

تغییر تاریخ برگزاری بیستمین نمایشگاه تخصصی بین‌المللی صنعت سنگ

آنچه امروز بیش از صدای برش سنگ‌ها، صدای گلابه تولیدکنندگانی به گوش می‌رسد که از صادرات خام، ماشین‌آلات فرسوده و بی‌توجهی به بازار جهانی می‌گویند. به گزارش اصفهان امروز، در خاشیه کویر مرکزی ایران، جایی که سال‌هاست چرخ‌های صنعت با صدای برش سنگ به گردش درمی‌آیند اصفهان نه‌تنها کاشی‌کاری و معماری را بر سنگ نوشته، بلکه حالا در سکوت کارخانه‌های سنگبری، داستانی تازه از اقتصاد معنی‌ی ایران روایت می‌شود. از دل کوه‌های خدوش، سنگ‌هایی بیرون می‌آیند که پس از عبور از تیمه‌های برنده و دستگاه‌های صیقل، نه‌فقط زیستبخش ساختمان‌های لوکس خاورمیانه و اروپا می‌شوند بلکه معیشت هزاران کارگر و تاجر ایرانی را هم سرپا نگه می‌دارند.
با این حال، پشت این ورتیرن درخشان، مسائلی چون خام‌فروشی، ماشین‌آلات فرسوده و غفلت از بازارهای جهانی، چهره صنت را در سایه قرار داده است.

حال با نگاهی عمیق به فرصت‌ها و چالش‌های یکی از بزرگ‌ترین و معقول‌ترین ظرفیت‌های صنعتی کشور؛ جایی که اصفهان در آن بیش از یک قطب یک سکوی پرتاب اقتصادی به شمار می‌رود، درمی‌یابیم که اتکا به توان داخلی کشور راه نجات بسیاری از مشکلات است.

استان اصفهان در حال حاضر بیش از ۷۰ درصد از سنگ فرآوری‌شده کشور را تولید می‌کند و به‌عنوان قطب بی‌رقیب صنعت سنگ ایران شناخته می‌شود. این در حالی است که چالش‌هایی چون فرسودگی ماشین‌آلات، خام‌فروشی و نبود زیرساخت‌های صادراتی همچنان سد راه بهره‌برداری کامل از این ظرفیت بزرگ هستند.

مهدی جمالی‌نژاد استاندار اصفهان، در این زمینه اعلام کرد که «اصفهان با داشتن نزدیک به نیمی از واحدهای سنگبری کشور و حدود ۳ هزار معن فعال، در عمل به نوعی پایتخت صنعت سنگ کشور است. در حال حاضر از مجموع ۲ هزار و ۸۵۵ واحد سنگبری در ایران، ۶۸ درصد در اصفهان مستقره‌سند»

شهرک صنعتی محمودآباد با ۸۹۲ واحد فعال، دولت‌آباد با ۱۲۰، و نجف‌آباد با ۲۵۰ واحد از جمله مهم‌ترین مراکز سنگبری استان اصفهان محسوب می‌شوند. به گفته فعالان این صنعت، روزانه سنگ‌هایی از سراسر کشور به این واحدها وارد می‌شود و پس از فرآوری به بازارهای داخلی و خارجی عرضه می‌شود.

صادقی یکی از مدیران سنگبری در محمودآباد گفت: در عمل سنگ خام از تمام استان‌ها به اینجا می‌آید و ما آن را با کیفیت بالا و قیمت رقابتی برای فروش آماده می‌کنیم. اما نبود حمایت‌های لازم در صادرات و فرسودگی ماشین‌آلات مانع بزرگ تولید پایدار است.وی معتقد است که هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و رباتیک، صنعت سنگ را متحول می‌کنند. اما هنوز در بسیاری از واحدهای سنگبری ما، فرآیندها به‌صورت سنتی انجام می‌شود. فاصله ما با صنعت چهارم دنیا فقط تکنولوژی نیست، نگرش است.استاندار اصفهان با بیان اینکه ۹۰ درصد ماشین‌آلات سنگبری در داخل کشور با کیفیت قابل رقابت با نمونه‌های اروپایی تولید می‌شود، فرسودگی ماشین‌آلات معدنی را یکی از مهم‌ترین موانع تولید دانست و گفته: بسیاری از این تجهیزات بیش از ۳۰ سال عمر دارند و همین باعث کاهش بهره‌وری و افزایش هزینه تولید شده‌است.

