اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

شنبه
۲۹ مهر ۱۴۰۲
۵ ربیع‌الثانی ۱۴۴۵
۲۱ اکتبر ۲۰۲۳

سال سی‌وپنجم شماره پیاپی ۳۷۴۶ • دوره جدید سال نهم شماره ۲۴۲۸ • ۱۶ صفحه • قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

www.smtnews.ir - http://Telegram.me/smtnews



ویژه‌نامه
روز ملی صادرات
منتشر شد

سرمقاله
روزی برای ترک عادات اشتباه گذشته ۲

یادداشت‌های امروز
فرصت‌های از دست رفته برای صادرات ۴
گرهی بر گره‌های معدن ۶
ضرورت متنوع‌سازی موجودی سبد سوخت ۹
صادرات بی‌رمق مصالح ساختمانی ۱۰

گفت‌وگو
تحریم، ساختار صادرات کشور را تغییر داد ۱۲



پرونده
روز ملی صادرات
۲۹ مهر

تحدید صادرات، تضعیف تولید

صادرات در بستر موانع ۴
قانون نسبیت در مقوله صادرات ۶
توقف تجارت، تضعیف تولید ۸
فاصله گاز تا دروازه صادرات ۹
در «گیر و دار» برنامه‌ریزی ۱۰
۶ میلیارد دلار تراز منفی تجاری در ۶ ماه ۱۱
جای خالی محصولات فناورانه در بازارهای جهانی ۱۳
هدر رفت زمان، مشکل اصلی ترانزیت ایران ۱۴
۱۲ گام برای ورود به بازار صادراتی ۱۶

عکس: صمت

جناب آقای دکتر محمدمهدی مستقیمی



انتخاب جنابعالی را به‌عنوان **مدیرعامل شرکت بین‌المللی مهندسی ایران (ایریتک)** تبریک عرض نموده و از خداوند منان توفیقات و پیشرفت روزافزون را برای جنابعالی آرزومندیم.

همکاران موسسه فرهنگی و مطبوعات صمت

جناب آقای دکتر مهدی نجفی



انتخاب جنابعالی را به‌عنوان **مدیر روابط‌عمومی شرکت بین‌المللی مهندسی ایران (ایریتک)** که نشان از درایت و لیاقت و توانمندی شماست تبریک گفته و از خداوند منان توفیقات و پیشرفت روزافزون را برای جنابعالی آرزومندیم.

همکاران موسسه فرهنگی و مطبوعات صمت

جناب آقای مهندس پیر حسینلو



انتخاب حضرتعالی را به‌عنوان **سرپرست منطقه ویژه اقتصادی خلیج‌فارس** که نشان از درایت و لیاقت و توانمندی شماست تبریک عرض نموده و از خداوند منان توفیقات و پیشرفت روزافزون را برای جنابعالی آرزومندیم.

همکاران موسسه فرهنگی و مطبوعات صمت

تمدید فراخوان مناقصه

صبانور
شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

شرکت **توسعه معدنی و صنعتی صبانور** در نظردارد جهت **انجام مطالعات طرح اتصال به شبکه برق کارخانه** **کنسانتره گلالی** از طریق مناقصه اقدام به انتخاب مشاور ذیصلاح نماید.

محل دریافت اسناد: تهران، سعادت‌آباد، بلوار سعادت‌آباد، خیابان شهید حق‌طلب غربی (۲۶ غربی)، پلاک ۴۹ – طبقه سوم واحد بازرگانی شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور- کدپستی: ۱۹۹۷۹۶۹۱۳۸

مهلت دریافت اسناد: از تاریخ انتشار آگهی تا ساعت ۱۶ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۳۰

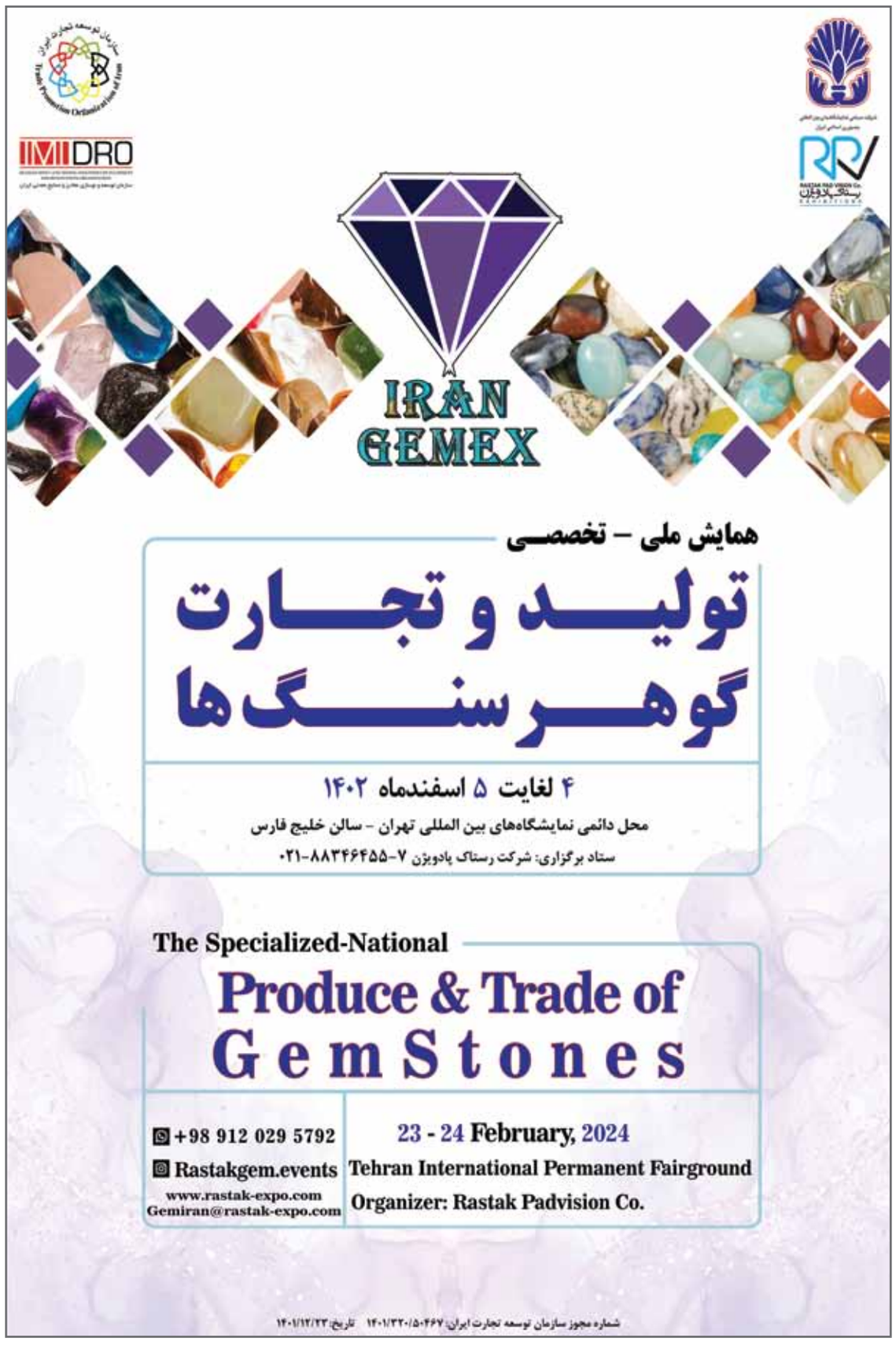
مهلت تحویل اسناد: ساعت ۱۶ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۳

مدارک لازم جهت دریافت اسناد: معرفینامه رسمی همراه با کارت شناسایی و نامه اعلام کتبی نام مسئول، شماره تماس مستقیم و پست الکترونیک سازمانی مناقصه‌گر جهت دریافت و ارسال مکاتبات.

شرایط اولیه شرکت در فراخوان:

* دارا بودن صلاحیت مشاور با حداقل پایه ۱ در گروه انرژی و در تخصص انتقال نیرو

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)



سرمقاله

روزی برای ترک عادات اشتباه گذشته



عاطفه خسروی
مدیرمسئول

بسیاری «خام‌فروشی» را آفت اقتصاد ایران می‌دانند و معتقدند اقتصاد کشور ما به صادرات نفت و ذخایر طبیعی عادت کرده است. در حالی که برای افزایش درست صادرات، باید به صادرات غیرنفتی و فاصله با خام‌فروشی تکیه کرد. تنها در این صورت است که می‌توان به درآمد صادراتی به‌عنوان یکی از منابع قابل‌اتکای دولت‌ها تکیه کرد؛ چنانچه این ابزار در کشورهای توسعه‌یافته به‌کمک توسعه پایدار و رشد اقتصاد آمده است.

این در حالی است که باتوجه به آمار صادرات نفتی و غیرنفتی، در تمام سال‌های گذشته صادرات نفتی و مواد خام سهم قابل‌توجهی را در آمار صادراتی به خود اختصاص داده و سهم کمی از این سبد تجاری، نصیب صادرات محصولات غیرنفتی و کالاهای با ارزش‌افزوده شده است. در این بین، یکی از راهکارهای کارشناسان برای افزایش درآمدهای صادراتی، با تاکید بر صادرات غیرنفتی، چرخش اقتصاد به‌سمت تولیدات صادرات‌محور است.

حرکت در این مسیر نیز، نیازمند الزاماتی از جمله ایجاد انگیزه برای تولیدکننده در راستای تسهیل تولید صادرات‌محور، افزایش مشوق‌ها و معافیت‌های صادراتی، تسهیل قوانین و مقررات صادراتی، افزایش تعرفه واردات کالای مشابه ساخت داخل و افزایش توان و دانش فنی تولیدکنندگان است. بدون شک تولید و صادرات دارای رابطه‌ای معنادار و مستقیم با یکدیگر هستند که تهدید هر یک به تضعیف دیگری می‌انجامد.

از سوی دیگر، اقتصاد جهانی در چند دهه گذشته با سرعت چشمگیری رشد کرده و امروز دیگر اهمیت تکنولوژی و فناوری اطلاعات (IT) در راستای تسهیل تجارت جهانی بر کسی پوشیده نیست. با پیشرفت روزافزون تکنولوژی، اقتصادها به یکدیگر وابسته‌تر شده‌اند و انقلاب فناوری اطلاعات، خریداران و فروشندگان سرتاسر جهان را به هم نزدیک‌تر کرده است. به این ترتیب، باور کنیم یا نه، الگوی تجارت جهانی حداقل در ۲۰ سال گذشته به‌طورقابل‌توجهی تغییر کرده است.

در سال ۱۹۹۰، اقتصادهای توسعه‌یافته نظیر اروپا، در نقشه تجارت جهانی غالب بودند و در ۲۰ سال گذشته با سرعتی باورنکردنی، کشورهایی مانند چین، در این مسیر پیشی گرفتند. در اصل داشتن نیروی کار ارزان و ارتباطات خوب تجاری، ۲ ابزار مهمی بودند که چین با بهره از آنها توانست به نقش اول بازیگران تجارت جهانی بدل شود. چین به‌سرعت بازارهای غربی را با کالاهای مصرفی ارزان‌قیمت قبضه کرد و سهم قابل‌توجهی در توزیع صادرات جهانی برای خود ایجاد کرد. این الگوی جهانی به‌وضوح، موفقیت «تولید صادرات‌محور» را به‌نمایش گذاشت و نشان داد که چطور اقتصاد کشورهای «صادرات‌محور» در عرصه جهانی موفق عمل می‌کنند!

بر همین اساس، بسیاری از کارشناسان معتقدند که نجات اقتصاد ایران نیز در گرو صادرات و توسعه آن است. تا آنجا که بسیاری بر ارتباط مستقیم تولید با صادرات و ارتباط غیرمستقیم معیشت و بهبود زندگی با صادرات تاکید دارند.

در این گزاره، رونق تولید منجر به رونق اقتصاد می‌شود و با حفظ اشتغال، معیشت را تامین می‌کند. از سوی دیگر، یکی از الزامات رونق تولید، توسعه صادرات است؛ هرچند این مورد هنوز هم در نگاه برخی مسئولان نهادینه نشده است. با این‌همه، اگر قصد رونق تولید و کاهش نرخ تورم و حمایت از معیشت را داریم، باید برنامه‌ریزی دقیق‌تری برای تسهیل فرآیند صادرات داشته باشیم.

اگر قرار است صادرات پایدار داشته باشیم، باید مطالعه، برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری دقیق‌تری در حوزه صادرات انجام دهیم؛ برنامه‌هایی که در تمام این سال‌ها در سایه اتکای اقتصاد به نفت به فراموشی سپرده شده است.

برای تولید صادرات‌محور نیز، نیازمند توجه به ۲ مقوله حمایت دولتی و عزم فعالان اقتصادی و صادرکنندگان هستیم. بسیاری از فعالان تجاری از میزان و شکل حمایت‌های دولتی گلایه دارند و مواردی مانند قوانین خلق‌الساعه، تعرفه‌های گمرکی، بی‌توجهی به مشوق‌های صادراتی و... را عاملی منفی در مسیر توسعه صادرات می‌دانند. به‌گفته این گروه، صادرکنندگان برای توسعه صادرات نیازمند مشوق‌های صادراتی دولت در ۲ بخش مالی و سخت‌افزاری هستند. همچنین، برای توسعه صادرات باید به زیرساخت‌هایی مانند بسته‌بندی، حمل‌ونقل و ترانزیت نیز توجه ویژه داشت. به‌عنوان نمونه، سیستم حمل‌ونقل برای صادرات محصولات کشاورزی یا معدنی بسیار ضعیف است و همین امر صادرکنندگان را با مشکلات جدی مواجه کرده است.

از سوی دیگر، توسعه صادرات نیازمند عزم فعالان اقتصادی، تولیدکنندگان و صادرکنندگان است. حرکت در این مسیر نیز، نیازمند تولید باکیفیت و با نرخ قابل‌رقابت در بازارهای جهانی است. تمام موارد یادشده؛ تنها یک روی سکه تحقق «تولید صادرات‌محور» است و روی دیگر این سکه، داستان نخ‌نمای «تکیه بر دلارهای نفتی» است. به‌نظر می‌رسد در این ساختار نادرست، اقتصاد ایران همواره با تکیه بر درآمدهای نفتی، هر سال را پشت‌سر گذاشته و سند دخل و خرج سال جدید را نیز با محاسبه دلارهای نفتی بسته است. همین اتکا، اقتصاد را در سال‌های تحریم با مشکل مواجه کرده و شاید به‌همین‌دلیل است که بسیاری معتقدند باید تحریم‌ها را فرصت بدانیم؛ زیرا ما را مجبور کرد به ضرورت توسعه صادرات بیندیشیم.

باتوجه به موارد یادشده می‌توان گفت؛ مکانیسم توسعه، حمایت از صادرات است. بنابراین، باید به‌دنبال باز کردن زنجیرهایی بود که در این سال‌ها به‌پای صادرکنندگان و تولیدکنندگان بسته شده است. علاوه بر این، بهره‌گیری از تجربه کشورهای موفق نیز، اصلی است که باید موردتوجه قرار گیرد.

روز ملی صادرات، می‌تواند به‌روزی برای ترک عادات اشتباه گذشته و اتخاذ سیاست‌ها و برنامه‌های جدید با هدف شروع مسیری تازه در تحقق «اقتصاد صادرات محور» تبدیل شود؛ روزی که تنها به بیان مشکلات تکراری هر سال و ارائه راهکارهای تکراری‌تر خلاصه نشود.

تحدید صادرات، تضعیف تولید

از سال ۱۳۷۶ با تصویب شورای فرهنگ عمومی کشور، ۲۹ مهر به‌عنوان روز ملی صادرات تعیین شده است. تعیین یک روز از روزهای سال برای صادرات، ضمن ترویج فرهنگ صادرات در میان توده مردم و تقدیر از فعالان اقتصادی، فرصتی برای تبادل افکار، شناخت گیرها، تنگناها و بررسی راهکارهایی برای رسیدن به هدف والای جهش صادرات به‌شمار می‌رود. توسعه تجارت خارجی و صادرات از عوامل موثر در توسعه اقتصادی کشورها محسوب می‌شوند که علاوه بر رشد اقتصادی، باعث افزایش توان رقابت‌پذیری کشورها در عرصه‌های بین‌المللی هستند.

صادرات کشورهایی مانند ایران که اقتصادشان نفت‌محور است، عموما به ۲ بخش صادرات نفتی و محصولات نفتی و صادرات محصولات غیرنفتی تقسیم می‌شود. صادرات نفتی به‌معنی فروش نفت‌خام و محصولات نفتی پالایشی به دیگر کشورها است. عمده این محصولات شامل نفت‌خام، بنزین، گازوئیل، روان‌کننده‌های صنعتی، سوخت هواپیما و ... است.

صادرات غیرنفتی نیز به‌معنای صادرات محصولات پتروشیمی و دیگر کالاها و خدمات است. به‌عنوان‌نمونه، عمده‌ترین محصولات صادرات غیرنفتی ایران شامل پروپان مایع‌شده، پلی‌اتیلن، سنگ‌آهن و کنسانتره‌های آن، متانول، پسته، بوتان مایع‌شده، انواع گازهای نفتی، فرش و کفپوش‌های نساجی، اوره، سیمان، آلومینیوم، زعفران و خودرو می‌شود. در این بین، افزایش صادرات، نیازمند سازکاری است که باید موردتوجه کشورهای صادرکننده قرار گیرد.

بعد از اینکه کشورهای جنوب‌شرق آسیا در نتیجه حرکت به‌سمت اقتصاد صادراتی به موفقیت دست یافتند، «صنعتی شدن صادرات‌محور» از سوی بسیاری کشورهای در حال توسعه مورداستقبال قرار گرفت. چنانچه درباره ببرهای آسیایی، تولید و صادرات کالاهای کارخانه‌ای، پایه و اساس موفقیت را به‌وجود آورد. دلیل اصلی اینکه کشورهای در حال توسعه به‌سمت استراتژی صنعتی شدن صادرات‌محور روی آورده و می‌آورند، این است که دولت‌های این کشورها، برای حمایت از این صنایع، منابع مالی هنگفتی را اختصاص می‌دهند. شاید به این خاطر که سیاست‌گذاران کشورهای در حال توسعه به این نتیجه رسیده‌اند که در جهان امروز، تنها راه گذر از مسیر توسعه و تبدیل شدن به کشوری است که برخی از آنها شامل موانع پیمان‌سپاری ارزی، نوسانات بالای نرخ ارز، نبود نظام ارزی مشخص، افزایش هزینه تولید، عدم‌بازاریابی مناسب و مستمر، ضعف دستگاه دیپلماسی اقتصادی و... است.

تعیین راهبرد مناسب تجاری

از سوی دیگر، تعیین راهبرد مناسب تجاری برای کشور و نحوه تعامل با اقتصاد جهانی از گام‌های مهم سیاست‌گذاری تجاری کشور بوده و وجود چنین راهبرد مناسبی، باعث می‌شود صادرکنندگان امکان برنامه‌ریزی برای بازاریابی محصولات خود، افزایش تولید و اشتغال را داشته باشند.

بنابراین، یکی دیگر از مهم‌ترین مشکل صادرات غیرنفتی کشور این است که سیاست‌های تجاری کشور از یک روند باثبات در بلندمدت و در راستای تعامل بیشتر با کشورهای هدف تجاری برخوردار نیست. به‌عبارت‌دیگر، اگرچه طی سال‌های اخیر اقدامات متعددی انجام شده است، اما آمار صادرات غیرنفتی کشور متناسب با ظرفیت‌های بالقوه اقتصادی کشور نبوده و نیست.

برای اینکه بتوان به‌طوربنیادی و بلندمدت، تاثیرگذاری صادرات غیرنفتی را در حوزه تولید مشاهده کرد، باید بعد از اصلاحات ساختاری (اصلاح و تقویت قوانین و مقررات، فرآیندها و سامانه‌های تجارت خارجی)، با شناسایی بخش‌های مزیت‌دار اقتصاد کشور به ساماندهی بخش‌هایی پرداخت که تولیدات با فناوری بالا در آن بخش‌ها، دارای ارزش‌افزوده است. برای تحقق این هدف‌گذاری، وزارت صنعت، معدن و تجارت مسئولیت مهمی دارد.

فعال شدن دستگاه دیپلماسی

گام بعدی در راستای انتقال فناوری استفاده از روش‌های مختلف از جمله فعال شدن دستگاه دیپلماسی کشور است تا بتواند با کاهش مشکلات ناشی از تحریم، واردات فناوری موردنیاز برای جهش تولید را تسهیل کند و سطح رقابت‌پذیری کالاهای داخلی را در حد قابل‌قبولی در سطح استانداردهای رقابت‌پذیر بین‌المللی ارتقا دهد.

بازاریابی فعال گام دیگری است که نیازمند فعال شدن حداکثری سازمان توسعه تجارت و معاونت اقتصادی وزارت امورخارجه کشور است. به‌طوری‌که این دو سازمان باید با اتکا به رایزنان بازرگانی کارآمد و متخصص، بازاریابی فعال صادراتی را درباره محصولات داخلی انجام دهند.

علاوه بر این، تلاش‌های دیپلماتیک از جمله برگزاری نشست‌های مستمر، ادواری و مشترک مسئولان و فعالان اقتصادی ایران و کشورهای عمده طرف تجاری برای تبادل‌نظر و امکان‌سنجی نحوه و زمینه‌های همکاری‌های تجاری، برای بی‌اثر کردن تحریم‌ها دارای اهمیت کلیدی است.

وجود بازارهای جایگزین

وجود بازارهای جایگزین که امکان مبادله با آنها در شرایط تحریم وجود داشته باشد و همکاری و عضویت در اتحادیه‌های منطقه‌ای دارای سود متقابل تجاری، شناسایی بازارهای جایگزین برای بازارهای فعلی و گسترش روابط تجاری برای محصولات داخلی نیز می‌تواند در توسعه صادرات غیرنفتی بسیار موثر باشد.

البته باید توجه داشت که توافق تجاری مشکل صادرات را حل نمی‌کند و مشکلات مربوط به حوزه نقل و انتقال ارز، زیرساخت‌های موردنیاز حمل‌ونقل، تبادلات بانکی و... بر حجم تجارت موثر هستند و توافق تجاری این مسائل را شامل نمی‌شود که نیازمند توجه به این حوزه‌ها است.

در نهایت می‌توان گفت که برای افزایش صادرات غیرنفتی ایران و تاثیر آن بر جهش تولید، علاوه بر اقدامات جاری و کوتاه‌مدت که به آنها اشاره شد، اقدامات ساختاری و نهادی در حوزه تجارت، نظیر تعیین مزیت‌های صادراتی کشور و سرمایه‌گذاری در تولید این کالاها باید در اولویت قرار گیرد.

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

توسعه صادرات تحول ساختاری می‌خواهد

مطالعات اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در بررسی چالش‌ها و راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی به بیان نکاتی پرداخته است که می‌تواند الگوی مناسبی برای دولت در تسهیل تجارت غیرنفتی شود.

براساس این گزارش، یکی از حوزه‌های مهم و تاثیرگذار بر تولید ناخالص داخلی در کشور، صادرات غیرنفتی است که می‌تواند از مجاری مختلفی، بر تولید ناخالص داخلی اثرگذار باشد. اقتصاد ایران که به‌واسطه درآمدهای نفتی و نوسانات عمده آن نتوانسته است، آن‌گونه که باید، بخش غیرنفتی خود را بهبود دهد، می‌تواند در شرایط تنگنای درآمدهای نفتی از جایگزینی صادرات غیرنفتی برای جبران صادرات نفتی بهره ببرد و این اقدام از ضروریات اقتصاد کشور برای گذار به یک اقتصاد سالم و با درآمدهای پایدار است.

برای شتاب بخشیدن به صادرات غیرنفتی باید به ماهیت ساختار موجود و سپس ایجاد تحول ساختاری در حوزه صادرات توجه کرد. در شرایط فعلی و باتوجه به وجود انواع مشکلات در صادرات کالا به‌واسطه تشدید تحریم‌ها نمی‌توان انتظار رشد چندانی را برای صادرات غیرنفتی داشت، اما بانظر به شعار سال، مبنی بر جهش تولید و کاهش تورم، دولت می‌تواند اقداماتی را برای تغییر این روند و افزایش صادرات غیرنفتی انجام دهد.

نکته مهم در ارتباط با افزایش صادرات غیرنفتی در ایران، این است که در شرایط تحریم و محدودیت‌های اعمالی برای فروش نفت، می‌توان با استفاده از افزایش صادرات غیرنفتی، کاهش تقاضای کل را تاحدودی تقویت و همچنین کمبود ارز ناشی از کاهش صادرات نفتی را جبران کرد. با این روند، می‌توان تا حدود زیادی مشکلات فعلی و نیاز به منابع ارزی را برطرف کرد.

در یک نگاه می‌توان گفت: صادرات غیرنفتی دارای مشکلات متعددی

نظرگاه

تقویت صادرات با حذف پیمان‌سپاری ارزی



قاسم رضائیان، عضو اتاق بازرگانی ایران: دولت برای کاهش محدودیت‌های ناشی از تحریم باید راه را برای تقویت صادرات غیرنفتی هموار کند، پس باید موانعی را که با پیمان‌سپاری ارزی ایجاد کرده است، بردارد.

صادرات، موتور محرک رشد و توسعه اقتصادی کشورها بوده و نقش انکارناپذیری در افزایش اندازه بازار، اشتغال‌آفرینی و تخصصی‌سازی دارد؛ اما در ایران، پیمان‌سپاری ارزی در فرآیند صادرات تبدیل به گرهی شده که بدون باز شدن آن، نقش صادرات در رشد و توسعه اقتصاد محقق نمی‌شود.

نباید سهم و نقش صادرات را فقط به ارزآوری تقلیل داد. دولت‌ها نیز به‌خوبی به این موضوع واقف هستند که تحقق اهداف راهبردی اقتصاد، بدون نگاه به بازارهای جهانی امکان‌پذیر نخواهد بود.

تسهیل صادرات و رفع موانع از جمله اقداماتی است که دولت‌ها برای تحقق اهداف باید در پیش بگیرند و روی آن تاکید کنند. در همین شرایط، دولت سیزدهم از یک‌سو با دیپلماسی فعال اقتصادی و پیوستن به پیمان شانگهای و گروه بریکس، سعی دارد دسترسی صادرکنندگان به بازارهای برون‌مرزی را تسهیل و شرایط بهتری برای فعالیت آنان در بازارهای هدف فراهم آورد. اما از سوی دیگر، با صدور دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های کارشناسی‌نشده همچون رفع تعهدات ارزی آن هم به شیوه‌ای که خود مدنظر دارد و تعیین اولتیماتوم برای انجام آن بر حجم محدودیت‌های داخلی می‌افزاید.

از طرف دیگر، رفتارهایی که در مقابل تجارت شاهد هستیم، رفتار متعارضی هستند که آسیب‌های جبران‌ناپذیری به صادرات وارده می‌کند و منجر به از بین رفتن تمامی آورده‌های آن برای کشور می‌شود.

اتخاذ سیاست تعیین ضرب‌الاجل برای رفع تعهدات ارزی و تعلیق کارت‌های بازرگانی دارای تعهد ارزی ایفا نشده، بدون در نظر گرفتن واقعیت‌های موجود در مبادلات ارزی همچون تحریم بانک‌ها و عدم امکان انتقال ارز توسط آنها، عدم‌تعهد صرافی‌ها در جابه‌جایی ارز، فقدان آشنایی بیشتر صادرکنندگان با سازکارهای واردات، موجب زیر فشار قرار گرفتن صادرکنندگان و افزایش ریسک صادرات برای تجار شده است.

تداوم شرایط موجود می‌تواند رکود صادرات را به‌همراه داشته باشد و کشور را با بحران‌های جدی در حوزه اشتغال، درآمد، رشد اقتصادی و ارز مواجه سازد؛ از این‌رو بهتر است دولت به‌جای فشار آوردن بر صادرکننده، موضوع را ریشه‌ای و با نگاه کارشناسی بررسی و رفع کند.

باتوجه به موارد یادشده، به‌نظر می‌رسد، هر صادرکننده‌ای برای تداوم فعالیت تجاری خود باید ارز حاصل از صادرات را به کشور برگرداند. بنابراین، چه الزامی وجود دارد که ارز حاصل از صادرات، به شیوه موردنظر دولت از طریق واردات کالا، فروش ارز به نرخ پایین‌تر از نرخ آزاد یا ارائه اسکناس به کشور بازگردانده شود.

با هر استدلالی که دولت برای رفع تعهدات ارزی تجار به شیوه‌های تعیین‌شده دارد، چنانچه ارز تک‌نرخی و امکان انتقال پول از طریق سیستم‌های بانکی مهیا شود، مشکلی در رفع تعهدات ارزی برای صادرکنندگان وجود نخواهد داشت.

از سوی دیگر، با تقویت تعامل و گفتمان میان دولت و بخش خصوصی و ارائه نقطه‌نظرات کارشناسی و مشورتی به‌منظور اصلاح مقررات، رفع موانع و تسهیل فرآیندها، راهکاری منطقی و درخور برای باز کردن این گره و تقویت بنیه صادرات غیرنفتی کشور اندیشیده شود.

نقش رایزنان بازرگانی در توسعه صادرات



علیرضا حائری ـ عضو خانه صمت استان تهران: در دنیای امروز، تجارت خارجی موتور توسعه بوده و نقش بسیار مهمی در روابط فیمابین کشورها برعهده داشته است و گاهی این روابط، مناسبات سیاسی بین دولت‌ها را نیز تحت‌تاثیر خود قرار می‌دهد. ایجاد روابط تجاری مستحکم با همسایگان و کشورهای منطقه و فرامنطقه‌ای می‌تواند نقش اساسی در ثبات سیاسی ـ اقتصادی کشورها بازی و در ارتقای روابط سیاسی نیز نقش‌آفرینی کند. صرف‌نظر از تاثیر مثبت این روابط بر مناسبات سیاسی کشورها، توسعه تجارت خارجی می‌تواند منجر به رونق اقتصادی در داخل هر کشور و افزایش تولیدات داخلی و ایجاد اشتغال و ثروت شود و ارزآوری مناسبی را نیز در پی داشته باشد.

یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه تجارت و صادرات، حضور موثر و پرتلاش رایزنان بازرگانی در کشورهای هدف است. رایزنان بازرگانی وظایف مهمی را برعهده دارند و می‌توانند اطلاعات مفید و جامعی از وضعیت اقتصادی و تولیدی محل ماموریت خود تهیه و در اختیار فعالان اقتصادی کشور قرار دهند. آگاهی از قوانین وارداتی و تعرفه‌ای وکالاهای صادراتی محل ماموریت، نیازها و کاستی‌های بازار و همچنین نقاط قوت محل ماموریت و انعکاس آن به سازمان متبوع از عمده وظایف ایشان است.

رایزنان بازرگانی می‌توانند نقش مهمی در ساماندهی و اعزام هیات‌های تجاری و اقتصادی از هر دوطرف بازی و کمک کنند تا مذاکرات فیمابین با موفقیت همراه شود. ایجاد ارتباط با مقامات ارشد اقتصادی و اتحادیه‌های تولیدی و همچنین تولیدکنندگان محلی و تاثیرگذاری بر تصمیمات ایشان به‌نفع صادرکنندگان داخلی می‌تواند از دیگر فعالیت‌های ایشان باشد.

تهیه گزارش‌های مستند از فعالیت‌های سایر رقبای محصولات صادراتی از دیگر کشورها و همچنین برپایی نمایشگاه‌های مختلف از توانمندی‌های تولیدکنندگان داخلی نیز از وظایف این رایزنان است.

اطلاع از سیستم‌های تشویق صادراتی در کشور محل ماموریت و نظرسنجی از مصرف‌کنندگان محلی درباره کالاهای ایرانی و ارائه آن به تجار و تولیدکنندگان داخلی نیز می‌تواند کمک شایانی به فعالان تجاری در کشور کند.

بنابراین بسیار ضروری است که:

۱- تعداد رایزنان بازرگانی ایران در سایر کشورها افزایش یابد تا بدین‌وسیله بتوانیم اطلاعات جامع‌تری از وضعیت اقتصادی، تولیدی و قوانین محلی کشورهای مختلف داشته باشیم. البته شاید عنوان شود که با توسعه فناوری و از طریق اینترنت می‌توان بسیاری از اطلاعات موردنیاز بازرگانان را به‌راحتی به‌دست آورد. این سخن درستی است، اما حضور رایزنان بازرگانی در کشور هدف و برقراری ارتباطات گسترده حقیقی با صاحبان صنایع و همچنین مقامات تصمیم‌گیرنده و اتحادیه‌های صنفی از طریق حضور این رایزنان به‌نحومطلوب‌تری انجام خواهد شد و گاه مذاکرات حضوری تاثیراتی دارد که به‌طورقطع از طریق مجازی قابل‌حصول نیست.

در حال حاضر و برمبنای اطلاعات دریافتی از طریق سازمان توسعه تجارت، کشورمان فقط ۶ رایزن بازرگانی دارد که به‌نظر می‌رسد با اهداف صادراتی کشور و اقتصاد مقاومتی که برپایه توسعه صادرات بنا شده است، همخوانی ندارد. این عدد را مقایسه بفرمایید با کشورهای توسعه‌یافته‌ای که گاهی در بیش از ۱۵۰ کشور جهان وابسته تجاری و بازرگانی دارند و قطعا ثمراتش را هم برداشت می‌کنند. البته براساس اعلام رئیس سازمان توسعه تجارت، قرار است تا پایان امسال (۱۳۹۹) تعداد ۱۰ رایزن بازرگانی دیگر نیز به تعداد رایزنان قبلی اضافه شود تا جمع آنها به ۱۵ کشور برسد. بدیهی است که افزایش رایزنان بازرگانی در سایر کشورها می‌تواند در بسط و توسعه مناسبات تجاری فیمابین موثر باشد و به اهداف صادراتی کشور کمک بسزایی کند.

۲- بسیار ضروری است که این افراد به دقت و از بین تجار و فعالان اقتصادی خوشنام و فعال کشور انتخاب شوند و حتی‌الامکان با فرهنگ و زبان کشور محل ماموریت خود آشنایی‌های اولیه را داشته و دارای اهلیت و سابقه موفق در تجارت باشند.

در حال حاضر این نمایندگان تجاری توسط سازمان توسعه تجارت و از بین کارمندان آن سازمان گزینش و انتخاب می‌شوند، که به‌طبع کارآیی و انگیزه لازم را ندارند و نگاه‌شان به این مهم تنها یک ماموریت اداری است، اما چنانچه این افراد با مشارکت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران و از بین فعالان بخش خصوصی انتخاب شوند، نتیجه بسیار بهتری خواهد داشت و در این حالت، می‌تواند انتخاب موفق‌تری به‌شمار رود و از بازده به‌مراتب بالاتری نیز برخوردار شود، شاید هم اتاق بازرگانی ایران بتواند بخشی از هزینه‌های اقامت این افراد در کشورهای هدف را نیز تقبل کند.

خلاصه کلام اینکه:

باتوجه به نقش موثر، مثبت و انکارناپذیر رایزنان بازرگانی در امر توسعه تجارت و صادرات، افزایش تعداد کشورهای هدف و انتخاب افرادی شایسته، مرتبط و کاردان می‌تواند اثرات خارق‌العاده‌ای در توسعه مناسبات تجاری و حتی سیاسی کشورمان با شرکای تجاری‌مان داشته و در استحکام و تعمیق این روابط بیش از پیش موثر باشد.

رسانه‌ها به کمک صنایع دریایی بیایند

صنعت کشتی‌سازی در مسیر توسعه

آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی اخبار و رویدادهای صنعت دریایی از تریبون رسانه‌ها اثرات متعددی دارد. رسانه‌ها، به‌ویژه تلویزیون و رادیو، به صنعت دریایی کمک می‌کنند تا به عموم مردم اطلاعات لازم را درباره فعالیت‌ها، خطرات و فرصت‌های صنعت دریایی منتقل کنند. این اطلاعات ممکن است شامل بخش‌های مختلف صنعت دریایی مانند حمل‌ونقل، تجارت، گردشگری و... باشد. رسانه‌ها با نشان دادن زیبایی‌ها و جذابیت‌های سواحل، جزایر و مناظر طبیعی ساحلی، به‌طور غیرمستقیم بر گردشگری ساحلی و دریایی تاثیر مثبت دارند. با نشان دادن فضاهای زیبا و فرصت‌های تفریحی در سواحل، رسانه‌ها می‌توانند به جذب گردشگران و توسعه صنعت گردشگری در مناطق ساحلی یاری رسانند.



عکس: صمت

رسانه و آگاهی‌رسانی

رسانه‌ها می‌توانند به افزایش آگاهی عمومی درباره مسائل محیط‌زیست و حفاظت از منابع دریایی کمک کنند. با نشان دادن تأثیرات منفی آلودگی دریا و شکار غیرقانونی حیات‌وحش در رسانه‌ها، مردم برای حفظ منابع درختان و جلوگیری از تخریب بیشتر محیط‌زیست دریا، همکاری بیشتر خواهند کرد. همچنین رسانه‌ها با نشان دادن فعالیت‌های صادرات و واردات صنعت دریایی، به ترویج تجارت بین‌الملل صنعت کمک می‌کنند.

رسانه‌ها و ایزوایکو کشتی‌سازی ایران نقش مهمی در توسعه و رشد صنایع دریایی دارند. رسانه‌ها با انتشار اخبار و گزارش‌ها درباره صنعت کشتی‌سازی و دریایی، به عموم مردم و جامعه بین‌المللی اطلاعات لازم را می‌دهند. این اطلاعات شامل تحولات، پروژه‌ها، تجهیزات جدید، فناوری‌های نوین و سایر مسائل مربوط به صنعت کشتی‌سازی است. با اطلاعات مناسب، سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی قادر خواهند بود تصمیمات بهتر و هوشمندانه‌تری در زمینه سرمایه‌گذاری در صنعت کشتی‌سازی بگیرند. همچنین، رسانه‌ها با گسترش آگاهی عموم مردم نسبت به صنعت کشتی‌سازی، محروم‌شدگان را به عضو شدن در این صنعت ترغیب و از افزایش اشتغال در این صنعت حمایت می‌کنند. همچنین، رسانه‌ها نقش مهمی در ترویج استانداردهای بین‌المللی کشتی‌سازی و ایزوایکو دارند. با گسترش آگاهی عموم مردم و صنعتگران درباره استانداردها و نحوه رعایت آنها، کشور ما می‌تواند به عضو فعال و قابل‌توجه در جامعه بین‌المللی کشتی‌سازی تبدیل شود.

ایزوایکو، بزرگ‌ترین زیرساخت صنایع دریایی کشور

به‌تازگی شاهد برگزاری جشنواره صنعت دریایی و رسانه با عنوان «صنعت دریایی و رسانه» با موضوع «نقش ایزوایکو به‌عنوان بزرگ‌ترین زیرساخت صنایع دریایی کشور در تحقق اقتصاد دریامحور» با میزبانی مجتمع کشتی‌سازی و صنایع فراساحل ایران (ایزوایکو) بودیم.

به گزارش ایدرونیوز، آیین اختتامیه نخستین جشنواره صنعت دریایی و رسانه با موضوع «نقش ایزوایکو به‌عنوان بزرگ‌ترین زیرساخت صنایع دریایی کشور در تحقق اقتصاد دریا محور» در مجتمع ایزوایکو برگزار شد. در این جشنواره استانی مجموع ۴۹ اثر داوری شدند که از این آثار ۲۱ اثر در بخش یادداشت، ۱۵ اثر در بخش گزارش و ۱۳ اثر در بخش تیتر اختصاص داشت. سلمان ضربی، مدیرعامل و نایب‌رئیس هیات‌مدیره ایزوایکو در این جشنواره عنوان کرد: نقش رسانه نقش بی‌بدیلی است که این روزها بیشتر از سال‌های قبل در فضای مجازی در راستای جهت‌دهی به سیاست‌های دولت‌ها تأثیرگذار است. وی افزود: روشنگری در صنعت دریا و آگاهی‌بخشی به مرتبطان با این صنعت به نحو احسن و همچنین توسعه سواحل توسط رسانه رقم می‌خورد.

ضربی ادامه داد: در ایزوایکو دریا و اعماق آن را می‌شناسیم و برای آشنایی با برنامه‌های این مجموعه پذیرای همه اصحاب رسانه هستیم. مدیرعامل ایزوایکو تصریح کرد: برای حرکت رو به آینده لازم به محوریت و جامعیت در برنامه‌های ایزوایکو هستیم که یک برنامه جامع استراتژیک در ۱۰ بند نگاشته شد و طبق این برنامه حرکت کرده‌ایم.

