اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

چهارشنبه
• ۱۷ خرداد ۱۴۰۲
• ۱۸ ذی‌القعده ۱۴۴۴
• ۷ ژوئن ۲۰۲۳

• سال سی‌وپنجم شماره پیاپی ۳۶۵۰ • دوره جدید سال نهم شماره ۲۳۳۲ • ۱۶ صفحه • قیمت: ۵۰۰۰ تومان

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

۲۴ میلیارد دلار ارز در راه ایران

در پی سفر سلطان عمان به ایران و براساس اطلاعات به‌دست‌آمده ایسنا، به‌زودی بیش از ۲۴ میلیارد دلار از منابع ارزی بلوکه‌شده ایران در عراق و کره‌جنوبی و از طریق منابع قابل‌دسترس کشورمان در صندوق بین‌المللی پول وارد کشور خواهد شد. به‌گزارش ایسنا، از این میزان ارز، ۷ میلیارد دلار منابع ارزی بلوکه‌شده ایران در کره‌جنوبی و بالغ بر ۱۰ میلیارد دلار آن منابع بلوکه‌شده ایران در عراق است که عمده آن به صادرات انرژی به این کشور همسایه بازمی‌گردد. در پی سفر سلطان عمان به ایران و سفر مشاور بایدن، رئیس‌جمهوری امریکا به عمان مقرر شده در قالب تفاهمی با ایران این منابع بلوکه‌شده آزاد شوند. همچنین، در پی دیدار محمدرضا فرزین، رئیس کل بانک مرکزی ایران با جورجیوا، رئیس صندوق بین‌المللی پول در واشنگتن مقرر شد ایران بتواند به بیش از ۶.۷ میلیارد دلار حق برداشت ویژه خود دسترسی داشته باشد.
۲

به‌مناسبت روز جهانی نمایشگاه‌ها بررسی شد

از دیدار تا دادوستد

۴-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۳-۱۵



عکس: آیدا فریدی

چهره‌ها



رشد سرمایه‌گذاری منفی ۵ به ۷.۷ درصد
۲



ورود صندوق سرمایه‌گذاری بازنشستگی به بازار سرمایه
۲

گفت‌وگو



برنامه هفتم محکوم به سرنوشت برنامه‌های پیشین
۱۲

گزارش روز

همه هزینه‌های دولت صعودی شد، جز حقوق

مصارف عمومی دولت در لایحه بودجه امسال رشد ۴۲ درصدی داشته که حدود ۱۰ درصد آن ناشی از انتقال بخشی از مصارف تبصره ۱۴ به مصارف عمومی است. در این میان هزینه اعتبارات هزینه‌ای، تملک دارایی‌های سرمایه‌ای و مالی به ترتیب ۴۶، ۲۶ و ۴۹ درصد رشد کرده‌اند. بخشی از رشد اعتبارات هزینه‌ای متاثر از لایحه ترمیم حقوق در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ و انتقال مصارف بخشی از تبصره ۱۴ به مصارف عمومی بوده است. باید توجه داشت که با وجود تورمی حدود ۵۰ درصد، دولت حداقل حقوق کارمندان خویش را تنها ۲۰ درصد افزایش داد که به این‌ترتیب می‌توان گفت تنها جایی که دولت به صرفه‌جویی دست زد، معیشت مزدبگیران بوده است. به‌طور کلی با توجه به انعطاف پذیر بودن حدود ۸۰ درصد بودجه، مدیریت هزینه‌های جاری و اولویت‌گذاری سرمایه‌گذاری، ضروری است.
۳

اصلاحیه آگهی دعوت به مجمع عمومی فوق‌العاده

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام) ثبت شده به شماره ۱۲۹۲۶۶ تهران و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۷۲۶۱۵۰

به اطلاع سهامداران محترم می‌رساند جلسه **مجمع عمومی فوق‌العاده شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور** (سهامی عام) راس ساعت **۱۲** روز **چهارشنبه** مورخ **۱۴۰۲/۰۳/۲۴** در محل مجموعه فرهنگی ورزشی وزارت کار و امور اجتماعی سالن تلاش به آدرس تهران خیابان ولیعصر(عج) نرسیده به چهارراه شهید چمران (پارک‌وی) برگزار می گردد.

همچنین تمهیدات لازم از طریق ویدئو کنفرانس پیش‌بینی گردیده است تا با مراجعه به سایت https://majma.stream1.ir/sabanour فقط نسبت به مشاهده مجمع و مطرح نمودن سوالات خود اقدام نمایند. لازم به توضیح است رای گیری الکترونیکی نمی باشد و صرفا به صورت حضوری انجام می گردد.

سایر موارد درج شده در آگهی قبلی مورخ ۱۳ خرداد ۱۴۰۲ به قوت خود باقیست.

هیئت‌مدیره شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

اصلاحیه آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی سالیانه صاحبان سهام

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام) ثبت شده به شماره ۱۲۹۲۶۶ تهران و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۷۲۶۱۵۰

به اطلاع سهامداران محترم می‌رساند جلسه **مجمع عمومی عادی سالیانه صاحبان سهام شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور** (سهامی عام) برای عملکرد سال مالی منتهی به ۱۴۰۱/۱۲/۲۹ راس ساعت **۱۰** روز **چهارشنبه** مورخ **۱۴۰۲/۰۳/۲۴** در محل مجموعه فرهنگی ورزشی وزارت کار و امور اجتماعی سالن تلاش به آدرس تهران خیابان ولیعصر(عج) نرسیده به چهارراه شهید چمران (پارک‌وی) برگزار می گردد. همچنین تمهیدات لازم از طریق ویدئو کنفرانس پیش‌بینی گردیده است تا با مراجعه به سایت https://majma.stream1.ir/sabanour فقط نسبت به مشاهده مجمع و مطرح نمودن سوالات خود اقدام نمایند. لازم به توضیح است رای گیری الکترونیکی نمی‌باشد و صرفا به صورت حضوری انجام می گردد.

سایر موارد درج شده در آگهی قبلی مورخ ۱۰ خرداد ۱۴۰۲ به قوت خود باقیست.

هیئت‌مدیره شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی سالیانه

شرکت فولاد هرمزگان جنوب (سهامی عام)

به شماره ثبت ۱۲۸۸۶ و شناسه ملی ۱۰۸۰۰۱۵۴۰۲۴

بدینوسیله از کلیه سهامداران محترم شرکت فولاد هرمزگان جنوب و یا نمایندگان قانونی آنان دعوت به عمل می‌آید در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه شرکت که به شرح ذیل برگزار می گردد حضور به‌هم رسانند:

* **زمان:** روز **سه‌شنبه** مورخ **۱۴۰۲/۰۳/۳۰** ساعت **۹:۰۰** صبح
* **مکان:** بندرعباس، بلوار پاسداران، خیابان معراج، هتل هما

دستور جلسه:

- استماع گزارش هیأت‌مدیره و بازرس قانونی شرکت درخصوص عملکرد سال مالی منتهی به ۱۴۰۱/۱۲/۲۹
- بررسی و تصویب صورت‌های مالی و عملکرد سال مالی منتهی به ۱۴۰۱/۱۲/۲۹
- انتخاب بازرس قانونی و حسابرس شرکت برای سال مالی منتهی به ۱۴۰۲/۱۲/۲۹
- تعیین روزنامه کثیرالانتشار جهت درج آگهی‌های شرکت در سال مالی منتهی به ۱۴۰۲/۱۲/۲۹
- اتخاذ تصمیم درباره تقسیم سود
- انتخاب اعضای هیات‌مدیره
- تعیین پاداش اعضای هیات مدیره
- تعیین حق حضور اعضای غیرموظف هیات‌مدیره
- سایر مواردی که در صلاحیت مجمع عمومی عادی باشد.

سهامداران حقیقی می‌توانند شخصاً یا از طریق وکیل با ارائه وکالتنامه رسمی و یا قائم‌مقام قانونی شخص حقیقی صاحب سهم و در خصوص سهامداران حقوقی نیز نماینده یا نمایندگان شخص حقوقی صاحب سهم به شرط ارائه مدرک وکالت (اعم از عادی یا رسمی) یا معرفی‌نامه نمایندگی با امضای صاحبان امضای مجاز شخص حقوقی، در جلسه مجمع حضور به هم رسانند.

نمایندگان سهامداران حقوقی می‌توانند معرفی‌نامه خود را حداکثر تا دو روز قبل از برگزاری مجمع از طریق نمابر ذیل ارسال و از ساعت **۸ صبح** روز برگزاری مجمع نسبت به ارائه اصل معرفی‌نامه و کارت شناسایی معتبر اقدام و برگه ورود دریافت نمایند.

همچنین امکان مشاهده همزمان مجمع از طریق مراجعه به سایت شرکت به آدرس www.Hosco.ir برای سهامداران محترم فراهم می‌باشد.

(**نکته مهم:** درج شناسه ملی، شماره ثبت سهامدار حقوقی، همچنین کدملی، شماره شناسنامه، نام‌پدر و تاریخ تولد نماینده معرفی شده در معرفی‌نامه ارسالی الزامی می‌باشد.)

نشانی امور سهام: بندرعباس - کیلومتر ۱۳ بزرگراه شهید رجائی - شرکت فولاد هرمزگان جنوب

تلفن: ۰۷۶۳۳۵۳۰۰۰-۸ داخلی ۸۹۴۵ **نمابر:** ۰۷۶۳۳۵۳۰۱۴۵

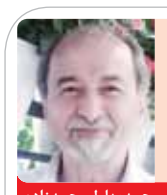
هیات‌مدیره شرکت فولاد هرمزگان جنوب (سهامی عام)



سرمقاله

نقش‌آفرینی انجمن‌ها در خلق مزیت عضویت

(بخش نخست)



محمدبهارلومحمدزاده
مشاور حاکمیت کسب‌وکارهای خانوادگی

تجربه نشـان داده است که انجمن‌ها برای مدیریت عضویت، باید فعالیت‌های پرجنب‌وجوش و در حال رشـد داشته باشند. امـروزه، انجمن‌ها می‌تواننـد با بکارگیری اسـتراتژی حفظ و رشد، قوی‌تر از همیشـه فعال شوند. اثربخشی استراتژی رشد انجمن‌ها بسـتگی به تمایل آنها برای انطباق، نوآوری و اجرای راه‌حل‌های مبتنی بر داده‌های تولید ارزش برای اعضا دارد.

جذب اعضای جدید، اسـتفاده ظرفیـت آنها در امور انجمن و یافتـن داوطلبان همکاری در مدیریـت از چالش‌های اصلی انجمن‌ها اسـت. در بسـیاری از موارد، تصور اعضای انجمن‌ها، نبـود فرصت‌های کافی برای مشـارکت اعضـا در فعالیت‌های انجمن اسـت. بنابراین برای حمایت از جذب و حفظ اعضا باید مشـوق‌ها و مزایایی فراهم شـود تا افراد را برای پیوسـتن به انجمن متقاعد کند. در نقطه مقابل، پیوستن به انجمن‌ها دارای مزایایی مانند توسـعه حرفه‌ای (اخـذ گواهینامه)، فرصت‌های شبکه‌سـازی با همتایان در زمینه کاری و دسترسـی به اخبار و اطلاعات تخصصی صنعت اسـت. از این‌رو، ۱۰ مزیت خاص اعضـا برای کمک به تحقق اهداف سیسـتم عضویت انجمن‌ها ارائه می‌شود.

۱. جامعه اعضای آنلاین

مزایای یک جامعه اعضای آنلاین بی‌پایان اسـت که عبارتند از: ارتبـاط همتـا به همتا، دسترسـی به کارشناسـان، منابع انحصاری و بسـیاری موارد دیگر. جامعه آنلاین شما تبدیل به خانه دیجیتالی برای اعضا می‌شـود تا با یکدیگر ارتباط برقرار کنید و با انجمن در تعامل باشید. اعضا نیازی ندارند که منتظر کنفرانس سـالانه شما برای تعامل باشـند. آنها می‌توانند این کار را هـر روز با یک پلتفرم جامعه آنلاین انجام دهند. جامعه آنلاین مسـیری فراگیر بـرای شـناخت و درک علاقه‌مندی، خواسـته و نیازهای اعضا اسـت. گفت‌وگوی اعضا، منابعی که دانلـود می‌کنند و بازخـوردی که به شـما می‌دهند، همه در ساخت شخصیت اعضای مهم هستند.

۲. وضوح چشم‌انداز

داشتن چشـم‌انداز آینده موجب کشش بیشـتر و فراگیرتر شـدن انجمن‌ها می‌شـود. باید راهکارهای اثربخش‌تری برای رهبران نسـل‌های آتی انجمن‌ها ارائه شـود. با ایجاد فضا برای مشـارکت، به‌راحتی نقش داوطلبانه در انجمن ترویج می‌شود. اسـتقبال بالقوه داوطلبان جدید امیدوارکننده است. عضویت، به‌ویـژه در شـعبه‌های محلـی، ارزش زیادی خواهد داشـت، زیـرا آنها می‌توانند با متخصصان، نسـل جوان (دانشـجویان) و کارآفرینـان محلـی ارتباط برقرار کننـد و به معرفی انجمن بپردازنـد. همسـویی اعضای جوانـان به توسـعه کارگروهی می‌انجامد.

۳. آموزش آنلاین انعطاف‌پذیر

گسـترش مولفه‌های یادگیری آنلاین به اعضـا و مخاطبان بالقوه نشان می‌دهد که شما به رشد حرفه‌ای آنها توجه دارید. برای اسـتفاده حداکثری از مزایای خاص اعضا، می‌توان از یک سیسـتم مدیریت یادگیری (LMS) یکپارچه با جامعه آنلاین استفاده کرد. ایجاد این حس اجتماعی در پیشنهادات آموزش آنلایـن و حضـوری، می‌تواند منجر به رضایت بیشـتر اعضا و افزایش تعامل بین آنان شـود. بهترین نرم‌افزار LMS از انواع محتوا پشـتیبانی می‌کند، به شـما امـکان می‌دهد دوره‌های آنلاین نوشـتاری، ویدئو، وبینارهـای زنده و... ایجاد کنید. یک سیسـتم مدیریت یادگیری، می‌تواند با فـروش دوره یا صدور گواهینامه، درآمد انجمن را نیز افزایش دهد.

۴. نوآوری در عضویت

مدل عضویت جدیدی در نحوه عضوگیری مطرح اسـت که تضمین می‌کند اعضا نحوه مشـارکت خود را به‌جای داشـتن یک منو، از میان چنـد گزینه انتخاب کنند. در این نوآوری ۳ نوع عضویت وجود دارد؛ عضویت رایگان که متقاضیان این نوع عضویت به مجموعه کامل مزایای انجمن نیازی ندارند. عضویت میانی برای کسانی که ارزشی در عضویت کامل پیدا نمی‌کنند و در نهایـت، عضویت کامل که متقاضیـان این بخش به تمام مزایای انجمن دسترسی دارند. در پرتو مدل جدید، افرادی که در زمینه تخصصی کار می‌کنند، بدون نیاز به مدرک تحصیلی بالاتـر، از شـرایط عضویت متنوع‌تری برخـوردار خواهند بود. پیش از ایـن، عضویت در انجمن‌ها بدون مدرک دانشـگاهی، میسر نبود. مدل جدید عضوگیری شرایط را برای مشارکت بالا و گسترده افراد جدید باز می‌کند.

۵. برنامه‌های منتورینگ

اجـرای یک برنامه منتورینگ یا راهنمای شـغلی نیز دارای مزایـا و جذابیت‌هایـی بـرای اعضـای حرفه اسـت. معمولا برنامه‌های منتورینگ، توسعه حرفه‌ای و شبکه‌سازی را تشویق می‌کنـد و امکان برقراری ارتباط بین اعضای باتجربه با اعضای جوان جویای موفقیت را فراهم می‌آورد، تا هر دوطرف منابعی به اشـتراک بگذارند و با هم در راسـتای تحقق اهداف متقابل شغلی کار کنند.

نکته‌ای برای علاقه‌مندان کسب این تجربه: «ابتدا یک گروه اصلـی خوب از منتورها / مربیان پیدا کنید. اگر شـما تخمین می‌زنید ۵۰ نفر می‌خواهند منتی شوند، مطمئن شوید حداقل ۵۰ منتور در دسـترس دارید و قبل از شـروع برنامه در محل هستند. این کار با درخواسـت از منتورها برای ثبت‌نام قبل از اجرای برنامه شـدنی است.» ادامه این مطلب چهارشنبه آینده در همین ستون منتشر خواهد شد.

۲۴ میلیارد دلار ارز در راه ایران

در پی سفر سلطان عمان به ایران و براساس اطلاعات به‌دست‌آمده ایسـنا، به‌زودی بیـش از ۲۴ میلیارد دلار از منابع ارزی بلوکه‌شـده ایران در عراق و کره‌جنوبی و از طریق منابع قابل‌دسـترس کشورمان در صندوق بین‌المللی پول وارد کشـور خواهد شـد. به‌گزارش ایسنا، از ایـن میـزان ارز، ۷ میلیـارد دلار منابع ارزی بلوکه‌شـده ایران در کره‌جنوبـی و بالـغ بر ۱۰ میلیارد دلار آن منابع بلوکه‌شـده ایران در عراق اسـت که عمده آن به صادرات انرژی به این کشـور همسـایه بازمی‌گردد. در پی سـفر سـلطان عمان به ایران و سفر مشاور بایدن، رئیس‌جمهوری امریکا به عمان مقرر شده تا در قالب تفاهمی با ایران این منابع بلوکه‌شـده آزاد شـوند. همچنین، در پی دیدار محمدرضا فرزیـن، رئیـس کل بانک مرکزی ایران بـا جورجیوا، رئیس صندوق بین‌المللی پول در واشـنگتن مقرر شـد، ایران بتواند به بیش از ۶.۷ میلیارد دلار حق برداشت ویژه خود دسترسی داشته باشد. در خبری دیگر به نقل از ایسنا، عبدالله بن ناصر الرحبی، سفیر عمان در مصر در گفت‌وگو با اسـپوتنیک اعلام کرد که بعد از میانجیگری‌های مسقط، ایران بار دیگر آمادگی‌اش برای ازسرگیری روابط با مصر را اعلام کرد.

هماهنگ‌کننده ارتباطات راهبردی شـورای امنیت ملی کاخ سـفید نیز در پاسـخ به سوالی درباره موضع امریکا در قبال بازگشایی اماکن دیپلماتیـک ایران در عربستان‌سـعودی، گفت: واشـنگتن از اتحاد، گفتمان و شـفافیت بیشـتر در منطقه حمایت می‌کند. پیش از این، ناصـر کنعانی، سـخنگوی وزارت امور خارجه نیز خبر از بازگشـایی رسـمی سفارت و سرکنسولگری جمهوری اسـلامی ایران در ریاض و جده عربسـتان و نمایندگی دائم کشـورمان نزد سـازمان همکاری اسلامی در روزهای سه‌شنبه و چهارشنبه خبر داده بود.

در افتتاحیه پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مالی عنوان شد

خروج از سیاه‌چاله رشد منفی سرمایه‌گذاری

شرایط اقتصادی کشور در سـال‌های گذشته به‌گونه‌ای بوده است کـه لزوم برقراری ارتباط مسـتقیم و بدون واسـطه و افزایش دانش مالـی در بیـن مدیـران، تصمیم‌سـازان و فعالان اقتصادی کشـور و همین‌طور آحاد جامعه به‌خوبی احسـاس می‌شـود. ایجاد تلاطم‌های اقتصادی، محدودیت‌های ناشی از تحریم و وقوع منازعات بین‌المللی لـزوم ارتقای جایگاه صنعت مالی کشـور را بیش از گذشـته نمایان سـاخت. از ایـن‌رو گردهمایی سـالانه اهالی بازار، دسـت‌اندرکاران، مدیـران و علاقه‌منـدان ایـن حوزه در قالـب نمایشـگاه بین‌المللی صنعـت مالـی (بورس، بانک و بیمه) به یک رسـم دیرین و نام‌آشـنا تبدیل شـده است. نمایشـگاه بین‌المللی صنعت مالی (بورس، بانک و بیمـه) به‌عنوان بزرگ‌ترین رویداد مالی منطقه خاورمیانه و یکی از مهم‌ترین اجتماعات فعالان اقتصادی کشور به ایستگاه پانزدهم خود رسیده و روز گذشـته با حضور ۳ ضلع اثرگذار بازارهای مالی شامل بازار پول، بیمه و سـرمایه روز گذشـته آغاز به کار کرد تا زمینه‌های توسـعه همکاری برای تامین مالی پروژه‌هـا، افزایش دانش و بینش سـرمایه‌گذاری فعـالان اقتصـادی را به‌ارمغان آورد. این نمایشـگاه بین‌المللی تـا ۱۹ خرداد در محـل دائمی نمایشـگاه‌های بین‌المللی تهران در حال برگزاری است.

رشد سرمایه‌گذاری منفی ۵ به ۷.۷ درصد



وزیر امور اقتصادی و دارایی گفت: در سال ۱۴۰۱ هماهنگی با بازیگران مهم انجام گرفت و از رشد سرمایه‌گذاری منفی ۵ به رشـد ۷.۷ درصد سـال گذشته رسیدیم. بر این اساس، از سیاه‌چاله رشد منفی سرمایه‌گذاری خارج شدیم. به‌گزارش صمت، احسـان خاندوزی در افتتاحیه پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مالی (بورس، بانک و بیمه) اظهار کرد: در نظام بانکی، نسبت تسهیلات به سپرده‌ها از ۸۳ درصد در اسـفند ۱۴۰۰ به ۸۵ درصد در اسـفند سال ۱۴۰۱ رسید که نشان‌دهنده اسـتفاده بیشتر فعالان اقتصادی از تسـهیلات است. همزمان مطالبات جاری ریالی از ۴.۸ درصـد در اسـفند ۱۴۰۰ بـه ۴.۴ درصد در اسـفند ۱۴۰۱ رسـید که قدری بهبود داشـته اسـت. وزیر امور اقتصادی و دارایی به تسـهیلات خرد اشـاره کرد و گفت: تسـهیلات خرد از ۱۳ درصد به ۱۵ درصد رسـیده اسـت. از سوی دیگر، سهم شرکت‌های دانش‌بنیان ۱۶۵ درصد افزایش یافته است. وی با بیان اینکه در حوزه بازار سـرمایه شـاهد عملکرد مثبتی بوده‌ایم، تصریح کرد: در بخش بازار سرمایه، افزایش سـرمایه از ۱۸۱ هزار میلیارد تومان در سـال ۱۴۰۰ به ۲۸۰ هزار میلیارد تومان در سال ۱۴۰۱ اتفاق افتاد. وی افزود: اوراق شرکتی و تامین مالی شرکت‌ها ۴ برابر شد و از ۳۲هزار میلیارد تومان به ۱۲۴ هزار میلیارد تومان در سال ۱۴۰۱ افزایش یافت. از طرف دیگر، سـهم اوراق شـرکتی از کل ظرفیت اوراق بدهی افزایش یافته اسـت. خاندوزی بااشاره به اینکه رشد مستقل صنعت مالی یا مالی‌سازی اقتصاد به‌نوبه خود در حوزه رشد اقتصاد و تولید ملی امری مطلوب نیست، گفت: صنعت مالی باید رشد متناظر با بخش واقعی اقتصاد داشته باشد. بنابراین، نیازمند سیاست‌های ایجابی در حوزه اعتبارات هستیم، بخش مالی نباید در خدمت انگیزه‌های سفته‌بازانه غیرمولد قرار گیرد. وی ادامه داد: بر این اسـاس، حضور موسسـات مالی ناتراز که هزینه‌های جـاری خود را از طریق اضافه‌برداشـت از بانـک مرکزی تامین می‌کنند، قابل تحمل نیسـت؛ البته این مشـکل به‌صورت جدی‌تری در امسال علاج خواهد شد. خاندوزی همچنین گفت: در سـال ۱۴۰۱ هماهنگی با بازیگران مهم انجام گرفت و از رشـد سـرمایه‌گذاری منفی ۵ به رشـد ۷.۷ درصد سـال گذشته رسیدیم. بر این اساس، از سیاه‌چاله رشد منفی سرمایه‌گذاری خارج شدیم. وی یادآور شد: دولت اصرار داشت که اولویت با تولید و سرمایه‌گذاری باشد، از این‌رو تعدادی معافیت به بهای از دست رفتن بخشـی از درآمد دولت لحاظ شـد. این اقدام با هدف توسـعه سـرمایه‌گذاری انجام شده است. وزیر اقتصاد اظهار کرد: بر این اساس، بانک‌ها مجوز سرمایه‌گذاری مستقیم پیدا کردند. سرمایه‌گذاری‌های بدون اولویت‌بندی قابل‌قبول نیست. راهبرد خروج از سـرمایه‌گذاری‌های غلط پیشین مانند الگوی موفق سرمایه‌گذاری بانک‌ها در دهه ۶۰ شمسـی در دسـتور کار قرار گرفته و نگاه افتراق‌آمیز ما نسـبت به دولت قبل همین مجوز سـرمایه‌گذاری بانک‌ها اسـت. خاندوزی همچنین گفت: در جلسه اخیر شـورای پول و اعتبار، طرح خوبی در حوزه فاکتور و تضمین تصویب شـد. وزیر اقتصاد با بیان اینکه به‌عنوان وزارت اقتصاد مخالف دسـت‌گردانی صندوق توسـعه ملی در پروژه‌های جاری هسـتیم، گفت: بهترین کار این اسـت که صندوق توسـعه ملی دست اندرکار ایجاد صنایع جدید و مجموعه‌های بزرگ اقتصادی باشد. در این راسـتا، ورود سرمایه‌گذاران بیمه‌ها نیز می‌تواند پنج‌ضلعی توسعه سرمایه‌گذاری در کشور را تکمیل کند.

ورود صندوق سرمایه‌گذاری بازنشستگی به بازار سرمایه



مجیـد عشـقی در نمایشـگاه صنعـت مالی ایـران گفت: سـواد مالی یکی از مولفه‌های بسـیار مهم در قرن حاضر اسـت و ما هم در بازار سـرمایه برای نخسـتین‌بار برای ارتقای سـواد مالی مرکز افکارسنجی را راه‌اندازی کرده‌ایم و براساس نتایج آن برای ارتقای سواد مالی برنامه‌ریزی می‌کنیم.

وی ادامـه داد: در صنعـت مالـی، بخش خصوصـی جایگاه ویـژه‌ای دارد و بخش عمده خدمات بازار سـرمایه توسـط بخش خصوصی اداره می‌شود و اگر بخواهیم وضعیت را با ۱۰ سال گذشته مقایسه می‌کنیم، می‌بینیم که در بخش کارگزاری در دهه گذشته ۱۰ کارگزاری برتر، کارگزاران بانکی هستند، اما امروز کارگزاران بخش خصوصی این جایگاه را تصاحب کرده‌اند. رئیس سازمان بورس با بیان اینکه در چند سـال گذشـته بیشـتر نوآوری‌ها در صنعت مالی توسط بخش خصوصی انجام شـده است، گفت: معتقدم که افزایش مشارکت مردم و مردمی‌سازی اقتصاد کشور تنها راه تحول رشد تولید در کشور است و از این‌رو یکی از کارویژه‌های ما پذیرش بخش خصوصی در بازار سرمایه است تا به رشد تولیـد کمک کنیم. معاون وزیر اقتصاد افزود: به انتشـار اوراق بدهی شـرکتی تاکید داریم،بنابراین سـال گذشته انتشـار این اوراق به سـه‌برابر رسـید که امسال هم انتشـار اوراق بدهی شـرکتی را برای تاغمین مالی تولید افزایش می‌دهیم و در ۲ ماه گذشـته حجم بالایی موافقت اصولی بخش خصوصی صادر کردیم و هر هفته یک بخش خصوصی در بازار سرمایه عرضه اولیه کرده‌ایم. عشقی تاکید کرد: کارویژه ما تامین مالی بخش خصوصی در بازار سرمایه است و مسیر سبز تامین مالی برای شرکت‌های معتبر را تعریف کرده‌ایم و فرآیند بیشـتر مجوزهای تامین مالی و انتشار اوراق بهـادار را الکترونیکی کرده‌ایم و در همین نمایشـگاه صکوک‌پلاس را رونمایی می‌کنیم. رئیس سـازمان بورس بااشـاره به ورود صندوق جدید بازنشسـتگی به بازار سـرمایه گفت: در روزهای آینـده، ۳ موافقت اصولی برای صندوق‌های سـرمایه‌گذاری بازنشستگی تکمیلی صادر خواهد شد که هم در راستای تامین آینده شـاغلان و بازنشستگان اسـت و هم منابع جدید و مستمر و پایدار برای بازار فراهم خواهد کرد.

قیمت‌گذاری دستوری، قواعد بازار سرمایه را به هم زد



رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه قیمت‌گذاری دستوری قواعد بازار سـرمایه را به هم زده اسـت، گفت: در حوزه صنعت مالی کشـور انتظار داریم همانند سـایر کشـورها از ظرفیت تخصصی برای تقویت بخش مالی و اقتصادی کشـور اسـتفاده کنیم. محمدرضا پورابراهیمی اظهار کرد: در حوزه صنعت مالی کشـور انتظار داریم همانند سایر کشورها از ظرفیت تخصصی برای تقویت بخش مالی و اقتصادی کشور استفاده شود. در تحقق اهداف، نیازمند بازنگری هستیم. وی افزود: تورم بالای ۴۰ درصد داریم و تشکیل سرمایه خالص منفی شده است؛ به‌نظر می‌رسد که نیازمند تحول اساسی و آسیب‌شناسی در نظام اقتصادی هستیم. پورابراهیمی ادامه داد: قواعد مرتبط در صنعت مالـی همواره مورد توجه بوده اسـت و نمی‌توانیم از صنعت مالی نـام ببریم و قواعد آن در اجـرا را مدنظر قرار ندهیم. وی تصریح کرد: اگر بخواهیم از بازار سـرمایه برای پیشـرفت کشـور استفاده کنیم، باید قواعد آن را رعایت کنیم. ما با سیاست قیمت‌گذاری دستوری قواعد بازار سـرمایه را به‌هم زده‌ایم و فقط در قضیه قیمت‌گذاری دسـتوری تایر، ۷ هزار میلیارد تومان رانت توزیع شـده اسـت. رئیس کمیسـیون اقتصادی مجلس خاطرنشان کرد: ابلاغیه ۲۶ ماده‌ای درباره برنامه هفتم توسـعه مشـخص است که یکی از محورهای آن تحقق نظام مالیاتی، تورم تک‌رقمی و... اسـت. در بند یک این ابلاغیه از اسـاس توسعه اقتصادی همراه با عدالت یاد شـده اسـت. دولت و مجلس در کنار یکدیگر می‌توانند این اهم را پیش ببرند. رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس در ادامه گفت: رعایت قواعد صنعت مالی نقش پررنگـی در تحقق اهداف دارد؛ همچون قیمت‌گذاری دسـتوری باید رعایت بشـود و این موضوع بارها در مجلس مطرح شـده اسـت. پورابراهیمی افـزود: عددهای بزرگـی تحت‌عنوان مداخله و توزیع رانت را در قیمت‌گذاری دسـتوری داشـته‌ایم که بر تولید و مصرف‌کننده، تاثیر مثبتی نداشـته اسـت. وی اضافه کرد: در شرایط فعلی کشور، در مجموع سـهم شرکت‌های عمومی و غیردولتی حدود ۲۰ درصد و این مسئله حاکی از یکی از چالش‌های اساسی یعنی مالکیت حکمرانی بوده است. رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس خبر داد: طبق آخرین بررسی‌ها که توسط مجلس و سازمان بورس صورت گرفته اسـت، نهـاد عمومی غیردولتی سـهم ۳۷ درصـدی، بخش خصوصی سـهم ۲۰ درصدی، سهام عدالت سهم ۱۲ درصدی و سـهم ۳۱ درصد دولتی در بازار سـرمایه وجود دارد. باتوجه به سهم اندک بخش خصوصی، پیشرفت اقتصادی ۸ درصدی رقم نمی‌خورد. رئیس کمیسـیون اقتصادی مجلس گفت: در حوزه سیاسـت‌های ارزی بارها و بارها روش‌های مختلف را تجربه کردیم. بعضی به‌دنبال تثبیـت و تعدیل نرخ ارز اسـت. از سـال ۱۳۸۲ تاکنون بانک مرکـزی ۲۸۵ میلیارد دلار مداخله برای مدیریت بازار ارز داشته است. پورابراهیمی با بیان اینکه قرار بود نرخ ارز شناور مدیریت‌شـده باشـد، گفت: نباید تجربه تلخ دولت پیش را تکرار کنیم. تکرار تجربه‌های گذشـته قواعد را بر هم می‌زند. اگر باور به حرکت اقتصادی کشور داریم، باید قواعد علمی و تخصصی را بپذیریم. ما راه و چاره‌ای جز نگاه علمی و تخصصی به اقتصاد نداریم. مبنای ما باید حرفه‌ای باشـد؛ نه سیاسـی، جناحی یا قبیله‌ای. وی بااشاره به برنامه آتی مجلس در خصـوص برنامه هفتم توسـعه بیان کرد: با ایـن برنامه می‌توانیم تحـولات بزرگی را پایه‌ریزی کنیم. به‌عنوان عضوی از اعضای کمیسیون برنامه هفتم اعلام می‌کنم که حتما نشست‌های خود را با کارشناسان، کارآفرینان و فعالان اقتصادی جدی‌تر خواهیم کرد.

سخن پایانی

روز گذشـته مراسم افتتاحیه با حضور رئیس سـازمان بورس و اوراق بهادار، رئیس سـازمان توسـعه تجارت ایران، مدیرعامل شـرکت فارابی، مدیرعامل فولاد مبارکه اصفهان، رئیس بیمه مرکزی، معاون امور بانکی و بیمه‌ای و شرکت‌های دولتی وزارت امور اقتصادی و دارایی، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس، وزیر امور اقتصاد و دارایی و اصحاب رسـانه برگزار شد. این نمایشـگاه به مدت ۴ روز و تا ۱۹ خرداد ادامه خواهد داشت.

عکس روز



رئیس‌جمهوری در آیین رونمایی از موشک هایپرسونیک فتاح

توان بازدارندگی ایران در حفظ امنیت منطقه

رئیس‌جمهـوری با تاکید بر اینکه صنایع دفاعی و موشـکی در ایران بومی شده است، گفت: قدرت و توان بازدارندگی ایران برای کشورهای منطقه، نقطه امنیت و صلح پایدار است.

به‌گزارش ایرنا، آیت‌الله سیدابراهیم رئیسی در آیین رونمایی از موشـک هایپرسونیک فتاح تصریح کرد: صنایع دفاعی و موشکی در ایران بومی شـده اسـت و وارداتی نیسـت که بتوان با تهدید، این صنعت پیشـرفته را به حاشیه راند. رئیس‌جمهوری افزود: در جنگ تحمیلی شرایط به‌گونه‌ای بود که رهبری فرمودند: «تهران، دزفول و شـهرهای ایران را موشـک‌باران می‌کردنـد و ما قدرت دفاعی نداشـتیم.» آیت‌الله رئیسـی با بیان اینکه فرمانده کل قوا به این اندیشه بلند که «باید خود توانمند شویم» اعتقاد داشتند، ادامه داد: راه این بود که خودمان به‌سمت مستقل شدن در صنایع دفاعی و موشـکی حرکت کنیم. وی اظهار کرد: امروز احسـاس می‌کنیـم که این قـدرت بازدارندگی به‌وجود آمده که این قدرت و تـوان بـرای کشـورهای منطقه نیز نقطه امنیـت و صلح پایدار اسـت. سـردار حسین سلامی نیز در حاشـیه رونمایی از موشک هایپرسونیک فتاح در جمع خبرنگاران اظهار کرد: ابرموشک فتاح قادر است صفحه حرکتش را در فضا تغییر دهد.

فرمانده کل سـپاه بـا بیان اینکه حقیقت قابل‌کتمان نیسـت، افزود: یک واقعیت بسیار قوی و جدی که در کشور ما وجود دارد، پیشـرفت‌ها و جهش‌های فوق‌العاده‌ای اسـت که در فناوری‌های پیشـرفته حاصل می‌شـود، به‌ویژه در عرصه محصولات دفاعی از جمله موشک‌ها و پهپادهایی که با استفاده از فناوری‌های پیشرفته هوش‌مصنوعی و همه قابلیت‌های فنی که در طراحی و سـاخت قطعـات و اجـزای حسـاس آن وجود دارد، در کشـور ما صورت گرفته است. وی تصریح کرد: ما به دانش و فناوری تنوع‌بخشی و انواع سـامانه‌ها و تاکتیک‌پذیری سامانه‌ها در بخش‌های مختلف رسیده‌ایم از جمله موشک فتاح که موشک مانورپذیر ماورای‌صوت و قادر اسـت صفحه حرکت خود را در فضا به‌سـادگی تغییر بدهد و از کمند موشـک‌های ضدموشـک عبور کند. فرمانده کل سپاه پاسـداران خاطرنشان کرد: این فناوری‌ها بسیار مدرن و پیشرفته و برای جهان نوین و برای بیشـتر کشـورها ناشـناخته هستند، اما به‌دسـت توانـای بچه‌های جوان ایرانی، مومـن و انقلابی این ناشـناخته‌ها و مجهولات به معلومات تبدیل شـده است و امروز بحمدالله شاهد درخشـش جوانان مومن و دانشمندمان هستیم. موشـک بالستیک هایپرسـونیک «فتاح» که توسط متخصصان نیروی هوافضای سپاه تولید شده است، روز سه‌شنبه در مراسمی بـا حضور رئیس‌جمهـوری و جمعی از فرماندهان نظامی از جمله سـردار سرلشـکر حسین سلامی، فرمانده کل سـپاه پاسداران و سردار امیرعلی حاجی‌زاده، فرمانده هوافضای سپاه رونمایی شد.

این موشـک قابلیت‌هـای تاکتیکـی، به‌دلیل برخـورداری از پیشران سوخت جامد نازل متحرک مرحله دوم، قابلیت دستیابی به سـرعت‌های بسـیار بالا و همچنین انجام مانورهای مختلف در داخل و خارج از جو زمین به‌منظور غلبه بر انواع سامانه‌های دفاع هوایی دشـمن را دارد. برد موشک فتاح ۱۴۰۰ کیلومتر و سرعت آن پیش از اصابت به هدف ۱۳ تا ۱۵ ماخ است.

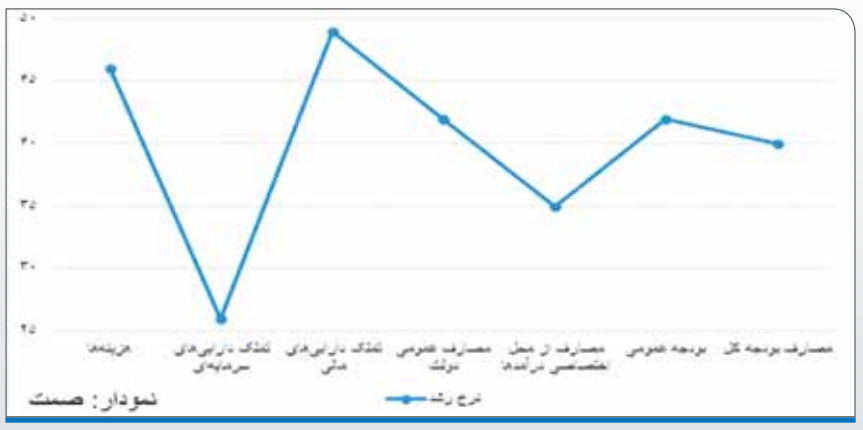


صمت وضعیت مصارف بودجه ۱۴۰۲ را بررسی کرد

همه هزینه‌های دولت صعودی شد، جز حقوق

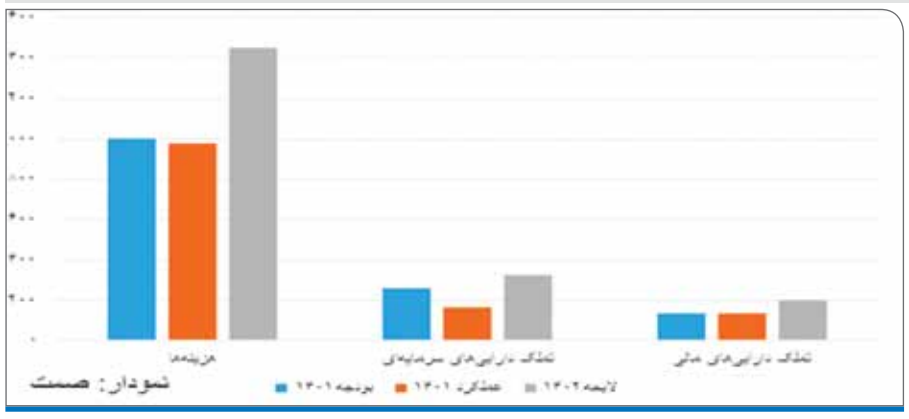
امیرعباس آذرمونـد: مصارف عمومی دولت در لایحه بودجه امسـال رشـد ۴۲ درصدی داشـته اسـت که حدود ۱۰ درصد آن ناشـی از انتقال بخشـی از مصارف تبصره ۱۴ به مصارف عمومی اسـت. در این میان هزینه اعتبارات هزینه‌ای، تملک دارایی‌های سرمایه‌ای و مالی به ترتیب ۴۶، ۲۶ و ۴۹ درصد رشد کرده‌اند.
بخشـی از رشد اعتبارات هزینه‌ای متاثر از لایحه ترمیم حقوق در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ و انتقـال مصارف بخشـی از تبصره ۱۴ به مصارف عمومی بوده اسـت. در این میـان باید توجه داشـت که با وجود تورمی حدود ۵۰ درصـد، دولت حداقل حقوق کارمنـدان خویش را تنها ۲۰ درصد افزایش داد که به این‌ترتیب می‌توان گفت تنها جایی که دولت به صرفه‌جویی دست زد، معیشت مزدبگیران بوده است. به‌طور کلی بـا توجه به انعطاف پذیر بودن حدود ۸۰ درصد بودجه، مدیریت هزینه‌های جاری و اولویت‌گذاری سرمایه‌گذاری، ضروری است.
صمت در این گزارش به وضعیت مصارف بودجه ۱۴۰۲ پرداخته است.