جمالی‌نژاد، همچنین از خام‌فروشی ۷۰درصدی سنگ‌صدراتی انتقاد کرد و آن را «تلاف سرمایه ملی» برشمرد و افزود: در حالی که قیمت جهانی سنگ فرآوری‌شده حدود۳۹ دلار است، سنگ خام ایران به‌طور میانگین با قیمت ۱۱ دلار فروخته می‌شود.استاندار اصفهان با اشاره به بازار بزرگ کشورهای همسایه مانند عربستان، عراق، امارات، عمان و ازبکستان که فاقد منابع و صنعت سنگ هستند، تأکید کرد: ما می‌توانیم با برنامه‌ریزی چهارساله و استفاده از فناوری‌های نوین، ایران را به هاب منطقه‌ای سنگ تبدیل کنیم.اواحمدالدوش مصنوعی، ارتباطات و فناوری‌های سبز در فرآوری سنگ می‌تواند کیفیت محصول را بالا ببرد و با کاهش هزینه‌ها، ایران را در بازارهای جهانی رقابتی‌تر کند.محمدی یکی دیگر از تولیدکنندگان سنگ در نجف‌آباد با انتقاد از بی‌ثباتی در سیاست‌های ارزی گفته: ما مشتری خارجی داریم، اما نمی‌توانیم با این نرخ‌های غیرقابل پیش‌بینی، ارز قرارداد بلندمدت ببندیم. سنگ ما مشتری دارد اما صادراتش ریسک شده است.اوا همچنین خواستار حضور بیشتر دولت در ایجاد زیرساخت‌های صادراتی، نمایشگاه‌های بین‌المللی، و حمایت از نوسازی ماشین‌آلات شد.حمیدرضا عباسی، فعال قدیمی صنعت سنگ در نجف‌آباد نیز یاد کرد شد ماشین‌آلات ما در بسیاری از کارخانه‌ها بیش از ۳۰ سال قدمت دارند. بهتر است راندها را پایش است، بلکه مصرف انرژی بالا است و هزینه تولید را بالا می‌برد. نوسازی تجهیزات، نوسازی کل زنجیره تولید،استواواحمد الداد اصفهان فقط یک استان معدنی نیست، یک مرکز تصمیم‌سازی برای آینده صنعت سنگ ایران است. اگر حمایت‌های دولتی از خام‌فروشی برداشته شود و زیرساخت‌های صادراتی تقویت شوند، می‌توانیم در کمتر از ۵ سال، قصب جدید ایتالیا و چین

در بازارهای منطقه باشیم.در حالی که صنعت سنگ یکی از ظرفیت‌های بکر اقتصاد غیرنفتی ایران است، نبود برنامه‌ریزی صادرات‌محور، فناوری به‌روز و سرمایه‌گذاری کافی در بخش فرآوری، این صنعت را از ارزش افزوده واقعی‌اش محروم کرده است. با وجود ظرفیت‌های معدنی گسترده و مزیت جغرافیایی، نوسازی و تحول فناوری‌ها، می‌تواند اصفهان را نه‌تنها در ایران، بلکه در منطقه به قطب بی‌رقیب صنعت سنگ بدل کند. باتوجه به مشکلات اشاره شده در صنعت سنگ کشور و وجود چالش‌های مربوط به فرآوری، برندینگ، صادرات و قوانین و مقررات و همچنین ثبات داخلی و خارجی، تنش اخیر میان ایران و اسرائیل که بر صادرات و واردات سنگ‌های صادراتی بین‌المللی و حضور شرکت‌های خارجی در نمایشگاه تأثیر گذاشته، برگزار کنندگان تصمیم گرفتند نمایشگاه را به زمان دیگری موکل کنند تا بتوانند شرایط بهتری را برای برگزاری آن فراهم کند.