وی بیان کرد: یکی از سیاست‌هایی که در این برنامه به‌صورت جدی دیده شد تلاش به‌عنوان عرضه یک برند ملی به جهان است، استکبار جهانی موانعی را ایجاد اما تلاش کرده‌ایم این موانع را از مسیرمان برداریم. ضربی تصریح کرد: بخش دیگری از تلاش‌های ایزوایکو تأمین معیشت همکاران در بخش اجرایی بوده که در راستای سیاست‌های بهره‌وری، ارتقای معیشت پرسنل خود را برطرف کرده‌ایم که اصلاح طرح طبقه‌بندی مشاغل یکی از این اقدامات بوده که به‌خوبی اجرایی شده، به نتیجه رسیده و رضایتمندی خوبی نیز حاصل شده است. وی عنوان کرد: در بخش دیگری از نیازهای پرسنلی مجموعه‌ای ما، تمامی معوقات مجموعه را به‌روزآوری کرده‌ایم و خوشبختانه بدهی نداریم.

ضربی گفت: ارتقای برند ایزوایکو نیز از اقدامات خوبی بوده است و برای این برند باید شرایط شرکت ایزوایکو را از بدنامی‌ها و بدعهدی‌ها تغییر دهیم و امروز تلاش کرده‌ایم تمامی معوقات بخش بانکی بیش از ۲۵۰۰ میلیارد تومان را پرداخت کنیم. مدیرعامل ایزوایکو اضافه کرد: در بخش بیمه‌ای نیز بیش از ۱۰ سال معوقات بیمه‌ای را پرداخت و در بخش مالیات نیز خود را به‌روز کرده‌ایم. خوشبختانه امروز به شرکتی با رضایت پرسنلی با هدف درآمد اقتصادی بیشتر در حال فعالیت هستیم. وی مطرح کرد: برنامه‌ای را در سال گذشته برای تولید ایجاد کردیم که بتوانیم ظرفیت را



به ۳۵ هزار تن برسانیم که خوشبختانه در سال ۱۴۰۱ با رشد ۲۵ درصد حاصل شد و امسال نیز در نیمه اول با رشد ۴۳ درصدی نسبت به سل قبل فعالیت داشته‌ایم. ضربی اظهار کرد: پیش‌بینی ما این است که درآمد خوبی از افزایش ۴۲ درصدی در ۶ ماهه دوم امسال حاصل خواهد شد و امسال ایزوایکو از لحاظ درآمدی دو برابر هدف مالی خود را دنبال خواهد کرد. نایب‌رئیس هیات‌مدیره ایزوایکو تصریح کرد: هم‌اکنون ۴۲ شناور داخلی و خارجی به‌طور همزمان در ایزوایکو در حال تعمیر هستند که بی‌سابقه است و امروز شناورها در پارکینگ‌ها در نوبت تعمیرات هستند که برخی از شناورها را نیز به بخش‌های دیگر هدایت کرده‌ایم. وی افزود: همه ما به‌عنوان یک تیم در تلاشیم رشد و ارتقای صنعت دریایی را اجرایی کنیم و از افراد صاحب‌نظر برای رفع مشکلات مشاوره می‌گیریم. ضربی عنوان کرد: از همه پیمانکارانی که در منطقه غرب هرمزگان تلاش می‌کنند دعوت می‌کنیم کمبود نیروی انسانی ما را جبران کنند. وی خاطرنشان کرد: سال گذشته بیشترین تعداد شناورها را به رقم ۹۴ فروند تعمیر کردیم و در حال تلاشیم تمامی شناورهای کوچک کشور را به سایت ایزوایکو آورده و خدمات لازم را ارائه دهیم که به کشورهای حاشیه خلیج‌فارس مراجعه نکنند.

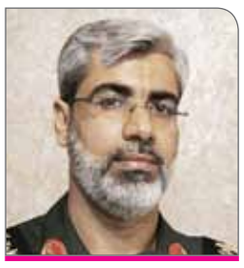
فعل «ما می‌توانیم» را اجرا کردیم

در این مراسم همچنین سردار اباذر سالاری، فرمانده سپاه امام سجاد (ع) استان هرمزگان گفت: اگر شعار ما می‌توانیم رهبر معظم انقلاب را سرلوحه کارمان قرار دهیم، تمام گره‌ها را بازخواهیم کرد و تعمیر شناورهای کوچک و بزرگ در مجموعه ایزوایکو کار بسیار بزرگی است که در راستای همین شعار ما می‌توانیم حاصل شده است. سردار سالاری بیان کرد: امروز خط مقدم مقابله با استکبار همین راهی است که در پی گرفته و موفقیت‌های خوبی را نیز کسب کرده‌اید.

وی ضمن خداقوت و تحسین مجموعه توانمند و بزرگ کشتی‌سازی افزود: سالیان قبل دغدغه مسئولان استان این بود که اتفاقات بزرگی رقم نمی‌خورد، اما با تلاش شما غیورمردان خط تولید باعث شد این مجموعه بزرگ به عرصه عرض‌اندام نظام جمهوری اسلامی علیه دشمنان تبدیل شود. سردار سالاری گفت: هر چه دشمنان در ۸ سال دفاع مقدس و حتی تحریم‌های انقلاب روا داشته به لطف الهی منتج به این شد که فعل ما می‌توانیم را اجرایی کنیم و امروز بسترهای تهدید زمینه ایجاد فرصت‌ها هستند.

فرمانده سپاه امام سجاد (ع) هرمزگان اضافه کرد: اگر در ۸ سال دفاع مقدس دست ما باز و صنایع مایحتاج دفاعی ما در اختیار بود، موفقیت‌های بیشتری حاصل می‌شد، امروز اگر افتخاراتی داریم به خاطر فرصت‌سازی از دل تهدیدهاست. وی خاطرنشان کرد: این کشور به لطف الهی و به مجاهدت مهندسین دلسوز و میهن‌دوست با فناوری‌های جدید در عرصه‌های دریایی نیز موفقیت‌های بزرگی را کسب می‌کند و بسیاری از مردم ما اطلاعی از این توانمندی‌ها ندارند که باید رسانه‌های عزیز ما بخشی از این توانمندی‌ها را دیده و انعکاس دهند تا امیدآفرینی برای این انقلاب و نظام حاصل شود.

سردار سالاری با نظر به اینکه جهاد امیدآفرینی مسئولیتی است که بر عهده اصحاب رسانه است، اظهار کرد: نمی‌گوییم بزرگ‌نمایی کنید، اما آنچه هست را برای مردم بازگو کنید.



وی افزود: جوانان ارزشمندی در صنایع ما فعال هستند که می‌توانند مبدع کارهای بزرگ‌تری باشند و به تعبیری از همه‌کسانی که با مجموعه ایزوایکو همکاری و همراهی دارند، تقدیر و تشکر می‌کنیم. در پایان این مراسم برگزیدگان نخستین جشنواره «صنعت دریایی و رسانه» در ۳ بخش تیتر، گزارش و یادداشت معرفی و تجلیل شدند.

سخن پایانی

به‌طورکلی، رسانه‌ها با اطلاع‌رسانی مناسب، ترویج صنعت کشتی‌سازی و افزایش آگاهی عموم مردم، به تحقق هدف‌های صنعت کشتی‌سازی و ایران در حوزه درخشان شدن در صنعت درخور تلاش خود کمک می‌کنند. توسعه اقتصاد دریامحور باید با کمک موفق‌ترین شرکت‌های دانش‌بنیان کشور را برای تولید ثروت و ارزش‌افزوده به سمت سواحل جنوبی کشور و سواحل مکران گسیل دهند و از زایش و رویش این شرکت‌ها در مناطق ساحلی حمایت شود تا فرصت‌های کوچک و بزرگ سرمایه‌گذاری و شرکت‌های دانش‌بنیان فرصت توسعه را داشته باشند و در کنار آنها از طریق رسانه‌ها به مردم معرفی شوند.

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شرکت توسعه عمران و مدیریت منطقه گل گهر

به همراه ارزیابی فنی و بازرگانی پروژه تامین تجهیزات و احداث کامل خطوط ۲۳۰ کیلوولت دومداره جهت رفع معارض از فاز ۴ مسیر ریلی منطقه گل گهر و مسیر دسترسی سبک و سنگین شرکت فولادسیرجان ایرانیان

شرکت توسعه، عمران و مدیریت منطقه گل‌گهر در نظر دارد، **پروژه تامین تجهیزات و احداث کامل خطوط ۲۳۰ کیلوولت دومداره جهت رفع معارض از فاز ٤ مسیر ریلی منطقه گل‌گهر و مسیر دسترسی سبک و سنگین شرکت فولاد سیرجان ایرانیان** را به شرکت‌های پیمانکاری ذیصلاح دارای حداقل رتبه ۲ حوزه نیرو (توزیع و انتقال) واگذار نماید. لذا از متقاضیان دعوت به عمل می‌آید. جهت اخذ اسناد مناقصه از تاریخ **۱٤۰۲/۰۷/۲۹** به سایت این شرکت به آدرس www.ggz.ir مراجعه نمایند.

۱. **آخرین زمان ارائه پاکت‌ها و پیشنهادات:** ساعت **۱۳:۳۰** روز **یکشنبه** مورخ **۱٤۰۲/۰۸/۱٤**

۲. شرکت در قبول یا رد پیشنهادات مختار است.

۳. **سپرده شرکت در مناقصه: ٤۷,٤۹۰,۳٤,۸۰۲** ریال

٤. هزینه درج آگهی برعهده برنده مناقصه می‌باشد.

۵. کلیه مشخصات لازم در اسناد مناقصه ذکر گردیده است.

۶. **تاریخ بازدید از پروژه:** روز **دوشنبه** مورخ **۱٤۰۲/۰۸/۰۸**

۷. **محل تحویل اسناد، پیشنهادات:** سیرجان- کیلومتر ۵۰ جاده محور سیرجان- شیراز، شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر ساختمان‌های هلدینگ مستقر بر تپه، بلوک ۵ (دبیرخانه شرکت توسعه، عمران و مدیریت منطقه گل‌گهر)

۸. **تلفن جهت هر نوع هماهنگی: ۰۹۱۳۲٤۵۷٤۰۲** آقا شامحمدی (به غیر از ایام تعطیل)

مدیریت حقوقی و قراردادها شرکت توسعه، عمران و مدیریت منطقه گل‌گهر

آگهی تجدید مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شرکت توسعه عمران و مدیریت منطقه گل گهر

به همراه ارزیابی فنی و بازرگانی انجام خدمات آزمایشگاه مستقر و کنترل کیفیت، برای کلیه پروژه‌های عمرانی منطقه گل‌گهر (شامل آزمایش‌های مربوط به کنترل عملیات خاکی، سنگی، جوش، بتنی و عملیات آسفالتی)

شرکت توسعه، عمران و مدیریت منطقه گل‌گهر در نظر دارد، **پروژه انجام خدمات آزمایشگاه مستقر و کنترل کیفیت، برای کلیه پروژه‌های عمرانی منطقه گل‌گهر (شامل آزمایش‌های مربوط به کنترل عملیات خاکی، سنگی، جوش، بتنی و عملیات آسفالتی)** را به شرکت‌های مشاور ذیصلاح دارای رتبه ۳ در صلاحیت ژئوتکنیک واگذار نماید. لذا از متقاضیان دعوت به عمل می‌آید. جهت اخذ اسناد مناقصه از تاریخ **۱٤۰۲/۰۷/۲۹** به سایت این شرکت به آدرس www.ggz.ir مراجعه نمایند.

۱. **آخرین زمان ارائه پاکت‌ها و پیشنهادات:** ساعت **۱۳:۳۰** روز **یکشنبه** مورخ **۱٤۰۲/۰۸/۱٤**

۲. شرکت در قبول یا رد پیشنهادات مختار است.

۳. **سپرده شرکت در مناقصه: ۲,۶۱٤,۹۶۱,۱۷۵** ریال

٤. هزینه درج آگهی برعهده برنده مناقصه می‌باشد.

۵. کلیه مشخصات لازم در اسناد مناقصه ذکر گردیده است.

۶. **محل تحویل اسناد، پیشنهادات:** سیرجان- کیلومتر ۵۰ جاده محور سیرجان- شیراز، شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر ساختمان‌های هلدینگ مستقر بر تپه، بلوک ۵ (دبیرخانه شرکت توسعه، عمران و مدیریت منطقه گل‌گهر)

۷. **تلفن جهت هر نوع هماهنگی: ۰۹۱۳۲٤۵۷٤۰۲** آقا شامحمدی (به غیر از ایام تعطیل)

مدیریت حقوقی و قراردادها شرکت توسعه، عمران و مدیریت منطقه گل‌گهر

آگهی موضوع تبصره ۳ ماده ۱۲۰ آئین‌نامه قانون ثبت

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت اسناد و املاک منطقه ۶ مشهد

۱۴ آذر ۲۸۲۰

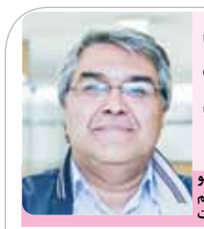
نظر به اینکه **خانم آرزو آزاد** برابر درخواست وارده **۱٤۰۲/۲۰۱۵۸۷۲** مورخه **۱٤۰۲/۰٤/۲۱** به استناد گواهی حصر وراثت **۱٤۰۲۰۰۲۵۳۹۰۰۰۱۷۳۱۸۷۱-۱٤۰۰/۰۲/۲۶** شعبه **۱۸۷** حصر وراثت شورای حل اختلاف مشهد و گواهی واریز مالیات بر ارث ۱٤۰۰/۰۳/۲۰/۱۰۲۹۳ - متقاضی دریافت سند مالکیت سیم‌الارث خود از پلاک ثبتی ۱۰۰۹۹ فرعی از ۱۸۳ اصلی واقع در بخش ۱۰ مشهد می‌باشد و با بررسی سوابق مشخص گردید **ششدانگ پلاک مذکور طی سند قطعی ۱۷۷۶۹٤- ۱۳۸۰/۱۰/۲۹ دفترخانه ۲۰ مشهد ذیل ثبت ۱۳۶۸۲۶ در دفتر ۶۸۶ و صفحه ۹۷ به نام محمدابراهیم آزاد ثبت و سند مالکیت ۱۵٤۰۰۱ صادر و تسلیم شده است و برابر اسناد رهنی ۱۷۷۶۹۶ دفتر ۲۰ مشهد** در رهن بانک می‌باشد. سیستم جامع املاک بیش از این حکایتی ندارد که متقاضی طی مشروحه فوق اعلام داشته سند مالکیت در ید احدی از ورات می‌باشد که مراتب ضمن ارسال اخطاریه به آدرس حوای کاظمی‌پور کلیدسر (احدی از ورات) و عدم ارائه اصل سند پس از طی شدن مدت قانونی. لذا به استناد مفاد ماده ۱۲۰ آئین‌نامه قانون ثبت مراتب یک نوبت آگهی و متذکر می‌گردد هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود باشد. بایستی ظرف ده روز از تاریخ انتشار این آگهی اعتراض کتبی خود را به پیوست اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم نماید بدیهی است در صورت عدم اعتراض در مهلت مقرر و یا وصول اعتراض بدون ارائه سند مالکیت یا سند معامله رسمی نسبت به صدور سند مالکیت به نسبت سهم‌الارث متقاضی و تسلیم آن اقدام خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۷/۲۹

هادی ریحانی، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه ۶ مشهد

یادداشت

فرصت‌های از دست‌رفته برای صادرات



امیرحسن کاکایی- عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت

چند روز پیش در جلسه‌ای بودم که مدیرعامل محترم شرکت سایپا ادعا کرد چند قرارداد بسته‌اند که بالای ۴۰۰ هزار خودرو صادر شود. ایشان می‌فرمودند که این‌ها قرارداد هستند، نه تفاهمنامه و سایپا در حال برنامه‌ریزی برای سرمایه‌گذاری و افزایش تیراژ است. اما ناگهان یک هفته پیش در روز ملی استاندارد، رئیس سازمان ملی استاندارد در نطقی غرا فرمودند که خودروهای ایرانی نمره کیفی بسیاری پایینی دارند و به تعبیری بسیار بی‌کیفیت هستند. همین سخنرانی به‌ظاهر ساده، باعث شده فردای آن روز، طرف خریدار قرارداد، تماس گرفته و قرارداد را لغو کند. چرا؟ "چون‌که ما نمی‌خواهیم آشغال‌های شما را ببریم". شاید این جملات عین جملات ردوبدل شده نباشد. به بزرگی خودتان ببخشید. اما اصل ماجرا دقیقا این طوری بوده است. جالب است بدانید که معمولا وقتی یک قرارداد بین‌المللی در زمینه خودرو بسته می‌شود، تاکید می‌شود که استانداردهای خاص مقصد رعایت شوند و منوط به یک سری آزمون‌های استاندارد و ارزیابی‌های کیفی می‌شود. مثلا وقتی یک کشوری خودرویی مانند نیسان آبی را می‌برد، چشم‌بسته عمل نمی‌کند. می‌داند که سطح ایمنی آن چیست و براساس قیمت آن و نیاز مشتریان در کشور مقصد، این خرید را انجام می‌دهد. ما ایرانی‌ها هستیم که همچنان فکر می‌کنیم ثروتمندیم و همیشه در آرزوی بهترین‌های دنیا می‌سوزیم و می‌سازیم. اما اکثر کشورهای دنیا، با واقعیت کنار می‌آیند و بر مبنای اقتصادشان متناسب‌ترین خودروهای را انتخاب می‌کنند.

متأسفانه مسئولان ما درک درستی از مفهوم صادرات کالاهای صنعتی و حتی می‌توانم ادعا کنم، غیرصنعتی ندارند. در سال‌های گذشته در این زمینه صحبت کرده‌ام که صادرات خودش فناوری است و یک ثبات رویه می‌خواهد. اولا وقتی که می‌خواهیم خودرو صادر کنیم، باید خودرویی متناسب با نیاز مشتری در آن کشور داشته باشیم که همزمان استانداردهای آن کشور را رعایت کند، با سوخت آن کشور همخوانی داشته و متناسب با سلیقه مشتریان آن کشور باشد. همزمان قیمتش هم قابل‌رقابت باشد. یا اگر رقیبی ندارد، خودرو در تناسب مالی با جیب مشتریان باشد. این اول راه است. وقتی یک خودرو در سطح انبوه می‌خواهد به کشوری صادر شود، معمولا باید وارانتی خدمات ده ساله فراهم شود. یعنی نیاز به سرمایه‌گذاری روی زیرساخت‌هایی همچون شبکه خدمات پس از فروش و تامین قطعات یدکی به‌اندازه کافی در سراسر آن کشور است. بدین‌ترتیب باید افرادی برای تعمیر و نگهداری در آن کشور تربیت شوند. برای این منظور باید یک قرارداد خوب بست و در آن تعهدات خوبی به خریدار داد. درباره خودرو، که یکی از استراتژیکی‌ترین بازارهای هر کشور است، باید روابط سیاسی هم برای عقد قرارداد فراهم باشد. بحث‌های مالی و بانکی و حتی لیزینگ هم جزء بدیهیات کار است.

وقتی قرارداد منعقد شد کار تازه شروع می‌شود و معمولا در ابتدای کار به‌هیچ‌وجه خودروساز سود نمی‌کند، بلکه در طی زمان است که فروش در آن کشور به حد مناسب می‌رسد و سرمایه‌گذاری‌ها پاسخ می‌دهد و نهایتا سودآوری آغاز می‌شود. البته برای این منظور باید تبلیغات گسترده کرد و همیشه مراقب برند بود؛ یعنی اگر طی زمان اتفاقی بیفتد که برند آن خودرو خراب شود، معمولا باید بی‌خیال ادامه راه شد و کل سرمایه‌گذاری روی هوا می‌رود. صادرات خودرو، مانند خود صنعت خودرو، کار خیلی سختی است و البته اگر نتیجه دهد، سود خوبی می‌دهد. اما این کار، کار کوتوله‌ها نیست، چراکه در میان غول‌ها از بین می‌روند. البته برخی کوتوله‌ها، با حمایت دولت‌هایشان، زیرپوستی و آرام با فشار حداکثری درونی رشد می‌کنند و ناگهان دیده می‌شوند و می‌توانند با غول‌ها رقابت کنند. البته غول‌ها هم بیکار نمی‌نشینند.

حالا تصور کنید بخواهیم وارد چنین رقابتی شویم، در حالی‌که تحریم هستیم و همزمان نظام بانکی، ما را حمایت نمی‌کند و حتی برای انتقال پول مشکل داریم. یک شرکت رفته با هزار لطایف‌الحیل، توانسته چند قرارداد صادراتی ببندد. بعد یک‌دفعه یک مسئول مملکتی در رسانه‌ها و برای خودشیرینی جلوی مردم یک جمله بگوید که چنین آبروی یک صنعت را ببرد. شما درباره این مسئول چه فکر می‌کنید؟ واقعا این مسئول، به کشورش متعهد است؟ واقعا باید به چنین مسئولی چه گفت؟ امروز ما به‌شدت نیازمند تمرکز روی صادرات هستیم. اما به نظر می‌رسد به جای اینکه مسئولان به کمک تولید ملی بیایند که با صادرات موثر، درآمدی ارزی کشور را بالا ببرند و پول ملی را تقویت کنند و امکان سرمایه‌گذاری برای توسعه اقتصادی فراهم آورند، بر طبل واردات می‌کوبند و تا آنجا که می‌توانند صنعت و محصولات آن را سرکوب می‌کنند. نزدیک انتخابات مجلس، آنها که خود مسئول این وضعیت برای اقتصاد و صنعت هستند، برای معروفیت بیشتر با هم در تخریب صنعت مسابقه گذاشته‌اند و طوری رفتار می‌کنند که روزبه‌روز ناراحتی مردم از صنعت خودرو بیشتر و صنعت و صنعتگران ناامیدتر می‌شوند. به شما قول می‌دهم اگر همین وضعیت ادامه یابد، ایران‌خودرو و سایپا هم به‌تدریج داخلی‌سازی را بی‌خیال شده و تبدیل به واردکنندگانی تمام‌عیار می‌شوند. کما اینکه در همین روزها مشاهده کرده‌ایم که شاگرد اول واردات خودرو، سایپا بود. جالب اینجاست در عوض تخریب مسیر صادرات خودرو، به خودروسازان می‌گویند که برای تامین ارز خود صادرات میوه، خشکبار و مس و آلومینیوم انجام دهند. به عبارتی به جای آنکه دو خودروساز ما مشغول کار تخصصی خود باشند، مشغول کارهای غیرتخصصی هستند و در عمل چوب حراج به آن محصولات می‌زنند؛ یعنی نه‌تنها صنعت خودرو روزبه‌روز ضعیف‌تر می‌شود، بلکه بازارهای دیگر محصولات صادراتی را به‌هم می‌زنند. واقعا آدم از این‌همه ابتکار در تخریب زیرساخت‌های اقتصادی انگشت‌به‌دهان می‌ماند.

بررسی چالش‌های صادرات در گفت‌وگو با فعالان صنعتی مطرح شد

صادرات در بستر موانع



عکس: آیدا فریدی

یکی از الزامات حرکت به سوی صنعتی شدن و دستیابی به توسعه، صادرات است. برای صادرات موفق هم به‌دلیل تاثیرگذاری و اهمیتی که این بخش دارد باید براساس استراتژی مشخص و از پیش تعیین‌شده‌ای گام برداریم. گام اول در این مسیر، تولید صادرات‌محور است و در ادامه باید مسیر برای صادرات هموار باشد. به عقیده کارشناسان، هم صادرات و هم تولید ما، نه‌تنها استراتژی کلانی برای حرکت ندارند، بلکه در مسیر حرکت پر از آزمون و خطای آنها هم بی‌شمار مانع وجود دارد. گاه دولت با تصمیمات ناگهانی و قوانین به ظاهر تسهیل‌کننده خود به مانعی جدی تبدیل می‌شود، گاهی تولید صادرات‌محور نیست و گاه عدم‌شناخت صادرکنندگان و تولیدکنندگان، چالشی بزرگ را در روند صادرات رقم می‌زند. خلاصه اینکه به‌نظر می‌رسد این پازل ناهماهنگ به‌گونه‌ای چیده شده که روزبه‌روز مسیر صادرات را ناهموارتر و سخت‌تر می‌کند. صمت در این گزارش به مناسبت روز ملی صادرات به بررسی چالش‌ها و موانع صادرات محصولات صنعتی پرداخته که در ادامه می‌خوانید.

شهناز صفایی
editor@smtnews.ir

وقتی به هر دلیلی بازاری از دست برود، جایگزین کردن آن بسیار دشوار خواهد بود

مسیر سخت صادرات با موانع بی‌شمار

آرمان خالقی، کارشناس و فعال حوزه صنعت با تاکید بر اینکه تولید و صادرات رابطه تنگاتنگی با هم دارند درباره موانع صادراتی که با آنها روبه‌رو هستیم به صمت گفت: نخستین موضوعی که سال‌هاست صادرات کشورمان را تحت‌تاثیر قرار داده، تحریم‌هاست. اعمال تحریم‌ها در بخش تولید و تجارت، بیشتر تبادلات خارجی ما را هدف قرار داده است. در این بخش نیز اولین موضوع، مبادلات مالی و پولی است. از یک سو امکان مبادله مستقیم مالی با بسیاری از کشورها نداریم و از سوی دیگر، موضوعات مالی جزو لاینفک صادرات است. صادرکننده باید ارز حاصل از صادرات را وارد کشور کرده یا به‌نوعی بتواند سبد معامله را برگرداند. حال در شرایطی که با محدودیت در نقل‌و انتقالات پولی روبه‌رو هستیم، این روند قطعا دچار چالش خواهد شد. یعنی متاثر از تحریم‌ها هزینه تجارت ما افزایش خواهد یافت و در برخی موارد غیرممکن می‌شود. در حالی که صادرات دچار این موانع و پیچیدگی‌هاست، به طبع تولیدکننده برای تولید صادرات‌محور که قابل رقابت در بازارهای جهانی باشد و در مسیر ارتقای کیفیت انجام شود، انگیزه لازم را نخواهد داشت.

خالقی افزود: در این بخش موضوع دیگری که صادرات ما را تحت‌تاثیر قرار داده، رویکرد برخی دیگر از کشورهاست که به‌طور کلی معامله و تجارت با ایران را کنار گذشته‌اند. این مشکل درباره برخی کشورها سال‌هاست، وجود دارد و نمی‌توان تاثیر آنها را نادیده گرفت و به‌عنوان یک مانع صادراتی باید آن را نیز دید.

■ موانع داخلی صادرات

این کارشناس حوزه صنعت ادامه داد: در بخش دیگر، تاثیر موضوعات داخلی مطرح است. در اینجا قوانین و مقررات مربوطه به جای تسهیلگری، خود در قالب مانعی در مسیر صادرات عمل می‌کنند. در این بخش می‌توان به موضوعات مربوط به گمرک، امکانات کم گمرکی برای تسهیل صادرات، پیچیدگی‌هایی که در روند ترخیص کالا با آنها مواجه می‌شویم، مسائل مربوط به استاندارد کیفیت، دردسرهای صدور مجوزهای لازم، تغییرات پیاپی قوانین و مقررات تجاری و صادراتی و تصمیم‌گیری‌های ناگهانی که گاه منجر به ممنوعیت برخی از کالاها می‌شود، اشاره کرد.

خالقی با اشاره به موانع بی‌شمار در مسیر صادرات اظهار کرد: واقعیت این است که موانع صادراتی، صادرکنندگان را با ضرر و زیان روبه‌رو می‌کند و در نهایت باعث می‌شود اعتبار صادرکننده در بین فعالان تجاری کشورهای دیگر از بین برود. اعتماد به ویژه در روند صادرات و در بازار، بسیار مهم است. شریک تجاری ما براساس همین اعتماد، ارتباط و تعامل با صادرکننده خواهد داشت که در صورت خدشه‌دار شدن نمی‌توان آن را برگرداند و جبران کرد و به‌راحتی بازاری از دست می‌رود. از سوی دیگر، وقتی به هر دلیلی بازاری از دست برود، جایگزین کردن آن بسیار دشوار خواهد بود و قطعا تولیدکننده‌ای که با هدف صادرات تولید کرده نیز تحت‌تاثیر این وضعیت دچار ضرر و زیان خواهد شد.

وی افزود: علاوه بر تحریم‌ها و موضوعات داخلی، در بخش‌هایی از موانع صادراتی، خود صادرکنندگان نقش دارند. واقعیت این است که صادرکنندگان ما برای حرکت درست در بازارهای جهانی نیاز به آموزش برای کسب اطلاعات تجاری بیشتر، بازاریابی و بازارشناسی دارند. البته تولیدکنندگان نیز باید در راستای استمرار و حفظ کیفیت کالایی که تولید می‌کنند، تلاش کنند. این بخش‌ها از یکدیگر جدا نیستند و بر هم تاثیر می‌گذارند.

■ آموزش راهگشاست

این کارشناس حوزه صنعت درباره راهکارهایی که به رفع موانع صادراتی کمک می‌کند، اظهار کرد: نخست باید به دقت چالش‌ها و موانعی که در مسیر صادرات وجود دارد، شناسایی شوند، چراکه هرکدام از این چالش‌ها راهکاری دارد؛ یعنی برای رفع هرکدام از موانع صادراتی باید با نگاه حمایتی راهکار ارائه داد. موانع مشخص و در برخی موارد راهکارها نیز انجام شدنی است. به‌عنوان نمونه در بخش‌هایی نیازمند آموزش و تامین فضای باثبات برای ادامه‌دار شدن روند صادرات هستیم. در این بخش می‌توان با برگزاری دوره‌های آموزشی و کسب اطلاعات به‌روز مشکل را برطرف کرد. بسیاری از این آموزش‌ها سبب می‌شود صادرکننده متضرر نشود یا کمتر زیان ببیند.

وی ادامه داد: می‌توان از ظرفیت سفارتخانه‌ها و رایزن‌های بازرگانی نیز استفاده کرده و از آنها خواست اطلاعات روز و قابل‌استفاده‌ای را در اختیار صادرکنندگان قرار دهند تا صادرکننده بتواند به فعالیت خود ادامه دهد. این تعامل، ساده‌ترین راهکاری است که می‌تواند به رفع موانع صادراتی کشور و به طبع رونق آن کمک کند.



■ حرکت در راستای صادرات رقابت‌پذیر

خالقی با اشاره به اینکه تجهیز ناوگان حمل‌ونقل هم موضوع بسیار مهمی است، گفت: دولت باید در این بخش طرح‌های حمایتی داشته باشد و به نوعی عمل کند که هزینه حمل کاهش پیدا کند. این رویکرد در نهایت سبب می‌شود کالاهای صادراتی ما با هزینه کمتری به بازارهای هدف برسند و به‌نوعی رقابت‌پذیر باشند. در این میان، تسهیل فرآیندهای گمرکی، تجهیز گمرکات و تسریع در عملیات اجرایی مربوط به صادرکننده‌ها نیز از موارد مهمی است که دولت در بحث کاهش بروکراسی باید مدنظر قرار دهد.

این کارشناس حوزه صنعت در پایان اظهار کرد: در حوزه صادرات با انجام برخی راهکارها می‌توان موانع را کاهش داد. بخشی از این راه را باید صادرکنندگان طی کنند، آنها باید دانش اینکه چگونه می‌توانند در بازارهای صادراتی تعامل برقرار کنند را داشته باشند.

تولیدکنندگان و صنعتگران ما باید تولید با کیفیت، صادرات‌محور و متناسب با بازارهای هدف تولید کنند. دولت نیز باید نقش حمایتی پر رنگ‌تری داشته باشد و در بحث قوانین و مقررات و همچنین تامین زیرساخت‌های لازم اقدام کند. در این صورت در بحث صادرات موفق‌تر عمل خواهیم کرد. ناگفته نماند که در کشور، بسیاری از صنایع هنوز از تکنولوژی‌های قدیمی و منسوخ‌شده استفاده می‌کنند و نتوانسته‌اند با پیشرفت تکنولوژی روز جهان همگام شوند. این امر می‌تواند باعث کاهش کیفیت محصولات و عدم‌رقابت‌پذیری در بازار جهانی شود باید این موضوع نیز چه از سوی دولت و چه بخش خصوصی، موردتوجه قرار بگیرد.

عدم‌ثبات بلای جان اقتصاد

محمود نجفی‌سهی، کارشناس و فعال حوزه صنعت نیز درباره چالش‌هایی که در بخش صادرات با آنها مواجه هستیم به صمت گفت: نخستین مشکل که نه‌تنها صادرات، بلکه کل اقتصاد ما را تحت‌تاثیر قرار داده، به موضوع عدم‌ثبات سیاسی و مشکلات این بخش برمی‌گردد. عدم‌ثبات سیاسی و مشخص نبود مسیر، اساسی‌ترین چالش اقتصاد و تولید ما است. متاثر از همین بی‌ثباتی اقتصادی بسیاری از کشورها تعامل اقتصادی و تجاری با ما ندارند. در این میان، بخش زیادی از مشکلات صادرکنندگان ما به نداشتن برنامه‌های کلان و سیاست‌گذاری‌های درست برمی‌گردد. به‌عنوان نمونه در شرایطی که با کمبود آب روبه‌رو هستیم برخی از محصولات بسیار آب‌بر کشاورزی را صادر می‌کنیم. چون برنامه‌ریزی و نظارت مداوم و منسجمی بر این بخش نداریم، تکلیف صادرکنندگان ما هم مشخص نیست، گاه شاهد صادرات اقلامی هستیم که نه‌تنها سود و منفعتی برای کشور ندارند که در بلندمدت آثار سوء هم خواهند داشت.

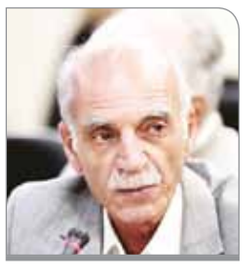
■ نابسامانی در اقتصاد

نجفی‌سهی با اشاره به اینکه متاسفانه نابسامانی اقتصادی صدمه زیادی به صنعت ما زده و تمام بخش‌های آن و از جمله صادرات را تحت‌تاثیر قرار داده، گفت: جایی قرار بود تولیدات‌مان صادر کرده و ارز وارد کنیم که در این بخش نیز متاسفانه با مقاومت صادرکنندگان و عقب‌نشینی دولت و بانک مرکزی بخش زیادی از ارز صادرات فعلا وارد کشور نمی‌شود. چرا این‌گونه است؟ چون سیاست‌گذاری درست و برنامه منسجمی برای بخش‌های گوناگون اقتصاد نداریم. درست این است که مدام بر وضعیت مولفه‌های گوناگون اقتصادی نظارت شود و به‌عنوان نمونه در بخش صادرات، هر جا و هر زمان صادرات محصولی به نفع کشور است، انجام شود، در غیر این صورت از صادرات آن محصول ممانعت به عمل آید. آیا درست است در این شرایط بی‌آبی محصول کشاورزی صادر کنیم؟ وقتی در محصول ساخته‌شده ارزش‌افزوده و اشتغال داریم، آیا درست است مواد خام صادر کنیم؟ مشتری‌های کالاهای ما، چه کسانی هستند؟ صادرات به بازار هرکدام از کشورهای همسایه و... چه فایده‌ای برای ما دارد؟ و... تمام اینها با رصد مستمر و در راستای دورنما و استراتژی کلانی که برای صادرات داریم باید پاسخ داده شوند. پس نخست باید سیاست‌گذاری درستی داشته باشیم و بازارمان وضعیت باثباتی داشته باشد تا در گام بعدی بتوانیم رشد صادرات را محقق کنیم.

وی ادامه داد: متاسفانه نه‌تنها استراتژی صادراتی نداریم، بدتر از آن با عدم‌ثبات در قوانین و مقررات صادراتی مواجه هستیم که معضل بزرگی در مسیر صادرات است و راه را برای صادرکننده سخت می‌کند. وقتی ثبات نرخ ندارم و تولید با موانع بی‌شماری از نرخ مواد اولیه تا انرژی مواجه است چگونه می‌توان از او انتظار تولید صادرات‌محور داشت. اقتصاد دارای حلقه‌ها و بخش‌های به ظاهر شاید جدا اما اساس بهم تنیده است، وقتی می‌خواهیم صادرات رونق یابد باید نخست موانع را از پیش‌پای تولید برداریم. نجفی‌سهی ادامه داد: در کل بی‌برنامگی و تغییرات ناگهانی بلای جان اقتصاد و صنعت ما شده است. وقتی تولیدکننده درگیر نوسانات قیمت مواد اولیه است، انگیزه‌ای برای ارتقای کیفیت و تولید صادرات‌محور ندارد. در این شرایط تمام تلاش تولیدکننده این است که بتواند چرخه تولیدش را ادامه دهد، اما گاه به ناچار عطای تولید را به لقایش می‌بخشد. وقتی در کشور تولیدی نباشد، صحبت از صادرات هم نمی‌توان کرد.

■ امتیاز چندان خوبی نداریم

نجفی‌سهی با اشاره به اینکه ما امتیاز چندان خوبی برای ورود به حوزه صادرات نداریم در ادامه درباره اقداماتی که دولت برای کمک به صادرات می‌تواند انجام دهد، گفت: دولت در گام نخست باید روابط سیاسی خود را تنظیم و باثبات کرده و در مرحله دوم باید موانع بازارهای گوناگون از توزیع تا فروش را برطرف کند. در این میان، برخی این‌گونه مطرح می‌کنند که باید بازار را رها کنیم تا خودبه‌خود بسامان شود، در شرایط کنونی که ما قرار داریم این رویکرد عملی نیست. در شرایطی می‌توان به سمت این نوع از اقتصاد رفت و اجازه داد بازار و نظام عرضه و تقاضا تعیین کند که فساد نباشد، قانون حاکم باشد، انصاف معاملاتی وجود داشته باشد، دارایی و سازمان‌های ناظر به‌طور کامل بر تمام ابعاد و جزئیات بازار و قوانین مقررات نظارت کنند، از تغییرات ناگهانی در قوانین و مقررات پرهیز شود و...



وی ادامه داد: در عین حال که شرایط برای بازار آزاد فراهم نیست در مقابل هم دولت با سیاست‌گذاری‌های نادرست و تغییرات ناگهانی در قوانین و مقررات هم به تولید و هم تجارت و صادرات ما آسیب زده است. در این فضای غیرشفاف، طبیعی است که وضعیت مناسبی در تولید نداشته باشیم و در مقابل صادرکنندگان ما هم آسیب می‌بینند. بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های متعدد و گاه متضاد نیز مسیر را سخت‌تر کرده است. سامانه‌ای راه‌اندازی می‌شود که مسیر تسهیل شود و هزینه‌ها کاهش یابد، اما در نهایت این‌گونه نیست؛ یعنی اقدامی در راستای تسهیل انجام می‌شود، اما در اجرا به‌گونه‌ای عمل می‌شود که وضعیت را پیچیده‌تر از آنکه بود، می‌کند. در گام بعدی توزیع مواد اولیه باید بسامان شود، چراکه در حال حاضر توزیع مواد اولیه تولید بسیار نامناسب است وحتی بورس ما در این بخش رویکرد مناسب و شفافی ندارد. بازار آشفته است و این آشفتگی تمام بخش‌ها را تحت‌تاثیر منفی قرار داده است.

نجفی سهی در پایان گفت: با تمام اینها، ما داده‌های آماری هم در دسترس نداریم و مشخص نیست تولیدکننده و صادرکننده براساس کدام داده‌ها و اطلاعات باید برنامه‌ریزی و اقدام به تولید یا صادرات کند. کما اینکه داده‌ها و اطلاعات آماری گذشته نیز به‌خوبی نشان می‌دهد در اقتصاد کشور وضعیت مناسب و باثباتی نداریم و همه‌چیز به ضرر تولید و تجارت است.

نه‌تنها استراتژی صادراتی نداریم، بدتر از آن با عدم‌ثبات در قوانین و مقررات صادراتی هم مواجه هستیم

سخن پایانی

بنا براین گزارش، عمده مشکلات صادرات ما به سیاست‌گذاری‌ها و مشکلات زیرساختی برمی‌گردد که باعث می‌شود هزینه‌های تولید و صادرات افزایش یابد و صادرکنندگان نتوانند با رقبای خارجی رقابت کنند. مشکلات مربوط به قوانین و مقررات صادرات، اختلافات تجاری، تحریم‌ها و محدودیت‌های بانکی و ارزی نیز از مواردی است که صادرکنندگان را دچار چالش می‌کند. در این میان، کمبود دسترسی به اطلاعات بازار و نبود استراتژی‌های بازاریابی مناسب نیز باعث می‌شود صادرکنندگان ایرانی نتوانند به‌طور موثر در بازار جهانی رقابت کنند.

در بررسی راه‌های حمایت از صادرات معدنی مطرح شد

تغییر نگاه به ارزآوری معدن

صادرات و واردات، از جمله مولفه‌هایی هستند که بررسی آنها می‌تواند نمای کلی از وضعیت اقتصادی هر کشوری را نشان دهد. در سال‌های اخیر به دلیل تحریم‌ها، وضعیت اقتصادی ایران به گونه‌ای بوده که روند صادرات را به شدت تحت‌تاثیر قرار داده است. در این بین صادرکنندگان بر ایجاد ثبات در قوانین و بخشنامه‌های تجاری تاکید دارند. در این بین معادن به‌خصوص در اقتصاد نفتی ایران، از آن روی حائز اهمیت هستند که موجب کاهش وابستگی به صادرات نفت خام خواهند شد. نفع دیگر توجه به منابع معدنی داخلی، تامین ماده اولیه بسیاری از صنایع بزرگ مانند خودروسازی است. از سوی دیگر صادرات معدنی می‌تواند از وابستگی ایران به دلارهای نفتی بکاهد. آنچه در ادامه می‌خوانید نظر چند تن از فعالان معدنی درباره ضرورت حمایت از این بخش اقتصاد در راستای توسعه صادراتی و کاهش وابستگی به دلارهای نفتی است.



