read parts of this interview.

Tuning has two main wings to fly; First, monitoring and adaptation and second, development and innovation. Obviously, if the market regulator only deals with one of these areas and leaves the other, it cannot achieve success; Therefore, innovation is not a phenomenon or a subject independent of our field of work, but on the one hand, it follows the continuation of the same activities with a new look, and on the other hand, it is the basis for supporting creative and innovative solutions. You must know that during the 12 years of operation of Shoprak, the infrastructure for the management of the electronic payment network has been well strengthened and there is a complete authority over all activities in this field, so that more than 40 billion transactions are managed annually with minimal errors and correctly The destination arrives. It is safe to say that the development of innovative businesses in the country, despite all the restrictions and sanctions, would not have been formed without the creation of electronic payment infrastructure, and today the increase and variety in transactions, transactions and business transactions are due to the efforts of this field. Based on this, Shaparak should pay special attention to the evolution of the electronic payment industry, relying on its capabilities in providing services with high processing capacity and stability, which will definitely change from traditional methods to intelligentization of services and services, and in a word, from the path of "innovation". "It will pass.

I emphasize, regulation in the ecosystem has no conflict of interest with businesses. These issues are actually aligned and because the regulator has a systemic view, it helps businesses to continue operating more sustainably. On the other hand, governance should basically play the role of regulating the market, and its main aspect is to interact with the actors of the technological ecosystem and help to comply with the law if someone does not follow the rules of the game.

In the end, I must emphasize that diversifying payment instruments is an important step in the path of innovation, and of course, it has always been emphasized by the Central Bank and one of the priorities of Shaparak.■

CEO and owner of the LC MAN brand
emphasized

Domestic garment brands are no less competitive than foreign models

Due to the illegal entry of clothes into the country and the high demand of these products, domestic producers are facing many problems. Although it must be said, many of these activists in the field of fashion and clothing have many fans by improving the quality of products and balancing their prices internally, we had a conversation with Mansour Eliasi, CEO and owner of LC MAN. As one of the largest clothing factories in the Middle East, this brand has a high capacity in the production of clothing and produces its products in large numbers, and has played a significant role in the promotion of the fashion and clothing industry. We read parts of this interview.

LC MAN products include suits, linen pants, shirts, overcoats, overcoats, jackets, raincoats, sweatshirts and t-shirts. Our bigger goal is to export these goods to neighboring countries and other countries, which has been done to some extent and will be pursued more seriously in the future. It is worth mentioning that, currently, about 650 personnel are working directly and more than 1,500 people are working indirectly in this company, which will increase almost twice in the future. The purpose of producing these products is to meet the needs of all different age groups in the society, however, in this process, efforts have been made to produce clothes that are worthy of the dignity and authenticity of young Iranians and are not free of foreign models and cultures. Also, this brand is in harmony with the new patterns and methods of clothing production, and is in harmony with Iranian and Islamic principles and values. Accordingly, we have a wide audience.

Our company uses the best and most elite Turkish and Iranian designers, 20 of whom are currently working in the design department. MAN LC models are designed and produced with the inspiration of the latest European models and their compatibility with Iranian style and culture, which has been welcomed by most of the countrymen. Of course, it should be said that since 90% of our raw materials are imported, we are facing serious challenges in this sector due to the fluctuation of the currency price and its instability.

Considering that in Iran's civilization and history, clothes and its unique design have had a special place, and considering the country's large clothing market and the growth and improvement of the level of domestic production, it seems that there is a very bright horizon for production.■



It is easy to smuggle clothing into the country



Engineer
Seyed Mohammad
Moghaddasi
Member of the Board of
Directors of the Society of
Textile Specialists of Iran

The textile and clothing industry is a big industry; A completely private sector industry in its structure, production, supply, etc., which of course, despite the claims made, does not have much support from the government body. The garment industry can be called the locomotive of the textile industry, and it is with the prosperity and development of this industrial sector that the entire production chain of the large textile industry moves; Therefore, this industrial field deserves more attention in all dimensions. There is a place for the cultural institutions of the society to be diligent in the growth and development of this industry in the country along with the industrial institutions.

Banning imports is also a mistake, which causes the lack of growth and improvement of product quality, and in the absence of competition, it is not favorable for domestic producers and has the opposite result, but why has clothing smuggling grown again these days? It should be noted that smuggling of goods has never been eliminated or reached zero. Why has the space to control, track and prevent it slow and irresponsible? The important issue that may have led to the current incident is the unfavorable economic situation of the country and especially the purchasing power of the people, which has made livelihood much more difficult.

In my opinion, special support should be given to the clothing industry; Otherwise, we will witness problems such as monopoly, reduction of product quality, as well as not creating a suitable platform to compete with prominent regional and global brands, which overshadows the possibility of supply in the field of export, and finally, creating a non-competitive environment for this industrial field. We will be in such a way that it will fall off with a flip like earthquake smuggling.