سه شنبه ۳۱ تیر ۱۴۰۴ | سال بیست و یکم | شماره ۵۲۱۹

اقتصاد

از تعارف تا تحول

نقش مشاوران بیرونی در توسعه کسب و کارهای خانوادگی



می‌شود که نقش‌ها در این سه حلقه با هم تداخل پیدا می‌کنند؛ پدر، مدیرعامل است؛ پسر، جانشین احتمالی؛ خواهر، سهام‌دار خاموش؛ و مادر، مرجع پشت‌برده تصمیم‌گیری. این درهم‌تیدگی نقش‌ها باعث بروز تعارض‌های پیچیده می‌شود که نه‌از جنس صرفاً کاری هستند، نه صرفاً خانوادگی، به‌همین دلیل، حل آن‌ها با گفت‌وگوهای خانوادگی یا تصمیم‌گیری در جلسات خانوادگی عموماً به جای نمی‌رسد.

۴ آتانومی تعارض در کسب و کارهای خانوادگی
بر اساس مقاله پژوهشی «آتانومی تعارض در کسب و کارهای خانوادگی» که در سال ۲۰۲۵ منتشر شده تعارض‌ها در کسب‌وکارهای خانوادگی به سه دسته اصلی تقسیم می‌شوند:

تعارض احساسی: ریشه در گذشته خانوادگی دارد؛ مانند حسادت، رقابت خواهر و برادر، یا ناراحتی‌های قدیمی.
تعارض وظیفه‌ای: به اختلاف‌نظر درباره راهبردها، تصمیمات یا برنامه‌مربوط می‌شود.
تعارض نقش: وقتی مرز بین رابطه خانوادگی و نقش سازمانی مبهم باشد؛ مثل وقتی مادر هم رئیس منابع انسانی است، هم مادر همکار.
این تعارض‌ها، به‌ویژه در غیاب فرآیند حل مسئله حرفه‌ای و بی‌طرف، می‌توانند به بحران‌هایی منجر شوند که بنیان

خشکشویی‌ها تشنه نوسازی در روزگار کم‌آبی



اصفهان تمام اطلاعات مربوط به پروانه و پرونده واحدها ثبت شده و این واحدها زیر نظر اتحادیه فعالیت می‌کنند.
۴ الزام نصب نرخ‌نامه و صدور قبض در همه خدمات
رئیس اتحادیه خشکشویی و لباسشویی استان اصفهان درباره نحوه رسیدگی به اختلافات احتمالی در قیمت‌ها می‌گوید: هر واحد صنعتی موظف است نرخ‌نامه مصوب را در معرض دید مشتری نصب و باید دارای پروانه کسب معتبر باشد. هرگونه کوتاهی در این زمینه تخلف محسوب می‌شود که می‌تواند به در استان اصفهان بسیار نادر است.گرچی با اشاره به اینکه در برخی موارد قیمت‌گذاری به‌صورت توافقی انجام می‌شود، ادامه می‌دهد: به‌عنوان مثال، زمانی‌که لباس خاصی برای شست‌وشو آورده می‌شود یا مشتری خدمات ویژه‌ای تقاضا می‌کند، مانند لباس‌های مجلسی، خارجی یا گران‌قیمت که اغلب از خارج کشور می‌شوند و نیاز به رسیدگی خاص دارند، نرخ‌های مصوب پاسخگوی هزینه واقعی نیست. در چنین شرایطی، توافق میان مشتری و واحد صنعتی ضروری است. با این حال، تأکید ما بر این است که حتی در این موارد نیز قبض صادر شود و رضایت‌نامه یا اعضای مشتری اخذ شود تا شفافیت کامل برقرار باشد و مشتری از دلیل تفاوت قیمت آگاه باشد.او با بیان اینکه نوع شونده‌ها در برخی خدمات تخصصی نقش کلیدی دارند، توضیح می‌دهد: براساس نتایج این آنالیز، افزایش حدود ۴۵ درصدی نرخ‌ها منطقه‌ای ضروری تشخیص داده شد. اما در جلسات مشترک با اتاق اصناف به عدد ۳۴ درصدی توافق رسیدیم. بااین حال، هنوز جلسه نهایی کمیسیون عالی نرخ‌گذاری که زیرنظر وزارت صمت برگزار می‌شود، تشکیل نشده و منتظر نهایی‌شد تصمیمات هستیم.