لایحه بودجه مهم‌ترین سـند مالی دولت اسـت. این سـند اولویت‌های دولت برای رسـیدن به اهداف را مشـخص می‌کند. لایحه امسال در شرایطی ارائه شد که کشور از نظر سرمایه‌گذاری وضعیت مناسبی نداشته و تشکیل سرمایه خالص در چند سال گذشـته منفی بوده اسـت. این مسـئله لزوم توجه بیشـتر به سـرمایه‌گذاری را برجسـته می‌کند. تورم نیز ریشه در کسری بودجه داشته و مدیریت هزینه‌ها و توجه به سرمایه‌گذاری باید در اولویت اصلی دولت باشد. به گزارش صمت، منابع و مصارف بودجـه ۱۴۰۲ در ماده واحده لایحـه برابر ۵۱۰۹ هزار میلیارد تومان عنوان شـده اسـت. ۲۱۶۴ هزار میلیارد تومان آن مربوط بـه مصارف بودجـه عمومی و ۳۰۹۸ هزار میلیارد تومان مربوط بـه بودجه شـرکت‌های دولتـی، بانک‌ها و موسسـات اعتباری وابسـته به دولت است. بودجه عمومی دولت به مصارف عمومی دولت و مصارف از محل درآمدهای اختصاصی تقسیم می‌شود. اعتبارات این دو بخش به ترتیب برابر ۱۹۸۴ و ۱۸۰ هزار میلیارد تومان است. مصارف عمومی دولت، به مصارف هزینه‌ای، تملک دارایی‌های سرمایه‌ای و تملک دارایی‌های مالی تقسیم می‌شود.



▣ مصارف عمومی ۴۲ درصد بیشتر شد

مصارف عمومی دولت بخشی از بودجه است که تخصیص آن به‌صورت متمرکز انجام می‌شود. این مصارف شامل سه بخش اعتبـارات هزینه‌ای، تملک دارایی‌های سـرمایه‌ای و تملـک دارایی‌هـای مالـی اسـت. اعتبـارات هزینه‌ای بیشـتر شـامل حقوق و دستمزد کارکنان و بازنشستگان و به‌طور کلی هزینه‌های جاری می‌شـود. تملک دارایی‌های سـرمایه‌ای نیز معادل مخارج دولت برای سـرمایه‌گذاری بـر روی زیرساخت‌هاسـت که به آن بودجـه عمرانی نیز گفته می‌شـود. درنهایت تملک دارایی‌های مالی به مفهوم بازپرداخت اصل بدهی‌های دولت اسـت که البته سـالانه موارد دیگری هم بر آن افزوده می‌شود.



مصارف عمومی دولت در لایحه سال ۱۴۰۲ نسبت به قانون بودجـه ۱۴۰۱ رشـدی ۴۲ درصدی و نسـبت به پیش‌بینی عملکرد ۵۵ درصد رشد داشته است و در لایحه بودجه امسال به ۱۹۸۴ هزار میلیارد تومان رسـیده اسـت. با توجه به اعلام سـازمان برنامـه و بودجه مبنی بر انتقـال ۱۴۰ هزار میلیارد تومـان از تبصـره ۱۴ به مصارف عمومـی، ۱۰ واحد درصد از رشد مصارف عمومی مربوط به این موضوع است.

اعتبارات هزینه‌ای ۴۶ درصد نسـبت به قانون مصوب سال گذشته و ۴۸ درصد نسبت به پیش‌بینی عملکرد رشد خواهد داشـت. این میزان افزایش ناشـی از رشد ۲۰ درصدی حقوق کارمندان و انتقال بخشـی از مصـارف هدفمندی یارانه‌ها به مصارف عمومی بوده اسـت. تملک دارایی‌های سرمایه‌ای ۲۶ درصدی نسـبت بـه قانون مصوب بودجه سـال ۱۴۰۱ و ۹۹ درصد نسـبت به پیش‌بینی عملکرد ۱۴۰۱ رشد داشته است.

لازم به توجه اسـت که رشـد بالا نسـبت به عملکرد به‌دلیل پیش‌بینـی عدم پرداخت بخشـی از بودجـه عمرانی به‌دلیل تحقق کمتر از ۱۰۰ درصدی منابع عمومی دولت بوده اسـت. همچنین در سـال ۱۴۰۱ به میزان ۱۲۵ هزار میلیارد تومان از تملک دارایی‌های سـرمایه‌ای از محل استقراض از صندوق توسعه ملی تحقق یافته است.

▣ اعتبار تملک دارایی‌های مالی

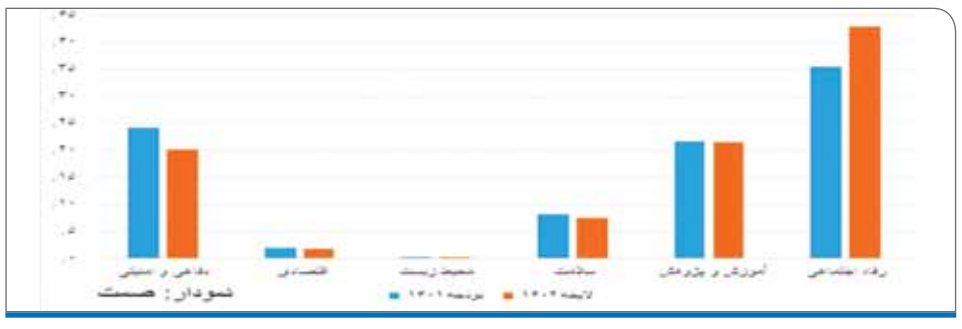
اعتبـارات تملک دارایی‌هـای مالی هم افزایش ۴۹ درصدی نسـبت به قانون بودجه ۱۴۰۱ داشـته است که بخش مهم آن بازپرداخت اصل اوراق مالی منتشـر شده در سال‌های گذشته است. درواقع این موضوع پیامد کسری بودجه سال‌های گذشته است که تامین منابع آنها از محل انتشار اوراق صورت گرفته و دولت موظف به بازپرداخت بخشی از آن در سال ۱۴۰۲ است. بـه این ترتیب در بودجه ۱۴۰۲ اعتبارات هزینه‌ای ۷۳ درصد، تملک دارایی‌های سـرمایه‌ای ۱۷ درصد و تملک دارایی مالی ۱۰ درصد از مصارف عمومی دولت را تشکیل می‌دهند.



طبقه‌بندی هزینه‌ها براسـاس امور و فصول، مصـارف را در بخش‌هـای گوناگـون وظایـف حاکمیتی طبقه‌بندی می‌کند.

مقایسـه اعتبـارات هزینـه‌ای امـور ده‌گانه حاکمیتـی با قانون بودجه سـال گذشـته در نمودار گزارش ارائه شده است.

امور رفاه اجتماعی، آموزش، پژوهش، دفاعی و امنیتی به ترتیب با بیشـترین سهم از لایحه بودجه امسـال (مجموع سـهم ۸۴.۴ درصد) را تشکیل داده‌اند.

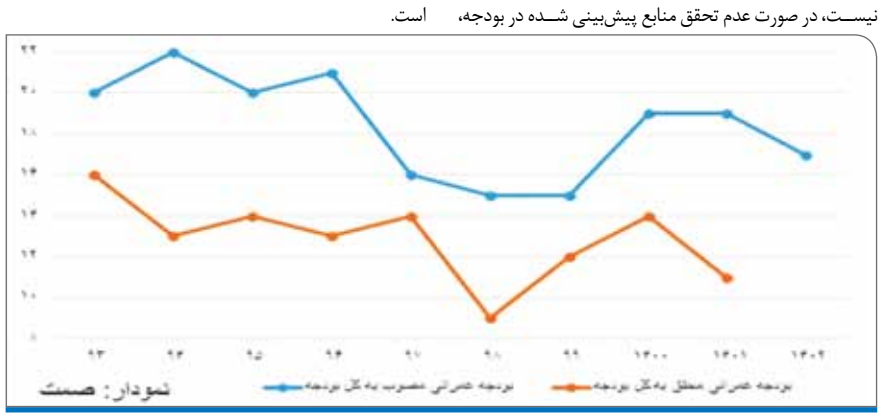


اعتبارات تملک دارایی‌های سـرمایه‌ای نسبت به سال گذشته، ۲۶ درصد و نسـبت به عملکرد آن بیش از ۹۰ درصد رشـد کرده است. تفاوت رشد، ناشی از عدم پرداخت اعتبارات مربوط به تملک دارایی‌های سرمایه‌ای به دلیل عدم تحقق منابع است.

اعتبـارات مربـوط بـه قانـون «اسـتفاده متـوازن از امکانات کشـور بـرای ارتقـای سـطح مناطـق کمتـر توسـعه‌یافته» در اعتبـارات تملـک دارایـی سـرمایه‌ای عمومـی منعکـس نمی‌شود. از آنجا که مصارف هزینه‌ای بیشتر به پرداخت حقوق و دستمزد اختصاص می‌یابد و در هنگام تخصیص قابل کاهش دادن نیسـت، در صورت عدم تحقق منابع پیش‌بینی شـده در بودجه، بودجه عمرانی پرداخت شده از رقم مرقوم در قوانین کمتر می‌شود.

▣ دیوار کوتاه «پروژه‌های عمرانی»

بررسـی‌ها نشـان می‌دهد که نه تنها اعتبارات تصویب شده در لایحـه برای پروژه‌های عمرانی در سـال‌های گذشـته قابل توجه نبوده، بلکه همین مقدار نیز در هیچ سالی به صورت کامل محقق نشـده اسـت. باید به این نکته توجه داشـت که کیفیت اعتبارات مربوط بـه تملک دارایی‌های سـرمایه‌ای نیازمند بازنگری جدی اسـت. تعداد زیاد پروژه‌های ناتمام و سرمایه‌گذاری دولتی ناموجه در برخی از پروژه‌ها، نشـانه‌ای از تخصیص نامناسب این اعتبارات است.



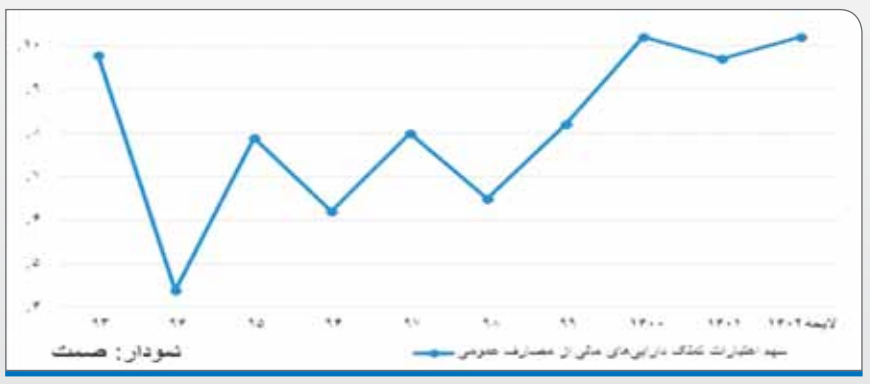
در حالـی کـه تحقق بودجه عمرانی همیشـه کمتـر از میزان تصویب شـده بوده، تحقق اعتبارات هزینـه‌ای مقادیری نزدیک به مقدار مصوب داشـته‌اند. این موضوع نشـان می‌دهد که بخش مصارف بودجه سال‌های مختلف با توجه به غلبه بخش اعتبارات هزینه‌ای و به‌شکل خاص حقوق کارمندان، انعطاف کمی در مقابل تنگناهای احتمالی دولت دارد و در صورت تصویب، امکان کاهش قابل توجه مصارف در آن وجود ندارد. در چنین شرایطی، کسری بودجه به سهم بودجه عمرانی اصابت خواهد کرد.

▣ حمایت از تولید دانش‌بنیان

یکی از نکات مهم بودجه امسـال تبصره ۱۸ با موضوع حمایت از تولید دانش‌بنیان اسـت که سـازکار تجهیز و تخصیص منابع مالی آن از طریق عاملیت صندوق پیشـرفت و عدالت در سـطح ملی و استانی تعیین شده است. بیشتر منابع این بخش به میزان ۳۱ هزار میلیارد تومان در قالب اعتبارات متفرقه لایحه بودجه و همچنین ۱۰۵ هزار میلیارد تومان منابع صندوق قرض‌الحسـنه بانک‌ها اسـت که نیمی از منابع تبصره ۱۶ (تسـهیلات تکلیفی) را تشکیل می‌دهد.

▣ سهم بازپرداخت اوراق از مصارف عمومی

اعتبارات تملک دارایی‌های مالی در سـال‌های گذشته روندی صعودی داشته است. انتشار اوراق و استقراض دولت در سال‌های گذشـته برای پوشش کسـری بودجه، رشـد قابل توجهی را در اعتبارات این بخش ایجاد کرده است. اوراق مالی منتشر شده در سال‌های گذشته بار مالی سنگینی را به دولت تحمیل می‌کند. ۵۲ هزار میلیارد تومان از اعتبارات هزینه‌ای متفرقه صرف بازپرداخت سـود و کارمزد وام‌ها می‌شـود. واگذاری دارایی‌های مالی کمتر به معنای اسـتفاده از منابع آینده و بار مالی سـبک‌تر دولت در سـال‌های آینده خواهد بود. اعتبارات تملک دارایی‌های مالی در بودجه امسال ۲۰۲ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است.



در ادامه آنچه بیان شد، تنها اصل مبالغ اوراق بدهی منتشر شـده در این بخش آمده اسـت و با در نظر گرفتن ردیف‌های متفرقـه هزینه اسـتقراض دولت بیش از مقـدار نمایش داده شـده بوده و سـهم دقیق‌تر هزینه‌های مالی حدود ۱۳ درصد کل مصارف عمومی دولت است.

البته در کنار اوراق منتشـره، استقراض دولت به شیوه‌های غیر شفاف و گاهی در قالب عدم پرداخت به پیمانکاران دولتی نیز انجام می‌شود.

آگهی مزایده فروش خودرو
نوبت اول

شـرکت معدنی و صنعتی سـپهر تجلی ایرانیان در نظر دارد نسـبت به **فروش یک دستگاه خودرو تویوتا تیپ لندکروز ۴۲اف مدل ۱۹۸۹** مازاد خود را از طریق برگزاری مزایده عمومی به فروش برساند.

متقاضیان جهت شرکت در مزایده می‌توانند از تاریخ نشر آگهی **۱۴۰۲/۰۳/۱۷** به مدت ۱۰ روز در ساعات اداری به واحد بازرگانی شرکت سپهر تجلی ایرانیان مراجعه و ضمن بازدید از خودرو برگ شرایط شرکت در مزایده را دریافت نموده و تا پایان وقت اداری روز **شنبه** مورخ **۱۴۰۲/۰۳/۲۷** فرصت ارسال یا تحویل پاکات خود وفق برگ شـرایط به نشـانی: تهران- خیابان گاندی جنوبی- بن‌بست ششم پلاک ۲ سـاختمان رضا طبقه دوم واحد ۱ جنوبی- کدپستی ۱۵۱۷۷۳۸۴۱۱ شرکت معدنی و صنعتی سپهر تجلی ایرانیان، واحد بازرگانی ارسال نمایند.

جهت دریافت فرم شـرکت در مزایده در سـایت شـرکت به نشـانی www.setico.ir مراجعه نموده و کسب اطلاعات تکمیلی در ساعات اداری از طریق شماره تماس ۸۸۶۶۶۵۱۷-۰۲۱ داخلی ۱۱۷-۱۱۶ واحد بازرگانی تماس حاصل نمائید.

شرکت معدنی و صنعتی سپهر تجلی ایرانیان

آگهی مناقصه عمومی شماره ۱۰۸-۴۰۲

موضوع: ساخت یک دستگاه راکتور یدکی واحد EO/EG

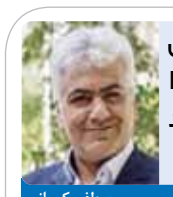
مشاهده آگهی در وب‌سایت شرکت به آدرس اینترنتی: www.arpc.ir

روابط عمومی و امور بین‌الملل پتروشیمی شازند



یادداشت

عدم‌رعایت ایمنی خسارت را بیشتر می‌کند



مصطفی کرمانی
فعال صنعت کفش

در همه استان‌ها کمیته سه‌جانبه‌ای متشکل از نمایندگان وزارت صمت، شبکه بهداشت و درمان و وزارت کار شکل گرفته تا با استفاده از اهرم‌ها و بازوهای قانونی، در موضوع بازرسی کار، عملکرد بهتری داشته باشند. نگاه اصلی در شهرک‌های صنعتی، رعایت تمام نکات ایمنی و استانداردهای مربوط به این بخش است و برای رعایت حداکثری ایمنی واحدهای تولیدی، شرکت شهرک‌ها مواردی را تذکر می‌دهند، بیلبوردهایی در سطح شهرک‌ها نصب می‌کنند، دستورالعمل‌های مربوطه را به واحدها ارسال می‌کنند، کلاس‌های آموزشی برای مسئولان ایمنی واحدها برگزار می‌کنند و... . در واحدهای با بیش از ۵۰ نفر نیرو، کارشناس ایمنی و بهداشت حرفه‌ای در واحد مستقر می‌شود و در واحدهای کوچک هم نظارت‌ها از سوی نهادهای متولی به‌صورت دوره‌ای انجام می‌شود. در هر صورت، طبق مصوبات شرکت شهرک‌های صنعتی، واحدهای صنعتی مستقر در این شهرک‌ها موظفند دستورالعمل‌های مربوط به بهداشت و ایمنی را رعایت کنند که شامل مواردی قبل از شروع فعالیت و ساختمان‌سازی تا هنگام فعالیت نیروی کار و بعضا در شرایط بعد از وقوع حادثه می‌شود.

برخی از ضوابطی که در راستای ایمنی در واحدهای صنعتی تعریف‌شده در تمام این واحدها مشترک است و در برخی واحدها نیز باتوجه به ماشین‌آلات و مواد اولیه‌ای که به‌کار می‌گیرند، استانداردهای خاصی باید رعایت شود.

از جمله مشکلاتی که واحدهای صنعتی در بخش ایمنی با آنها مواجه می‌شوند، یکی مربوط به نگاه بالا به پایین سازمان‌های متولی در برخورد با واحدهای صنعتی است که متاسفانه این نگاه سازمانی در بیشتر نهادها مشاهده می‌شود. مشکل دیگر مربوط به پیگیری مواردی است که صنعتگر به‌دلیل عدم‌رعایت نکات بهداشتی و ایمنی متخلف شناخته شده است. در مواردی واحد صنعتی به‌وضوح متخلف است، اما مواردی هم وجود دارد که عدم‌رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی و ایمنی مربوط به عدم‌آگاهی صنعتگر و شاید در مواردی سوءتفاهم است. به‌عنوان نمونه، رعایت برخی الزامات را محدود به سال قبل دانسته و... که در اغلب موارد صحبت‌های صنعتگر شنیده نمی‌شود.

راهکار حل این مشکل برای اینکه هم کارفرما کمتر دچار مشکل شود و هم ایمنی رعایت و امنیت جانی و مالی در واحدهای تولیدی در سطح بالایی تضمین شود، این است که به‌عنوان نمونه انجمن رابط صنعتگر باشد و صنعتگر در زمینه دستورالعمل‌هایی که رعایت نکرده، به‌طور مستقیم مواخذه و محکوم نشود؛ به‌نوعی برخی از مواردی که باید ازسوی یک واحد صنعتی رعایت شود، از سوی نهاد واسط برای او شفاف‌سازی شود و اگر تخلفی وجود داشته، دلایل صنعتگر شنیده شود. در این صورت، استانداردها توسعه پیدا می‌کند و راهکار بسیار خوبی برای برقراری ارتباط بین کارفرما، تشکل‌ها و مسئولان خواهد بود. شاید سختگیری‌هایی که در بحث ایمنی می‌شود برای کارفرما هزینه مالی قابل‌توجهی هم داشته باشد، اما به‌عنوان کسی که در حوزه صنعت فعالیت دارم، از این سختگیری‌ها رضایت دارم و تا جای ممکن، خود را موظف به رعایت شاخص‌ها و دستورالعمل‌های این بخش می‌دانم.

در شهرک‌های صنعتی، رعایت نکات ایمنی و بهداشتی جا افتاده است. البته در برخی موارد ضعف‌هایی وجود دارد، اما سختگیری‌ها و نظارت در این بخش در سطح بالایی است.

در این میان، یکی از موضوعاتی که واحدهای فعال در شهرک‌های صنعتی درگیر آن هستند، مربوط به زیرساخت‌هایی است که باید از لحاظ ایمنی فراهم باشند. تامین زیرساخت‌ها وظیفه دولت است که متاسفانه در این زمینه سرمایه‌گذاری نمی‌شود. به‌عنوان نمونه در شهرک صنعتی با ۱۲۰۰ واحد زیرساخت‌های لازم وجود ندارد و در محدوده تعریف شده برای آن شهرک، فقط یک واحد آتش‌نشانی فعالیت می‌کند.

بروز حادثه اجتناب‌ناپذیر است و کمبود منابع و امکانات، پیامدهای یک حادثه را بیشتر می‌کند، در حالی که با تقویت و ایجاد زیرساخت می‌توان ابعاد حادثه و بار مالی و جانی آن را کم کرد؛ به‌عبارتی شاید نتوان به‌طور صد درصدی جلوی حادثه را گرفت، اما می‌توان وسعت آن را کم کرد. وقتی ظرفیت زیرساخت‌ها پایین است در زمان حادثه دامنه خسارت‌ها بسیار زیاد خواهد شد و اتفاق در یک واحد، به‌راحتی واحدهای مجاور را هم درگیر می‌کند. اداره کل شرکت شهرک‌ها باید زیرساخت را ایجاد کند. این موضوع باید مدیریت و از قبل پیش‌بینی شود که متاسفانه بسیاری از این موارد پیش‌بینی نشده و تبدیل به معضل شده است. واقعیت این است که مشکل عمده شهرک‌های صنعتی در بخش زیرساختی است که از سوی نهادهای متولی و دولت تامین اعتبار نمی‌شود.

شهرک‌های صنعتی عوارض پرداخت می‌کنند، اما خدماتی دریافت نمی‌کنند و انتظار این است که بخشی از این عوارض صرف تامین و توسعه زیرساخت‌های مربوط به شهرک‌ها شود که قطعا در مواردی تجهیزات مربوط به ایمنی را نیز در برمی‌گیرد و در افزایش سطح ایمنی و بهداشت این نواحی تاثیرگذار خواهد بود.

ظرفیت بالای اشتغالزایی تولید پایپوش

برآوردهای کارشناسی حاکی از آن است که در ارکان زنجیره ارزش صنعت پایپوش به‌طور مستقیم و غیرمستقیم حدود ۵۰۰ هزار نفر اشتغالزایی وجود دارد و به همین لحاظ صنعت کفش ایران در بین ۷۱ رسته کاری، حائز رتبه چهارم در شاخص ظرفیت اشتغالزایی است.

بنا بر اعلام دبیرخانه جامعه صنعت کفش ایران، علاوه بر این ظرفیت بی‌نظیر در اشتغالزایی، عدم‌وابستگی صنعت کفش به خارج و خودکفایی در تامین مواداولیه در داخل موجب آن شده بیش از ۹۵ درصد مواداولیه موردنیاز این صنعت توسط تولیدکنندگان ایرانی تامین شود که این امر منجر به صرفه‌جویی در مصرف ارز کشور خواهد شد. به‌عنوان شاهدی بر این امر می‌توان به آمار واردات پلی‌اورتان (مورد استفاده در زیره انواع کفش) اشاره کرد که در سال‌های گذشته ارزش واردات آن به بیش از ۳۵۰ میلیون دلار می‌رسید، اما با دستیابی صنعتگران داخلی به توان تولید این ماده اولیه استراتژیک، واردات این ماده پایه (در گرید کفشی) به کمتر از ۱۰۰ میلیون دلار رسیده است.

از سوی دیگر، صنعت کفش ایران با تولید سالانه بیش از ۲۶۵ میلیون زوج انواع پایپوش حائز رتبه نخست در منطقه از نظر شاخص حجم تولید و مصرف است که این حجم از تولید انواع پایپوش عموما در شهرهای تهران، تبریز، مشهد، اصفهان، قم و هیدج زنجان انجام می‌شود.

در شاخص‌های تجارت بین‌المللی نیز بررسی‌های کمیسیون آمار و مطالعات راهبردی جامعه صنعت کفش ایران حاکی از آن است که طی سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ سالانه به‌طور متوسط ۱۰۰ میلیون دلار با وزنی حدود ۳۳ هزار تن انواع پایپوش از ایران به کشورهای هدف عمدتا عراق، افغانستان، جمهوری آذربایجان و سایر کشورها صادر شده است.

در بررسی دستاوردهای برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی نمایان شد

رویدادهایی برای توسعه صنعت کفش

شهناز صفایی
editor@smtnews.ir

برگزاری نمایشگاه، چه بزرگ، چه کوچک، چه عمومی و چه تخصصی، گامی در مسیر توسعه صنعتی کشور است. در این میان، نمایشگاه‌های تخصصی اهداف خاصی را دنبال می‌کنند که معرفی و در معرض دید قرار دادن محصولات و خدمات جدید و نوآورانه، یکی از مهم‌ترین آنها به‌شمار می‌رود و اگر درست و براساس استانداردهای نمایشگاهی باشد منجر به فروش بیشتر و سوددهی بالاتر نیز خواهد شد.

یکی از صنایعی که به‌ویژه در چند سال اخیر تکیه بسیاری بر برگزاری نمایشگاه و تکاپوهای بسیاری در این بخش دارد، صنعت کیف، کفش، چرم و صنایع وابسته است. این صنعت در کشور ما ظرفیت بالایی برای حضور در بازارهای صادراتی دارد و می‌تواند از نمایشگاه‌ها برای حضور پررنگ‌تر و بیشتر در این عرصه بهره ببرد. صمت باتوجه به ظرفیت بالایی که صنعت کیف، کفش، چرم و صنایع وابسته در کشور دارد، به‌مناسبت روز جهانی نمایشگاه‌ها از فعالان این صنعت اهداف کمی و کیفی که در نمایشگاه‌های تخصصی دنبال می‌کنند و دستاوردهایی که برگزاری نمایشگاه‌ها برای این صنعت داشته را جویا شده که در ادامه می‌آید. با ما همراه باشید.



عکس: آیدا فریدی

برگزاری نمایشگاه می‌تواند تحولات بزرگی را در صنعت به‌وجود آورد و منجر به رشد و توسعه اقتصادی شود

برگزاری یک رویداد باید بر اساس استانداردهای جهانی باشد تا هدف نهایی آن محقق شود

تحول‌آفرین برای صنعت



رسول شجری، رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان کفش‌های دستدوز تهران درباره دستاوردهایی که تاکنون برگزاری نمایشگاه برای صنعت کفش داشته به صمت گفت: صنعت کفش با ۵۰۰ هزار جمعیت شاغل، نقش بسیار پررنگی در اقتصاد کشور دارد و براساس اطلاعات و آمارهای موجود، یکی از ۵ رشته اشتغالزا در ایران به‌شمار می‌رود. مهم‌تر از همه اینکه صنعت کفش هم می‌تواند ارزآور باشد و هم با کمترین ارزی که به آن اختصاص داده می‌شود، ادامه حیات دهد.

یکی از دیگر ویژگی‌های مهم صنعت کفش، حضور فعالان آن در بیشتر شهرهای کشور است که نشان از ظرفیت بالای این صنعت برای کمک به رشد و توسعه اقتصادی دارد. فعالیت جدی صنعتگران ما در قم، تبریز، مشهد، تهران، اصفهان، همدان و... مؤید این ادعاست. نمایشگاه‌ها در تمام کشورهای دنیا عامل رونق اقتصاد هستند و به هر شکلی که برگزار شوند، برای صنعت مفید خواهند بود. شجری افزود: در بازه زمانی یکی دو ماه قبل از برگزاری تا مقطعی که نمایشگاه برگزار می‌شود، برای دست‌اندرکاران تولید، مواد اولیه و... کار مضاعفی شکل می‌گیرد و شاهد تلاش برای عرضه محصولات جدید و نوآورانه و جذب مشتری‌های جدید هستیم.

خوشبختانه در حوزه کفش، نمایشگاه‌های بزرگ و خوبی برگزار می‌شود که در روند توسعه صنعت کفش بسیار تاثیرگذار بوده است. در شرایطی که کشور با تحریم‌ها، نابسامانی‌های اقتصادی، تورم و... دست‌وپنجه نرم می‌کند، یکی از ابزارهایی که صنعت کفش را سرپا نگه داشته و کمک کرده بخشی از فعالان این صنعت در بازارهای صادراتی فعالیت کنند، برگزاری نمایشگاه‌های گوناگون بوده است. وی در ادامه درباره مشکلات و موانعی که فعالان صنعت کفش در جریان برگزاری نمایشگاه‌ها با آنها مواجه می‌شوند، اظهار کرد: در برگزاری نمایشگاه، یکسری قوانین وجود دارد که شرکت‌کنندگان همه نمایشگاه‌ها ملزم به رعایت آنها هستند. یکی از این موارد مربوط به مسائل ارزی دعوت از مهمانان خارجی برای شرکت در نمایشگاه‌های داخل کشور است. در کل برای برگزاری نمایشگاه‌ها در داخل کشور مشکل و چالش خاصی نداریم و تمام تلاش سازمان توسعه تجارت نیز برگزاری باشکوه‌تر نمایشگاه‌هاست. وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز اهتمام جدی برای برگزاری بهتر نمایشگاه‌ها دارد که جا دارد از تمام نهادهایی که این مسیر را برای عرض‌اندام تمام صنایع، از جمله صنعت کفش هموار می‌کنند، از وزارت صمت و معاونت‌های آن گرفته تا اتاق اصناف و... تشکر و قدردانی کنیم، چراکه تمام‌قد برای حمایت از تولید و رفع مشکلات آن ایستاده‌اند.

شجری ادامه داد: ناگفته نماند که باوجود تلاش‌های زیادی که صرف برگزاری باکیفیت نمایشگاه‌ها می‌شود، گاه تحت‌تاثیر شرایط اقتصادی، تحقق خواست صنعتگران امکان‌پذیر نیست.

وی در پاسخ به این پرسش که آیا برای صنعتگران به‌ویژه در صنعت کفش امکان شرکت در نمایشگاه‌های خارجی فراهم است یا خیر، گفت: اتفاقا یکی از موارد بسیار مهم که موردتاکید وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز قرار دارد، حضور فعالان صنعت کفش در نمایشگاه‌های بین‌المللی مانند نمایشگاه مسکو است. البته کشورهایی مانند ازبکستان نیز تمایل زیادی برای حضور ما در نمایشگاه‌هایی که برگزار می‌کنند، دارند و وزارتخانه و شرکت شهرک‌های صنعتی نیز تلاش‌ها و کمک‌هایی برای حضور موفق صنعتگران صنعت کفش در نمایشگاه‌های بین‌المللی انجام می‌دهند.

شجری درباره اطلاع‌رسانی در زمینه زمان برگزاری نمایشگاه‌های خارجی نیز گفت: سازمان توسعه تجارت به‌موقع تقویم برگزاری نمایشگاه‌ها را در اختیار دست‌اندرکاران نمایشگاه‌ها قرار می‌دهد، اما شرایط برای پاسخگویی به خواست تمام دوستان فراهم نیست. البته اتحادیه تمام تلاش خود را برای اطلاع‌رسانی درست و به‌موقع و حضور فعالان صنعت کفش انجام می‌دهد. حتی در ابتدای سال با شرکت شهرک‌های صنعتی تفاهمنامه‌ای را امضا می‌کنیم که در برگزاری نمایشگاه‌های خارج از کشور به تولیدکنندگان و صنعتگران ما کمک کنند. البته نمی‌توان زودتر از ۳ تا ۴ ماه قبل از برگزاری یک نمایشگاه بین‌المللی درباره آن اطلاع‌رسانی کرد. به فعالان صنعت کیف، کفش، چرم و صنایع وابسته پیشنهاد می‌کنم تقویم نمایشگاه‌های بین‌المللی را تعقیب کنند و قطعا اتحادیه هم در این زمینه اطلاع‌رسانی می‌کند. از بین نمایشگاه‌های بین‌المللی، نمایشگاه‌هایی که در مسکو، ترکیه و ایتالیا برگزار می‌شوند برای ما مهم هستند و حتی برای حضور تولیدکنندگان‌مان در ایتالیا برای آنها دعوتنامه می‌گیریم و به دنبال این هستیم که مراودات صنعت کفش کشور با بازارهای بین‌المللی بیشتر شود و بتوانیم از ظرفیت و توان بسیار زیاد این صنعت در راستای رشد اقتصادی کشور بهره ببریم. شجری تاکید کرد: برگزاری نمایشگاه می‌تواند تحولات بزرگی را در صنعت به‌وجود آورد و منجر به رشد و توسعه اقتصادی شود. ۱۲ سال پیش برگزاری نمایشگاه امپکس را شروع کردیم و امروزه پرتوان‌تر از قبل به دنبال برگزاری دوره دوازدهم آن هستیم.

وی افزود: ایجاد شهرک‌های صنعتی، یکی از مهم‌ترین دستاوردهای برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در کشور است. صنعت کفش برای ورود به بازارهای جهانی باید ساماندهی شود و برنامه‌ریزی داشته باشد. شرایط برای تحقق این هدف در داخل شهرها فراهم نیست؛ در نتیجه به‌دنبال فعالیت در شهرک‌های صنعتی رفتیم که بسیار هم مثبت بود و امروزه بیش از ۱۰۰ واحد تولیدی کفش در شهرک صنعتی قرچک فعالیت می‌کنند.

وی در پایان اظهار کرد: امیدواریم ثبات به اقتصاد بازگردد تا صنعت کفش نیز ساماندهی شده و با جدیت بیشتر وارد عرصه صادرات شود، چراکه یکی از مهم‌ترین عوامل موثر تداوم اشتغال در کشور صنعت کفش است.

نمایان شدن کم‌وکاستی‌های تولید



مهدی عبدالهی‌نجات، نماینده جامعه صنعت کفش ایران در ستاد نمایشگاه امپکس درباره کم‌وکیف برگزاری نمایشگاه‌ها در صنعت کفش به صمت گفت: نخستین تاثیر برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی، ارتقای صنعت است. آنچه به واسطه برگزاری رویدادهای نمایشگاهی منجر به حرکت رو به جلوی صنعت می‌شود، نمایان شدن کم‌وکاستی‌های تولید است. در جریان برگزاری نمایشگاها خلأهای تولید و جاهایی که نیاز به حمایت دولت دارد، مشخص می‌شود.

وی افزود: مهم‌ترین نمایشگاه صنعت کفش با عنوان امپکس شناخته می‌شود که دوازدهمین دوره آن در سال جاری برگزار خواهد شد. این نمایشگاه از جهت ارتباطی که بین تولیدکنندگان، متقاضیان و متولیان صنعت کفش برقرار می‌کند، بسیار جایگاه مهمی در این صنعت توانمند در کشور دارد.

عبدالهی‌نجات ادامه داد: برگزاری ۱۱ دوره رویداد امپکس، نتایج بسیار مثبتی برای صنعت کفش ما داشته است. در این نمایشگاه هم تولیدکنندگان بزرگ و هم کوچک و متوسط حضور دارند. وقتی واحدهای کوچک و متوسط شناخته شوند، مسیر رشد برای آنها باز می‌شود و می‌توان از دولت خواست با ارائه وام‌های بلندمدت از آنها حمایت کند تا سرمایه در گردش مناسبی داشته باشند و بتوانند رشد کنند. دیده شدن خود محرک و مشوق قوی برای حضور فعالان صنعت در نمایشگاه‌های گوناگون و تلاش در جهت رشد و توسعه است.

این فعال صنعت کفش اظهار کرد: نمایشگاه جایی برای عرضه توانمندی‌ها و برنامه‌های آینده واحدهای تولیدی است تا شناخته شوند و بتوانند مشتریان دائمی برای تولیدات خود جذب کنند. بسیاری از نوآوری‌های صنعت کفش متاثر از برگزاری نمایشگاه‌های پیشین بوده است. تولیدکنندگان صنعت کفش و مواد اولیه در رقابت با یکدیگر و در فاصله بین برگزاری دو نمایشگاه، خود را برای نمایشگاه بعدی و اینکه محصول جدید و بدیعی برای عرضه داشته باشند، آماده می‌کنند. اینجاست که نقش نمایشگاه در ایجاد رغبت برای تولید خلاقانه و نوآور نمایان می‌شود که بسیار باارزش است و می‌تواند عامل شکوفایی صنعت باشد. عبدالهی‌نجات در پاسخ به این پرسش که فعالان صنعت کفش چه اهداف کمی و کیفی را برای امپکس ۱۴۰۲ دنبال می‌کنند، اظهار کرد: تمام تلاش برگزارکنندگان امپکس برای برگزاری نمایشگاه در سطح استانداردهای بین‌المللی با حداکثر شرکت‌کنندگان است. هدف این است که بخش زیادی از کم‌وکاستی‌هایی که در دوره‌های پیشین برگزاری این رویداد با آنها مواجه بودیم را برطرف کنیم و نمایشگاه هم از لحاظ کمی و هم کیفی، رشد داشته باشد. وی افزود: یکی از مشکلات برگزاری امپکس سال گذشته تعداد کم غرفه‌ها بود. در دوره یازدهم امپکس به برخی از شرکت‌کنندگان غرفه نرسید که امسال تلاش می‌کنیم این مشکل برطرف و سالن‌های بزرگ‌تری به نمایشگاه اختصاص داده شود. عبدالهی‌نجات تاکید کرد: امپکس امسال دوازده‌ساله می‌شود و نیاز به یک تحول و پوست‌اندازی دارد و انتظار این است که بسیار قوی‌تر از دوره‌های پیشین ظاهر شود. تمام تغییرات لازم برای برگزاری بهتر نمایشگاه امپکس را اجرایی خواهیم کرد تا در نهایت به اهداف‌مان برسیم. امپکس نمایشگاه بسیار مهم صنعت کفش است که مسئولیت ما را سنگین‌تر می‌کند و اگر نتوانیم با توان بیشتر در آن ظاهر شویم از رقبا عقب خواهیم ماند. امیدواریم صنعت کیف، کفش، چرم و صنایع وابسته بتواند به اشتغالزایی بالایی که دارد، ادامه دهد. وی درباره حضور شرکت‌های خارجی در امپکس امسال اظهار کرد: سال گذشته به‌دلایلی از جمله تعطیلات ژانویه و محدودیت‌های دیگر، شرکت‌کننده خارجی نداشتیم، اما امسال تمهیداتی برای حضور شرکت‌های خارجی در امپکس اندیشیده شده و در حال برنامه‌ریزی و انجام تبلیغات لازم در کشورهای هدف مانند سی‌آی‌اس، ترکیه، اروپا و قاره افریقا هستیم. سازمان توسعه تجارت نیز از مهمانان خاصی برای حضور در این رویداد دعوت می‌کند.

این فعال صنعت کفش درباره انتظاراتی که از دولت برای برگزاری هرچه بهتر نمایشگاه‌ها دارند، اظهار کرد: انتظار داریم هر کاری از دست متولیان و مسئولان برمی‌آید انجام دهند و فقط در حد شعار و حرف حامی نباشند و در کل انتظار داریم به وعده‌هایی که می‌دهند عمل کنند، چراکه در غیر این صورت، انگیزه تولیدکنندگان را کم می‌کنند. تولید هر روز درگیر یک مشکل می‌شود. انتظار داریم درد تولیدکننده را بشنوند. گاهی با یک گفت‌وگوی ساده، راه برای تولید باز و باری از دوش تولیدکننده برداشته می‌شود.

وی در پایان با اشاره به روز جهانی نمایشگاه‌ها خاطرنشان کرد: برگزاری نمایشگاه یعنی رشد روزافزون صنعت که منجر به ارتقای کمی و کیفی تولیدات می‌شود. نمایشگاه محل عرض‌اندام تولیدکننده است. البته تولیدکننده باید هدف‌دار در این رویدادها شرکت کند تا گام به گام ترقی یابد و هر سال نسبت به سال قبل بالاتر برود. نوآوری و خلاقیت می‌تواند تولیدکننده را به اهدافش برساند.

از یک سو واحدهای تولیدی شرکت‌کننده در نمایشگاه باید با هدف وارد نمایشگاه شوند و از سوی دیگر، چارچوب برگزاری نمایشگاه باید براساس استانداردهای جهانی باشد تا هدف نهایی آن که تحقق رشد و توسعه صنعتی است محقق شود.

سخن پایانی

ارائه خدمات بهتر به مشتریان، ایجاد رقابت سالم بین واحدهای تولیدی و صنعتی، آزمایش واکنش بازار به کالای جدید، تشریح ویژگی‌های صنعتی و اقتصادی یک کالا برای افراد بازدیدکننده، کسب ایده و پیشنهاد، گسترش دادن مبادلات خارجی، بستن قرارداد بازرگانی جدید و در نتیجه گسترش بازارهای صادراتی و فروش داخلی و دسترسی به نتایج تحقیقات علمی و تکنولوژی روز دنیا برای صاحبان صنایع و برنامه‌ریزان، از جمله مزایای برگزاری نمایشگاه‌ها به‌شمار می‌رود که اگر به‌دقت دنبال شود قطعا منجر به رشد صنعت خواهد شد. پس باید تاکید کنیم که «قدرت نمایشگاه‌ها را دست‌کم نگیرید.»

رابطه معنادار معدن و محیط زیست



عکس: صمت

فرشته صائمی: **تخریب محیط زیست و نپرداختن کامل حقوق کارگران، از جمله چالش‌هایی محسوب می‌شوند که درباره فعالیت معادن، به خصوص پیمانکاران آنها، مطرح می‌شود. به عبارت دیگر یکی از چالش‌های فعالیت معادن، تخریب زیست محیطی اطراف است. معادن در کنار سودآوری و نقش مفیدی که در اقتصاد کشور ایفا می‌کنند، از منظر طرفداران محیط زیست مورد انتقاد قرار می‌گیرند؛ به این دلیل که ضمن تلاش برای استخراج مواد معدنی، محیط زیست اطراف آن در معرض آسیب‌های جدی قرار می‌گیرد. در سال‌های اخیر نیز فعالان محیط‌زیست استان‌های دارای معدن در مورد خطرات زیست‌محیطی فعالیت معادن و حتی آسیبی که به آثار باستانی وارد می‌کنند، اخطار دادند.**

جواد عادل، سرپرست اداره میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی شهرستان ابرکوه طی هشداری درباره حیات منطقه طبیعی و توریستی مجموعه اعلا گفت: متاسفانه به دلیل اعطای بی‌رویه مجوز کشف و استخراج معدن و عدم نظارت بر آن، منطقه اعلا آسیب بسیار دیده به طوری که یکی از جاذبه‌های این منطقه به نام «شتروک اعلا» به کلی از بین رفته و اگر وضع به همین منوال پیش برود شاهد نابودی بقیه منطقه خواهیم بود.

علاوه بر این هانی رستگاران پژوهشگر میراث‌فرهنگی و ثبت میراث نیز درباره نابودی قله شاهوار به دلیل فعالیت‌های معدنی در شاهرود خبر داد و گفت: استخراج سنگ «بوکسیت» در ارتفاعات بالای کوه شاهوار، موجب شده در چند سال اخیر انفجارهای متعددی رخ دهد و معدن‌کاران در منطقه پیشروی کنند که با تخریب‌هایی همراه بوده است. جاده‌کشی‌های متعدد، علاوه‌بر تخریب پوشش گیاهی، فرسایش خاک و افزایش ریزگرد، احتمال سیل و آلودگی آب را هم در بخش شاهوار بالا برده است. هانی رستگاران همچنین به این نکته نیز اشاره می‌کند که فعالیت معادن نه تنها موجب آسیب به زیست گیاهی بلکه علت اصلی تخریب زیستگاه جانورانی همچون خرس، قوچ، میش، کل و بز وحشی شده و موجب فرار و افزایش تصادفات جاده‌ای آن‌ها شده است.