This shows that the policy and desire of the country's industrial officials is not to expect foreign exchange and export development and the growth and promotion of this industry, but what they have in mind is that this industry is able to meet the domestic needs of the country, so that foreign exchange does not leave the country. also prevented; That is, the process of industrialization in the country without growth and promotion, which leads to a stagnant state that will be very vulnerable. The garment industry alone has all the advantages in other industries, including high added value, high potential foreign exchange, significant employment generation capacity, the need for minimal investment to build it, friendly and compatible with the environment, with different dimensions of attention and use, including economic, It has cultural, social, etc., and in fact, it provides the first human need for social life.■

It was proposed by the managers of Hoshmand Rabin Stock Portfolio Management Company Government pricing is a major problem in the capital market

Intelligent capital management is one of the most important skills of a stock portfolio management company to bring the least risk. Robin's Smart Stock Portfolio Management Company has made great strides in this exclusive field and by considering the characteristics of investors such as risk tolerance, investment time horizon and the amount of capital, it has defined the best asset arrangement for them in the form of a stock portfolio and with continuous management and monitoring, It has given the highest profitability to its customers. In order to further investigate the activities of this company as well as the problems of the capital market, we have conducted an interview with Ataollah Babaei, the chairman of the board of directors, and Meisam Rahimi, the director of the investment department of the Hoshmand Rabin Stock Portfolio Management Company. We are reading parts of this interview.

Please provide an explanation.



Ataollah Babaei, Chairman of the Board of Directors of Hoshmand Rabin Stock Portfolio Management Company, said about the main activities of this company: Smart Stock Portfolio Management: This company started its activities after receiving a license

from the Securities and Exchange Organization in 2019. Despite the short period of activity of the fixed income fund, the company has a capital of over 1.5% and according to the available statistics, the Robin fixed income fund (with the symbol Robin) has a good position among the fixed income funds. Appropriate risk and favorable return of this fund is considered one of its unique features, and its return since the beginning of its activity is more than 20%.

One of the problems in the capital market is the instability of policies in a major part of the economic spheres, including the capital market. In recent years, extensive changes in the important components affecting the capital market caused this market to face severe fluctuations.



Meisam Rahimi, director of the investment department of Hoshmand Rabin Stock Portfolio Management Company: One of the reasons why this stock portfolio management set up an index fund is that we want to provide a tool for index trading to people, and

people who have a positive view of the market as a whole, In this way, get efficiency. One of our goals is to define trading options on this fund.

Among the advantages of this company is having a strong derivative team and portfolios that maintain the principal of the capital and even have reasonable profitability by performing derivative transactions even in bad market conditions. Also, Robin's stock portfolio management has special trading strategies that are considered its strength. Certainly, for investors, the small number of portfolios in this portfolio management is a positive point, because they can be managed more, while with a high number of portfolios, it may not be easy to manage. ■

The Gas Imbalance Problem in Iran Solutions and Challenges



Dr. Morteza Faghani
Member of Tehran
Chamber of Commerce

According to statistics, Iran is the owner of one of the largest natural gas reserves in the world and also one of the largest gas producers in the world. With more than 33 trillion cubic meters of proven natural gas reserves and about 17 percent of the world's total natural gas reserves, it ranks second in the world in terms of reserves after Russia, and in 2023, with a production of more than 240 billion cubic meters, it was the third largest gas producer in the world after the United States and Russia. The gas imbalance situation in Iran has been raised as a serious challenge in recent years. This imbalance has occurred due to increased consumption and its disproportion to production capacity. According to experts, natural gas in Iran is heavily dependent on the South Pars gas field, and the decrease in production in this field due to pressure drop is one of the main factors of this imbalance. Also, excessive consumption and waste of gas in the country's gas supply network have added to this problem. The South Pars/North Dome field, as the main source of gas production in the country, is facing problems, especially in the field of sustainable gas production. The field is now approaching the stage of production reduction and, according to many experts; the production of this field could decrease by up to 30 million cubic meters in the next three years.

Given that the demand for natural gas will increase from about 900 million cubic meters per day in 2021 to nearly 1,300 million cubic meters per day in 2034, the reduction in production could create a huge imbalance. This situation currently exists in a limited form. In 2020, we witnessed a natural gas imbalance of 160 million cubic meters per day. If demand increases and production decreases, this imbalance will reach 900 million cubic meters per day in 2034, which is 70 percent of the gas production required for this year. Even if the gas production rate remains at the current level, in 2045 we are faced with an imbalance of 600 million cubic meters per day, which will be 45 percent of the gas required for that year. Corrosion of the field's facilities and platforms has become one of the main problems due to the lack of accurate and timely repairs. Qatar, as the joint owner of this field, has also made huge investments and has been able to benefit from more advanced technologies in addition to increasing production. This has caused Iran to lag behind Qatar in harvesting from this joint field. International sanctions and restrictions on access to modern technologies have also acted as an obstacle to the development and maintenance of the field. These problems require comprehensive solutions and significant investments to be resolved.