عکس: آیدا فریدی

معادن را زنجیره ببینیم



مهم‌ترین خواسته فعالان معدنی، تغییر دیدگاه دولت به معادن است. آنان می‌خواهند که سیاست‌گذار، معادن را به شکل زنجیره ببیند. سجاد غرقی، می‌گوید: تعاملات خوبی در اتاق بازرگانی با دولت داشتیم. ما در سال گذشته هدف خود در تعامل با دولت را به دو بخش اساسی اختصاص دادیم. مورد اول واردات ماشین‌آلات معدنی و مورد دوم مربوط به حوزه حقوق دولتی و تفکیک معادن کوچک و معادن بزرگ بود. به گزارش معدن ۲۴، عضو هیات نمایندگان اتاق تهران و فعال معدنی، ادامه داد: البته بحث سومی نیز وجود داشت که بیشتر ترویجی بود. این بحث بیشتر بر مسئولیت‌های اجتماعی معادن بود تا به صورت دوطرفه از سوی معدنداران و دولت به آن توجه شود. در بخش ماشین‌آلات معدنی اتفاقات خوبی افتاد و دست‌کم در حوزه تقنینی، تسهیل خوبی به‌دست آوردیم. در واقع، ارتباط بین اتاق و دولت این امر را تسهیل کرد. بیشترین سطح تعامل ما با معاونت معدنی هم در همین بخش بوده است. غرقی با تاکید بر اینکه سرمایه‌گذاری در حلقه‌های مختلف بخش معدن، ریسک‌پذیری مختلفی دارد، گفت: در حوزه اکتشاف بالاترین ریسک ممکن وجود دارد، در حوزه استخراج و فرآوری این ریسک کمتر می‌شود؛ اما سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها، بسیار پرهزینه است و امکان ورود سرمایه‌های خرد به بخش استخراج و فرآوری کمتر است؛ مگر اینکه ورود سرمایه خرد در این بخش به صورت تجمیعی و کنسرسیومی باشد.

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران، افزود: با وجود این مشکلات، سرمایه‌گذاری در بخش معدن شامل دو مزیت است که سیاست‌گذار را متقاعد کند، نگاه ویژه به معادن داشته باشد. نخستین ویژگی مثبت آن، پیشرانی در زنجیره‌های بعدی است. یعنی در صنایع ساخت‌محور به عنوان پایین‌دست زنجیره به معادن به‌عنوان صنایع بالادست زنجیره نیازمند هستیم. هر چقدر در معادن واجد مزیت باشیم، بخش نهاده‌های اقتصادی‌تری خواهیم داشت.

وی مزیت دوم معادن را چنین برمی‌شمرد: علاوه بر اینکه معادن منظر اقتصاد پیشران هستند، می‌توانیم به‌جرات بگوییم که معادن می‌توانند تاب‌آوری اقتصاد را افزایش دهند. مثال بارز برای توضیح پیشرانی معادن، زنجیره فولاد است. ما در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ در بخش معدن افزایش ظرفیت داشتیم و از تولید ۸ میلیون تن در سال ۸۳ به تولید حدود ۷۰ میلیون تن در سال ۹۳ رسیدیم، پس از آن دیدیم که در اوایل دهه ۹۰ طرح ۵۵ میلیون تن فولاد شکل گرفت. در زنجیره مس، آلومینیوم و دیگر فلزات نیز همین استدلال صادق خواهد بود.

غرقی در همین راستا یادآوری کرد: در زنجیره معدنی، مواد معدنی همواره در بازار جهانی پرتقاضا هستند. به همین دلیل هم در مقاطعی توجه به این مسئله باعث مزیت اقتصادی می‌شود؛ زیرا در این مقاطع، کمبود آب، عدم‌دسترسی به تکنولوژی و... مزیت تولید را از بین می‌برد. برای همین است که می‌گوییم نباید ارزآوری از این محل را نادیده گرفته و جلوی فروش مواد معدنی یا اصطلاحا خام‌فروشی را بگیریم؛ زیرا یکی از راه‌های ارزآوری و کمک به توسعه زنجیره در کشور است.

این فعال معدنی گفت: گاهی در بازار شرایطی به وجود می‌آید که در حلقه‌های میانی و حلقه‌های پایین‌دست، مزیت صادراتی نداریم. اما می‌توانیم آن را حفظ کنیم تا در شرایط مناسب از آن استفاده کنیم.

افزایش ارزآوری در حوزه معدن

باتوجه به اهمیت حوزه معدن، دولت نیز برای یافتن راهکارهایی برای توسعه این بخش وارد میدان شد. برهمین اساس در ایام تدوین بودجه ۱۴۰۲، دی سال گذشته جلسه‌ای با محوریت راهکارهای توسعه صادراتی در محل معاونت کمک‌های فنی سازمان توسعه تجارت ایران برگزار شد که در این جلسه نمایندگانی از انجمن‌ها و تشکل‌های بخش خصوصی داشتند.

به گزارش معدن نیوز در این جلسه که با توجه به انعقاد قریب‌الوقوع تفاهمنامه همکاری با «اتحادیه آ سه آن» در راستای دریافت پیشنهادات تشکل‌ها برگزار شده بود، کامران وکیل عضو اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات معدنی ایران، اظهار کرد: با توجه به انعقاد این تفاهمنامه، توسعه صادرات محصولات معدنی و صنایع وابسته با حمایت همه‌جانبه دولت از جمله اعزام هیات‌های تجاری، ایجاد واحدهای صنایع تکمیلی در کشورهای مقصد با اتکا به منابع صندوق توسعه ملی، وضع معافیت‌های موردی همچون عوارض صادراتی یا مالیات مقرره، فراهم آوردن امکان ترخیص موقت مواد اولیه یا هرگونه اقدامی با پیشنهاد تشکل‌ها به صورت نمونه تدوین و اجرایی شود تا در صورت موثر بودن، این موارد به دیگر بازارهای صادراتی نیز تعمیم داده شود.

به گفته این فعال معدنی، در صورت موفقیت در این مسیر و داشتن چنین دیدگاهی می‌توان در سال ۱۴۰۲، بازارهای صادراتی در حوزه محصولات معدنی را توسعه داد که نقش مهمی در ارزآوری کشور خواهد داشت.

معدن، نیازمند سیاست‌گذاری حرفه‌ای



مسعود توتونچیان، عضو کمیسیون صادرات اتاق ایران نیز در گفت‌وگو با اتاق ایران آنلاین، از مولفه‌های متعددی که در فرآیند صادرات دخیل هستند، سخن گفت و با تاکید بر اینکه این شاخص‌ها، بین‌المللی بوده و نباید نسبت به آنها بی‌تفاوت بود، تصریح کرد: اینکه صادرات را تنها منوط به کالاهای مازاد بدانیم، تئوری منسوخی است. به اعتقاد او، بازارهای صادراتی زمانی شکل می‌گیرند که بازاریابی حرفه‌ای صورت بگیرد؛ فعالیت‌های نمایشگاهی انجام شود؛ ظرفیت‌های داخلی و نیازهای بازار هدف شناسایی شود؛ قوانین تجاری، سلایق و فرهنگ کشور موردنظر دیده شود و در نهایت با برنامه‌ریزی دقیق برندسازی صورت گرفته و امر صادرات اتفاق افتد. توتونچیان افزود: در این روند، حاکمیت تنها بسترساز است و باید زیرساخت‌های حضور تجار در بازارهای صادراتی را مهیا کند و در عین حال مشوق و تسهیلات موردنیاز را در اختیار بازرگانان قرار دهد. این فعال اقتصادی از ارائه نشدن مشوق‌های موردنیاز به صادرکنندگان در طول چند سال اخیر به دلیل محدودیت‌هایی که در منابع کشور ایجاد شده، انتقاد کرد و یکی از دلایل نامناسب بودن وضعیت صادرات کشور را عدم ارائه تسهیلات به صادرات دانست. عضو کمیسیون صادرات اتاق ایران از لزوم طبقه‌بندی تجار کشور سخن گفت و ادامه داد: اگر این طبقه‌بندی اتفاق افتد، واحدهای صادراتی قوی و حرفه‌ای شناخته شده و با تمرکز و تشویق آنها می‌توان برای رونق صادرات، قدم‌های جدی برداشت. بر اساس اظهارات توتونچیان، این سیاست در کشورهای مختلف از جمله ترکیه اجرایی شده و به نتیجه رسیده است.

سخن پایانی

باتوجه به موارد یاد شده می‌توان معادن را به‌عنوان حلقه واسط برای افزایش ارزآوری دید. برهمین اساس فعالان این حوزه معتقدند، برای موفقیت در این حوزه باید محدودیت‌های صادراتی یا خام‌فروشی، رفع شوند. این گروه معتقدند، زمانی در برخی مقاطع مزیت صادراتی داریم، اما به دلیل محدودیت‌های ایجادشده قادر به صادرات و ارزآوری نیستیم. این موارد مستلزم تغییر نگاه به حوزه معدن به عنوان زنجیره و حلقه واسط در توسعه صادرات است.

اعلامیهٔ پذیره‌نویسی سهام شرکت سرمایه‌گذاری توکا فولاد (سهامی عام)

ثبت شده به شمارهٔ ۶۱۲۴ و شناسهٔ ملی ۱۰۲۶۰۲۷۲۵۱۸

به‌اطلاع می‌رساند به‌استناد مصوبهٔ مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۴ و مجوز شماره ۰۳۲-۰۲۴/۱۰۰۴۵۹۷ مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۰۳ سازمان بورس و اوراق بهادار مقرر گردید سرمایهٔ شرکت از مبلغ ۴،۰۳۰ میلیارد ریال به مبلغ ۱۲،۱۱۰ میلیارد ریال، افزایش یابد. در مهلت تعیین‌شده جهت استفاده از حق تقدم خرید سهام، تعداد ۳،۶۷۵،۰۷۶،۹۷۹ سهم از سهام جدید توسط سهامداران شرکت پذیره‌نویسی گردیده است. با عنایت به انقضای مهلت استفاده از حق تقدم مذکور و به‌منظور تحقق افزایش سرمایه، تعداد ۴۰۴،۹۲۳،۰۲۱ سهم ۱،۰۰۰ ریالی استفاده نشدهٔ سهامداران برای پذیره‌نویسی عمومی با عنایت به مجوز شمارهٔ ۱۴۰۲۳۰۴۰۲۰۸۵۰۱۵۷۵۴ مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۲۴ ادارهٔ ثبت شرکت‌ها به شرح زیر عرضه می‌گردد:

۱) موضوع فعالیت شرکت: موضوع فعالیت شرکت طبق ماده ۳ اساسنامه عبارت است از: الف: موضوعات اصلی – سرمایه‌گذاری در سهام، سهم‌الشرکه، واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق‌ها یا سایر اوراق بهادار و انجام فعالیت‌های در ارتباط با اشخاص سرمایه‌پذیر و سرمایه‌گذاری با هدف کسب انتفاع و کنترل عملیات یا نفوذ قابل ملاحظه در سهام، سهم‌الشرکه و سایر اوراق بهادار.

ب: موضوعات فرعی – سرمایه‌گذاری در مسکوکات، فلزات گرانبها، گواهی سپرده بانکی و سپرده‌های سرمایه‌گذاری نزد بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری مجاز. سرمایه‌گذاری در سهام، سهم‌الشرکه، واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق‌ها یا سایر اوراق بهادار دارای حق رای شرکت‌ها، موسسات یاصندوق‌های سرمایه‌گذاری با هدف کسب انتفاع. سرمایه‌گذاری در سایر اوراق بهادار که به‌طور معمول دارای حق رای نیست و توانایی انتخاب مدیر یا کنترل ناشر را به مالک اوراق بهادار نمی‌دهد. سرمایه‌گذاری در سایر دارایی‌ها از جمله دارایی‌های فیزیکی، پروژه‌های تولیدی و پروژه‌های ساختمانی با هدف کسب انتفاع. ارائه خدمات مرتبط با بازار اوراق بهادار.

۲) مرکز اصلی شرکت و کدپستی: اصفهان –خیابان هزارجریب – خیابان ششم ملاصدرا، پلاک ۱۲/۱- شرکت سرمایه‌گذاری توکا فولاد-کدپستی ۸۱۶۸۶۳۴۱۶۱

۳) سرمایهٔ فعلی شرکت: ۴،۰۳۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال

۴) موضوع افزایش سرمایه: جلوگیری از خروج نقدینگی، مشارکت در افزایش سرمایه شرکت‌های سرمایه‌پذیر و جبران مخارج انجام شده بابت سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته.

۵) محل افزایش سرمایه: از محل مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی و سود انباشته.

۶) مبلغ افزایش سرمایه: ۸،۰۸۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال

۷) مبلغ سرمایه پس از افزایش: ۱۲،۱۱۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال

۸) مدت شرکت: نامحدود

۹) نوع سهام: عادی با نام و شرکت فاقد سهام ممتاز است.

۱۰) ارزش اسمی هر سهم: ۱،۰۰۰ ریال

۱۱) مبلغ مشارکت‌شده توسط سهامداران شرکت: ۳،۶۷۵،۰۷۶،۹۷۹،۰۰۰ ریال

۱۲) تعداد سهام قابل عرضه به عموم: ۴۰۴،۹۲۳،۰۲۱ سهم

۱۳) مشخصات اعضای هیئت‌مدیره و مدیرعامل شرکت:

اشخاص حقیقی یا حقوقی	شمارهٔ ثبت اشخاص حقوقی	شناسهٔ ملی اشخاص حقوقی	نماینده	نام پدر	شماره شناسنامه	کد ملی	سمت
شرکت فولاد مبارکه (سهامی عام)	۷۸۴۱	۱۰۲۶۰۲۸۹۴۶۴	مهدی کوپتی	بهمن	۱۹۴	۱۲۸۴۹۱۲۰۱۹	رئیس هیات مدیره (غیرموظف)
شرکت فلز تدارک فولاد مبارکه (سهامی خاص)	۴۶۷۵۳	۱۰۲۶۰۶۴۸۱۳۵	احمدرضا سبزواری	عباسعلی	۱۴۴	۱۲۸۵۶۹۰۰۶۰	مدیرعامل و نایب رئیس هیات مدیره (موظف)
شرکت سرمایه‌گذاری مهرگان تامین پارس (سهامی خاص)	۳۰۷۵۲۰	۱۰۱۰۳۴۶۰۲۹۰	حمید مرتضی کوشکی	اسماعیل	۱۵۷۰۰۰۹۹۹۶	۱۵۷۰۰۰۹۹۹۶	عضو هیات مدیره (غیرموظف)
شرکت معدنی و صنعتی فولاد سنگ مبارکه (سهامی خاص)	۲۷	۱۰۲۶۰۰۶۴۶۲۴	داود صافی دستجردی	محمد	۳۷۷۰	۱۲۸۹۲۴۴۴۹۹	عضو هیات مدیره (غیرموظف)
شرکت صنایع آهن و فولاد توس (سهام خاص)	۸۵۱۸	۱۰۳۸۰۲۴۲۸۳۰	غلامحسین احمدی	رضاقلی	۴۹۱	۱۲۸۹۳۱۰۶۹۶	عضو هیات‌مدیره (غیرموظف)

*شرکت فاقد عضو علی‌البدل هیئت‌مدیره می‌باشد.

۱۴) شرایط حضور و حق رأی صاحبان سهام در مجامع عمومی: در کلیه مجامع عمومی، صاحبان سهام می تواند شخصاً، یا وکیل یا قائم‌مقام قانونی اشخاص حقیقی، و نماینده یا نمایندگان شخص حقوقی، صرف نظر از تعداد سهام خود به شرط ارائه مدرک وکالت یا نمایندگی حضور به هم رسانند. هر سهامدار، برای هریک سهم فقط یک رأی خواهد داشت.

۱۵) مقررات اساسنامه راجع به تقسیم سود، تشکیل اندوخته و تقسیم دارایی بعد از تصفیه: تقسیم سود طبق ماده ۹۰ اصلاحیه قانون تجارت بین صاحبان سهام فقط پس از تصویب مجمع عمومی عادی جایز خواهد بود و در صورت وجود منافع، تقسیم حداقل ۱۰ درصد از سود سالانه بین صاحبان سهام الزامی است.

طبق مواد ۱۴۰ و ۲۳۸ اصلاحیه قانون تجارت هیئت‌مدیره مکلف است هر سال یک‌بیستم از سود خالص شرکت را به عنوان اندوخته قانونی منظور نماید. همین که اندوخته به یک‌دهم سرمایه رسید، منظور کردن آن اختیاری است و در صورتی که سرمایه شرکت افزایش یابد، کسر یک‌بیستم مذکور ادامه خواهد یافت تا وقتی که اندوخته قانونی به یک‌دهم سرمایه بالغ گردد. به پیشنهاد هیئت‌مدیره و تصویب مجمع عمومی عادی ممکن است قسمتی از سود خالص برای تشکیل سایر اندوخته‌ها کنار گذاشته شود. تقسیم دارایی بعد از تصفیه طبق مفاد اساسنامه و با رعایت قوانین و مقررات مربوطه بعمل خواهد آمد.

۱۶) تعداد و امتیازات سهام ممتاز شرکت: شرکت فاقد سهام ممتاز است.

۱۷) مبلغ و تعداد اوراق مشارکت قابل تبدیل به سهم: شرکت فاقد هر گونه اوراق مشارکت قابل تبدیل به سهام است.

۱۸) مبلغ بازپرداخت نشدهٔ اوراق مشارکت: شرکت فاقد هر گونه مبلغ بازپرداخت نشدهٔ اوراق مشارکت است.

۱۹) مبلغ دیون شرکت و همچنین مبلغ دیون اشخاص ثالث که توسط شرکت تضمین شده است: مطابق با صورت‌های مالی حسابرسی شدهٔ ۱۴۰۱/۱۲/۲۹ مجموع بدهی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت شرکت به ترتیب برابر با ۲،۴۶۵،۰۴۹ میلیون ریال و ۲۶،۱۰۰ میلیون ریال می‌باشد. همچنین بر اساس یادداشت ۴۷ همراه صورت‌های مالی حسابرسی شده مزبور بدهی‌های احتمالی به‌همراه مبلغ تضمین‌های اعطایی در خصوص بدهی‌های اشخاص ثالث برابر با ۱۵،۸۹۱،۱۲۶ میلیون ریال می‌باشد.

۲۰) مدت پذیره‌نویسی: پذیره‌نویسی از اول وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۲۹ آغاز و تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۲۸ به‌مدت ۳۰ روز ادامه خواهد داشت.

تذکر: چنانچه سقف سرمایهٔ تعیین‌شده قبل از انقضای مهلت پذیره‌نویسی تکمیل و وجوه مربوطه تأمین گردد، عملیات پذیره‌نویسی متوقف خواهدشد.

۲۱) حداقل و حداکثر سهامی که هنگام پذیره‌نویسی باید تعهد شود: حداقل ۱ سهم و حداکثر ۴۰۴،۹۲۳،۰۲۱ سهم

۲۲) مشخصات متعهد پذیره‌نویسی و میزان تعهدات آن:

نام متعهد	شخصیت حقوقی	میزان تعهدات	موضوع فعالیت
شرکت فولادمبارکه	سهامی‌عام	خرید کلیه حق‌تقدم‌های باقیمانده ظرف مدت ۵روز پایانی	۱) بهره‌برداری از کارخانه فولادسازی مجتمع فولادمبارکه واقع در ۷۴ کیلومتری شهر اصفهان ۲) انجام هرگونه فعالیت تولیدی معاملاتی و بازرگانی اعم از داخلی و خارجی که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با موضوع شرکت مرتبط باشد ۳) اکتشاف،استخراج و بهره‌برداری از معادن فلزی و غیرفلزی مورد نیاز صنعت فولاد ازجمله استخراج و فرآوری سنگ‌آهن، دولومیت و تولید سنگ‌آهن دانه‌بندی،کنسانتره و گندله از آن

۲۳) روزنامهٔ کثیرالانتشار: روزنامهٔ کثیرالانتشاری که اطلاعیه‌ها و آگهی‌های ناشر در آن منتشر می‌شود روزنامهٔ دنیای اقتصاد می‌باشد. همچنین اعلامیهٔ مذکور در روزنامه‌های رویداد امروز و صمت (بر اساس مفاد مادهٔ ۱۷۷ لایحهٔ اصلاحی قسمتی از قانون تجارت) نیز منتشر می‌گردد.

۲۴) چگونگی پذیره‌نویسی: با توجه به ثبت شرکت سرمایه‌گذاری توکافولاد (سهامی عام) نزد سازمان بورس و اوراق بهادار، پذیره‌نویسی سهام این شرکت تماماً از طریق شبکه کارگزاری انجام خواهد شد.

متقاضیان پذیره‌نویسی می‌توانند با مراجعه به شرکت‌های کارگزاری عضو بورس ایران در مهلت تعیین‌شده برای پذیره‌نویسی نسبت به ارائه تقاضای سفارش خرید اقدام نمایند. ضمناً خریداران حق‌تقدم فوق، می‌بایست علاوه بر مبلغ پرداختی بابت حق‌تقدم، مبلغ اسمی هر سهم را نیز به کارگزار مربوطه بپردازند.

۲۵) مشخصات حساب بانکی ناشر: مبالغ ارزش اسمی حق‌تقدم‌های دریافتی توسط کارگزار ناظر در پایان هر روز معاملاتی، پس از تسویهٔ وجوه در اتاق پایاپای شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویهٔ وجوه، به حساب زیر واریز می‌گردد:

حساب شمارهٔ ۶۹۰۰۸۵۶۸۲ به نام شرکت سرمایه‌گذاری توکا فولاد (سهامی عام)، نزد بانک تجارت شعبه هزار جریب اصفهان (کد ۶۹۰۰)

۲۶) کلیهٔ اطلاعات و مدارک مربوط به شرکت شامل: اساسنامه، طرح اعلامیهٔ پذیره‌نویسی و آخرین صورت‌های مالی به ادارهٔ ثبت شرکت‌های اصفهان تسلیم شده‌است. همچنین گزارش توجیهی هیئت‌مدیره در خصوص افزایش سرمایه، گزارش بازرس قانونی و بیانیهٔ ثبت سهام در دست انتشار در سایت اینترنتی شرکت به آدرس https://tukaco.ir و سیستم جامع اطلاع‌رسانی ناشران اوراق بهادار به آدرس www.Codal.ir در دسترس علاقه‌مندان می‌باشد.

۲۷) مشخصات سهامداران: (دارای حداقل ۱۰درصدسهام)

نام سهامدار	نوع شخصیت حقوقی	تعداد سهام	درصد مالکیت
شرکت فولاد مبارکه	سهامی عام	۲،۱۱۸،۶۱۹،۲۷۰	۵۲/۵۷
شرکت گروه مالی مهرگان تامین پارس	سهامی خاص	۴۰۳،۱۵۹،۵۸۵	۱۰

۲۸) نحوهٔ عمل در صورت عدم تکمیل پذیره‌نویسی سهام شرکت: شرکت فولاد مبارکه متعهد گردیده در صورت وجود حق‌تقدم استفاده نشده، حداکثر ظرف مدت ۵روز پایانی مدت پذیره‌نویسی عمومی نسبت به خرید کل حق‌تقدم باقیمانده اقدام نماید.

نکات مهم

* مسئولیت صحت و قابلیت اتکای اطلاعات اعلامیهٔ پذیره‌نویسی بر عهدهٔ ناشر است.

* ناشر، شرکت تأمین سرمایه، حسابرس، ارزشیابان و مشاوران حقوقی ناشر، مسئول جبران خسارت وارده به سرمایه‌گذارانی هستند که در اثر قصور، تقصیر، تخلف و یا به‌دلیل ارائهٔ اطلاعات ناقص و خلاف واقع در عرضهٔ اولیه که ناشی از فعل یا ترک فعل آنها باشد، متضرر گردیده‌اند.

* ثبت اوراق بهادار نزد سازمان بورس و اوراق بهادار، به‌منظور حصول اطمینان از رعایت مقررات قانونی و مصوبات سازمان بورس و اوراق بهادار و شفافیت اطلاعاتی بوده و به‌منزلهٔ تأیید مزایا، تضمین سودآوری و یا توصیه و سفارشی در مورد شرکت‌ها یا طرح‌های مرتبط با اوراق بهادار توسط سازمان نمی‌باشد.

* پذیره‌نویسان می‌توانند در صورت مشاهده هر گونه تخلف از موارد یادشده در این اعلامیه مراتب را کتباً به سازمان بورس و اوراق بهادار به آدرس زیر ارسال نمایند.

تهران – خیابان مطهری– تقاطع قائم‌مقام فراهانی شماره ۳۴۸ سازمان بورس اوراق بهادار- ادارهٔ نظارت بر انتشار و ثبت اوراق بهادار سرمایه‌ای

هیات‌مدیره شرکت سرمایه‌گذاری توکا فولاد(سهامی عام)

یادداشت

گرهی بر گره‌های معدن



شهناز نوایی
دبیر اتحادیه حفاران غیرنفتی

نمی‌دانم وضع عوارض صادراتی با این تعرفه‌های بالا با چه انگیزه‌ای است، اما می‌دانم توان رقابت از دست می‌رود و کار تولید ماده معدن می‌خوابد. در حال حاضر ما برای فروش مواد معدنی مشکل داریم. خریداران سعی می‌کنند تا حد ممکن، نرخ تولیدات را کاهش دهند. از این طرف، تولیدکننده هم نمی‌تواند محصول خود را نگه دارد. باید تولیدات به‌فروش برسد تا هزینه‌ها تامین و در بسیاری از موارد هزینه‌ها سربه‌سر شود.

معلوم نیست با این وضعیت پایان کار به کجا می‌رسد و به‌نظر من، به نقطه کور نزدیک می‌شویم. به‌تازگی دیدم وزیر اقتصاد گفته است تاکنون با مشکل کم‌اظهاری بهره‌برداران درباره میزان استخراج معادن روبه‌رو بوده‌ایم.

معلوم است با این شرایط سخت بهره‌بردار وسوسه شود که اعداد و ارقام را نصف کند و اطلاعات نادرست بدهد تا از این طریق درآمدی برای خود حفظ کند.

بخش معدن باید بتواند به مرجعی اتکا داشته باشد و به آن اطمینان کند. بهترین راهکار برای این اعتمادسازی این است که مسئولان با بخش خصوصی و نمایندگان معدنداران در اتاق بازرگانی نشست‌های مشترک برای بررسی مسائل داشته باشند.

واقعیت این است که کار اقتصاد دارد به قهقرا می‌رود. از یک طرف، به‌خاطر تحریم امکان صادرات نفت از میان رفته است و از سوی دیگر، با فشار مضاعفی که بر گرده معدن وارد می‌شود، صادرات به‌کل تعطیل خواهد شد.

کشور در حال حاضر صنایع پایین‌دستی برای فرآوری همه مواد معدنی ندارد و نکته دیگر این است که نمی‌دانیم ماده خام چه معنی و مفهومی دارد؟ فولاد را به هر مرحله‌ای از فرآوری برسانیم، باز به آن فولاد خام می‌گویند.

تکمیل زنجیره ارزش که در برنامه هفتم توسعه موردتاکید قرار گرفته، براساس مکانیسم‌های کنترل دولتی است. استدلال اولیه این است که با وضع عوارض صادراتی می‌توان از تولید داخلی حمایت کرد، اما یک‌جا درست می‌شود و دو جای دیگر خراب خواهد شد.

سیاست‌گذاران باید به این سوال پاسخ بدهند که قرار است تا کجا پیش برویم و به این منظور، باید با فعالان بخش خصوصی مشورت کنند تا از مشکلات آنها مطلع شوند.

ما در همه زمینه‌های صنعت معدن با مشکلات متعددی روبه‌رو هستیم و خودمان هم مدام گره بر گره اضافه می‌کنیم. به مشکل صادرات می‌پردازیم، گرفتار زیرساخت‌ها می‌شویم، برای حل آن چاره می‌اندیشیم، حقوق دولتی ناگهان چندبرابر می‌شود و خلاصه اینکه، همین‌طور پشت‌سر هم می‌آید و به همین دلیل است که اصلا نمی‌توان از حوزه معدن توقع معجزه داشت.

سرمایه‌گذاری که هزینه بالایی را در بخش معدن انجام می‌دهد، دیگر نمی‌تواند بخش‌های بعدی را ادامه دهد.

به‌عقیده من، به این ترتیب نه‌تنها توان رقابت از بین می‌رود که کار کردن هم دیگر ممکن نیست و بخش معدن بیش از پیش به رکود می‌رود.

باید در این زمینه فکر اساسی کرد تا جایی که داخل نیاز دارد و در بازار خریداری وجود دارد، باید محصولات را به بازار داخلی عرضه کرد، البته به‌شرط آنکه نرخ منطقی باشد تا تولیدکننده هم ضرر نکند.

در حالی که تولیدکننده می‌تواند محصول خود را با نرخ بسیار بالاتری صادر کند، جلوی دستش گرفته می‌شود تا صنایع داخلی بتوانند با نرخ بسیار پایین، ماده اولیه موردنیاز خود را تامین کنند. به‌عنوان‌مثال، فرض کنید فولادساز پیشنهاد قیمتی بسیار پایینی را مطرح می‌کند که حتی هزینه اولیه تولید را هم پوشش نمی‌دهد.

وقتی کار معدنی صرفه اقتصادی نداشته باشد، کار بهره‌بردار و معدندار کاهش پیدا می‌کند و این خود منجر به کمبود ماده اولیه در بازار داخلی می‌شود.

مشکل ما این است که سیاست‌گذاران با این مسائل به‌شکل عادلانه برخورد نمی‌کنند. بیشتر صنایع پایین‌دستی، دولتی یا خصولتی است و به این ترتیب، دولت می‌خواهد از یک‌طرف از بهره‌بردار مالیات قابل‌توجهی بگیرد و از آن طرف، در خرید ماده معدنی کمترین مبلغ را بپردازد، در حالی که دولت اصلا نباید تعیین کند که بهره‌بردار محصول خود را کجا و به چه قیمتی به‌فروش برساند. باید اعداد و ارقام مناسب باشد، چون به این ترتیب به‌ضرر همه معدنداران است و بخش معدن بیش از پیش به دام تعطیلی و رکود می‌افتد.

به‌نظرمن، نمی‌توان به زور افراد را واداشت که در زمینه خاصی کار اقتصادی انجام دهد، اشتغال ایجاد کند و ارزآوری داشته باشد.

تکمیل زنجیره ارزش باید به‌شکل درست و دقیق تعریف شود. باید بدانیم فرآیند فرآوری تا کجا سوددهی دارد و آن را مبنا قرار دهیم. در این صورت، نیازی به اجبار بیرونی هم نخواهد بود و اگر معدنداری بتواند زنجیره ارزش را تکمیل کند و محصول خود را با نرخ بالاتری بفروشد، حتما این کار را با اشتیاق انجام خواهد داد.

تصمیم‌گیری در این زمینه‌ها باید به‌طور همه‌جانبه باشد تا هم منافع بهره‌بردار را تامین کند و هم دولت را. به‌نظر من، این دو باید جایی به هم اطمینان کنند و حرف همدیگر را بپذیرند. به این منظور، پیشنهاد می‌کنم جلسات کارشناسی دوباره برگزار شود.

فکر می‌کنم حاکمیت معدن باید به‌جای این‌گونه تصمیم‌ها کمی به فکر ایجاد اشتغال باشد تا فشار بر مردم کمتر شود. در میان این همه گرفتاری و بیکاری، این مشکلات دست‌وپاگیر که بخش تولید را نشانه گرفته، برای دولت از نظر سیاسی، اجتماعی و اقتصادی هزینه خواهد داشت.

در گزارش صمت درباره وضع عوارض کاهنده بر صادرات مواد خام معدنی مطرح شد

قانون نسبیت در مقوله صادرات

در حالی که در برنامه هفتم توسعه رشد ۱۳درصدی بخش معدن پیش‌بینی شده است، نمایندگان مجلس در ادامه بررسی جزئیات لایحه برنامه هفتم، در مصوبه‌ای دولت را موظف کردند که نسبت به وضع عوارض کاهنده صادرات مواد خام و نیمه‌خام در طول زنجیره ارزش اقدام کند.

یعنی از یک‌سو، کشور به ارز صادراتی حاصل از مواد معدنی و افزایش سهم معدن در جی‌دی‌پی نیاز دارد و از سوی دیگر، در برنامه چشم‌انداز هفتم توسعه، بر تکمیل زنجیره ارزش و جلوگیری از صادرات مواد خام و نیمه‌خام تاکید شده است و به این ترتیب، معلوم نیست سیاست اقتصادی کشور رو به کدام سو دارد.

در گزارش امروز صمت، موضوع صادرات موادمعدنی و چالش‌های آن را محور قرار داده‌ایم و از امیربیژن یثربی و کامران وکیل، ۲ تن از کارشناسان و فعال معدنی پرسیدیم که این موضوع را چگونه و از چه منظری می‌توان بررسی کرد.

گیتا جاودانی
editor@smtnews.ir



عکس: آیدا فریدی

تاریک و روشن عوارض صادرات



امیر بیژن یثربی، کارشناس و فعال معدنی: اگر بخواهیم پاسخ این سوال را منصفانه و علمی بدهیم و دلایلی براساس منافع ملی ارائه دهیم، نمی‌توانیم به یک پاسخ قطعی برسیم و حکم کلی صادر کنیم که این تصمیم به‌نفع بخش معدن است یا به‌ضرر آن. در واقع، آثار و نتایج این تصمیم نسبی است و باید برای هر ماده معدنی به‌صورت جداگانه موردبررسی قرار گیرد.

باتوجه به اینکه کشور ما از نظر تنوع موادمعدنی، میزبان بیش از ۶۸ نوع ماده‌معدنی است، برای پاسخ به این سوال، باید هر ماده‌معدنی را به‌صورت جداگانه موردبررسی قرار داد. برای روشن‌تر شدن موضوع، به چند مثال عینی اشاره خواهم کرد.

■ مواد معدنی

به‌عنوان‌مثال، کشور در حال حاضر برای تامین سنگ‌آهن مگنتیت در کشور با مشکلاتی روبه‌رو است و حجم‌های روباز منابع قطعی و احتمالی سنگ‌آهن مگنتیت رو به پایان است و از آنجایی که در زمینه استخراج کانسارهای فلزی به روش زیرزمینی تجربه لازم و کافی را نداریم و به‌واسطه تحریم ماشین‌آلات حمل‌کننده و بارکننده و تجهیزات موردنیاز برای استخراج زیرزمینی یا در دسترس نیست یا ورود آنها بسیار دشوار است، هرگونه مالیات یا تعرفه بر صادرات سنگ‌آهن مگنتیت‌دار کاملا درست است. البته این کمبود علت دیگری هم دارد و نباید آن را تماما به گردن تحریم انداخت. باید در بررسی علل این اتفاق به این موضوع هم توجه کنیم زمانی که در کشور ما معدنکاری آغاز شد، اصلا به فکر آن نبودیم که در زمینه استخراج زیرزمینی هم فعالیت کنیم و بیش از ۹۰ یا ۹۵درصد کانسارهای فلزی کشور به‌صورت روباز استخراج می‌شود.

اگر در زمان مناسب، بینش درازمدت داشتیم و این نیاز را درک کرده بودیم، درصدد یافتن راه‌حل مشکل برمی‌آمدیم و حتی اگر کشور تحریم بود، راه چاره‌ای را پیدا می‌کردیم.

امروزه در زمینه تامین سنگ‌آهن مگنتیت مشکل داریم و صادرات سنگ‌آهن مگنتیت جزو موارد ممنوع است یا اگر صادرات آن مجاز باشد، عوارض تعرفه‌ها و مالیات‌های زیادی برای آن وضع می‌شود که همراستای منافع ما در توسعه زنجیره فولاد است. اما به‌عنوان‌مثال اگر مس را در نظر بگیریم، پاسخ چیز دیگری می‌شود.

در علم اقتصاد مفاهیمی به نام ارزش‌افزوده و حاشیه سود وجود دارد. بر این اساس، حاشیه سود تبدیل کنسانتره حاصل از یک کانسار یا معدن مس سولفیدی به شمش کاتد زیاد نیست. به‌عبارت‌دیگر، بیشتر ارزش‌افزوده در تولید کنسانتره است و از کنسانتره به شمش ارزش‌افزوده‌ای چندانی ایجاد نمی‌کند و حتی در برخی موارد ممکن است منجر به ایجاد زیان انباشته شود.

بنابراین، در چنین شرایطی منطقی نیست که بگوییم کنسانتره مس را به‌طورحتم تا انتهای زنجیره مورد فرآوری قرار دهیم و محصول نهایی را تولید کنیم. شرایطی به‌نفع ما است که کنسانتره مس را با شمش مس تهاتر و مس کاتد وارد کنیم.

در برخی موارد، صادرات نوعی از ماده‌خام به‌ضرر منافع ملی است و برخی موارد به‌نفع کشور است که ماده را صادر کنیم.

اما همین فرآوری مس در کانسارهای اکسیدی متفاوت است. در این نوع از کانسارها به‌راحتی می‌توان تا انتهای فرآیند هیپ لیچینگ ادامه داد و تولید شمش را در دستور کار قرار داد، به این ترتیب، کاملا روشن است که حتی درباره یک عنصر هم شرایط نسبی است.

■ صنایع معدنی

حال این شرایط در زمینه صنایع‌معدنی چگونه است؟ به‌عنوان‌مثال، از صنعت فولاد از آنجایی که ما منابع گازی سرشاری در اختیار داریم و میزان هزینه‌ای که صنایع گاز بر ما برای این سوخت پرداخت می‌کنند، بسیار ارزان است، بنابراین، بهتر است در حوزه فولادسازی به‌سمت تولید بریکت برویم و از تولید میلگرد صرف‌نظر کنیم، چون انرژی و برق زیادی مصرف می‌کند. پس در زنجیره ارزش فولاد هم این موضوع نسبی است و برای مثال، تولید بریکت حاشیه سود بالایی دارد، اما نباید به‌نفع ما نیست که سراغ تولید میلگرد برویم.

یا ماده معدنی سلستین را در نظر بگیریم که ایران بزرگ‌ترین منابع موجود در جهان را در اختیار دارد و با اختلاف بسیار زیاد در جایگاه اول برخورداری از این ذخیره ایستاده است. در حال حاضر ما این ماده معدنی را به‌صورت خام صادر می‌کنیم. بزرگ‌ترین مصرف‌کننده این ماده در دنیا چین، آلمان، اسپانیا، مکزیک و کره‌جنوبی است و ما این ماده معدنی را صادر می‌کنیم و کربنات استراسیوم، که یکی از محصولات نهایی سلستین است، وارد می‌کنیم.

تفاوت نرخ سلستین خام صادراتی با کربنات استرانسیوم وارداتی بسیار زیاد است و مارجین بسیار بالایی دارد، در صورتی که در مقایسه با سایر مواد معدنی برای فرآوری تبدیل سلستین به کربنات استرانسیوم طی یک فرآیند احیا یا تشویه انجام می‌گیرد و صنعتی است که چندان آب‌بر نیست. البته نیاز به انرژی دارد، اما این موضوع هم فراتر از نرم معمول نیست و جزو موادی که فرآوری آنها بسیار انرژی‌بر است، قرار نمی‌گیرد. علاوه بر این، تکنولوژی خاصی هم برای تولید آن نیاز نیست. بنابراین، منطقی است که جلوی صادرات سلستین به‌صورت خام گرفته شود و ما به‌سوی تولید ماده کربنات استرانسیم، که جزو مواد استراتژیک به‌شمار می‌رود، می‌تواند ارزش‌افزوده بسیار بالایی ایجاد کند و مغایرتی با ضوابط زیست‌محیطی ندارد، حرکت کنیم. بنابراین باز به اینجا رسیدیم که جواب این سوال نسبی است. در بسیاری از موارد، صادرات مواد خام برای برخی از موادمعدنی توجیه‌پذیر است و در برخی دیگر صادرات ماده‌خام اصلا جای دفاع ندارد. باید نیاز کشور و امکانات منطقه‌ای (منظور منطقه‌ای است که میزبان این ماده معدنی است)، سنجیده شود.