▣ حقوق باور نکردنی

در کنار چالش‌های زیست محیطی، حقوق کارگرها به عنوان نیروهای اصلی معادن، همواره به یکی از چالش‌هایی اصلی تبدیل شده تا جایی که «دستمزد با کار مناسب نیست» محور اصلی اعتراضات کارگرانی است که شک و شبهه‌ای در مورد سختی کار آنها وجود ندارد و تایید این ادعا را حتی می‌توان در ادبیات عامیانه پیدا کرد چنانچه در کنایه‌ها بعد از کار در معدن...، اصطلاح سخت‌ترین شغل دنیا قرار می‌گیرد.

اما واکنش‌ها نسبت به کارگرهای معادن در غرب کشور به همین‌جا ختم نشده است، به این ترتیب که همزمان با اعتراضات کارگران در کرمان سید ابراهیم رییسی با حضور در جمع کارگران معدن زغال سنگ طبس با اعلام ضرب‌الاجل، خواستار رفع مسائل موجود در حوزه پیمانکاری و کارگران معدن شد و گفت: «من از همین الان به مدت ۲۰روز به پیمانکاران وقت می‌دهم تا وضعیت کارگران را متحول کنند؛ اگر تا ۲۰ روز دیگر این کار را انجام ندهند، من می‌دانم چه اقدامی انجام دهم...».

▣ اعتراض کارگران معدن طزره

با وجود تاکید بر جایگاه کارگرهای معادن و گذشت بیش از ۲ سال از ضرب‌الاجل رئیسی به پیمانکاران، براساس شنیده‌های خبرنگار گسترش‌نیوز اعتراضات کارگرهای معدن طزره چند روز ادامه داشت.

طبق قانون کار یک کارگر باید روزانه ۷ ساعت و ۲۰ دقیقه مشغول به کار باشد لذا ۸ ساعت کار در روز و به‌ازای پرداخت حقوق ۶ میلیونی از جمله موارد مورد اعتراض کارگران در سال ۱۴۰۲ بود اما نکته مهم مربوط به ماده ۵۲ قانون کار است، به این ترتیب که ساعت کاری مشاغل سخت نباید بیشتر از ۶ ساعت در طول روز و بیشتر از ۳۶ ساعت در طول هفته باشد که این میزان ساعت با توجه به اهمیت سلامت کارگران در نظر گرفته شده است.

هر چند در قانون کار سلامت و سختی کار کارگران در نظر گرفته شده و زبان سرخ اعتراض آنها مبنی بر نپرداختن کامل حقوق باز است اما نکته دیگر که اخیرا در مورد سلامت کارگران و حیات آنها مطرح شده، مربوط به پنهان ماندن آمار مرگ‌ومیر کارگران معادن است، نکته‌ای که کارشناس ارشد ایمنی و بهداشت کار مطرح کرد و خصوصی بودن معادن را علت اصلی این پنهان‌کاری دانست. در حقیقت غلامحسین عشقی بر این باور است که با خصوصی‌شدن معادن افراد صاحب نفوذ ترجیح به پنهانکاری در آمار و اخبار مربوط به حوادث کار دارند.

▣ معدن سالانه جان چند نفر را می‌گیرد؟

ادعای برخی فعالان معدنی در مورد آمار مرگ و میر کارگران در حالی مطرح می‌شود که سال ۹۸ مرکز پژوهش‌های مجلس اعلام کرده بر اساس مطالعات میدانی انجام تنها در معادن زغال سنگ ایران در اثر حوادث ناشی از معدنکاری مانند سقوط، گازگرفتگی، انفجار، ریزش آوار، برق‌گرفتگی و ضربه، ۲۰ نفر جان خود را از دست داده و ۱۰ نفر مصدوم شده‌اند. این در حالی است که آمار دقیقی از حوادث رخ داده در سایر معادن منتشر نشده است.

همچنین براساس این گزارش در۵ ماهه نخست سال ۱۳۹۹ تعداد ۲۰ معدنچی در ۱۳ معدن جان خود را از دست داده‌اند. در دهه ۹۰ بیش از ۳هزار حادثه در معادن کشور رخ داده است که موجب آسیب‌دیدگی حدود ۱۳هزار کارگر و کشته شدن بیش از ۴۳۰ معدنچی شده است. اما در سال ۱۴۰۰ آمار فوتی کارگران معدن به صورت متفاوتی منتشر شد. به بیان دیگر معاون پزشکی و آزمایشگاهی سازمان پزشکی قانونی کشور آمار تلفات ناشی از حوادث کار در سال ۱۴۰۱ بدون تفکیک اعلام کرد. مسعود قادی‌پاشا درباره آمار متوفیان ناشی از حوادث کار در سال ۱۴۰۱ گفت: در مجموع ۱۹۰۰ نفر در سال ۱۴۰۱ در حوادث ناشی از کار، جان خود را از دست دادند که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل که آمار تلفات یک هزار و ۹۲۶ نفر بود، ۱.۳ درصد کاهش داشته است.

▣ آخرین آمار کارگران معادن

در رابطه با آمار مرگ و میر کارگرهای معادن در سال ۱۴۰۲ تا این لحظه آماری منتشر نشده است اما اولین خبر ناگوار از وضعیت قشر مذکور، مربوط به واژگونی یک دستگاه مینی‌بوس کارگران در شهرستان بافق در ۲۱ اردیبهشت بود که در نهایت منجر به مصدومیت ۱۵ نفر شد. علاوه بر این محبوس شدن کارگر جوان در یکی از معادن کرمان نیز از جمله حوادث ناگواری بود که از ابتدای سال جاری تا این لحظه برای کارگرهای معادن اتفاق افتاده است.

حوادث مذکور در شرایطی اتفاق افتاد که پیش از این رئیس انجمن متخصصین بهداشت حرفه‌ای ایران با اشاره به حوادث فاجعه‌باری همچون حوادث معدن زغال سنگ یورت آزادشهر، کارگاه ساختمانی متروپل آبادان، کلینیک سینا مهر تهران، ساختمان پلاسکو، جان باختن کارگران در اثر غرق شدگی در مخازن مواد شیمیایی در استان البرز، انفجار گاز شرکت بوتان اهواز، انفجار سیلندر اکسیژن بیمارستان یاسوج و غیره، گفت که این موارد نایمن باید توسط متخصصین و بازرسان شناسایی و اعلام شود، مسئولین هم این هشدارها را جدی بگیرند و کم کاری و بی‌توجهی نکنند.

▣ کپسول‌های آتش‌نشانی خالی است

حسن اصیلیان مهابادی در حالی درباره ایمنی معادن هشدار می‌دهد که یکی از کارگران معدن طزره که نخواست نامش فاش شود، در گفت‌وگو با گسترش‌نیوز (پایگاه خبری موسسه مطبوعاتی فرهنگی صمت) از خالی بودن کپسول‌های آتش‌نشانی به کار برده شده، در این معدن خبر داد. این کارگر معدن طزره ضمن ارزیابی میزان امنیت معدن گفت: کپسول‌های آتش‌نشانی داخل معدن طزره خالی است و ۵ کارگری که چند سال پیش در این معدن جان باختند، به دلیل خالی بودن کپسول‌ها جان خود را از دست دادند.

او افزود: در مورد بیمه نیز مشکلات فراوانی داریم، به این ترتیب که حق بیمه در نظر گرفته شده در قرارداد رعایت نمی‌شود و وقتی به پزشک مراجعه می‌کنیم، حق بیمه کمتر از آنچه که در قرارداد نوشته شده، پرداخت می‌شود.

سخن پایانی

علاوه بر موارد یاد شده، بسیاری از فعالان معدنی معتقدند حقوق‌ها کمتر از آنچه در قرارداد نوشته شده، پرداخت می‌شود. زمان قراردادها هم ۳ یا ۶ ماه است. نکته مهم این است با وجود اینکه کارگران حق مرخصی دارند اما پیمانکار، آنها را از این حق محروم کرده و اضافه کاری بی‌فایده است و حق آنها پرداخت نمی‌شود.

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی بطور فوق‌العاده

شرکت سپاهان شیمی (سهامی خاص) به شماره ثبت ۳۸۰۶ و شناسه ملی ۱۰۲۶۰۲۴۸۶۱۷

بدینوسیله از سهامداران محترم و یا نماینده قانونی آنها دعوت می گردد در جلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق‌العاده شرکت سپاهان شیمی (سهامی خاص) که در روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۷ از ساعت ۱۰ صبح در محل شرکت واقع در اصفهان- خیابان شیخ بهایی- خیابان اردیبهشت جنوبی پلاک ۱۳۲ مجتمع پگاه واحد همکف غربی به کدپستی ۸۱۳۴۹۷۷۵۷۹۱ تشکیل می‌گردد حضور بهم رسانید.

دستور جلسه:

۱. استماع گزارش رئیس هیات‌مدیره در مورد استعفا

۲. انتخاب اعضای هیات‌مدیره

رئیس هیات‌مدیره شرکت سپاهان شیمی (سهامی خاص)

فراخوان مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای

نوبت دوم شناسه ۱۵۰۵۰۲۴

شرکت توزیع نیروی برق استان آذربایجانغربی (سهامی خاص)

شرکت توزیع برق آذربایجانغربی

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی در نظر دارد **مناقصه عمومی به شرح جدول ذیل** را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس: www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

توضیح: فقط شرکت‌هایی مجاز به شرکت در مناقصه خواهند بود که دارای تاییدیه صلاحیت از سازمان برنامه و بودجه در رشته نیرو و تاییدیه صلاحیت ایمنی از اداره کار و رفاه اجتماعی باشند.

تاریخ انتشار مناقصات در سایت: روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۱۶

آخرین مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصات از سایت: ساعت ۱۹ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۴

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۹ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۰۳

زمان بازگشایی پاکت‌های الف و ب و ج: ساعت ۱۱ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۰۵ خواهد بود.

توضیح: پیشنهاد دهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده شرکت در مناقصه، تضمین‌های معتبر (براساس شرایط مندرج در اسناد مناقصه) تهیه و تسلیم نماید و به پیشنهادهای فاقد امضا، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضا مدت مقرر در فراخوان واصل شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شماره مناقصه	موضوع مناقصه و شماره فراخوان	مبلغ کل تضمین شرکت در مناقصه (به ریال)	نوع اعتبار
۱۴۰۲-۸۱	تامین برق مجتمع مسکونی نهضت ملی مسکن ابوالفتحی ارومیه بصورت کلید دردست (شماره فراخوان ۲۰۰۲۰۰۹۰۰۳۰۰۰۰۸۴)	۱,۱۳۰,۰۰۰,۰۰۰	منابع عمرانی

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گذار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت‌های الف:

آدرس: ارومیه - بلوار ارتش- سربازان گمنام-ارتش. شرکت توزیع نیروی برق استان. تلفنخانه ۰۴۴-۳۱۱۰۴۵۰۰ و تلفن کارشناس مناقصات ۰۴۴-۳۱۱۰۴۳۹۷

اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۱۴۵۶

دفتر ثبت‌نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷-۰۲۱ و ۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱

دفتر ثبت‌نام ارومیه: - ۰۴۴۳۲۲۳۲۱۱۳

اطلاعات تماس دفاتر ثبت‌نام سایر استان‌ها در سایت سامانه www.setadiran.ir "بخش ثبت‌نام /پروفایل تامین کننده / مناقصه گر" موجود است.

ضمنا فراخوان مناقصه در سایت‌های اطلاع‌رسانی معاملات صنعت برق (شرکت توانیر) و سایت شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی و سایت ملی مناقصات به ترتیب به آدرس‌های: Iets.Mporg.ir ,WWW.Waepd.ir ,WWW.tavanir.org.ir قابل مشاهده است.

توضیح: سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۳/۱۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۱۷

اداره مناقصات و قراردادهای شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه عمومی دومرحله‌ای

نوبت دوم شناسه ۱۵۰۶۳۶۳

شرکت ملی گاز ایران
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی(پالایشگاه نهم(فاز ۱۲)) در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل بصورت برگزاری مناقصهٔ عمومی دومرحله‌ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) تامین نماید:

شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران:	۲۰۰۲۰۹۷۵۸۷۰۰۰۰۲۹
شماره مناقصه و تقاضا	تقاضای R۹/۴۰۲/۰۶ و شماره تقاضا ۰۰۴۹۰۳۵
موضوع و شرح مختصر اقلام درخواستی:	P/F: INJECTION PUMP
مبلغ برآوردی مناقصه:	۲۳,۵۸۸,۲۰۰,۰۰۰ ریال
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار:	۱,۱۷۹,۴۱۰,۰۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار:	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین‌نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می‌باشد.
تاریخ‌های مهم در فرآیند برگزاری مناقصه از طریق سامانه ستاد ایران:	زمان اولین انتشار آگهی /ارسال به صفحه اعلان عمومی: ۱۴۰۲/۰۳/۰۹
	مهلت بارگیری و دریافت اسناد ارزیابی کیفی از سامانه ستاد ایران: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰
	مهلت بارگذاری و ارسال پاسخ استعلام و مدارک ارزیابی کیفی در سامانه ستاد ایران: ۱۴۰۲/۰۴/۰۳
آخرین مهلت بارگذاری پیشنهادات فنی و مالی در سامانه ستادایران:	پس از ارزیابی کیفی مناقصه‌گران، مستندات دریافت پیشنهاد فنی و مالی به همراه برنامه زمانی از طریق سامانه ستاد ارسال می‌گردد.
آدرس مناقصه‌گزار	استان بوشهر- کنگان- کیلومتر ۱۵ جاده عسلویه- مجتمع گاز پارس جنوبی- پالایشگاه نهم(فاز ۱۲) - کدپستی: ۷۵۳۹۱۷۱۰۵۷ - تلفن: ۰۷۷۳۲۳۱۳۹۴۳

بدیهی است کلیه فرآیند برگزاری مناقصه الکترونیکی از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به نشانی: WWW.SETADIRAN.IR انجام می‌پذیرد و به پیشنهادهای خارج از سامانه ستاد هیچگونه ترتیب اثری داده نخواهد شد و مناقصه‌گران بایستی نسبت به ثبت‌نام در سامانه ستاد و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند. مناقصه‌گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۷۷۳۲۳۱۳۹۴۳ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۳/۱۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۱۷ روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

یادداشت

خام‌فروشی در سنگ ساختمانی



علیرضا مهدیه
کارشناس و فعال صنعت سنگ

طی تحلیل‌ها برای تعریف صحیح و اجرایی ماده خام، مواد اولیه یا اساسی موردنیاز در داخل کشور، می‌شود به شروطی رسید که اگر کالایی تمام این شروط را به‌صورت پیوسته و کامل داشته باشد، آن کالا ماده خام و اولیه موردنیاز داخل نامیده می‌شود و صادرات آن خوب نیست و می‌شود عنوان صادرات بد را بر آن گذاشت و باید برای آن محدودیت، عوارض یا لغو معافیت‌های مالیاتی اعمال کرد تا بشود درصد بیشتری را در داخل کشور نگه داشت و در تولید ملی به‌کار گرفت.

اما اگر محصول صادراتی یک یا چند شرط از شروط زیر را نداشته باشد، ماده اولیه یا خام موردنیاز در داخل محسوب نخواهد شد و صادرات آن، طبق روش و مدل‌های مناسب، عنوان خام‌فروشی، که خود عنوانی هنوز خام است را نخواهد داشت و منجر به توسعه اقتصادی و صادراتی کشور خواهد شد.

ماده‌ای خام و مواد اولیه موردنیاز داخل است که امکان صنایع تکمیلی برای فرآوری و ارزشمندتر شدن را در داخل داشته باشد که درباره سنگ ساختمانی؛ مجموعه‌های معدودی توان نهایی و صادراتی کردن این محصول را دارند و توان آنها نیز محدود است.

ماده‌ای خام و مواد اولیه موردنیاز داخل است که آن مواد خریدار کافی در داخل کشور و برای زنجیره بعد از خود داشته باشد که درباره سنگ ساختمانی؛ خریدار کافی برای خرید سنگ‌های صادراتی ایران وجود ندارد.

ماده‌ای خام و مواد اولیه موردنیاز داخل است که خریدار داخلی آن ماده، امکان خرید محصول را به نرخ جهانی داشته باشد که در زمینه سنگ ساختمانی؛ احتمال آن کم است و درصد بالایی را نمی‌شود برای این اتفاق، متصور بود.

ماده‌ای خام و مواد اولیه موردنیاز داخل است که میزان خرید و مصرف مجموعه‌های صنایع تکمیلی متناسب و نزدیک به‌میزان تولید آن ماده باشد که در خصوص سنگ ساختمانی؛ باتوجه به نوع و بازار سنگ‌های صادراتی، تناسب خاصی وجود ندارد.

ماده‌ای خام و مواد اولیه موردنیاز داخل است که طی مدت کوتاهی، ترس و ریسک بالایی برای از دست رفتن بازار آن ایجاد نشود که درباره سنگ ساختمانی؛ ترس و ریسک به شدت بالا است و خارج از مد، رنگ و مطلوب‌های زمانی، به‌سرعت نوع و حتی خود سنگ در پروژه‌های مختلف جایگزین می‌شود.

ماده‌ای خام و مواد اولیه موردنیاز داخل است که ذخایر آن نسبت به ذخایر سایر کشورها بالا نباشد و بتوان با صنایع داخلی و سرمایه‌گذاری معقول، به محصولات تکمیلی و نهایی آن دست یافت و آن محصولات را صادر یا در داخل مصرف کرد که در زمینه سنگ ساختمانی؛ ذخایر بالایی از انواع سنگ‌ها موجود است که نسبت به ذخایر جهانی هم رقم بالایی است.

ماده‌ای خام و مواد اولیه موردنیاز داخل است که مصرف محصول نهایی آن در داخل، بیشتر از تولید آن باشد و در صورت صادرات، صنایع تکمیلی مجبور به واردات شوند تا بتوانند به محصول نهایی دست یابند که درباره سنگ ساختمانی؛ بازار مصرف بزرگ است، اما بازار مصرف نوع سنگ‌های صادراتی، بزرگ نیست و میزان مصرف این سنگ‌ها بیشتر از تولید آنها نیست.

ماده‌ای خام و مواد اولیه موردنیاز داخل است که ارزش‌افزوده نهایی شدن آن در داخل و باتوجه به زیرساخت‌های صنعتی و هزینه و فرصت، همیشه بیشتر از صادرات آن باشد که در خصوص سنگ ساختمانی؛ همیشه این نیست و صادرات سنگ فرآوری‌نشده در بسیاری از موارد، ارزش‌افزوده بیشتری تولید می‌کند.

دقت کنیم که خارج از تفاوت ماهیتی محصولات با یکدیگر و نوع بازار آنها، اگر هرکدام از شروط فوق درباره محصولی وجود نداشته نباشد، آن مواد اولیه یا خام؛ مصرف بالا، توجیه اقتصادی و بازار پایداری در داخل کشور نخواهد داشت و موجه‌تر آن است که با تشویق و تسهیل، به صادرات بیشتر آن ادامه داده شود.

در تکمیل این تحلیل و مطالعه موردی، می‌شود از لیدرهای این صنعت هم مثال آورد؛ چین بزرگ‌ترین بازار تولید و صادرات سنگ در جهان است و ایتالیا مبدع اصلی روش‌های صنایع تکمیلی که هردو کشور و تحت شرایطی، صادرات سنگ بلوک یا همان محصول تکمیل‌نشده را هم دارند. قیاس قابل‌تاملی هم می‌شود،داشت که ترکیه و ایران در بازار گروه سنگ‌های آهکی رقیب یکدیگر هستند و ترکیه باتوجه به توسعه بازار صادراتی خود، مصرف کمی در داخل دارد و اما ایران بازار اصلی خود را به داخل معطوف کرده و حتی واردات سنگ ساختمانی نیز دارد.

در آخر اینکه اصل بقای هر فعالیت صادرات‌محور در کل جهان، رسیدن به بیشترین ارزش‌افزوده ممکن از تحقیق تا طراحی و از تولید تا خدمات محصول است که گاهی با کمترین میزان اشتغال و هزینه حاصل می‌شود و گاهی با بیشترین امکان شغل‌آفرینی و تولید ملی به‌دست می‌آید و شایسته و بایسته است که در راه اعتلای صادرات ایران عزیز، پخته‌تر از تمام خامی‌های گذشته اقدام کرد و در توسعه پایدار آن، بیشتر کوشید.

رقابت بر سر لیتیوم افغانستان

مسئولان وزارت معادن و پترولیوم افغانستان می‌گویند که چین و برخی کشورهای دیگر به سرمایه‌گذاری در بخش لیتیوم این کشور علاقه‌مندی دارند. همایون افغان، سخنگوی این وزارت می‌گوید که بیشترین لیتیوم افغانستان در ولایت‌های کنر، نورستان و هلمند وجود دارد. سخنگوی وزارت معادن و پترولیوم دراین‌باره گفت: در زمینه لیتیوم نه‌تنها چینی‌ها بلکه شمار زیادی از کشورها و سرمایه‌گذاران مراجعه کرده و در بخش لیتیوم علاقه‌مندی نشان داده‌اند. چینی‌ها حتی ابراز علاقه کرده‌اند تا ۱۰ میلیارد دلار در این زمینه سرمایه‌گذاری کنند. به گفته همایون افغان، روند سپردن قرارداد معادن، از سوی کابینه امارت اسلامی انجام خواهد شد. سخنگوی وزارت معادن و پترولیوم، افزود: ما ذخایر بزرگ لیتیوم در سطح جهانی داریم و در فهرست کشورهایی قرار می‌گیریم که نقش زیادی در کاهش کمبود این ذخیره در سطح جهانی دارند و بیشترین میزان این ذخایر در ولایت‌های کنر، نورستان و هلمند وجود دارد. اما دلبستگی چین به استخراج لیتیوم افغانستان، برای چیست؟ یک کارشناس مسائل اقتصادی، گفت: از آنجایی که چین بزرگ‌ترین بازار خودروهای انرژی جدید در جهان است، لیتیوم به‌ویژه صنعت خودروهای الکتریک خیلی حیاتی است. لیتیوم که مهم‌ترین ذخیره‌کننده نیروی برق به‌شمار می‌رود، بیشتر در فناوری‌های نوین به‌ویژه در ساخت باتری تلفن‌های همراه، موتورهای برقی، کامپیوتر و باتری هواپیماهای بی‌سرنشین به کار گرفته می‌شود. بازار لیتیوم چندی است به‌شدت رونق گرفته و حتی بشر را بر آن داشته است تا در پی دستیابی به این عنصر ارزشمند اعماق اقیانوس‌ها را هم بکاود. چین از جمله کشورهایی است که به‌شدت عطش معدنکاوی در زمین، بستر دریاها، اقیانوس‌ها و حتی فضا را دارد و پروژه‌های بلندپروازانه‌ای را در این زمینه دنبال می‌کند. به‌عنوان‌مثال، به‌تازگی در خبرها آمده، این کشور قرار است به‌زودی عملیات حفر گمانه ۱۰ هزار متری از پوسته زمین را آغاز کند که با گذر از ۱۰ لایه زمین‌شناسی به بررسی ساختار از ۱۴۵ میلیون سال قبل می‌پردازد که حفر این گمانه ۴۵۷ روز طول می‌کشد. تابه‌حال رکورد ۲۰ ساله حفر عمیق‌ترین گمانه جهان در اختیار روسیه بود که در سال ۱۹۸۹ تا عمق ۱۲ هزار و ۲۶۲ متری پیش رفته بود.

گزارش صمت به مناسبت روز جهانی نمایشگاه‌ها

معدن به حمایت نیاز دارد

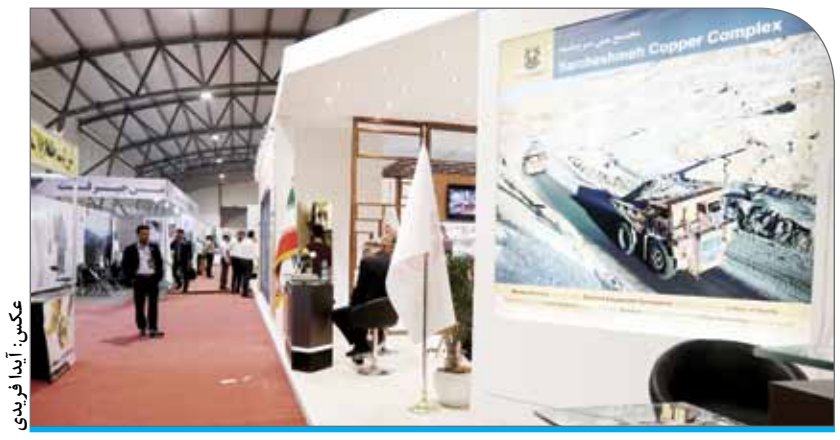
گیتا جاودانی
editor@smtnews.ir

باتوجه به اهمیت فراوان صنعت نمایشگاهی در جهان، بزرگان این صنعت و تعداد زیادی از اعضای انجمن جهانی نمایشگاه‌ها روز ۱۷ خرداد (۷ ژوئن) را به‌عنوان روز جهانی صنعت نمایشگاهی گرامی می‌دارند. کارشناسان این صنعت باور دارند که نمایشگاه یکی از موفق‌ترین ابزارهای بازاریابی است و با رونق نمایشگاه، اقتصاد، جانی دوباره می‌گیرد.

شاید بتوان نمایشگاه را مدل کوچکی از سازکار اقتصاد دانست، زیرا عوامل موثر در رونق اقتصادی اعم از تولیدکننده، توزیع‌کننده، مصرف‌کننده و کالا و خدمات در یک زمان و مکان مناسب گرد هم می‌آیند تا کارآیی کالا و توانمندی‌های خود را به نمایش بگذارند و زمینه برای به‌دست آوردن بازارهای جدید فراهم شود.

پیشنهاد نام‌گذاری روزی به نام صنعت نمایشگاهی را شاهرخ مدرس، کارشناس برجسته نمایشگاهی ایران و جهان برای نخستین‌بار مطرح کرد که موردحمایت اتحادیه جهانی نمایشگاه‌ها قرار گرفت و در تقویم مناسبت‌های جهانی ثبت شد.

برگزاری سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی سنگ‌های تزئینی، معدن، ماشین‌آلات و تجهیزات در تهران بهانه‌ای شد تا در گزارش امروز صمت با نگاهی به آثار کلان نمایشگاه بر رشد صنعت، فرصت‌ها و چالش‌های این حوزه را بررسی کنیم. آنچه در ادامه می‌خوانید، نظرات بهرام شکوری، رئیس انجمن سنگ ایران و سیامک حاج سیدجوادی، فعال صنعت سنگ و کارشناس صادرات است.



عکس: آیدا فریدی

می‌دانیم کشور ما ظرفیت بالایی در زمینه ذخایر معدنی دارد. حال باتوجه به این حقیقت باید به این پرسش پاسخ دهیم که وظیفه ما در برابر این ظرفیت‌ها و فرصت‌ها چیست؟ یکی از بهترین روش‌های مطرح کردن توانمندی‌ها از طریق سیستم نمایشگاهی است

اطلس سنگ می‌تواند هم در نمایشگاه‌های موقت یا دائمی و هم در ارائه به بازارها و نمایشگاه‌های بین‌المللی به کمک فعالان اقتصادی این حوزه بیاید تا به مشتریان خارجی نشان دهند که چه سنگ‌هایی در ایران وجود دارد و چگونه می‌توانند آنها را تهیه کنند

فرصت و وظیفه



سیامک حاج سیدجوادی، فعال صنعت سنگ و کارشناس صادرات: می‌دانیم کشور ما ظرفیت بالایی در زمینه ذخایر معدنی دارد. حال باتوجه به این حقیقت، باید به این پرسش پاسخ دهیم که وظیفه ما در برابر این ظرفیت‌ها و فرصت‌ها چیست؟ یکی از بهترین روش‌های مطرح کردن توانمندی‌ها از طریق سیستم نمایشگاهی است. بنابراین نمایشگاه‌های ما باید به‌شکل کاملا حرفه‌ای برگزار شود و این قدرت و توان را داشته باشد که خریداران خارجی را جذب کند؛ اما این قدرت و توان چگونه ایجاد می‌شود؟ ما به حمایت نیاز داریم و بدون آن به هیچ نتیجه‌ای نخواهیم رسید. ۲۳ سال پیش به نمایشگاه از میر دعوت شده بودم. همزمان هیات‌هایی از بلژیک، نروژ و... دعوت شده بودند. نکته جالب این بود که همه هزینه‌های میهمانان برعهده کشور میزبان یعنی ترکیه بود. وقتی چنین سیاستی در پیش گرفته می‌شود، مدعوین خواه‌ناخواه خود را مدیون کشور میزبان می‌دانند و همه تلاش خود را به کار می‌بندند تا از نمایشگاه با دست پر برگردند. این چنین اقداماتی حمایت‌های سوبسیدی و دولتی می‌خواهد. البته روشن است که دولت هم نباید این هزینه را از جیب بدهد، بلکه باید بخشی از درآمدهایی را که از معدن کسب می‌کند، به این کار اختصاص دهد؛ برای مثال قسمتی از درآمدهای حقوق دولتی که طبق قانون باید برای معادن هزینه شود.

▣ نمونه‌های موفق

در ایتالیا شرکتی وجود دارد که شاید تعداد اعضای آن به تعداد انگشتان یک دست هم نرسد، اما کاری که انجام می‌دهد، مهم و بسیار موثر است. هدف این شرکت شناسایی بازارهای هدف برای سنگ ایتالیا و معرفی محصولات تولیدی این کشور به مشتریان بالقوه در سراسر دنیا است، علاوه بر این اطلاعات بازار را جمع می‌کند و در کنار آن، برای نمایشگاه‌هایی که در سراسر دنیا برپا می‌شود، فعالان همان حوزه را انتخاب می‌کند و اطلاعات نمایشگاه‌های تخصصی را در اختیار آنها قرار می‌دهد. به‌همین ترتیب افراد کلیدی صنعت سنگ را هم هر سال از سراسر جهان به نمایشگاه «ورونا» دعوت می‌کند. یکی از مهم‌ترین اقداماتی که در کشور ما هم باید به آن توجه داشت، این است که در کنار برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی، افراد شاخص بازارهای هدفی را که شناسایی کرده‌ایم، لیدرها و مشتری‌های کلیدی را جذب و به بازدید از نمایشگاه‌های داخلی دعوت کنیم. یکی دیگر از نکات دیگری که نباید موردبی‌توجهی قرار گیرد، جذابیت ظاهری نمایشگاه است. هرچه غرفه‌ها و نمایش محصولات به‌شکل بهتری ارائه شود، توجه بازرگانان خارجی و خریداران بازارهای هدف مثل استرالیا، اندونزی، افریقای جنوبی، فرانسه، اسپانیا، ایتالیا، یونان، هلند و... بیشتر جلب خواهد شد. خوشبختانه موقعیت، فضا و امکانات نمایشگاهی در کشور مناسب است. به‌عنوان مثال، شهر آفتاب یکی از معدود نمایشگاه‌هایی در دنیا است که امکان نمایش بلوک در فضای سرپوشیده را فراهم کرده است. نکته کلیدی دیگر این است که بدانیم تعداد بازدیدکنندگان خارجی از نمایشگاه‌های بین‌المللی ما چقدر است و علاقه‌مندی آنها چیست، برای مثال بسیاری از کشورها امروزه خواهان سنگ گرانیت هستند، به‌همین‌دلیل گرانیت‌های معدن بیرجند به‌طور کامل فروخته و به ایتالیا ارسال و بعد از فرآوری در این کشور، در آلمان فروخته می‌شود.

▣ نمایشگاه اختصاصی برون‌مرزی

منطقه راجستان در شمال هندوستان قرار دارد و زمانی منطقه شاخصی در تولید سنگ مرمر بوده است. چندین سال پیش، شرکت «آر کی ماربل» ۱۳۰۰ اره در آنجا نصب کرد تا برای تولید سنگ چینی از آن استفاده کند. در آن زمان روزی ۸۰۰ کامیون از این معدن بارگیری می‌کرد. امروزه ذخیره این معدن تمام شده و شرکت «آر کی ماربل» به بخش دیگری از آسیا نقل مکان کرده و در حال تولید سنگ سفید ویتنام است، اما هنوز این هزار و ۳۰۰ اره در منطقه راجستان وجود دارد و اگر ما بتوانیم در این منطقه نمایشگاه اختصاصی برپا کنیم و مشتری‌های‌مان بدانند انبار بزرگ گمرکی از سنگ‌های کوپ ایران در این منطقه وجود دارد، به‌راحتی می‌توانند سنگ مورد نیاز خود را از این منطقه تهیه کنند. به‌همین ترتیب، لازم است فرصت‌های مناسب برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی مستقیم و اختصاصی را در چنین مناطقی شناسایی کنیم. نمونه‌های مشابهی در چین، هند، اسپانیا، فرانسه، هلند و... وجود دارد و اگر آنها را بشناسیم، می‌توانیم نمایشگاه اختصاصی در آن مناطق برگزار کنیم و تور بازدید نمایشگاهی بگذاریم. ایجاد نمایشگاه‌های دائمی هم تاثیر فراوانی بر رونق صادرات دارد. وقتی اسلب‌های سنگ شاخص در نمایشگاهی به‌صورت گالری مشخصات فیزیکی، کامپوننت‌ها و مکانیک سنگ، نمونه‌های کوچک و کاتالوگش ارائه شود، خریداران می‌توانند تمام سنگ‌های ایران و اطلاعاتش را در اختیار داشته باشند و به‌راحتی از میان آنها انتخاب کنند.

▣ داستان قدیمی خام‌فروشی

هدف از صادرات چیست؟ آیا چیزی جز کسب حداکثر ارزش‌افزوده است؟ اگر سنگ بلوک را فرآوری کنیم و هر مترمربع ۱۰ دلار بفروشیم، بافرض اینکه هر بلوک ۱۰ متر سنگ بدهد، یک تن سنگ فرآوری‌شده ۱۰۰ دلار ارزآوری دارد، اما اگر آن را به‌صورت بلوک بفروشیم ۱۵۰ دلار ارز حاصل می‌شود. حال کدام‌یک مقرون‌به‌صرفه‌تر است؟

وقتی آمارهای صادرات کشورهای لیدر تولیدکننده سنگ دنیا مثل ایتالیا، اسپانیا، یونان، ترکیه، هندوستان و... را می‌بینیم، روشن می‌شود که همه آنها صادرات بلوک سنگ را در برنامه‌های خود دارند. برای مثال، ترکیه هر سال نمایشگاهی در «بورسا» برگزار می‌کند که یکی از معدود مکان‌هایی است که بلوک سنگ را در فضای سرپوشیده به‌نمایش می‌گذارد. سال گذشته، ۴۰ هزار تن سنگ در این نمایشگاه قرار گرفت و تمام این سنگ‌ها یک هفته قبل از نمایشگاه فروخته شد. اگر صادرات سنگ بلوک ایراد دارد، چرا ایتالیا بلوک سنگ سفید «کارارا» را می‌فروشد؟ علت این است که بلوک سنگ تنی ۱۳ هزار یورو است و نرخ بریده آن هزار و ۱۰۰ یورو و ارزش‌افزوده‌ای که از ۱۳ هزار یورو کسب می‌شود، بیشتر است؛ همین‌طور اسپانیا «امپرادور» دارک و لایت یا «کروم‌مارفیل» و... را به‌صورت بلوک صادر می‌کند، بنابراین صادرات سنگ خام همیشه کاری مذموم نیست، بلکه ارزش‌افزوده حاصل از صادرات مهم است. همان‌طور که سنگ بلوک را نباید ارزان بفروشیم، سنگ فرآوری‌شده را هم نباید ارزان فروخت. سنگی که ما به نرخ ۵ تا ۷ دلار به عراق می‌فروشیم، خروج سرمایه و انرژی است، زیرا از این طریق سوبسیدهایی که بابت برق، آب، گاز، منابع انسانی ارزان در داخل کشور و... هست و در نرخ تمام‌شده تاثیر می‌گذارد را، به کشور خریدار هدیه می‌دهیم، اما هیچ‌کس به این هزینه‌ها توجه نمی‌کند.

نوید روزهای خوب



بهرام شکوری ـ رئیس انجمن سنگ ایران: انجمن سنگ ایران در این دوره تلاش کرد سازکاری فراهم کند که نمایشگاه به‌شکلی کاملا حرفه‌ای برگزار شود. استقبال شرکت‌های خارجی به‌ویژه حضور شرکت‌هایی از ۶ کشور به‌ویژه حضور چینی‌ها، ایتالیایی‌ها و هندی‌ها که بازارهای مهمی برای ما هستند، نویدبخش روزهای پربازی در این صنعت است و اگر دولت سیزدهم همچنان در مسیر و توسعه مراودات با همسایگان و دیگر کشورها گام بردارد، حضور خارجی‌ها در این صنعت بیش از پیش تقویت خواهد شد.

▣ تغییرات نمایشگاهی

تغییر محل برگزاری نمایشگاه از محل دائمی نمایشگاه‌های تهران به شهر آفتاب اتفاق بسیار خوبی است، زیرا این مجموعه، علاوه بر موقعیت مکانی مناسب، از اساس برای برگزاری نمایشگاه تعبیه شده است و امکانات بالقوه خوبی در آنجا وجود دارد که برگزارکنندگان نمایشگاه می‌توانند از آن استفاده کنند. به‌عنوان‌مثال، یکی از معضلاتی که نمایشگاه قبلی با آن دست به گریبان بود، محدودیت استفاده از جرثقیل برای جابه‌جایی سنگ‌ها بود که در نمایشگاه شهر آفتاب به‌دلیل وجود امکانات مناسب و جرثقیل‌های سنگین این مشکل برطرف شده است و جابه‌جایی سنگ‌ها سریع‌تر و با دقت بیشتر و هزینه کمتر انجام می‌شود.

▣ نمایشگاه کاغذی

یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که در اولویت کار قرار گرفته، تهیه اطلس سنگ است. در واقع، باید گفت ما اطلاعات دقیقی از نوع و میزان ذخیره سنگ‌های کشور نداریم و اگر بخواهیم ظرفیت‌های کشور در زمینه سنگ‌های تزئینی، کارآیی و مشخصات فنی آنها را ارائه دهیم، دست‌مان خالی است. اطلس سنگ می‌تواند هم در نمایشگاه‌های موقت یا دائمی و هم در ارائه به بازارها و نمایشگاه‌های بین‌المللی به کمک فعالان اقتصادی این حوزه بیاید تا به مشتریان خارجی نشان دهد که چه سنگ‌هایی در ایران وجود دارد و چگونه می‌توانند آنها را تهیه کنند، از این‌رو تهیه اطلس در ذیل طرح جامع سنگ قرار گرفته است. طرح جامع توجیهی تفصیلی صنعت سنگ ایران شامل همه موارد مرتبط با این صنعت از جمله معدنکاری، فرآوری، بازاریابی، مباحث آموزشی و... است که در آن راهکارهایی برای دستیابی به صادرات ۵ میلیارد دلاری دیده شده است. فاز اولیه این طرح در دوره مدیریت قبلی انجمن سنگ ایران به اجرا رسیده است. در این فاز که در واقع بخشی از پازل اصلی طرح جامع صنعت سنگ به‌شمار می‌رود، اطلاعات اولیه و پایه‌ای جمع‌آوری شده است. در این دوره قرار است بعد از بازنگری و بروزرسانی داده‌های قبلی، تدوین این طرح با حمایت مالی ایمیدرو و تحت‌نظر انجمن سنگ به‌سرانجام برسد. در این طرح جامع، همه جوانب صنعت، از بخش معدنکاری گرفته تا فرآوری، آموزش، مارکتینگ و... تعریف می‌شود تا به هدف ارزآوری ۵ میلیارد دلاری صنعت سنگ کشور برسیم.

▣ فرصت‌های داخلی

صنعت سنگ بیشترین تعداد واحدها را هم در بخش معدن و هم در بخش فرآوری در سراسر ایران دارد، بنابراین نمایشگاه سنگ فرصت مناسبی را برای فعالیت بسیاری شرکت‌ها از جمله ماشین‌سازی‌ها و قطعه‌سازان فراهم می‌کند. دیگر اینکه، توانمندی‌هایی که در زمینه‌های گوناگون وجود دارد، به نمایش درمی‌آید و معاملات زیادی در درون صنف شکل خواهد گرفت. در طرح جامعی که به آن اشاره شد، به این موضوع توجه شده است که اگر بتوانیم کارخانه‌های‌مان را به ماشین‌آلات روز مجهز کنیم و آموزش مناسب ارائه دهیم، ما هم می‌توانیم همان فرآیندی را که آلمانی‌ها یا ایتالیایی‌ها انجام می‌دهند، برای فرآوری سنگ‌ها انجام دهیم و تولیداتی در سطح استانداردهای بین‌المللی داشته باشیم که به بازارهای جهانی عرضه شود، هرچند در حال حاضر هم، چنین تولیداتی در کشور وجود دارد، اما هدف نهایی این است که با مجموعه تغییرات و تمهیداتی، افراد موفق در صنف تکثیر و صنف را قدرتمند کنیم تا هم تولیدات به حجم و استانداردهای جهانی برسد و هم در صادرات نقش پررنگ‌تری ایفا کند. البته برای تحقق کامل این هدف، همراهی دولت و کل حاکمیت با فعالان بخش خصوصی ضروری است. به این منظور لازم است دولت در حال حاضر به‌دنبال کسب درآمد از این بخش نباشد و تمرکز خود را بر حمایت از این بخش بگذارد و با بسترسازی و آماده کردن فضا برای کار و تولید و صادرات به رشد و شکوفایی این بخش کمک کند؛ خوشبختانه همراهی معاونت معدنی وزارت صمت کمک کرده است که اتفاقات خوبی در این زمینه رخ دهد و امیدواریم این روال ادامه داشته باشد.

سخن پایانی

گرچه در گزارش امروز به بهانه برگزاری نمایشگاه صنعت سنگ‌های تزئینی، اهمیت این رویداد را از منظر فعالان این صنعت بررسی کردیم، اما رئوس کلی درباره سایر بخش‌های معدن و صنایع وابسته هم صدق می‌کند. نمایشگاه‌ها را سکویی برای جهش تجارت می‌دانند و از این‌رو بخش معدن و صنایع وابسته کشور هم می‌توانند با بهره بردن از این فرصت، در راستای جهش‌هایی بلندتر با هدف دستیابی به بازارهای بزرگ‌تر در ابعاد جهانی از آن استفاده کنند.