From a social perspective, this situation has caused restrictions in the supply of gas to various sectors, including domestic, industrial, and power plants. In the cold seasons of the year, this imbalance is more visible and sometimes leads to gas cuts or pressure reduction in the distribution network. To deal with this problem, increasing production, trying to exploit other gas fields, and especially optimizing gas consumption are the most important solutions.

However, realizing these solutions requires the determination of officials and the support of the people, along with appropriate domestic and international conditions. ■

The necessity of creating an authentic brand by clothing designers



Farhad Amirkhani
Chief Editor

Design and fashion creation, especially in the clothing and textile industry of our country, is a somewhat unknown science that despite the existence of translated texts and writings about it; But it still has the lowest value in the clothing and textile production and supply chain of our country. This is not surprising;

because this problem is rooted in the educational topics and basic courses, because during the period of education, it is rare to find a student who has learned the science of art according to what is customary in the modern world through the class and existing textbooks.

More than 90% of the fashion and clothing designers in our country are women, and this group also tries to create products for 84 million and 900 thousand Iranians, of which only 42 million and 900 thousand are men, in a space far from the market. , the brand with a national identity should be studied and modeled; But we still see that unfortunately this important part of the industry still does not have a union cohesion and only they and their works are used in conferences and festivals as a cultural and sometimes artistic tool.

Now the design profession has become one of the most lucrative jobs in the world. For example, the average income of a fashion design job in Canada is about 54 thousand dollars per year, and this amount is 100 thousand dollars per year in Turkey. Currently, in France, the average annual income of a designer is 80,000 euros, which can be increased according to the creativity, fame of the person and the added value that he creates in the finished price of a product.

Now, the design job is also classified into different fields depending on the specialization, and people can choose their fields according to their interest. Among them, we can design clothes for theater and cinema, design clothes for special people, fashion and fashion blogger, illustration, shawl and scarf or coat designer, sewing workshop, fashion and fashion writer and journalist, fabric printing designer, production manager of printing workshops and Cooperation with universities, clothing production and textile units, etc. pointed out. It should not be forgotten that the key to the transformation of the clothing and textile industry of our country lies in the hands of designers and artists, and just as the holders of this science and art were able to transform the world in developed countries, in our country they may also be able to create a new perspective and a brand with a national identity. to create Certainly, in order to realize such an ideal, they should be given a field and the ground for the realization of a great event should be provided. ■



“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



The CEO of Abbasi Hotel said

The price of common hotel services in Iran is very low



CEO of the country's tourism cooperative

The tourism industry is the way to save the country's economy



former general director of highways of Tehran, Alborz and Semnan provinces

Logistics is a ship without a captain



CEO of Shaparak Company

Shaparak pays special attention to the evolution of the electronic payment industry



CEO and owner of the LC MAN brand emphasized

Domestic garment brands are no less competitive than foreign models



Parsian and Jameh Gostar brand manager suggested

Supply chain problem is a major challenge for garment manufacturers



Chairman of the Board of Directors of Chekad Industrial Group

Government intervention in pricing has messed everything up

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



LC MAN
Men's Wear



☎ ٤٢٨٩١

📷 lc_man_official

🌐 www.lc-man.com

ASEMAN
HOTELS



گروه هتل های آسمان

✕ www.asemangrouphotels.com ✕



☑ asemanhotel

هتل آسمان



☑ setarehhotel

هتل ستاره

هتل باران

baranhotelisfahan ☑



هتل آسمان رویال

asemanroyal.kish ☑

به زودی ...



۰۲۱ (۰۳۱) ۳۲۳۵۴۱۴۱ آسمان

۰۲۱ (۰۳۱) ۳۲۲۰۷۰۶۰ ستاره

۰۲۱ (۰۳۱) ۳۳۸۸۱۰۱۰ باران



Abbasi Hotel the Most Beautiful Hotel in the World

www.abbasihotel.ir info@abbasihotel.ir



+98 31 3222 6010-19

به پشتوانه ۵۰ سال تجربه، به سوی پیشرفت و توسعه



اقامت‌تی خوش‌خاطرهای ماندگار

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

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



Piroozyhotel



031-32009



www.piroozyhotel.com

چکاد

بیش از نیم قرن سابقه درخشان
در صنعت خودرو و قطعه سازی



- ظرفیت تولید قطعات یکپارچه و بزرگ پلیمری
- استفاده از بزرگ ترین تجهیزات قالب سازی و ماشین کاری در رده G1 و G2
- بهره برداری از تجهیزات اندازه برداری دقیق در گستره و ابعاد بزرگ