■ آمایش سرزمین

اگر بخواهیم به کل این مبحث از زاویه دید دیگری نگاه کنیم و به آن بپردازیم، باید این نکته را در نظر بگیریم که آمایش سرزمین اهمیت بسیار بالایی دارد.ممکن است یک ذخیره معدنی خوب یا ظرفیت بالایی از برخی مواد معدنی در استانی وجود داشته باشد، اما این استان از نظر منابع آب دچار مشکل است و به این ترتیب، تولید محصول نهایی که در انتهای زنجیره قرار دارد، ممکن است صنعتی آب‌بر باشد، مطلقا توصیه نمی‌شود. بنابراین در این زمینه هم نمی‌توانیم با استناد به اینکه تولید انتهای زنجیر منافع اقتصادی بالایی دارد، تولیدکنندگان را مجبور به ادامه فرآوری کنیم، زیرا این کار به نرخ نابودی محیط‌زیست و منابع آب تمام خواهد شد. پس ابتدا کشورها باید توان و امکانات خود را بسنجند و بعد براساس آن برنامه‌ریزی می‌کنند.

ما در کشور خشکی زندگی می‌کنیم و برخی صنایع معدنی آب‌بر هستند، بنابراین آیا لزومی دارد که تمام صنایع را حتما تا انتهای زنجیره ارزش ادامه دهیم؟ آیا به این ترتیب، داستان کشاورزی دوباره تکرار نمی‌شود. می‌دانیم که منابع آب در این کشور محدود است و چندین سال است که با معضل خشکسالی روبه‌رو هستیم.

در چنین شرایطی، آیا همچنان باید به تولید خیار پردازیم که می‌گویند هر بوته آن چیزی در حدود ۴۰ لیتر آب مصرف می‌کند؟ یا باید هندوانه بکاریم که هر یک چیزی معادل ۲۰۰ لیتر آب مصرف می‌کنند؟ اگر هر لیتر آب با نرخ جهانی محاسبه شود، هندوانه‌ای که در کشور ما تولید می‌شود، ارزان‌تر از نرخ آبی است که برای تولید آن مصرف شده است.

بنابراین باید بدانیم هر ماده معدنی در کدام استان ما قرار دارد و بعد با دیدگاه ملی و منطقه‌ای، آن را موردتجزیه و تحلیل قرار دهیم. وقتی یک ماده‌معدنی در استانی واقع شده است که فرآوری آن منابع آب منطقه صدمه می‌زند و برق و انرژی زیادی مصرف می‌کند، چه باید کرد؟ آیا باید آن معدن را به حال خود رها کرد؟ خیر. در چنین شرایطی توصیه می‌شود که بهره‌بردار باید ماده خام را صادر کند. حال برخی می‌پرسند چرا صادر کند؟ بهتر است بعد از بهره‌بری و استخراج ماده خام آن را به‌جای دیگری از این کشور بفرستد که به‌عنوان‌مثال از نظر منابع گازی برق و انرژی شرایط مطلوبی دارد و زنجیره تولید را ادامه دهد. این حرف هم اشتباه است، زیرا در این شرایط هزینه حمل به ماده معدنی اضافه می‌شود.

در صورتی که قرار باشد این ماده بعد از فرآوری در داخل کشور مورد استفاده قرار گیرد، باز هزینه حمل برای رسیدن به مقصد سوم به آن اضافه می‌شود و اگر قرار باشد به خارج از کشور صادر شود، به‌عنوان‌مثال از بندر شهیدرجایی بندرعباس باز برای حمل آن هزینه دیگری به آن افزوده می‌شود. پس لزومی ندارد هر ماده معدنی که کشور ما میزبان آن است، به‌طورحتم تا آخرین مرحله فرآوری آن در کشور خودمان انجام شود.

خلاصه اینکه، بعضی از مواد معدنی را باید تا انتهای زنجیره ارزش در کشور فرآوری کرد، زیرا ارزش‌افزوده‌ای ایجاد می‌کند که در مغایرت با توسعه ملی و منطقه‌ای نیست، اما برخی دیگر در مغایرت خاص با توسعه منطقه‌ای است، پس این موضوع کاملا نسبی است.

■ مطالعات بازار

نکته دیگری که نباید از نظر دور داشت، شناخت بازار است. اگر ما در استانی باشیم که مشکل تامین برق، یا آب نداشته باشیم، ذخایر معدنی مناسبی در دسترس باشد و این ذخایر آلاینده نباشند و به طبیعت و محیط‌زیست آسیب وارد نیاورند و در نهایت فرآوری و تولید محصول نهایی هم آلایندگی چندانی نداشته باشد، عقل سلیم حکم می‌کند که تا انتهای زنجیره تولید را طی کنیم، اما باز هم همه این اقدامات باید در راستای مطالعات تحلیل بازار قرار گیرد. بنابراین، تصمیم‌گیری در گرو دانستن این نکته است که آیا آنچه می‌خواهیم تولید کنیم، مزیت رقابتی در بازار خارجی دارد یا خیر؟

بنابراین چنان‌که گفته شد، باز هم به نکته اول بازمی‌گردیم که نمی‌توان یک قانون را به کل جدول مندلیف تعمیم داد و قانون‌گذار و متولی بخش معدن باید به‌صورت موردی و منبع به منبع تصمیمات لازم را اتخاذ کند و به موقع اجرا بگذارد.

> کشور ما از نظر تنوع مواد معدنی میزبان بیش از ۶۸ نوع ماده معدنی است و برای اینکه بدانیم وضع عوارض صادراتی اقدام مثبتی است یا خیر، باید هر ماده معدنی را به‌صورت جداگانه مورد بررسی قرار دهیم

> طبق مفاد قانون رفع موانع تولید نباید طی دوره مشخصی هزینه جدیدی به واحدهای اقتصادی تحمیل شود، اما از زمان تصویب این قانون تا امروز انواع و اقسام مالیات و عوارض و هزینه‌تراشی‌های دیگر برای فعالان اقتصادی انجام شده است

هر چه کمتر، بهتر



کامران وکیل، کارشناس و فعال معدنی: به‌گمان من، هیچ فعال معدنی با لغو معافیت مالیاتی و وضع عوارض ۲ درصدی بر صادرات مشکلی ندارد. مشکل اصلی اینجاست که دولت مالیات، عوارض، حقوق دولتی و دیگر مبالغی که با عناوین گوناگون از فعالان اقتصادی می‌ستاند را در جای درست خود هزینه نمی‌کند. برای مثال، در زمینه مواد معدنی علاوه بر مالیات، حقوق دولتی هم وجود دارد که مرتبا هم رو به افزایش است.

اگر در واقع این وجوه اخذشده، صرف ارائه خدمت به مردم جامعه یا برای توسعه بخش معدن هزینه شود، هیچ مخالفتی را برنمی‌انگیزد، اما همان‌طور که گفته شد، اصل مشکل و گرفتاری در این بخش این است که متاسفانه با سوءمدیریت این هزینه‌ها را در جای درست و محلی که قانون مشخص کرده است، هزینه نمی‌شود.

برای بیان منظور درست مانند آن است که حقوق زیادی به کارگزاری ناکارآمد پرداخت شود، اما اگر همین میزان حقوق به نیروی کارآمدی پرداخت کنم که برای مجموعه مفید است، چه کسی با آن مخالفت می‌کند؟ از اساس فعالیت اقتصادی بکارگیری نیروی کار مبرز است.

متاسفانه در برخی سیاست‌های اقتصادی، تامین‌اجتماعی، توزیع ثروت و... به درستی عمل نشده، بنابراین برخی با تکیه بر این استدلال از پرداخت مالیات طفره می‌روند.

■ تاثیرات و تبعات

روال طبیعی و منطقی این است که وقتی در کشور برنامه‌ای بلندمدتی از سوی دولت اعلام می‌شود و می‌گویند تصمیم داریم در دهه آینده به این شیوه سیاست‌گذاری کنیم، فعال اقتصادی و سرمایه‌گذاری و صاحب کارخانجات تولیدی می‌تواند برنامه‌ریزی کند و سازکار فعالیت خود را براساس آن سیاست اقتصادی تنظیم کند. به این ترتیب، تصور کنید کارخانه‌ای براساس یک توجیه فنی و اقتصادی شکل می‌گیرد و کار را آغاز می‌کند. اما در کشور ما طی این مدت بارها و بارها قوانین تغییر می‌کند، تورم افزایش می‌یابد و به‌طورکلی فضای اقتصادی امنیت ندارد.

طبق مفاد قانون رفع موانع تولید نباید در دوره مشخصی، هزینه جدیدی به واحدهای اقتصادی تحمیل شود، اما از زمان تصویب این قانون تا امروز، انواع و اقسام مالیات و عوارض و هزینه‌تراشی‌های دیگر برای فعالان اقتصادی تعریف شده است، بدون اینکه بازگشتی داشته باشد. به‌طبع این شیوه در زمینه امنیت سرمایه‌گذاری و توسعه فعالیت اثر دارد.

ملاک کمی وجود ندارد که با استناد به آن دقیقا بگوییم این یک مورد چقدر اثر دارد یا در زنجیره چه تغییراتی ایجاد می‌کند یا... فقط می‌توانیم بگوییم که ایران در میان کشورهای دنیا به‌عنوان کشوری فاقد ثبات قانونی شناخته می‌شود و این از نظر جذب سرمایه‌گذار داخلی و خارجی و پیشبرد طرح‌های توسعه‌ای مقداری وقفه ایجاد می‌کند و چه‌بسا برخی را از ادامه این مسیر منصرف کند.

سخن پایانی

باتوجه به آنچه در متن گزارش خواندیم، تکمیل زنجیره ارزش باید به‌شکل درست و دقیق تعریف شود و باید بدانیم فرآیند فرآوری تا کجا سوددهی دارد و آن را مبنا قرار دهیم.

مشتریان کالای ایرانی در سال ۱۴۰۱

۵۳ میلیارد و ۱۶۶ میلیون دلار ← صادرات غیرنفتی ← ۱۱۳ میلیارد دلار تجارت غیرنفتی

۵ مقصد اول صادرات کالای ایرانی



چین	عراق	ترکیه	سودان	هند
۱۴ میلیارد و ۵۸۴ میلیون دلار	۱۰ میلیارد و ۲۳۸ میلیون دلار	۷ میلیارد و ۴۵۹ میلیون دلار	۵ میلیارد و ۷۶۷ میلیون دلار	۲ میلیارد و ۱۴۶ میلیون دلار

۴۰ مرکز تجاری ایران در کشورهای مختلف

	ارزش صادرات
۵ مرکز عراق	۱۰ میلیارد و ۲۳۸ میلیون دلار
۵ مرکز سوریه	۲۴۳ میلیارد و ۱۶۸ میلیون دلار
۸ مرکز قاره افریقا	یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار
کشورهای آسیای میانه	۳ میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار
ازبکستان	حدود ۴۳۵ میلیون دلار
لهستان	کمتر از ۶۰ میلیون دلار (آمار دقیقی موجود نیست)
امارات	۵ میلیارد و ۷۶۷ میلیون دلار

اینفوگرافی: سامان شرف‌الدین

آگهی فراخوان شناسایی مشاور

شرکت اکتشاف معادن و صنایع غدیر در نظر دارد **نسبت به انتخاب مشاور با موضوع نمونه‌برداری معرف و انجام تست‌های تکنولوژی به‌منظور ارائه طراحی مفهومی (conceptual Design) کارخانه فرآوری کنسانتره آهن و کنسانتره فسفات به‌عنوان محصول جانبی در معدن گزستان واقع در استان یزد** از طریق اخذ پروپزال فنی (RFP) اقدام نماید. لذا با هدف شناسایی شرکت‌های مهندسین مشاور واجد شرایط که توان انجام عملیات مذکور را دارند، دعوت می‌گردد ظرف مدت یک هفته پس از انتشار آگهی نسبت به اخذ اسناد (RFP) اقدام و حداکثر تا تاریخ **چهارشنبه ۱۴۰۲/۰۸/۱۷** نسبت به تکمیل و ارسال آن به نشانی تهران، انتهای خیابان اشرفی اصفهانی، بلوار سیمون بلیوار، خیابان شهرک نفت (شهید زارع)، نبش کوچه بیست و سوم پلاک ۲۱، **تلفن: ۰۲۱۷۵۴۷۳۰۰۰** و کدپستی: ۱۴۶۹۸۷۰۱۱۹ اقدام نمایند.

شایان ذکر است شرکت در این فراخوان صرفا جهت شناسایی شرکت‌های مشاور می‌باشد و هیچگونه تعهدی جهت عقد قرارداد برای این شرکت ایجاد نخواهد کرد.»

آگهی تجدید مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شرکت توسعه، عمران و مدیریت منطقه گل‌گهر

به همراه ارزیابی فنی و بازرگانی پروژه تعمیر و نگهداری معابر، پل‌ها و شبکه هدایت آب‌های سطحی منطقه گل‌گهر

شرکت توسعه، عمران و مدیریت منطقه گل‌گهر در نظر دارد. **پروژه تعمیر و نگهداری معابر، پل‌ها و شبکه هدایت آب‌های سطحی منطقه گل‌گهر** را به شرکت‌های پیمانکاری ذیصلاح دارای حداقل رتبه ٤ رسته راه و ترابری یا راهداری واگذار نماید. لذا از متقاضیان دعوت به عمل می‌آید. جهت اخذ اسناد مناقصه از تاریخ ۱٤۰۲/۰۷/۲۹ به سایت این شرکت به آدرس www.ggz.ir مراجعه نمایند.

۱. آخرین زمان ارائه پاکت‌ها و پیشنهادات: ساعت ۱۳:۳۰ روز دوشنبه مورخ ۱٤۰۲/۰۸/۰۸
۲. شرکت در قبول یا رد پیشنهادات مختار است.
۳. سپرده شرکت در مناقصه: ۱۱,٦۱۱,۳۲۲,۸۳۲ ریال
٤. هزینه درج آگهی برعهده برنده مناقصه می‌باشد.
۵. کلیه مشخصات لازم در اسناد مناقصه ذکر گردیده است.
۶. تاریخ بازدید از پروژه: روز سه‌شنبه مورخ ۱٤۰۲/۰۸/۰۲
۷. محل تحویل اسناد، پیشنهادات: سیرجان- کیلومتر ۵۰ جاده محور سیرجان- شیراز، شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر ساختمان‌های هلدینگ مستقر بر تپه، بلوک ۵ (دبیرخانه شرکت توسعه، عمران و مدیریت منطقه گل‌گهر)
۸. تلفن جهت هر نوع هماهنگی: ۰۹۱۳۲٤۵۷٤۰۲ آقا شامحمدی (به غیر از ایام تعطیل)

مدیریت حقوقی و قراردادها شرکت توسعه، عمران و مدیریت منطقه گل‌گهر

«آگهی مناقصه عمومی شماره ۲۰۰۲۰۰۵۲۶۵۰۰۰۲۸۷»

شهرداری کرج در نظر دارد برابر بودجه مصوب شورای اسلامی شهر، پروژه مندرج در جدول ذیل را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

ردیف	شرح پروژه	مبلغ اعتبار به ریال	مبلغ سپرده به ریال	مدارک لازم	نحوه پرداخت قرارداد
۱	خرید، حمل و تحویل ۳۲۵۰ تن نمک صنعتی و ۱۰۰۰ تن نمک کریستال بسته‌بندی شده جهت استفاده در سطح معابر شهر	۳۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	ارائه پروانه بهره‌برداری نمک برای شرکت‌های تولیدکننده با ارائه حداقل یک قرارداد تامین نمک از سال ۹۵ به بعد با تناژ بیش از ۳۰۰۰ تن برای تامین‌کننده	نقدی

۱-سپرده شرکت در مناقصه به یکی از روش‌های ذیل ارائه گردد: ضمانت‌نامه بانکی معادل مبلغ فوق که به مدت ۹۰ روز اعتبار داشته و قابل تمدید باشد و یا واریز فیش نقدی به مبلغ فوق به حساب ۷۰۰۷۸۶۹۴۸۶۲۳ بانک شهر ۲- برندگان نفر اول و دوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد. ۳- مبلغ ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال به‌عنوان هزینه خرید اسناد به حساب ۷۰۰۷۸۵۳۱۳۷۹۵ به نام شهرداری کرج از طریق سامانه الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR می‌بایست واریز گردد. ۴- متقاضیان می‌توانند از تاریخ انتشار آگهی تا ساعت ۱۳:۰۰ تاریخ ۱۴۰۲/۰۸/۰۴ جهت خرید اسناد مناقصه به سامانه الکترونیک دولت (ستاد) مراجعه نمایند. ۵- شرکت‌کنندگان می‌بایست ضمن بارگذاری ضمانت‌نامه شرکت در مناقصه در سامانه ستاد، نسبت به تحویل اصل ضمانت‌نامه تا ساعت ۱۲:۰۰ تاریخ ۱۴۰۲/۰۸/۱۴ به آدرس کرج- میدان توحید- بلوار بلال- امور پیمان‌های شهرداری کرج واقع در طبقه هفتم اقدام نمایند. ۶- در صورت بروز هرگونه تناقض در موارد مندرج در آگهی با سامانه ستاد، ملاک عمل سامانه ستاد خواهد بود. ۷- پیشنهادات رسیده در مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۱۴ در کمیسیون عالی معاملات شهرداری کرج مطرح و پس از بررسی و کنترل، برنده مناقصه اعلام خواهد شد. لازم به ذکر است شرکت‌کنندگان مجاز به حضور در جلسه بازگشایی پاکات خواهند بود. ۸- هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

* جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۳۵۸۹۲۴۲۱-۰۲۶۱ تماس و یا به سایت www.karaj.ir مراجعه نمائید./

اداره امور قراردادها و پیمانها- شهرداری کرج

فراخوان
مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای

شهرداری اصفهان

شهرداری اصفهان در نظر دارد **فراخوان حفظ، حراست، نظافت، راهبری سرویس، خرید مایحتاج، نگهداری و تعمیرات تاسیسات و ابنیه سرویس‌های بهداشتی عمومی مناطق پانزده‌گانه و مدیریت طرح ساماندهی ناژوان شهرداری اصفهان** را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت‌نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.

مواعد زمانی:

- **تاریخ انتشار فراخوان:** ۱٤۰۲/۰۷/۲۹
- **مهلت دریافت اسناد فراخوان:** تا ساعت: ۱۷:۰۰ مورخ ۱٤۰۲/۰۸/۰۸
- **مهلت ارسال پیشنهادات:** تا ساعت: ۱۷:۰۰ مورخ ۱٤۰۲/۰۸/۲۲
- **زمان بازگشایی پاکت‌ها:** ساعت: ۰۸:۰۰ مورخ ۱٤۰۲/۰۸/۲٤
- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه و سایر شروط در شرایط شرکت در مناقصه مشخص می‌باشد.
- **اطلاعات تماس و آدرس دستگاه:** اصفهان- خیابان آیت‌الله شمس آبادی- کوچه شماره ۲۳- معاونت خدمات شهری شهرداری اصفهان

۰۳۱۳۲۲٤۱۸۷۰- ۰۳۱۳۲۲٤۱۸۶۰ -۰۳۱۳۲۲٤۱۸۵۰

شهرداری اصفهان

گپ‌وگفت

تامین ارز صادراتی مشکل اصلی تجار

کیمیا ملکی: اگر به‌دنبال جهش تولید، ایجاد اشتغال و تامین ارز موردنیاز برای واردات مواد اولیه تولید هستیم، باید توسعه صادرات غیرنفتی را در اولویت برنامه‌های خود قرار دهیم، اما با برنامه‌ریزی مشخص. رشد صادرات تنها با برنامه‌های کاغذی و حمایت شعاری محقق نمی‌شود، بلکه باید نیازسنجی درستی انجام داد و پس از آن به تولید صادرات‌محور پرداخت. این در حالی است که توجه به صادرات در حوزه تولید گذشته از ارزش افزوده، اشتغال و ارزآوری که برای کشور دارد، به افزایش کیفیت محصولات و تولید مطابق با استانداردهای جهانی هم کمک خواهد کرد. از سوی دیگر برای بازارهای هدف، امنیت غذایی و تامین پایدار نیاز آنها، ارجح به هر چیزی است که با تصمیمات یکباره دولت مبنی بر قطع صادرات، ما بسیاری از مشتریان خارجی را از دست داده‌ایم. صمت برای بررسی بیشتر این موضوع به گپ‌وگفت با قدیر قیافه، عضو پیشین اتاق مشترک بازرگانی ایران و روسیه پرداخت.



◉ با اشاره به اینکه هدف تعیین‌شده برای صادرات غیرنفتی در افق ۱۴۰۴ رقم ۷۵ میلیارد دلار است، به‌نظر شما این هدف محقق خواهد شد؟

تعیین رقم ۷۵ میلیارد دلار برای صادرات غیرنفتی در افق ۱۴۰۴ بسیار جاه‌طلبانه است و آن را دور از دسترس می‌دانم؛ با این حال امیدواریم که محقق شود. این هدف‌گذاری با واقعیت‌های حاکم بر بازار صادراتی مغایرت دارد و تحقق این هدف برای سال ۱۴۰۴ دور از ذهن است. این هدف‌گذاری حاکی از آن است که در ۲ سال آینده هر سال حدود ۲۰ درصد افزایش صادرات خواهیم داشت؛ آیا این با واقعیت اقتصادی ما همخوانی دارد؟ متاسفانه در تعیین اعداد و رقم بیشتر از آرزوها صحبت می‌شود. وقتی هیچ اطلاعاتی از کالاها و بازارهای هدف در دسترس نیست، این اعداد به چه کاری می‌آیند؟ وضعیت بازارهای همسایه کاملا مشخص است. اگر بازار روسیه را به‌عنوان یکی از بازارهای پرظرفیت برای ایران در نظر بگیریم، باز هم بعید است حضور در این بازار چنین عددی را به ثبت برساند.

◉ چه مقدار به شعارهایی که در زمینه حمایت از تولید سر داده می‌شود، در واقعیت عمل می‌شود؟

اصلا با شعارهایی که درباره حمایت از صادرکنندگان و تولیدات صادرات‌محور بیان می‌شود، موافق نیستم، چراکه آنقدر تعداد سازمان‌های درگیر با صادرات زیاد است که شدنی نیست. در حوزه تجارت حدود ۲۸ سازمان دخیل هستند، به همین دلیل دست‌وپای سازمان توسعه تجارت که وظیفه ذاتی آن حمایت از تجارت، به‌ویژه بخش صادرات است، عملا بسته است.

◉ تعریف شما از صادرات چیست؟

صادرات یک فرآیند است که نیاز به برنامه‌ریزی دارد. صادرات از شناسایی بازار و سلیقه مشتری شروع می‌شود و در نهایت به تولید محصول می‌رسد. هر زمان صادرات را به‌عنوان یک فرآیند شناسایی کردیم، دستیابی به اهداف تعیین‌شده دور از انتظار نیست. تا چند سال پیش سرریز مصرف داخلی تولیدات ما صادر می‌شد، اما خوشبختانه با برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته اکنون تعدادی از واحدهای تولیدی بخشی از خط تولید خود را به تولید محصولات صادراتی اختصاص می‌دهند. البته در ابتدا باید به تامین نیاز داخل توجه داشت و سپس صادرات را بهبود بخشید.

◉ قطعی برق چه تاثیری بر روند تولید دارد؟

ما حتی نتوانستیم کمی به نرخ رشد اقتصادی هدف‌گذاری‌شده نزدیک شویم. بخش اعظمی از کالاهای صادراتی ما را کالاهایی تشکیل می‌دهند که در فرآیند تولید آنها انرژی زیادی سوزانده می‌شود و در حقیقت این انرژی است که صادر می‌شود، این در حالی است که در ۲ سال اخیر یکی از معضلات جدی بخش تولید، تامین گاز و برق کارخانجات بود و اکنون نیز وزارت نیرو برنامه قطعی برق را اعلام کرده است. حال سوال این است که چگونه در سالی که با قطعی روزانه برق مواجهیم با رشد تولید روبه‌رو شویم؟ اصلا مگر بدون رشد تولید، صادرات ممکن است.

◉ نوع بسته‌بندی چه مقدار در میزان صادرات نقش دارد؟

در حال حاضر ما مشکل خاصی در بسته‌بندی محصولات صادراتی نداریم. اکنون بسیاری از شرکت‌ها به‌ویژه شرکت‌های فعال در حوزه محصولات غذایی، پیشرفت خوبی در بسته‌بندی تولیدات خود پیدا کردند. برخی از مجموعه‌ها نیز که نتوانستند به استانداردهای جهانی برسند به آموزش و سرمایه‌گذاری نیاز دارند. وی با اشاره به چالش اصلی تجار گفت: مشکل بزرگ تجار، تامین ارز صادراتی و نرخ آن است. تا زمانی که ارز در کشور چندنرخی باشد، نمی‌توان انتظار رشد چشمگیری را در صادرات داشت.

◉ چرا تعریف کالاهای صادراتی غیرنفتی مشخص نیست؟

این تفکیکی است که ما در کشور انجام داده‌ایم. در دنیا مفهومی به‌نام صادرات غیرنفتی وجود ندارد و این عبارت تنها مختص ایران است. هر کشوری برای صادرات خود یک سبد دارد که متشکل از کالاهای صادراتی آن کشور است.

صمت چالش‌های موجود در مسیر صادرات را بررسی کرد

توقف تجارت، تضعیف تولید

کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir



عکس: صمت

براساس آخرین آمار منتشرشده از میزان صادرات در ۶ ماه ابتدایی سال ۱۴۰۲، میزان صادرات کالاهای غیرنفتی کشور به ۲۴ میلیارد و ۱۴۰ میلیون دلار رسیده است.

همچنین طبق آمارها بیشترین میزان صادرات به‌لحاظ ارزش در این ۶ ماه به کشورهای چین، عراق و امارات متحده عربی انجام شده است. از سوی دیگر در ۶ ماه ابتدایی سال ۱۴۰۲ ارزش واردات کشور حدود ۶ میلیارد دلار بیشتر از ارزش صادرات بوده و بالاترین کسری تجاری شش‌ماهه ایران در ۳ سال اخیر، در این دوره رقم خورده است.

اعداد و ارقام فوق چند سوال را در ذهن ایجاد می‌کند؛ چرا هنوز نتوانستیم توجه بازارهای جهانی را به کالاهای ایرانی جلب کنیم؟ مشکل از کالاهای تولید شده است یا سدهای محکم‌تری از قوانین تا عدم تخصیص ارز برای واردات مواد اولیه در داخل کشور وجود دارد؟ به‌عقیده کارشناسان نبود حمایت از صادرکنندگان و خودتحریمی از مهم‌ترین چالش‌ها در مسیر صادرات است.

رشد صادرات به رشد تولید کمک می‌کند

بی‌شک یکی از راه‌های افزایش تولید، صادرات است و در واقع می‌توان با رشد صادرات غیرنفتی، شعار سال که رشد تولید و مهار تورم است را محقق کرد.

با این حال به‌عقیده کارشناسان مدل تولید در کشور به‌گونه‌ای است که تنها برای مصرف‌کننده داخل تولید می‌کنیم. در نتیجه برای بهبود وضعیت صادرات، باید تغییر نگاه در برنامه تولید رخ دهد. اکنون تولیدکنندگان از حمایت‌های بسیاری چون یارانه انرژی و... برخوردارند و اگر این یارانه حذف شود، بسیاری از محصولات را نمی‌توان صادر کرد.

میزان صادرات ایران در سال ۱۴۰۱ حدود ۵۳.۲ میلیارد دلار، در سال ۱۴۰۰، ۴۹ میلیارد دلار و در سال ۱۳۹۹ نیز ۲۴ میلیارد دلار بود. همچنین براساس آمار ارائه‌شده توسط گمرک در ۶ ماه نخست سال ۱۴۰۲ بیش از ۶۷ میلیون و ۷۰۰ هزار تن انواع کالای غیرنفتی به ارزش ۲۴ میلیارد و ۱۴۴ میلیون دلار صادر شد که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از نظر وزن ۲۹ درصد افزایش و از لحاظ ارزش ۲.۶۲ درصد کاهش داشته است. آمار یادشده در حالی بیان می‌شود که به‌عقیده فعالان تجاری، کالاهای ایرانی به‌دلیل نداشتن کیفیت مناسب در بازارهای جهانی مورداستقبال قرار نمی‌گیرند. روز ملی صادرات بهانه‌ای شد تا به این واسطه به بررسی چالش‌های موجود در مسیر صادرات پرداخته و نگاه کارشناسی به آنها داشته باشیم.

صادرات نیاز به سرمایه‌گذاری دارد

مجیدرضا حریری، رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و چین درباره چالش‌های موجود در مسیر صادرات در گفت‌وگو با صمت گفت: چالش‌های مربوط به صادرات ناشی از مشکلات موجود در تجارت و تولید است. متاسفانه تولید داخل به‌گونه‌ای نیست که بتواند در بازارهای جهانی به رقابت بپردازد. رقابت در بازارهای بین‌المللی از طریق نرخ یا کیفیت رخ می‌دهد، این در حالی است که بخش مهمی از صادرات ما را کالاهای نفت‌پایه و پتروشیمی و از سوی دیگر مواد خام یا کالاهای معدنی تشکیل می‌دهند؛ در نتیجه در بیشتر مواقع مصرف‌کننده خارجی، مصرف‌کننده نهایی کالاهای تولید ایران نیست.

وی با انتقاد از روند تولید کالا در کشور اظهار کرد: در بازار جهانی هیچ حمایتی برای تولیدکننده ایرانی وجود ندارد؛ با این شرایط چگونه می‌خواهد با تولیدکننده خارجی رقابت کند؟ باید کالایی در ایران تولید کنیم که در بازارهای جهانی از نظر کیفیت و نرخ حرفی برای گفتن داشته باشد. در این صورت می‌توان گفت ما برنامه‌ریزی صادراتی داریم، در غیر این صورت، صادرات تنها برای تامین نیازهای ارزی است. در ابتدا باید محصول قابل‌عرضه داشته باشیم و اصل، کیفیت و نرخ کالا است؛ این در حالی است که متاسفانه حتی در داخل کشور نیز تولیدات داخلی قدرت رقابت با محصولات خارجی را ندارند.

▣ تحریم با تجارت چه کرد؟

حریری با اشاره به نقش مهم تحریم در روند تجارت خارجی بیان کرد: تجارت ۳ رکن دارد؛ بانک، بیمه و حمل‌ونقل که مانند هوا برای تجارت خارجی ضروری است. اگر کشوری بخواهد تجارت مفید و دقیقی با دنیا داشته باشد، باید زیرساخت‌های این ۳ رکن در آن کشور بسیار کارآمد باشند.

اگر در زیرساخت‌های هر کدام از این ۳ رکن ضعف داشته باشید، تجارت شما با آنچه در کشورهای دیگر معمول است، متفاوت می‌شود. متاسفانه تجار و بازرگانان ایرانی در شرایط تحریم از هر ۳ رکن تجارت محروم هستند و زیرساخت‌های این ۳ رکن چندین سال است که مشکلات بسیاری دارند؛ در نتیجه بهتر است اولویت را به تقویت این ارکان اختصاص دهیم.

رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و چین ضمن تاکید بر اینکه در تولید و تجارت مشکل اساسی داریم، افزود: مشکلاتی چون تحریم و افزایش هزینه‌های تولید که ازسوی صادرکنندگان مطرح می‌شود، درست است که بخشی از آن به سیستم تولید و نظام سیاست‌گذاری بازمی‌گردد.

▣ به تجارت بها نداده‌ایم

حریری با انتقاد از بی‌توجهی به امر مهمی چون تجارت در کشور، گفت: تجارت یک مهارت است که باید آموخت و آموزش‌ها را در این بخش روزآمد کرد که متاسفانه در تجارت خارجی ما چنین شرایطی وجود ندارد. متاسفانه هیچ‌گاه به تجارت بها نداده‌ایم و اکنون به نقطه‌ای رسیده‌ایم که دیگر به‌معنای واقعی تاجر نداریم. این روزها بسیاری از محصولات توسط تولیدکننده صادر می‌شود که بسیار تعجب‌برانگیز است و متاسفانه تجارت به‌عنوان یک حرفه نادیده گرفته می‌شود.



▣ راهکار چیست؟

رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و چین در بیان راهکاری برای بهبود وضعیت صادرات اظهار کرد: راهکار اصلی این است که با شناسایی بازار هدف نیازسنجی و کمبودها را وارد و تولیدات باکیفیت را صادر کنیم. این در حالی است که متاسفانه شرکت صادراتی نداریم که ۲ سال در بازار هدف به بازاریابی بپردازد و صادرکننده اصلا این را نمی‌داند که برای صادرات نیز باید سرمایه‌گذاری کرد. همچنین باید به‌طور مستمر از تولید کالای ایرانی حمایت شود، زیرا صادرات نیاز به هدف‌گذاری و برنامه مشخص دارد. البته برای برنامه‌ریزی مناسب نیاز به یک فضای آرام است که اکنون با حاکمیت تحریم‌ها این امکان وجود ندارد.

▣ هر فروشی صادرات نیست

حریری درباره ادعای برخی از تولیدکنندگان مبنی بر صادرات غیرمستقیم به برخی از کشورها گفت: اینکه کالایی در مرز به کشورهایی چون عراق و افغانستان فروخته شود، صادرات نیست؛ بلکه پیله‌وری است. صادرات زمانی معنا پیدا می‌کند که برای کالای خود بازاری پایدار پیدا کنید؛ ارسال هر کالایی را به کشور دیگر نمی‌توان صادرات محسوب کرد.

متاسفانه هیچ‌گاه به تجارت بها نداده‌ایم و اکنون به نقطه‌ای رسیده‌ایم که دیگر به‌معنای واقعی تاجر نداریم

مقررات ارزی دست‌وپاگیر و تعهد ارزی

مسعود دانشمند، کارشناس تجاری با اشاره به سدهای داخلی که روند صادرات را کند یا متوقف می‌کنند در گفت‌وگو با صمت گفت: مهم‌ترین مشکل برای صادرکننده مقررات ارزی دست‌وپاگیر و تعهد ارزی است. همچنین نرخ کالاهای صادراتی را نمی‌توان متناسب با تورم و افزایش هزینه تولید کرد. نرخ یک کالا در بازار هدف مشخص است و با افزایش هزینه‌های تولید در داخل، نمی‌توان نرخ نهایی محصول را تغییر داد؛ بر همین اساس صادرکنندگان برای ماندگاری در بازار صادراتی کاهش کیفیت را درپیش می‌گیرند که در نهایت منجر به از دست دادن بازارهای جهانی می‌شود و از دست رفتن بازار صادراتی نیز به توقف تولید می‌انجامد. وی در بیان راهکاری برای حل این مشکلات اظهار کرد: اگر برای کالاهای صادراتی نرخ صادراتی تعیین و پول حاصل از صادرات به حساب صادرکننده واریز شود برای صادرکننده کمک‌کننده است تا خود را در بازارهای جهانی حفظ کند. برای مثال باید نرخ هر محصول صادراتی را با دلار ۲۸ هزار و ۵۰۰ محاسبه و درصدی را به آن اضافه کنند تا پس از انجام تعهد ارزی مابه‌التفاوت آن همان لحظه به حساب صادرکننده واریز شود. با این روند ارز حاصل از صادرت به‌سرعت به سیستم وارد می‌شود و گردش ارزی نیز رخ می‌دهد و لازم نیست صادرکننده در انتظاری دوساله برای دریافت پاداش صادراتی بماند.

▣ پیشنهادی کارآمد

دانشمند درباره تامین هزینه کالاهای صادراتی نیز گفت: به‌منظور تامین مالی دولت مشابه همین هزینه را برای کالاهای وارداتی نیز در نظر بگیریم. برای نمونه نرخ واردات کالا را با دلار ۲۸ هزار و ۵۰۰ محاسبه و بسته به نوع کالا از ۱۰ تا ۱۰۰ درصد، درصدی به آن مبلغ پایه اضافه شود. پس از آن می‌توان مبالغ اضافی را در صندوقی جمع‌آوری و سپس از همان محل به صادرکنندگان پرداخت کرد. با این روند دولت تنها مدیریت نقدینگی کرده که در این صورت می‌توانیم نرخ دلار را برای واردکننده و صادرکننده به ثبات برسانیم.

وی با اشاره به کاهش کیفیت برخی از تولیدات گفت: هنگامی که چند بازار ثابت داریم که پذیرای عمده کالاهای صادراتی ما هستند و در مقابل باتوجه به نبود ارتباط با نظام بانکی جهان قرار نیست پولی در زمان مناسب پرداخت شود، توجه چندانی به کیفیت کالاها نخواهد شد؛ در نتیجه روز به روز کشورهای دیگر بازارهای جهانی را قبضه می‌کنند. در مجموع تا زمانی که ابزارهای لازم برای افزایش صادرات مهیا نشود، امکان پیشرفت در این حوزه نخواهد بود.

اگر برای کالاهای صادراتی نرخ صادراتی تعیین شود تا پول حاصل از صادرات به حساب صادرکننده واریز شود، برای صادرکننده کمک‌کننده است



▣ افزایش صادرات در گرو افزایش تولید

این کارشناس تجاری با اشاره به تاثیر مستقیم افزایش تولید بر افزایش صادرات بیان کرد: صادرات بدون توجه به تولید یا به‌عبارت دقیق‌تر بدون خلق ارزش افزوده بیشتر یعنی خام‌فروشی و فروش منابع نسل‌های آتی به‌بهای ناچیز در بازارهای جهانی. این نوع صادرات گرچه منافع کوتاه‌مدتی را نصیب کشور می‌کند، اما در بلندمدت به زیان کشور تمام خواهد شد. باید دقت داشت افزایش صادرات کشور، در گرو افزایش تولید، آن هم تولید باکیفیت است که بدون همکاری دولت و بخش خصوصی این مهم اتفاق نخواهد افتاد و این همکاری باید واقعی و هم‌افزا باشد.

سخن پایانی

مدت‌هاست در کشور ما تجار با مشکلات بسیاری دست‌وپنجه نرم می‌کنند و هر بار با چالشی جدید از تامین ارز گرفته تا اخذ تصمیمات یک‌شبه روبه‌رو می‌شوند.

در مقابل ازسوی مسئولان همیشه شعار حمایت از صادرکنندگان و تولیدات صادرات‌محور سر داده می‌شود؛ در حالی که بسیاری از قوانین موجود خود سدی در مقابل صادرات است. با این حال نباید از ضعف‌های موجود در تولید نیز چشم‌پوشی کرد؛ تولیداتی که به‌عقیده کارشناسان حتی نمی‌توانند در داخل کشور هم مشتریان خود را حفظ کنند و از سر ناچاری انتخاب می‌شوند. جان کلام اینکه متاسفانه کالاهای تولید داخل در بازارهای جهانی مشتریان ثابتی ندارند، زیرا هر بار باتوجه به افزایش هزینه‌های تولید با کاهش کیفیت سعی بر ماندگاری در بازار جهانی داریم که همین موضوع کالاهای تولیدی ما را به کالاهایی یکبارمصرف در بازار جهانی تبدیل می‌کند.

چالش‌های پیش‌روی ایران در مصرف و صادرات گاز بررسی شد

فاصله گاز تا دروازه صادرات

محمد انوشه‌ئی
editor@smtnews.ir

یکی از چالش‌های اصلی وزارت نفت در سال‌های گذشته به تراز کردن تولید گاز طبیعی و صرفه‌جویی در مصرف مربوط می‌شود. در این بین، اتفاقات زمستان سال گذشته شامل قطعی گاز و برق در برخی مناطق کشور که تحت‌تاثیر افزایش مصرف گاز در بخش خانگی و نرسیدن گاز به نیروگاه‌ها رقم خورد، زنگ خطری جدی درباره امکان منفی شدن تراز گاز کشور را به‌صدا درآورد.

باوجود تلاش‌های انجام‌گرفته برای تولید حداکثری و تامین کامل گاز در کشور، روند تراز منفی گاز و اعمال محدودیت در گاز مصرفی برخی بخش‌های مصرف‌کننده از سال‌های اخیر شروع و با ادامه روند کنونی مصرف گاز به‌ویژه در ماه‌های سرد سال، به‌طورقطع در چند سال آینده این روند تشدید شده و ممکن است کشور برای تامین نیازهای داخلی با مشکل مواجه شود. صمت در این گزارش چالش‌های پیش‌روی ایران در زمینه بهینه‌سازی و صادرات گاز طبیعی را بررسی کرده است.



عکس: صمت

ایران، جایگزین مناسب برای صادرات گاز به اروپا

مطابق تعهدات شرکت ملی گاز ایران در افق ۱۴۱۰، میزان تقاضای گاز طبیعی در کشور، بیش از هزار و ۳۵۰ میلیون مترمکعب در روز خواهد بود؛ در حالی که مقدار گاز قابل‌تحویل حدود ۹۵۰میلیون مترمکعب در روز است. به‌بیان‌دیگر، اختلافی بالغ بر ۴۰۰میلیون مترمکعب در تراز تولید و مصرف گاز طبیعی وجود خواهد داشت. بنابراین کشور با چالش جدی تامین گاز مشترکان و مصرف‌کنندگان بخش‌های خانگی، تجاری، صنایع، پتروشیمی‌ها، سیمان، پالایشگاه‌ها، نیروگاه‌ها و صادرات مواجه خواهد بود. با توجه به این آمار نیاز،برخی معتقدند امکان توسعه صادرات گاز برای کشور فراهم نیست و باتوجه به شرایط کنونی، ایران نمی‌تواند جایگزین روسیه برای تامین نیاز گازی کشورهای طرف قرارداد روسیه شود. این گزینه از آغاز جنگ اوکراین و روسیه مطرح شده و با اینهمه برخی تاکید دارند، با صرفه‌جویی در مصرف و توسعه مخازن می‌توان در درازمدت، از این فرصت صادراتی به نفع ایران بهره برد.