رئیس اتحادیه خشکشویی و لباسشویی استان اصفهان ادامه می‌دهد: اتحادیه از چند سال گذشته آنالیز علمی دقیقی برای تعیین نرخ‌ها انجام داده و همچنان بر همان مینا پیش می‌رود. براساس نتایج این آنالیز، افزایش حدود ۴۵ درصدی نرخ‌ها منطقه‌ای ضروری تشخیص داده شد. اما در جلسات مشترک با اتاق اصناف به عدد ۳۴ درصدی توافق رسیدیم. بااین حال، هنوز جلسه نهایی کمیسیون عالی نرخ‌گذاری که زیرنظر وزارت صمت برگزار می‌شود، تشکیل نشده و منتظر نهایی‌شد تصمیمات هستیم.
۴ ۲۰۰۰ واحد مجاز در شهر اصفهان
گرچی با اشاره به وضعیت آماری واحدهای صنعتی بیان می‌کند: هم‌اکنون حدود ۳۰۰ عضو دارای پروانه در شهر اصفهان تحت نظارت اتحادیه فعالیت می‌کنند. همچنین بین ۱۰ تا ۲۰ واحد نیز وجود دارد که به‌دلائل مختلف همچنان موق به اخذ پروانه کسب نشده‌اند، یا نسبت به دریافت آن بی‌تفاوت بوده‌اند، هر چند تعداد این واحدها بسیار اندک است.
او می‌افزاید: در سطح استان و شهرستان‌ها نیز حدود ۱۵۰ تا ۲۰۰ واحد فعال هستند، اما به‌دلیل ثبت نشدن کامل اطلاعات، آمار دقیقی از فعالیت آن‌ها در دست نیست. در حالی که در شهر

تلفن ارتباط خوانندگان: ۳۶۲۹۳۷۵۰

اقتصاد

می‌کنند.

هفت آینه برای دین حقیقت در کسب و کارهای شرکاتی برای آن‌که خانواده بتواند پذیرد که نیاز به همراهی یک صدای بی‌طرف دارد، بهتر است خود را در آینه‌ای شفاف ببیند. یکی از مدل‌های پیشنهادی، هفت ویژگی شریک ایده‌آل است. اگر اعضای کلیدی کسب‌وکار خانوادگی در این هفت ویژگی ناهماهنگ باشند، احتمالاً زمان ورود مشاور فرا رسیده است؛ چشم‌انداز مشترک داریم؟ یا هرکس به سمتی می‌شد؛ ارزش‌های مشترک را زندگی می‌کنیم؟ یا فقط شعارش را می‌دهیم؟ تعهد یکسان به آینده داریم؟ یا برخی فقط سهام و سود می‌خواهند؟

مهارت‌های مکمل داریم؟ یا همه می‌خواهند مدیر باشند؛ کعارض‌ها را مدیریت می‌کنیم؟ یا پشت لیخندها پنهان می‌شویم؟

ارتباطات و منابع مشترک می‌سازیم؟ یا هریک جزیره‌ای جداگانه هستیم؟ اعتماد واقعی بین ما وجود دارد؟ یا فقط در کلام ابراز می‌کنیم؟ این سوالات اگر صادقانه پاسخ داده بشوند، خود به خود نشان می‌دهند که آیا وقت استفاده از یک مشاور بیرونی فرا رسیده یا نه. معمولاً اگر در حداقل در دو شاخص دچار مشکل باشیم زمان ورود مشاور بیرونی و حرفه‌ای به کسب و کار ما فرا رسیده است.