روزی جهانی برای گرامیداشت یک صنعت

با توجه به اهمیت فراوان صنعت نمایشگاهی در سراسر جهان، بزرگان صنعت نمایشگاهی و تعداد زیادی از اعضای انجمن جهانی نمایشگاه‌ها روز ۷ ژوئن مصادف با ۱۷ خرداد را به عنوان روز جهانی صنعت نمایشگاهی تعیین کرده‌اند. این پیشنهاد که برای اولین بار توسط شاهرخ مدرس کارشناس برجسته نمایشگاهی ایران و جهان، اعلان شد، مورد حمایت اتحادیه جهانی نمایشگاه‌ها قرار گرفت و در تقویم، این روز به عنوان روز جهانی صنعت نمایشگاهی ثبت شد.

شرکت نمایشگاه‌های بین المللی ج.ا.ایران برای ثبت تاریخی این روز به نام ایران به عنوان اولین پیشنهاد دهنده آن، میزبانی اولین بزرگداشت روز جهانی صنعت نمایشگاهی را برعهده گرفت و از آن سال به بعد، همایش صنعت نمایشگاهی با شعار تاکید بر ارزش غیرقابل جایگزین نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری رو در رو در رشد و بهبود اقتصاد جهان و نقش نمایشگاه‌ها در بهبود اقتصاد، برگزار شد.

بنابر این گزارش، امسال نیز هشتمین سال است که با یک ایده از طرف یکی از متخصصان پیشکسوت نمایشگاهی ایران، فعالان نمایشگاهی جهان و ایران، همایش صنعت نمایشگاهی را برگزار می‌کنند.ثبت تاریخ روز جهانی صنعت نمایشگاهی دارای اهدافی همچون بالا بردن سطح دانش نمایشگاهی در ارتباط با مخاطبان، ارج نهادن به بزرگان صنعت نمایشگاه، ایجاد انگیزه برای تولید ملی، صادرات و رونق نمایشگاه‌های بین‌المللی است. برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی ابزار قدرتمندی برای رونق کسب‌وکارها و اشتغالزایی در کشور به شمار می‌رود.

در گفت‌وگو با فعالان یک صنعت کاربردی مطرح شد

نمایشگاه ابزاری برای توسعه صادرات

به گفته بسیاری از فعالان اقتصادی صنعت نمایشگاهی ایران نقش مهمی در اشتغالزایی، گردش مالی و تولید ثروت داشته و دارد. برهمین اساس برای تحقق این اهداف باید سازکارهای موثر از جمله ثبات سیاسی و اقتصادی را در اولویت قرار دارد. بسیاری بر این باورند که رشد صنعت نمایشگاهی با رشد سایر صنایع آن کشور در یک تعادل دینامیک لازم و ملزوم یکدیگر قرار دارند. به‌طوری که هر زمان صنایع دچار رکود و سکون بوده‌اند، به تبع آن صنعت نمایشگاهی نیز تحت‌تاثیر قرار گرفته است. از سوی دیگر توجه ویژه به نقش فرهنگی نمایشگاه‌ها در پیشبرد اهداف اجتماعی و فرهنگی جامعه از طریق برنامه‌های جانبی و پیشنهادهای عملی و اجرایی برای انجام مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت نمایشگاهی و کمک به دستگاه دیپلماسی برای برنامه‌ریزی منسجم و هدفمند تجاری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این صفحه جایگاه صنعت نمایشگاهی ایران از نگاه ۲ تن از فعالان این صنعت مورر بررسی قرار گرفته است.

گروه نمایشگاه
editor@smtnews.ir



عکس: آیدا فریدی

جایگاه صنعت نمایشگاهی در رونق تجاری



علی مطیع جهانی- کارشناس صنعت نمایشگاهی: بدون شک روند رشد صنعت نمایشگاهی ایران در قرن چهاردهم هجری با کشورهای جهان و منطقه دارای تفاوت‌هایی است. از نگاه شاخص‌های کلی ارزیابی نظیر تعداد نمایشگاه‌ها، تنوع و موضوعات نمایشگاهی، مساحت تحت پوشش، تعداد شرکت‌کنندگان باید گفت بی‌شک صنعت نمایشگاهی ایران رشد زیادی داشته است. نگاهی به تاریخ نمایشگاهی ایران به روشنی رشد نمایشگاه‌ها در کشور را در طول قرن گذشته از لحاظ شاخص‌های فوق حتی بدون مراجعه به آمار و ارقام نشان خواهد داد.

در مقایسه با سایر کشورها، به ویژه کشورهای همسایه، در برخی موارد میزان رشد و کارآمدی نمایشگاه‌های ایران بسیار فراتر و نسبت به برخی دیگر فروتر بوده است. اگر کشورهای دنیا را به ۳ دسته عقب مانده، در حال توسعه و توسعه‌یافته تقسیم‌بندی کنیم و ایران را جزو کشورهای در حال توسعه محسوب کنیم، جایگاه نمایشگاهی ایران حداقل از نظر برگزاری نمایشگاه‌های داخلی در میان کشورهای در حال توسعه، از رشد نسبی خوبی برخوردار بوده است، ولی متاسفانه از آنجا که برگزاری یا حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی به‌شدت متاثر از روابط دیپلماتیک و تجاری و به طور کلی روابط بین‌الملل است، آسیب‌ها و نارسایی‌های بسیاری متوجه کشور بوده است.

▣ کمک به صادرات

اگر به نمایشگاه به‌عنوان ابزاری به نفع توسعه صادرات بنگریم علی‌الخصوص که بحث صادرات غیر نفتی در کشور از موضوعات همواره مطرح و از دغدغه‌های اصلی دستگاه حاکمیتی است. باید گفت که این ابزار در عرصه‌های بین‌المللی گاه چشمگیر و گاه مایه شرمساری بوده است.

عدم توجه مجریان نمایشگاهی به انتخاب محصولات و خدمات مناسب در برخی آوردگاه‌های بین‌المللی چهره نامناسبی را از کشورمان به نمایش گذاشته به گونه‌ای که نه‌تنها محصول آن تغییر نگاه به محصولات ساخت ایران در جوامع دیگر است بلکه صنعت نمایشگاهی کشور را در جایگاه ضعف قرار داده است.

واضح است که تبادل دانش و تکنولوژی از مهم‌ترین راه‌های رشد و توسعه است و نقش نمایشگاه به شکل جاده صاف کن و تسهیل کننده این موضوع، بسیار قابل توجه است. از این منظر در طول قرن گذشته، برگزاری نمایشگاه‌ها در ایران چه در سطح ملی و چه در سطوح بین‌المللی به گسترش دانش فنی و تکنولوژی در داخل، ورود تکنولوژی از خارج و صدور برخی تکنولوژی‌ها به خارج از کشور موثر بوده است، منتها مقدار و میزان آن همانطور که قبلا گفتم مقطعی و با فراز و فرودهایی همراه بوده است.

از آنجا که ما از گذشته‌های دور و تقریبا با آغاز فعالیت‌های نمایشگاهی با تعاریف امروزی در سراسر دنیا، برپایی نمایشگاه‌ها را در کارنامه داریم، شایسته است تا با بازنگری در این صنعت و اصلاح اشکالات و تقویت نقاط قوت، حداقل در منطقه به جایگاه بهتری نسبت به رقبای خود دست یابیم.

▣ تاثیر در رشد و توسعه اقتصاد

در صنعت نمایشگاهی یک شعار از همه جالب توجه‌تر است و آن اینکه؛ نمایشگاه تبلیغ زنده است. باوجود رشد و گسترش تکنولوژی و افزایش امکان خرید و بازدیدهای مجازی با این حال، بازدید و خرید فیزیکی، همچنان از بالاترین میزان درخواست برخوردار است و تا این لحظه جایگزینی نداشته است.

نمایشگاه این فرصت را فراهم آورده است تا بازاریابی به شکلی منسجم‌تر، با برنامه بهتر و به‌صورت رو در رو برای شرکت‌ها فراهم شود. بنابراین تحریک فروش به تولید بیشتر منجر می‌شود و در نتیجه آن اشتغالزایی و گردش مالی و تولید ثروت را در پی دارد. همچنین اثرات جانبی برگزاری نمایشگاه که محرک سایر صنایع نظیر حمل‌ونقل، گردشگری و هتلداری، غرفه‌سازی و ... است، گردش مالی بسیاری را به همراه خواهد داشت. جدای از این نتایج و ثمرات کلی ناشی از برگزاری نمایشگاه‌ها در هر یک از کشورها، در ایران برگزاری برخی نمایشگاه‌ها در کنار فرصت‌های سرمایه‌گذاری بی‌شمار و گاهی بکر، توجه جوامع جهانی را به خود جلب کرده است که در نتیجه آن در مقاطع مختلف شاهد سرازیر شدن سرمایه‌های خارجی به داخل کشور بوده‌ایم، منتها به دلیل عدم ثبات سیاسی و اقتصادی متاسفانه امروز از چنین اقبالی برخوردار نیستیم. بنابراین به طور کلی تاثیرات اقتصادی نمایشگاهی در ایران همان‌هایی بوده که در سایر کشورها کم‌وبیش حاصل شده است که می‌توان به کاهش بیکاری، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، گردش مالی، افزایش تولید، ارز آوری، تحریک سایر صنایع، افزایش فروش، افزایش صادرات و به طور کلی رشد تولید ناخالص داخلی کشور اشاره نمود. ولی از این میان شاید چند مورد بیشتر از سایر موارد ملموس باشد، یکی رشد صادرات غیر نفتی به خصوص با افزایش نرخ ارز (افزایش حجم مبادلات و روابط تجاری)در سالیان جاری، دیگری جذب سرمایه‌گذاری خارجی.

▣ جایگاه بخش خصوصی در روند رشد

باید توجه کرد که منظور از بخش خصوصی در صنعت نمایشگاهی دقیقا چیست. آیا منظور مجریان نمایشگاهی، ارائه‌دهندگان خدمات نمایشگاهی، سایت‌داران و... هستند یا مشتریان این صنعت. در هر دو صورت بی‌شک بخش اعظمی را بخش خصوصی تشکیل می‌دهد. از نظر جایگاه این بخش در صنعت نمایشگاهی در قرن گذشته، باید اذعان داشت این بخش از جایگاه تصمیم‌گیری کلان چندانی برخوردار نبوده و تنها به تشکیل تعدادی انجمن بسنده کرده است که در نهایت با توجه به نگاه حاکمیتی بر صنعت نمایشگاهی نتوانسته به خواسته‌های خود آنچنان که باید و شاید دست یابد. شاید نقش و اهمیتی که صنعت نمایشگاه به‌عنوان یک صنعت مادر و مرکزی برای توسعه اقتصادی در اذهان تصمیم گیران دولتی ایجاد نموده یا شاید نقش درآمدزایی آن برای دولت سبب شده تا نهادهای حاکمیتی در خصوص نمایشگاه‌ها بیشتر از بخش خصوص تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی کنند. ناگفته نماند که ساختارهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در کشور ایران چنان در هم تنیده شده‌اند که به‌وضوح نمی‌توان مرز مشخصی را برای نقش هر یک از بخش‌های تصمیم گیر در نظر گرفت در حالی که در اغلب کشورهای دنیا صنعت نمایشگاهی به‌دست بخش خصوصی اداره می‌شود، مگر در موارد معدودی که نیاز به مداخلات یا تصمیمات حاکمیتی باشد.

▣ توجه به تبعات زیست محیطی

یکی از نقاط مغفول در صنعت نمایشگاهی ایران عدم توجه به تبعات زیست محیطی برگزاری نمایشگاه است. فرآیندهای پرهزینه غرفه‌سازی از یک‌سو، مصرف مواد، ماشین‌آلات سنگین، حمل‌ونقل و جابه‌جایی با ماشین‌های فرسوده، دور ریز و ضایعات، ترافیک و آلودگی هوا، آلودگی خاک و... همه و همه از مشکلات اجرای یک نمایشگاه بوده و هستند.

> می‌توانیم به نمایشگاه به‌عنوان ابزاری به نفع توسعه صادرات بنگریم علی‌الخصوص که بحث صادرات غیرنفتی در کشور از موضوعات همواره مطرح و از دغدغه‌های اصلی دستگاه حاکمیتی است

ظرفیت صنعت نمایشگاهی برای اقتصاد



سعید صیفی- عضو انجمن نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران: برگزاری نمایشگاه‌ها باعث ایجاد فرصت برای صنایع داخلی جهت ارائه و نمایش محصولات و خدمات خود در جهت افزایش تولید و توسعه صادرات غیر نفتی شده است. صنعت نمایشگاهی در حال رشد و توسعه است و به ویژه در کشورهای توسعه‌یافته، روند توسعه هوشمند آغاز شده است. این صنعت طی سال‌های اخیر با فرآیند نوآوری پیش رفته و این نوآوری در لایه‌های مختلف عمل می‌کند. از جمله نوآوری‌ها عبارت است از: تغییر شکل دیجیتالی (بازبینی ساختار برگزارکننده و فرآیندهایی که به‌شدت به سمت دیجیتالی شدن پیش می‌روند)؛ تغییر شکل بازاریابی تجربه محور (ظهور مدل جدید کسب کار و تغییر جهت از تمرکز محض بر فروش غرفه به تمرکز بر تجربه مشتری)؛ تحول انسانی (بازآموزی مجموعه مهارت‌ها در این دوره از اقتصاد دانش‌بنیان، هم‌راستایی دیدگاه کارکنان با اهداف سازمانی، نزدیک‌تر شدن افراد و مشاغل به یکدیگر). در فعالیت‌های مختلف نمایشگاه، از روش‌های مختلف ارتباطی و مدیریتی هوشمند به طور گسترده استفاده شده است، از جمله می‌توان به فناوری سه‌بعدی، فناوری RHID UHF، فناوری شبکه‌های مجازی، فناوری اینترنت اشیا و... اشاره کرد. کشور ما به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اقتصادهای منطقه نیز باید از روش‌ها و تاکتیک‌های نوین در راستای دستیابی به اهداف تجاری و ارتقای صنعت بهره‌مند شود. این صنعت نیازمند توجه و نگاه ویژه است تا بتواند در فضای رقابتی ایجادشده در منطقه کماکان مورد استقبال سایر کشورها قرار گیرد. از آنجا که صنعت نمایشگاهی یک صنعت جوان و رو به رشد است ضرورت توجه علمی به این صنعت حس می‌شود. بنابراین آموزش و ارتقای دانش نمایشگاهی کارکنان یک اولویت است. سیاست صنعت نمایشگاهی کشور باید بر این باشد که در انطباق با جدیدترین فن‌آوری‌های روز دنیا پیش برود. در همین راستا تغییر به سمت دیجیتالی شدن و بهره‌گیری از نمایشگاه‌های مجازی و نمایشگاه‌های هیبریدی را در دستور کار خود قرار دهد. توسعه صنعت نمایشگاهی ایران وابسته به جایگاه این صنعت در کشور است و هر قدر این جایگاه ارتقاء یابد بدون شک رونق این صنعت را به دنبال خواهد داشت. صنعت نمایشگاهی کشور در این بازه زمانی جایگاه خود را در میان صنایع، اصناف، فعالان اقتصادی و بخش‌های خدماتی و به‌طور کلی غرفه داران و بازدیدکنندگان یافته است و از این منظر به لحاظ نقشی که در بازاریابی و رونق اقتصادی ایفا می‌کند، کاملا شناخته شده است. مشارکت‌کنندگان نمایشگاه با استقبال از برگزاری و حضور در نمایشگاه‌ها موجب رشد این صنعت و به طبع رونق اقتصاد می‌شوند. از طرفی صنعت نمایشگاهی نیازمند آن است که در ساختار دولتی نیز جایگاه خود را پیدا کند تا از حمایت‌های سیاسی و اقتصادی آن بهره‌مند شود.

▣ مهم‌ترین تاثیرات صنعت نمایشگاهی ایران

صنعت نمایشگاهی در کشور ما نیز همگام با توسعه اقتصاد جایگاه خود را پیدا کرده و هم به لحاظ تعداد نمایشگاه‌ها، کانال‌های برگزاری نمایشگاه و ساخت سایت‌های نمایشگاهی و ... به شکل صنعت مطرح می‌شود.

صنعت نمایشگاه در ایران بیش از ۵۰ سال سابقه برگزاری نمایشگاه‌های حرفه‌ای دارد، از این رو فعالیت‌های نمایشگاهی از ظرفیت بالایی برای توسعه برخوردار هستند، به‌طوری که سالانه بیش از ۶۰۰ نمایشگاه در ۳۴ مرکز نمایشگاهی سطح کشور برگزار و کل فضای نمایشگاهی کشور بالغبر ۸ میلیون و ۳۹۰ هزار مترمربع شامل ۴۰۳ هزار مترمربع فضای مسقف نمایشگاهی تخمین زده می‌شود و در این مسیر بسیاری از شرکت‌های برگزارکننده، غرفه‌سازی، خدمات نمایشگاهی و... شکل گرفته‌اند. برگزاری نمایشگاه‌های مذکور باعث ایجاد فرصت برای صنایع داخلی جهت ارائه و نمایش محصولات و خدمات خود در جهت افزایش تولید و توسعه صادرات غیر نفتی شده است. صنعت نمایشگاهی ایران یک صنعت جوان است و از ظرفیت قوی برای رشد و توسعه برخوردار است تا در جهت درآمدزایی و اشتغالزایی بیشتر پیش برود. امروز شاهد آن هستیم صنعت نمایشگاهی ایران چه در سطح تخصصی و چه در سطح بین‌المللی با رشد قابل‌توجهی روبه‌رو بوده است گرچه باوجود این توسعه هنوز با صنعت نمایشگاهی کشورهای توسعه‌یافته بسیار فاصله دارد. متولیان صنعت نمایشگاه ایران باید واسطه‌ای برای ایجاد ارتباطات باشند تا به چالش‌های این صنعت عکس‌العمل مناسبی نشان دهند. صنعت نمایشگاهی ایران می‌تواند با استفاده از تبلیغات، تحقیقات بازار و ایجاد یک برند جهانی از نمایشگاه‌های ایران و توسعه آن برای مشتریان خود ارزش‌افزوده ایجاد کرده و مزیت رقابتی به وجود بیاورد.

▣ نقش بخش خصوصی در رشد صنعت نمایشگاهی

بخش خصوصی در ایران و در حوزه نمایشگاهی حقیقتا توانمند است. شرکت‌های بخش خصوصی به دلیل بهره‌بری بالاتر و همچنین بهره‌گیری از ساختارهای قابل انعطاف بیشتر، امکان مناسب‌تری جهت ایجاد انگیزه و تعامل در فضای کسب‌وکار دارند. بخش خصوصی می‌تواند در همراهی با صنعت نمایشگاهی موجبات رشد و نوآوری و خلاقیت را در این صنعت فراهم آورد.

همکاری با بخش خصوصی منجر به کاهش هزینه‌ها، تخصص‌گرایی، بالا بردن کیفیت خدمات و افزایش بازده اقتصادی نمایشگاه خواهد شد. بنابراین افزایش نقش و سهم نهادهای خصوصی نمایشگاهی در تصمیم‌گیری‌ها، تصمیم‌سازی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان در حوزه این صنعت می‌تواند مثمر ثمر باشد. البته در خصوص سرمایه‌گذاری برای احداث سایت‌های نمایشگاهی، با توجه به هزینه‌های قابل‌توجهی که دارند برای بخش خصوصی قابل توجیه نیست و در واقع مراکز نمایشگاهی در تمام نقاط جهان گزینه‌های پرهزینه‌ای هستند و به‌ندرت یک مرکز نمایشگاهی بتواند بدون حمایت‌های دولتی هزینه‌های خود را پوشش دهد. از همین رو به منظور احداث و یا توسعه مراکز نمایشگاهی، حمایت دولت نقش مهمی ایفا می‌کند. اما با توجه به قابلیت‌های بخش خصوصی این بخش می‌تواند در امور اجرایی و برگزاری نمایشگاه نقش موثر و چشمگیری ایفا کند چنان که در سایر مراکز نمایشگاهی جهان نیز شاهد آن هستیم. ارتقای جایگاه صنعت نمایشگاهی در کشور مستلزم تلاش و همکاری دولت و بخش خصوصی و متولیان برگزاری نمایشگاه است.

یادداشت

نگاهی به اهمیت نمایشگاه در روز جهانی نمایشگاه‌ها



احمدرضا طحانیان
مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی اصفهان

انجمن جهانی صنعت نمایشگاه (UFI) از سال ۲۰۱۶ در نخستین چهارشنبه ماه ژوئن با هدف توجه هرچه بیشتر در سطح محلی، منطقه‌ای و جهانی به این صنعت، اقدام به بزرگداشت روز جهانی نمایشگاه (GED) می‌کند. امسال هشتمین دوره از GED در ۷ ژوئن مصادف با ۱۷ خرداد ماه با شعار «ما مکان‌های ملاقات و بازارها را برای همه اداره و مدیریت می‌کنیم» برگزار می‌شود. چنین شعاری بیش از هر چیز نمایان‌گر نقش تسهیلگر نمایشگاه در پیشبرد اهداف کسب‌وکارها و تحقق امر توسعه اقتصادی است.

بنا بر گزارش‌های UFI همه ساله بیش از ۴هزار نمایشگاه در فضایی به مساحت بیش از ۱۲ میلیون مترمربع در نقاط مختلف جهان برگزار می‌شود. نمایشگاه‌ها برای برگزارکنندگان و جامعه میزبان که تسهیلات لازم را برای برگزاری نمایشگاه تامین می‌کنند، اهمیت زیادی دارند و فرصتی جهت تحول در بافت اقتصادی منطقه به شمار می‌رود. بنابراین هم سیاست‌گذاران و هم صاحبان کسب‌وکار لازم است این فرصت را با دقت و حساسیت مورد بهره‌برداری قرار دهند، به باور ما نمایشگاه یک فرصت است و نمی‌بایست این وقت مناسب با ظرفیت بالا را نادیده گرفت.

طی یک قرن گذشته عرصه رقابت در بازار هر روز فشرده‌تر می‌شود و پیشرفت‌های گسترده در عرصه فناوری موجب افزایش استانداردهای تولید شده و به مرور تفاوت بین بنگاه‌های اقتصادی از نظر کیفیت تولید و خدمات کاهش پیدا کرده است. از این‌رو میدان رقابت از عرصه تولید و ارائه خدمات به حوزه بازاریابی و تبلیغات انتقال پیدا کرده و شرکت‌هایی که می‌توانند امکان و ارزش متفاوتی را در ذهن مصرف‌کنندگان ایجاد کنند، قادر خواهند بود از سهم بازار خود محافظت کنند و افق‌های جدیدی را پیش روی کسب‌وکار خود بگشایند. در سوی دیگر فناوری اگرچه تسهیلگر ارتباط میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان بوده است اما سبب افزایش فاصله فیزیکی آنان شده است. امروزه تحقیقات بازار، تبلیغات، گرفتن و ثبت سفارش و... را می‌توان به صورت الکترونیکی انجام داد. با این حال، ایجاد روابط چهره به چهره هنوز بخش مهمی از تجارت بین‌المللی است که نقش مهمی در اعتمادسازی، توسعه ارتباطات و ایجاد مشتریان وفادار دارد. نمایشگاه‌ها به یقین فرصتی ایده‌آل برای انجام این کار فراهم می‌کنند.

مخاطبان نمایشگاه معمولا اهداف مشخصی دارند و این دلیل بسیار خوبی است که چرا باید بازاریابی در نمایشگاه جدی گرفته شود. با تمام فناوری و داده‌هایی که این روزها در دسترس ما است، ممکن است برای بسیاری از صاحبان کسب‌وکار وسوسه‌انگیز باشد که هرگز نیازی به ترک میز کار خود ندارند اما رویدادها و نمایشگاه‌ها همواره فرصتی بی‌تکرار و کم‌نظیر هستند که به مشارکت‌کنندگان امکان می‌دهند با برنامه‌های مشخص بازاریابی و روابط عمومی سود مجموعه خود را به حداکثر برسانند.

نمایشگاه اصفهان امسال در حالی روز جهانی نمایشگاه را گرامی می‌دارد که وارد سی‌امین سال فعالیت خود شده است و همچون هر بنگاه اقتصادی دیگری فراز و نشیب‌های زیادی را پشت‌سر گذاشته است. با این همه این مجموعه بنابر کارکرد خود همواره بسترساز توسعه اقتصادی استان و تسهیلگر برای صاحبان کسب‌وکار بوده است. نمایشگاه بین‌المللی اصفهان در حالی چهارمین دهه از فعالیت خود را آغاز می‌کند که هم به لحاظ سخت‌افزاری توسعه چشم‌گیری پیدا کرده و هم خوشبختانه با تدوین برنامه ۴ساله و شناخت نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها به جهت راهبردی برنامه و هدف‌گذاری‌های مشخصی را دنبال می‌کند.

در این چشم‌انداز نمایشگاه فراتر از کارکردهای سنتی خود قدم خواهد گذاشت و با شعار «شتاب‌دهنده، هویت‌ساز، شبکه‌محور» به یک برگزارکننده تمام‌عیار رویدادهای استانی، ملی و حتی بین‌المللی مبدل خواهد شد.

نمایشگاه اصفهان بیش از هر چیز به‌دنبال برگزاری رویدادهای تخصصی و توسعه برند خود در صنعت نمایشگاهی است، این مجموعه این مهم را از طریق برگزاری نمایشگاه و رویداد به صورت مجازی نیز با جدیت پیگیری می‌کند.

در پایان بر خود لازم می‌دانم از تمام همکاران در سایر سایت‌های نمایشگاهی، مجریان برگزاری رویدادهای نمایشگاهی، کارکنان نمایشگاه بین‌المللی اصفهان و تمام کسانی که در امر برپایی نمایشگاه‌ها کوشش می‌کنند سپاسگزاری و قدردانی کنم.

گپ‌وگفت

تفکر استراتژیک داشته باشید

کیمیا ملکی: نمایشگاه بین‌المللی به‌شکل امروزی نخستین بار در سال ۱۳۴۷ شکل گرفت و برگزاری آن به‌صورت دوره‌ای، بیش از ۳ دهه ادامه یافت. سال ۱۳۷۹ باتوجه به موفقیت‌های صنعت نمایشگاهی در کشورهای جهان، حرکت به سمت نمایشگاه‌های تخصصی آغاز شد و در حال حاضر برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در ۹۰ عنوان در دستور کار قرار دارد. به‌عقیده برخی کارشناسان، صنعت نمایشگاهی می‌تواند با توسعه تجارت خارجی و افزایش صادرات غیرنفتی، در توسعه پایدار کشور نقش مهمی ایفا کند.



صمت به‌منظور بررسی نقش نمایشگاه‌ها در توسعه صادرات به گپ‌وگفت با بابک عابدین، رئیس نمایشگاه آینده چاپ ایران پرداخت.

◉ نمایشگاه‌ها چه مقدار در توسعه صادرات نقش دارند؟

نمایشگاه یک ابزار بازاریابی برای توسعه فروش محصول است. اگر اکوسیستم نمایشگاهی از نظر اقتصادی و ارتباطات بین‌المللی به‌خوبی تقویت و برنامه‌ریزی خوبی برای آن انجام شود، می‌تواند محفلی باشد تا به‌وسیله آن بتوانیم توانمندی‌های خود را در جوامع نمایشگاهی در معرض دید بازدیدکنندگانی قرار دهیم که دسترسی به آنها در طول سال سخت است. در واقع نمایشگاه به ما مزیتی می‌دهد تا در یک مکان و زمان مشخص به اهداف خود برسیم. باید قبل، هنگام و بعد از نمایشگاه یک برنامه‌ریزی دقیق و منسجم داشت. اگر صنعت نمایشگاهی دارای اهمیت نبود، کشورهای در حال توسعه یا توسعه‌یافته که به دنبال کسب بازار هستند از حضور تولیدکنندگان کالا و خدمات در نمایشگاه‌های بین‌المللی حمایت نمی‌کردند.

◉ در سایر کشورها شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی چقدر اهمیت دارد؟

صنعت نمایشگاهی صنعتی بسیار مهم است و باعث رشد اقتصادی و تولید می‌شود. این صنعت در کشورهای توسعه‌یافته یا در حال توسعه دارای جایگاهی مهم است. در برخی کشورها پیش از حضور شرکت‌ها در نمایشگاه هزینه‌های لازم برای آن به آنها داده می‌شود. حتی دولت برخی از کشورها برای تشویق فعالان اقتصادی برای حضور در نمایشگاه‌ها چهارچوبی را تعیین می‌کنند که اگر این افراد براساس آن عمل کنند، بازگشت پول آنها را گارانتی می‌کند. برای مثال امارات در ۶ ماه گذشته در بخش کاغذ و مقوا در ابعاد مختلف نمایشگاه برگزار و این فرصت را برای شرکت‌کننده و متقاضی فراهم کرده که بسته به نیازشان در هر کدام از این نمایشگاه‌ها شرکت کنند.

◉ صنعت نمایشگاهی می‌تواند در آمدی غیر از درآمد حاصل از فروش محصول برای کشور داشته باشد؟

در صنعت نمایشگاهی می‌توان اقدامات بسیاری انجام داد تا برای کشور درآمدزایی خوبی داشته باشد. باید در زمینه صنعت نمایشگاه تفکر استراتژیک داشت. اگر صنعت نمایشگاهی تاثیرگذار نبود شاهد برگزاری بیش از ۸ هزار نمایشگاه در سال توسط برخی از شرکت‌های مهم نبودیم. نمایشگاه یک صنعت مهم برای معرفی محصول است. کشور ما با جمعیتی حدود ۹۰ میلیون نفر، بازار بکر و... می‌تواند با جذب بیشتر سرمایه خارجی برای برگزاری و شرکت در نمایشگاه‌ها برنامه‌ریزی کند تا از این طریق بتواند از صنعت نمایشگاهی درآمد خوبی به‌دست بیاورد. در طول زمان برگزاری نمایشگاه، اکوسیستم اقتصادی خوبی برای شهر محل برگزاری رقم می‌خورد و تمام اجزای اقتصادی آن منطقه از این طریق سود می‌برند.

◉ دستیابی به بازارهای جهانی نیازمند چه فاکتوری است؟

برای صادرات محصولات به بازارهای جهانی باید از مواد اولیه مناسب استفاده کنیم. حضور در بازارهای جهانی بدون استفاده از مواد اولیه استاندارد امکان‌پذیر نیست.

◉ دومین نمایشگاه آینده صنعت چاپ در چه تاریخی برگزار می‌شود؟

دومین نمایشگاه آینده صنعت چاپ ۲۰ تا ۲۳ تیر ۱۴۰۲ در مرکز نمایشگاهی ایران‌مال برگزار خواهد شد. مشارکت شرکت چینی «چن‌مینگ» به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان کاغذ و مقوا در دنیا و توجه به حضور شرکت‌های نوآور و دانش‌بنیان از ویژگی‌های این رویداد بین‌المللی است. امسال تمرکز ویژه‌ای بر حضور جامعه دانشگاهی و افراد دانشگاهی داریم، زیرا هدف اصلی ما انتقال دانش به بدنه چاپ و نزدیک کردن دانشگاه و صنعت است، به همین منظور تور بازدید و حضور در نمایشگاه برای دانشجویان پیش‌بینی شده است.

حذف مالیات بر ارزش افزوده از مواد اولیه فرش دستباف

رئیس مرکز ملی فرش ایران از حذف مالیات بر ارزش افزوده از مواد اولیه اصلی وارداتی فرش دستباف خبر داد.

فرحناز رافع با بیان این مطلب افزود: با پیگیری‌های انجام‌شده یکی از مهم‌ترین اتفاقات خوبی که امسال در زمینه صنعت فرش دستباف رخ داد، حذف مالیات بر ارزش افزوده از مواد اولیه اصلی وارداتی فرش دستباف بود که به گمرکات سراسر کشور ابلاغ شده است.

وی اضافه کرد: همچنین در راستای اجرای قانون رفع موانع تولید، تمدید معافیت مالیاتی قالیبافان براساس ماده ۱۴۲ قانون مالیات‌های مستقیم، حذف تمدید آزمون مهارت فنی‌حرفه‌ای برای استمرار بیمه و حضور بازرسان وزارت صنعت، معدن و تجارت همراه با بازرسان بیمه تامین اجتماعی به‌منظور جلوگیری از قطع بیمه قالیبافان از دیگر اقدامات در حمایت از صنعت فرش دستباف کشور است.

به گزارش مهر، به‌گفته رافع براساس ماده ۴۶ قانون برنامه ششم به‌منظور تسهیل صادرات و رفع موانع تولید و افزایش صادرات غیرنفتی، از جمله فرش دستباف دولت و مرکز ملی فرش به‌دنبال افزایش مدت تعهد ارزی به‌عنوان یک مانع برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش از یک سال به ۳۶ ماه یا حذف کامل آن است.

رئیس مرکز ملی فرش ایران افزود: امیدواریم با پیگیری‌های انجام‌شده ازسوی وزارت صمت، دولت و نمایندگان مجلس بتوانیم به‌زودی تعهد ارزی را برای فعالان عرصه صنعت فرش حذف کنیم، زیرا پیشرانه هنر-صنعت فرش دستباف، صادرات و فروش آن است.

قدرت صنعت نمایشگاهی برای توسعه صادرات در حال کاهش است

ظرفیتی رو به زوال

کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir

رسیدن به بازارهای گسترده جهانی، مستلزم حرکت به‌سوی اقتصاد باز، بکارگیری استراتژی‌های جهش صادراتی و نگاه مدبرانه به نیازها و خواسته‌های مشتریان گوناگون در بازارهای مختلف است و توفیق در دستیابی به این هدف حضور پررنگ بخش خصوصی و دولتی در بازارهای مختلف را می‌طلبد. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای برگزاری نمایشگاه ارتباطات موثر، گسترده و پایداری است که بین تجار و فعالان اقتصادی در نمایشگاه‌ها شکل می‌گیرد و منجر به همکاری‌های گسترده و بلندمدت می‌شود؛ همکاری‌هایی که می‌تواند به توسعه صادرات و تبادلات علمی، تجاری، فناوری و حتی فرهنگی کمک کند. به‌طور کل شناخت درست از فرهنگ مصرفی، نیازها، ذائقه و سلایق مشتریان کشورهای هدف از جمله دستاوردهای مثبت هر نمایشگاه بین‌المللی است که نیاز به درایت کافی و فرصت‌سنجی مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه دارد. با این وجود مدت‌هاست فعالان تجاری ما از عملکرد ضعیف دولت در برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و نبود حمایت برای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی گله‌مند هستند. صمت در این گزارش به‌مناسبت روز جهانی صنعت نمایشگاهی که مصادف با ۱۷ خرداد است به بررسی نقش صنعت نمایشگاهی در بازاریابی و بازارسازی پرداخته است.



عکس: آیدا فریدی

نمایشگاه یکی از ابزارهای بازاریابی است که می‌تواند در خدمت صادرات کشور قرار گیرد

نقش بسیار مهم نمایشگاه‌ها

نمایشگاه بین‌المللی، محلی است که در آن تولیدکنندگان به عرضه و نمایش کالا می‌پردازند. نمایشگاه یک صنعت است و اغلب شرکت‌ها با هدف نمایش کارآیی کالا و تولیدات خود در نمایشگاه حضور می‌یابند تا از این طریق بازارهای جدید را شناسایی کنند. نمایشگاه‌ها یکی از ابزارهای مهم تبلیغات و بازاریابی محسوب می‌شوند و نقش بسیار مهمی در معرفی کالاها و خدمات و محصولات به‌ویژه محصولات استراتژیک هر کشور دارند و در نهایت در توسعه صادرات نقش کلیدی ایفا می‌کنند. در واقع نمایشگاه یکی از ابزارهای بازاریابی است که می‌تواند در خدمت صادرات کشور قرار گیرد و نمایشگاه بین‌المللی به‌عنوان یک مکمل و راه‌حل مناسب برای توسعه صادرات غیرنفتی مطرح است؛ بر همین اساس شرکت‌های موفق و بزرگ دنیا حضور در نمایشگاه بین‌المللی را فرصت طلایی برای ایجاد ارتباط، اطلاع‌رسانی و پیشبرد فروش می‌دانند.

حضور شرکت‌ها در نمایشگاه‌های بین‌المللی می‌تواند بر فروش، جذب مشتری، ایجاد نام و شهرت تجاری، تبلیغات برای محصولات شرکت و همچنین افزایش حجم مبادلات تاثیر داشته باشد؛ به‌بیانی دیگر نمایشگاه را می‌توان تبلیغ زنده نامید، زیرا در نمایشگاه عواملی چون تولیدکننده، توزیع‌کننده و مصرف‌کننده کالا و خدمات در یک زمان و مکان مناسب گرد هم می‌آیند. همچنین برگزاری نمایشگاه موجب افزایش سطح اطلاعات و دانش عمومی، علمی و فنی بازدیدکنندگان می‌شود. با این حال عملکرد ضعیف ایران در صنعت نمایشگاه به‌ویژه شرکت در نمایشگاه‌های خارجی، موضوع آشکاری است که بر هیچ‌کس پوشیده نیست. یکی از نمونه‌های این عملکرد ضعیف «اکسپو دوبی» است که در این نمایشگاه نه‌تنها هیچ یک از طرح‌های پیش‌بینی‌شده اجرا نشد، بلکه آنچه در این غرفه موجود بود نیز با تغییر مدیریت‌های پاویون ایران کم و کمتر شد.

در ایران چیزی به‌نام صنعت نمایشگاهی نداریم



محمدرضا مودودی، کارشناس تجاری و فعال اقتصادی درباره نقش نمایشگاه‌ها در بازارسازی و توسعه روابط بین‌الملل به صمت گفت: برای توسعه همکاری‌های بین‌المللی و پیشرفت در حوزه تجارت خارجی نیازمند برخی ابزار و زیرساخت هستیم که یکی از مهم‌ترین این ابزارها که در دنیا نیز مرسوم است نمایشگاه‌ها است. نمایشگاه‌ها هر اندازه که عمیق‌تر و دارای جامعیت بیشتری در سطح جهان باشند، رونق تجارت را حتمی‌تر خواهند کرد. در واقع صنعت نمایشگاهی کشور به‌عنوان ویترین و ابزار معرفی توانمندی‌های تولیدی و صادراتی کشور از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و باید همچون گذشته از این ظرفیت به نفع صادرات و تبادل تکنولوژی و دانش فنی روز بهره برد.

وی با اشاره به تاثیرات مثبت حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی اظهار کرد: شرکت‌ها با حضور در نمایشگاه با شرکت‌های رقیب آشنا می‌شوند، همچنین می‌توانند یک رابطه مستقیم با مشتریان بالقوه و بالفعل خود برقرار کنند و در مقابل هرچه حضور کمتری در نمایشگاه‌های بین‌المللی داشته باشند به‌مراتب کمتر دیده خواهند شد و کمترین تعاملات شکل خواهد گرفت و در نتیجه رابطه لازم برای توسعه بازارها را برقرار نخواهند کرد.

▣ کاهش کیفیت صنعت نمایشگاهی

مودودی با انتقاد از کم‌وکاستی‌ها در برگزاری نمایشگاه‌های داخلی بیان کرد: متاسفانه هنوز در ایران چیزی به‌نام صنعت نمایشگاهی نداریم، این در حالی است که به‌واسطه ظرفیت‌های بالا و زیرساخت‌های ایجادشده در طول سال‌های گذشته شرکت‌های توانمندی در حوزه برگزاری نمایشگاه، تولید و تجارت شکل گرفته‌اند؛ با این وجود هر روز به بهانه‌های مختلف از کیفیت صنعت نمایشگاهی کاسته می‌شود و در نهایت نیز نمایشگاه‌ها تبدیل به نمایشگاه‌های محلی می‌شوند که در ایونت‌های جهانی جایی ندارند.

▣ شعارهای بی‌حاصل!

این کارشناس تجاری و فعال اقتصادی با اشاره به اهمیت دسترسی و محل اقامت در برگزاری نمایشگاه‌ها گفت: در حوزه نمایشگاهی یکی از زیرساخت‌های مهم، محل برگزاری نمایشگاه است که متاسفانه در کشور ما تا امروز حتی یک خط مترو به نمایشگاه بین‌المللی کشیده نشده است. ایجاد این زیرساخت برای کوتاه کردن مسیر و دسترسی راحت‌تر ضروری است. محل و شرایط اقامت شرکت‌کنندگان بخش مهم دیگری در برگزاری نمایشگاه‌ها است. با این حال ما در بخش هتلداری به‌ویژه در تهران، آن‌طور که باید قوی نیستیم و به‌دنبال برگزاری هر نوع ایونتی در تهران با چالش کمبود اقامتگاه روبه‌رو می‌شویم. وی با بیان اینکه مدت‌هاست تعاملات بین‌المللی ما خلاف شعارهای مطرح، هر روز کمتر می‌شود، افزود: آمارهای یک دهه گذشته حاکی از این است که میزان صادرات ما تقریبا ثابت مانده است. این امر نشان‌دهنده این است که فعالیت چشمگیر و اثربخشی در حوزه تجارت خارجی نداریم و مشارکت ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی بسیار ضعیف است. این مسئله در آینده خطرناک است و می‌تواند انگیزه فعالان اقتصادی را از بین ببرد، چراکه با کاهش ارزآوری و آسیب به اشتغال و تولید همراه است. برای نمونه مقرر شده یک درصد از محل واردات محصولاتی غیر از کالای اساسی یا دارو، برای حمایت از فعالان تجاری برای شرکت در نمایشگاه‌ها به سازمان توسعه تجارت داده شود. سال‌هاست که گمرک این یک درصد را دریافت و به‌جای سازمان توسعه تجارت به خزانه دولت واریز می‌کند. در واقع این مبالغ به‌نام صادرات گرفته و به جای دیگر ارسال می‌شود.

▣ راهکار چیست؟

مودودی در بیان راهکارهایی برای توسعه صنعت نمایشگاهی اظهار کرد: اگر واقعا به‌دنبال توسعه صنعت نمایشگاهی هستیم باید آن را از دخالت‌های دولتی نجات دهیم و بخش خصوصی توانمندی را در این حوزه ایجاد کنیم. بهترین روش این است که از طریق سرمایه‌گذاری مستقل از شرکت‌های بزرگ نمایشگاهی برای توسعه زیرساخت و نرم‌افزار در این بخش، دعوت کنیم. همچنین دولت باید بسترسازی‌هایی را انجام دهد و شاخص‌هایی را تعریف کند که براساس آن شرکت‌های توانمند شکل بگیرند. در نتیجه این روند شاخص‌های شرکت‌های داخلی به شرکت‌های خارجی نزدیک می‌شود و این شرکت‌ها می‌توانند با حضور در نمایشگاه‌های خارجی اثربخش باشند. با این وجود متاسفانه برخی از افراد به صنعت نمایشگاهی به‌شکل یک قلک نگاه می‌کنند که در نتیجه این روند در سال‌های آینده باید از صنعت نمایشگاهی به‌عنوان یک صنعت ضعیف یاد کرد، نه صنعتی که نیروی محرکه تولید و تجارت کشور باشد. همچنین باید فرهنگ پیشرفته نمایشگاهی را در کشور پیاده کنیم، اما متاسفانه در این بخش به فرهنگ بومی خود که توسعه‌یافته نیست، تکیه کرده‌ایم.