این مسئله تنها منوط به شرایط کنونی نمی‌شود و در صورت فراهم شدن شرایط، ایران می‌تواند از مزایای توسعه صادرات در حوزه گاز بهره ببرد. برای تحقق این مهم، در گام نخست مصرف بهینه باید اتفاق بیفتد و در کنار آن نیز توسعه مخازن باید با جدیت دنبال شود.

علاوه بر این، حفظ و پایداری شرایط موجود و توسعه سرمایه‌گذاری نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که اگر محقق شود، می‌توانیم آینده خوبی را برای صنعت گاز ترسیم کنیم. هرزمانی ایران گاز مازاد داشته باشد، این فرصت برایش وجود دارد که به بازارهای اروپایی راه پیدا کند. بنابراین، امکان صادرات گاز ایران به اروپا وجود دارد، اما برای تحقق این اهداف باید به بحث مدیریت مصرف، توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر، توسعه و پایداری تولید گاز، سرمایه‌گذاری در مخازن جدید توجه شود. این درحالی است که اگر با روش فعلی مصرف و برنامه‌ریزی در ذخایر گاز پیش برویم، امکان صادرات گاز به اروپا وجود نخواهد داشت.

توجه به بازاریابی و افزایش صادرات

جواد سلیمان‌پور، کارشناس حوزه انرژی بااشاره به نقش بازاریابی و صادرات گاز در افزایش تولید به صمت گفت: فرض کنید دولت باید با یک دیپلماسی فعال با کشورهای همسایه برای توسعه میدان گازی خود وارد تعامل شود. شیوه تعامل بدین‌صورت است که طی قراردادی این کشورها برای توسعه میدان گازی ایران وارد همکاری مشترک شده و بعد از انجام پروژه بخشی از گاز تولیدشده را به مدت چند سال برای خود بردارد، به‌گونه‌ای که اصل و سود پول خود را به‌دست آورد. بعداز مدت مورد نظر در توافق، ادامه صادرات گاز به این کشور با دریافت پول از آنها همراه خواهد بود. این دست از قراردادها به اصلاح قراردادهای فاینانس بوه و در حوزه انرژی بسیار مصطلح هستند.

وی اظهار کرد: برای مثال، یک قرارداد ۲۰ساله منعقد می‌کنیم که برمبنای آن، کشور طرف قرارداد یکی از میادین گازی ما را توسعه دهد و بابت انجام این پروژه، روزانه ۱۰۰میلیون مترمکعب افزایش تولید خواهیم داشت که از این رقم گاز، کشور هدف به مدت ۱۰سال، ۶۰ میلیون مترمکعب گاز را به‌ازای اصل و سود سرمایه‌گذاری به‌صورت رایگان دریافت می‌کند و برای برداشت گاز در بازه زمانی ۱۰سال بعدی، باید پول خرید گاز را به ایران پرداخت کند. در این شیوه همچنین، روزانه ۴۰میلیون مترمکعب گاز برای مصرف در داخل کشور نیز فراهم شده است و بدین‌ترتیب نیاز داخلی نیز تامین می‌شود.

■ چالش‌های توسعه میادین گازی

سلیمان‌پور گفت: در مجموع به‌نظر می‌رسد توجه به بازاریابی و افزایش صادرات گاز، می‌تواند گره بسیاری از مشکلات در مسیر اجرای پروژه‌های بهینه‌سازی و توسعه میادین گازی را باز کند، به‌گونه‌ای که برای تامین نیاز داخل دیگر نیازی به واردات گاز از کشورهای همسایه نباشد. در همین شرایط شورای‌عالی انرژی و وزارت نفت و سایر مجموعه‌های متولی در حالی چشم‌اندازهای مثبتی برای بهینه کردن مصرف و افزایش تولید مطرح می‌کنند که از محرک اصلی آنها غافل هستند.

■ تامین مالی پروژه‌ها

این کارشناس انرژی با بیان اینکه یکی از چالش‌های جدی برای اجرای پروژه‌های بهینه‌سازی مصرف گاز به تامین مالی آنها برمی‌گردد، به صمت توضیح داد: در فرآیندهای فعلی اجرای پروژه‌های بزرگ از جمله بهینه‌سازی پروژه‌های حوزه انرژی، پروژه با هزینه‌کردبخش خصوصی یا دولت آغاز می‌شود، سپس با اجرای پروژه، علاوه بر تامین نیاز داخل می‌توان به صرفه‌جویی گاز هم رسید.



■ راهکاری برای احیای پروژه‌های بهینه‌سازی

سلیمان‌پور اذعان کرد: اگر گاز مازاد در داخل کشور به‌فروش برسد، به‌دلیل نرخ پایین حامل‌های انرژی، دوره بازگشت سرمایه بسیار طولانی خواهد بود. در این حالت، بخش خصوصی یا دولت هزینه زیادی برای انجام بهینه‌سازی یک پروژه کرده است،اما پول حاصل از فروش داخلی گاز به‌صورت قطره‌چکانی بازخواهد گشت، در نتیجه اجرای پروژه‌های بهینه‌سازی، دارای صرفه اقتصادی نخواهد بود.

وی در پایان گفت: یکی از راهکارهای احیای پروژه‌های بهینه‌سازی در حوزه گاز، ایجاد ظرفیت صادرات گاز ایران به کشورهای منطقه است. بدین‌صورت می‌توان با صادرات بخشی از گاز صرفه‌جویی‌شده، نرخ بازگشت سرمایه طرح‌های بهینه‌سازی را بهبود داد و بخش خصوصی و دولت را به انجام این پروژه‌ها تشویق کرد.

> می‌توان با صادرات بخشی از گاز، نرخ بازگشت سرمایه طرح‌های بهینه‌سازی را بهبود بخشید و دولت و بخش خصوصی را به اجرای این پروژه‌ها تشویق کرد

لزوم صرفه‌جویی در مصرف گاز

حسن مرادی، کارشناس انرژی درباره راهکارهای جلوگیری از بروز کمبود گاز در کشور به صمت گفت: در سال‌های گذشته دولت تلاش کرده توزیع منابع گازی را به‌نحوی مدیریت کند که کمبود گاز به مصرف خانگی منتقل نشود. به‌طورقطع، در امسال نیز دولت اجازه نمی‌دهد کمبود گاز مردم را آزار دهد. وی اضافه می‌کند: البته باید توجه داشت، تعادل مصرف و تولید در کشور ما برقرار نیست و اگر منابع جدیدی به تامین گاز اضافه نشود، ممکن است نبود تعادل، برای سالجاری چالش‌برانگیز شود. ایران چندین‌برابر کشورهایی که جمعیت مشابه با آن دارد، گاز مصرف می‌کند، به‌نحوی‌که گفته می‌شود مصرف گاز ایران به‌اندازه کل مصرف کشورهای اروپایی است و شاهد مصرف بی‌رویه گاز در ایران هستیم.

■ دلایل افزایش مصرف انرژی در ایران

مرادی خاطرنشان کرد: یکی از دلایل افزایش مصرف گاز در ایران نامناسب بودن وسایل گرمایشی است که علاوه بر آلودگی هوا، حجم بالایی از گاز مصرف می‌کند و این موضوع بر صادرات گازی کشور تاثیر منفی گذاشته است.

وی در ادامه افزود: ایران کشوری غنی از انرژی است، به‌طوری‌که از لحاظ وجود ذخایر گازی، رتبه دوم را داشته و رتبه پنجم را هم از نظر تولید دارد. بااین‌حال، در تامین گاز برای فصول سرد سال با مشکل مواجه است. اگر میان مصرف گاز ایران با دیگر کشورها مقایسه‌ای انجام گیرد، بدون تردید مصرف گاز ایران از خیلی کشورها بالاتر است، اما نکته آن است که نمی‌توان بدون در نظرگیری شاخص‌ها و متغیرها این قیاس را انجام داد، زیرا دمای مناطق مختلف دنیا با یکدیگر متفاوت است.

■ بهینه‌سازی در مصرف و تولید

فقدان بهینه‌سازی در مصرف و تولید گاز، در همه موارد از صنایع تا مصرف‌کنندگان خانگی، موجب مصرف شدید برق تابستانی و گاز زمستانی می‌شود، از این‌رو با اعمال تدابیری چون اصلاح قیمت‌ها، نوآوری و... باید روند مصرف را اصلاح کرد. ممکن است با ادامه این شرایط به‌زودی نه‌تنها آینده صادرات گاز نابود می‌شود، بلکه ممکن است در داخل نیز با کمبود گاز مواجه شویم.

این کارشناس خاطرنشان کرد: ممکن است مصرف گاز در شهرها و روستاهای کوچک به‌دلیل سرما و نبود امکانات گرمایشی مناسب بسیار بیشتر باشد، در حالی که در همین مناطق دهک‌های کم‌درآمدتر ساکن هستند. برای ممانعت از این تلفات بالا، ضرورت بهینه‌سازی در مصرف و تولید وجود دارد.

وی ادامه داد: این موضوع که گفته شود، قشر مرفه مصرف بالاتر و مابقی دهک‌ها مصرف پایین‌تری دارند، چندان کارشناسانه نیست. گفتنی است، بالاترین دهک، ۳۰ درصد مصرف بیشتر و پایین‌ترین دهک هم ۴۰ درصد مصرف کمتری در حوزه گاز داشته‌اند. بر این اساس، حجم مصرف تفاوت خیلی زیادی در دهک‌های مختلف ندارد. هرچند که خانه‌های بزرگ به‌طبع بنا بر مساحتی که دارند، گاز بیشتری برای تامین گرمایش زمستان مصرف می‌کنند، اما نه آن‌قدر بیشتر که تفاوت فاحشی بین مصرف این دهک‌ها، وجود داشته باشد.



■ چالش‌های جدی سر راه افزایش تولید

مرادی گفت: تحریم و نبود امکانات و تکنولوژی، موجب شد تا افزایش تولید محقق نشود. از سوی دیگر نیز، مصرف گاز در بخش صنعت، نیروگاهی و خانگی نیز افزایش یافت، همچنین ایران تقریبا جزو چند کشور برتر دنیا در توسعه گازرسانی است که خود این موضوع افزایش مصرف را به‌دنبال دارد.

مرادی در پایان گفت: حل مشکل کمبود گاز در کشور، موضوعی نیست که بتوان در کوتاه‌مدت برای آن راهکار ارائه کرد، چراکه این موضوع نیازمند اعمال راهکارهای بلندمدت است. وی اظهار کرد: برای رفع مشکلات گاز در دراز مدت باید متناسب با ذخایر کشور، افزایش تولید انجام می‌گرفت و مصرف کنترل می‌شد، اما متاسفانه به‌دلیل مشکلاتی که وجود داشت، این موضوع محقق نشد.

> در حال حاضر ایران تقریبا جزو چند کشور برتر دنیا در توسعه گازرسانی است که خود این موضوع افزایش مصرف را به‌دنبال دارد

سخن پایانی

باوجود آنکه ایران رتبه سوم بزرگ‌ترین تولیدکننده گاز طبیعی در جهان را دارد؛ باتوجه به شروع افت فشار مخازن گازی میدان پارس جنوبی و ادامه روند افزایشی مصرف، ممکن است د ر آینده با چالش جدی برای تامین گاز طبیعی مواجه شویم. این موضوع در سال‌های اخیر به‌ویژه در فصول سرد سال با افزایش تقاضای بخش خانگی برای گرمایش تشدید شده؛ به‌نحوی‌که تنها در سال ۱۳۹۸ حدود ۱۲میلیارد لیتر گازوئیل و نفت کوره باارزش بیش از ۵میلیارد دلار برای جبران کمبود گاز توسط نیروگاه‌ها سوزانده شده است.

این در حالی است که ظرفیت‌های افزایش تولید انرژی در کشور وجود دارد. البته برای افزایش تولید گاز از میادین جدید به سرمایه‌ای معادل ۵۰ میلیارد دلار، سرمایه‌گذاری نیاز است که در صورت جذب این سرمایه اهداف تولیدی محقق خواهد شد. این درحالی است که برخی از کارشناسان معتقدند درغیر این صورت، پس از سال ۱۴۱۰ بروز پدیده کمبود گاز محتمل خواهد بود. از طرفی، امکان تامین چنین مبلغی از منابع داخلی وجود ندارد و به‌فرض، اگر هم بتوانیم چنین مبلغی را تامین کنیم، به فناوری، تجهیزات و دانش فنی نیاز است که حداقل امکان تامین آن از داخل و حتی در منطقه وجود ندارد.

با توجه به موارد یاد شده، پیش‌بینی کاهش و حتی قطع گاز بخش‌های مختلف صنعت دور از ذهن نیست. در این صورت ممکن است با کاهش صادرات و مصرف مقادیر بیشتر نفت کوره در مقایسه با گذشته مواجه شویم.

این پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد؛ در صورت بی‌توجهی و عدم‌برنامه‌ریزی و اقدام سریع، کشور با بحران جدی برای امنیت انرژی روبه‌رو خواهد شد، به‌نحوی‌که احتمال واردات این حامل انرژی یا بازگشت به دهه ماقبل ۷۰ شمسی و خرید و توزیع وسایل گرمایشی نفتی و زغالی بین مردم اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

دریچه

ضرورت متنوع‌سازی موجودی سبد سوخت



محمدعلی خطیبی
کارشناس انرژی

ایران بارها اعلام کرده که با توجه به گسترش هزاران کیلومتر شبکه انتقال گاز در سطح کشور، آماده است افزون بر صادرات گاز، سوآپ گاز را نیز به‌ویژه از شمال به جنوب و برعکس به کشورهای همسایه از طریق خط لوله و دیگر نقاط جهان از طریق احداث تأسیسات ال‌ان‌جی عملیاتی کند. درواقع ایران با توجه به موقعیت جغرافیایی و زیرساخت‌های موجود می‌تواند مطلوب‌ترین گزینه برای تجارت گاز باشد.

طبق اعلام وزارت نفت، ایران با در اختیار داشتن ۱۸ درصد ذخایر گازی جهان، دومین کشور دارنده این منبع انرژی ارزشمند و دوستدار محیط زیست به‌شمار می‌آید. ذخایر گازی ایران حدود ۳۲ هزار میلیارد مترمکعب برآورد شده که فاصله‌ای ۵ هزار میلیارد مترمکعبی با روسیه به‌عنوان اولین کشور دارنده ذخایر گاز جهان دارد. به لحاظ تولید، ایران بعد از امریکا با ۹۱۴ میلیارد مترمکعب در سال (۲۰۲۰) و روسیه با ۶۳۸ میلیارد مترمکعب، سومین کشور تولیدکننده گاز جهان با ۲۵۰ میلیارد مترمکعب به‌شمار می‌آید که فاصله معناداری با دو کشور اول و دوم دارد.

امریکا در حالی اولین تولیدکننده گاز جهان است که کل ذخایر آن حدود ۱۲ هزار میلیارد مترمکعب برآورد شده است، اما به لحاظ مصرف داخلی گاز، ایران چهارمین کشور مصرف‌کننده گاز جهان (با ۲۳۳ میلیارد) بعد از امریکا (با ۸۳۲ میلیارد مترمکعب در سال)، روسیه (با ۴۴۴ میلیارد مترمکعب) و چین (با ۳۰۷ میلیارد مترمکعب) به شمار می‌آید.

بر مبنای این آمار، امریکا ۹۰ درصد گاز تولیدی، روسیه ۶۵ درصد و ایران ۹۱ درصد از گاز تولیدی خود را مصرف می‌کنند. چین هم در سال نزدیک به ۱۳۰ میلیارد مترمکعب کسری تولید داخل را از خارج و عمدتاً از روسیه وارد می‌کند.

با در نظر گرفتن جمعیت و اندازه اقتصاد کشورهای امریکا، روسیه و چین و ایران، به نظر می‌رسد مصرف داخلی گاز در ایران به‌تناسب تولید، از ناموزونی بالایی برخوردار است که خود از مصرف بالا و بی‌رویه آن در داخل کشور دارد.

براساس آمار، تنها ۹ درصد گاز تولیدی کشور (۲۰ میلیارد مترمکعب در سال) به دو کشور ترکیه و عراق صادر می‌شود که این با میزان ذخایر کشور تناسب ندارد. در این میان کشور قطر با تولید سالانه ۱۷۸ میلیارد مترمکعب گاز و صادرات حدود ۱۷۰ میلیارد مترمکعبی در سال، بزرگ‌ترین کشور صادرکننده به لحاظ حجم تولید و صادرات است.

بااینهمه سال‌هاست که در فصل سرد سال، میزان مصرف داخلی گاز در کشور افزایش پیدا می‌کند و این موضوع جدیدی نیست و اگر بخواهیم توان صادراتی این سوخت استراتژیک را افزایش دهیم، در داخل با مشکلات کمبود گاز مواجه می‌شویم. از این‌رو، در فصل سرد امکان تمرکز بر بحث صادرات گاز وجود ندارد.

در چنین شرایطی یا باید میزان تولید را افزایش دهیم یا باید با همین میزان تولید، صرفه‌جویی داشته باشیم. باتوجه به صرفه‌جویی که انجام می‌گیرد، از آن مقدار مازاد باقیمانده، می‌توان حجم صادرات را تاحدی افزایش داد. اگر این ۲ مورد انجام نشود، در بحث صادرات، با مشکلات مواجه خواهیم شد.

باید بپذیریم که در مصارف داخلی، وابستگی شدیدی به گاز داریم و به این ترتیب اصلی‌ترین وابستگی ما در بحث انرژی موضوع گاز است. اگر بخواهیم وابستگی مصارف خانگی به سوخت گاز را تغییر دهیم، نیاز به یک زیرساخت اساسی داریم و زیرساخت‌های فعلی باید اصلاح شوند. با به‌وجودآوردن زیرساخت‌های مناسب، می‌توان انرژی‌های دیگری را نیز، وارد سبد مصرف کرد که با این اقدام وابستگی به گاز کمتر خواهد شد.

از این‌رو به‌مرور زمان، انرژی‌های دیگری را می‌توان جایگزین گاز کرد. همان‌طور که گفته شد، چنانچه میزان تولید گاز در کشور افزایش پیدا کند، می‌توان حجم بیشتری از گاز تولید را صادر کرده و با کشورهای صادرکننده وارد رقابت شد. در این شرایط باید به اصلاح الگوی مصرف توجه ویژه‌ای داشت. در این صورت با صرفه‌جویی در مصرف گاز، می‌توان مقدار حجمی را که به‌صورت مازاد باقی می‌ماند، به میزان گاز صادراتی افزود و در این صورت، میزان صادرات افزایش می‌یابد.

افزایش مصرف گاز که پس از نهضت گازرسانی به تمام شهرها و روستاها و حتی صنایع کوچک و بزرگ انجام گرفت؛ به‌یک‌باره به سد تشدید تحریم‌ها مواجه شد و با نبود سرمایه‌گذاری برای توسعه میدان‌های گازی ایران، شرایط به نقطه‌ای رسید که دومین دارنده ذخایر گاز ایران، در روزهای سرد سال، شاید مجبور به واردات حجم عظیمی از گاز طبیعی باشد.

از سوی دیگر، گازی که در حال مصرف بی‌رویه آن هستیم، ممکن است در آینده‌ای نه‌چندان دور، تمام شود و این زندگی آسوده برمبنای گاز سخت و طاقت‌فرسا شود.

به این فکر کنید که همین فردا دیگر گاز تمام شده است و شما وابستگی شدید به این انرژی دارید. چه اقدامی انجام خواهید داد؟ اگر صرفه‌جویی در این‌باره انجام نگیرد، یک روز از خواب بیدار می‌شویم و مجبور به زندگی بدون انرژی گاز هستیم.

در نتیجه، باید از هم‌اکنون برای متنوع‌سازی سبد سوخت، توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر، سرمایه‌گذاری، مدیریت، افزایش تولید پایدار و بهینه‌سازی مصرف انرژی اقداماتی انجام شود، در غیر این صورت، در آینده شرایط سخت‌تری را تجربه خواهیم کرد.

یادداشت

صادرات بی‌رمق مصالح ساختمانی



میثم فراهانی
کارشناس بازار مسکن

قیمت مصالح ساختمانی همچون سیمان و میلگرد که مصالح اصلی ساخت‌وساز هستند، تاثیر مستقیمی بر نرخ تمام‌شده ملک در کشور دارند و جهش‌های وحشتناکی را در چند سال اخیر تجربه کرده‌اند. بازار صادرات مصالح ساختمانی در سال‌های گذشته از شرایط ناپایدارتری برخوردار بوده و این موضوع خوشبختانه رو به رشد است، اما باتوجه به پیشرفت‌های این حوزه، ما هنوز در صادرات مصالح ساختمانی دستاورد قابل‌توجهی نداشته‌ایم.

کارشناسان و فعالان ساختمانی مسائل متفاوتی را برای روند کند توسعه صادرات مصالح ساختمانی در کشور می‌دانند، اما یکی از اصلی‌ترین دلایل نابسامانی در این اتفاق، کاهش ساخت‌وساز در کشور و بخشی از این کمبود، ناشی از افزایش نرخ مصالح ساختمانی در سال‌های اخیر است، چراکه نرخ مصالح ساختمانی تاثیر مستقیمی بر کاهش تولید و به‌دنبال آن، افزایش نرخ مسکن دارد.

این موضوع به مسئله صادرات مصالح ساختمانی کاملا مرتبط است، چراکه در گام نخست، باید کارخانه‌های تولید مصالح ساختمانی از نظر بازار داخلی رونق پیدا کنند و بعد وارد مرحله صادرات شوند، اما رکود در ساخت‌وساز، انگیزه سرمایه‌گذاری در این بخش را کاهش داده است و با کاهش تولید، دیگر رمقی برای صادرات مصالح ساختمانی باقی نمی‌ماند.

از سوی دیگر، ناترازی انرژی و قطعی‌های مکرر برق در زمان‌بندی‌های مختلف، کمر برخی از تولیدکنندگان مصالح ساختمانی نظیر فولاد و سیمان را شکست. تولید و عرضه برق نسبت به نیاز کشور کم است. باتوجه به مصوبات دولت برای جلوگیری از اعمال محدودیت در برق خانوارها، صنایع باید متحمل این قطعی‌ها شوند. این در حالی است که صنعتی مثل فولاد تنها ۷ درصد از برق کشور را مصرف می‌کند، اما به‌دلیل اینکه نمی‌توانند محدودیت‌ها را به سایر صنایع سوق بدهند، سیمان و فولاد بیشتر متحمل این محدودیت‌ها می‌شوند و این دو صنعت که مهم‌ترین صنایع تولید مصالح ساختمانی در کشور به‌شمار می‌روند، با چالش‌های صادراتی روبه‌رو می‌شوند.

توان رقابت‌پذیری و سرعت در تولید محصولات باکیفیت، از دیگر موضوعاتی است که برای صادرات در این حوزه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در حال حاضر بسیاری از واحدهای تولیدی مصالح ساختمانی در کشور از تکنولوژی و تجهیزات کم‌بهره‌ور و قدیمی استفاده می‌کنند. این امر می‌تواند به کاهش کیفیت و بهبود فرآیندهای تولید منجر شود. همچنین، برخی مصالح ساختمانی نیاز به مواد اولیه وارداتی دارند، اما به‌دلیل محدودیت‌های ارزی و سیاست‌های تجاری، تولید و صادرات مصالح ساختمانی با مشکل روبه‌رو می‌شوند.

در حال حاضر انباشت تقاضای ۵ میلیونی در بازار مسکن وجود دارد؛ اما افزایش سرسام‌آور نرخ مصالح ساختمانی از ابتدای امسال در کنار کاهش صدور پروانه‌های ساختمانی منجر به این شد که علائم حیاتی بازار مسکن که مدت‌ها است در کما فرو رفته، هر روز کمتر شود. حتی طرح نهضت ملی مسکن هم نتوانست تا به امروز کمکی به بازار مسکن کند.

تغییر در هر یک از عوامل موثر بر تولید مصالح ساختمانی می‌تواند نرخ تمام‌شده را تحت‌تاثیر قرار دهد. بنابراین، نرخ مصالح ساختمانی همچون سیمان، میلگرد و یونولیت در جایگاه مصالح اصلی ساخت‌وساز، می‌تواند تاثیر مستقیمی بر صادرات داشته باشد. امیدواریم دولت بتواند عوامل موثر بر افزایش تولید مصالح ساختمانی را کنترل کند و شاهد افزایش هزینه‌ها نباشیم. اگر دولت بتواند نرخ مصالح را کنترل کند، در پروژه مسکن ملی نیز با چالشی روبه‌رو نمی‌شویم و دریچه‌های صادراتی به روی کشور بازار می‌شود.

توسعه استراتژی‌ها و سیستم‌های بهبودیافته مدیریت منابع می‌تواند به بهره‌وری بیشتر در استفاده از مواد اولیه و کاهش هدررفت منابع کمک کند. این شامل بهینه‌سازی زمان‌بندی تولید، تنظیم میزان مصرف مواد در فرآیند تولید و بهبود مدیریت زنجیره تامین است.

بررسی و تنظیم سیاست‌های مرتبط با واردات، صادرات، تجارت و تولید مصالح ساختمانی می‌تواند به بهبود شرایط عرضه و تقاضا و کاهش کمبود مواد اولیه کمک کند.

این شامل بررسی مجدد تعرفه‌ها، محدودیت‌ها و مقررات وارداتی و صادراتی، تنظیم قوانین و مقررات مرتبط با صنعت مصالح ساختمانی و ایجاد چارچوب قانونی و سیاستی مناسب است.

توسعه صادرات مصالح ساختمانی نیاز به راهکار و بازاریابی دارد

در «گیرودار» برنامه‌ریزی

محمد انوشه‌ئی
editor@smtnews.ir



عکس: صمت

صادرات مصالح ساختمانی از جمله ایده‌های بسیار محبوب در زمینه تجارت است؛ چراکه کشور ما سرشار از منابع و ظرفیت، برای تولید باکیفیت‌ترین مصالح در اقلام مختلف است. ورود به این عرصه تجاری، کشور را در معرض چالش‌ها و پرسش‌های گوناگونی درباره کم و کیف این موضوع و عوامل موثر بر افزایش سود قرار خواهد داد. صادرات مصالح ساختمانی تنها یک تجارت همه‌جانبه و با محوریت تولیدکننده نیست، بلکه در این مسیر با صنوف دیگر نیز همکاری‌ها افزایش پیدا می‌کند. متاسفانه صادرات مصالح ساختمانی تا به امروز ضعیف عمل کرده، چراکه دستیابی به بازارهای جهانی، نیازمند راهکار و برنامه‌ریزی است. بخش مسکن یکی از موتورهای اصلی برای به حرکت درآوردن اقتصاد کشور محسوب می‌شود و در این بین، تولید مصالح ساختمانی مرغوب، نقش اساسی در پویایی صنعت ساختمان‌سازی دارد. در ۲ دهه اخیر باتوجه به نیاز جمعیت رو به رشد کشور به مسکن، صنایع مرتبط با این بخش هم، به‌تدریج از حالت سنتی خارج شده و همگام با صنایع دیگر رشد کرده، اما برخی حوزه‌ها همچون سنگ کاشی و سرامیک هنوز به‌طورکامل نتوانسته است تا رضایت مشتریان داخلی و خارجی را کسب و توان رقابت در بازارهای بین‌المللی را پیدا کند. برای دستیابی به جایگاه مطلوب در صادرات مصالح ساختمانی، باید اجرای راهکارها و روش‌های نوین علمی را در دستور کار خود قرار دهیم. مصالح ساختمانی ایران در صنعت ساختمان جهان از لحاظ کیفیت زبانزد بوده، اما در زمینه صادرات آن‌طور که باید عمل نشده،بنابراین لازمه پیشرفت آن، تقویت بازاریابی بین‌المللی است. صمت در این گزارش، عملکرد و ظرفیت‌های کشور را برای صادرات مصالح ساختمانی بررسی کرده است.

ضرورت بازاریابی بین‌المللی برای توسعه صادرات

در سال ۱۴۰۰ میزان تولید سیمان در کشور به ۸۵ میلیون تن رسید. از این میزان تولید، ۶۵ میلیون تن نیاز داخلی کشور و ۲۰ میلیون تن از آن در بخش صادرات سیمان وارد شد. ایران از بابت تامین مواد اولیه صنعت ساختمان، خوشبختانه هیچ کمبود و نگرانی ندارد. همچنین کشور در اقلام مهم نظیر فولاد، سیمان و کاشی سرامیک کمابیش بیش از ۲برابر نیاز داخلی تولید دارد. این ظرفیت صنعت ساختمان، فرصت‌های بسیاری را به روی بازرگانان ایرانی می‌گشاید. محصولات ایرانی با تولیدات باکیفیت می‌توانند به ارزآوری و رونق اقتصاد کشور کمک قابل‌توجهی کنند.

باوجود تحریم‌ها، ایران توانسته در صادرات مصالح ساختمانی و خدمات مهندسی، به بازارهای بین‌المللی نفوذ داشته باشد.

عمده‌ترین بازارهای ایران در بخش مصالح ساختمانی، بازار انواع سنگ کشور قطر، ترکیه، هند و چین هستند. ایران سالانه ۱۲ میلیون تن صادرات کلینکر دارد و عراق، بزرگ‌ترین خریدار کلینکر ایران به‌شمار می‌رود. کویت و افغانستان نیز در رتبه‌های بعدی قرار دارند. ۳۰ درصد صادرات کلینکر کشور، اکنون از طریق منطقه آزاد اروند انجام می‌شود. منطقه آزاد اروند به‌زودی تبدیل به صادرکننده اول کلینکر کشور خواهد شد.

کشور ما در زمینه صادرات مصالح ساختمانی باتوجه به ظرفیت‌های موجود باید بهتر عمل کند. مصالح ساختمانی ایران در صنعت ساختمان جهان از لحاظ کیفیت موردتوجه است و همان‌طور که گفته شد، تقویت بازاریابی بین‌المللی برای پیشرفت صادرات مصالح ساختمانی ضرورت دارد. نیاز مشتری خارجی به خرید مصالح ساختمانی، استراتژی قیمت‌گذاری صحیح و روش‌های بازاریابی بین‌المللی از عواملی است که باید در همه مراحل صادرات به آن توجه شود.

فرصتی بزرگ برای توسعه صنعت ساختمان

کیاکسار محمدی، کارشناس اقتصاد مسکن درباره توان کشور برای صادرات مصالح ساختمانی به صمت توضیح داد: صادرات مصالح ساختمانی می‌تواند یک فرصت بزرگ برای توسعه این صنعت، آن هم با قابلیت تولید اضافی مصالح و منابع‌معدنی باشد. کشور ما به‌دلیل تحریم‌های بین‌المللی که بر آن تحمیل شده، با محدودیت‌ها و مشکلات زیادی در صادرات مصالح ساختمانی مواجه است. این تحریم‌ها مانع از دسترسی به بازارهای بین‌المللی و ایجاد مشتریان جدید شده است. از طرفی، در برخی موارد، کیفیت مصالح ساختمانی تولیدشده در کشور با استانداردهای بین‌المللی مطابقت ندارد که موضوع می‌تواند به عدم‌رضایت مشتریان و کاهش تقاضا برای محصولات ایرانی منجر شود. وی در ادامه افزود: باید پذیرفت در بازار جهانی مصالح ساختمانی، رقابت بسیار شدید است. کشورهای دیگر در این زمینه فعالیت می‌کنند و محصولات باکیفیت‌تر و با نرخ مناسب‌تری را نسبت به کشور ما ارائه می‌دهند. این موضوع نیز باعث محدود شدن روند صادرات مصالح ساختمانی ایران شده است. به‌طورکلی ایجاد روابط با واردکنندگان، پیمانکاران و توزیع‌کنندگان محصولات ساختمانی در بازار هدف، می‌تواند در پیدا کردن مشتریان و تسهیل فرآیند صادرات کمک کند. شرکت در نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و رویدادهای صنعتی نیز فرصت‌های شبکه‌سازی مناسبی برای کشور ایجاد می‌کند که به همه این موارد باید توجه شود.

بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل، از جمله بنادر و راه‌های ارتباطی، می‌تواند به رونق صادرات مصالح ساختمانی کمک کند

بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل اهمیت ویژه‌ای دارد

این کارشناس با بیان اینکه نقص در زیرساخت‌های حمل‌ونقل می‌تواند باعث افزایش هزینه‌ها و تاخیر در تحویل محصولات صادراتی شود، افزود: بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل، از جمله بنادر و راه‌های ارتباطی، می‌تواند به رونق صادرات مصالح ساختمانی کمک کند. به‌طورقطع، تشویق تولیدکنندگان به استفاده از فناوری‌های پیشرفته مانند نرم‌افزارهای مدیریت پروژه، سیستم‌های اتوماسیون تولید و استفاده از ماشین‌آلات پیشرفته، می‌تواند به بهبود کیفیت و افزایش بهره‌وری در صنعت مصالح ساختمانی و به‌طبع، افزایش صادرات کمک کند. توسعه و استفاده از فناوری‌های نوین در تولید مصالح ساختمانی می‌تواند رقابت‌پذیری را افزایش دهد. اگرچه کشور در برخی زمینه‌ها پیشرفت‌هایی کرده، اما نیاز به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بیشتر در زمینه نوآوری و فناوری دارد. محمدی خاطرنشان کرد: با توجه به اهمیت موضوع محیط‌زیست در دنیا، باید در نظر داشت که استفاده از مصالح ساختمانی پایدار و دوستدار محیط‌زیست، در بازار جهانی رو به رشد بوده و بسیار اهمیت دارد. توجه به استانداردهای محیط‌زیست و اخذ گواهینامه‌های مربوطه می‌تواند در جلب‌توجه مشتریان بین‌المللی کمک کند. با تمام مواردی بیان شد تا حد زیادی می‌توانیم به صادرات موفقیت‌آمیز مصالح ساختمانی برسیم و در بازار جهانی حضور قابل‌توجهی داشته باشیم. به هر حال، دولت باید متوجه این امر باشد که هر کشور و بازار ممکن است نیازها و محدودیت‌های خاص خود را داشته باشد، بنابراین تطبیق استراتژی صادراتی با هر بازار مشخص از اهمیت زیادی برخوردار است. وی در پایان گفت: برای مقابله با این ضعف‌ها و افزایش صادرات مصالح ساختمانی، می‌توان بر کیفیت محصولات تمرکز، بازارهای جدید را کشف و ارتباطات تجاری را بهبود بخشید و در توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل و فناوری سرمایه‌گذاری کرد. همچنین، تسهیلات و حمایت‌های دولتی در این امر بسیار موثر است که باید به آن توجه کنیم. سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه برای بهبود فناوری و نوآوری در صنعت مصالح ساختمانی، می‌تواند بهبود یابد و عملکرد محصولات را به ارمغان آورد و رقابت‌پذیری را افزایش دهد. این موضوع شامل بهبود فرآیندهای تولید، کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری است.



ضعف در صادرات مصالح ساختمانی

حسین مرادی، فعال صنعت ساختمانی به صمت گفت: تا به امروز، عملکرد ما در صادرات مصالح ساختمانی ناکافی بوده و برای ورود به بازارهای جهانی، نیازمند راهبردها و برنامه‌ریزی مناسب هستیم. کشور، برای تامین مصالح ساختمانی نیازی به واردات ندارد و واردات فعلی در این حوزه بسیار محدود و اندک است، زیرا کشور ما منابع غنی از مواد کانی غیرفلزی دارد. این مواد به محصولات نهایی در کارخانه‌ها تبدیل می‌شوند، به‌شکلی که تولید سرامیک، کاشی و سیمان با موفقیت‌های چشمگیری همراه بوده و سیمان ایران دارای بسیاری از مشتریان جهانی است و به‌عنوان یک مصالح ساختمانی درجه یک شناخته می‌شود.

وی در ادامه گفت: صادرات مصالح ساختمانی بسیار ضعیف است و دلایل این موضوع را می‌توان در مسائل بین‌المللی و سیاسی جست‌وجو کرد. هزینه‌های بالای حمل‌ونقل و مشکلات در بازاریابی خارجی، از جمله عوامل دیگری هستند که برای دستیابی به جایگاه مطلوب در صادرات مصالح ساختمانی، نیاز به شناخت و استفاده از راهکارهای علمی و عملی در ورود به بازار داریم.

صادرات مصالح ساختمانی بسیار ضعیف است و دلایل این موضوع را می‌توان در مسائل بین‌المللی و سیاسی جست‌وجو کرد

اعتماد مشتریان خارجی افزایش یابد

این کارشناس افزود: ارائه مصالح ساختمانی با کیفیت بالا و استانداردهای جهانی می‌تواند به افزایش اعتماد مشتریان خارجی و جذب بازارهای جدید کمک کند. برنامه‌های کنترل کیفیت دقیق و استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته در تولید مصالح ساختمانی می‌تواند این هدف را نهایی کند. کیفیت مصالح ساختمانی یک موضوع مهم است و برای تضمین کیفیت مصالح ساختمانی، مجموعه‌ای از استانداردها و قوانین وجود دارد.

وی بیان کرد: یکی از دلایل اصلی بهبود کیفیت ساخت‌وساز، بالا بودن کیفیت مصالح ساختمانی و بکارگیری صحیح آنها است. متاسفانه، بسیاری از مصالح ساختمانی استفاده‌شده در صنعت ساختمان، کیفیت مناسبی ندارند و استانداردهای موردنیاز را نمی‌توانند رعایت کنند. این موضوع منجر به کاهش عمر مفید ساختمان‌ها به کمتر از ۳۰ سال شده است. در حالی که در کشورهای اروپایی، از همین مصالح ساختمانی استفاده می‌شود و عمر ساختمان‌ها به ۱۵۰ سال می‌رسد. این وضعیت به‌طورمستقیم نشان‌دهنده هدررفت سرمایه‌های ملی است.

یکی از علل کاهش کیفیت مصالح ساختمانی در کشور، بی‌توجهی به استانداردهای ملی است. این مسئله به‌دلیل تولید مصالح توسط نیروی غیرمتخصص و ناآگاه به استانداردها رخ می‌دهد. علاوه بر این، افزایش شدید تقاضا در یک بازه زمانی کوتاه نیز یکی از دلایل اصلی کاهش کیفیت مصالح است.

پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهند که به‌دلیل کیفیت پایین بسیاری از مصالح ساختمانی استفاده‌شده در کشور و عدم‌تطابق آنها با ویژگی‌های استاندارد، هر سال خسارت‌های زیادی به منابع مالی کشور وارد می‌شود و بازارهای صادراتی از دست می‌رود.



رقابت ناسالم در بخش تولید را کمرنگ کنیم

مرادی با بیان اینکه با نظارت بیشتر و برنامه‌ریزی کامل‌تر، واسطه‌گری‌ها حذف می‌شود، به صمت گفت: همین امر می‌تواند میزان ضرر و زیان کارخانه‌های تولید مصالح ساختمانی را به‌اندازه چشمگیری کاهش دهد. از طرفی، باید رقابت ناسالم در بخش تولید را کمرنگ کنیم، چراکه کاهش بخش‌های ناسالم تولید می‌تواند در کاهش ضرر و زیان کارخانجات تاثیر بگذارد و بازار منظم‌تری را در کشور ایجاد کند. وی در پایان گفت: وابستگی کشور در حوزه صنعت به دنیا امری اجتناب‌ناپذیر است. برای دستیابی به اهداف صادراتی در حوزه مصالح ساختمانی نمی‌توان تنها به اجرای یک طرح اکتفا کرد، بلکه باید مسئولان حضور شرکت‌ها و فعالان در عرصه‌های مختلف را مدیریت کنند. برای دستیابی به اهداف صادراتی در حوزه مصالح ساختمانی نیاز به مدیریت حضور شرکت‌ها و فعالان در عرصه‌های مختلف داریم.

سخن پایانی

صادرات مصالح ساختمانی باتوجه به توان تولید و ظرفیت‌های معدنی کشور امری شدنی و کاملا دست‌یافتنی است. در بالا از مشکلات حمل‌ونقل و ترانزیت برای ارسال مصالح به کشورهای دیگر صحبت شد، اما ایران می‌تواند باتوجه به ظرفیت تولیدی خود، کشورهای اطراف را برای اهداف صادراتی اشباع کند و نیازی به بازار دوردست ندارد، چراکه کشورهای حوزه خلیج‌فارس، ترکیه، عربستان و... برای توسعه زیرساختی و افزایش ساخت‌وساز مصمم هستند و در این راه به مصالح ساختمانی متنوع و بسیار زیادی نیاز دارند،بنابراین ایران به‌راحتی می‌تواند از این بازارها استفاده کنند و ظرفیت صادراتی خود را بالا ببرد. کشور ما اگر می‌خواهد در امر صادرات مصالح ساختمانی حرفی برای گفتن داشته باشد و به بازارهای جدید دست پیدا کند، باید برنامه‌ریزی و سطح کیفی تولید محصولات خود را بالا ببرد.