۴ کسب‌وکار خانوادگی، هم فرصت است، هم دام

کسب‌وکار خانوادگی، هم فرصت است، هم دام. فرصت آن‌جاست که سرمایه اجتماعی، تجربه نسل‌ها و اعتماد درونی کنار هم قرار می‌گیرند و دام، آن‌گاه که تعارف‌ها، روبرداشتی‌ها، یا روابط حل‌نشده خانوادگی، بر فرآیندهای حیاتی کسب‌وکار سایه می‌اندازند. یکی از ضعف‌های عمده‌کدام کسب و کار خانوادگی را ایجاد می‌کند نبود یک ساختار حاکمیتی رسمی و شفاف در اینگونه شرکت‌هاست. یکی از اولین اقدامات هر مشاور حرفه‌ای ایجاد چنین ساختار حاکمیتی و حکمرانی برای هدایت حرفه‌ای یک کسب و کار در محیط پر تلاطم و آشوب کسب و کار ایران است. در واقع مشاور بیرونی، اگر درست انتخاب شود، دولت سایه‌ای سازنده است؛ کسی که نه در جای خانواده می‌نشیند، نه تصمیم را از آن‌ها می‌گیرد؛ بلکه کمک می‌کند تا خودشان تصمیم‌های درست‌تر، ساخت‌یافته‌تر و آینده‌نگارانه‌تر بگیرند. تحول، با روبرو شدن با واقعیت آغاز می‌شود. و گاهی لازم است کسی از بیرون، آینه‌ای برای دیدن آن واقعیت در اختیارمان بگذارد.

دانشیار مدیریت پراستراتژیک

کسب و کار

نگاهی به بر خی کسب و کارهای خانوادگی اصفهان

اصفهان امروز: اصفهان، با پیشینه‌ای کهن در صنعت و بازرگانی، از خاستگاه‌های اصلی شکل‌گیری کسب‌وکارهای خانوادگی در ایران به‌شمار می‌رود. شرکت‌هایی که بر بستر اعتمادنسل‌ی، مهارت بومی، و فرهنگ کارآفرینی شکل گرفته‌اند و توانست‌اند در شرایط متغیر اقتصادی، جایگاه خود را در بازار داخلی و حتی بین‌المللی حفظ و تثبیت کنند.

در ادامه، با شماری از برندهای شناخته‌شده خانوادگی در اصفهان آشنا می‌شویم که در صنایع مختلف از لوازم خانگی تا فولاد، روشنایی، فناوری و مصالح ساختمانی، نقش ایفا می‌کنند:

۴ پرستیزلندایران

- خانواده صرامی (مسعود صرامی)
- فعالیت اصلی: توسعه مراکز خرید و تفریحی، شهرک سلامت، صنایع سنگ، باتری پلاستیک

برند «پرستیزلند ایران» امروز شامل پروژه‌هایی چون اصفهان سیتی سنتر، شهرک سلامت اصفهان، فاک‌های و چندین کارخانه صنعتی است. بیش از ۲۵ هزار شغل مستقیم حاصل فعالیت‌های این مجموعه است و شهرک سلامت نه‌تنها حوزه درمان، گردشگری سلامت در اصفهان را نیز متحول کرده است. خانواده صرامی با تلفیق توسعه اقتصادی، عمرانی و فرهنگی، نقش مهمی در برندشهری اصفهان ایفا کرده‌اند.

۴ گروه صنعتی انتخاب

- خانواده دبانی
- فعالیت اصلی: تولید لوازم خانگی، قطعات صنعتی، خدمات پس از فروش
- برندها: اسنوا، دوو، جایر

گروه انتخاب از بازیگران کلیدی صنعت لوازم خانگی ایران است. سیتی سنتر، شهرک سلامت اصفهان، فاک‌های و چندین کارخانه صنعتی است. بیش از ۲۵ هزار شغل مستقیم حاصل فعالیت‌های این مجموعه است و شهرک سلامت نه‌تنها حوزه درمان، گردشگری سلامت در اصفهان را نیز متحول کرده است. خانواده صرامی با تلفیق توسعه اقتصادی، عمرانی و فرهنگی، نقش مهمی در برندشهری اصفهان ایفا کرده‌اند.