▣ نقش مهم در تحریم‌ها

این کارشناس تجاری و فعال اقتصادی با اشاره به تاثیر تحریم‌ها بر صنعت نمایشگاهی گفت: در شرایط تحریم، نقش نمایشگاه‌ها بیش از هر زمان دیگری حائزاهمیت می‌شود و این طلایه‌داران و پرچمداران توسعه صنعتی و صادراتی کشور باید بتوانند از تمام ابزارهای موثر در جهت معرفی بهینه صنایع و محصولات ایرانی به دنیا به‌نحو مطلوب بهره بگیرند.

> فعالان اقتصادی برای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی هیچ حمایت مالی از دولت نمی‌خواهند

شرکت در نمایشگاه‌های خارجی موثر تر از داخلی است



مسعود دانشمند، فعال اقتصادی درباره نقش نمایشگاه‌ها در بازارسازی و بازاریابی به صمت گفت: نخستین موضوع مهم در برگزاری نمایشگاه، هدف است. باید بدانیم که هدف ما از برگزاری نمایشگاه چیست و چگونه می‌توان به این اهداف دست یافت؟ برای بررسی میزان دستیابی به اهداف تعیین‌شده، بهتر است به آمار بازدیدکنندگان خارجی نمایشگاه‌های اخیر و قراردادهای تنظیم‌شده نگاه کنیم که خود نشان‌دهنده عدم موفقیت کشور در برگزاری نمایشگاه‌ها است. در واقع هدف از برگزاری و شرکت در نمایشگاه این است که کالای خود را معرفی و بازار هدف برای آن پیدا کنیم که متاسفانه ما در این موضوع موفق نیستیم. وی با بیان مشکلات موجود اظهار کرد: اگر قرار است با برگزاری نمایشگاه بازارهای خارجی برای محصولات یا خدمات خود به‌دست بیاوریم، باید امکانات تردد خارجی‌ها را فراهم کنیم. باید یک سیاست کلی ترتیب داد که موجب جلب اعتماد فعالان اقتصادی بین‌المللی شود، اما در حال حاضر هیچ امکاناتی از پروازهای خوب تا محل اقامت وجود ندارد. بهتر این است که فعالان اقتصادی به‌جای اتلاف وقت خود در نمایشگاه‌های داخلی، در تمام نمایشگاه‌های خارجی شرکت کنند. تولیدکنندگان داخلی اگر کالاهای خود را در نمایشگاه‌های خارجی عرضه کنند، نتیجه بهتری خواهند گرفت، چراکه شرایط و استقبال از این نمایشگاه‌ها بیشتر است.

▣ دولت سنگ‌اندازی نکند

دانشمند در انتقاد به خواسته برخی فعالان اقتصادی مبنی بر پرداخت هزینه‌های شرکت در نمایشگاه‌های خارجی ازسوی دولت گفت: اگر قرار است شرکت‌ها در نمایشگاه‌های خارجی حضور یابند و منافع آن را به‌دست بیاورند، باید هزینه آن را نیز خودشان تقبل کنند. چرا باید هزینه شرکت کردن بخش خصوصی در یک نمایشگاه خارجی را دولت بپردازد؟ تنها خواسته فعالان اقتصادی این است که برای خروج کالا از کشور برای ارائه در یک رویداد خارجی، تسهیلات گمرکی اختصاص داده شود. فعالان اقتصادی هیچ حمایت مالی از دولت نمی‌خواهند و همین که دولت با وضع قوانین متعدد در مسیرشان سنگ‌اندازی نکند، کافی است.

▣ مقایسه کنید!

این فعال اقتصادی با اشاره به نقش پررنگ صنعت نمایشگاهی در توسعه صادرات اظهار کرد: اصولا نمایشگاه با هدف توسعه صادرات برگزار می‌شود؛ بر همین اساس باید کالاهای باکیفیت در آن عرضه کنیم. به‌منظور بهبود شرایط باید محصولات ارائه‌شده، بسته‌بندی و نحوه ارائه آنها در سایر نمایشگاه‌ها را بررسی کرد تا کالاهای تولیدشده قدرت رقابت با سایر کالاهای مشابه را پیدا کند. علاوه بر موارد یادشده، ورود به عرصه جهانی نیازمند بکارگیری افرادی است که با فرهنگ، زبان و ذائقه کشورهای هدف آشنایی داشته باشند.

سخن پایانی

نمایشگاه یک پایگاه بزرگ برای تبادل اطلاعات، حرکت به‌سوی یک اقتصاد باز و روبه‌رشد، جهش صادراتی، نگاه مدبرانه به خواسته‌ها و رصد مداوم علایق مشتریان، ارزیابی کارشناسانه بازارهای مختلف و دستیابی به دانش و تکنولوژی روز دنیا و پدیده‌های نوین علم و صنعت و انتقال فناوری است. بی‌شک عرضه محصولات در نمایشگاه می‌تواند یکی از مهم‌ترین ابزار بازاریابی و بازارسازی باشد. با این حال متاسفانه مدت‌هاست صنعت نمایشگاهی روند خوبی را طی نمی‌کند؛ به‌بیان دیگر می‌توان گفت ایران از نظر زیرساخت‌های نمایشگاهی مشکلات و ضعف‌های زیادی دارد و ممکن است آینده بدی در انتظار این صنعت ارزشمند باشد. پس بهتر است هرچه سریع‌تر به داد آن رسید.

در بررسی جایگاه صنعت نمایشگاهی در ارتقای اقتصاد عنوان شد

صنعتی پولساز، اما مغفول



عکس‌ها: آیدا فریدی

بررسی رابطه میان پیشرفت صنعت نمایشگاهی یک کشور با میزان رشد و توسعه اقتصادی و توان صنعتی آن کشور به‌خوبی نشان‌دهنده نقش و تاثیر مثبت صنعت نمایشگاهی بر مجموعه اقتصاد است. نمایشگاه ابزاری است که در کنار سایر ابزارهای تجارت خارجی می‌تواند اهرم تراز تجاری کشور را به‌نفع صادرات تغییر دهد و کمبودها در سایر بخش‌ها را جبران کند.

اگر از این مزیت به نحو بهینه استفاده و در برگزاری نمایشگاه‌ها منافع کلان و ملی کشور به‌همراه منافع برگزارکنندگان منطبق با استانداردهای روز دنیا در نظر گرفته شود، می‌توان امیدوار بود فرصت‌های اقتصادی فراوانی نصیب بنگاه‌های اقتصادی و صاحبان مشاغل در کشور شود، اما مادامی که جایگاه صنعت نمایشگاهی در برنامه‌ریزی‌های دولت و بخش خصوصی مشخص و تبیین نشده است، نمی‌توان انتظار معجزه‌ای در این زمینه داشت. صمت در این گزارش به جایگاه صنعت نمایشگاهی در توسعه تجارت پرداخته است.

ضرورت بهره‌برداری از یک صنعت درآمدزا

صنعت نمایشگاهی یک صنعت بسیار پولساز و درآمدزا است، و یک مدیر خوب می‌تواند از همه نقاط قوت این صنعت به‌خوبی استفاده کند، اما متاسفانه در کشور ما این صنعت با نقطه ضعف‌های بسیاری مواجه است و بهره‌برداری از آن به‌درستی جا نیفتاده است.

برگزاری نمایشگاه‌ها یکی از ابزارهای مهم در شناسایی نیاز مشتریان و معرفی توانمندی‌های واحدهای تولیدی و خدماتی به بازارهای مختلف است.

براساس بررسی‌های انجام‌گرفته، برگزاری نمایشگاه‌ها در سال حداقل ۳۰۰ میلیارد دلار عاید اقتصاد جهانی می‌کند. نمایشگاه، مرکزی برای تبادل اطلاعات و دست یافتن به پدیده‌های نوین علم، صنعت و انتقال فناوری است.

برگزاری نمایشگاه، باعث ایجاد رقابت‌های سالم داخلی و بین‌المللی می‌شود، همچنین برگزاری نمایشگاه، توسعه‌دهنده گردشگری و اشتغال ملی است.

برپایی نمایشگاه‌ها به‌ویژه در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی از جنبه‌های مختلف موجب پویایی اقتصاد بومی شده که از جمله آن کمک به توسعه و رونق صنعت گردشگری و نیز حفظ و ارتقای سطح اشتغال ملی است.

مذاکره هدفمند با ایجاد بانک اطلاعاتی



رئیس اتاق بازرگانی مشترک ایران و امارات درباره چالش‌ها و کیفیت برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی در ایران در مقایسه با کشورهای دیگر به صمت گفت: در خارج از کشور، وقتی قبل از برگزاری نمایشگاه به‌صورت اینترنتی در آن ثبت‌نام می‌کنید، این موضوع باعث ایجاد یک بانک اطلاعاتی سودمند می‌شود.

به‌گفته فرشید فرزانگان این بانک اطلاعاتی چه برای غرفه‌دار و چه برای بازدیدکننده از نمایشگاه بسیار کارگشا است. در حالی که در ایران متاسفانه این کار انجام نمی‌شود، چنانچه در نمایشگاه‌های داخلی در زمینه بانک اطلاعاتی شرکت‌کنندگان بسیار ضعیف عمل می‌شود و اطلاعات کامل و خوبی در اختیار مخاطب قرار نمی‌گیرد و بانک اطلاعاتی خوب از شرکت‌کنندگان نمایشگاه می‌تواند یک مذاکره هدفمند را برای بازدیدکنندگان از نمایشگاه ایجاد کند.

فرشید فرزانگان با بیان اینکه در کشورهای خارجی به‌ویژه در امارات، برگزاری نمایشگاه‌ها بسیار تخصصی هستند، خاطرنشان کرد: افرادی که از قسمت‌های مختلف دنیا برای شرکت در نمایشگاه به دوبی می‌آیند، باید یک ورودی سنگین پرداخت کنند. برای مثال، در نمایشگاه اخیری که به نام گلدفود در دوبی شرکت داشتم، بالغ بر ۵۰۰ تا ۷۰۰ درهم از شرکت‌کننده دریافت می‌شد. این رقم بزرگی برای شرکت‌کننده است، بنابراین افرادی که در نمایشگاه حضور می‌یابند، کاملا تخصصی هستند و وقت خود را هدر نمی‌دهند. این فعال اقتصادی بااشاره به تجهیزات نمایشگاه بین‌المللی گفت: نمایشگاه‌های خارجی از نظر سیستم هواسازها و مکان مناسب برای تهیه مایحتاج معمول مثل صرف قهوه، چای و ... برای پذیرایی بسیار متفاوت با نمایشگاه‌های داخلی هستند. کمابیش به همه‌چیز در یک نمایشگاه فکر شده است که بازدیدکننده چه از نظر بازرگانی و چه در حوزه تولید وقتی آن را رصد می‌کند، در همان سطح یا کلاس کاری با وی برخورد شود.

▣ معیارهای نمایشگاه‌های بین‌المللی

فرزانگان بااشاره به ظرفیت بالای موقعیت کشورمان برای برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی گفت: با این وجود، متاسفانه نمایشگاه‌هایی که در ایران برگزار می‌کنیم، بیشتر داخلی هستند؛ برای نمایشگاه‌های داخلی هم بیشتر از این انتظار می‌رود. وی افزود: نمایشگاه‌های بین‌المللی که در دیگر کشورها مانند عمان، قطر یا امارات برگزار می‌شود، بین‌المللی و تمام پرسنل و عوامل آن هم بین‌المللی هستند، یعنی مسلط به زبان انگلیسی، اصول تشریفات و میزبانی از شرکت‌کنندگان در نمایشگاه هستند و در این زمینه آموزش‌های لازم را دیده‌اند.

فرزانگان در ادامه افزود: همچنین در کشورهای دیگر، در کنار نمایشگاه‌های اصلی اینونت‌هایی برگزار می‌شود که دست کمی از نمایشگاه اصلی ندارند و حتی گاهی پررنگ‌تر از آن هستند. در کشور ما بیشتر این حاشیه‌های نمایشگاهی وجود ندارد.

▣ نبود تحلیل‌های نمایشگاهی

رئیس اتاق بازرگانی ایران و امارات درباره استفاده از تکنولوژی‌های جدید در نمایشگاه‌ها گفت: در بیشتر نمایشگاه‌های داخلی و خارجی به‌ویژه بعد از دوران کرونا استفاده از کارت ویزیت منسوخ شده و بیشتر با گوشی همراه و با استفاده از کیو آر کدها اطلاعات جابه‌جا می‌شوند، اما به‌هرحال هنوز هم کارت ویزیت در جاهایی استفاده می‌شود.

وی افزود: ثبت اطلاعات فرد بازدیدکننده از غرفه‌های نمایشگاهی، از نظر اطلاعات موردنیاز تحلیل‌های نهایی نمایشگاه‌های بین‌المللی بسیار مهم است که با آن کار می‌کنند و از آن برای برگزاری نمایشگاه‌های بعدی خود بهره‌برداری می‌کنند، اما در ایران تجزیه و تحلیل‌های نمایشگاهی با نگاه یادشده وجود ندارد و ممکن است نمایشگاه گاهی به آن هدف نقطه‌زنی که باید برسد،نرسد.

▣ بکارگیری مدیران ناکارآمد

رئیس اتاق بازرگانی ایران و امارات در ادامه برای بهبود ضعف‌های صنعت نمایشگاهی در ایران خاطرنشان کرد: مدیران و مسئولانی که در زمینه برگزاری نمایشگاه‌ها فعالیت دارند، باید از افرادی انتخاب شوند که این میدان و عرصه را به‌خوبی می‌شناسند. ممکن است، مدیرانی در این حوزه انتخاب شوند که با فعالیت‌های نمایشگاهی آشنا نباشند و آنها را در جای مهمی مثل شرکت سهامی نمایشگاه‌ها می‌گذارند که آنها در هنگام مدیریت، آموزش هم ببینند. این افراد چون با نمایشگاه‌های بین‌المللی آشنایی کافی ندارند، در ادامه کارشان در بازدید نمایشگاه‌های خارجی، تازه متوجه ضعف‌هایی که در این زمینه وجود دارد، می‌شوند و تا بیایند به فضا و ساختار این صنعت مسلط شوند، آنها را تغییر می‌دهند، یعنی کار علمی و ریشه‌داری در کشور در این‌باره انجام نمی‌شود.

▣ غفلت از صنعتی پردرآمد

فرزانگان با تاکید بر اینکه صنعت نمایشگاهی یک صنعت بسیار پولساز و درآمدزا است، ادامه داد: یک مدیر خوب می‌تواند از همه نقاط قوت این صنعت به‌خوبی استفاده کند، اما متاسفانه در کشور ما این صنعت با نقطه ضعف‌های بسیاری مواجه و بهره‌برداری از آن به‌درستی جا نیفتاده است.

رئیس اتاق بازرگانی ایران و امارات در پایان خاطرنشان کرد: با برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی در دوبی که فاصله زیادی از ما ندارد، رزرو تمام هتل‌ها و فروش تمام رستوران‌ها و مراکز گردشگری چندبرابر می‌شود. این یعنی برگزاری نمایشگاه نه‌فقط برای خود نمایشگاه بلکه برای فضای پیرامون آن هم رونق ایجاد می‌کند که بسیاری از دست‌اندرکاران اقتصادی کشور می‌توانند از آن بهره‌برداری کنند.

صنعت نمایشگاهی، صنعتی جهانی



سخنگوی پیشین نمایشگاه بین‌المللی جمهوری اسلامی بااشاره به روند گذشته برگزاری نمایشگاه‌ها در ایران اظهار کرد: قبل از انقلاب، نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی تهران را داشتیم که سالانه یک‌بار برگزار می‌شد. بعد از انقلاب، همزمان با سایر کشورهای دیگر، نمایشگاه‌ها به‌سمت تخصصی شدن حرکت کردند و در ایران هم این اتفاق مبارک در صنعت نمایشگاهی افتاد و یک نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی تهران تبدیل به ۱۰۰ نمایشگاه تخصصی در ایران شد.

حمیدرضا آملی در گفت‌وگو با صمت افزود: این ۱۰۰ نمایشگاه تخصصی در تهران برگزار می‌شد و سایت مرجع شرکت حامی نمایشگاهی در ایران و استان‌های دیگر هم صاحب سایت نمایشگاهی شدند. اکنون کمابیش تمامی استان‌های ما دارای سایت نمایشگاهی هستند. برخی استان‌ها مثل شیراز، اصفهان و مشهد سایت‌های استانداردتری دارند و در شهرستان‌های دیگر سایت‌ها کوچک‌تر یا هنوز به رشد آنچنانی در توسعه زیرساخت‌ها همچون شهرهایی که نمایشگاه‌های بزرگی در آن برگزار شده، نرسیده‌اند.

▣ پرهیز از ایرانیزه کردن صنعت نمایشگاهی

این کارشناس نمایشگاه با تاکید بر اینکه صنعت نمایشگاهی یک صنعت جهانی است، ادامه داد: بحث ایرانیزه کردن این صنعت خیلی جالب نیست و این کار تنها یک کار اقتصادی نیست، به دلیل اینکه اصول خود را دارد و ما باید از این اصول و استانداردهای جهانی پیروی کنیم تا نمایشگاه‌های‌مان را بتوانیم در سطح استانداردهای جهانی برگزار کنیم.

مدیر اسبق نمایشگاه‌های داخلی نمایشگاه بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران بااشاره به اهمیت برگزاری نمایشگاه‌ها در کشور تصریح کرد: صنعت نمایشگاهی به‌دلیل اینکه یک صنعت پیشران است، می‌تواند تحول خوبی را در سایر گروه‌های کالایی و صنایع ایجاد کند.

برگزاری نمایشگاه‌ها چیدن و برچیدن کالا نیست. برگزاری نمایشگاه برای هر گروه صنفی می‌تواند یک رویداد مهم در سال باشد که جایگاه آن صنعت و چالش‌ها و نقاط ضعف و قوت آن را در طول برگزاری نمایشگاه عیان کند و باعث شروع اقدامات جدید و نو شود.

▣ مهم‌ترین ابزار سازمان توسعه تجارت

آملی افزود: نمایشگاه‌ها در واقع دانشگاه‌هایی هستند که در آنها تبادل دانش و تکنولوژی انجام می‌شود و اهمیت آن در رابطه با توسعه فضای کسب‌وکار کشور و در رابطه با توسعه صادرات کشور بسیار مهم است. نمایشگاه‌ها در واقع مهم‌ترین ابزار سازمان توسعه تجارت ایران برای صادرات و برای رونق فضای کسب‌وکار کشور هستند.

وی در ادامه تاکید کرد: نمایشگاه‌ها می‌توانند با تبادل دانش، بکارگیری تکنولوژی‌های جدید و دانش‌بنیان در نمایشگاه‌ها هزینه تولید در کشور را کاهش دهند.

▣ حرکت نمایشگاه‌ها به‌سمت فوق‌تخصصی شدن

این کارشناس صنعت نمایشگاهی با بیان اینکه مسیر برگزاری نمایشگاه‌ها در دنیا به طرف تخصصی شدن در حال حرکت است، گفت: برای مثال، نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی تهران برای برند جنرال، همه محصولات این برند را در کنار هم به‌نمایش می‌گذاشت یا نمایشگاه در صنعت غذا یا ساختمان و ... برگزار می‌کرد. اکنون آن نمایشگاه‌ها در حال تبدیل به نمایشگاه‌های فوق‌تخصصی هستند. مثل نمایشگاه مواد غذایی، نوشیدنی‌ها، نان و ... که در واقع در بخش مواد غذایی به‌صورت تخصصی‌تر از آن نمایشگاه اصلی برگزار شود یا اینکه هم در آن نمایشگاه‌های جنرال باشند و هم اینکه سالانه یک نمایشگاه تخصصی هم در آن حوزه داشته باشیم. برای اینکه حق مطلب را برای آن صنعت به‌صورت تخصصی‌تر ادا کنیم.

آملی با بیان اینکه رفتار بنگاه‌های اقتصادی در نمایشگاه‌های بین‌المللی در حال حاضر نسبت به سال‌های گذشته تغییر کرده است، افزود: در گذشته، شرکت‌ها به‌صورت فردی و جزیره‌ای در این نمایشگاه‌ها حضور می‌یافتند، اما امروز با شکل گرفتن اتحادیه‌ها و تشکل‌های صنفی و انجمن‌های تخصصی شاهد رفتارهای حرفه‌ای‌تر و ویترینی هستند که آنچه به‌صورت محتوا در آن قرار می‌گیرد متناسب با سیاست‌گذاری شرکت نمایشگاه‌ها، سازمان توسعه تجارت و تشکل‌های دولتی و بخش خصوصی به نمایش گذاشته می‌شود. هر نمایشگاهی موظف به ایجاد کمیته سیاست‌گذاری بوده و هدف از برگزاری، تحقق شعار سال و توجه به اهداف کلان اقتصادی کشور است.

رفتارهای جمعی هستیم.

مدیر اسبق نمایشگاه‌های داخلی نمایشگاه بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران در پایان گفت: نمایشگاه‌ها در واقع فرش زیبا

سخن پایانی

صنعت نمایشگاهی یک زیرساخت مهم اقتصادی است و بنابراین به نگاهی زیرساختی نیاز دارد. مادامی که نگرش‌ها اصلاح نشود، صنعت نمایشگاهی مانند سالیان گذشته بیشتر در پی اثبات نقش و هویت خود خواهد بود و اعمال این انرژی، میزان اثرگذاری این صنعت را کاهش خواهد داد. امروزه روش برگزاری نمایشگاه‌ها باتوجه به قدمت طولانی آن بسیار تغییر کرده است. هرچه پیش‌تر می‌رویم، عملکرد و رویکرد برگزاری نمایشگاه‌های موفق بین‌المللی پیوسته در حال تغییر است که باید خود را با استانداردهای موفق نمایشگاهی در دنیا تطبیق دهیم.

نوبت اول
شناسه ۱۵۰۷۷۸۱

شهرداری محمدیه

آگهی مناقصه عمومی (یک‌مرحله‌ای توام با ارزیابی کیفی)

۱. مناقصه‌گذار: شهرداری محمدیه
۲. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و باز گشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سامانه مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
۳. موضوع مناقصه: پروژه ایمن‌سازی و حفاظ‌بندی کانال مادر در محدوده شهر محمدیه و تا حیه شهری مهر گان با برآورد اولیه ۱۴۵/۷۵۹/۸۳۹/۹۴۷ ریال بر اساس فهرست بهای ابنیه و خطوط انتقال آب سال ۱۴۰۲ تو ام با ارزیابی کیفی از محل اعتبارات تملک دارایی‌های سرمایه‌ای از در گاه سامانه تدارکات الکترو نیکی دولت به شماره ۲۰۰۲۰۰۵۱۱۸۰۰۰۰۰۷ به پیمانکاران واجد شرایط دارای گواهینامه صلاحیت ایمنی از اداره کار، تعاون و رفاه اجتماعی و صلاحیت پیمانکاری با گرید ۵ ابنیه. (مطابق شرایط قید شده در اسناد مناقصه)
۴. مبلغ سپرده: ۷/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ریال به صورت ضمانت‌نامه بانکی و یا فیش واریزی نزد بانک ملی شعبه محمدیه به شماره حساب ۳۱۰۰۰۰۲۳۳۱۰۰۱ مطابق شرایط قید شده در سامانه ستاد
۵. شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.
۶. هزینه نشر آگهی روزنامه و سامانه تدارکات دولت به عهده برنده مناقصه می‌باشد.
۷. درصورتی که برندگان اول و دوم و سوم حاضر به انعقاد قرارداد نگردند سپرده آنان به ترتیب به نفع شهرداری ضبط خواهد شد.
۸. سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به معامله در اسناد مناقصه مندرج می‌باشد.
۹. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۴ می‌باشد.
۱۰. مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت، تا ساعت ۱۶:۰۰ روز سه‌شنبه ۱۴۰۲/۰۳/۳۰ می‌باشد.
۱۱. مهلت زمانی ارائه پاکات ارزیابی کیفی به همراه پاکات (الف)، (ب) و (ج) طبق ضوابط مربوطه تکمیل تا ساعت ۱۶:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۱۹ در سامانه ستاد (دولت الکترو نیک) بار گذاری گردد.
۱۲. پاکت الف مناقصه حاوی تضمین شرکت در مناقصه علاوه بر ارائه و بارگذاری در سامانه ستاد می‌بایست بصورت فیزیکی حداکثر تا پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۱۹ تحویل دبیر خانه شهرداری محمدیه به آدرس ذیل تحویل گردد.
۱۳. زمان باز گشایی پاکات ساعت ۱۰ صبح روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۰ می‌باشد.
۱۴. هزینه خرید اسناد: مبلغ ۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال می‌باشد که از طریق سامانه تدارکات دولت الکترونیک (ستاد) واریز گردد.
۱۵. اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گذار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت‌های
الف – آدرس: استان قزوین شهر محمدیه بلوار امام حسین(ع) شهرداری محمدیه و تلفن ۰۲۸۳۲۵۶۲۷۰۰
ب– اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه ۰۲۱-۴۱۹۳۴ و دفتر ثبت‌نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۰۲۱-۸۵۱۹۳۷۶۸

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۳/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۲۴

روابط عمومی شهرداری محمدیه

افتتاح حساب یک‌میلیون نفر متقاضی نهضت ملی

سرپرست بانک مسکن با اعلام اینکه بیش از یک‌میلیون نفر در بانک مسکن برای نهضت ملی افتتاح حساب کردند، از انعقاد قرارداد ۲۴۵ هزار و ۴۶۴ واحد مسکونی به مبلغ ۸۳ هزار و ۳۸۵ میلیارد تومان در آن بانک خبر داد. علی عسکری در گفت‌وگو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی در زمینه روند ارائه تسهیلات نهضت ملی مسکن توسط آن بانک توضیح داد: از ابتدای اجرای طرح تاکنون یک‌میلیون و ۱۴ هزار و ۳۷۶ نفر در بانک مسکن افتتاح حساب کردند. سرپرست بانک مسکن میزان واریزی به حساب سازندگان را معادل ۶۶ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان عنوان کرد و توضیح داد: تاکنون از محل آورده متقاضیان ۲۵ هزار و ۹۸۱ میلیارد تومان و از محل تسهیلات ۴۰ هزار و ۲۱۹ میلیارد تومان به حساب سازندگان واریز شده است. وی میزان قراردادهای تسهیلاتی منعقده در بانک مسکن را معادل ۲۴۵ هزار و ۴۶۴ واحد مسکونی به مبلغ ۸۳ هزار و ۳۸۵ میلیارد تومان عنوان کرد.

تاثیر برگزاری نمایشگاه بر توسعه صنعت ساختمان بررسی شد

فرصت طلایی در ویترین ساخت‌وساز

محمد انوشه‌ئی
editor@smtnews.ir

برگزاری نمایشگاه‌های مختلف، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که در شهرهای مختلف به‌منظور معرفی کسب‌وکارها، محصولات و خدمات آنها انجام می‌شود. یکی از موضوعاتی که سهم بزرگی از دنیای تجارت را به خود اختصاص داده، صنایع ساختمانی، مواد و تجهیزات وابسته است. محصولات و خدمات متنوعی در حوزه صنایع ساختمانی وجود دارند که توسط شرکت‌های کوچک و بزرگ به مشتریان ارائه می‌شوند. برگزاری نمایشگاه می‌تواند این فرصت را برای شرکت‌ها، تولیدکنندگان و بازرگانان این حوزه فراهم سازد تا فعالیت‌های خود را به هزاران مخاطب معرفی کنند. از سویی دیگر، آن دسته از افرادی که محصولی برای ارائه ندارند و جزو مهندسان و پیمانکاران صنعت ساختمان محسوب می‌شوند نیز، می‌توانند با شرکت در نمایشگاه صنایع ساختمانی با آخرین محصولات، فناوری‌ها و تجهیزات ساخت‌وساز آشنا شوند. کسب‌وکارهای حوزه صنعت ساختمان، صرف‌نظر از محدوده کاری، برای موفقیت در بازار، نیازمند دیده شدن هستند. هر فرصت تبلیغاتی که بتواند تغییراتی هر چند اندک در بازدهی و راندمان کاری شرکت‌های این حوزه ایجاد کند، می‌تواند بهترین فرصت برای پیشرفت شغلی آنها باشد. صمت در این گزارش به مناسبت روز جهانی نمایشگاه، اهمیت برگزاری نمایشگاه صنعت ساختمان در کشور را از نگاه کارشناسان بررسی کرده است.



عکس: آیدا فریدی

برندسازی، راز موفقیت شرکت‌های ساختمانی

صنعت ساختمان یکی از پرکارترین صنایع فعال در ایران است که شامل بخش‌های متعددی می‌شود. برای اینکه شرکت‌های مختلف این حوزه بتوانند خودشان را معرفی کنند، نمایشگاه صنعت ساختمان فرصت خوبی برای آنها ایجاد می‌کند. به‌صورت کلی، حضور در رویدادهای بزرگ می‌تواند باعث شناخته‌تر شدن شرکت‌های فعال در این زمینه شود و به‌طورقطع در توسعه آنها نقش مهمی خواهد داشت. نمایشگاه‌ها، رویدادهای سالانه هستند که در زمان مشخص برگزار می‌شوند. نمایشگاه صنعت ساختمان، حوزه‌هایی نظیر مصالح و مواد ساخت‌وساز، متریال دکوراسیون داخلی و نمای بیرونی ساختمان، فناوری‌های حوزه ساختمان‌سازی، ابزارها، تولید انواع لوازم موردنیاز برای ساختمان‌ها مانند در حیاط، در فلزی، در پارکینگ، انواع درهای ساختمانی چوبی، درهای آپارتمانی، پنجره، کاشی و سرامیک، مواد شیمیایی افزودنی مصالح، مواد نانو در حوزه ساختمان و ... را تحت‌پوشش قرار می‌دهد. کمتر صنعتی وجود دارد که به‌اندازه صنعت ساختمان، با موضوعات مختلف تطبیق‌پذیری داشته باشد. این امر درباره نمایشگاه‌های صنعتی که برای این بخش سازماندهی شده‌اند نیز، صادق است؛ از معماری گرفته تا ماشین‌آلات ساختمانی، مصالح، فناوری‌های ساختمان، طراحی داخلی، ساخت‌وساز پایدار تا سرویس‌های بهداشتی و هر رویداد مرتبط دیگری که روی صنعت تاثیر می‌گذارد. علاوه بر موضوعات خاص مثل فناوری ساختمان، ماشین‌آلات و مواد، موضوعات پرطرفداری مانند بهره‌وری انرژی و پایداری تقاضای زیادی دارند. از سوی دیگر، وجود نمایشگاه‌های بین‌المللی نیز همیشه می‌تواند فرصت‌های بی‌نظیری را برای کسب‌وکارهای مختلف به‌وجود بیاورد. به‌طورقطع، یکی از مهم‌ترین رازهای موفقیت شرکت‌های مربوط به حوزه ساختمان، برندسازی آنها است. هر چقدر که تعداد افراد بیشتری برند و شرکت شما را بشناسند، به‌طورحتم آمار فروش شما نیز افزایش پیدا خواهد کرد. در نمایشگاه صنعت ساختمان بسیاری از شرکت‌های مربوط به حوزه ساختمان به معرفی و ارائه خدمات خود می‌پردازند. باتوجه به اینکه در این نمایشگاه‌ها تمامی فعالان حوزه ساختمان در کنار هم جمع هستند، بدون شک فرصت‌های زیادی برای همکاری با سایر شرکت‌ها به‌وجود خواهد آمد.

اهمیت برگزاری نمایشگاه‌های صنعت ساختمان



محمدعلی پورشیرازی، کارشناس بازار مسکن در رابطه با اهمیت برگزاری نمایشگاه‌های صنعت ساختمان به صمت توضیح داد: برخلاف تلاش‌های کم‌اثری که در حوزه صنعت ساختمان انجام گرفته، برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این حوزه می‌تواند به‌عنوان یکی از اهداف موثر در زمینه رشد، توسعه و شناخت بیشتر این صنعت، چه در داخل و چه در خارج کشور باشد. بنابراین تاکنون یکی از بهترین اقداماتی که در حوزه صنعت ساختمان انجام گرفته، برگزاری نمایشگاه‌های ساختمانی بوده که علاوه بر آشنایی شرکت‌های مختلف با هم به نوآوری و استفاده از روش‌های به‌روز کمک شایانی کرده است. وی در ادامه افزود: گاهی شنیده می‌شود که بسیاری از شرکت‌های ساختمانی به‌علت هزینه‌های موجود از حضور در نمایشگاه‌ها اجتناب می‌کنند، اما باید در نظر گرفته شود، زمانی که یک شرکت در راستای شناخته شدن گام برمی‌دارد، منجر به بازاریابی بهتر و افزایش بهره‌وری در حوزه خود می‌شود و در بلندمدت تمام هزینه‌های این‌چنینی جبران می‌گردد. این کارشناس توضیح داد: به‌طورقطع حضور در نمایشگاه برای هر کسب‌وکاری ضروری است و باید به‌عنوان یکی از اهداف بازاریابی تلقی شود. با این حال، حضور در نمایشگاه هزینه‌های مخصوص به خود را دارد که در صورتی که بتوان از فرصت ایجادشده برای حضور در نمایشگاه بهترین استفاده را کرد، نه‌تنها می‌توان هزینه‌های صرف‌شده برای شرکت در نمایشگاه را جبران کرد، بلکه می‌توان به بهره‌وری بالاتری نیز دست یافت.

هدف اصلی از برگزاری نمایشگاه‌های

پورشیرازی با بیان اینکه هدف اصلی حضور شرکت‌های ساختمانی در نمایشگاه‌ها، در ابتدا جذب مشتریان جدید و حفظ همکاری با آنها است، افزود: شرکت‌های مذکور در این راه باید از شیوه‌های مختلفی بهره گیرند تا بتوانند به‌طورمدام برای حضور در نمایشگاه‌های صنعت ساختمان گام بردارند تا شناخته‌تر شوند. استمرار و مداومت در این راستا یکی از مهم‌ترین فاکتورها در جذب مشتری‌های جدید و به‌تبع سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی است تا با کسب اعتبار، اقدام به مشارکت و فروش محصولات و خدمات خود کنند. وی گفت: همچنین برگزاری نمایشگاه‌های صنعت ساختمانی نوعی رقابت و تعامل سازنده با شرکت‌های دیگر ایجاد می‌کند که می‌تواند در مقابل انحصارگرایی ظهور پیدا کند. از اساس با تعامل چندجانبه شرکت‌های ساختمانی نتایج بهتری حاصل می‌شود، چرا که هر شرکت می‌تواند در راستای رفع نواقص موجود از سایرین کمک بگیرد یا در ازای دریافت خدمات، همکاری‌های متقابل انجام دهد؛ بنابراین با سمت‌وسویی که شرکت‌های ساختمانی در راستای رشد و توسعه به خود می‌گیرند، می‌توانند فضای فعالیت بهتر و امیدوارکننده‌تری را طی کنند. در وضعیت کنونی که بازار مسکن در حال ورود به یک دوره ثبات قیمتی و احتمالا کاهش حجم ساخت‌وساز است، عرضه انواع محصولات مرتبط با بخش ساختمان در نمایشگاه‌ها می‌تواند مسیری به‌سمت ایجاد انگیزه برای سازندگان در راستای افزایش عرضه محسوب شود.

تاثیر نمایشگاه در رشد و توسعه صنعت ساختمان و تجهیزات وابسته به آن، یک رویداد بزرگ است که در شهرهای مختلف به‌منظور معرفی کسب‌وکارها، محصولات و خدمات انجام می‌شود. در شرایط رکود اقتصادی، نمایشگاه‌ها اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند، زیرا در خروج اقتصاد کشور از رکود و بخش‌های مرتبط با آن، که به بازاریابی نیاز دارند، نقش کلیدی ایفا می‌کنند. رکود فعالیت‌های ساختمانی در ۳،۲ سال اخیر موجبات کاهش تولید و صادرات برخی مصالح ساختمانی و ادوات و تجهیزات مرتبط با ساخت‌وساز را فراهم کرده است. وی در پایان عنوان کرد: استقبال شدید فعالان اقتصادی کشور از برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی و تخصصی ساختمان و معرفی توانمندی‌ها در تحرک‌بخشی به صادرات و اشتغال سبب شده است که شاهد برگزاری نمایشگاه‌های متعدد ساختمان باشیم. علاوه بر آن، همه‌ساله چندین نمایشگاه بین‌المللی صنعت ساختمان در ابعاد مختلف در استان‌های کشور برپا و استقبال از آنها به تداوم برپایی این نمایشگاه‌ها منجر شده است. امید می‌رود که با تداوم برپایی نمایشگاه‌های صنعت ساختمان، این شرکت‌ها بتوانند نقش حساس خود را در توسعه صادرات غیرنفتی، معرفی توانمندی‌های اقتصادی، صنعتی و بازرگانی کشور و کمک به رونق تولید و جهش آن به‌خوبی ایفا کنند.

نمایشگاه صنعت ساختمان یک پلتفرم تاثیرگذار برای شرکت‌ها، متخصصان و کارشناسان این صنعت محسوب می‌شود

نمایشگاه، راهکاری برای افزایش بهره‌وری



فرامرز قوچانی، کارشناس بازار مسکن به صمت گفت: لزوما زمانی که خدمات و فناوری‌های به‌روز و جدید در حیطه صنعت ساختمان پدید آید، به کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری در این صنعت منجر می‌شود، از این‌رو برگزاری نمایشگاه صنعت ساختمان باعث می‌شود تا دانش این صنعت از حالت سنتی خارج شود و همگام با دانش روز توسعه یابد. از طرفی، خریداران این امکان را پیدا می‌کنند تا با تولیدکنندگان ارتباط برقرار کنند؛ مسلما با این اقدامات، دست دلالان و واسطه‌گران نیز کوتاه می‌شود. وی افزود: نکته حائزاهمیت در برگزاری نمایشگاه‌های ساختمانی این است که به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی شوند که محصولات و تکنولوژی‌هایی که در چنین نمایشگاه‌ها معرفی می‌شوند، در راستای صنعتی‌سازی باشند تا متولیان ساخت‌وساز را برای رسیدن به تولید انبوه مسکن موردنیاز جامعه کمک کنند، چرا که صنعتی‌سازی ضمن کمک به افزایش کیفیت، هزینه‌های ساخت را برای مصرف‌کنندگان کاهش می‌دهد و در نهایت، منجر به رونق تولید در صنعت ساختمان و تحقق جهش تولید در کشور می‌شود.

نقش صنعت ساختمان در کارآفرینی

این کارشناس تصریح کرد: صنعت ساختمان نقش بسیار مهمی در توسعه و ایجاد کارآفرینی دارد. از این‌رو، نمایشگاه صنعت ساختمان با هدف کوشش در راه گسترش و افزایش صادرات کشور در زمینه ساختمانی و ایجاد نمایشگاه‌های تخصصی به‌منظور گردآوری امکانات تولیدی و فرآورده‌های صادراتی مطلوب کشور در یک‌جا و هم آشنایی با فرآورده‌های خارجی در زمینه‌های مربوط به صنعت ساختمان و توسعه کارآفرینی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

نمایشگاه صنعت ساختمان به‌عنوان یک پلتفرم تاثیرگذار برای شرکت‌ها، متخصصان و کارشناسان این صنعت محسوب می‌شود، زیرا از طریق شرکت در برنامه‌های نمایشگاهی می‌توانند نسبت به اشتراک‌گذاری فناوری‌های جدید اقدام و برای ایجاد روابط تجاری طولانی‌مدت با سایر فعالان در بازارهای جهانی تلاش کنند.

وی در پایان گفت: از طریق نمایشگاه صنعت ساختمان، امکان بازاریابی محصول در سطح بین‌المللی، فروش مستقیم کالا و خدمات یا محصولات، تبلیغات در سطح وسیع و همچنین فروش غیرحضوری، به‌ویژه برای مشتریان و بازارهای مصرف‌کننده امکان‌پذیر خواهد بود، بنابراین حضور شرکت‌های ساختمانی در نمایشگاه، مهم‌ترین ابزار ارتباط و فروش به‌ویژه برای صنایع تولیدکننده و شرکت‌های دانش‌بنیان است.

سخن پایانی

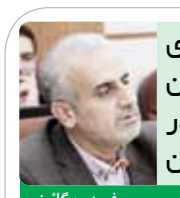
تمامی رویدادهایی که تا به حال در زمینه ساختمان برگزار شده است، دستاوردهای مختلفی را پوشش می‌دهند. ازهمین‌رو، اهداف متعددی برای برگزاری نمایشگاه‌ها وجود دارد که هرکدام از آنها در نوع خود حائزاهمیت هستند. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای نمایشگاه صنعت ساختمان، این است که میزان فروش کسب‌وکارهایی که در آن حضور دارند، افزایش پیدا می‌کند. همچنین، در طول این نمایشگاه‌ها، ظرفیت‌های مهم داخلی در زمینه صنعت ساختمان به‌خوبی شناخته خواهند شد.

باتوجه به بین‌المللی بودن برخی نمایشگاه‌های صنعت ساختمان، شرکت‌های ایرانی می‌توانند در زمینه جذب مشتریان خارجی نیز موفق عمل کنند. همچنین، حضور شرکت‌های بین‌المللی در این نمایشگاه باعث می‌شود که شرکت‌های ایرانی حاضر در نمایشگاه بتوانند همکاری بیشتری با این سازمان‌های موفق داشته باشند. در واقع، این فرصت علاوه بر سود مالی که برای شرکت‌های ساخت‌وساز ایرانی دارد، آنها را با جدیدترین متدهای تولید نیز به‌خوبی آشنا خواهد کرد. معمولا در نمایشگاه صنعت ساختمان، دستاوردهای جدید در این حوزه نیز به‌نمایش درمی‌آید.

به‌طورقطع، محصولات حوزه ساختمان هرساله با تکنولوژی جدیدتری ساخته می‌شوند که در نمایشگاه به معرفی کامل آنها پرداخته می‌شود. باتوجه به جذابیت‌هایی که در محصولات جدید نهفته است، بسیاری از فعالان عرصه ساختمان از این موارد استقبال خواهند کرد. نکته مهم دیگری که در این نمایشگاه دیده می‌شود، ایجاد زمینه مناسب برای صادرات محصول خواهد بود. در واقع، در این فضا امکان بازاریابی بین‌المللی نیز برای شرکت‌های مختلف فراهم است که می‌توانند از این فرصت ناب استفاده کنند. از طرفی، افراد فعال در صنعت ساختمان نیز به این نمایشگاه می‌آیند تا از خدمات جدید استفاده کنند؛ حال اگر یک شرکت بتواند خدمات خود را به‌درستی معرفی کند، بدون شک یک سکوی پرتاب برای شرکت محسوب می‌شود.