تحلیل صمت از وضعیت صادرات غیرنفتی نشان می‌دهد

۶ میلیارد دلار تراز منفی تجاری در ۶ ماه



عکس: صمت

امیرعباس آذرموند: آمارهای رسمی نشان می‌دهند که در نیمه نخست امسال، صادرات کالاهای ایرانی به حجم ۶۷ میلیون تن و به ارزش ۲۴ میلیارد و ۱۴۴میلیون دلار بوده و این رقم در مقایسه با نیمه نخست سال ۱۴۰۱، افزایش ۲۹ درصدی از نظر وزن داشته است،اما در زمینه ارزش صادرات انجام‌گرفته، با کاهش ۲.۶ درصدی مواجه شده‌ایم. همان‌طوری که قابل‌پیش‌بینی بود، چین با ۶ میلیارد و ۹۲۱ میلیون دلار، سهم ۲۷.۸ درصدی از بازار صادراتی ایران را از آن خود کرده است و پس از آن، عراق، امارات‌متحده‌عربی، ترکیه و هندوستان قرار دارند.

بهره از ظرفیت‌های انرژی در تامین امنیت منطقه

به‌گزارش صمت، آخرین آمارهای مربوط به صادرات غیرنفتی نشان می‌دهد، در ۶ ماهه نخست ۱۴۰۲ حجم صادرات کشور به ۶۷ میلیون و ۷۳۴ هزار تن افزایش یافته که در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته، افزایش ۲۹درصدی داشته است. این در حالی است که ارزش صادرات کشور با رسیدن به ۲۴ میلیارد و ۱۴۴ میلیون دلار، نه‌تنها شرایط بهتری نسبت به گذشته ندارد که کاهشی ۲.۶ درصدی داشته‌اند. این امر می‌تواند بیانگر این نکته هم باشد که احتمالا صادرات مواد اولیه افزایش یافته که باوجود افزونی ۲۹درصدی حجم صادرات، ارزش آن کمتر شده است. می‌توان ادعا کرد که صادرات حجیم‌تر ایران، نتوانسته درآمد کشور را بالاتر ببرد و کمی هم از میزان آن کاسته است. با تقسیم حجم صادرات بر ارزش آن، مشخص می‌شود که هر تن کالای صادراتی ایران با نرخ ۳۵۶ دلار فروخته شده که این نیز در مقایسه با سال گذشته، کاهش ارزش شدید و ۲۴درصدی داشته است. به‌عبارت‌دیگر، اگر ایران صادراتش را با ارزشی که در سال گذشته به‌وجود آورده، انجام می‌داد، امروز درآمدهای حاصل از آن، ۳۰ میلیارد دلار بود.

منفی شدن تراز تجاری

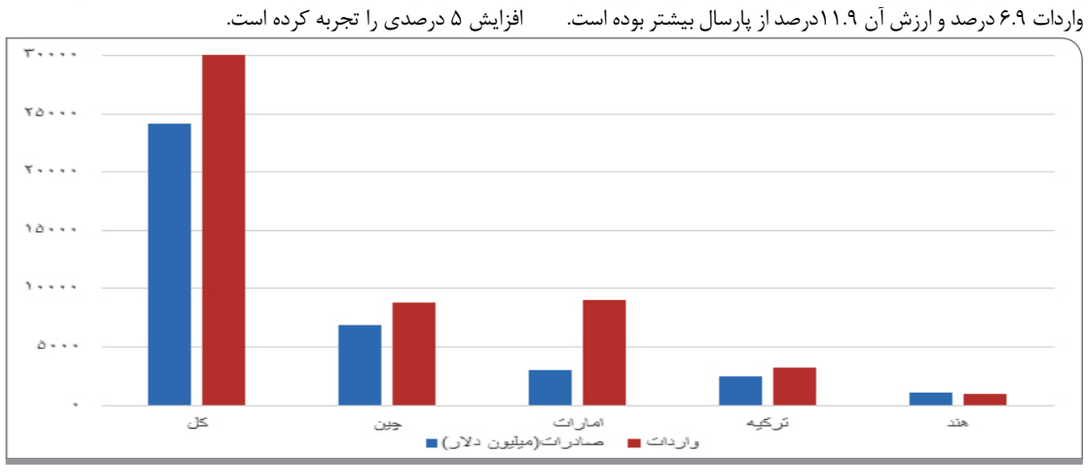
شرکای تجاری اصلی ایران همچنان چین، عراق، امارات‌متحده‌عربی، ترکیه و هندوستان هستند و چنان بازار این کشورها صادرات ایرانی را در خود پذیرا است که مجموع صادرات به این ۵ شریک اصلی، ۷۵ درصد کل صادرات کشور را دربرگرفته است.

ارزش صادرات به جمهوری خلق چین ۶ میلیارد و ۹۲۱ میلیون دلار و معادل ۲۸.۷ صادرات ایران بوده است. عراق نیز با سهم ۱۸.۸درصدی، ۴ میلیارد و ۵۴۱ میلیون دلار از صادرات ایران را از آن خود کرده و امارات‌متحده‌عربی نیز مقصد ۳میلیارد و ۱۶میلیون دلار سهم ۱۲.۵درصدی از صادرات ایران بوده است. ترکیه و هند نیز در حالی به‌ترتیب ۱۰.۳درصد و ۴.۴درصد از صادرات ایران سهم داشتند که ارزش صادرات به ترکیه ۲ میلیارد و ۴۹۸ میلیون دلار و هند یک میلیارد و ۶۶ میلیون دلار بوده است.



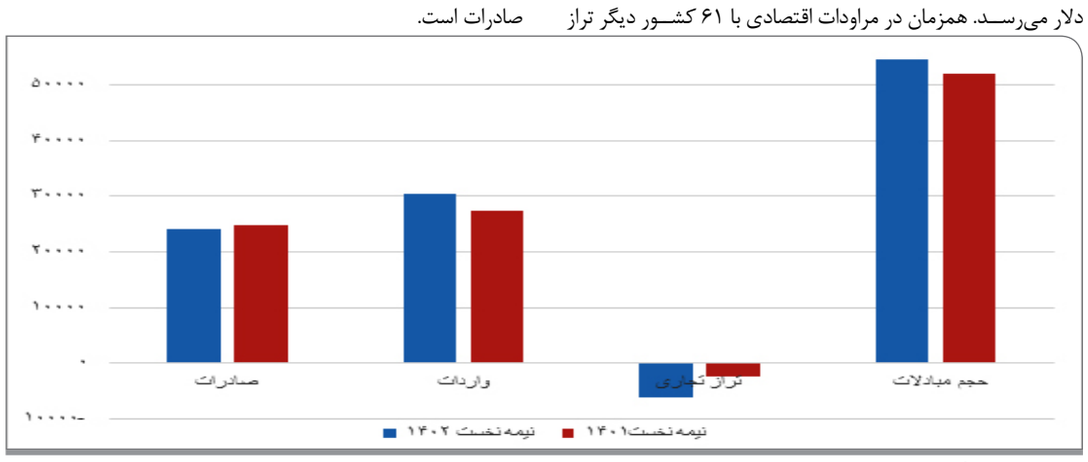
در مقابل، حجم واردات در مدت زمان مذکور، با حجم ۱۷میلیون و ۶۰۹ هزار تن و با ارزش ۳۰ میلیارد و ۴۴۳ میلیون دلار و حجم واردات ۶.۹ درصد و ارزش آن ۱۱.۹درصد از پارسال بیشتر بوده است.

این مهم نشان می‌دهد که هر تن کالای وارداتی به ایران معادل هزار و ۷۲۹ دلار هزینه داشته و در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته، افزایش ۵ درصدی را تجربه کرده است.

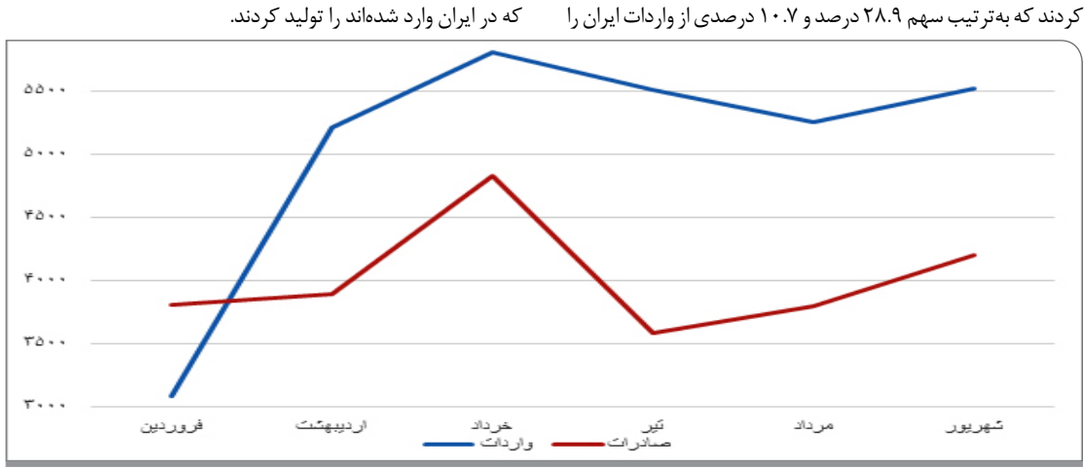


چین و امارات، شرکای اصلی ایران

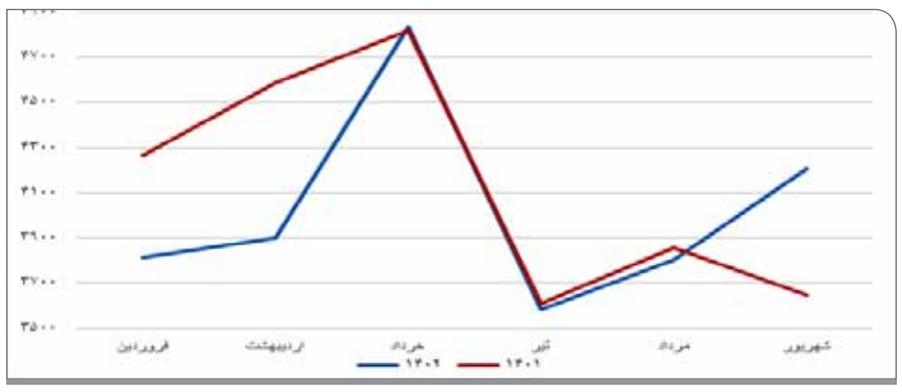
جزئیات دیگر آمارهای رسمی حاکی از آن است که ایران با ۷۵ کشور جهان تراز تجاری مثبتی داشته که میزان آن به ۱،۸ میلیارد دلار می‌رسد. همزمان در مراودات اقتصادی با ۶۱ کشور دیگر تراز تجاری منفی شده است که حجم آن را ۱۴.۳میلیارد دلار محاسبه کرده‌اند. منظور از تراز تجاری منفی، بیشتر بودن سطح واردات از صادرات است.



مهم‌ترین مبدأ وارداتی به ایران، امارات‌متحده‌عربی بوده که ۹میلیارد و ۴۲ میلیون دلار به ایران کالا صادر کرده و این رقم معادل ۲۹.۷ درصد واردات کشور در نیمه اول امسال بوده است. چینی‌ها ۸ میلیارد و ۷۷۸ میلیون دلار و ترکیه ۳میلیارد و ۲۵۳ میلیون دلار کالا به ایران صادر کردند که به‌ترتیب سهم ۲۸.۹ درصد و ۱۰.۷ درصدی از واردات ایران را به تولیدات خود اختصاص داده‌اند. آلمان نیز با سهم ۳.۵ درصدی، یک میلیارد و ۷۳ میلیون دلار به ایران کالا ارسال کرده و هند نیز با ۹۸۷ میلیون دلار، شریک پنجم ایران است. این کشورها بالغ بر ۷۶درصد کل واردات ایران و ۱۹۵کشور دیگر جهان نیز ۲۴ درصد از کالاهای دیگری که در ایران وارد شده‌اند را تولید کردند.



سهم ۵۲ درصدی پتروشیمی از صادرات

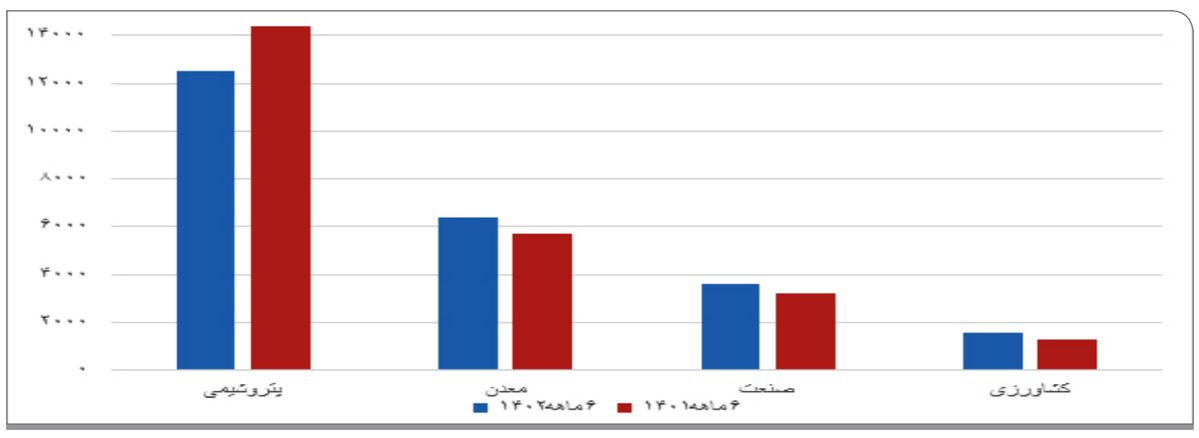


بررسی عملکرد ماهانه هم نشان می‌دهد که بیشترین حجم صادرات و واردات کشور در پایان بهار به‌دست آمده است.

در حالی که در فروردین نیز کمترین حجم واردات انجام شده،اما در ماه تیر، کمترین میزان واردات انجام گرفته است.

جز فروردین، در ۵ ماه دیگر، همواره واردات از صادرات بیشتر و در واقع تراز تجاری در ۵ ماه از نیمه نخست منفی بوده است.

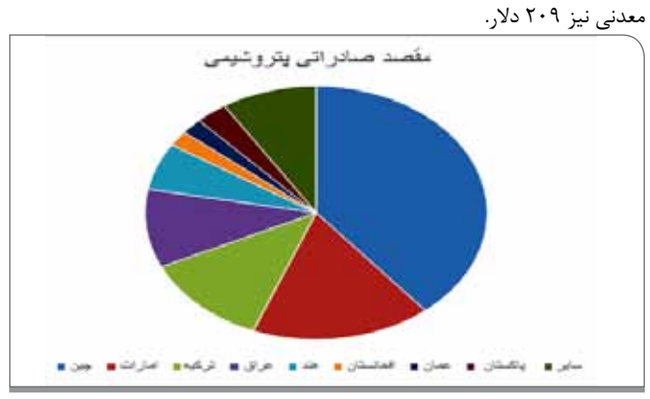
مقایسه عملکرد ماهانه نیمه نخست امسال در مقایسه با مدت مشابه در سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که جز در شهریور، در ۵ ماه دیگر، همواره حجم صادرات در سال گذشته بیشتر از امسال بوده است. در حالی که در خرداد نیز، اندکی این نرخ مثبت شده،اما چنان افزایش ناچیزی بوده است که در محاسبات جدی گرفته نمی‌شود. ضمن اینکه، در اردیبهشت امسال، صادرات ۱۵درصد کمتر از مدت مشابه در سال گذشته بوده است.



از مجموع ۲۴ میلیارد و ۱۴۴ میلیون دلار صادرات انجام‌گرفته در نیمه نخست امسال، ۱۲میلیارد و ۵۴۶ میلیون دلار آن در بخش پتروشیمی بوده و معادن و صنایع مرتبط با آن نیز ۶ میلیارد و ۳۸۹ میلیون دلار صادرات را ثبت کرده است. صنعت و کشاورزی نیز به‌ترتیب ۳ میلیارد و ۵۸۹ میلیون دلار و یک میلیارد و ۵۶۷ میلیون دلار از طریق صادرات غیرنفتی برای کشور ارزآوری داشته‌اند.

نکته مهم این است که در مقایسه با نیمه نخست سال ۱۴۰۱ صادرات محصولات پتروشیمی ۱۳درصد کاهش یافته است. میزان صادرات صنعت و محصولات معدنی نیز ۱۲درصد بیش از مدت زمان مشابه در سال گذشته شده و صادرات محصولات کشاورزی ۲۲ درصد افزایش یافته است. ضمن اینکه، ارزش هر تن صادرات صنعتی ۱۰۷۱ دلار بوده و محصولات پتروشیمی نیز ۴۰۲ دلار به‌ازای هر تن درآمدزایی داشته‌اند. محصولات کشاورزی در هر تن ۵۹۸ دلار فروخته شده‌اند و محصولات معدنی نیز ۲۰۹ دلار.

در زیرگروه محصولات پتروشیمی، صادرات گاز طبیعی رشدی چشمگیر و حیرت‌انگیز داشته است. در نیمه نخست ۱۴۰۱ صادرات این گروه کالایی کمتر از یک میلیارد دلار بود،اما در بهار و تابستان امسال، صادرات گاز طبیعی با افزایش یک میلیارد و ۲۲۴میلیون دلاری که رشد ۱۲۵درصدی را هم نشان می‌دهد، به ۲ میلیارد و ۲۰۴ میلیون دلار رسید. مهم‌ترین مقصد صادرات محصولات پتروشیمی ایران، کشور چین با خریداری۳۹ درصد کل این محصولات بوده است. امارات‌متحده‌عربی نیز ۱۷درصد از محصولات پتروشیمی صادرشده ایران را در بازار خود جای داده است و ترکیه و عراق هم به‌ترتیب ۱۲ و ۱۰درصد این محصولات را وارد کرده و هند، افغانستان، پاکستان و عمان نیز دیگر واردکنندگان عمده محصولات پتروشیمی ایران بوده‌اند.





عراق، مشتری اصلی صنایع

در بخش صنعت، محصولات پلیمری سهم اصلی در صادرات را با ارزش ۹۷۰ میلیون دلار تصاحب کرده و صنایع‌غذایی نیز ۸۶۳ میلیون دلار ارزآوری داشته است. این دو بخش به‌ترتیب ۴ و ۳.۶ درصد از کل صادرات ایران را رقم زده‌اند. صنایع شیمیایی، دیگر گروه مهم این بخش، در مجموع ۴۷۳ میلیون دلار صادرات داشته است. لوازم‌خانگی و ماشین‌سازی نیز هرکدام ۲۰۵ میلیون دلار کالا صادر کرده‌اند. در این دو بخش، نکته مهم این است که فناوری به‌کاررفته در تولید آنها، بالاتر از بخش‌های دیگر است که منجر به ارزآوری چشمگیرتر آنها می‌شود. وزن صادرات این دو بخش ۵۹ و ۵۹ هزار تن بوده که از این نظر، کمترین وزن را داشته‌اند. به‌طورطبیعی، هرچه فناوری به‌کاررفته برای تولید یک کالا پیشرفته‌تر باشد، نرخ آن هم بیشتر است.

بررسی مقصد صادراتی ایران نشان می‌دهد که عراق میزبان ۴۴ درصد از کل صادرات صنعتی در بهار و تابستان امسال بوده است. افغانستان، پاکستان و امارات نیز به‌ترتیب ۹، ۸ و ۶ درصد از این محصولات را در بازار خود پذیرفته‌اند. همسایه غربی، ترکیه نیز مقصد ۵درصد از تولیدات صنعتی خارج‌شده از کشور بوده و پس از آن نیز، روسیه، آذربایجان و ترکمنستان قرار دارند.

بررسی صادرات نیمه نخست از نظر رده‌های عمده اقتصادی، نشان می‌دهد که ۸۶.۶ درصد از کالاهای صادرشده ایران، جزو کالاهای واسطه‌ای بوده که ارزش آنها ۲۰ میلیارد و ۸۹۸ میلیون دلار محاسبه شده است. کالاهای مصرفی با ارزش ۳ میلیارد و ۴۱ میلیون دلاری، سهم ۱۲.۶درصدی از محصولات صادراتی را از آن خود کرده و کالاهای سرمایه‌ای نیز ۲۰۳ میلیون دلار صادرات داشته که سهمی کمتر از یک درصد را به خود اختصاص داده‌اند.



از نظر سطح فناوری به‌کاررفته در تولید کالاها نشان می‌دهد که همچنان محصولات اولیه، بزرگ‌ترین حجم کالاهای صادراتی را از آن خود کرده‌اند. این کالاها در ۶ ماهه نخست امسال، ۹ میلیارد و ۲۸ میلیون دلار ارز برای کشور آورده‌اند که ۱۳درصد بیشتر از مدت زمان مشابه در سال گذشته بوده است. فناوری سطح متوسط نیز ۷ میلیارد و ۲۰۵ میلیون دلار از صادرات کشور را تولید کرده‌اند. صادرات مبتنی بر منابع نیز ۵ میلیارد و ۴۳۲ میلیون دلار درآمد صادراتی را برای کشور فراهم و فناوری سطح پایین نیز یک میلیارد و ۹۸۰ میلیون دلار از صادرات کشور را تامین کرده است. تولید با فناوری سطح بالا نیز سهمی اندک از صادرات کشور داشته و تنها ۱۷۲میلیون دلار کالای ایرانی را به کشورهای دیگر فرستاده است.

کارشناس اقتصاد در گفت‌وگو با صمت:

تحریم، ساختار صادرات کشور را تغییر داد



عکس: صمت

یک کارشناس اقتصادی در مورد نقش تحریم‌ها در تغییر ساختار اقتصاد کشور تصریح می‌کند: «تحریم سبب شده بسیاری از کشورها تمایلی به واردات کالاهای ایرانی ندارند و حتی ممکن است برخی از شرکای تجاری مانند آلمان یا ژاپن که در دهه ۷۰ مراودات زیادی با ایران داشتند، دیگر تمایلی به ادامه همکاری‌های اقتصادی با ایران نداشته باشند. ضمن اینکه در سال‌های اخیر مزیت رقابتی تولید درایران کاهش یافته و به همین دلیل شرکای محدود فعلی نیز بدون اعمال تخفیف‌های جدی در کالاها، حاضر به خرید کالاهای ساخت ایران نیستند که این نیز به کاهش درآمدهای حاصل از صادرات منجر شده است.»

هادی حق شناس، نماینده پیشین مجلس شورای اسلامی و استاندار اسبق گلستان، در مورد وضعیت فعلی صادرات ایران در مقایسه با یکی دو دهه گذشته عنوان می‌کند: «دو دهه پیش که اقتصاد ایران دچار تحریم‌های سخت نشده بود، نه تنها ارقام صادرات ایران بیش از ارقام فعلی بود بلکه در برابری ارز و ریال نیز حتی قدرت خرید ۱۰۰ دلار آن زمان به مراتب از امروز بیشتر بود. به همین دلیل درآمدهای صادراتی ایران هم از منظر اسمی و هم از نظر قدرت واقعی خرید درآمدها، تضعیف شده و این روند به طور جدی درآمدهای کشور را متاثر کرده است.»

مشروح گفت‌وگوی صمت با این کارشناس را می‌توانید در ادامه مطالعه کنید.

◉ به روز ملی صادرات سال ۱۴۰۲ رسیدیم؛ چه تحلیلی از وضعیت صادرات غیرنفتی ایران دارید؟

آخرین آمارهای منتشر شده در این حوزه، وضعیت نیمه نخست سال را نشان می‌دهد که بر مبنای اطلاعات گمرک جمهوری اسلامی گردآوری شده است. طبق این آمار، در بهار و تابستان امسال از یک طرف حجم وزنی صادرات کشور نسبت به مدت مشابه پارسال افزایش ۳۰ درصدی داشته و از سوی دیگر میزان ارزی که از این اقدام نصیب اقتصاد ایران شده کاهش یافته است. وقتی به عقب‌تر هم بر می‌گردیم، این امر به وضوح مشهود است. در بررسی روند صادرات ایران در یک دهه گذشته به این می‌رسیم که از ابتدای سال ۹۰ تا امروز، ارزش ریالی صادرات ایران کاهش یافته است. به‌طور مشخص چند سال پیش، هر تن کالای صادراتی ایران با ارقامی حدود ۵۵۰ دلار فروخته می‌شد. این درحالی است که گزارش‌های جدید نشان می‌دهد این رقم برای امسال به ۳۵۰ دلار رسیده که نشان می‌دهد کالاهای ایرانی یک سوم ارزان‌تر از گذشته به بازارهای خارجی راه یافته‌اند. به همین دلیل من مهم‌ترین ویژگی صادراتی سال‌های اخیر ایران را کاهش ارزش ریالی صادرات می‌دانم.

این در حالی است که نباید به این مسئله تنها از منظر اسمی قیمت‌ها نگریست. دو دهه پیش که اقتصاد ایران دچار تحریم‌های سخت نشده بود، نه تنها صادرات ایران با ارزش ریالی بالاتری مواجه بود، بلکه حتی قدرت خرید با ۱۰۰ دلار آن زمان به مراتب بیشتر از امروز بود. به همین دلیل درآمدهای صادراتی ایران هم از منظر اسمی و هم از نظر قدرت واقعی خرید درآمدها، تضعیف شده است. این روند به طور جدی درآمدهای کشور را متاثر کرده است.

◉ مقاصد صادراتی ایران چه تغییراتی در این سال‌ها داشته است؟

هنگامی که به آمارهای صادراتی در دهه ۷۰ و ۸۰ می‌نگریم، به وضوح نمایان است که آن زمان ۱۵ درصد صادرات ایران به کشورهای اروپایی بوده است. تا حدود دو دهه پیش، ایران به کشورهای قاره امریکا و حتی ایالات متحده هم کالاهایی چون فرش، پسته و زعفران صادر می‌کرد که رفته رفته صادرات این اقلام با کاهش جدی مواجه شده است و در برخی از موارد تنوع در مقاصد صادراتی ایران کاهش یافته است. این درحالی است که تنوع در مقاصد صادراتی، به صادرکنندگان کمک می‌کند خود بازار هدف را تعیین کنند و قدرت انتخاب بالاتری در بازاریابی و انتخاب مشتری به نرخ بالاتر کالا را خواهند داشت. ولی امروز چنین نیست؛ بنا بر آخرین آمارها، ۷۵ درصد صادرات ایران به پنج کشور چین، عراق، امارات متحده عربی، ترکیه و هند انجام می‌شود. این امر نشان می‌دهد که نه تنها باید نگران کاهش ارزش صادراتی کالاهای تولید ایران باشیم، بلکه باید نسبت به کاهش چشمگیر تنوع صادراتی کالا و تنوع مقاصد صادراتی و مشتری‌ها نیز حساس باشیم.

اکنون گفته می‌شود مجموع صادرات ایران به کشورهای اروپایی معادل یک هشتم کل صادرات است. البته باید به این نکته توجه کنیم که در این آمار، ترکیه و روسیه را هم جزو کشورهای اروپایی دسته بندی می‌کنند و اگر مجموع صادرات به این دو کشور از کل حجم صادرات کشور کم شود، به ارقام جدیدی در آمار صادرات می‌رسیم. با احتساب صادرات به جمهوری آذربایجان و ارمنستان، کل صادرات ایران به اروپا، در نیمه نخست امسال به زحمت ۴۰۰ میلیون دلار بوده است که در آمار صادرات ۲۴ میلیارد دلاری این بازه زمانی، اندکی بیش از یک درصد از کل صادرات را شامل می‌شود. در رابطه با قاره امریکا شرایط حتی دشوارتر است؛ مجموع صادرات به کشورهای امریکای شمالی، مرکزی و جنوبی به ۲۹ میلیون دلار می‌رسد که ۱۷ میلیون دلار آن به ونزوئلا و یک میلیون دلار هم به برزیل بوده است. این امر نشان می‌دهد که قاره بزرگ امریکا، مقصد اندکی بیش از ۰.۱ درصد کل صادرات کشورمان را تشکیل داده است.

◉ به نظر شما اعمال تحریم‌ها در این کاهش تنوع مقاصد صادراتی ایران نقش داشته است؟

بدون شک باید بگوییم که تحریم نقشی اساسی و مهم در بازار صادراتی ایران داشته است. به بیان دقیق‌تر، اگر تحریم‌ها نبودند، دلیلی نداشت این وضعیت رقم بخورد. واقعیت این است اخلال تحریم موجب شده که ساختار صادراتی کشور دستخوش تغییراتی شود که از جمله آن کاهش شرکای تجاری کشورمان باشد.

تحریم‌های امریکا موجب می‌شود بنگاه‌ها و کشورهایی که با ایران مراوده دارند، اجازه فعالیت در اقتصاد امریکا که ۲۴ درصد سرمایه‌های جهان را در خود جای داده، را نداشته باشند. به همین دلیل بسیاری از کشورها تمایلی به واردات کالاهای ایرانی ندارند و حتی برخی از شرکای تجاری مانند آلمان یا ژاپن که در دهه ۷۰ مراودات زیادی با ایران داشتند، با محدودیت و ملاحظاتی در واردات کالا از ایران مواجه شده و دیگر تمایلی به ادامه همکاری‌های اقتصادی با ایران ندارند. ضمن اینکه ایران از مزیت‌های رقابتی تولیدات ایران نیز کاسته شده و به همین دلیل شرکای محدود فعلی نیز بدون اعمال تخفیف‌های جدی حاضر به خرید کالاهای ساخت ایران نیستند که این نیز به کاهش درآمدهای حاصل از صادرات منجر شده است.

◉ برخی نیز به سهم ناچیز تولید با فناوری‌های سطح بالا در تولیدات اشاره می‌کنند که ارزش افزوده بیشتری هم در تولید دارند. این درحالی است که این بخش از تولیدات سهمی حدود ۰.۱ درصد از کل صادرات را به خود اختصاص داده‌اند. به نظر شما کسب این سهم در حجم کالاهای صادراتی ناشی از چیست؟

هرچه در تولید یک کالا از تکنولوژی و فناوری به‌روزتر و پیچیده‌تری استفاده شود، نرخ کالای نهایی بالاتر می‌رود که به خودی خود موجب افزایش درآمدها از تولید شده و به طور طبیعی منجر به افزایش ارزش ریالی هر تن کالای صادراتی می‌شود. متاسفانه هنوز نزدیک به ۱۰ میلیارد دلار از ۲۴ میلیارد دلار صادرات کشورمان، صادرات مواد اولیه است و تولید کالاهای با استفاده از فناوری سطح بالا به ۱۷۲ میلیون دلار رسیده است. درنتیجه ما هنوز در حال صادرات مواد اولیه هستیم و صادرات کالاهای سرمایه‌ای نیز بسیار ناچیز است. به این ترتیب در واقع خودمان نیاز به واردات کالاهای سرمایه‌ای داریم تا بتوانیم ناوگان تولید کشور را نوسازی کنیم.

پرواضح است که خام فروشی ناشی از عقب ماندگی نظام تولید است و این نیز دوباره به مسئله تحریم‌ها بر می‌گردد. تحریم درآمدهای کشورمان را در شرایطی کاهش داده که نیاز مبرمی به نوسازی صنایع وجود داشته و دارد ولی از سال ۹۰ به این سو، فناوری مورد نیاز به کشور وارد نشده و تجهیزات موجود نیز دائم دچار استهلاک شده و کارایی گذشته خود را هم ندارند. این امر به سرعت مزیت بخش‌هایی از اقتصاد را از بین برده است. به‌طور واقعی تولید و صادرات محصولات پتروشیمی، فولاد و گردشگری مزیت نسبی کشور و اقتصاد ما به شمار می‌روند ولی به‌دلیل اینکه فناوری مورد استفاده در کشور ما، به روز نشده، درآمدهای متعارف و بالقوه‌ای که از این بخش‌ها می‌توانستیم به‌دست آوریم را از دست داده‌ایم.

◉ از اواخر سال گذشته صادرات نفتی کشور به طور چشمگیر افزایش پیدا کرده است. فکر می‌کنید این امر می‌تواند بی‌توجهی را به صادرات غیر نفتی بیشتر کند؟

من فکر می‌کنم چنین اقدامی به شدت اشتباه است، نه به این دلیل که صادرات غیرنفتی نیاز کشور است و باید آن را افزایش دهیم؛ مسئله این است که ما به طور واقعی صادرات نفت بیشتری انجام می‌دهیم و گفته می‌شود اکنون روزانه یک میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه نفت صادر می‌شود. ولی از این محل درآمد چندانی نصیب کشور نمی‌شود چراکه تنها فروش نفت تسهیل شده و همچنان در بازگشت منابع حاصل از آن با مشکلات جدی مواجه هستیم. چنانچه به دنبال محدودیت‌های ناشی از تحریم، در نقل و انتقال ارز حاصل از صادرات نفت و فرآورده‌های نفتی مشکل داریم. همچنین به طور جدی با محدودیت‌های ناشی از تحریم مواجه بوده داریم و هنوز توافقی برای حل این مسئله صورت نگرفته در نتیجه مشتریان فعلی نیز بدون اعمال تخفیف اساسی در فروش کالا، راضی به خرید نفت ایران نمی‌شوند. حتی پس از فروش نفت در این شرایط نیز، همین درآمد هم پس از احتساب خالص دارایی، در بانک‌های کشورهای دیگر بلوکه شده و برای آزادسازی ارزهای بلوکه شده با فراز و نسیب‌های بسیاری مواجه هستیم.

در این میان باید به یک نکته دیگر هم توجه شود؛ در دولت‌های نهم و دهم درآمدهای سالانه کشور به بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار افزایش یافت اما در سال گذشته درآمد حاصل از صادرات ایران ۵۰ میلیارد دلار بوده است. همزمان با نصف شدن درآمدهای ارزی حاصل از صادرات، اقتصاد کشور بزرگ‌تر شده و در عین حال درآمد نفت هم کمتر شده است. باید توجه کنیم نسبت به دو دهه پیش، یعنی اوایل فعالیت دولت نهم، جمعیت کشور بیشترشده و تنوع مصرف هم به مراتب نسبت به آن روزگار افزایش یافته است. حالا کشور در شرایطی است که درآمدهایش یک‌دوم یا یک‌سوم گذشته شده و به‌طور صریح باید گفت هیچ چیز دیگر مشابه گذشته نیست.

◉ با توجه به موارد یاد شده آیا می‌توان دهه ۹۰ را دهه از دست رفته در اقتصاد ایران دانست؟

در هر صورت دهه گذشته، دهه‌ای دشوار بود که واقعا اقتصاد کشور در آن آسیب‌های بزرگ و جدی دید که بدون شد عوارض آن در سال‌های بعد نیز با اقتصاد ما همراه خواهد بود. باید سال‌ها بگذرد و برنامه‌ریزی کنیم تا بتوانیم گریبان خود را از چنگال از خسارات این دهه نجات دهیم و تولید را به‌روز کنیم.

نه تنها در این دهه از رقبای منطقه‌ای عقب مانده‌ایم که تمام برنامه‌هایی که برای پیشرفت کشور تدوین شده بودند هم نیمه کاره رها شده‌اند. هر چند ما هنوز هم با تحریم‌ها مواجه هستیم و خود این امر نشان می‌دهد هنوز نتوانستیم وارد مرحله نوسازی در اقتصاد کشور شویم و به تعبیر بهتر، ما همچنان در حال آسیب دیدن از تحریم‌های ظالمانه هستیم.

◉ یعنی شما تحریم‌ها را عامل اصلی عقب افتادن کشور می‌دانید؟

به طور واقعی چنین است زیرا تحریم پیش از هر چیزی گذاشتن مانعی بزرگ سر راه بازرگانی خارجی یک کشور است و بدون تردید باید گفت هدفی جز کاهش چشمگیر درآمدها و همچنین ورشکسته کردن دولت ندارد. درنتیجه تحریم‌ها مانع و عامل اصلی وضعیت فعلی هستند. هر چند من نمی‌خواهم بگویم در این مدت هیچ اشتباهی در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی اقتصادمان وجود نداشته و یا فسادی رخ نداده ولی این مشکلات در گذشته هم بوده است.

بدون وجود تحریم‌ها، حتما فضا برای بروز رانت و فساد کمتر بود و نیاز نبود برای دور زدن تحریم‌ها، به روش‌های نامتعارف دست زد که منجر به شکل‌گیری فسادهای بزرگ توسط برخی افراد طمعکار و سودجو شود.

کشور ما به شدت نیازمند این است که موانع فعلی و به طور ویژه محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها را از جلوی راه کنار بزند؛ زیرا امروز نه تنها نیازمند درآمدهای بالقوه‌ای هستیم که فعلا بالفعل نشدند بلکه نیاز داریم شرکای خارجی متعدد و قدرتمندی داشته باشیم که به نوسازی صنایع در بخش‌های مختلف و از جمله نفت و گاز دست بزنیم یا قادر به ساخت نیروگاه تولید برق به اندازه نیاز شویم. تنها در این شرایط است که با تکمیل زیرساخت‌ها می‌توان به توسعه اقتصاد رسید. این درحالی است که شریک خارجی در شرایط تحریمی، وارد فعالیت با اقتصاد ایران نمی‌شود که مشکلی اساسی است.

ضمن اینکه بارها گفته شده که از سال ۹۷ به بعد حجم جذب سرمایه‌گذاری کمتر از شدت استهلاک ماشین‌آلات و خط تولید شده که این امر به خودی خود بیانگر حرکتی خطرناک در کشور است. این امر به دلسوزان کشور گوشزد می‌کند در کنار جذب سرمایه‌گذاری داخلی و افزایش آن، نیاز فوری به حجم بیشتری از سرمایه‌گذاری وجود دارد که تنها از طریق سرمایه‌گذاری خارجی محقق خواهد شد. درنتیجه باید تاکید کرد که تحریم مشکلی اساسی در بخش صادرات و بازگشت درآمدهای کشور ایجاد کرده و موجب فرار سرمایه‌های کشور شده و در این روند سرمایه‌گذاری خارجی هم متوقف شده است.

◉ تنوع در مقاصد صادراتی چه مزایایی برای توسعه صادرات و ایجاد امنیت صادراتی دارد؟

تنوع در مقاصد صادراتی، تنها یک طرف ماجراست که بسیار مهم است. یعنی نباید تصور شود که تنوع در مقاصد صادراتی به معنای این است که مشتریان بیشتری داریم و اگر شریک فعلی در تصمیماتش تجدیدنظر کند، تولیدات ما بدون مشتری نخواهند ماند؛ ولی همزمان نباید تردید کنیم که با تنوع مقاصد صادراتی، درآمدهای حاصل از صادرات و تولید نیز افزایش خواهد یافت.

در این صورت، از یک سو ارزان فروشی و تخفیف دادن به مشتری‌ها دیگر توجیهی نخواهد داشت و از سوی دیگر وقتی برای یک کالای تولید شده مشتریان فراوانی وجود دارد، تولیدکنندگان سراغ بازاری خواهند رفت که کالا را با نرخ بالاتر می‌خرد یا مزایا و تسهیلات ویژه‌ای به تولیدکنندگان ایرانی می‌دهد. به همین دلیل وقتی مشتریان ما زیاد می‌شوند نباید تردید کنیم که درآمدهای حاصل از تولید نیز بیشتر خواهد بود.

◉ این روزها مباحثی درباره FATF و CFT و پذیرش عضویت ایران در این توافق‌نامه‌های بین‌المللی مطرح است، عضویت در این توافقات بین‌المللی چه اندازه مفید است؟

بسیار زیادگ زیرا دیگر می‌توان راحت‌تر درآمدهای حاصل از صادرات را وارد کشور کرد و لااقل جز تحریم مانع دیگری در مقابل شبکه بانکی و نظام پولی کشورمان وجود نخواهد داشت. هر چند در گذشته هم مخالفت با پذیرش الزامات موافقت‌نامه FATF منطقی نبود و به نظر می‌رسد آن مخالفت‌ها هم بیشتر محصول جدال‌های سیاسی بود. به هر روی باید این گرایش را تشویق کرد و آرزو کنیم که این اقدام به طور جدی در دستور کار قرار بگیرد.

برگزاری دهمین کنفرانس بین‌المللی استیل پرایس با موضوع فولاد و مواد اولیه با نگاهی به فولادهای پیشرفته با ارزش‌افزوده بالا در محل هتل المپیک تهران



دهمین کنفرانس بین‌المللی استیل پرایس با حضور فعالان حوزه فولاد و جمعی از مدیران شرکت‌های فولادی، با محوریت فولاد و مواد اولیه و ایجاد ارزش‌افزوده، در سالن همایش‌های هتل المپیک تهران برگزار شد.

به گزارش خبرنگار روابط‌عمومی فولاد خوزستان، در این همایش بهمن تجلی‌زاده مشاور مدیرعامل فولاد خوزستان در امور بازرگانی به عنوان سخنران و مدیر پنل جایگاه فعلی ایران در جهان در صنعت فولادهای با ارزش‌افزوده بالا، نیازسنجی برای نیاز داخل و امکان صادرات و چالش‌های پیش‌رو حضور داشتند.