۴ گروه صنعتی سپاهان

- خانواده انصاری (جابر انصاری)
- فعالیت اصلی: تولید لوله و پروفیل فولادی، قطعات ساختمانی و صنعتی
- گروه صنعتی سپاهان با ظرفیت سالانه بیش از ۴۰۰ هزار تن، در زمره بزرگ‌ترین تولیدکنندگان قطعات فولادی کشور قرار دارد. خانواده انصاری با ارتقای فنی، قطع خطوط تولید و صادرات، جایگاه این برند را در زنجیره تأمین صنایع نفت، گاز، ساختمان و خودرو تثبیت کرده‌اند.

۴ گروه همنما

- خانواده رهنما (فرهاد رهنما)
- فعالیت اصلی: تولید لوازم گرمایشی، سرمایه‌گذاری فناوری، خدمات دیجیتال
- پالریکی از قدیمی‌ترین و شناخته‌شده‌ترین

برندهای صنعتی خانوادگی ایران است. مدیریت نسل دوم به‌وسیله فرهاد رهنما، با تحصیلات مهندسی در اروپا، این مجموعه را وارد حوزه‌های چون تجارت الکترونیک و خدمات ارزش افزوده کرد. در ترکیب صنعت سنتی با نوآوری فناوری‌ها، اعضای خانوادگی رهنما است.

۴ گروه طریف مصور

- خانواده رحالی
- فعالیت اصلی: تولید و توزیع کالاهای صنعتی، ساخت وساز، سرمایه‌گذاری
- گروه طریف مصور با مالکیت و مدیریت خانواده رحالی، در صنعت و بازار ساخت‌وساز استان نقش مؤثری دارد. اطلاعات رسانی‌های محدود است، اما برند رحال در بازار اصفهان شناخته‌شده و پایدار باقی مانده و به عنوان مجموعه‌ای با ثبات و سیاست‌های محافظه‌کارانه اقتصادی شناخته می‌شود.

۴ ماموت و پریس

- خانواده دزمینی (جعفر دزمینی)
- فعالیت اصلی: تولید پارچه، طراحی پوشاک، برندینگ نساجی
- برندهای ماموت و پریس در فضای سنتی و هنری نساجی اصفهان با تکیه بر کیفیت، خلایقت و وفاداری بازار فعالیت می‌کنند. خانواده دزمینی با نگاه طراحی‌محور و تولید خاص، توانست‌اند جایگاه برند خود را در فضای پوشاک خاص و داخلی تثبیت کنند.

۴ سپاهان باتری

- خانواده گلشیرازی
- فعالیت اصلی: تولید باتری خودرو، باتری صنعتی، صادرات قطعات انرژی
- سپاهان باتری یکی از برندهای مهم در صنعت انرژی کشور است که با مدیریت خانواده گلشیرازی، گام‌های مهمی در توسعه داخلی، بومی‌سازی تکنولوژی باتری و گسترش صادرات برداشته است. شبکه توزیع گسترده و کیفیت بالا از مؤلفه‌های ماندگاری این برند است.

۴ گروه گلنور

- خانواده امینی
- فعالیت اصلی: طراحی و تولید تجهیزات روشنایی (LED)، پروژه‌های شهری، صادرات صنعتی

شرکت گلنور از بازیگران اصلی صنعت روشنایی در ایران است. خانواده امینی با سرمایه‌گذاری در فناوری‌های مدرن LED و پروژه‌های شهری، موفقت شده‌اند برند گلنور را در بازار داخلی و برخی کشورهای منطقه مطرح کنند. نوآوری در طراحی و رعایت استانداردهای جهانی، از ویژگی‌های اصلی این شرکت است.

۴ گروه صنایع گیتی‌بند

- خانواده جنتی
- فعالیت اصلی: تولید تجهیزات تأسیسات ساختمان، لوله و اتصالات پلیمری، صادرات

گروه گیتی‌بند یکی از مجموعه‌های صنعتی خانوادگی ایران است. خانواده جنتی با توسعه زنجیره گسترده‌ای از برندهای زیرمجموعه مانند نیوپایپ، آذین لوله، سپاهان پلاست و... در حوزه تأسیسات ساختمانی، لوله‌کشی، گرمایش و سرمایش سهم‌پایایی در بازار را به اختیار دارند. تنوع محصول و رویکرد صادرات‌محور این گروه را به نونه‌ای خاص در صنعت ایران تبدیل کرده است.