یادداشت

برنامه‌ریزی برای تضمین کیفیت در ساختمان



فریدون گائینی
کارشناس مسکن

برای افزایش کیفیت ساختمان‌ها از همان ابتدا تا مرحله نهایی نیازمند یک برنامه‌ریزی بلندمدت هستیم. برای دستیابی به یک کیفیت مطلوب و گسترده در ساخت‌وساز، حداقل نیازمند یک دوره ۵۰ ساله برای تسریع استانداردها و الزامات در کلیه بافت‌های معیوب و غیراستاندارد در سراسر کشور هستیم. اشکال این است که سرمایه‌گذاران بدون آگاهی برای بهره‌مندی از بازار افسارگسیخته ساخت‌وساز به‌منظور جهش اقتصادی حداقل یک یا چند تجربه در ساخت‌وساز را امتحان می‌کنند و این چالش، نخست در تحقق نیافتن تضمین کیفیت در ساخت‌وساز است و این مسئله در هیچ جای دنیا مانند ایران متعارف نیست که سرمایه‌داران خرد وارد صنعت ساخت شوند. سرمایه‌گذاران در حوزه ساخت‌وساز به‌طورمعمول به دنبال منفعت مالی بدون تجربه تخصصی در رعایت ملاحظات فنی و قانونی در پروژه هستند، اما سازنده باید حافظ منافع متقاضیان در راستای رعایت مولفه‌های کیفی ساخت باشد، اما به این دلیل که سازنده در تابعیت سرمایه‌گذار قرار می‌گیرد، کیفیت، فدای منافع بیشتر مالی می‌شود و اگر سازنده مخالفتی کند، از گردونه اجرا حذف و کار با سازنده دیگری ادامه می‌یابد. برای مثال، برخی تولیدکنندگان کاشی و سرامیک یا اتصالات یا بعضی تولیدکنندگان مصالح مدعی هستند، سازندگان غیرحرفه‌ای، متقاضی محصول بی‌کیفیت درجه ۳ و ناقص آن‌ها هستند و محصولات نامرغوب سریع‌تر از محصول درجه یک به فروش می‌روند. در نتیجه، این روند معیوب، در بسیاری از موارد در ساختمان‌های لاکچری، از مصالح نامرغوب و بسیار بی‌کیفیت استفاده می‌شود، در حالی که افراد، ساختمان را به‌عنوان یک ساختمان باکیفیت و گران خریداری می‌کند. یکی دیگر از دلایل اصلی افت مولفه‌های کیفی در پروژه‌های ساختمانی، عدم تامین اعتبار کافی در مراحل پیشرفت پروژه است. به‌طور متعارف، کمتر پروژه ساختمانی را پیدا می‌کنید که در میانه راه در راستای تامین نقدینگی متوقف نشود. در نتیجه، این چرخه سرمایه‌گذار با کاستن از کیفیت یا سر باز زدن از تعهدات موردنظر در بخش طراحی، کار پروژه را تمام‌شده تلقی و سال‌ها مشتری را معطل پایان کار رها می‌کند. به‌طورکلی، یک منطق رایج در حوزه ساخت‌وسازهای بخش دولتی و خصوصی وجود دارد، به‌نوعی که بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران فعال در این بخش در پی کسب سود بیشتر و در بخش دولتی نیز به دنبال کمیت در ساخت هستند و در این مفهوم، نقطه مشترک؛ قربانی شدن کیفیت ساختمان است. تحلیل تمام مولفه‌های موثر بر کیفیت و تاثیرات هر مولفه بر مولفه دیگر آن‌چنان معادله پیچیده‌ای را در صنعت ساختمان حادث کرده که سال‌های متمادی است که هیچ‌یک از ذی‌نفعان در قبال مردم به‌عنوان مصرف‌کننده نهایی قبول مسئولیت نمی‌کنند و قربانی عدم تضمین کیفیت، مردم هستند و مسبب فقدان کیفیت، پنهان در بین مولفه‌های موردبحث قرار دارد. در سال‌های اخیر، مشکلات زیادی سبب شد تا کیفیت ساختمان‌ها رفته‌رفته کاهش یابد. یکی از این دلایل، تحریم‌های غرب بود که از طرفی باعث شد تا قدرت خرید مردم برای خرید خانه باکیفیت و نوساز کاهش یابد و از طرف دیگر، به‌علت نبود مصالح باکیفیت بسیاری از سازندگان و انبوه‌سازان مجبور شدند تا به‌خاطر افزایش تورم، کیفیت را کاهش دهند تا ورشکست نشوند و بتوانند همچنان در حیطه کار خود فعالیت کنند. یکی از مواردی که بخش مسکن سال‌ها است، تلاش دارد آن را به نقطه مطلوب برساند، بالا بردن کیفیت ساخت‌وساز است. افزایش نرخ مصالح ساختمانی دلیلی بر کاهش کیفیت ساخت‌وساز است. افزایش تورم باعث شده تا میزان استفاده از مصالح غیراستاندارد در صنعت ساختمان‌سازی افزایش یابد و ساخت‌وساز مسکن برای قشر متوسط به تهدید بدل شود، اما بیشتر کارشناسان و فعالان بازار مسکن بر این باور هستند که تولید انبوه هر کالایی به‌ویژه مسکن همراه با کاهش هزینه‌ها و ارتقای کیفیت ساخت‌وساز خواهد بود. همچنین یکی از معضلات کنونی کشور، ورود اشخاص فاقدصلاحیت در چرخه تولید مسکن و ساختمان است که بیشترین خسارت‌های مادی و معنوی را به جامعه تحمیل می‌کند. بیشتر ساخت‌وسازهای بی‌کیفیت، کلاهبرداری‌ها، رعایت نکردن مقررات ملی ساختمان، سودجویی‌ها، پرداخت رشوه برای پنهان داشتن ایرادها و... از سوی این گروه فاقد هویت و صلاحیت، انجام می‌گیرد، بنابراین ضروری است برای جلوگیری از افت کیفیت ساخت‌وساز از ورود افراد فاقدصلاحیت و تنها به صرف داشتن سرمایه به بخش مسکن و ساخت‌وساز جلوگیری شود.

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین‌نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نوبت دوم
۴ الف ۱۰۵

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۲۴۰۰۸۰۰۰۱۲۷ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شبانکاره تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی خانم خدیجه عباسی عطیبه فرزند غلامحسین کدملی ۶۱۰۹۷۸۳۲۲۶ نسبت به سه‌دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۱۰۱۷۳/۳۰ مترمربع پلاک ۴۲۳ فرعی از ۷۳۷۰ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۷۳۷۰/۱۴۷ اصلی واقع در بخش سه شبانکاره قریه چهل زرعی غرب خریداری از مالک رسمی محرز گردیده است.

لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.

بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۳/۰۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۱۷

اله مراد رزمجو، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک واحد شبانکاره

واگذاری معادن جدید به سرمایه‌گذاران صلاحیت‌دار

معاون ایمیدرو با بیان اینکه معادن کشف‌شده به سرمایه‌گذاران دارای صلاحیت واگذار می‌شود، گفت: هیچ محدودیت قانونی برای واگذاری اکتشاف معادن به بخش خصوصی یا دولتی وجود ندارد.

به‌گزارش مهر، حسام مقدمعلی، تاکید کرد: براساس قانون معادن هر شخص حقیقی یا حقوقی مجاز به فعالیت در حوزه اکتشاف معادن در سراسر کشور است و بنابراین هیچ‌گونه محدودیت قانونی برای واگذاری اکتشاف معادن به بخش خصوصی یا دولتی وجود ندارد.معاون طرح‌های توسعه معادن و صنایع معدنی ایمیدرو به ظرفیت‌های معدنی کشور اشاره کرد و گفت: تا زمانی که این ظرفیت‌ها بالفعل نشود، نمی‌توان شاهد اثرات ملموس آن در زندگی مردم بود.مقدمعلی بااشاره به ریسک بالا و نیاز به ارقام بالای سرمایه‌گذاری به‌عنوان مهم‌ترین مشکلات اکتشاف در فازهای شناسایی و پی‌جویی، افزود: ایمیدرو به‌عنوان یک سازمان توسعه‌ای، پس از اکتشاف معادن آنها را از طریق مزایده جذب سرمایه‌گذار به فعالان دارای صلاحیت در بخش معدن و صنایع معدنی واگذار می‌کند.معاون طرح‌های توسعه معادن و صنایع معدنی ایمیدرو اعلام کرد: طی تفاهمنامه همکاری بین سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی و ایمیدرو، پس از شناسایی اندیس‌های دارای ظرفیت باارزش توسط سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی، ایمیدرو اکتشافات فاز عمومی و تفصیلی را انجام داده است و در صورت قابل‌اتکا بودن، از طریق مزایده به فعالان بخش خصوصی واگذار خواهد شد.

به‌گفته وی، در حال حاضر در استان‌های خراسان‌جنوبی، مرکزی، آذربایجان‌غربی، اصفهان و قم فعالیت‌ها در حال انجام است و همزمان و به‌صورت پیوسته مزایده‌های واگذاری از طریق سازمان صمت این استان‌ها برگزار می‌شود. همچنین، وی بر اهمیت صلاحیت مالی و فنی شرکت‌کنندگان در مزایده تاکید کرد.

صمت وضعیت فناوری فولاد سبز را بررسی کرد

آینده زمین در دست فولادسازان

در حالی که امروزه بسیاری از کشورهای جهان در حال توسعه شهرنشینی و گسترش زیرساخت‌های خود هستند، تقاضای فولاد در سرتاسر جهان در حال افزایش روزافزون است. فولاد متداول‌ترین فلز استفاده‌شده در دنیای امروز و دارای ویژگی‌های منحصر به فردی در بسیاری از جنبه‌های زندگی مدرن امروزی از هواپیما و کشتی‌ها گرفته تا ماشین‌های شست‌وشو و لوازم منزل است.

در سال‌های اخیر توجه به گرمایش جهانی و پیامدهای نامطلوب استفاده از سوخت‌های فسیلی سبب شد تا دانشمندان و مهندسان صنعت فولاد جهان در یک رقابت جدید، به بررسی استفاده از سوخت هیدروژن به‌جای سوخت فسیلی در فرآیند تولید فولاد مشغول شوند. صمت در این گزارش با تاکید بر آینده فناوری فولاد سبز، به تشریح نگاهی پرداخته است که فولادسازان را رهبران آینده زمین می‌داند.



عکس: آیدا فریدی

شهریار خادمی
editor@smtnews.ir

سهم آهن و فولاد در انتشار گازهای گلخانه‌ای

صنعت آهن و فولاد مسئول انتشار بیش از ۸ درصد از گازهای گلخانه‌ای در جهان است و از سویی دیگر، بسیاری از تکنولوژی‌های فولادسازی نیز به مقدار قابل‌توجهی زغال‌سنگ نیاز دارند. این موارد، اهمیت توجه به کاهش آلایندگی‌های ناشی از صنعت فولاد را روشن می‌سازد. براساس توافقنامه پاریس، لازم است که در سال ۲۰۵۰ میلادی، میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای ناشی از صنعت فولاد به حدود ۴۰۰ تا ۶۰۰ میلیون تن در سال کاهش یابد.

در سال‌های اخیر، تولید فولاد سبز برای کاهش تولید گازهای گلخانه‌ای به‌شدت مطرح شده است. جایگزین کردن هیدروژن به‌جای کربن، پاک‌ترین روش برای تولید فولاد سبز است. بااین‌حال، یکی از چالش‌های اصلی در این روش، هزینه بالای تولید هیدروژن است. در مسیر کاهش هزینه‌های تولید فولاد سبز بدون سوخت فسیلی، هیدروژن تولیدشده با استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر، معروف به هیدروژن سبز، به‌عنوان یک واکنش‌دهنده برای جایگزینی سوخت‌های رایج در فرآیند فولادسازی مورداستقبال قرار گرفته است. در کل، هیدروژن سبز به ۲ روش می‌تواند در تکنولوژی تولید فولاد به کار رود. در روش اول، از هیدروژن به‌عنوان یک تزریق جایگزین برای تزریق پودر زغال‌سنگ به کوره بلند استفاده می‌شود که می‌تواند انتشار کربن را تا ۲۰ درصد کاهش دهد. این روش موجب تولید فولاد بدون کربن نمی‌شود، زیرا در نهایت، زغال‌سنگ به کک تبدیل می‌شود و کربن در فرآیند حضور دارد.

در روش دیگر، هیدروژن می‌تواند به‌عنوان یک احیاکننده جایگزین برای تولید آهن‌اسفنجی (DRI) استفاده شود که در نهایت با استفاده از کوره قوس الکتریکی به فولاد تبدیل می‌شود.

این تکنولوژی تولید، با عنوان DRI/EAF مبتنی بر هیدروژن به‌عنوان روش تولید فولاد سبز بدون کربن در حال توسعه است. استفاده از هیدروژن سبز و همچنین برق تجدیدپذیر از باد، خورشید یا آب، تولید فولاد کمابیش بدون کربن با این روش را امکان‌پذیر می‌کند. فرآیند تولید فولاد DRI/EAF مبتنی بر هیدروژن سبز در مقیاس بزرگ شامل مراحل زیر است:

۱- تولید هیدروژن سبز: هیدروژن سبز، برخلاف هیدروژن خاکستری که از سوخت‌های فسیلی حاصل می‌شود، از الکترولیز آب در فرآیندی که به مقدار زیادی برق نیاز دارد، تولید می‌شود. بااین‌حال، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر نظیر نور خورشید و باد می‌توانند چالش مصرف زیاد برق در این روش را برطرف سازند.

۲- تولید آهن‌اسفنجی: گندله سنگ‌آهن با هیدروژن احیاشده تا آهن‌اسفنجی تولید شود. با استفاده از هیدروژن به‌عنوان ماده احیاکننده، فقط بخار آب آزاد می‌شود.

۳- تولید فولاد خام با استفاده از کوره قوس‌الکتریکی: در کوره قوس‌الکتریکی، استفاده از منابع تجدیدپذیر در تولید برق می‌تواند مسیر را برای تولید فولاد سبز بدون انتشار کربن فراهم سازد.

بااین‌حال، در حال حاضر، هیدروژن سبز تنها در مقادیر کم تولید شده و توسعه آن می‌تواند چشم‌انداز روشنی را برای صنعت فولاد سبز به‌دنبال داشته باشد. شرکت‌های فولادسازی پیشرو نظیر آرسلورمیتال و بائو چین گام‌های بزرگی را برداشته‌اند و انتظار می‌رود که در آینده‌ای نزدیک، شاهد کاهش هزینه‌های تولید فولاد سبز باشیم.

> صنعت آهن و فولاد عامل انتشار بیش از ۸ درصد گازهای گلخانه‌ای در جهان است و بسیاری از تکنولوژی‌های فولادسازی به مقدار قابل‌توجهی زغال‌سنگ نیاز دارند

نخستین گام در مسیر تولید فولاد سبز

نخستین گام جدی در مسیر تولید فولاد سبز با هیدروژن سبز توسط مشارکت چندین شرکت در کشور سوئد آغاز شد. روش تولید مذکور، روش هایبریت، یک طرح نوآورانه بود که به‌عنوان نخستین تکنولوژی فولادسازی بدون سوخت فسیلی و کمابیش فاقد اثری از کربن در کشور سوئد مطرح شد. مسیر تولید به روش HYBRIT مشابه فرآیندهای احیا مستقیم است و تنها به‌جای انتشار کربن، هیدروژن با اکسیدهای آهن واکنش می‌دهد و آب تشکیل می‌شود. در واقع، جایگزینی هیدروژن به‌عنوان سوخت سبب می‌شود که محصول خروجی به‌جای آلاینده‌های کربنی، بخار آب باشد که دوباره نیز می‌تواند در چرخه سبز تولید مورداستفاده قرار گیرد. جالب است که شرکت HYBRIT نخستین فولاد سبز بدون سوخت فسیلی را در سال ۲۰۱۹ میلادی تولید و گروه خودروسازی ولوو نخستین محصول آن را خریداری کرد و در ساخت خودروهای سنگین خود به کار برد. طبق پیش‌بینی‌ها در سال ۲۰۲۶ چنین فولادی در مقیاس تجاری روانه بازار خواهد شد. بد نیست، بدانیم که خودروسازی مرسدس بنز آلمان نیز برای استفاده از فولاد سبز در قطعات خودرو با امضای قراردادی به یکی از مشتریان بزرگ شرکت سوئدی تبدیل شده است.

از آنجا که بیشتر تولیدکنندگان فولاد در ایران، از روش قوس الکتریکی استفاده می‌کنند، مسیر برای دستیابی به فولاد سبز مبتنی بر هیدروژن هموارتر از کشورهایی است که بیشتر فولاد خود را با کوره بلند تولید می‌کنند. همچنین، باتوجه به موقعیت جغرافیایی ایران، شرایط برای تولید برق از انرژی‌های تجدیدپذیر موردنیاز برای تولید هیدروژن مهیا است. از سویی دیگر، باتوجه به روند خشکسالی در ایران، آب به‌عنوان یکی از محصولات جانبی تولید فولاد سبز می‌تواند بخش عمده‌ای از مصرف آب موردنیاز در صنعت تولید فولاد داخل را جبران کند.

مانع اصلی بر سر راه تولید فولاد سبز

واضح است که پاک‌تر کردن یکی از بزرگ‌ترین صنایع منتشرکننده کربن یک راه‌حل کلیدی در راستای مبارزه با تغییرات آب‌وهوایی است. میزان انتشارات صنعت فولاد تا سال ۲۰۵۰ باید به میزان ۵۰درصد کاهش یابد و پس از آن نیز به کاهش مداوم ادامه داده تا به اهداف آب‌وهوایی مطابق با آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) برسد، اما این هدف مهم چگونه قابل‌دستیابی خواهد بود؟ بسیاری اعتقاد دارند که فولاد سبز پاسخ این مسئله است.

از اساس تعریف فولاد سبز، تولید فولاد بدون استفاده از سوخت فسیلی است. هیدروژن سبز راه‌حلی است که می‌تواند به کاهش رد پای کربن در صنعت فولاد کمک کند. هیدروژن هنگام سوختن تنها آب تولید می‌کند و اگر خود هیدروژن نیز با استفاده از الکترولیز آب و تنها با استفاده از انرژی الکتریکی تجدیدپذیر تولید شود، پس این هیدروژن به‌طورکامل خالی از انتشار کربن خواهد بود. همچنین، هیدروژن اگر با استفاده از سوخت‌های فسیلی و تکنولوژی‌های جذب، استفاده و ذخیره کربن تولید شود، بسیار کم‌کربن خواهد بود که با عنوان هیدروژن آبی شناخته می‌شود.

کوره‌های قوس الکتریکی گزینه دیگری هستند. این کوره‌ها به‌تدریج در حال جایگزین شدن به‌جای انواع کوره بلندهای متداول هستند، اما این کوره‌ها همیشه با استفاده از منابع تجدیدپذیر تغذیه نمی‌شوند و بنابراین فولادی که تولید می‌کنند، همیشه سبز نخواهد بود.بسیاری از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان فولاد دنیا برنامه‌هایی برای کاهش ردپای کربن خود با استفاده از کوره‌های قوس الکتریکی دارند. اما گزارش‌ها نشان می‌دهد که گذار از کوره‌های بلند قدیمی به کوره‌های قوس الکتریکی در وضعیت رکود است و به‌طرزچشمگیری از اهداف کربن‌زدایی کامل فاصله دارد.

براساس این گزارش، تنها ۳۱درصد از ظرفیت تولید فولاد در جهان از کوره‌های الکتریکی استفاده می‌کنند و متاسفانه تنها ۲۸درصد از ظرفیت‌های در حال احداث از این تکنولوژی بهره خواهند برد، که راه‌حل این مشکل ممانعت از سرمایه‌گذاری در کوره‌های بلند با سوخت زغال‌سنگ و تسریع روند سرمایه‌گذاری در فولادسازی‌هایی با تکنولوژی کوره قوس‌الکتریکی است.

راه‌حل هیدروژنی نیز با موانعی روبه‌رو هستند، مانع اصلی بر سر راه تولید فولاد سبز، در دسترس بودن هیدروژن کم‌کربن است. افزایش مقیاس تولید فولادسبز نیاز به مقادیر زیادی از هیدروژن سبز یا آبی دارد.درباره هزینه‌های تولید فولاد سبز، می‌توان گفت که تولید هیدروژن پاک در مقیاس صنعتی نیاز به سرمایه‌گذاری‌های میلیارد دلاری در بخش تولید انرژی‌های تجدیدپذیر خواهد داشت که یک کلید اساسی در راستای تحقق هدف دستیابی به صفر خالص تا سال ۲۰۵۰ در اروپا است.

آرسلورمیتال، بزرگ‌ترین تولیدکننده فولاد در اروپا، بیان می‌کند که کربن‌زدایی از فرآیندهای تولید، همگام با اهداف اتحادیه اروپا، می‌تواند تا ۴۰ میلیارد دلار هزینه داشته باشد. چین نیز متعهد شده است که تا سال ۲۰۶۰ به شرایط کربن خنثی برسد که این امر مستلزم کربن‌زدایی از صنعت فولاد چین بوده که مسئول انتشار یک‌سوم کل انتشارات کربن در این کشور است.

حفظ محیط‌زیست یکی از اصلی‌ترین رئوس برای توسعه پایدار در بخش معدن است که در سال‌های اخیر بیش از گذشته موردتوجه معدنکاران قرار گرفته است. امروز شرکت‌های بزرگ معدنی و صنایع معدنی اقدامات زیست‌محیطی را جزو اولویت‌های اصلی خود قرار داده‌اند تا بتوانند به توسعه پایدار دست پیدا کرده و کمترین آسیب را به محیط‌زیست وارد کنند. متاسفانه در گذشته به‌دلیل بی‌توجهی به محیط‌زیست، تقابل میان بخش معدن و محیط‌زیست شدت گرفت و بسیاری از فعالان این بخش مخالف برخی فعالیت‌های معدنی بودند. چنین نگاهی باعث شد تا برخی از پروژه‌های معدنی مشمول گذر زمان و تاخیر در اجرا شوند، در حالی که با افزایش توجه به محیط‌زیست و تعریف استانداردهای لازم، عبور از این مشکل امکان‌پذیر بود. رفته‌رفته فعالان بخش معدن تعامل با محیط‌زیست و منابع‌طبیعی را در دستور کار قرار دادند تا بتوانند با حداقل آسیب از ذخایر موجود بهره‌برداری کنند.

معدنکاری سبز، جزو الزامات بخش معدن

این موضوع در کشورهای معدنی دنیا نیز به‌خوبی قابل رویت است و می‌توان از تجربیات آنها در این بخش نیز استفاده کرد. حرکت به‌سمت معدنکاری سبز می‌تواند راهگشای این مشکل باشد. معدنکاری سبز فناوری جدیدی است که شرکت‌های معدنی زیادی در جهان تلاش می‌کنند تا با استفاده از آن آسیب‌های زیست‌محیطی معدنکاری را به‌حداقل برسانند. ایران جزو کشورهای با ظرفیت خوب معدنی است که این موضوع را در دستور کار قرار داده، اما فعالیت‌های معدن و معدنکاری در محیط‌زیست و منابع‌طبیعی زیرساخت‌ها و شرایط خاص خود را می‌طلبد که بخشی از آن باید از سوی معدنکاران و بخشی دیگر باید با حمایت‌های ویژه از سوی دولت فراهم شود.

در حال حاضر فعالیت‌های معدنکاری در ایران به‌گونه‌ای است که محدوده بزرگی را به شکل آزمون و خطا مورد بررسی قرار داده و با حفاری‌های بسیار، در آخر رگه موردنظر را که برای آنها ارزش اقتصادی دارد، پیدا کرده است و نسبت به برداشت از آن اقدام می‌کنند. این در حالی است که با استفاده از فناوری‌های نوین می‌توان در مرحله نخست به نقاطی که برداشت از آن ارزش اقتصادی دارد، دست یافت و دیگر به ساخت جاده‌های مختلف تخریب پوشش گیاهی و مانند آنکه موجب تخریب محیط‌زیست می‌شود، نیاز نخواهد بود. در این بین، علاوه بر ورود تکنولوژی‌های جدید که شاید متاثر از شرایط تحریمی کار دشواری باشد باید به‌سمت توسعه آموزش‌ها در بخش معدنکاری سبز نیز حرکت کرد. البته باتوجه به تاکیدهای انجام‌گرفته در بحث استفاده از ظرفیت دانش‌بنیان‌ها، می‌توان بر مشکلات ناشی از تحریم نیز فائق آمد و به‌سراغ بومی‌سازی برخی تکنولوژی‌ها رفت. از سویی دیگر، نوسازی ناوگان ماشین‌آلات معدنی نیز می‌تواند گامی دیگر در راستای کاهش مخاطرات زیست‌محیطی باشد که بخشی از آن نیازمند حمایت‌های دولت به‌ویژه وزارت صنعت، معدن و تجارت است.

معدنکاری سبز جزو الزامات بخش معدن است. در تمامی کشورهای دنیا کسانی که به‌عنوان بهره‌بردار معدنی در این بخش مشغول به فعالیت هستند، باید کمترین آسیب را به محیط‌زیست وارد کنند، اما متاسفانه سال‌ها قبل در ایران توجه چندانی به این موضوع انجام نمی‌گرفت، زیرا ما به‌صورت علمی و حرفه‌ای با آن برخورد نمی‌کردیم. این موضوع باعث شد تا سازمان حفاظت محیط‌زیست و منابع‌طبیعی نسبت به فعالیت‌های معدنی بدبین شوند و احساس کنند که معدنکاری به‌معنای تخریب محیط‌زیست است. در حالی چنین دیدگاهی نسبت به بخش معدن شکل گرفت که معدن ارزش‌افزوده و رونق اقتصادی را به‌همراه دارد و نقش مهم در کاهش وابستگی به اقتصاد نفتی ایفا می‌کند. در نتیجه، لازم است استانداردهایی منطبق با شرایط ایران برای معدنکاری تعریف شود. شاید در برخی موارد ما بهتر از استانداردهای اروپا عمل کنیم، اما در برخی موارد هم نزدیک به آنها اقدام می‌کنیم.

سخن پایانی

باتوجه به موارد یادشده، ایران دارای اقلیم و آب‌وهوای متفاوت است. از سویی دیگر، امروز شاهد بحران خشکسالی هستیم که می‌تواند بخش کشاورزی را تحت‌تاثیر قرار دهد، در نتیجه باید به فکر جایگزین کردن درآمدهای بخش کشاورزی و اشتغال موجود در آن بود که معدن می‌تواند با برنامه‌ریزی دقیق و کارشناسی یکی از جایگزینی‌های این موضوع باشد.

البته فراموش نکنیم این برنامه‌ریزی باید به‌صورتی باشد که آسیب‌های وارده به محیط‌زیست به حداقل میزان خود برسد. از سویی دیگر، باید احیا و بازسازی معادن نیز در دستورکار و برنامه‌های معدنکاران قرار بگیرد. بدون شک با چنین برنامه‌ریزی که جمیلی به آن اشاره داشت، می‌توان شاهد کاهش چالش‌های موجود میان معدنی‌ها و محیط‌زیست بود که خود این بخش را به توسعه پایدار نزدیک‌تر می‌کند. بی‌تردید باید تعامل و تفاهم میان محیط‌زیست و بخش معدن در دستورکار باشد. در ایران نیازمند انجام اکتشافات تکمیلی هستیم تا میزان مزیت‌های معدنی و مناطق آن مشخص شود، اما این کار باید در راستای استانداردهای محیط‌زیست صورت بگیرد. همچنین، باید چالش‌ها در این‌باره را به‌حداقل رساند و باید به این باور دست پیدا کرد که نیازمند بهره‌برداری از نعمت‌های خدادادی هستیم تا حداکثر ارزش‌افزوده را برای ما به‌همراه داشته باشد. بهره‌برداری از این ذخایر نیز نیازمند اجازه ارگان‌ها و سازمان‌های مختلف برای انجام اکتشافات تکمیلی است.

یادداشت

امانت را به اهلش بسپارید!



عبدالله تیموری‌نیا
فعال صنعت روی

صنعت روی یکی از صنایع مهم کشور به‌شمار می‌آید و در حال حاضر حتی باوجود شرایط نامناسب تولید، ۷۰ درصد روی تولیدشده در کشور صادر می‌شود که ارزآوری قابل‌توجهی را به‌همراه دارد. طی ۲ سال اخیر به‌دلیل تحریم‌هایی که علیه کشور وضع شده، فروش نفت، هم از لحاظ مقدار و هم از لحاظ نرخ، با چالش‌های زیادی مواجه شده است و در این بین، صنعت روی با صادرات ۱۰۰ هزار تن در سال، توانسته حرفی برای گفتن داشته باشد. شرکت ذوب روی اصفهان در حدود ۳۰ میلیون دلار در سال برای کشور ارزآفرینی می‌کند؛ حال با در نظر گرفتن تمام ظرفیت‌های موجود در صنعت روی، می‌توان اذعان کرد که این صنعت در رشد اقتصادی کشور نقش مهمی را ایفا می‌کند. صنعت روی متشکل از ۳ حلقه معدن، فرآوری و ذوب است که در حال حاضر نبود واحدهای فرآوری به‌منظور تبدیل خاک معدنی سولفوره به خاک اکسیدی و همچنین عرضه نشدن خاک با نرخ مناسب، چالش‌های زیادی را برای فعالان این صنعت ایجاد کرده است.

در سال ۱۳۷۶، خاک معدنی انگوران براساس میزان ظرفیت درج‌شده در پروانه بهره‌برداری واحدهای ذوب روی، به‌صورت سهمیه‌ای در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌گرفت. شرایط آن زمان رضایت‌بخش بود و تولیدکنندگان دغدغه‌ای از بابت تامین مواد اولیه خود نداشتند. در سال ۱۳۸۴، پس از واگذاری معدن انگوران به یک شرکت دولتی، فرآیند سهمیه‌بندی دچار مشکل شد؛ علاوه‌براین، یک سال بعد یعنی در سال ۱۳۸۵ با ریزش معدن انگوران، میزان سهمیه تخصیص داده‌شده به تولیدکنندگان، به‌شدت تقلیل یافت. بعد از این اتفاق، عیار خاک معدنی عرضه‌شده نیز کاهش یافت و نرخ آن روزبه‌روز افزایش پیدا کرد و در نهایت در سال ۱۴۰۰، سهمیه تولیدکنندگان به‌طورکامل حذف و خاک معدنی در بورس کالا با نرخ رقابتی عرضه شد. خرید خاک معدنی با قیمت‌های پیشنهادشده در این تالار صنعتی، حتی برای تولیدکنندگانی که از لحاظ مسافتی به معدن انگوران نزدیک هستند، صرفه اقتصادی ندارد، زیرا فرمول قیمت‌گذاری خاک معدنی به‌نحوی است که حتی با بیشترین میزان بهره‌وری هم نرخ تمام‌شده با نرخ فروش محصول برابر می‌شود. همین موضوع باعث شد تا بیشتر تولیدکنندگان در پی واردات خاک معدنی از کشورهای افریقایی یا ترکیه باشند. در رابطه با معدن مهدی‌آباد هم متاسفانه باوجود وعده‌های فراوانی که درباره بهره‌برداری از آن داده شده، طی سال‌های اخیر هیچ عملیات استخراجی در ابعاد بزرگ انجام نگرفته است.

باید گفت که واردات خاک معدنی راه‌حل مشکل نیست و هم‌اکنون تولیدکنندگان به‌دلیل هزینه‌های بالای واردات، از حاشیه سود بالایی برخوردار نیستند. این موضوع باعث شده تا صنعتگران برای ادامه مسیر تولید همزمان به‌دنبال تولید محصولات دیگری همچون کنسانتره، سرب، اکسید روی و... باشند. در شرایط فعلی، اگر تولیدکننده‌ای به‌طورتخصصی فقط به تولید شمش روی بپردازد، با در نظر گرفتن افزایش نرخ مواد اولیه، سوخت و انرژی و تورم و کاهش ارزش پول ملی، به‌طورقطع زیان خواهد دید.

در کنار افزایش نرخ خاک معدنی، کاهش کیفیت خاک معدنی اکسیدی در معدن انگوران، مشکل دیگر پیش‌روی صنعت روی است. میزان سولفور خاک معدن انگوران که در ابتدا کربناته و اندکی اکسیده بود، به‌مرور افزایش یافته و هم‌اکنون خاک معدنی انگوران که در بورس کالا عرضه می‌شود، دارای سولفور بالایی است. این موضوع از قبل پیش‌بینی شده بود، اما اقدامات لازم برای راه‌اندازی خط تشویه در واحدهای ذوب روی صورت نگرفت؛ در حال حاضر، در کل، کشور تنها یک واحد تولیدی مجهز به خط تشویه آن هم در مقیاس کوچک وجود دارد. بیشتر معادن و شرکت‌های بزرگ فعال در صنعت مس و فولاد زیر نظر بخش دولتی اداره می‌شوند، اما صنعت روی از ابتدا فعالیت خود را زیرنظر بخش خصوصی شروع کرده است و هم‌اکنون نیز بخش عمده آن تحت‌نظر بخش خصوصی اداره می‌شود.

در این میان، این سوال مطرح می‌شود که چرا معادن روی زیرنظر بخش خصوصی اداره نمی‌شوند؟ اگر معادن در اختیار هلدینگ‌ها و کنسرسیوم‌ها قرار می‌گرفتند، به‌طبع میل به سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی خط تشویه هم افزایش پیدا می‌کرد، زیرا در آن صورت، تولیدکنندگان از نظر تامین پایدار مواد اولیه اطمینان خاطر به‌دست می‌آوردند. در حال حاضر سرمایه‌گذاران بخش خصوصی به‌دلیل عدم‌تامین کافی خاک معدنی، تمایلی به راه‌اندازی خط تشویه که حداقل هزینه آن ۲ هزار میلیارد تومان است، ندارند. با در نظر گرفتن ارزآوری صنعت روی و این نکته مهم که تولیدکنندگان بخش خصوصی همچون شرکت‌های دولتی به‌طورمستقیم تحریم نشده‌اند، اگر تکنولوژی تولید روی به‌روز و امکان جداسازی عناصر دیگر همچون نیکل و کبالت فراهم شود، میزان ارزآوری این صنعت چندین برابر خواهد شد. در پایان باید گفت که واگذاری معادن روی و امتیاز بهره‌برداری از آنها به تولیدکنندگان، تنها راهکار نجات‌بخش این صنعت است؛ پس بیاییم و امانت را به اهلش بسپاریم.

نماینده پیشین مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با صمت مطرح کرد:

برنامه هفتم محکوم به سرنوشت برنامه‌های پیشین



کاش دولت به‌جای یک برنامه پنج‌ساله، برنامه دوساله‌ای را آماده می‌کرد که در مدت زمان باقیمانده از عمرش اجرا می‌شد و به خاتمه هم می‌رسید. این برنامه می‌توانست بیشتر به سود کشور باشد

امیرعباس آذرموند: نماینده پیشین مجلس شورای اسلامی درباره رویکرد برنامه هفتم توسعه به نیروی کار می‌گوید: «چه در زمان شاه و چه پس از انقلاب، دیده‌ایم که بنگاهی نیروی کارش را برای گذراندن دوره آموزش‌های ضمن خدمت روانه کرده و حتی به خارج کشور فرستاده است. کارفرمایان این اقدامات را انجام می‌دهند؛ به‌شرط اینکه روند اقتصادی دارای ثبات و فعالیت آنها رونق داشته باشد. حتی همین امروز نیز برخی شرکت‌ها چنین اقداماتی را برای مهارت‌آموزی نیروی کار خود انجام می‌دهند. پس اگر دغدغه دولتی‌ها مهارت‌آموزی کارگران هم باشد، به‌جای تضعیف کارگران، باید به پایداری اقتصاد روی آورند و با تمرکز بر وظایف ذاتی بستر ایجاد اشتغال را فراهم کنند.»

هادی حق‌شناس، استاندار پیشین گلستان و مدرس دانشگاه، ضمن کلیشه‌ای خواندن برنامه هفتم توسعه، اظهار می‌کند: «برنامه هفتم توسعه از نظر شکلی و هدف‌گذاری، چیزی متفاوت از ۶ برنامه پیشین ندارد و تمام اهدافش مشابه برنامه‌های دیگر است و حتی نرخ تک‌رقمی تورم، رشد ۸ درصدی تولید ناخالص داخلی که یک‌سوم آن از محل افزایش بهره‌وری باشد و... همگی مطابق با برنامه‌های ۳ دهه گذشته است. پس این برنامه را هم می‌توانیم بیان صادقانه آرزوها و رویاهای دولتمردان کشور بدانیم که ممکن است در عمل قابل تحقق نباشد؛ همان‌طور که تا امروز محقق نشده است.»

مشروح گفت‌وگوی صمت با این مدرس دانشگاه را در ادامه می‌خوانید.

◉ دولت در حالی وعده تورم تک‌رقمی در پایان برنامه هفتم توسعه را داده که اهداف تعیین‌شده در این زمینه در برنامه‌های پیشین محقق نشده‌اند. نگاه شما به این هدف‌گذاری در برنامه هفتم توسعه چیست؟

واقعیت این است که در جهان امروز، در بررسی کارنامه عملکرد دولت‌ها دو شاخص بیش از شاخص‌های دیگر، موردتوجه قرار می‌گیرد؛ یکی شاخص بیکاری و دیگری تورم. به‌زبان ساده‌تر، مردم جهان در میان مولفه‌های مختلف، به نرخ بیکاری و تورم توجه جدی‌تری دارند. همین مسئله نشان می‌دهد چرا دولت سیزدهم باوجود وعده‌های محقق‌نشده‌ای که در ۲ سال گذشته در زمینه کنترل تورم مطرح کرده، باز هم در برنامه هفتم بر این مسئله پافشاری می‌کند. هر اقتصادی برای اینکه نرخ تورم و بیکاری مطلوبی داشته باشد، یک پیش‌نیاز می‌خواهد؛ فضای پویای اقتصادی. در یک کلام وقتی می‌توان مطمئن بود که اقتصاد به‌درستی کار خود را می‌کند که وضعیت رکودی وجود نداشته باشد و کسب‌وکارها هم شرایطی پایدار را تجربه کنند. همین جا می‌توانیم رویکرد حاکم بر دولت و برنامه هفتم را نقد کنیم. انتظار می‌رود دولت برای بهبود وضعیت شاخص مهمی چون تورم، وظایف ذاتی خویش جهت کنترل تورم و بهبود رشد اقتصادی را انجام دهد و اگر باز هم کم‌وکسری وجود داشت، از طریق سیاس گذاری‌های تکمیلی این مشکلات را برطرف کند.

برنامه هفتم توسعه از نظر شکلی و هدف‌گذاری، چیزی متفاوت از ۶ برنامه پیشین ندارد و تمام اهدافش مشابه برنامه‌های دیگر است و حتی نرخ تک‌رقمی تورم، رشد ۸ درصدی تولید ناخالص داخلی که یک‌سوم آن از محل افزایش بهره‌وری باشد و... همگی مطابق با برنامه‌های ۳ دهه گذشته است. پس این برنامه را هم می‌توانیم بیان صادقانه آرزوها و رویاهای دولتمردان کشور بدانیم که ممکن است در عمل قابل تحقق نباشد؛ همان‌طور که تا امروز محقق نشده است.

◉ فکر می‌کنید اهداف باید چه تغییری می‌کردند؟

وقتی نمی‌توانند کاری را انجام دهند یا در توان‌شان نیست یا شرایط دستیابی به برخی اهداف سخت شده، بهتر است رویکرد دیگری داشت. همین دولت فعلی که برنامه هفتم ثمره کارشان است، در این ۲ سال، چند بار تلاش کرد به تورم تک‌رقمی دست یابد، اما موفق نشد. بارها شنیده‌ایم که وعده تورم تک‌رقمی را دادند، اما نتوانستند به آن دست یابند. همین سال گذشته دولت اعلام کرده بود قصد رسیدن به رشد اقتصادی ۸ درصدی را دارد که ۳.۵ درصد آن نیز بنا بود از محل افزایش بهره‌وری حاصل شود که در عمل محقق نشد. پس اگر نقدی به این رویکرد وجود دارد، بیشتر از این زاویه است که می‌شد و بهتر بود اقدامات دیگری در دستور کار دولت قرار می‌گرفت تا احتمال موفقیت بیشتر می‌شد.

به‌هرحال این پرسش همواره معتبر است؛ وقتی یک دولت توان برقراری توازن میان منابع و مصارف برنامه‌های یک‌ساله که به بودجه معروف شده را ندارد، چطور می‌تواند به تحقق اهداف میان‌مدت خویش امیدوار باشد؟ از نظر منطقی چنین چیزی تقریبا محال است. در آیین رونمایی از برنامه هفتم توسعه، معاون سازمان برنامه سخنرانی کرد و در صحبت‌هایش گفت در سال گذشته میزان کسری بودجه به حدود ۸۰۰ هزار میلیارد تومان رسید. این رقم بالاترین کسری بودجه تاریخ ایران است و در حالی که وعده کاهش تورم و افزایش چشمگیر رشد را داده بودند، چنین نتایجی به بار آمد. با این اوصاف می‌توان گفت دولتی که توان ایجاد توازن میان دخل و خرج خود برای یک سال را ندارد، طبیعی است برای نوشتن یک برنامه پنج‌ساله و عمل به مفاد آن کاری دشوارتر و پیچیده‌تر را در پیش دارد. به همین دلیل معتقدم هر قدر دولتمردان در بیان آرزوهای خود صداقت به خرج دهند وقتی در عمل نمی‌توانند سیاستی را اجرا کنند، بهتر است اقدام دیگری در پیش بگیرند؛ کما اینکه درباره برنامه‌های قبل هم می‌توانیم چنین چیزی را بگوییم، زیرا اهداف سایر برنامه‌های توسعه نیز با درصد پایینی محقق شدند که نشان می‌دهد سیاست‌ها و برنامه‌ها در اقتصاد ایران با چالشی در زمینه اجرا مواجه می‌شوند.

◉ اگر بنا نبود دولت برنامه بنویسد، چه اقدام موثرتری می‌توانست انجام دهد؟

با توجه به مشکلات گوناگونی که اقتصاد ایران را در بر گرفته، دولت به‌جای اینکه وقت و منابع را صرف تدوین برنامه‌ای کند که ممکن است در عمل کنار گذاشته شود، می‌توانست اجرای چند اولویت را در دستور کار بگذارد و برای رفع مشکلات این حوزه‌ها اقدام کند. مثلا ما امروز در شرایط دشواری قرار داریم؛ به‌گونه‌ای که صادرات صورت می‌گیرد اما بازگرداندن ارز حاصل از آن به کشور، کاری دشوار شده است. امروز از ارزش پول ملی به‌شکل فزاینده‌ای، کاسته می‌شود و همزمان هزینه‌های زندگی مردم پی در پی بالا می‌رود و حتی کنترل نرخ مرغ در بازارها به کاری ناممکن تبدیل شده است. با این حال می‌توانیم به‌صراحت بگوییم اگر اقتصاد ما تحریم نشده بود و می‌توانستیم روزانه ۳.۵ میلیون بشکه نفت بفروشیم، نه نرخ مرغ چنین بالا می‌رفت و نه هر دلار امریکا با قیمتی بیش از ۵۰ هزار تومان مبادله می‌شد.