تجلی‌زاده از ارزش ۲۹ میلیارد و ۶۰۰میلیون دلار تولید فولاد جهان در سال ۲۰۱۹ گفت و افزود: پیش‌بینی می‌شود این میزان در سال ۲۰۲۴ به ۴۴ میلیارد و دویست میلیون دلار برسد. میزان تولید فولاد زنگ‌نزن در جهان ۴۵ میلیون و هشتصد هزار تُن بوده است.

تولید فولادهای زنگ‌نزن شامل: کروم، مولیبدن و نیکل از منابع داخلی کشور یک مزیت نسبی به شمار می‌آید. ۹۶ درصد فولاد کشور، ساختمانی است و تنها ۴ درصد سهم فولاد با ارزش بالا می‌شود.

وی در ادامه اظهار کرد: تولید جهانی فولاد ۹/۲ تریلیون دلار از فعالیت اقتصادی جهان را شامل می‌شود و به‌عنوان ماده‌ای مهم برای حمایت از میلیون‌ها شغل در سطح بین‌المللی تبدیل شده است. شرکت‌های فولادی باید به سمت فولاد آلیاژی و پاک بروند و مطالعات بازار فولادهای آلیاژی تکمیل شود. طرح‌های توسعه شرکت‌های فعلی و در صورت لزوم شرکت‌های جدید متناسب با طرح مطالعه بازار مشخص شود. روند این طرح‌ها (همانند ۵۵ میلیون تن فولاد) در شرکت ملی فولاد به صورت دوره‌ای پایش شود. تولید باید قابل رقابت در عرصه بین‌المللی باشد.

مشاور مدیرعامل فولاد خوزستان در امور بازرگانی در پایان گفت: پایش باید بر اساس آمایش سرزمین، محصولات تخت یا طویل، نوع و تناژ محصولات نهایی، گونه‌های فولادی و مشخص کردن محصولات با ارزش‌افزوده، فناوری و روش‌های تولید به لحاظ پایه انرژی و مسائل زیست‌محیطی (فولاد سبز) و سهم صادرات و مصرف داخل صورت گیرد.

صمت چالش‌های صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان را بررسی کرد

جای خالی محصولات فناورانه در بازارهای جهانی

مهتاب دمیرچی
editor@smtnews.ir

سال گذشته بود که معاون توسعه صندوق نوآوری و شکوفایی بااشاره به اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی در ۷۰ کشور دنیا بازارهای صادراتی خود را پیدا کرده و حتی در برخی بازارهای دنیا، شرکت‌های اروپایی و امریکایی را کنار زده و این بازارها را به تصرف خود درآورده‌اند، گفت: آمار رسمی صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان در سال ۱۴۰۰ به ۸۰۰ میلیون دلار رسید. به‌گفته وی، اگر از روش‌های سنتی صادرات فراتر رویم و آمار غیررسمی صادرات را نیز به آن اضافه کنیم، درمی‌یابیم که شرکت‌های دانش‌بنیان کشور ما در سال گذشته تا بیش از یک میلیارد دلار صادرات داشته‌اند. در صورتی که اغلب فعالان در این اکوسیستم معتقدند، ایران فاقد چهره صادراتی در جهان است و اغلب بازارهای دنیا تصور واقعی از کالاهای فناورانه ایران ندارند. این در حالی است که تسهیلات مالی نهادهای حمایتی از اکوسیستم دانش‌بنیان به صادرات گسترده نینجامیده است، چراکه برنامه مشخصی در توسعه صادرات محصولات دانش‌بنیان وجود ندارد. به‌مناسبت روز ملی صادرات، صمت به چالش‌های صادراتی شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخته است.



ساخت ایران، ناشناس در جهان

امیررضا نیکان، رئیس مرکز تجارت ایران در عراق: ایران چهره‌ای صادرکننده در جهان ندارد، چراکه تاکنون صادرات‌محور نبوده است. به‌همین‌دلیل در اغلب کشورهای دنیا عنوان ساخت ایران یا Made in iran را نمی‌شناسند. منظور از شناخت، تصوری است که عموم مردم جهان از برندهای معروف یک کشور دارند. برای مثال، امروزه اغلب مردم دنیا با عناوینی نظیر ساخت آلمان یا ساخت چین آشنایی دارند، اما ساخت ایران هنوز در فرهنگ زبانی دنیا جا نیفتاده که این ناشی از ضعف‌های عمیق در فرآیند صادرات کشور است.

اغلب کشورها ایران را با کالاهایی نظیر زعفران و فرش می‌شناسند و البته نفت اصلی‌ترین کالایی است که ایران صادر می‌کند. در واقع، اغلب کشورهای دنیا ایران را به‌عنوان صادرکننده نفت می‌شناسند. به‌عبارت‌روشن‌تر، صادرات کالا به مقیاس وسیع در کشور منوط به این دست از کالاها است که اغلب مبتنی بر مکان هستند و کمابیش ارزش‌افزوده قابل‌توجهی ندارند، اما وقتی صحبت از دانش‌بنیان و صادرات کالاهای فناورانه می‌شود، یعنی اکوسیستم فناوری در کشور توانسته باشد با کاربرد علم و فن کالاهایی با ارزش‌افزوده بالا در حد استانداردهای جهانی تولید کند و توانایی رقابت در بازارهای جهانی را هم داشته باشد.

گام نخست در توسعه صادرات محصولات دانش‌بنیان، شناساندن ایران به‌عنوان کشوری است که توان فناورانه کافی در تولید برخی کالاها را دارد. در واقع، فرآیندی می‌طلبد تا شرکت‌های دانش‌بنیان خود را در مجامع بین‌المللی بشناسانند. متاسفانه اغلب مردم دنیا دید واقعی از پیشرفت‌های فناورانه در ایران ندارند و رفع این معضل، وظیفه نهادهای دولتی و حمایتی از شرکت‌های دانش‌بنیان است که تلاش کنند با همکاری رسانه‌ها چهره کشور را از فضای محصور صادراتی که تنها به کالاهایی نظیر فرش، زعفران، نفت و پتروشیمی اختصاص دارد، دور کنند.

■ گمنامی به نام دانش‌بنیان

تاکنون بالغ بر هزار هیات خارجی برای شناخت شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی به کشور آمدند که درصد اندکی از آنها نسبت به اکوسیستم نوآوری و فناوری در کشور آشنایی نسبی داشتند و اغلب تصوری از پیشرفت‌های موجود در ایران نداشتند. اینجاست که باید به نقش بی‌بدیل رسانه در نظام تجاری کشورها پی برد. متاسفانه در برخی رسانه‌های معاند دنیا چهره‌ای مخدوش از ایران نمایش داده می‌شود. علاوه بر آن، به‌دلیل مشابهت املایی واژه ایران با عراق در زبان انگلیسی اغلب اخبارهای این دو کشور به‌صورت تعمدی در کنار یکدیگر آورده می‌شود. مجموع این دلایل باعث شده است تا صادرات محصولات فناورانه رشد چندانی پیدا نکند. تا زمانی که نام ایران در کنار منازعات سیاسی منطقه خاورمیانه آورده شود، پیشرفت‌های فناورانه و دیگر کالاهای همراه با ارزش‌افزوده، فرصت حضور و رشد در بازارهای بین‌المللی را پیدا نمی‌کنند.

■ فقدان فرهنگ صادرات در کشور

معضل بعدی که سد راه توسعه صادرات محصولات دانش‌بنیان شده است، به توانمندی کم فعالان در این اکوسیستم ارتباط دارد. باتوجه به اینکه فعالان در نظام تولید، شناخت دقیقی از فرآیند استاندارد صادرات ندارند، توان دانش‌بنیان‌ها هم در صادرات کالاهای‌شان کافی نیست. در اصل تعریف صادرات در ایران اشتباه جا افتاده است. نمونه واضح توانایی در صادرات کالا را می‌توان در مجموعه سامسونگ دید. این مجموعه که تقریبا شهرت جهانی دارد، علاوه بر هزینه‌های زیاد برای تبلیغات متنوع در کشورهای مختلف، زیرساخت‌های قوی صادرات را دارد. با اینکه چند سالی می‌شود واردات کالاهای این شرکت در کشور ممنوع شده است، اما همچنان دفتر آن در تهران فعال است و بازار ایران را رصد می‌کند.

■ تسهیلات یا هدررفت سرمایه

نمی‌توان عنوان صادرات را به خریدهای خارجی اطلاق کرد. اینکه فردی خارجی محصولی را از یک شرکت ایرانی بخرد و پولش را بدهد، صادرات نیست، چراکه فرآیند صادرات مقدماتی دارد؛ نظیر مطالعه بازار هدف، تدوین نقشه خروجی، حضور در بازار صادراتی که یکی از مهم‌ترین مراحل آن است. حال باتوجه به اینکه دلار با ریال بسیار متفاوت است، هزینه‌های زیادی را می‌طلبد. برای مثال، نمی‌توان نام صادراتی را روی آن شرکت پتروشیمی که به یک عراقی محصول می‌فروشد، گذاشت. در واقع، هرگاه در عراق نمایندگی تاسیس کرد و تیمی را برای رصد بازار گماشت و توانست نرخ و بازار را مدیریت کند، صادرات انجام داده است.

این چالش‌ها برای شرکت‌های دانش‌بنیان نمود بیشتری دارد، چراکه اغلب شرکت‌ها در فضایی تقریبا ایزوله رشد پیدا کرده‌اند و با حمایت‌های تسهیلاتی و بی‌برنامه راهی بازارهای جهانی می‌شوند که در اغلب موارد، شکست می‌خورند. در حقیقت، یکی از چالش‌هایی که در بحث صادرات محصولات دانش‌بنیان وجود دارد، این است که هیچ‌گونه ارزیابی صادراتی از دانش‌بنیان‌ها صورت نمی‌گیرد و رتبه مشخصی به آنها داده نمی‌شود، یعنی شرکت‌ها در حوزه توانمند بودن صادراتی ارزیابی نمی‌شوند؛ این ارزیابی‌ها می‌تواند شامل یک کارت ویزیت دوزبانه تا راه‌اندازی یک دفتر اداری در کشورهای همسایه باشد.



شاید در نگاه نخست، ارائه تسهیلات دولتی به دانش‌بنیان‌ها امری مثبت و سودبخش باشد، اما تا زمانی‌که زمینه صادرات در کشوری فراهم نباشد، تخصیص تسهیلات، سرمایه هدردادن است

چهره

تلاش برای حضور ایران در ترانزیت بین‌المللی



رئیس‌کل گمرک جمهوری اسلامی ایران گفت: طی سفر رئیس سازمان حمل‌ونقل جهانی به کشورمان، بنا شد تا تفاهمنامه مشترکی بین ایران و جمهوری آذربایجان، برای تسهیل ترانزیت ریلی منعقد شود.

به گزارش وزارت امور اقتصادی و دارایی، محمد رضوانی‌فر درباره تلاش‌های گمرک برای تسهیل در روند ترانزیت کالا، گفت: در سفر هیات گمرک جمهوری اسلامی ایران به مقر اروپایی سازمان ملل، جلساتی با رئیس سازمان IRU که متولی اصلی حمل‌ونقل جاده‌ای بین‌المللی است، برای توسعه تعاملات ترانزیت و اتصال سامانه گمرک جمهوری اسلامی ایران به سازمان بین‌المللی ترانزیت و مشارکت و همراهی آنها در حل مسائل و مشکلات ایران با کشورهای همسایه در حوزه تعاملات گمرکی برگزار و مقرر شد تا این مشکلات در سریع‌ترین زمان ممکن با مشارکت آنها حل شود.

وی اضافه‌کرد: حضور گمرک جمهوری اسلامی ایران در هشتاد و یکمین نشست اداری «کنوانسیون تیر» در ژنو سوئیس بسیار ارزشمند بود و در این نشست، مشکلات ایران در حوزه ترانزیت، گمرک و حمل‌ونقل مطرح و مورد بررسی قرار گرفت.

وی با اشاره به تاثیر محدودیت‌های ناشی از تحریم برای ایران گفت: در این سال‌ها محدودیت‌های تحریم مشکلات جدی برای صادرات و واردات و در کل مراودات تجاری ایران ایجاد کرده است. این مشکلات در روابط تجاری ایران با برخی از کشورهای اروپایی پررنگ‌تر از کشورهای هدف آسیایی بوده است.

وی ادامه‌داد: برهمین اساس اکنون ۷۵ درصد از صادرات و واردات ما با کشورهای عراق، هند، چین، امارات و ترکیه است و اروپایی‌ها به شکل معناداری از مبادی واردات و صادرات ایران، به دلیل تحریم‌ها فاصله گرفته‌اند. در انی فرآیند تنها نیاز و اصرار آنها، ماندن ایران در بخش حوزه ترانزیت است که اگر در این زمینه رفتار و برنامه‌ریزی دقیق، درست و به جایی نداشته باشیم، از کریدورهای بین‌المللی حذف می‌شویم.

معاون وزیر اقتصاد درباره دستاوردهای سفر هیات گمرکی ایران در نشست اداری «کنوانسیون تیر» در ژنو سوئیس نیز گفت: هیات گمرکی ایران در این اجلاس به چند توافق دست یافت؛ نخست اینکه برای افزایش حجم مبادلات مربوط به ترانزیت، در خصوص گارانتی محموله‌های ترانزیتی عبوری از خاک ایران، تصمیماتی با همکاری اتاق بازرگانی برای رفع این موانع و به حداقل رساندن مشکلات گرفته شد.

وی اظهارکرد: ما در اتصال سامانه داخلی به سامانه‌های کمرگی کشورهای دیگر با هدف کاهش معطلی در مبادی خروجی و ورودی مشکلاتی داشتیم که قرار شد یک تیم فنی توسط سازمان بین‌المللی حمل‌ونقل جاده‌ای برای حل این مشکل اعزام شود تا به سرعت این مشکلات حل شود.

رضوانی‌فر گفت: از سوی دیگر، قرار شد بر اساس توافقاتی که در ذیل کنوانسیون‌های بین‌المللی وجود دارد، جایی که کشورهای همسایه به تعهداتشان در ذیل این کنوانسیون‌ها عمل نمی‌کنند، ملزم به اجرای این قوانین باشند. به عنوان مثال در مرز بازرگان ترکیه و یا مرز جمهوری آذربایجان در آستارا، گاهی پذیرش خودروهای ترانزیتی و محموله‌های صادراتی ایران به دلیل رقابت و منافع تجاری با مشکل مواجه می‌شود، برهمین اساس مقرر شد این مسائل با ورود این سازمان به رفع مسکلات یاد شده؛ حل شود.

رئیس کل گمرک ادامه‌داد: درحال‌حاضر بین ۲۴ تا ۲۵ هزار کشنده با عمر کمتر از ۳ سال، به ناوگان حمل و نقل ترانزیتی کشور اضافه شده، اما کشورهای همسایه به دلایل مختلف به رانندگان ایرانی ویزا نمی‌دهند. به عنوان مثال در ۶ ماه گذشته فقط به ۸۰ راننده ویزا داده‌اند که در این مورد با وزارت امور خارجه نیز نشست‌هایی برای حل این مشکلات داشتیم.

رضوانی فر همچنین متذکر شد: کشورهای همسایه به دنبال متقاعد کردن رانندگان ایرانی برای مهاجرت هستند، زیرا به دلیل سختی‌های کار رانندگی ترانزیت، کمبود نیرو در این کشورها و همچنین با انگیزه و جوان بودن رانندگان ایرانی، این افراد را برای مهاجرت و اقامت تشویق می‌کنند که قرار شد نشست مشترکی در این خصوص برگزار و این مشکلات رفع شود.

وی تاکید کرد: قرار است در ماه جاری نیز، رئیس سازمان حمل‌ونقل جهانی به دعوت ایران به کشورمان سفر کند که گمرک جمهوری اسلامی ایران میزبان وی است. رضوانی فر ادامه داد: قرار است نشست و تفاهمنامه مشترکی که بین ایران و جمهوری آذربایجان، برای تسهیل ترانزیت ریلی منعقد شده است، در حضور رئیس سازمان حمل‌ونقل بین‌المللی و رئیس گمرک جمهوری آذربایجان در ایران امضا شود.

رئیس کل گمرک ایران اضافه کرد: همچنین مقرر شد سازمان بین‌المللی حمل‌ونقل جاده‌ای برای کمک‌های فنی و فناورانه به گمرک ایران از محل منابع خود، تفاهمنامه‌ای را با کشورمان امضا کند که همه این موارد برای افزایش ترانزیت و حذف نشدن ایران از مسیر ترانزیت‌های بین‌المللی است و گمرک جمهوری اسلامی ایران با همه توان در حال پیگیری و تحقق اهداف در این بخش است.

در بررسی موانع توسعه صادرات ترانزیتی ایران نمایان شد

هدر رفت زمان، مشکل اصلی ترانزیت ایران

گروه گزارش
editor@smtnews.ir

هرچند بیش از هزاران سال از ایجاد ارتباط زمینی بین کشورهای مختلف جهان می‌گذرد و در این میانه وسایل حمل‌ونقل هوایی و دریایی با ویژگی‌های خود به‌وجود آمده‌اند و مشتریان خاصی را دارند اما نمی‌توان سهم خطوط حمل‌ونقل زمینی اعم از جاده‌ای و ریلی را نادیده گرفت، کمااینکه در ایران حمل‌ونقل زمینی با سهمی بیش از ۸۰ درصد درمقابل سهم کمتر از ۲۰ درصدی مجموع حمل‌ونقل دریایی و هوایی نقش غالب را در این روند برعهده دارد.



عکس: صمت

اهمیت حضور در کریدورهای تجاری

در اهمیت حضور در کریدورهای تجاری و مسیرهای ترانزیتی کشورهای جهان خصوصا ایران، دارای ابعاد مختلفی است. از سویی حضور یک کشور در مسیر کریدور تجاری و بهره‌مندی کشورهای مختلف از مسیر آن به معنای ایجاد درآمد برای این کشور سوم است و از سوی دیگر استفاده از زیرساخت‌های ارتباطی علاوه‌بر آنکه موجب هدایت اعتبارات در راستای ایجاد زیرساخت و خطوط ارتباطی ایمن و باکیفیت می‌شود با ارائه خدمات جانبی به عوامل ترانزیتی، برای ساکنان کشور میزبان نیز سودآوری مالی دارد. بنابراین افزایش کیفیت و ایمنی خطوط ارتباطی موجب تسهیل ارتباط مناطق مختلف کشور میزبان شده و از ضررهای مالی و جانی و افزایش سهم هزینه‌های درمانی در اثر سوانح جلوگیری می‌کند. از سوی دیگر عمده هزینه تحمیل‌شده به کشور میزبان بابت ایجاد و نگهداری از این خطوط است که آن نیز با در نظر گرفتن دریافت عوارض به‌صورت مستقیم و افزایش نفوذ اقتصادی و فرهنگی به شکل غیرمستقیم قابل‌چشم‌پوشی است. جنبه دیگر استفاده از خطوط ارتباطی و ترانزیتی در مبادلات تجاری، موجب ایجاد شبکه‌ای از ارتباطات بین سرزمینی و فراسرزمینی شده که علاوه‌بر بهره‌مندی از مزیت‌های یکدیگر، به ایجاد مولفه‌های ارزان اما اثرگذار قدرت برای کشور میزبان می‌انجامد. خلاصه آنکه در نگاه به مقوله ترانزیت و نقش آفرینی کریدوری یک کشور تنها نمی‌توان به راه و مسیر گذر محدود شد و باید اقتصاد مسیر کریدور و حتی اطراف آن را درکنار حفظ امنیت و تضامین مرتبط در نظر گرفت.

«وقت‌کشی» ایران را از لیست ترانزیت خارج می‌کند

انتخاب یک مسیر ترانزیتی توسط یک صادرکننده مشروط به عوامل مختلفی است. به طور خلاصه سه عامل امنیت، هزینه و زمان را می‌توان برای انتخاب یک مسیر کریدوری در نظر گرفت و هرقدر یک مسیر در این سه مولفه نسبت به سایر گزینه‌های موجود مزیت‌های بیشتری داشته باشد، احتمال انتخاب آن بیشتر خواهد بود. مهم‌ترین عامل در انتخاب کریدور ترانزیتی از نگاه تجار متقاضی، عامل زمانی است که نگاهی به عملکرد کشور در این زمینه و مقایسه با آنچه در سایر کشورها انجام می‌گیرد، نشان دهنده ضعف شدید ایرن در این بخش بوده و چه‌بسا عاملی در عدم انتخاب مسیر ایران برای ترانزیت است.

برای مثال زمان عبور محموله ترانزیتی از مرز در اروپا دو تا ۳۰ دقیقه است، حال آنکه این عدد در ایران به یک تا ۶ روز می‌رسد و این به‌معنی سرعت حداقل ۴۸ برابری ترانزیت در اروپا نسبت به ایران است. در بخش عملیات بندری نیز متوسط زمان انتقال و حمل کالا در دنیا حمل یکسره بوده، به معنای آنکه زمان توقف به‌جز انتقال از بندر به راه‌آهن یا وسایل حمل‌ونقل جاده‌ای وجود ندارد، حال‌آنکه زمان عملیات بندری در ایران به دو تا چهار روز می‌رسد. سابقه این مسئله به سال ۱۳۸۵ برمی‌گردد که ویژگی حمل یکسره کالا از امکانات ترانزیتی ایران حذف شد.

مورد دیگر در این زمینه سرعت بازرگانی قطارهاست که این میزان در اروپا با لحاظ توقف‌های تخلیه، بارگیری و زمان صرف شده درطی مسیر، به ۳۱ کیلومتر بر ساعت می‌رسد اما این آمار در کشور ما حدود ۳.۷ تا ۵ کیلومتر بر ساعت است؛ یعنی در بهترین حالت و در نظر گرفتن سرعت ۵ کیلومتر بر ساعت، باز هم سرعت بازرگانی قطارهای کشور کمتر از یک‌ششم قطارهای اروپایی است.

همچنین بسیاری از بنادر ایران برخلاف سایر بنادر جهان از حمل یکسره برخوردار نیستند. این معضل باعث شده تا کالای ترانزیتی به‌طور میانگین بین ۲ تا ۴ روز در بندر معطل مانده و سپس وارد مراحل گمرک شود. بنابراین باید حمل یکسره بندری (لااقل برای محموله‌های ترانزیتی) راه‌اندازی شود.

انتخاب یک مسیر ترانزیتی مشروط به عوامل مختلفی است که ۳ عامل امنیت، هزینه و زمان را می‌توان برای انتخاب یک مسیر کریدوری در نظر گرفت

غفلت از ظرفیت ترانزیت تجاری

نگاهی به موقعیت جغرافیایی غرب آسیا و خصوصا ایران نشان می‌دهد که غرب آسیا محل اتصال سه قاره آسیا، افریقا و اروپا شناخته می‌شود و ایران در قلب این منطقه قرار دارد. از کریدورهای اصلی و مهم گذرنده از ایران نیز می‌توان به کریدور شمال-جنوب و کریدور شرق به غرب اشاره کرد. ظرفیت حداکثری پوشش تقاضای ترانزیت ایران با ایجاد زیرساخت در بلندمدت حدود ۳۰۰ میلیون تن کالا و درآمد ۲۰ میلیارد دلاری است که از این مقدار ۱۰۸ میلیون تن مربوط به کریدور شمال جنوب و باقی آن به کریدور شرق به غرب مربوط می‌شود.

با بررسی استعداد ترانزیت ایران، سه دسته اصلی و قابل‌دسترسی در وضعیت فعلی و قابل هدف‌گذاری در آینده را در نظر گرفت. این سه بخش ترانزیتی با استفاده از ظرفیت کشور عبارتند از ترانزیت انرژی، ترانزیت از خاک کشور و ترانزیت هوایی.

درمورد ترانزیت انرژی نیز عملکرد قابل ترسیم در دو بخش سوآپ و خریدوفروش قابل‌بررسی است. ظرفیت فعلی که می‌توان از آن استفاده کرد سوآپ ۱۵۰ میلیون بشکه نفت با درآمد ۱.۵ میلیارد دلاری در سال است. درخصوص گاز نیز ۲۰ میلیارد مترمکعب ظرفیت وجود دارد که البته سوآپ گاز شاید درآمد بالایی نصیب کشور نکند اما صادرات مجدد (ری‌اکسپورت) آن علاوه‌بر رفع نیاز داخل، با فروش گاز به قیمتی بالاتر از نرخ خریداری‌شده درآمد بیشتری را به‌همراه داشته باشد. عامل دیگر که می‌تواند در رشد درآمد حاصل از ترانزیت انرژی نقش داشته باشد وجود تاسیسات «ال.ان.جی» است، به علاوه آنکه در ترانزیت انرژی، سوآپ گازی تنها با کشورهای همجوار انجام می‌گیرد، درحالی‌که با داشتن این تاسیسات، می‌توان بازار هدف را به خارج از کشورهای همسایه و حتی منطقه گسترش داد.

فاصله با هدف ترانزیت ریلی در افق ۱۴۰۴

حمل و نقل ریلی به عنوان یکی از زیربخش‌های حمل و نقل، دارای نقش کلیدی در اقتصاد نسبت به روش‌های دیگر حمل و نقل است. براساس سند چشم‌انداز ۲۰ ساله و تا افق ۱۴۰۴ باید سهم حمل‌ونقل ریلی برون شهری در جابه‌جایی کالا از ۱۰ به ۳۰ درصد از کل حمل‌ونقل کشور برسد. بر اساس آمار رسمی وزارت راه، سالانه در کشور حدود ۵۰۰ میلیون تن بار جا به جا می‌شود، که این مقدار در حالت غیر رسمی (بدون بارنامه) تا ۵۵۰ میلیون تن نیز تخمین زده می‌شود. یکی از دلایل عدم استقبال از حمل ریلی، سرعت پایین این نوع حمل و نقل است. براساس گزارش‌های منتشر شده در حال حاضر، سرعت تجاری بار در کشور ۶ کیلومتر برساعت است که یکی از دلایل عدم استقبال از حمل ریلی در همین موضوع نهفته است.

پیش بینی دولت برای حمل بار توسط شبکه ریلی در چشم انداز سال ۱۴۰۴ برابر با ۲۰۲ میلیون تن است. همچنین در سند چشم‌انداز طول شبکه ریلی کشور ۲۵ هزار کیلومتر برآورد شده که در حال حاضر کل خطوط ریلی (اصلی، فرعی، مانوری) در حدود ۱۳۵۰۰ کیلومتر می‌باشد؛ بنابراین برای رسیدن به سند چشم‌انداز نیاز به احداث ۱۲ هزار کیلومتر شبکه ریلی داریم.

براساس گزارش‌های منتشر شده، کرایه حمل ریلی در بارنامه که حاصل جمع سه سهم خط، لوکوموتیو و واگن است، از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۷ با افزایش ۱۲۱ درصدی همراه بوده است، ولی به نسبت افزایش تورم رشد کمتری داشته است. در حال حاضر تعرفه پایه حمل مواد معدنی به صورت پایه ۷۷۷.۵ ریال به ازای هر تن-کیلومتر است. کارشناسان در بررسی عوامل موثر بر هزینه پایین حمل در سایر کشورها نسبت به ایران به عواملی مانند، بالا بودن ظرفیت واگن‌ها، بزرگ‌تر بودن طول قطارها، سرعت بالاتر قطارها، ترمینال‌های مجهز جهت تخلیه بار، سرعت بارگیری بیشتر، عدم فرسوده بودن خطوط ریلی و محدود نبودن ظرفیت عبور قطار در مسیر حمل اشاره می‌کنند که سبب کاهش بهای تمام شده کالا می‌شود.

به گفته فعالان اقتصادی، برای افزایش سهم حمل و نقل ریلی باید پروسه واگذاری و اجاره واگن‌ها بسیار شفاف و همچنین سریع و بدون بوروکراسی صورت گرفته و تعداد واگن‌ها نیز اضافه شود. این مهم درحالی از سوی فعالان حمل و نقل مطرح می‌شود، که مسئولان راه آهن، افزایش سهم حمل و نقل ریلی در سطح کشور را منوط به تغییر الگوی مصرف در ترابری می‌دانند.

براساس سند چشم‌انداز تا افق ۱۴۰۴ باید سهم حمل‌ونقل ریلی در جابه‌جایی کالا از ۱۰ به ۳۰ درصد برسد

عوایدی که نصیب کشورهای در مسیر می‌شود

انواع ترانزیت بیشتر از آنکه عواید اقتصادی داشته باشد که در جای خود دارد، در عواید و تاثیرات امنیتی و راهبردی برای کشورهای در مسیر ترانزیت نیز موثر است. در بررسی این عواید می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

اشتغالزایی با ترانزیت جاده‌ای و ریلی

در بخش ترانزیت از خاک ایران، در افق کوتاه‌مدت و با زیرساخت فعلی، ظرفیت ترانزیتی کشور در پایان دولت سیزدهم می‌تواند به ۲۰ میلیون تن کالا برسد که با در نظر گرفتن عوارض ۷۰ دلاری به ازای هر تن کالا با توجه به مسیرهای پرتردد فعلی (این عوارض برحسب نوع کالا و مسیر آن قابل‌تغییر است) درآمد سالانه ۱.۴ میلیارد دلاری نصیب کشور می‌شود. همچنین در افق میان‌مدت بنابر اظهارات کارشناسان، می‌توان با افزایش ظرفیت‌ها و توسعه زیرساخت‌ها را حجم کالای ترانزیتی از خاک ایران طی ۱۰ سال را به ۱۰۰ میلیون تن رساند که این حجم بار، درآمد سالانه ۷ میلیارد دلاری را به چرخه اقتصادی کشور وارد می‌کند. برخی از کارشناسان نیز معتقدند با ظرفیت ترانزیتی نهایی کشور، استعداد ۳۰۰ میلیون تن را می‌توان برای توسعه نرانزیتی کشور متصور شد که فارغ از درآمد ۲۰ میلیارد دلاری، زمینه ایجاد یک‌میلیون شغل مرتبط با مقوله ترانزیت زمینی را برای کشور به ارمغان می‌آورد.

ظرفیت ارزآوری ترانزیت هوایی

نوع دیگر از ترانزیت نیز مربوط به ترانزیت هوایی مسافر است که در سایه بی‌مهری و بی‌توجهی از داخل کشور، این ظرفیت نه تنها فعال نشده، بلکه به علت عدم بازاریابی مناسب برای متقاضیان خارجی نیز ناشناخته مانده است و نتیجه آن شده که در غیاب ایران و با نقش‌آفرینی کشورهای همجوار، تنها دو کشور ترکیه و قطر سالانه ۱۳۰ میلیون مسافر ترانزیت می‌کنند و حتی مسافران ایرانی گاهی با ظرفیت این کشورها ترانزیت می‌شوند. اما در شرح توانمندی ایران در ترانزیت هوایی می‌توان به برنامه‌ریزی برای توسعه زیرساخت‌ها و تحقق هدف‌گذاری ترانزیت ۶.۵ میلیون مسافر رسید. نکته قابل‌توجه آنکه سهم ایران از ترانزیت مسافر هوایی در سال ۱۴۰۰ حدود ۷۰ هزار مسافر بوده که نشان دهنده استفاده از ۱ درصد از ظرفیت این ترانزیت را دارد. در هدف‌گذاری میان‌مدت ترانزیت ۱۹.۵ میلیون مسافر و برای هدف‌گذاری بلندمدت ترانزیت ۳۲.۵ میلیون مسافر را می‌توان درنظر گرفت که با رسیدن به هدف‌گذاری‌های یاد شده می‌توان در میان‌مدت سالانه ۷.۵ میلیارد دلار و در بلندمدت ۱۰.۵ میلیارد دلار به سبد درآمدی کشور اضافه کرد. علاوه بر این در هدف‌گذاری بلندمدت ترانزیت هوایی از ایران، ایجاد اشتغال مستقیم ۱۰۰ هزارنفری را می‌توان در نظر گرفت.

سخن پایانی

به نظر می‌رسد در مدیریت مسیرهای ترانزیتی و ایجاد جذابیت در انتخاب ایران برای تجار و بازرگانان خارجی، جای خالی یک‌نهاد با بازی نقش محوری و قبول مسئولیت کامل احساس می‌شود. بسیاری بر این باورند که در حال حاضر در کشور ۱۵ نهاد اصلی دخالت مستقیم در حوزه ترانزیت دارند و در این حوزه اعمال نظر کارشناسی می‌کنند. بنابراین می‌توان گفت؛ در بررسی مشکلات بخش ترانزیت کشور، سهم عوامل داخلی بیش از عوامل خارجی است.

ایران به‌عنوان نخستین اقدام در حوزه تسهیل ترانزیت و افزایش جریان‌های عبوری از کشور می‌تواند اقدام به تعریف رویه‌های دوجانبه گمرکی با مشتریان اصلی بالقوه ترانزیت کشور کند. در این رویه درصورت ارسال تاییدیه توسط گمرک مبدا برای گمرک ایران، گمرک داخلی بار عبوری دارای تاییدیه را از کلیه تشریفات مرزی معاف کرده و محموله در مدت زمان بسیار کمتری از خاک کشور عبور می‌کند. همچنین در شرایطی که اکثریت قریب به اتفاق کالاها در پایانه‌های مرزی معطل ارزیابی و بروکراسی‌های طولانی‌مدت می‌شوند، نیاز است تا خطوط جداگانه‌ای جهت ترانزیت کالا در پایانه‌ها تعریف شود. این راهکار در کوتاه‌مدت می‌تواند موجب بهبود ترانزیت کشور شود.

از سویی دیگر و در وضعیت کنونی برای تمامی کالاهای ورودی و خروجی اعم از واردات، صادراتی و ترانزیتی، جایگاه‌ها و نیروی انسانی تقریبا یکسانی تعریف شده و این موضوع مزیت زمانی را که یکی از اصلی‌ترین عوامل رونق ترانزیت است را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد.

نقش بازرگانان در توسعه چهارراه تجاری ارومیه

صادرات کالا از آذربایجان‌غربی افزایش یافت

گروه استان‌ها
editor@smtnews.ir


عکس: صمت

شهر ارومیه یکی از شهرهای بزرگ، واقع در شمال‌غربی ایران و همچنین مرکز استان آذربایجان‌غربی است. ارومیه در دامنه کوه سیر و دشت ارومیه قرار گرفته است. از قدیم‌الایام ارومیه را به عنوان چهارراه تجاری می‌شناختند که بر سر مسیرهای قفقاز، میان رودان، آسیای صغیر و شرق دریاچه ارومیه که شاید دیگر نباشد قرار گرفته است که به همین واسطه اوضاع نسبتا خوبی در بازرگانی و تجارت دارد. در واقع ارومیه با قرارگیری بر سر راه تجار و بازرگانان به‌عنوان گمرکی برای واردات و صادرات محصولات ایران به شمار می‌رفت.

گمرک ارومیه واقع در شهر سرو است که در ۵۵ کیلومتری غربی ارومیه قرار گرفته و نقطه صفر مرزی و مرز مشترک با کشور ترکیه دارد. گمرک این منطقه کلیه امور مربوط به واردات و صادرات قطعی و موقت کالا، کارانه تیر مبدأ و مقصد، امور مسافری و امانت

«سرو» نقطه صفر مرزی

پستی برای انواع محصولات صادراتی را انجام می‌دهد. رئیس اتاق ارومیه معتقد است: دارا بودن گمرکات متعدد در استان آذربایجان یک ظرفیت برای توسعه محسوب می‌شود و در نقشه راه توسعه این استان، گمرکات یک بخش اصلی محسوب می‌شوند. همچنین استفاده از کارشناس مجازی مجرب و متخصص در گمرکات اجرایی استان مورد درخواست تمامی فعالان اقتصادی بوده، چراکه کارشناسان مجازی از سایر نقاط کشور از شرایط منطقه و استان اطلاعی نداشته و این امر باعث طولانی شدن این روندها می‌شود.

چندی پیش مدیرکل صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان‌غربی از صدور بیش از ۳ میلیون و ۹۸۱ هزار تن کالا از گمرکات استان به خارج کشور خبر داد. عبدالحمید سرتیپی در گفت‌وگو با مهر با بیان اینکه طی ۶ ماهه نخست امسال بیش از ۶۷ میلیون و ۷۳۲هزار تن انواع کالا به ارزش بیش از ۲۴ میلیارد دلار از گمرکات کشور به بازارهای هدف صادر شده است، افزود: از ابتدای امسال تا پایان شهریور ۳میلیون و ۹۸۱ هزار تن انواع کالاهای داخلی به ارزش بیش از یک میلیارد و ۴۵۱ میلیون دلار از گمرکات استان به کشورهای هدف صادر شده است که نسبت به مدت زمان مشابه سال گذشته از لحاظ وزنی ۴۱ درصد و از لحاظ ارزشی ۶۳ درصد افزایش داشته است.

صادرات ۳.۹ میلیون تن کالا

وی با بیان اینکه در مدت زمان یاد شده بیش از ۲۶۶ هزار تن انواع کالاهای مورد نیاز کشور به ارزش بیش از ۵۰۵ میلیون و ۴۸۲ هزار دلار از گمرکات استان وارد کشور شده است، عنوان کرد: عمده کالاهای صادراتی استان در حوزه‌های پتروشیمی و پایه نفتی، صنعتی، مواد معدنی و صنایع معدنی، کشاورزی، فرش و صنایع‌دستی بوده و عمده کشورهای مقصد صادراتی آلمان، کانادا، ترکیه، عراق، روسیه، امارات متحده عربی، چین، بلاروس، قرقیزستان، قطر، آذربایجان، صربستان، افغانستان، هند و... هستند.

سرتیپی اضافه کرد: عمده کالاهای وارداتی از گمرکات استان قطعات مورد نیاز صنعتی، معادن و صنایع معدنی، ماشین‌آلات ریسندگی، پودرجاذب، پلیمرهای اکریلیک جامد، ماشین‌آلات بافندگی، انواع تایر، پارچه‌هایی که تولید داخل ندارند، محصولات کشاورزی، اکسیدهای تیتان و... بوده و عمده کشورهای مبدأ وارداتی ترکیه، کره، ایتالیا، آلمان، روسیه، چین، مالزی، بلغارستان، انگلستان، رومانی، اکوادر، سوئیس، سوئد، جمهوری چک، عراق و... است.

وی خاطر نشان کرد: نزدیک ۴۰ درصد تولید ناخالص داخلی کشور و بیش از ۳۵ درصد اشتغال کشور متعلق به وزارت صمت یکی از کلیدی‌ترین وزارتخانه‌ها با طیف وسیعی از کارهاست که برای مدیریت و پیشبرد این امور نیازمند حجم عظیمی از دانش و تخصص‌هاست.

مدیر کل صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان‌غربی اضافه کرد: بر اساس آمار سامانه رصد اشتغال از ۵۰ هزار اشتغال استان در سال گذشته، ۱۵هزار و ۷۰۰ اشتغال مربوط به صمت استان است و ۷هزار و ۱۰۰ نفر اشتغال در شش ماهه اول امسال در حوزه صمت استان در سامانه رصد ثبت شده است.

سرتیپی با اشاره به آمار حوزه صنعتی استان عنوان کرد: در دو سال اخیر ۲هزار و ۶۱۰ جواز صنعتی با سرمایه‌گذاری ۱۱۴ هزار میلیارد تومان در استان صادر که رشد ۶۰ درصدی را شاهد بودیم. همچنین در این مدت ۱۷۱ پروانه بهره‌برداری و ۲۴۴ جواز توسعه برای واحدهای صنعتی صادر شده است.

سرتیپی تصریح کرد: هم اکنون در استان هزار و ۸۰۹ واحد تولیدی صنعتی دارای پروانه بهره‌برداری معتبر در حال فعالیت هستند که برای بهره‌برداری از این واحدها ۱۲۴هزار میلیارد ریال سرمایه‌گذاری انجام شده و با فعالیت این واحدها زمینه اشتغال مستقیم برای ۵۴هزار و ۳۲۸ نفر مهیا شده است.

درآمد گمرکات آذربایجان‌غربی

به گفته مسئولان گمرک در استان آذربایجان‌غربی درآمد گمرکات استان در امسال به میزان ۱۷هزار میلیارد ریال رسیده که رشد ۳۹درصدی را نسبت به مدت مشابه سال قبل دارد.

به گزارش ایسنا، خالد جنگجو، ناظر گمرکات آذربایجان‌غربی با بیان اینکه طی ۵ ماهه امسال میزان صادرات از گمرکات استان از لحاظ وزنی ۵۴درصد و از لحاظ ارزشی ۱۰۴درصد افزایش یافته است، تصریح کرد: امسال میزان صادرات مبلغ ۲میلیارد و ۴۳۲میلیون دلار بوده که رشد ۱۰درصدی را نسبت به مدت مشابه سال قبل خود نشان می‌دهد.

وی گفت: از آغاز دولت سیزدهم، میزان صادرات به ترکیه از حیث ارزش ۵۱درصد و از لحاظ وزنی ۲۹ درصد، به عراق از لحاظ وزنی ۱۵درصد و از لحاظ ارزشی ۲۲درصد و آذربایجان ۱۰۴درصد از لحاظ ارزشی و ۹۲درصد از لحاظ وزنی نسبت به ۲سال آخر دولت قبل رشد داشته است.

