گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۶۶۱۱
جمعه ۶ آذر ۱۴۰۵ ۹:۱۳

محمدرضا ناصرپور، مدیرعامل برند آسمان گلد

# توسعه و نوآوری در صنعت طلا و جواهر؛ از حمایت تولید ملی تا رقابت جهانی

توسعه صنعت طلا و جواهر ایران نیازمند تقویت تولید داخلی، حمایت از کارخانه‌ها و تولیدکنندگان، گسترش برندهای معتبر و بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ای و فناوری‌های نوین است. فعالان این صنعت معتقدند حرکت به سمت تولید محصولات باکیفیت و دارای هویت تجاری، در کنار توسعه صادرات و استفاده هوشمندانه از ابزارهایی مانند هوش مصنوعی، می‌تواند زمینه‌ساز افزایش ارزش افزوده، اشتغال و حضور مؤثرتر ایران در بازارهای جهانی باشد.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، محمدرضا ناصرپور، مدیرعامل برند آسمان گلد، با اشاره به ظرفیت‌های اقتصادی و هنری صنعت طلا و جواهر، توسعه کارخانه‌های داخلی و حمایت از تولید ملی را از مهم‌ترین الزامات رشد این حوزه می‌داند. به اعتقاد او، صنعت طلا و جواهر علاوه بر برخورداری از ظرفیت قابل‌توجه برای ایجاد درآمد و اشتغال، می‌تواند با تقویت تولید و تسهیل مسیر صادرات، به یکی از زمینه‌های مهم ارزآوری برای کشور تبدیل شود.

تقویت تولید داخلی؛ پیش‌شرط توسعه صادرات

ناصرپور در تشریح مهم‌ترین اقداماتی که می‌تواند به رشد صنعت طلا و جواهر کمک کند، بر ضرورت افزایش ظرفیت کارخانه‌ها و توسعه تولید ملی تأکید می‌کند. از نگاه او، یکی از مسیرهای مهم برای حضور مؤثرتر در بازارهای بین‌المللی، فراهم کردن شرایط مناسب برای تولیدکنندگان داخلی و هموارسازی مسیر صادرات محصولات ساخته‌شده طلا و جواهر است.

او معتقد است صادرات این محصولات می‌تواند درآمد قابل‌توجهی برای فعالان اقتصادی و کشور ایجاد کند؛ زیرا صنعت طلا و جواهر در بازارهای مختلف جهان جایگاه اقتصادی و تجاری دارد و ایران نیز می‌تواند با تکیه بر توان تولیدی و هنری خود، سهم بیشتری از این بازار به دست آورد.

ناصرپور حمایت از کارخانه‌ها و تولیدکنندگان را اقدامی ضروری برای حفظ ظرفیت‌های موجود می‌داند و معتقد است تداوم مشکلات و نبود حمایت کافی می‌تواند فعالیت واحدهای تولیدی را با دشواری مواجه کند. به گفته او، تعطیلی کارخانه‌ها تنها به کاهش ظرفیت تولید محدود نمی‌شود، بلکه ممکن است به تعدیل نیروی انسانی، از دست رفتن فرصت‌های شغلی و تضعیف زنجیره فعالیت‌های مرتبط با صنعت طلا و جواهر نیز منجر شود.

برندمحوری؛ راهی برای افزایش ارزش افزوده محصولات

یکی از موضوعات مورد تأکید ناصرپور، اهمیت برندینگ و ایجاد هویت تجاری برای محصولات طلا و جواهر است. او با اشاره به تجربه بازدید از بازارهای خارجی بیان می‌کند که در بسیاری از کشورها، برندهای شناخته‌شده با شبکه‌ای از شعب و محصولات دارای طراحی و هویت مشخص فعالیت می‌کنند و برای معرفی و تبلیغ محصولات خود سرمایه‌گذاری قابل‌توجهی انجام می‌دهند.

به باور او، برندمحوری تنها به معنای شناخته‌شدن نام یک مجموعه نیست، بلکه می‌تواند به افزایش ارزش محصول، تقویت اعتماد مشتری و ایجاد فرصت درآمدی بیشتر برای هنرمندان و تولیدکنندگان منجر شود. در چنین ساختاری، طراحی، کیفیت ساخت، هویت بصری و اعتبار برند در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و محصول نهایی با ارزش افزوده بیشتری به بازار عرضه می‌شود.

ناصرپور در همین زمینه نسبت به گسترش گرایش بازار به خرید طلای کم‌اجرت و بدون اجرت نیز ابراز نگرانی می‌کند. او معتقد است توجه صرف به میزان اجرت می‌تواند باعث شود برخی خریداران از بررسی دقیق کیفیت ساخت، عیار و خلوص محصول غافل شوند. به گفته وی، در برخی موارد ممکن است محصولات عرضه‌شده از نظر کیفیت ساخت یا ترکیبات و ناخالصی‌های احتمالی نیازمند بررسی دقیق‌تری باشند.

او بر این باور است که توسعه برندهای معتبر و حمایت از تولیدکنندگان حرفه‌ای می‌تواند به افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان و تقویت جایگاه محصولات باکیفیت کمک کند. از نگاه او، حمایت از برندها باید در کنار حمایت از تولید قرار گیرد تا صنعت طلا و جواهر ایران بتواند محصولات دارای هویت و کیفیت رقابت‌پذیر را در بازار داخلی و خارجی عرضه کند.

رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی؛ ابزار مؤثر معرفی صنعت طلا و جواهر

ناصرپور نقش رسانه‌ها و فضای مجازی را در معرفی و توسعه صنعت طلا و جواهر بسیار مهم ارزیابی می‌کند. او با اشاره به تغییر شیوه دسترسی مردم به اطلاعات می‌گوید امروزه تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی روزمره تبدیل شده‌اند و گروه‌های مختلف سنی از این ابزارها برای دریافت اخبار، جست‌وجو و انتخاب محصولات استفاده می‌کنند.

به اعتقاد او، این تغییر رفتار مخاطبان، فرصت تازه‌ای برای تولیدکنندگان و فعالان صنعت طلا و جواهر ایجاد کرده است تا از طریق رسانه‌های دیجیتال، محصولات، توانمندی‌ها و ظرفیت‌های تولیدی خود را به جامعه معرفی کنند.

او تأکید می‌کند که تبلیغات و اطلاع‌رسانی رسانه‌ای می‌تواند به شناخته‌شدن برندها، آگاهی بیشتر مشتریان و تقویت ارتباط میان تولیدکننده و بازار کمک کند. در شرایطی که بخش قابل‌توجهی از مخاطبان اخبار و اطلاعات خود را از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های آنلاین دریافت می‌کنند، حضور هدفمند در این فضاها می‌تواند به یکی از ابزارهای مهم توسعه کسب‌وکارهای این صنعت تبدیل شود.

ناصرپور همچنین معتقد است معرفی دقیق اطلاعات برندها در فضای دیجیتال اهمیت زیادی دارد؛ زیرا این اطلاعات می‌توانند در آینده از طریق ابزارهای هوش مصنوعی نیز در دسترس مخاطبان قرار گیرند و به معرفی بهتر تولیدکنندگان و فعالان این حوزه کمک کنند.

هوش مصنوعی؛ فرصتی برای تحول در طراحی و فعالیت‌های تجاری

بخش دیگری از دیدگاه‌های ناصرپور به نقش هوش مصنوعی در آینده صنعت طلا و جواهر اختصاص دارد. او معتقد است این فناوری می‌تواند بسیاری از فرایندهای مرتبط با طراحی، تبلیغات، فعالیت‌های رسانه‌ای و امور اجرایی کسب‌وکارها را ساده‌تر و سریع‌تر کند.

به گفته او، هوش مصنوعی در زمینه طراحی، ایجاد وب‌سایت، تولید محتوای تبلیغاتی و انجام برخی فعالیت‌های روزمره، ظرفیت قابل‌توجهی دارد و می‌تواند بخشی از وظایفی را که پیش‌تر به نیروی انسانی بیشتری نیاز داشت، تسهیل کند.

ناصرپور در ارزیابی شخصی خود، سهم تأثیرگذاری هوش مصنوعی بر رشد و توسعه این صنعت را حدود ۵۰ درصد برآورد می‌کند؛ به‌ویژه در حوزه تبلیغات، رسانه، طراحی و ساده‌سازی فرایندها. این عدد از نگاه او بیانگر ظرفیت بالقوه این فناوری است و نه یک شاخص آماری اندازه‌گیری‌شده برای کل صنعت.

او تأکید می‌کند که فعالان اقتصادی باید در کنار شناخت محدودیت‌ها و معایب فناوری‌های جدید، از فرصت‌های آن نیز استفاده کنند. به باور وی، هوش مصنوعی می‌تواند به افزایش سرعت انجام امور، کاهش درگیری نیروی انسانی با فعالیت‌های تکراری و اختصاص زمان بیشتر به تصمیم‌گیری و خلاقیت کمک کند.

حمایت از تولیدکنندگان و همبستگی صنفی؛ ضرورت عبور از چالش‌ها

ناصرپور در جمع‌بندی دیدگاه‌های خود، بار دیگر بر ضرورت حمایت از تولید و تولیدکنندگان تأکید می‌کند. او معتقد است حفظ کارخانه‌ها و تقویت ظرفیت تولید داخلی، علاوه بر اثرگذاری بر وضعیت اقتصادی فعالان این صنعت، می‌تواند به اشتغال‌زایی و توسعه بازار نیز کمک کند.

وی همچنین از فعالان صنف طلا و جواهر می‌خواهد در کنار رقابت اقتصادی، حمایت متقابل و همبستگی صنفی را جدی بگیرند. از نگاه او، همکاری میان تولیدکنندگان و فعالان بازار می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری مجموعه‌های توانمندتر و تقویت جایگاه صنعت طلا و جواهر ایران باشد.

او نسبت به گسترش معاملات طلای آب‌شده و محصولات با اجرت بسیار پایین نیز انتقاد دارد و معتقد است باید توجه بیشتری به تولید محصول باکیفیت، ارزش افزوده، طراحی و هویت برند معطوف شود.

در مجموع، دیدگاه‌های محمدرضا ناصرپور بر چند محور اساسی استوار است: حمایت از تولید ملی، تقویت کارخانه‌ها، توسعه برندهای معتبر، افزایش کیفیت محصولات، گسترش صادرات، بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها و استفاده از فناوری‌های نوین. او معتقد است با تقویت این مؤلفه‌ها و افزایش همکاری میان فعالان صنفی، می‌توان زمینه حضور پررنگ‌تر صنعت طلا و جواهر ایران را در بازارهای جهانی فراهم کرد؛ صنعتی که ظرفیت هنری، تولیدی و اقتصادی آن می‌تواند در مسیر توسعه کشور نقش‌آفرین باشد.