چنانچه هدف‌گذاری دولت به‌نحوی بود که به عادی شدن تجارت خارجی کشور و تنش‌زدایی در عرصه بین‌المللی منجر می‌شد، اثرات آن به‌مراتب بیش از برنامه فعلی بود. تصور کنیم که می‌توانیم آزادانه نفت بفروشیم؛ در این صورت مطمئنا نرخ تورم به‌سرعت روند کاهنده را آغاز می‌کرد. علاوه بر این، اگر دولت در سیاست داخلی خویش به سمت بهبود فضای کسب‌وکار حرکت و همه دستگاه‌ها را هم مکلف به رفع موانع تولید می‌کرد، رشد اقتصادی می‌توانست کیفیتی دیگر از خود نشان دهد. در کنار این دو مورد، دولت می‌توانست بانک مرکزی را مکلف کند که از اقداماتی که منجر به افزایش پایه پولی می‌شود، خودداری کند تا از این راه، زمینه جهش قیمت‌ها را از بین ببرد.

امروز آمارهای رسمی نشان می‌دهند مجموع بدهی دولت به شرکت‌های دولتی و بانک‌ها، بدهی شرکت‌های دولتی به بانک‌ها و بدهی شبکه بانکی به بانک مرکزی، به‌تنهایی از کل حجم منابع عمومی کشور بیشتر است که همین عاملی تعیین‌کننده در افزایش نقدینگی، جهش قیمت‌ها و تورم است، این در حالی است که دولت می‌توانست با راهبردی اساسی، به سمت استقلال بیشتر بانک مرکزی حرکت کند و به‌عنوان سومین راهبرد، این اقدام را در دستور کار قرار می‌داد. در این صورت دستاوردهای بیشتری از اجرای یک برنامه با اهداف تکراری به‌دست می‌آمد.

◉ چه چشم‌اندازی پس از اجرای این برنامه برای کشور متصور هستید؟

من فکر می‌کنم برنامه هفتم توسعه فعلی دچار مشکلات فراوانی خواهد شد و به احتمال زیاد سرنوشتی بهتر از ۶ برنامه پیشین نخواهد داشت. این برنامه به‌دلیل تاخیر دوساله سازمان برنامه در نوشتن آن، در بهترین حالت، سال آینده اجرایی خواهد شد، در حالی که سال بعد، آخرین سال فعالیت دولت فعلی است؛ به‌عبارت روشن‌تر دولت نیمی از عمرش گذشت و تازه برنامه‌اش آماده شده و در سال آخر تصدی‌گری هم فرصت اجرا دارد. تاکنون این تجربه را داشته‌ایم که برنامه‌ای را دولتی تدوین کرده و به تصویب رسانده و دولت بعدی از جناح دیگری، اجرای برنامه را رها کرده است. این برنامه هم می‌تواند به این سرنوشت دچار شود؛ مانند برنامه چهارم. همه می‌دانیم که وضعیت ایران خاص است و تحریم‌های ظالمانه و تنش‌های منطقه‌ای در کنار مشکلات داخلی، موجب شده رفع موانع دشوارتر هم به‌نظر برسد. این وضعیت ویژه سبب می‌شود دولت‌ها هم دائم مجبور به رها کردن سیاستی و اتخاذ سیاستی دیگر شوند. به این ترتیب می‌توان گفت اگر این برنامه در مجلس هم با اصلاحاتی اصولی و علمی مواجه شود، باز هم در تحقق اهدافش ناکام می‌ماند. کاش دولت به‌جای یک برنامه پنج‌ساله، برنامه دوساله‌ای را آماده می‌کرد که در مدت زمان باقیمانده از عمرش اجرا می‌شد و به خاتمه هم می‌رسید. این برنامه می‌توانست بیشتر به سود کشور باشد.

◉ با تاکیدی که بر ناکامی ۶ برنامه پیشین داشتید، برنامه فعلی را مشابه کدام یک از این برنامه‌ها می‌دانید؟

بهترین نتیجه‌گیری در میان برنامه‌ها، متعلق به برنامه سوم توسعه بود که در دولت سازندگی تصویب و در دولت اصلاحات اجرا شد. این برنامه بیشترین میزان تحقق اهداف برنامه‌های توسعه‌ای را از آن خود کرده و در مقابل، برنامه چهارم توسعه، مطلوب‌ترین برنامه‌ای بود که تدوین شد، اما به‌دلیل اینکه ماده ۳ آن که مربوط به اصلاح نرخ حامل‌های انرژی بود، از سوی مجلس هفتم حذف شد، دیگر ناقص باقی ماند و بعد هم که اجرای آن را متوقف کردند. در کل باید تاکید کرد تمام برنامه‌هایی که در راستای توسعه نوشته شدند، از نظر کیفیت، کم‌وبیش مطلوب بودند، اما مسئله بر سر نوشتن برنامه نیست؛ مسئله اصلی نحوه اجرای آن است که باید آسیب‌شناسی شود. البته منظورم این نیست که اصل برنامه‌نویسی، اهمیت ندارد، منظورم این است که مشکل کشور ما در نوشتن برنامه‌ها نیست، بلکه در اجرای آنها است.

◉ از جمله انتقاداتی که به برنامه هفتم توسعه وارد می‌شود، حذف بخش مربوط به محیط‌زیست است. چه چیزی عامل حذف این بخش از برنامه شد؟

خوشبختانه در این باره می‌توانیم با فراغ بال بیشتری صحبت کنیم. حساسیتی که امروز همه بخش‌های جامعه به مسائل محیط‌زیستی دارند، چنان است که اگر حتی دولت‌ها هم نخواهند به این مسئله توجه کنند، نمی‌توانند. جامعه چنان به این مسئله حساس شده که گاه با طرح‌هایی که به تصویب رسیدند و در حال اجرا هستند هم مقابله می‌کند و در نهایت مردم و فعالان مدنی موفق شده‌اند اجرای یک پروژه را متوقف کنند. نمونه بارز این موضوع پتروشیمی میانکاله بود که در میانه راه فعالان محیط‌زیست موفق به توقف آن شدند. دولت اگر نخواهد به مسئله محیط‌زیست حساسیت نشان دهد هم با توجه به قوانینی که پیش‌تر در کشور تصویب شده، نمی‌تواند طرحی را به تصویب برساند که از چارچوب قانون خارج باشد و آسیب‌هایی بیش از آنچه که باید، به محیط‌زیست می‌زند. پس این مسئله نمی‌تواند خیلی تعیین‌کننده باشد.

◉ با توجه به حساسیت اجتماعی که به آن اشاره کردید، ایرادی داشت اگر دولت در برنامه خود نشان می‌داد که در این موضوع با مردم همسو است؟

نه تنها ایرادی نداشت، بلکه مطلوب این است که موضوعاتی از این دست را در برنامه‌ها و اسناد بالادستی داشته باشیم تا بر مبنای آن عمل کنیم. با این همه چون حساسیت اجتماعی به این موضوع زیاد است، حتی اگر عمدی در حذف این بخش وجود داشته باشد، توفیقی را رقم نخواهد زد.

◉ مهم‌ترین انتقادات به برنامه هفتم، مربوط به مسائل طبقه کارگر است. در ۴ ماده این برنامه، تاکیداتی شده که همگی منجر به کاهش قدرت کارگران و مزدبگیران خواهد شد. تضعیف طبقه کارگر می‌تواند به رشد تولید و کسب سود بیشتر کارفرما بینجامد؟

در حقیقت طرح‌هایی که در برنامه هفتم دیده شده، نه‌تنها سودی برای کارفرما و تولید نخواهد داشت، بلکه به کارگران هم زیانی دوچندان خواهد رساند. این روند اگر به سود تولید بود، امروز با توجه به دستمزد اندک نیروی کار ایران، تولید وضعیتی متفاوت داشت. دولت با این هدف که کارگر ماهر بیشتری در کشور وجود داشته باشد، طرحی چون طرح «استاد-شاگردی» را مطرح کرده تا به اصطلاح شاگرد بتواند از استاد خود، فوت آخر را بیاموزد و با سرعت از یک نیروی کار ساده به ماهر تبدیل شود.

این اقدام هم فایده چندانی نخواهد داشت. از گذشته تاکنون شاهد بوده‌ایم که هرگاه کارفرما کارش رونق داشته، دست به آموزش نیروی کار خود زده است. چه در زمان شاه و چه پس از انقلاب، دیده‌ایم که بنگاهی نیروی کارش را برای گذراندن دوره آموزش‌های ضمن خدمت روانه کرده و حتی به خارج کشور فرستاده است. کارفرمایان این اقدامات را انجام می‌دهند؛ به‌شرط اینکه روند اقتصادی دارای ثبات و فعالیت آنها رونق داشته باشد. حتی همین امروز نیز برخی شرکت‌ها چنین اقداماتی را برای مهارت‌آموزی نیروی کار خود انجام می‌دهند. پس اگر دغدغه دولتی‌ها مهارت‌آموزی کارگران هم باشد، به‌جای تضعیف کارگران، باید به پایداری اقتصاد روی آورند و با تمرکز بر وظایف ذاتی بستر ایجاد اشتغال را فراهم کنند. باید این موضوع را که دست‌اندرکاران یک محیط کاری چگونه تنظیم رابطه می‌کنند و مهارت‌آموزی را از سر می‌گذرانند به فعالان آن عرصه واگذار کرد. شنیده می‌شود برخی تمایل دارند دولت زمینه‌ای را فراهم کند که در دوره سربازی به افراد مهارت‌هایی آموخته شود. سوال من این است که اگر بنا است افراد در دوران خدمت سربازی ماهر شوند چرا این اتفاق در دبیرستان و دانشگاه رخ نمی‌دهد؟ کسی سربازی نمی‌رود که ماهر شود، به سازمان‌های آموزشی می‌رود و بهتر است مشکل را در جای خود اصلاح کنند، نه اینکه موضوعات مختلف را با هم قاطی کنند.

آوراه
شرکت احداث، نگهداری و بهره‌برداری (آزادراه کنارگذر شرق سیرجان)

آگهی ارزیابی کیفی مشاوران

۱. نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گزار:
– مناقصه‌گزار: شرکت احداث، نگهداری و بهره‌برداری آزادراه کنارگذر شرق سیرجان
– نشانی: سیرجان، بلوار پیروزی، روبه‌رو سه‌راه دکتر فاطمی، شرکت احداث نگهداری و بهره‌برداری آزادراه کنارگذر شرق سیرجان کدپستی ۷۸۱۶۹۴۷۸۶۸ – شناسه ملی ۱۴۰۰۷۰۲۳۸۶۹ – کد اقتصادی ۴۱۱۵۵۹۹۸۱۶۸۱
۲. موضوع مناقصه: احداث سه خطه باند رفت آزادراه کنار گذر شرق سیرجان- بندرعباس قطعه اول از کیلومتر ۱+۰۰۰ تا ۱۲+۰۰۰
۳. تاریخ، مهلت و نشانی دریافت و تحویل استعلام ارزیابی کیفی مناقصه‌گران.
– مهلت دریافت اسناد مناقصه: از ساعت ۹:۰۰ الی ۱۲:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۲ الی ۱۴۰۲/۰۳/۳۱(در روزهای کاری)
– مهلت تحویل اسناد مناقصه: از ساعت ۹:۰۰ الی ۱۲:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۰۱ الی ۱۴۰۲/۰۴/۱۴ (در روزهای کاری)
– محل دریافت اسناد مناقصه: سیرجان- بلوار پیروزی- روبه‌رو سه‌راه دکتر فاطمی- شرکت احداث نگهداری و بهره‌برداری آزادراه کنار گذر شرق سیرجان (جهت کسب اطلاعات با شماره ۰۹۱۳۳۴۷۱۷۹۷ مهندس شاهبداغی تماس حاصل نمایید)
– صرفا شرکت‌های مشاور دارای رتبه یک راهسازی مجاز به شرکت در مناقصه می‌باشند.
۴. نام و نشانی مشاور: کرمان- بلوار جمهوری اسلامی- بعد از سه‌راه رضوان- ساختمان اداری میلاد- طبقه سوم- واحد ۵۱۶- شرکت مهندسی تژه (طرح و ساخت)
شرکت احداث، نگهداری و بهره‌برداری آزادراه کنارگذر شرق سیرجان

آوراه
شرکت احداث، نگهداری و بهره‌برداری (آزادراه کنارگذر شرق سیرجان)

آگهی ارزیابی کیفی پیمانکاران

۱. نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گزار:
– مناقصه‌گزار: شرکت احداث، نگهداری و بهره‌برداری آزادراه کنارگذر شرق سیرجان
– نشانی: سیرجان، بلوار پیروزی، روبه‌رو سه‌راه دکتر فاطمی، شرکت احداث نگهداری و بهره‌برداری آزادراه کنارگذر شرق سیرجان کدپستی ۷۸۱۶۹۴۷۸۶۸ – شناسه ملی ۱۴۰۰۷۰۲۳۸۶۹ – کد اقتصادی ۴۱۱۵۵۹۹۸۱۶۸۱
۲. موضوع مناقصه: احداث سه خطه باند رفت آزادراه کنار گذر شرق سیرجان- بندرعباس قطعه اول از کیلومتر ۱+۰۰۰ تا ۱۲+۰۰۰
۳. تاریخ، مهلت و نشانی دریافت و تحویل استعلام ارزیابی کیفی مناقصه‌گران.
– مهلت دریافت اسناد مناقصه: از ساعت ۹:۰۰ الی ۱۲:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۲ الی ۱۴۰۲/۰۳/۳۱(در روزهای کاری)
– مهلت تحویل اسناد مناقصه: از ساعت ۹:۰۰ الی ۱۲:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۰۱ الی ۱۴۰۲/۰۴/۱۰ (در روزهای کاری)
– محل دریافت اسناد مناقصه: سیرجان- بلوار پیروزی- روبه‌رو سه‌راه دکتر فاطمی- شرکت احداث نگهداری و بهره‌برداری آزادراه کنار گذر شرق سیرجان (جهت کسب اطلاعات با شماره ۰۹۱۳۳۴۷۱۷۹۷ مهندس شاهبداغی تماس حاصل نمایید)
– صرفا شرکت‌های دارای رتبه یک راهسازی مجاز به شرکت در مناقصه می‌باشند.
۴. نام و نشانی مشاور: کرمان- بلوار جمهوری اسلامی- بعد از سه‌راه رضوان- ساختمان اداری میلاد- طبقه سوم- واحد ۵۱۶- شرکت مهندسی تژه (طرح و ساخت)
شرکت احداث، نگهداری و بهره‌برداری آزادراه کنارگذر شرق سیرجان

برنامه صندوق نوآوری و شکوفایی برای رشد تولید دانش‌بنیان

به‌گفته رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی، در راستای تحقق شعار سال، بسته جدیدی برای رشد تولیدات محصولات دانش‌بنیان آماده کردیم و پیش‌بینی ما این است که رشد فروش ۱۰۰ هزار میلیارد تومان (همت) دانش‌بنیان‌ها را داشته باشیم.محمدصادق خیاطیان در گفت‌وگو با مهر، درباره برنامه صندوق برای افزایش تولید دانش‌بنیان باتوجه به شعار سال ۱۴۰۲ افزود: از ابتدای حضورم در صندوق نوآوری، یکی از برنامه‌های محوری، برنامه‌ریزی برای تحقق شعار سال با برش دانش‌بنیانی بوده است. وی ادامه داد: موضوع رشد تولیدمحوری است که در حوزه دانش‌بنیان بسیار اهمیت دارد و صندوق نوآوری به‌عنوان متولی اصلی حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند نقش‌آفرینی جدی داشته باشد.

رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی بااشاره به اینکه ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان برای رشد تولید بسیار بالا است، خاطرنشان کرد: در حال حاضر باتوجه به شعار مهار تورم و رشد تولید، بسته‌ای را برای رشد تولید محصولات دانش‌بنیان آماده کرده‌ایم و براین‌اساس پیش‌بینی شده است که به‌شرط فراهم شدن زمینه‌ها، شاهد رشد ۱۰۰ هزار میلیاردی در زمینه فروش محصولات دانش‌بنیان باشیم.رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست‌جمهوری از برنامه صندوق برای صادرات محصولات دانش‌بنیان در امسال خبر داد و اضافه کرد: در حوزه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان نیز بسته‌های خوبی برای آن دسته از شرکت‌هایی که می‌توانند صادرات داشته باشند، در نظر گرفته‌ایم.

وی همچنین سرمایه‌گذاری را از اولویت‌های دوره جدید هیات‌عامل صندوق برشمرد و گفت: با ابزارهای جدید مالی به‌ویژه استفاده از ابزارهای بازار سرمایه می‌توانیم حمایت‌های متنوعی را از شرکت‌های دانش‌بنیان و در ادامه افزایش تولید آنها داشته باشیم.

بررسی تاثیر برگزاری نمایشگاه‌ها در تجاری‌سازی محصولات دانش‌بنیان

عرصه‌ای برای بازاریابی سودمند

یکی از راه‌های ارائه بهتر خدمات و معرفی محصولات در همه صنایع، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی است. کارشناسان معتقدند صنعت نمایشگاهی در کشور می‌تواند به‌عنوان یک شتاب‌دهنده یا پل ارتباطی برای توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و کسب‌وکارهای استارت‌آپی نقش مهمی ایفا کند. به‌گفته این گروه هرچقدر به جزئیات بیشتری در تولید کالا توجه شود، نه‌تنها در کسب بازار داخل بلکه در صادرات نیز پیشرفت محسوسی را شاهد خواهیم بود. لازمه چنین فرآیندی، همکاری نهادهای دولتی با بخش خصوصی برای ایجاد زیرساخت‌های صادراتی است. تحقیقات علمی نشان می‌دهد حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی از طریق افزایش فروش محصولات خدماتی شرکت‌های دانش‌بنیان، بازاریابی و شناسایی بازارهای هدف و آشنایی با رقبا، می‌تواند به نماد شهرت برای محصولات خدماتی شرکت‌های دانش‌بنیان تبدیل شود و در این صورت در تجاری‌سازی محصولات خدمات دانش‌بنیان نقش معناداری دارد.

صمت به مناسبت روز جهانی صنعت نمایشگاهی به اهمیت نمایشگاه‌ها در تجاری‌سازی محصولات دانش‌بنیان پرداخته است.



عکس: آیدا فریدی

مهتاب دمیرچی
editor@smtnews.ir

چرا استارت‌آپ‌ها باید در نمایشگاه‌ها فعال‌تر باشند

مهدی بقایی، مدیر یک شرکت خلاق بااشاره به اهمیت حضور استارت‌آپ‌ها در نمایشگاه‌ها گفت: استارت‌آپ‌ها دلایل متنوعی برای حضور در یک نمایشگاه دارند؛ پیدا کردن بازار و مشتریان یکی از دلایل مهم حضور استارت‌آپ‌ها در نمایشگاه‌ها است. دلیل دیگر به معرفی محصولات‌شان در بستری مطمئن و شناخت مخاطب از کسب‌وکارشان برمی‌گردد، همچنین به‌دست آوردن اطلاعات از شرایط بازار از دیگر دلایل حضور فعال استارت‌آپ‌ها در نمایشگاه‌ها است، چرا که در بسیاری موارد، اطلاعات کمی از بازار وجود دارد و فعالان استارت‌آپی می‌توانند در بستری روشن به تکمیل اطلاعات خود بپردازند.

وی افزود: یکی دیگر از فواید حضور در نمایشگاه‌ها شناختن رقبا و افرادی است که فعالیت موازی و مشابه دارند و می‌توانند ایده‌های خوبی را به شرکت‌های استارت‌آپی ارائه بدهند. ارائه ایده‌های اشتراکی می‌تواند کمک زیادی به استارت‌آپ‌ها در خلال برگزاری نمایشگاه‌ها کند. برای مثال، یکی از دلایل مهم پیشرفت فعالیت من در دنیای استارت‌آپ، شرکت در نمایشگاه الکامپ بود. به‌عبارت روشن‌تر، شرکت در این نمایشگاه بود که موجب شکل‌گیری ارتباطات مهمی برای پیشرفت و توسعه شد. آشنا شدن با سختی‌ها از دیگر مزایای حضور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی است که افراد زیادی می‌توانند از آنها در راستای توسعه کسب‌وکار خود بهره کافی بگیرند.

▣ به کپی‌رایت پایبند باشید

بقایی بااشاره به برخی آسیب‌هایی که حضور در نمایشگاه‌ها به کسب‌وکارهای استارت‌آپی می‌زند، گفت: از مضراتی که برگزاری نمایشگاه‌ها در داخل ایران دارد، کپی‌برداری و نبود قانون کپی‌رایت است که باعث می‌شود شرکت‌های رقیب در بستری غیرعادلانه به رقابت بپردازند. همچنین از ضعف‌های برگزاری نمایشگاه‌ها در حوزه استارت‌آپ و دانش‌بنیان‌ها، نبود تفکیک مناسب و موضوعی سالن‌ها است که باعث می‌شود بازدیدکنندگان دقت کافی را به‌خرج ندهند. راهنمایی نکردن مردم به‌شکل استاندارد هم، از دیگر نکاتی است که باید به‌عنوان ضعف برگزاری نمایشگاه‌های داخلی برشمرد.

وی گفت: از مشکلات دیگر برگزاری نمایشگاه در کشور، نداشتن دسته‌بندی و طبقه‌بندی موضوعی است. برای مثال، نمی‌دانیم که نمایشگاه اینوتکس چه تفاوتی با نمایشگاه الکامپ دارد. اساس برگزاری نمایشگاه برای شرکت‌های دانش‌بنیان این است که شرکت‌های کمترشناخته‌شده بتوانند خود را معرفی کنند و شرکت‌های شناخته‌شده به توسعه فعالیت خود و شناخت بیشتر بازار بپردازند. به‌عبارت دیگر، تعامل مشترک میان فعالان عرصه کسب‌وکار باعث می‌شود از فروپاشی استارت‌آپ‌ها تا حد زیادی جلوگیری شود.



برهمین مبنا، بهتر است برای برگزاری هر نمایشگاه یک‌سری مولفه تعریف شود و بازدیدکنندگان براساس آن مولفه‌ها به بازدید از این نمایشگاه بپردازند، در واقع یک نوع ایده‌پردازی پیش از نمایشگاه می‌تواند کمک زیادی به نوع حضور استارت‌آپ‌ها کند. نکته بعد برای توسعه رویدادهای نمایشگاهی در ایران، برقراری و تعاملات تصویری با افراد شناخته‌شده در سطح دنیا است؛ اینکه افراد باسواد در حوزه‌های کسب‌وکار در جریان برگزاری نمایشگاه تجربیات خود را در اختیار دانش‌بنیان‌ها و استارت‌آپ‌ها قرار دهند، اتفاق بسیار خوبی است.

> از فواید حضور در نمایشگاه‌ها شناختن رقبا و افرادی است که فعالیت موازی و مشابه دارند و می‌توانند ایده‌های خوبی را به شرکت‌های استارت‌آپی ارائه بدهند

نمایشگاه، عرصه‌ای برای شناخت دانش‌بنیان‌ها

بیژن نصیری، فعال دانش‌بنیان در زمینه تجاری‌سازی در گفت‌وگو با صمت گفت: نمایشگاه بدون شک برای شرکت‌ها کمک‌کننده خوبی برای معرفی محصولات است و فعالان دانش‌بنیان هم می‌توانند در خلال برگزاری این رویدادها با اکوسیستم و حوزه فعالیت‌شان آشنا شوند و پی به نیازهای بازار ببرند.

وی افزود: همچنین می‌توانند با شرکت‌کننده‌ها بیشتر آشنا شوند و ارتباط موثری با یکدیگر بگیرند و این کمترین اتفاق است و بازدیدکنندگان انتظار دارند که از جدیدترین دستاوردها بازدید کنند و به‌همین‌دلیل برگزاری نمایشگاه می‌تواند عرصه‌ای برای دستاوردهای جدید آن دسته از دانش‌بنیان‌هایی باشد که هنوز بازاری برای تولیدات جدید خود نیافته‌اند.

خارجی‌ها دلیلی برای تجارت با ایرانی‌ها نمی‌بینند

نصیری گفت: توجه بخش بین‌الملل به دستاوردهای دانش‌بنیان نیازمند ایجاد زیرساخت‌های زیادی است، در واقع بی‌توجهی بیشتر شرکت‌های خارجی به تولیدات ایرانی این است که شاید دلیلی برای تجارت و ارتباط ندارند؛ در حقیقت، آینده‌ای نمی‌بینند که بخواهند با دانش‌بنیان‌های ایرانی ارتباط برقرار کنند و شاید آینده تجارت با شرکت‌های ایرانی برای شرکت‌های خارجی نامعلوم است. وی افزود: در واقع، همکاری با شرکت‌های ایرانی برای شرکت‌های خارجی دارای تبعاتی است، به‌همین‌دلیل بیشتر خارجی‌ها معمولا در جریان برگزاری نمایشگاه‌ها تمایلی برای همکاری نشان نمی‌دهند. این امر به فضای سیاسی و روابط بین‌الملل برمی‌گردد، به همین سبب است که تجارت دانش‌بنیان‌ها بیشتر محدود به کشورهای همسایه است، اما یک‌سری ارتباطات هم می‌توان با کشورهای اروپایی گرفت که به روابط اتاق بازرگانی ما در کشورهای موردنظر بستگی دارد. در واقع، اگر رایزن‌ها و دیپلمات‌های ایرانی در هر کشوری عملکرد استانداردی داشته باشند، روابط تجاری موفق‌تر و سودبخش‌تری هم خواهیم داشت.

نصیری بااشاره به افزایش تعداد نمایشگاه‌های خارجی گفت: شاید تعداد زیاد نمایشگاه‌ها هم دلیلی بر عدم‌تجاری‌سازی محصولات دانش‌بنیان باشد. در گذشته، تعداد کم نمایشگاه‌ها در یک حوزه باعث می‌شد که بازدیدکنندگان بسیاری به نمایشگاه بیایند تا هم بازدیدکننده و هم شرکت‌کننده نهایت توان خود را در ارائه محصولات و جذب مخاطب بگذارند و بازدیدکنندگان با آخرین دستاوردها آشنا شوند؛ اما تعداد زیاد نمایشگاه‌ها باعث شده است که کیفیت حضور دانش‌بنیان‌ها تا حدی کمتر شود.وی ادامه داد: اینکه در نمایشگاه تخصصی، شرکت‌های غیرتخصصی حضور پیدا کنند، امری دوسر باخت است. در واقع، هم برای شرکت غیرتخصصی باخت محسوب می‌شود و هم برای بازدیدکننده، به‌طورقطع آن چیزی که باید باشد، نیست. اگر بتوان با صنایع مرتبط در هر حوزه‌ای، بیننده را به هر شکلی دعوت کرد، برد کرده‌ایم و همین امر نمایشگاه را داغ‌تر می‌کند.



حمایت صندوق نوآوری و شکوفایی



در ادامه لازم دیدیم به نحوه کمک صندوق نوآوری و شکوفایی به دانش‌بنیان‌ها برای حضور در نمایشگاه‌ها بپردازیم. از آنجایی که این نهاد به‌عنوان اصلی‌ترین متولی حمایتی شرکت‌های دانش‌بنیان محسوب می‌شود، در ذیل برنامه‌های حمایتی خود، بندهایی هم برای حضور دانش‌بنیان‌ها در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی دارد.

مرضیه شاوردی، مدیر توانمندسازی صندوق نوآوری و شکوفایی در گفت‌وگویی که چندی پیش با صمت داشت، گفت: نهاد اصلی برگزارکننده بیشتر نمایشگاه‌ها در کشور سازمان توسعه تجارت است و صندوق نوآوری و شکوفایی با اعتماد به اعتبار این سازمان، از دانش‌بنیان‌ها حمایت می‌کند. در واقع، نهادی که می‌تواند برگزارکننده را تایید کند، سازمان توسعه تجارت است. وزارتخانه‌های مختلف، برنامه‌های مختلف و متنوعی دارند و نمایشگاه‌ها را هم برگزار می‌کنند، منتها تنها این سازمان به‌عنوان متولی اصلی برگزاری نمایشگاه‌ها شناخته‌شده است. از آنجایی که ممکن است در جریان برگزاری یک نمایشگاه، مشکلاتی برای شرکت‌کنندگان به‌وجود بیاید، بیشتر آنها صندوق را به‌عنوان مقصر اصلی مشکلات‌شان می‌شناسند؛ در اینجا صندوق باید پاسخگوی مشکلات هم باشد.وی خاطرنشان کرد: در اصل، سیاست کلی صندوق نوآوری و شکوفایی در حمایت از دانش‌بنیان‌هایی که در نمایشگاه‌های مختلف شرکت می‌کنند، ارائه تسهیلات به دانش‌بنیان‌هایی است که در نمایشگاه‌های دارای مجوز از سوی سازمان توسعه و تجارت شرکت می‌کنند. همچنین، اگر دانش‌بنیان‌ها در آن دسته از نمایشگاه‌های خارجی که در فهرست اصلی کشورهای مربوطه درج شده باشد، شرکت کنند، موردحمایت قرار می‌گیرند. در حال حاضر، ۳۰۰ نمایشگاه خارجی و ۲۵۸ نمایشگاه داخلی در فهرست حمایتی صندوق نوآوری و شکوفایی قرار دارند. تمام تلاش ما این است که به شرکت‌ها کمک کنیم تا حضور شایسته‌تری در نمایشگاه‌ها داشته باشند.وی افزود: دانش‌بنیان‌ها می‌توانند با شرکت در این نمایشگاه‌ها تسهیلات هم بگیرند و از حمایت‌های صندوق بهره‌مند شوند. در کل، در ۲ حالت برای حضور شرکت‌های دانش‌بنیان در نمایشگاه‌ها تسهیلات داده می‌شود؛ یک حالت مربوط به غرفه‌سازی شخصی شرکت‌ها و حالت بعدی مربوط به پاویون‌ها است که ۱۰ الی ۱۲ شرکت در یک پاویون حضور می‌یابند و می‌توانند تسهیلات دریافت کنند. در سال گذشته، ۷ میلیارد تومان به شرکت‌هایی که به‌صورت مستقل در نمایشگاه‌های داخلی شرکت کردند، اعطا شد و شرکت‌هایی هم که در پاویون‌ها جانمایی شده بودند، ۳.۵ میلیارد تومان تسهیلات گرفتند. در نمایشگاه‌های خارجی هم، ۸ میلیارد تومان به حضور مستقل شرکت‌ها و ۱۳ میلیارد تومان هم برای حضور آنها در قالب پاویون اعطا شد.این را هم در نظر بگیرید، نمایشگاهی که در مکان نمایشگاه‌های بین‌المللی برگزار می‌شود، با آن نمایشگاهی که در هتل یا ایران‌مال برگزار می‌شود، به‌طورقطع برای صندوق تفاوت دارد. زیرساخت نمایشگاهی ممکن است در جای دیگر فراهم نباشد. در نهایت، بعد از برگزاری یک تا ۲ دوره از نمایشگاه برای‌مان محرز می‌شود که آیا دستاوردهای مهمی در اکوسیستم دانش‌بنیانی دارد و آن موقع است که در لیست نمایشگاه‌های تحت‌حمایت صندوق قرار داده می‌شود. از آنجایی که کیفیت نخستین دوره در هر نمایشگاهی برای صندوق‌های حمایتی نامشخص است، ترجیح می‌دهیم پس از مشاهده دستاوردها به حمایت بپردازیم. به‌طورقطع، در دوره‌های بعدی با تایید کیفیت نمایشگاه‌ها و اثربخش بودن آنها، تحت‌حمایت قرار می‌گیرند. حتی بسیاری از نمایشگاه‌ها را هم، خود دانش‌بنیان‌ها درخواست می‌دهند. نزدیک به ۳۱۰ برنامه در سامانه تعریف شده است که کمابیش ۲۰۰ برنامه به پیشنهاد خود دانش‌بنیان‌ها بوده، اما حتی باوجود پذیرش صندوق، حتی یک درخواست حمایت هم ارسال نشده است.

حمایت از حاضران در نمایشگاه

پرداختی‌های حمایتی در ۲ حالت مجزا ارائه می‌شود. این پرداختی‌ها شامل هزینه‌های اجرا، ساخت غرفه و حمل‌ونقل کالای نمایشگاهی می‌شود. در حالت اول تا سقف ۱۰۰ میلیون ریال بلاعوض می‌شود به شرکت دانش‌بنیان تخصیص یابد. در حالت دوم، صددرصد کل هزینه‌ها که مورد تایید کریدور قرار گرفته، به‌صورت تسهیلات قرض‌الحسنه پرداخت می‌شود. نکته مهم در این قسمت، بررسی و تشخیص نوع ارائه پرداختی‌های حمایتی به شرکت‌های متقاضی است. در نمایشگاه‌هایی که کریدور در قالب پاویون ملی هماهنگی و اجرای آن را برعهده دارد، جزئیات میزان حمایت از قبل اعلام می‌شود. بنا به آیین‌نامه، شرکت‌های دانش‌بنیان با صادرات بیش از ۱۰ میلیارد ریال در سال، با ارائه مستندات و مدارک رسمی مانند برگ سبز گمرکی و سایر مستندات مبنی بر صادرات، می‌توانند از ۳۰۰ میلیون ریال معادل ۳۰ میلیون تومان پرداختی تسهیلات بهره‌مند شوند. حمایت از شرکت‌هایی که خارج از پاویون و خواهان حضور در نمایشگاه هستند، امکان‌پذیر نیست، همچنین برای شرکت‌هایی که بیش از ۲ بار در نمایشگاه‌های خارجی حضور دارند، میزان حمایت‌ها برای بار دوم ۳۰ درصد و برای دفعه بعد آن به‌میزان ۲۰ درصد از هزینه تا سقف ۱۰۰ میلیون ریال محاسبه خواهد شد. شرکت‌هایی که توانسته باشند با بهره‌مندی از این فرصت، موفق به گرفتن سفارش و عقد تفاهمنامه‌ها در نمایشگاه‌های خارجی شوند، برای حضور در نمایشگاه بعدی، مشمول ۲۰ درصد حمایت بیشتر باتوجه به سقف پرداخت معین‌شده در دستورالعمل خواهند شد.

سخن پایانی

گفتنی است، ظرفیت صنعت نمایشگاهی به‌عنوان پیشران اقتصاد و تجارت کشور برای شناسایی و معرفی دستاوردها و برترین‌های حوزه‌های تولید و صنعت به میدان شناخته می‌شود. به‌همین دلیل به‌گفته کارشناسان، تولیدکنندگان دانش‌بنیان با تلفیق دانش و تولید و استفاده موثر از فضاهای نمایشگاهی در ارتقای کمی و کیفی محصولات، رشد فنی، بهره‌برداری بهینه از منابع و افزایش بهره‌وری، می‌توانند گام بزرگی در مسیر رشد و توسعه تولید، صنعت و دستیابی به تولید دانش‌بنیان بردارند.

یادداشت

راه‌هایی که دانش‌بنیان‌ها را به منابع مالی می‌رساند



سیاوش ملکی‌فر
معاون توسعه صندوق نوآوری و شکوفایی

اقتصاد دانش‌بنیان زمانی رنگ واقعیت به خود می‌گیرد که فعالان این حوزه مسیر حمایت را هموار ببینند. بیشتر دانش‌بنیان‌ها معتقدند تامین اعتبار و دریافت وام از بانک‌ها بی‌شباهت با طی کردن هفت‌خوان رستم نیست و معمولا هم عطایش را به لقایش می‌بخشند؛ در واقع این شرایط حاکم بود که صندوق نوآوری و شکوفایی پا به میدان گذاشت و در نقش یک حامی مالی در اکوسیستم نوآوری قدعلم کرد. صندوقی که فلسفه شکل‌گیری آن حمایت مالی همه‌جانبه از اکوسیستم نوآوری است و وظیفه دارد با ارائه تسهیلات مختلف در قالب‌هایی مانند سرمایه در گردش، خرید دین، فروش اقساطی، تولید صنعتی، قبل از تولید صنعتی و ... بخشی از نیاز مالی فعالان دانش‌بنیان را برای تداوم فعالیت‌های‌شان تامین کند. صندوق در این سال‌ها تلاش کرده است تا با روش‌های مختلف، منابعی را از نظام بانکی، بخش خصوصی و بازار سرمایه به دانش‌بنیان‌ها تزریق کند. در واقع، به‌جای اینکه نقش خود را، تامین مالی مستقیم شرکت‌های دانش‌بنیان تعریف کند و خود را یگانه بازیگر تامین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان بداند، خود را «شکل‌دهنده و مکمل نظام تامین مالی فناوری» دانسته و تلاش کرده است تا منابع سایر بازیگران را نیز به میدان بیاورد. قانون جهش تولید نیز به‌ویژه با سازکار «اعتبار مالیاتی» و همچنین تسهیل سرمایه‌گذاری بانک‌ها در حوزه دانش‌بنیان، به‌طورقطع نقش موثری در بسیج منابع مالی برای رشد شرکت‌های دانش‌بنیان خواهد داشت، اما در خود صندوق، در حال حاضر ما در شرایط کمابیش اضطراری به‌سر می‌بریم، چرا که علاوه بر این دو عامل، تورم نیز مزید بر علت شده و در عمل صندوق از نیاز دانش‌بنیان‌ها جامانده است. امیدواریم در سال ۱۴۰۲ شاهد ورود سرمایه جدید به صندوق باشیم، زیرا با ادامه روند فعلی، صندوق احتمالا به‌سختی بتواند عملکرد گذشته خود را حفظ کند.

اگر کمک‌های بلاعوض را کنار بگذاریم، روش‌های تامین مالی به ۲ روش اعمال می‌شود؛ روش‌های مبتنی بر بدهی و مشارکت. در روش‌های مبتنی بر بدهی که یکی از مهم‌ترین آنها، همین وام‌های متعارف است، صندوق مبلغی را با هدف مشخصی برای مثال راه‌اندازی خط تولید یک محصول پیشرفته، در اختیار یک شرکت دانش‌بنیان قرار می‌دهد و آن شرکت دانش‌بنیان باید پس از مدتی، این مبلغ را در قالب اقساط به صندوق بازگرداند. در این حالت، صندوق در سود و زیان شرکت دانش‌بنیان شریک نیست. به‌عبارت دیگر، چه این شرکت دانش‌بنیان شکست بخورد و چه با دریافت این تسهیلات بتواند به فروش و سود قابل‌توجهی دست پیدا کند، در هر صورت باید اصل و فرع تسهیلات را به صندوق بازگرداند، نه کمتر و نه بیشتر. به همین دلیل، تسهیلات یا همان وام، نه در ایران، بلکه در همه‌جای دنیا، در ازای «وثیقه» پرداخت می‌شود. نقش وثیقه این است که بازگشت وام به نهاد، تامین مالی را تضمین کند. خوشبختانه شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور بسیار خوش‌حساب هستند و معوقات این شرکت‌ها چه در صندوق و چه نزد شبکه بانکی کشور اندک است، اما در روش‌های مبتنی بر مشارکت که یکی از مهم‌ترین آنها، سرمایه‌گذاری جسورانه (یا همان VC) است، نهاد تامین مالی که در اکوسیستم دانش‌بنیان صندوق نوآوری و شکوفایی است، در سود و زیان شرکت دانش‌بنیان شریک می‌شود. در واقع، صندوق مبلغی را در اختیار شرکت دانش‌بنیان قرار می‌دهد و اگر طرح شرکت با موفقیت یا شکست روبه‌رو شود، صندوق در سود و ضرر آن سهیم است. در این فرآیند، دیگر سخن از «وثیقه» به‌میان نمی‌آید، بلکه نهاد تامین مالی به روش‌های دیگری مانند تملک بخشی از سهام شرکت یا یک قرارداد رسمی، مشارکت خود از سود و زیان شرکت را قطعی می‌کند. در حال حاضر هر ۲ نوع روش‌های تامین مالی در صندوق نوآوری و شکوفایی اعمال می‌شود. به‌طورتقریبی ۲۰ نوع تسهیلات در صندوق وجود دارد که دانش‌بنیان‌ها برای دریافت آن باید وثیقه بگذارند. عده‌ای به اشتباه تصور و تبلیغ می‌کنند که صندوق فقط یک نوع وثیقه می‌شناسد و آن هم «وثیقه ملکی» است، اما این‌طور نیست. وثایق موردقبول صندوق متنوع است و از «چک و سفته» تا «ضامن حقیقی و حقوقی»، «محل اجرای طرح‌ها» یا همان سوله‌ها و کارگاه‌های مستقر در شهرک‌های صنعتی، «تجهیزات و ماشین‌آلات»، «وثیقه ملکی سهل‌البیع» یا همان آپارتمان در بافت شهری و حتی سهام شرکت‌ها را دربر می‌گیرد. وثیقه، متناسب با وضعیت اعتباری شرکت‌ها و ریسک طرح آنها مشخص می‌شود. پس این‌گونه نیست که بگوییم شرکت‌های دانش‌بنیان تنها در ازای وثیقه ملکی می‌توانند از صندوق تسهیلات بگیرند. برای مثال، در صندوق تسهیلاتی موسوم به اشتغالزایی داریم، به این معنا که به‌ازای استخدام هر فرد جدید در شرکت دانش‌بنیان و تا سقف ۱۵ نفر، ۶۰ میلیون تومان تسهیلات قرض‌الحسنه (یعنی نرخ صفر درصد) از طریق یکی از ۲ بانک عامل به شرکت‌های دانش‌بنیان می‌پردازیم. پس سقف این تسهیلات ۹۰۰ میلیون تومان است. این تسهیلات، فقط و فقط با چک و سفته در اختیار شرکت‌های دانش‌بنیان قرار می‌گیرد و حتی نیاز به ضامن معتبر نیز ندارد. تسهیلات قرض‌الحسنه دیگری موسوم به «ودیعه رهن» ارائه می‌شود که در شهر تهران، تا ۶۵۰ میلیون تومان در اختیار شرکت‌های دانش‌بنیان قرار می‌دهیم تا بتوانند دفتر کاری برای خود رهن کنند که دریافت این تسهیلات هم نیاز به وثیقه ملکی ندارد.

گزارش خبری

گفتمان‌سازی و فرهنگ‌سازی مالیاتی



سازمان مدیریت صنعتی، سمینار فرصت‌ها و چالش‌های استقرار قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان را با حضور نمایندگانی از سازمان‌های حاکمیتی، تشکل‌های صنفی و بخش خصوصی، شرکت‌های معتمد و شرکت‌های نرم‌افزاری برگزار کرد.

به گزارش روابط عمومی سازمان مدیریت صنعتی، این همایش در راستای سلسله نشست‌های تخصصی با هدف گفتمان‌سازی و فرهنگ‌سازی مالیاتی در راستای تحقق اهداف چندسویه نظام جامع مالیاتی کشور برگزار شد. بنا به این گزارش ابوالفضل کیانی بختیاری مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی در این همایش ضمن بیان تاریخچه‌ای از فعالیت‌های آموزشی و مشاوره‌ای این سازمان اظهار کرد: سازمان مدیریت صنعتی با پشتوانه ۶۰ سال نقش موثر در توسعه ظرفیت مدیریت در کشور و تحول و به‌سازی سازمان‌ها و شرکت‌ها، با هدف فرهنگ‌سازی و ایجاد همفکری میان تمامی ذی‌نفعان این حوزه اقدام به برگزاری این سمینار کرده است.