جنگجو خاطر نشان کرد: میزان صادرات از مبادی رسمی در ۲سال اخیر به کشور ترکیه به ارزش ۴میلیارد و ۹۰۶میلیون دلار، عراق یک میلیارد و ۹۸۳میلیون دلار و آذربایجان یک میلیارد و ۱۹۹میلیون دلار بود.

ناظر گمرکات آذربایجان‌غربی اظهار کرد: در ۵ماهه امسال میزان صادرات از بازارچه‌های مرزی استان ۵۴درصد از نظر وزنی و ۱۴درصد از نظر ارزشی رشد داشته است.

وی با اشاره به اینکه میزان متوسط تردد مسافر از گمرکات استان روزانه ۱۱هزار و ۸۷۰نفر و میزان تردد کامیون ۱۸۷۳دستگاه در روز است، یادآور شد: در ۵ماهه امسال ۲۸۱هزار دستگاه کامیون از مبادی استان تردد کردند و رشد ۱۲درصدی را شاهد بودیم که بازرگان با ۴۰درصد و پیرانشهر با ۴۳درصد بیشترین تردد کامیون را داشتند.

جنگجو خاطرنشان کرد: سهم گمرک بازرگان در ترانزیت مبدا از حیث وزنی ۷۷درصد، پیرانشهر ۱۲درصد، سرو و پلدشت یک درصد و رازی ۹درصد است. وی ادامه داد: از نظر نیروی انسانی، فنی و قضایی با مشکلات اساسی مواجه هستیم.

نزدیک ۴۰ درصد تولید ناخالص داخلی و ۳۵ درصد اشتغال کشور متعلق به وزارت صنعت، معدن و تجارت و این وزارتخانه یکی از کلیدی‌ترین وزارتخانه‌هاست

سخن پایانی

به گفته برخی مسئولان یکی از کمبودهای استان در گمرکات کمبود آزمایشگاه‌های مرجع برای تعیین ماهیت کالاهای صادراتی و وارداتی است.

بر اساس ماده ۲۲ تقویت و توسعه نظام استاندارد سازمان استاندارد موظف است در کلیه گمرکات از خدمات آزمایشگاهی بخش خصوصی، تعاونی و مراکز دانشگاهی که فعالیت آنها مورد تایید است استفاده کند یا با بهره‌گیری از توان داخلی نسبت به ایجاد آزمایشگاه‌های مرجع اقدام کند که این موضوع در تفاهمنامه‌ای میان گمرک جمهوری اسلامی ایران و سازمان استاندارد ایران حل‌وفصل شده اما اجرایی نمی‌شود. بی‌شک این موضوع در سامانه گمرکی کشور اصلاح نشده که این امر موجب جرایم سنگینی برای واردکنندگان است.

در چهارمین نشست کمیسیون بازرگانی و واردات اتاق بازرگانی یزد مطرح شد

انتقاد از محدودیت در روند ثبت سفارش

نمایندگان بخش خصوصی در چهارمین نشست کمیسیون بازرگانی و واردات اتاق بازرگانی یزد با اشاره به لزوم برنامه‌ریزی برای تامین و عرضه گوشت قرمز در استان یزد نسبت به افزایش نرخ دام زنده و گوشت قرمز و همچنین کاهش قابل توجه واردات، هشدار دادند.

به گزارش خبرنگار صمت از استان یزد چهارمین نشست کمیسیون بازرگانی و واردات اتاق بازرگانی یزد با سه دستور کار بررسی واردات دام و تامین گوشت قرمز، بررسی مشکلات ایجاد شده ناشی از سهمیه‌بندی واردات برای بازرگانان و بررسی مشکلاتی ناشی از تغییرات رویه ثبت سفارش برگزار شد.

در این نشست مشکلات ایجاد شده ناشی از سهمیه‌بندی واردات برای بازرگانان و مشکلات ناشی از تغییرات رویه ثبت سفارش مورد بررسی و گفت‌وگو قرار گرفت و اعضای کمیسیون از بخشنامه‌های متعدد و سیاست‌گذاری‌های نادرست دولت در این خصوص انتقاد کردند.

اعضای کمیسیون با ابراز نگرانی بخش خصوصی از بخشنامه مدیریت منابع و مصارف ارزی وزارتخانه برای تغییر فرآیند تعیین سهم مجاز سالیانه بازرگان و واحد تولیدی برای ثبت سفارش خواستار اصلاح این مصوبه شدند.

به اعتقاد بازرگانان، دستورالعمل وزارت صنعت، معدن و تجارت شامل مواردی می‌شود که به موجب آن واردات انواع کالاها با موانعی برای ثبت سفارش روبه‌رو است ضمن اینکه سهمیه‌بندی واردات مشکلاتی را برای تجار و بازرگانان ایجاد کرده است.

علی فرشادپور، رئیس کمیسیون بازرگانی و واردات اتاق بازرگانی یزد با بیان اینکه واردات و صادرات تفاوت فاحشی دارد و ارز کمتری هم وارد کشور می‌شود، گفت: از ابتدای امسال تاکنون ۲۴ دستورالعمل و بخشنامه برای کاهش تولید داشته‌اند در حالی‌که امسال رشد تولید نام‌گذاری شده اما بخشنامه‌ها برعکس است.

وی با بیان اینکه مشکل ما فقط ارز نیست که اگر آن را نیز تخصیص دهند مشکل برق و گاز هم داریم، ادامه داد: دنبال حل مسئله هستیم و با توجه به اینکه در تلاشیم مشکلات بخش خصوصی را به دولتی‌ها انتقال دهیم تا بدانیم چه تصمیمی دارند و پیش از اینکه بخشنامه‌های خود را ابلاغ کنند تعامل با بخش خصوصی داشته باشند.

رئیس کمیسیون بازرگانی و واردات اتاق یزد اضافه کرد: بخش خصوصی ۱۵ درصد از اقتصاد کشور را در اختیار دارد و صادرات خود را می‌تواند با وارداتش متعادل کند و گلیم خود را از آب بکشد اما دولت سنگ اندازی می‌کند و فشار می‌آورد. وی با انتقاد از چالش‌های ناشی از عدم تخصیص ارز عنوان کرد: سامانه نیما و بازار آزاد تفاوت فاحشی دارند اما به رسمیت شناخته نمی‌شوند و تعادل هم برقرار نیست و ریشه آن دست بانک مرکزی و سیاست‌گذاری کلان کشور است که باید اصلاح شود.

رئیس کمیسیون بازرگانی و واردات اتاق یزد خاطرنشان کرد: بانک مرکزی بزرگ‌ترین دارنده ارز است و باید مداخله کند نرخ آزاد را پایین بیاورد یا اینکه اگر می‌خواهد نرخ تعیین کند باید به شکلی پیش ببرد که نرخ آزاد وجود نداشته باشد نه اینکه نرخ آزاد باشد و به رسمیت نشناسند.

عباسعلی متوسلیان؛ عضو کمیسیون بازرگانی و واردات اتاق یزد هم با بیان اینکه بی‌توجهی دولت‌ها به هشدارهای بخش خصوصی در چند دهه متوالی چنین وضعیتی را رقم زده گفت: خطوط تولید قطعات یدکی می‌خواهد که باید از خارج کشور بیاوریم و دچار فرسودگی شده‌ایم و از سویی افق روشنی هم در پیش نداریم و وقتی سرآمدان صنعت چنین ناامیدانه فعالیت کنند تاسف‌بار است.

وی با انتقاد از بخشنامه‌ها و ابلاغیه‌های پی در پی دولت افزود: مقررات دولت اجازه تامین ارز برای بخش خصوصی ندارد و طوری شده که فقط دغدغه اشتغال را داریم و اگر تعطیلی داشته باشیم آسیب‌های جدی در جامعه به‌دنبال دارد اما مسئولان چنین دغدغه‌ای ندارند.

علی‌اصغر بیگی دیگر عضو این کمیسیون هم با بیان اینکه دولتی‌ها می‌دانند تولید با مشکلات و معضلات متعددی مواجه است و مشکل ارزی هم دوچندان شده گفت: باید بررسی کارشناسی‌تر روی این موضوع صورت گیرد.

وی بیان کرد: اجرای این تصمیمات که غیرکارشناسی است، منجر به افزایش فعالیت غیررسمی، خروج سرمایه، اختلال در ترخیص کالاهای ثبت سفارش، کمبود مواد اولیه واحدهای تولیدی و کمبود عرضه محصولات خواهد شد که نتیجه همه این موارد فشار بیشتر بر نرخ ارز آزاد خواهد بود.

همچنین این نشست در حالی برگزار شد که نگرانی از برهم‌خوردن بازار گوشت قرمز در آینده نزدیک و رشد نرخ مصرف‌کننده در این بازار و چاره‌جویی برای جلوگیری از رخ دادن چنین پیشامدی، به محور اصلی گفت‌وگوها در این نشست تبدیل شد.

به گفته اعضای کمیسیون بازرگانی و واردات اتاق بازرگانی یزد، عدم تامین گوشت قرمز می‌تواند منجر به افزایش نرخ بیشتر این فرآورده و کاهش مصرف شود که باید برای جلوگیری از این شرایط دولت و بخش خصوصی در تعامل با هم برای آن چاره‌جویی کنند.

گزارش خبری

خرید اتوبوس‌های برقی در استان البرز



شهردار کرج با اشاره به اینکه طی امسال اقدامات مطلوبی توسط مدیریت شهری در شهر صورت گرفته است، گفت: شهرداری کرج در ارائه و تبیین اقدامات انجام شده وگزارش عملکرد به مردم ضعیف عمل کرده و باید در این حوزه به‌صورت جدی‌تر عمل کنیم.



به گزارش خبرنگار صمت از استان البرز مهرداد کیانی در جلسه شورای برنامه‌ریزی شهرداری کرج با تاکید بر اینکه باید عملکرد شهرداری به مردم گزارش داده شود تا از این طریق بتوان دیدگاه مردم نسبت به عملکرد شهرداری را تغییر داد، بیان کرد: با توجه به اینکه در مناطق کم برخوردار نسبت به سنوات گذشته اقدامات مطلوبی صورت گرفته است لذا عدم تبیین عملکرد و اطلاع رسانی به مردم موجب شده بسیاری از این اقدامات دیده نشود و این امر بر دوش مدیران مناطق و سازمان‌ها است تا در این خصوص به صورت ویژه عمل کنند. کیانی در ادامه با بیان اینکه طی جلساتی که با مدیران و معاونان برگزار شده موضوعات مهمی مطرح و مواردی به مدیران متذکر شده عنوان کرد: متاسفانه در برخی موارد اقدامات مطلوبی در خصوص مطالب مطرح شده صورت نگرفته است.

وی با اشاره به اینکه بازدیدهای میدانی در سطح مناطق از موضوعات مهمی بود که در جلسات به صورت مکرر به مدیران تذکر داده شد، افزود: بازدید میدانی مدیران در سطح مناطق باید به صورت مستمر انجام شود چرا که تحقق این مهم در پیشبرد امور راهگشا بوده و اعتماد شهروندان به مدیریت شهری جلب خواهد شد.

شهردار کرج بخش دیگر صحبت‌های خود را به معضل زباله در سطح شهر اختصاص داد و گفت: بحث زباله از موضوعاتی است که موجب آزار مردم شده که باید به جد به آن پرداخته شود. وی با اشاره به اینکه برخی از مخازن زباله در سطح شهر مملو از زباله است، افزود: برای رفع این معضل نیاز است معضل حساس در سطح شهر شناسایی و نسبت به آن توجه ویژه شود.

مهرداد کیانی در ادامه صحبت‌های خود درباره فضای سبز و سد معبر به ایراد سخن پرداخت و گفت: سد معبر تبدیل به معضل بزرگی در شهر شده که همه مدیران و دستگاه‌های قضایی و امنیتی در این خصوص نسبت به آن متذکر شده‌اند و بعضا نگرانی‌های امنیتی نیز به وجود آورده است. رفع این معضل بر دوش مدیریت شهری بوده و مدیران و مسئولان مربوطه باید به صورت تخصصی و جدی در آن ورود کرده و با متخلفان برخورد کنند.

وی با اشاره به اینکه شهرداری کرج نسبت به سال گذشته از حیث درآمدی و جذب شرایط بسیار مطلوبی دارد، ابراز خرسندی کرد که مدیریت شهری توانسته در حوزه‌های عمرانی، فضای سبز و... اقدامات مطلوبی را ارائه دهد.

انتخاب کرج به عنوان پایلوت استفاده از اتوبوس‌برقی

شهردار کرج با اشاره به اختصاص ۷۰۰ میلیارد تومان اعتبار ازسوی وزارت کشور برای خرید اتوبوس‌های برقی عنوان کرد: در این خصوص شهرداری کرج ۲۰۰ میلیارد تومان نقد و ۵۰۰ میلیارد تومان اوراق دریافت کرده است.

وی با بیان اینکه شهر کرج در رقابت با شهرهای بزرگ کشور توانسته نخستین شهری باشد که دارای اتوبوس برقی شود، اضافه کرد: با همت مدیران شهری کرج ظرف چهار ماه آینده تعداد ۴۰ دستگاه اتوبوس برقی به چرخه خدمت‌رسانی افزوده خواهد شد و در واقع می‌توان گفت که نخستین اتوبوس‌های برقی ایران در خدمت مردم کرج قرار خواهند گرفت. کیانی در پایان صحبت‌های خود درباره اقدامات شهرداری برای خرید ماشین‌آلات صحبت کرد و گفت: در حوزه آتش‌نشانی بعد از سال‌ها چندین دستگاه خودرو ویژه آتش‌نشانی خریداری شده و بیش از ۱۰۰ میلیارد تومان ماشین‌آلات سنگین به مجموعه شهرداری کرج اضافه خواهد شد.

تکمیل زیرساخت‌های معادن طبس

معاون استاندار و فرماندار ویژه طبس گفت: دولت سیزدهم ۱۰ هزار میلیارد ریال به تکمیل و تقویت زیرساخت‌های معادن این شهرستان کمک کرده است. علی‌اکبر رحیمی در دیدار خبرنگاران افزود: از ابتدای استقرار دولت سیزدهم تاکنون بسیاری از پروژه‌های تعطیل و نیمه‌تمام در شهرستان طبس به فعالیت صد درصد رسیده است.

وی به ایسنا گفت: کارخانه کُک یکی از این پروژه‌هاست که از افتخارات شهرستان طبس محسوب می‌شود و با بهره‌برداری از باتری‌های ۵ و ۶این کارخانه حدود ۴۵۰ هزار تن ظرفیت تولید کک در سال خواهیم داشت.

وی تکمیل زیرساخت معادن را از اقدامات دولت سیزدهم عنوان کرد و گفت: یکی از مهم‌ترین مطالبات چندین ساله منطقه، جاده معادن بود که در حال احداث است و امیدواریم سال آینده ۲۰ کیلومتر آن به بهره‌برداری برسد. رحیمی اضافه کرد: احداث این جاده از مطالبات چندین ساله کارگران بوده که در دولت سیزدهم محقق شده اشت. وی گفت: همچنین ۳ هزار میلیارد ریال در حوزه برق و ۲ هزار میلیارد ریال در حوزه آب توسط ایمیدرو در دولت سیزدهم سرمایه‌گذاری شده است. فرماندار ویژه طبس افزود: در این شهرستان بیش از ۷هزار مسکن در حال احداث است که ۵۶ واحد به بهره‌برداری رسیده و طبس در واگذاری زمین رتبه اول استان را دارد.

شنبه
۲۹ مهر ۱۴۰۲- ۵ ربیع‌الثانی ۱۴۴۵ - ۲۱ اکتبر ۲۰۲۳- شماره ۲۴۲۸-پیاپی ۳۷۴۶

صمت
صنعت معدن تجارت

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه صمت: www.smtnews.ir/about.html

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»

مدیرمسئول: عاطفه خسروی

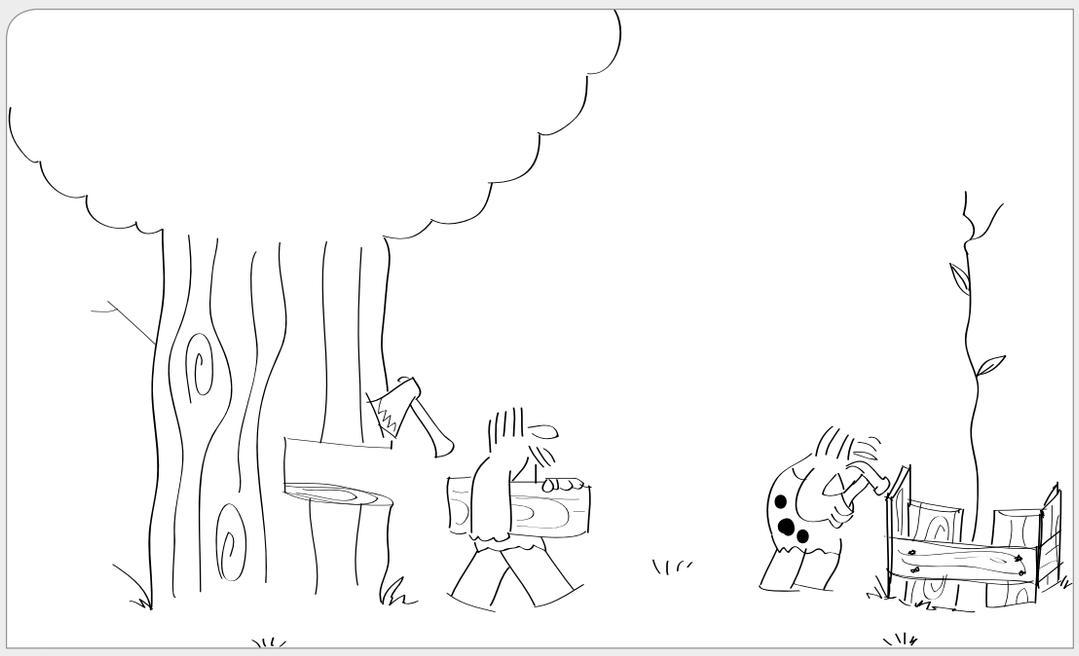
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۲ - ۰۹۹۹۱۹۵۷۶۱
ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com
تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر:(داخلی-۱۰۴) پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶- کد پستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir
امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir
چاپخانه: صمیم

www.smtnews.ir info@smtnews.ir
telegram.me/smtnews instagram.com/smtnewspaper
tozi.smtnews@gmail.com

روزنامه صمت با رتبه ۱
در میان روزنامه‌های تخصصی مقام ۱
در میان روزنامه‌های اقتصادی مقام ۲

عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی
عضو انجمن مدیران رسانه
عضو تعاونی مطبوعات

کارتون روز



بدون شرح

طرح: حسین علیزاده

چهره

افزایش تعداد رایزنان بازرگانی تا پایان ۱۴۰۲



محمد رجب‌نژاد، رئیس اداره رایزنان بازرگانی و مراکز تجارت سازمان توسعه تجارت اعلام کرد که تا پایان امسال تعداد رایزنان بازرگانی ایران در دیگر کشورها به ۳۰ نفر افزایش می‌یابد و تعداد مراکز تجاری نیز به ۴۲ مرکز خواهد رسید.

به گزارش سازمان توسعه تجارت، محمد رجب‌نژاد گفت: رایزن بازرگانی ایران در کشور امارات تا هفته دیگر مستقر می‌شود و دو رایزن بازرگانی برای استقرار در کشورهای برزیل و ازبکستان نیز به زودی اعزام خواهند شد.

وی افزود: طی ماه‌های آینده رایزنان بازرگانی ایران به کشورهای اندونزی، اقلیم کردستان عراق، شانگهای چین، نیجریه و کشورهای شرق اروپا از جمله لهستان و صربستان اعزام می‌شوند. اعزام رایزن بازرگانی برای کشور عربستان نیز در دستورکار است.

رجب‌نژاد با بیان اینکه در پایان دولت دوازدهم تعداد رایزنان بازرگانی محدود به دو نفر در کشورهای عراق و افغانستان بود، گفت: درحال‌حاضر در ۱۷ کشور رایزن بازرگانی داریم و طبق هدف‌گذاری سال ۱۴۰۱، این تعداد به زودی به ۲۰ نفر خواهد رسید.

به گفته او اعزام و استقرار رایزنان بازرگانی ایران در برخی کشورهای اروپایی به دلیل تحریم با موانعی همراه است، اما افزایش تعداد رایزنان در کشورهای همسایه و همسو مدنظر است. او تصریح کرد که تعداد رایزنان بازرگانی تا پایان سال ۱۴۰۲ به ۳۰ نفر برسد.

رئیس اداره رایزنان بازرگانی و مراکز تجارت سازمان توسعه تجارت همچنین به احداث و راه‌اندازی مراکز تجاری ایران در دیگر کشورهای اشاره کرد و افزود: درحال‌حاضر مراکز تجاری ایران در خارج از کشور به بیش از ۴۰ مرکز رسیده است و به‌زودی دو مرکز تجاری دیگر نیز راه‌اندازی می‌شود.

به گفته او درحال‌حاضر ایران در عراق ۵مرکز، در روسیه ۵ مرکز، در سوریه ۳ مرکز و در قاره افریقا ۸ مرکز تجاری دارد. همچنین این مراکز در ازبکستان، لهستان و امارات نیز فعال هستند.

نظرگاه

الزامات توسعه صادرات چیست؟



یلدا راهدار، عضو هیات نمایندگان اتاق ایران: لازمه حفظ بازارهای فعلی و توسعه صادرات به آنها بازنگری در قوانین و مقررات داخلی و پرهیز از ایجاد هرگونه بی‌ثباتی در اقتصاد و خودتحریمی‌هاست. اختلاف میان دولت و مجلس بر نااطمینانی در محیط کسب‌وکار دامن زده و بر تولید و صادرات اثرات جبران‌ناپذیر خواهد گذاشت. باید سازکارهای هدفمندی تهیه شود تا از ظرفیت پیمان‌های تجاری منطقه‌ای استفاده شود. علاوه‌بر تحریم‌های بین‌المللی و قرار گرفتن در لیست سیاه FATF، شیوع ویروس کرونا و بسته شدن مرزها شرایط تجارت از سال ۱۳۹۹ به بعد را دشوارتر از گذشته کرد. پس از باز شدن مرزها و بعد از فروکش بحران کرونا نیز تراکم محموله‌های صادراتی، به کندی روند صادرات دامن زد.

درحال‌حاضر کشور در شرایط تحریمی به سر می‌برد و بهترین راه برای تداوم تجارت، ارتباط با کشورهای همسایه است. علاوه‌بر اینکه فرهنگ ایران با همسایگان خود نزدیک‌تر بوده، شیوه‌های مبادله پول نیز آسان‌تر است. به علاوه موافقت‌نامه‌های تجاری با کشورهای همسایه می‌تواند بسیاری از مشکلات تجارت را برطرف کند که متاسفانه ایران در بحث موافقت‌نامه‌ها نیز ضعیف عمل کرده است. تقریبا ۶۰ درصد کل صادرات کشور شامل همسایگان بدین معنا که ایران تنها ۰.۶ درصد از واردات کشورهای همسایه را تامین می‌کند که ظرفیت‌های کشور بالاتر از این ارقام است. این در حالی است که برخی همسایگان مانند ترکیه و امارات علاوه بر کشورهای همسایه خود در بسیاری از بازارهای بین‌المللی حضور باثبات پیدا کرده‌اند. با اینهمه آنچه مشخص است نیمی از تجارت ایران با کشورهای همسایه صورت می‌گیرد. با این اوصاف، می‌توان با تکیه بر صادرات غیرنفتی، اقتصاد نیمه‌جان را جانی تازه بخشید، برای تحقق این مهم باید در وضع قوانین و مقررات حساسیت بیشتری داشت و در رفع مشکلات نقل و انتقال پولی صادرکنندگان نیز گام‌های جدی برداشت. در شرایط تحریم بیشتر مشکلات صادرکنندگان، مربوط به محدودیت‌های ناشی از نقل و انتقالات بانکی است.

همچنین ناتوانی در ایجاد ثبات به‌ویژه در بازار ارز، به نوسات شدید قیمتی دامن زده است به گونه‌ای که قرارداد با طرف‌های خارجی با یک نرخ منعقد می‌شود و تا زمان تحویل، قیمت‌ها افزایش می‌یابد و تولیدکننده بایستی مابه‌التفاوت آن را پرداخت کند. از سوی دیگر اخذ تعهد در قالب قرارداد یک‌طرفه توسط بانک‌ها و عدم اعطای ضمانت درخصوص از بین رفتن اصل سرمایه واحد اقتصادی، در شرایط نامساعد اقتصادی که می‌بایست از تولیدکننده حمایت شود، مانع از توسعه صادرات می‌شود.

با این‌همه کشورهای منطقه اوراسیا فرصت مناسبی برای افزایش صادرات به شمار می‌روند که برای توسعه صادرات در این حوزه نیز با مشکلاتی مواجه هستیم. برای توسعه صادرات در کل باید در دستیابی به استانداردها و گواهینامه‌های مورد نیاز کشورهای هدف توجه ویژه‌تری داشت.

همچنین نبود رایزن اقتصادی مطلع و آگاه به بازارهای این کشورها، منجر به کاهش ارزش تجاری ایران شده و در مقاطعی از زمان ترازوی تجارت به نفع اتحادیه اوراسیا سنگین می‌شود.

از سوی دیگر تحریم‌ها بیشترین اثر را بر تجارت خارجی با اتحادیه اروپا عمدتا از منظر در دسترس نبودن مسیرهای انتقال ارز گذاشته است. آن هم به دلیل آنکه شرکت‌های اروپایی با هرگونه مراوده تجاری با ایران تحت تحریم‌های امریکا قرار می‌گرفتند، دور زدن تحریم‌ها را دشوار کرده است.

به نظر می‌رسد؛ لازمه حفظ بازارهای فعلی و توسعه صادرات، بازنگری در قوانین و مقررات داخلی و پرهیز از ایجاد هرگونه بی‌ثباتی در اقتصاد و خود تحریمی ضروری است.

از دولت و بانک مرکزی نیز انتظار می‌رود همواره از اعمال محدودیت‌های جدید به‌ویژه در حوزه ارزی و پیمان‌سپاری ارزی پرهیز کنند. در این راستا با تدوین سازکارهای هدفمند و بهره از ظرفیت‌های توافقنامه‌ها و پیمان‌های تجاری منطقه‌ای ضمن متنوع‌سازی مسیر نقل و انتقال پول، می‌توان بیشترین بهره را در توسعه صادرات برد.

۱۲ گام برای ورود به بازار صادراتی



عکس: صمت

استراتژی صادرات همان چیزی است که به ورود محصولات و خدمات شما به بازارهای جهانی کمک می‌کند. در اصل فکرها و تصمیم‌هایی شما برای رسیدن به اهداف توسعه صادرات دارید، استراتژی توسعه صادرات هستند. این استراتژی بر رشد کسب‌وکار، توسعه اقتصادی و در نتیجه بهبود سطح زندگی مردم تاثیرگذار است. استراتژی صادرات باید بر اساس ارزیابی موقعیت صادرکننده و تحقیق درباره فرصت‌ها تعریف شود. برای تعریف این استراتژی نیز باید تمام عوامل موثر از موقعیت صادراتی کشور هدف گرفته تا بودجه و اهداف و ابزارهای صادراتی باید در نظر گرفته شوند.

۱- دلایل خود را برای صادرات مشخص کنید. از جمله این دلایل می‌تواند افزایش گردش مالی، تعیین بازارهای جدید، حضور در بازارهای بین‌المللی، ایجاد نوآوری رقابتی و حفظ نرخ رشد اقتصادی است.

۲- ریسک‌های خاص خود را برای استراتژی توسعه صادرات را مشخص کنید. تفاوت در زبان، ارز و عملکرد تجاری شرکت‌ها و نحوه عمل به تضمین پرداخت از سوی مشتریان می‌تواند از جمله این ریسک‌ها باشد. از سوی دیگر هر بازار خارجی به احتمال زیاد ریسک خاص خود را دارد. این موارد می‌تواند از محدودیت واردات گرفته تا تغییرات سیاسی، بی‌ثباتی اقتصادی، زیرساخت‌های ضعیف حمل‌ونقل و سرقت مالکیت معنوی متغیر باشد.

۳- برنامه‌ریزی برای اقدام به صادرات؛ برای این برنامه نیازمند تعیین بازارهای هدف، محصول قابل ارائه و محصول دارای مشتری، تعیین ظرفیت بازارهای هدف و آشنایی با فرهنگ تجاری کشورهای مورد نظر است.

۴- اهداف و بودجه خود را تعیین کنید. در این بخش باید آنچه می‌خواهید از نظر فروش، گردش مالی و سودآوری به‌دست آورید را مشخص کنید. بودجه صادرات را تنظیم کنید و به وضوح مشخص کنید که چگونه هزینه‌های اولیه باید تخصیص داده شود و چه زمانی انتظار دارید بازدهی داشته باشید. اطمینان حاصل کنید که نرخ صادراتی تعیین شده هزینه‌ها و خطرات اضافی صادرات را پوشش می‌دهد.

۵- نحوه مدیریت استراتژی توسعه صادرات خود را برنامه‌ریزی کنید. برای این برنامه‌ریزی در گام نخست شخصی را برای رهبری فعالیت‌های صادراتی خود تعیین کنید و تصمیم بگیرید که مدیران ارشد چقدر زمان باید به فعالیت‌های صادراتی اختصاص دهند. اطمینان حاصل کنید تجهیزات و سیستم‌های مورد نیاز برای رسیدگی به سفارشات بین‌المللی در دسترس همکاران قرار بگیرد. در گام بعدی درباره چگونگی بازاریابی، فروش و تحویل برای رسیدن به بازار تصمیم بگیرید و شرایط تجارت و نحوه تامین مالی صادرات از جمله شرایط تحویل و روش پرداخت را مشخص کنید.

۶- تحقیق درباره بازارهای خارجی را در دستور کار قرار دهید. تا جایی که می‌توانید درباره بازارهای صادراتی، اطلاعات به‌دست بیاورید و به آمار تجارت بین‌المللی توجه کنید. به یک باشگاه صارداتی بپیوندید تا از تجربه شرکت‌های دیگر استفاده کنید. برای ملاقات با رقبا، تامین‌کنندگان و مشتریان احتمالی در یک نمایشگاه تجاری شرکت کنید. به مأموریت تجاری بروید. در آنجا نه تنها یک گزارش کامل در مورد بازار به‌دست خواهید آورد، بلکه تعداد زیادی شماره تماس از افراد مرتبط و مفید برای کسب و کار خود می‌گیرید. به این ترتیب هزینه سفرتان نیز جبران خواهد شد.

۷- آموزش را جدی بگیرید و در کارگاه‌های عملی آموزش بازاریابی صادراتی شرکت کنید. کار با ابزارهای صادراتی، تحلیل اطلاعات تجاری، جلب اعتماد مشتریان خارجی، یافتن مشتری خارجی، فرآیندهای عملیاتی صادرات از جمله مواردی است که همواره باید مدنظر قرار گیرد.

۸- در مورد مسائل حقوقی کلیدی در بازار صادرات اطلاعات کسب کنید. محصول شما باید با مقررات محلی مطابقت داشته باشد. به عنوان مثال استانداردهای ایمنی و الزامات برچسب زدن از جمله این موارد هستند.

۹- یک قرارداد فروش جامع تهیه کنید و در این قرارداد قوانین محلی و ترجیحات فرهنگی را نیز در نظر بگیرید. همچنین تعیین نمایندگی برای فروش کالا می‌تواند یک گزینه مقرون به‌صرفه باشد. در مورد مسئولیت خود در قبال فعالیت‌های آنها مشورت و توافقنامه‌ای را امضا کنید که مناسب باشد.

۱۰- نحوه تحویل کالاهای خود را مشخص کنید. استفاده از حمل دریا، جاده، راه‌آهن یا هوا به عنوان وسیله حمل‌ونقل، به نوع کالا و سرعت تحویل بستگی دارد. برای سهولت کار در این مقطع، قوانین بسته‌بندی و حمل‌ونقل را در کشور مقصد بررسی کنید.

۱۱- مسائل مالی صادرات را به روشنی محاسبه کنید و در مورد چگونگی پیگیری پرداخت‌ها تصمیمات روشن بگیرید. دریافت پیش‌پرداخت در فروش کالا، امن‌ترین راه است. همچنین قبل از انتقال هرگونه کالا، به بیمه کالا در برابر خطرات احتمالی رایج فکر کنید و برای جبران هرگونه خسارت به کالاها در فرآیند حمل‌ونقل، بیمه بار بگیرید.

۱۲- برای داشتن یک استراتژی مناسب صادراتی، باید تحقیقاتی را روی بازار هدف انجام دهید. بهتر است که تحقیقات پاسخ به سوالات زیر باشند:

– چه کشورهایی بهترین زمینه فروش را فراهم می‌کنند؟
– در کدام بازارهای خارجی فروش محصولات با سود بیشتری همراه است؟
– آیا بازار خارجی به اصلاحات محصول نیاز دارد؟
– برای فروش در کشورهای خاص از چه کانال توزیعی استفاده شود؟
– تقاضای بازار در قبال قیمت محصول تا چه حد حساس است؟
– در این بازار چه کالاهایی فروش خوبی دارند و قیمت خرده‌فروشی‌ها چقدر است؟
– در هر بازار چه حجمی از فروش انتظار می‌رود؟

سخن پایانی

با توجه به موارد یاد شده؛ ایجاد یک استراتژی صادرات خوب به چندین عنصر کلیدی از جمله پول، زمان، استعداد، انرژی، تمرکز و تعهد نیاز دارد. یک صادرکننده موفق عزم خود را برای کشف عوامل مربوطه که در استراتژی‌های صادراتی خاص برای هر بازار هدف استفاده می‌شود، کشف خواهد کرد.

فروش بین‌المللی سودآور از یک رابطه پایدار با مشتریان ناشی می‌شود. این رابطه است که همیشه از تجارت پشتیبانی می‌کند. باید این آمادگی را داشته باشید که ۷۵ درصد از زمان برنامه‌ریزی خود را صرف شناخت مشتریان و نیازهای آنها کنید. اطلاعات مشتری را نمی‌توان به سادگی با پیروی از اطلاعات کتاب‌های تجاری جمع‌آوری کرده و بدست آورد. باید بیرون بروید و مشتریان را جلب کنید. استراتژی صادرات شما به مشتری شما بستگی دارد.

یادداشت

رشد تجارت ایران با همسایگان



سیدروح اله لطیفی - سخنگوی کمیسیون توسعه تجارت خانه صنعت، معدن و تجارت ایران

آمارها نشان می‌دهد در حوزه صادرات با کشورهای دورتر کاهش‌هایی را تجربه کرده‌ایم، اما ارقام صادرات و واردات حاکی از رشد مبادلات با کشورهای همسایه است. اهمیت توسعه روابط با کشورهای همجوار ایران به دلیل اراده این کشورها برای همبستگی بیشتر است که امنیت و صلح بیشتر در منطقه را به همراه دارد.

از سوی دیگر افزایش تجارت و فعالیت‌های اقتصادی می‌تواند منجر به کاهش تنش‌ها شود و همگرایی و همراهی را میان همسایگان افزایش می‌دهد، زیرا منافع مشترک اقتصادی به وجود می‌آید و به همین دلیل می‌تواند در زمینه‌های دیگر تاثیرگذار باشد.

براساس هدف‌گذاری‌ها، در سال ۱۴۰۱ به تمام ۱۵ کشور همسایه صادرات و از ۱۴ کشور واردات داشته‌ایم. این تعاملات با همه کشورهای هم‌مرز با ایران نشان می‌دهد کشور توجه ویژه و اراده واقعی برای همگرایی با همسایگان و حل مشکلات از طریق تصمیمات جمعی دارد.

استفاده از ظرفیت‌های منطقه‌ای از دیگر مسائل مورد توجه دولت‌ها به ویژه دولت سیزدهم است که شرایط جابه‌جایی پول از طریق مبادلات دو کشور و استفاده از ظرفیت حمل‌ونقل مشترک در مرز زمینی را فراهم می‌کنند و این روند از مسائلی محسوب می‌شود که در کاهش آثار تحریم تاثیرگذار است. در همین حال در نظر گرفتن سیاست توسعه روابط با کشورهای همسایه باعث شده تا به ارقامی دست پیدا کنیم که بی‌سابقه بوده و این ارقام بدون احتساب خدمات فنی و مهندسی، برق، نفت سفید، نفت خام و تجارت چمدانی بوده است.

با توجه به موارد یاد شده حذف تمام موانع، استفاده از ظرفیت بخش خصوصی، توجه به شبکه ارتباطی تجار با حمایت دولت‌ها می‌تواند این مسیر را به سمت رونق بیشتر پیش ببرد.

آنچه مسلم است با توجه به روند صادرات به کشورهای همسایه در سال‌های اخیر و تمرکز دولت سیزدهم در توسعه تجارت با همسایگان، به نظر می‌رسد دولت اراده توسعه روابط با این کشورها را دارد که با تدوین برنامه‌ها و امضای توافقات می‌تواند مسیر اجرایی شدن را هموار و موانع را حذف کند.

همچنین در سال‌های اخیر؛ توجه به صادرات کالا به کشورهای منطقه شامل کشورهای آسیای میانه و قاره افریقا از طریق کشورهای همسایه با رشد قابل توجهی همراه بوده است که البته به دلیل صادرات مجدد از کشورهای همسایه بخشی از آمار در گمرک ایران وجود ندارد.

به این ترتیب می‌توان گفت ترکیب مقاصد صادراتی ایران در حال تغییر است و کالاهای ایرانی به بازارهای برخی از کشورهای اروپایی به عنوان مقاصد ثالث کشور ورود پیدا کرده‌اند.

در این بین امارات، ترکیه و عمان کشورهایی هستند که به‌عنوان واسطه تجارت با ایران عمل می‌کنند که به کشورهای دیگر صادرات و واردات دارند و توسعه روابط با همسایگان افزایش و تقویت مناسبات تجاری با کشورهای ثالث را به همراه دارد و می‌توانند برای مقاصد بیشتری به‌عنوان میانجی برای ارزآوری بیشتر عمل کنند.

نظرگاه

دولت آمارسازی می‌کند

آمار، نقشه راه تجارت است



یدالله صادقی، رئیس اسبق سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران: پیش‌بینی آینده و برنامه‌ریزی‌ها از طریق آمار و ارقام صورت می‌گیرد و در صورتی که آمار و ارقام صحیح در اختیار متخصصان نباشد، امکان برنامه‌ریزی برای آینده و تعیین هدف و حرکت به سمت آن هم وجود نخواهد داشت. فقدان آمار به‌ویژه در زمینه تجارت خارجی در بررسی‌های تولیدکنندگان و صادرکنندگان از بازار موثر است.

اگر آمارها به‌موقع منتشر نشود، آگاهی و اطلاع‌رسانی را تحت‌الشعاع قرار خواهد داد و برنامه‌ریزی را سخت و تا حد زیادی غیرممکن می‌کند؛ در نتیجه عملکرد تاجران در صادرات و واردات ضعیف خواهد شد. آنچه مسلم است در پیشبرد اهداف اقتصادی باید آمارهای واقعی را منتشر کرد و این موضوع را نباید با مسائل سیاسی و اجتماعی پیوند زد. یکی از دلایل فقدان آمارهای درست وعده‌هایی است که توسط دولت‌ها ارائه می‌شود و ممکن است سوژه رقبای سیاسی قرار بگیرد؛ در نتیجه در ارائه آمارها کم‌کاری می‌کنند. اگر قرار است رشد تولید، مهار تورم و سایر اهداف اقتصادی محقق شود باید خیلی از واقعیت‌های رخ داده در قالب آمار و اطلاعات پردازش‌شده در دسترس مردم و فعالان اقتصادی قرار گیرد. از سوی دیگر بازار همواره تحت تاثیر متغیرهای مختلفی قرار دارد که یکی از آنها همین آمار است. برنامه‌ریزی برای کنترل بازار نیاز به اطلاعات دقیق و درست دارد که متاسفانه در شرایط فعلی دسترسی به آن ممکن نیست. در این بین برای بهبود وضعیت صادرات نیز باید تمرکز خود را بر تقویت بخش تولید معطوف کنیم. افزایش کیفیت محصولات تولیدی چه برای مصرف عام در داخل و چه برای صادرات، یکی از پایه‌های اصلی گسترش صادرات است. همچنین قیمت‌گذاری مناسب و ایجاد مزیت رقابتی برای حضور در بازارهای جهانی، از دیگر ارکان توسعه تجارت خارجی است. برای گسترش صادرات و افزایش درآمدهای ارزی نباید تنها به مسائلی همچون پیمان‌های پولی بسنده کنیم. رفع مشکلات و فراهم‌کردن زمینه‌های تجارت، از الزامی‌ترین اقدامات است. پیمان‌های پولی دو یا چندجانبه تنها روند تجارت را تسهیل می‌کنند و از موانع می‌کاهند.