وی اعلام کرد: سازمان مدیریت صنعتی به منظور کمک به شرکت‌ها، فعالان اقتصادی و نیازهای آموزشی، مشاوره‌ای و ترویجی استقرار سامانه مودیان صدور، صورتحساب الکترونیکی و انجام تکالیف قانونی جدید مالیاتی اقدام به برنامه‌ریزی و اجرای این سلسله نشست‌ها کرده است. مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی خاطرنشان کرد: سازمان مدیریت صنعتی در راستای ماموریت‌های خود، کارگروه‌های تخصصی مشاوره مالیاتی را تشکیل داده است تا به شرکت‌ها برای آماده‌سازی‌های مورد نیاز، انطباق با قوانین مالیاتی جدید، تغییر در فرآیندهای کسب و کاری و مدیریتی و اتخاذ استراتژی‌های مالی و مالیاتی مناسب کمک رساند. کیانی بختیاری در پایان تاکید کرد: از همه‌ی صاحبنظران، شرکت‌های نرم‌افزاری، معتمد و تمامی ذینفعان دعوت می‌شود در این مسیر ما را همراهی کنند. دیگر سخنران این سمینار کوروش محمدی رئیس سابق مرکز تنظیم مقررات سازمان امور مالیاتی بود و در خصوص نقش دستگاه‌ها و نهادهای ذی ربط در اجرای قوانین مالیاتی جدید به سخنرانی پرداخت. وی ضمن تقدیر از سازمان مدیریت صنعتی برای فرهنگ‌سازی قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان به ذکر تاریخچه‌ای از تدوین قانون مالیاتی کشور و علل اجرایی نشدن آن در گذشته پرداخت. محمدی یادآور شد که قانون مالیاتی کشور به فرهنگ‌سازی و ایجاد زیرساخت‌های لازم از جمله آموزش نیاز دارد.رئیس سابق مرکز تنظیم مقررات سازمان امور مالیاتی در خصوص زیست بوم این قانون گفت: اجرای این قانون به یک کارگروه شامل سازمان امور مالیاتی، وزارت صنعت، معدن و تجارت؛ وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات؛ بانک مرکزی و وزارت اطلاعات سپرده شده است چرا که هدف این قانون شفافیت اقتصادی و فعالیت‌های مالیاتی است.

بنا بر این گزارش، دیگر سخنران این سمینار احمد غفارزاده مشاور رئیس سازمان امور مالیاتی کشور بود که در خصوص برنامه‌ها و اقدامات صورت پذیرفته برای شکل‌گیری زیست بوم نظام جامع مالیاتی کشور به سخنرانی پرداخت. وی برگزاری این سمینار از سوی سازمان مدیریت صنعتی را در راستای مسئولیت اجتماعی این سازمان دانست و اظهار کرد: تغییر نظام مالیاتی اجتناب ناپذیر است چرا که مالیات پدیده‌ای است که دولت‌ها را پاسخگو می‌کند و باید باعث افزایش رفاه در جامعه شود. غفارزاده تاکید کرد: نظام مالیاتی باید عادلانه و متکی به اطلاعات باشد نه ممیزمحور و برآوردمحور. مشاور رئیس سازمان امور مالیاتی کشور با اشاره به تاریخچه اصلاح قانون مالیاتی کشور گفت: امروز سازمان امور مالیاتی با یک شناسه می‌تواند کل مالیات برای هر شخص یا شرکت را جمع‌آوری کند.

وی مدل مفهومی سامانه مودیان را مبتنی بر جمع‌آوری اطلاعات از مراکز متعدد و یکپارچه‌سازی آن عنوان کرد. دیگر سخنران این سمینار اسماعیل اسماعیلی عضو سابق شورای‌عالی مالیاتی بود. وی ضمن تشریح نحوه اخذ مالیات از فعالیت‌ها و اشخاص، ابراز امیدواری کرد که با نهادینه شدن فرهنگ مالیاتی در کشور قانون مالیاتی جدید به نتیجه مطلوب برسد. در بخش دیگری از این سمینار یک پنل تخصصی با حضور احمد غفارزاده، اسماعیل اسماعیلی، مصطفی باتقوا عضو شورای جامعه حسابداران رسمی، آقای مهدی معصومی رئیس کمیسیون مالیات و امور گمرکی کانون کارفرمایی ایران، مریم آتشگاه عضو کمیته تخصصی امور مالیاتی ستاد تسهیل و امیر یزدانی قائم‌مقام مدیرعامل شرکت معتمد نوع اول (هوشمند راهبر) برگزار و در خصوص فرصت‌ها و چالش‌های قوانین مالیاتی و تاثیر و تاثرات و الزامات فنی آن بحث شد. در پایان این پنل ضمن ارائه راه کارهای سیستمی سازمانی برای مودیان حقیقی و حقوقی به پرسش‌های مطرح شده پاسخ داده شد.

تکمیل آزاد راه رشت- قزوین تا پایان سال

با توجه به اهمیت آزاد راه قزوین، رشت در کاهش بار ترافیکی منطقه و نقش آن در توسعه گیلان این پروژه مهم تا پایان امسال تکمیل خواهد شد. به گزارش تسنیم اسدالله عباسی، استاندار گیلان، با اشاره به رفع برخی از مشکلات گیلان در عرصه‌های زیرساختی گفت، در طی یک‌سال و نیم گذشته اقدامات خوبی برای رفع مشکلات استان انجام شده است ولی برای رفع برخی دیگر معضلات و تکمیل پروژه‌های مهم استان نیاز به حمایت ملی داریم. استاندار گیلان، عنوان کرد: رودبار با توجه به ویژگی‌های خود پیشانی استان گیلان بوده و از لحاظ وسعت برترین شهرستان گیلان و همچنین در حوزه کشاورزی، گردشگری و صنایع دستی دارای ویژگی‌های مهمی است. عباسی با تاکید بر رفع بسیاری از مشکلات کارخانجات صنعتی در گیلان در چند وقت اخیر بیان کرد: با تلاش‌های صورت گرفته تاکنون بیش از ۱۷۸ واحد تولیدی و صنعتی گیلان احیا شده که بخش اعظمی از آنان در شهرستان رودبار است. استاندار گیلان با اشاره به اهمیت توربین‌های بادی و انرژی خورشیدی در تامین انرژی استان، بیان کرد: در حوزه انرژی مثل برق و گاز نگذاشتیم مردم دچار مشکل شوند که مهم‌ترین دلیل آن استفاده از توربین‌های بادی در لوشان و تلاش برای بهره‌مندی از انرژی خورشیدی در شهرستان رودبار می‌باشد. وی با تاکید بر لزوم توجه به ارزش افزوده و جلوگیری از خام‌فروشی محصولات کشاورزی در گیلان گفت: ۱۰ محصول کشاورزی ارزش افزوده در گیلان وجود دارد به طوری که در حوزه زیتون به جای خام فروشی اقدام به تولید ارزش افزوده از جمله روغن کشی کرده و اکنون ۵۰ کارخانه روغن کشی زیتون در این شهرستان مشغول به فعالیت هستند.

پایان انتظار ۲۲ساله تبریزی‌ها

راه‌آهن «تبریز- میانه» افتتاح می‌شود

گروه استان‌ها
editor@smtnews.ir

سال ۱۳۷۹ مهم‌ترین پروژه ریلی شمال غرب از میانه به تبریز توسط وزیر راه دولت وقت کلنگ زنی شد، اما این پروژه چندین رئیس جمهوری و دولت مختلف را به خود دید و بعد از گذشت سال‌ها هنوز تکمیل نشده است.

این پروژه قرار بود در نهایت بعد از چند سال تکمیل شود، آن سال‌ها بسیاری از تبریزی‌های ساکن تهران از کلنگ زنی این پروژه خوشحال بودند چراکه مسیر خسته کننده و ۱۲ ساعته تهران تا تبریز با قطار در ۷ ساعت طی می‌شد، ۸ وزیر راه و ۴ رئیس جمهوری در خصوص این پروژه وعده داده بودند اما افتتاح این پروژه به عمر کاری آنها قد نداد.



راه آهن تبریز- میانه که ۲۲ سال از کلنگ زنی آن سپری می‌شود، اکنون به اتمام رسیده و طی هفته جاری با حضور رئیس جمهوری افتتاح می‌شود

۴ آذر سال ۱۳۹۸ بود که رئیس جمهور دولت گذشته در سفر به تبریز پروژه راه‌آهن میانه- تبریز را تا ایستگاه بستان آباد افتتاح کرد. افتتاحی که نتیجه‌ای نداشت و نمی‌شد قطارها در مسیر تردد کنند چراکه محور ریلی بن بست بود. اکنون ۲۲ سال از آن روزها گذشته است و بنابه گفته مسئولین پنجشنبه هفته جاری با حضور رئیس جمهور دولت سیزدهم بالاخره افتتاح می‌شود و اکنون باید منتظر بمانیم تا ایستگاه خاوران به راه‌آهن تبریز متصل شود. افتتاح ابر پروژه ریلی «میانه- بستان آباد- تبریز» می‌تواند انقلاب اقتصادی در حمل و نقل ریلی کشور ایجاد کند و تنها مزیت این پروژه کوتاهی مسیر تهران به تبریز نیست، با توجه به موقعیت شاهراهی آذربایجان شرقی به جهت ارتباط ایران با اروپا این پروژه می‌تواند زمینه ساز رشد اقتصادی شود و جهش قابل توجهی در جابجایی کالا در داخل کشور و همچنین محموله‌های خارجی و رونق صادرات ریلی ایجاد کند. این پروژه ۲۰۳ کیلومتر طول دارد و با کم کردن ۱۳۰ کیلومتر از مسیر و دسترسی قبلی، زمان سفر از تبریز به تهران را که اکنون از ۱۰ تا گاهی حتی ۱۴ ساعت طول می کشد نیز حدود ۴ تا ۵ ساعت کاهش می‌دهد و با تسهیل دسترسی و ترانزیت ریلی به اروپا، سالانه موجب صرفه‌جویی ۱.۵ میلیارد لیتر در مصرف سوخت می‌شود. پروژه راه‌آهن تبریز- میانه از ایستگاه میانه واقع در مسیر راه‌آهن تهران- تبریز شروع شده است و راه‌آهن دو خطه میانه- بستان آباد- تبریز با گذر از مسیری کوهستانی و شهرهای ترکمانچای، بستان آباد و باسمنج واقع در مسیر خود به ایستگاه موجود تبریز متصل می‌شود. پروژه خط آهن و ایستگاه‌های بستان آباد و خاوران در سفر استانی ۱۲ خرداد حجت الاسلام رئیسی به آذربایجان شرقی از اعتبار ۴۱ هزار میلیارد تومان برای تکمیل پروژه‌های نیمه تمام این استان بدون بهره نماند و ۲۰۰ میلیارد تومان از اعتبارات این سفر را به خود اختصاص و جذب این اعتبار، روند اجرای آن را تسریع داد.

▣ بلیت فروشی قطار «تبریز- میانه»

استاندار آذربایجان شرقی در خصوص راه‌آهن تبریز- میانه می گوید: در دور اول سفر ریاست جمهوری هدف اصلی این بود که نهضت اتمام پروژه‌های نیمه تمام استان ایجاد شود و قریب به ۲ هزار پروژه نیمه تمام در استان ما وجود داشت و برخی از لحاظ ابعاد ملی مهم بوده و برخی استانی و شهرستان بودند و ۲۰ سال برای اتمام عادی آنها زمان لازم بود و برخی هم ۲۰ سال بود که ناتمام مانده بودند. عابدین خرم ادامه می‌دهد: در سفر خرداد ماه سال گذشته ریاست جمهوری پروژه‌ها در ۳ قسمت بخش بندی شدند که پروژه‌های ملی با پیشرفت ۷۰ درصد به بالا اولویت‌دار اعلام شدند.

او می‌افزاید: باتوجه به وضعیت که از لحاظ مبلغ تغییر کرده بودند و ارقام بالا بود، با کارشناسی اساسی صورت گرفته، ۱۸۸ پروژه در مقیاس متفاوت مصوب شدند که پروژه راه‌آهن تبریز به میانه هم جزو آنها بود که ۲۲ سال نیمه تمام مانده بود و ۵۵۰ میلیارد تومان برای تامین بدهی قبلی و هزار میلیارد تومان برای اتمام پروژه لازم بود که زیرساخت‌ها، روسازی‌ها ایستگاه‌ها و کارهای فنی انجام شد و به صورت آزمایشی به راه افتاد و اسفند سال گذشته تمام شده بود و اکنون تکمیل تر شد. او همچنین خاطرنشان می کند: پروژه روز افتتاح قطار حرکت کرده و پس از سفر ریاست جمهوری بلیت فروشی انجام می‌شود و ۴ ساعت و نیم مسیر تبریز به تهران کاهش می‌یابد و در مصوبات سفر دوم ریاست جمهوری، فاینانس آن هماهنگ شده تا ایستگاه خاوران به راه‌آهن تبریز متصل شود و حمل مسافر و بار تسهیل شود.

▣ اعتبار مورد نیاز تکمیل راه‌آهن «تبریز- میانه»

معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار آذربایجان شرقی نیز در این خصوص به مهر می گوید: راه‌آهن تبریز به تهران مسیر سهند را دور زده و به میانه متصل شده و از طریق زنجان به تهران می‌رسد، از سوی اتحادیه بین‌المللی راه‌آهن‌ها دو مسیر برای ترانزیت بار مشخص شده که یکی از آنها از تبریز و استان مارد می‌شود، این راه‌آهن قوس تند داشته و استقبال بین‌المللی برای ترانزیت بار کمتر می‌شد؛ بنابراین اتحادیه این کریدور را تعریف کرد تا برای دو خطه کردن و به‌سازی آن اقدام شود.

جبارعلی ذاکری ادامه می‌دهد: این راه‌آهن، تبریز را از طریق بستان آباد به میانه متصل می کند و بزرگ‌ترین مزیت آن، این است که ۱۱۴ کیلومتر طول مسیر را کاهش داده و سرعت قطار به ۱۲۰ کیلومتر بر ساعت می‌رسد؛ حمل بار توسط راه‌آهن نسبت به جاده اقتصادی‌تر است و مصرف سوخت را یک چهارم الی یک هشتم کاهش می‌دهد و این بزرگ‌ترین مزیت آن است.

او خاطرنشان می کند: ایستگاه راه‌آهن خاوران، ایستگاه بین راهی مسافرگیری لحاظ شده و تکمیل آن به سمت تبریز در ادامه در دستور کار است که ۱۲ کیلومتر آن در دست احداث بوده و پیمان کار آن سر کار است و تکمیل ادامه مسیر بستگی به فاینانسی دارد که از طریق دولت تامین می‌شود.

او در رابطه با مسافرگیری این مسیر نیز اضافه می کند: ایستگاه آماده است و برای مسافرگیری در حال حاضر هیچ‌گونه اعتباری نیاز نیست و برای تکمیل محور بالغ بر ۳۰۰ میلیارد تومان مصوب شده و قابل افزایش است که در حال حاضر مسافرگیری، سوخت‌گیری و شارژ آب و برق واگن‌ها تامین شده است.

ذاکری یادآور می‌شود: راه‌آهن تبریز- بستان آباد- میانه ایمنی و سرعت سفر را افزایش داده و زمان و هزینه سفر را کاهش می‌دهد مخصوصا در بخش بار که ۴ ساعت کاهش یافته و مدت زمان سیر از تبریز به تهران در ۸ ساعت انجام می‌شود؛ بنابراین هفته بعد بلیت فروشی انجام می‌شود و در روز افتتاح قطار تبریز به مشهد اعزام می‌شود و از طریق راه‌آهن پیش فروش شده و تعداد محدودی قطار به تدریج به آن افزوده می‌شود.

او با اشاره به دو خطه بودن این مسیر تاکید می کند: این مسیر دو خطه است که ۳ کیلومتر هم تونل دارد و بزرگ‌ترین تونل آن در مسیر بستان آباد تا خاوران است که زیرسازی دوخطه بودن هم آماده شده و سال‌ها است که مسیر تهران تا تبریز یک خطه بود اما اکنون زیرسازی انجام شده و صرفا روسازی آن مانده است.

او در خصوص اتصال مترو تبریز به ایستگاه راه‌آهن خاوران، ادامه می‌دهد: خط ۳ مترو تبریز، شمالی جنوبی است که از پایانه مسافربری آغاز و تا فرودگاه امتداد دارد و فاز آخر آن از خاوران به ائل گلی و از ائل گلی به ترمینال تبریز تا ایستگاه راه‌آهن امتداد یافته که همان کمربندی ریلی تبریز است و از حومه شهر رد می‌شود و ارتباطات داخل شهر را به بیرون شهر وصل می کند.

راه‌آهن تبریز به تهران مسیر سهند را دور زده و به میانه متصل شده و از طریق زنجان به تهران می‌رسد

سخن پایانی

براساس موارد یاد شده براساس برنامه‌ریزی اگر فاینانس قطعی شود، طی ۴ سال راه‌آهن تبریز به خاوران متصل می‌شود و عامل مهم تامین مالی است که مقدمات آن از طریق مذاکرات با دولت و امضای تفاهمنامه با شرکت خصوصی انجام شده و وزارت راه و شهرسازی، تامین ارز را به بانک مرکزی اعلام کرده است. این درحالی است که به گفته برخی از کارشناسان اگر با روند جاری پیش برویم، تکمیل این پروژه ۱۰ سال طول می‌کشد. برهمین اساس تامین اعتبار در راستای تکمیل این پروژه جزو اولویت‌های سفر جاری مسئولان به این استان بوده که کارشناسان امیدوار به تامین فاینانس هستند.

افزایش ذخایر معدن با استفاده از نرمه گندله خام

پروژه استفاده از نرمه و گندله‌های ریز دانه بخش اولیه پخت و همچنین غبارهای گرفته شده از سیستم فیلتراسیون هوای داغ حاصل از مکش و دمش فن‌های پروسس و بازیافت مجدد آنها به چرخه تولید با موفقیت اجرایی گردید.

به گزارش خبرنگار مهر از استان یزد و به نقل از مرکز اطلاع رسانی شرکت سنگ آهن مرکزی ایران، مجتبی حمیدیان، مدیرعامل این شرکت با اعلام خبر نرمه و گندله‌های ریز دانه در تمامی کارخانه‌های گندله‌سازی به روش کوره دوار (Alis chalmers) تولید می‌شود، گفت: در برخی از کارخانه‌ها در زمان طراحی و نصب، شرایطی را برای خردایش توسط آسیاب گلوله‌ای (بال میل) و رطوبت گیری توسط فیلتر پرس در نظر می‌گیرند.

وی افزود: در کارخانه گندله‌سازی سه چاهون این محصول جانبی برای استفاده در کارخانه آگلومراسیون جهت افزایش عیار و راندمان کارخانه در نظر گرفته شد اما به دلیل عدم تولید کارخانه آگلومراسیون این محصول بلااستفاده باقی ماند و موجب به وجود آمدن مسائل زیست محیطی و مشکلاتی مانند نبود فضای کافی برای دپوسازی شد.

حمیدیان با اشاره به طرح بازگرداندن ذخیره ۲۵۰ هزار تنی نرمه گندله خام به خط تولید اظهار کرد: اجرای این طرح موجب بهبود میزان کنسانتره مصرفی نسبت به گندله تولیدی، افزایش خوراک کنسانتره و در نتیجه افزایش میزان ذخایر و عمر معدن می‌شود.

وی با بیان اینکه استفاده مستمر از نرمه گندله خام در خط تولید که حدود ۵درصد خوراک است از جمله مزایای اجرای این طرح می‌باشد ایشان تصریح کردند جلوگیری از خام‌فروشی و افزایش ارزش افزوده محصول تولیدی نیز از مزایای اقتصادی اجرای این طرح به شمار می‌رود.

حمیدیان بهبود نسبی کیفیت گندله تولیدی را از دیگر مزایای اجرای این طرح خواند و گفت: مشکلات مسائل زیست محیطی به علت انباشت مواد ریزدانه با استفاده مجددو بازگرداندن نرمه‌های یاد شده به چرخه تولید از مزایای اجرای طرح بهره گیری از نرمه گندله خام است.

مدیرعامل شرکت سنگ آهن مرکزی ایران با تقدیر از تلاش همکاران واحد تولید برای اجرای موفقیت آمیز این طرح گفت: امیدواریم با اجرای هر یک از این پروژه‌ها بتوانیم گام مهمی در راستای شعار و برنامه سال ۱۴۰۲ که همان رشد تولید است، برداریم.

سرمایه‌گذاری ایمیدرو در توسعه زیرساخت‌های یزد

رئیس هیات عامل ایمیدرو اعلام کرد: میزان سرمایه‌گذاری ایمیدرو در توسعه زیرساخت‌های برخی شهرستان‌های استان یزد به بیش از ۱۶۴۱ میلیارد ریال می‌رسد.به گزارش مهر و به نقل از روابط عمومی ایمیدرو، امیر خرمی‌شاد در نشست با محمدرضا صباغیان نماینده مهریز، بافق، بهاباد، ابرکوه و خاتم در مجلس شورای اسلامی که در خصوص اقدامات انجام شده در زیرساخت‌های شهرستان‌های نامبرده برگزار شد، افزود: ایمیدرو توسعه زیرساخت‌ها را از طریق طرح ایجاد توسعه زیربناهای لازم در معادن دنبال می کند.

وی در تشریح سرمایه گذاری‌های ایمیدرو در زیرساخت شهرستان‌های استان یزد گفت: از جمله این پروژه و طرح‌ها می‌توان به احداث راه معادن اسمالون با سرمایه‌گذاری ۷۹۱ میلیارد ریال و سرمایه‌گذاری ۶۲۰ میلیارد ریالی برای تجهیزات انتقال برق مسیر اسمالون- مروست اشاره کرد. خرمی شادافزود: احداث جاده سورک- قلعه خرگوشی با سرمایه‌گذاری ۳۵۰ میلیارد ریال با مشارکت وزارت راه و شهرسازی در حال انجام است.

خرمی شاد توسعه زیرساخت معادن را از برنامه‌های ایمیدرو خواند و گفت: توسعه و راهبری از طریق طرح ایجاد طرح ایجاد زیربناها در معادن به ویژه راه‌های دسترسی و برق رسانی به معادن مورد توجه این سازمان است.

در این جلسه مدیرعامل شرکت چادرملو نیز در خصوص اقدامات این مجموعه در توسعه زیرساخت‌های جاده‌ای گفت: شرکت چادرملو به صورتی مشارکتی؛ احداث جاده سیروس آباد را با سرمایه‌گذاری ۴۸۰۰ میلیارد ریال (۲۴۰۰ میلیارد ریال سهم چادرملو) از محل بودجه مسئولیت اجتماعی برعهده گرفته است که آیین کلنگ زنی آن هفته گذشته انجام شد. امیر طاهرزاده افزود: همچنین پروژه تامین مالی احداث جاده بهاباد- دربند- نایبند نیز از دیگر اقدامات این شرکت در توسعه زیرساخت‌های این منطقه است.

انتصاب جدید در اتاق بازرگانی یزد



رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی یزد در حکمی، محمدسپهر را به عنوان دبیرکل جدید این اتاق منصوب کرد.

به گزارش خبرنگار مهر از استان یزد، محمد سپهر مدیرعامل صندوق پژوهش و فناوری استان یزد از مدیران موفق اقتصادی، کارآفرینان و تسهیل کنندگان فرآیند کسب و کار و البته جوان یزدی است که رزومه پربار در زمینه‌های مختلف اقتصادی و آموزشی دارد، که در ادامه می‌توان به برخی از آنها از جمله سابقه حضور در هیات علمی گروه اقتصاد و حسابداری دانشگاه امام جواد (ع)، مدیرعاملی موفق صندوق پژوهش و فناوری استان یزد را به مدت ۸ سال و همچنین موسس و مدیرعامل چندین شرکت در حوزه‌های مختلف اقتصادی و فناوری نیز اشاره کرد.

ثبت رکورد فروش و حمل روزانه فولاژ

مدیرعامل شرکت فولاد آلیاژی ایران با اشاره به ثبت ۴ رکورد این شرکت طی ۲ ماهه اول امسال، از ثبت رکورد فروش و حمل روزانه محصول در آستانه سالروز فتح خرمشهر به میزان ۴هزار و ۲۶۸ تن خبر داد.

به گزارش خبرنگار مهر و به نقل از روابط عمومی شرکت فولاد آلیاژی ایران کمال‌زاده، با اشاره به فضای همدلی که در ارکان مختلف شرکت ایجاد شده است گفت: عزم راسخ و ایستادگی و تلاش جمعی از دلایل ثبت رکوردهای جدید است.

محمد کمال‌زاده همچنین ثبت رکوردهای تولید ۵۴هزار و ۸۳۷ تن تولید ماهانه مذاب(فروردین) و دو هزار و ۴۳۱تن تولید روزانه مذاب در ۲۳ فروردین امسال را یادآور شد و افزود: خوشبختانه دو رکورد دیگر فولاژ در تولید روزانه مذاب به وزن دو هزار و ۴۷۰تن در ۲۴اردیبهشت و تعداد ۵۵هزار و ۳۶۳تن تولید ماهانه مذاب (اردیبهشت) به ثبت رسیدند که همگی نشان از عزم راسخ کارکنان این شرکت برای تعالی بیش از پیش دارد.

مدیرعامل شرکت فولاد آلیاژی ایران شرایط کشور در جنگ اقتصادی را خاص دانست و گفت: مناسبت هایی مثل سوم خرداد به ما یادآوری می کنند که ما می توانیم و مجموعه تلاشگران در شرکت فولاد آلیاژی ایران به این باور رسیده‌ایم و اهداف بلندی را دنبال می کنیم.

▣ بهره‌برداری از پروژه فولادی یزد با حمایت بانک توسعه صادرات

همچنین پیشرفت فیزیکی پروژه فولادی یزد یک با حمایت بانک توسعه صادرات ایران ۹۵ درصدی شد و پیش‌بینی می‌شود این طرح در نیمه اول امسال به بهره‌برداری برسد. سرپرست بانک توسعه صادرات ایران و هیات همراه در بازدید از شرکت فولاد آلیاژی ایران با بررسی روند تکمیل پروژه فولادی یزد یک، بر تداوم همکاری با این شرکت تا زمان بهره‌برداری کامل تاکید کرد.

محمدجعفر مزده، در نشستی مشترک با محمد کمال‌زاده مدیرعامل فولاد آلیاژی ایران، گفت: همکاری در تکمیل و توسعه طرح‌های ارزآفرین و اشتغالزا همواره از اولویت‌های این بانک بوده است.

وی با بیان اینکه، حمایت از این طرح در راستای دستیابی به هدف‌گذاری بانک توسعه صادرات ایران برای کمک به رشد تولید و تولیدکنندگان صادرات محور به منظور ارزآوری و اشتغالزایی در دستور کار قرار گرفت، اظهار کرد: بانک توسعه صادرات ایران آمادگی لازم برای حمایت همه جانبه از این طرح تا بهره‌برداری کامل را دارد.

روایت تصویری صمت به‌مناسبت روز جهانی نمایشگاه‌ها

نمایشگاه‌ها رسانه‌هایی که نادیده گرفته می‌شوند



عکس‌ها: آیدا فریدی

آیدا فریدی: نمایشگاه‌ها ابزارهای رسانه‌ای هستند و رسانه شمرده شدن آنها به‌واسطه پیامی است که منتقل می‌کنند. تجار و حتی صاحبان ایده‌ها و اندیشه‌های نوین ارسال‌کننده پیام و مخاطبان نمایشگاه‌ها گیرنده‌های پیام محسوب می‌شوند؛ پیام‌هایی که این بار در پلتفرم یا مدیومی به‌نام نمایشگاه ارسال می‌شوند؛ پیام‌هایی که در بازار تجارت نوین به‌دنبال ارزیابی، سنجش و یافتن مشتری است. در دنیای امروز که کالا یگانه ارزش معتبر تعریف شده، نمایشگاه‌های بین‌المللی نیز جایگاه خود را در رده‌بندی سکوهای اقتصادی ارتقا داده‌اند. کالا در نوشتار مختصر پیش رو و در برخورد با رویدادهای نمایشگاهی خواه به شکل صنعت و کالا و خواه به شکل یک ایده تازه در نظر گرفته می‌شود. با این وجود در کشور ما نمایشگاه‌های بین‌المللی همچنان صنعتی نوپا و البته نادیده انگاشته‌شده هستند؛ مدیومی که می‌تواند و می‌توانست آمیزه‌ای از هنر و تجارت باشد.

گزارش تصویری این شماره صمت با موضوع صنعت نمایشگاهی تنظیم شده است.

چهارشنبه
۱۷ خرداد ۱۴۰۲- ۱۸ ذی‌القعده ۱۴۴۴ - ۷ ژوئن ۲۰۲۳- شماره ۲۳۳۲-پیاپی ۳۶۵۰

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

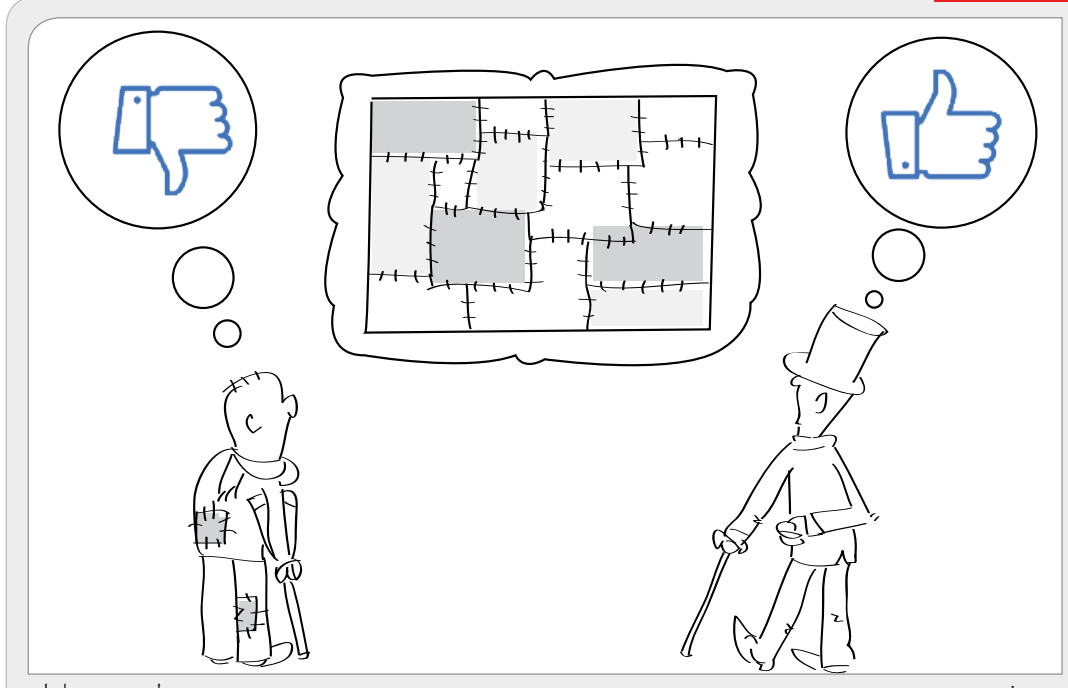
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۲ - ۰۹۹۹۹۱۹۵۷۶۱
ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com
تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر:(داخلی-۱۰۴) پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم‌مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کد پستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir
امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir
چاپخانه: امید نشر و چاپ ایرانیان

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

واکنش فرشاد مومنی به «صنعت‌زدایی در برنامه هفتم توسعه»

کوتوله پروری به اسم رقابت‌سازی

نشست شاخه اقتصادی فرهنگستان علوم با موضوع اقتصاد سیاسی صنعت زدایی در ایران برگزار شد. به گزارش جماران، فرشاد مومنی، اقتصاددان و عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی در این نشست گفت: از نقطه عطف موج اول انقلاب صنعتی تا امروز هیچ کشوری قادر به رفع فقر، عقب ماندگی و وابستگی به دنیای خارج نبوده مگر اینکه به تولید فناورانه تکیه کند. ایران از یک جایگاه استراتژیک و تمدن ساز برخوردار است. بنابراین با تکیه با ظرفیت‌های بزرگی که در دامن خود دارد، توانسته از دل تمام فراز و فرودها، زنده بیرون بیاید. وی افزود: یک شرایط غیر متعارف و مشکوک در فرآیندهای تصمیم‌گیری و تخصیص منابع ایران مشاهده می‌شود. به نظر می‌رسد امروز دقیقا در جهت عکس بایسته‌های حرکت به سمت توسعه حرکت می‌کنیم و سطوحی از غفلت و فساد دست به هم داده‌اند که شاهد صنعت‌زدایی شکنندگی آوری باشیم. انگیزه ما برای مطرح کردن این بحث در شرایط کنونی این است که کشور در آستانه تصمیم‌گیری‌های راهبردی مانند برنامه هفتم توسعه است.



از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ حدود ۶۲۰ میلیارد دلار به اقتصاد ایران تزریق شده، اما خالص اشتغال ایجاد شده در بخش صنعت منفی ۴۱۵ هزار شغل بوده است

رئیس موسسه دین و اقتصاد در نشست «اقتصاد سیاسی صنعت زدایی» با بیان اینکه به نظر می‌رسد برخی از جریان سازی‌های اخیر برای عمده کردن مباحث حاشیه‌ای یک روند خطرناک است، گفت: شیوه غیر متعارف دولت فعلی برای تدوین برنامه هفتم نشان می‌دهد که گویا برخی در حال فراهم کردن نان برای مافیاها هستند؟! برای نخستین بار شاهد هستیم سندی تدوین شده که در آن مشارکت دستگاه‌ها، مناطق و بخش‌ها در شکل گیری این سند حذف شده است. بنابراین این شیوه برنامه‌ریزی مشکوک است. آنچه هم در این سند نوشته شده، هیچ یک از مشخصات یک سند راهگشا را در دل خود ندارد.



مومنی با طرح این پرسش که چرا باید از رویکرد اقتصاد سیاسی، بهره بگیریم؟ افزود: اگر شما در جامعه‌ای زندگی می‌کنید که سلطه غیرمتعارفی از مناسبات رانتی حاکم است و با بحران شفافیت روبه‌رو است، راه نجات، توسل به رویکرد اقتصاد سیاسی است چراکه این رویکرد از طریق برجسته کردن برندگان و بازندگان هر بازی سیاستی، می‌تواند فریب کاری را به حاشیه ببرد. ما با یک آمیزه پیچیده‌ای از ملاحظات اقتصاد سیاسی درونی و بین‌المللی مواجه هستیم و اگر به موقع اقتضائات آن را متوجه نشویم، صدمه خواهیم داد.

■ پشت کردن به تولید

وی خاطرنشان کرد: پشت کردن به تولید، جامعه را در مهار نااطمینانی‌های با منشا طبیعت ناتوان می‌کند.

گزارش‌های رسمی می‌گوید تعداد وقوع سیل در سال‌های اخیر نسبت به تاریخ برنامه‌ریزی ایران، افزایشی بوده است، در حالی که در توجیه مهار این ناتوانی، منابع انسانی و مادی غیرمتعارفی صرف می‌شود.

در زمینه نااطمینانی‌های ناشی از تعامل انسانی می‌توان دید ناراضی‌ترین گروه‌های اجتماعی ما، کارگران، معلمان، دانشجوها، کارمندها و بازنشسته‌ها هستند که هم شریف‌ترین افراد جامعه هستند و هم برای آنها هزینه صرف شده است. چرا در پیش نویس برنامه هفتم، موضوع محیط زیست در شکننده‌ترین شرایط کشور حذف شده است؟

برخی معتقدند راه‌حل‌های پشت‌کننده به تولید و مبتنی بر واردات دستور کار قرار گیرند. این سیاست در حوزه کشاورزی مشاهده می‌شود. طرح «نکاشت» می‌دهند و می‌گویند به کشاورزان پول بدهیم که چیزی نکارند در حالی که طرح نکاشت برای کشورهایی است که از بیش از صد سال است از تولید انبوه عبور کرده‌اند و کالاهایی تولید می‌کنند که مورد تقاضای جدی جهانی قرار دارد. عین این مسئله در جوسازی‌های مافیایی راجع به اشکالات تولیدی خودروسازان وجود دارد که می‌خواهد راه را برای واردات باز کند.

■ صنعت‌زدایی در ایران

وی افزود: شیوه دیگر صنعت‌زدایی در ایران، ارائه بی‌امان ابداعات مشوق رانت است. یکی از شگفت‌انگیزترین آنها ماجرای مجوزدهی‌های جنون آمیز است. بالغ بر ۵ سال است که می‌گوییم این مجوزدهی‌ها جز سرخورده کردن کارشناسان ما چه کارکردی داشته است؟ چرا مجوزهای دارای پروانه بهره‌برداری فعال و در دست اجرا در حوزه خودروسازی ایران معادل کل واحدهای خودروسازی آلمان، ژاپن، امریکا، برزیل، فرانسه، کره‌جنوبی، ایتالیا، اسپانیا و ترکیه است. این کارها برای این است که این واحدها با هزینه‌های ثابت بزرگ، خودرو را گران تولید کنند سپس زبان مافیاهای واردات خودرو را باز کنند تا با بهانه گرانی خودرو، سراغ واردات بروند. چرا تعداد واحدهای تولید سیمان مجوز داده شده و در حال بهره‌برداری معادل شش برابر واحدهای سیمانی چین و کره جنوبی است؟ چرا تعداد مجوزهای تولید موتورسیکلت باید معادل بیش از دو برابر کل واحدهای مشابه در چین، اندونزی، کره، تایوان و ویتنام باشد؟

■ از بین بردن ریشه تولید

این کارها از طریق از بین بردن ریشه تولید بزرگ‌مقیاس رخ می‌دهد. می‌گویند ما به تولید مجوز داده‌ایم یعنی تولید را به یک محمل بازتولید مناسبات رانتی تبدیل می‌کنند و همزمان ریشه‌های تولید صنعتی ایران را از طریق تخصیص منابع ارزی در بالاترین سطح با واحدهای رانتی-معدنی خشک می‌کنند.

بر اساس گزارش وزارت صمت، طی شش برنامه توسعه گذشته ایران، ۸۷.۵ درصد سرمایه‌گذاری صنعتی توسط دولت، در حیطه معدنی‌ها بوده است. به این‌ها رانت انرژی، ارز، حمل‌ونقل، اعتبار بانکی و... می‌دهند سپس برای برگرداندن ارزشان، هزار اتفاق می‌افتد.

گزارش رسمی وزارت صمت می‌گوید تقریبا تمام تسهیلات ارزی و ریالی صندوق توسعه ملی در اختیار فعالیت‌های مربوط به پتروشیمی، فلزات و کانی‌های غیرفلزی قرار گرفته است. چرا تعداد پروژه‌های به بهره‌داری رسیده سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران از ۴۹ طرح در برنامه چهارم، به ۱۹ طرح در برنامه پنجم و ۵ طرح در برنامه ششم رسیده است؟

■ تهی‌سازی نیروی انسانی

رئیس موسسه دین و اقتصاد با اشاره به پدیده میان تهی‌سازی نیروی انسانی در ایران، گفت: در فاصله سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ حدود ۶۲۰ میلیارد دلار به اقتصاد ایران تزریق شده، اما خالص اشتغال ایجاد شده در بخش صنعت ایران منفی ۴۱۵ هزار شغل بوده است.

در ادبیات توسعه، رقابت می‌تواند مخرب یا توسعه گرا باشد. چرا به اسم رقابت سازی، کوتوله پروری می‌کنند.

در کجای دنیا از طریق واردات و تقدیم کردن بازارهای ملی به پیشرفته‌ها، توان رقابت خود را افزایش می‌دهند؟

مومنی در پایان سخنان خود گفت: ریشه بحران‌هایی شبیه بحران نرخ ارز این است که به نام صنعت، مونتاژ و رانتی معدنی‌ها را به تولید واقعی ترجیح داده‌اند.

وزارت صمت گزارشی منتشر کرده مبنی بر اینکه تعطیلی حدود ۷۰ درصد بنگاه‌های صنعتی تعطیل شده به دلیل بحران عدم توانایی تامین سرمایه در گردش بوده است.

در این دوره از قدرت چانه زنی تولیدکننده‌های باشرافت کاسته شده و قدرت چانه زنی دلال‌ها و رانتی‌ها افزایش یافته است. کل ساختار نهادی ما علیه تولید فناورانه است بنابراین ما به یک بازآرایی سیستمی ساختار نهادی نیاز داریم.

نامه

اخطار سازمان بازرسی درباره ایمنی بازار بزرگ تهران



معاون نظارت و بازرسی امور سیاسی و قضایی سازمان بازرسی کل کشور در نامه‌ای به مسئولان ذیربط خواستار تسریع در ایمن‌سازی و رفع خطر از بازار تهران شد. به گزارش ایسنا، محمدمهدی بلندیان با توجه به وضعیت بازار تهران از منظر فرسودگی و پایین بودن ایمنی ساختمان‌ها و همچنین مالکیت‌های متعدد املاک آن‌که شامل اشخاص حقیقی و حقوقی و نهادها بوده، در نامه‌ای به مسئولان ذیربط خواستار تسریع در ایمن‌سازی این بازار شد. معاون نظارت و بازرسی امور سیاسی و قضایی سازمان بازرسی کل کشور در همین زمینه به گزارش این سازمان در خردادماه سال گذشته خطاب به وزیر کشور و استاندار تهران، مبنی بر وجود معضلات و مشکلاتی نظیر؛ معابر و گذرگاه‌های کم عرض، وجود املاک متروکه و مخروبه، عدم دسترسی نیروهای عملیاتی آتش‌نشانی در مواقع حریق، غیراستاندارد بودن زیرساخت‌های بازار تهران مانند شبکه‌های جمع‌آوری فاضلاب و آب‌های سطحی، توزیع برق، گازرسانی، مشکلات گره‌های ترافیکی منطقه و حومه بازار و همچنین مکاتبه در شهریور سال گذشته با وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، مبنی بر وجود ناهماهنگی بین وزارتخانه مزبور و شهرداری منطقه ۱۲ در خصوص اعمال ضوابط میراث فرهنگی در نقشه‌های اجرایی ساختمان‌های در شرف صدور پروانه اشاره کرد. بلندیان تاکید کرد: نظر به اینکه مسائل و مشکلات بازار تهران فرادستگاهی بوده و تعدادی از وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی کشور نظیر نیرو، نفت، تعاون، کار و رفاه اجتماعی، راه و شهرسازی، میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع‌دستی، شهرداری تهران و سازمان اوقاف و امور خیریه از لحاظ اجرایی و مدیریتی در بازار تهران اعمال وظیفه می‌کنند، به منظور ایجاد عزم جدی، برنامه‌ریزی صحیح و اجرای برنامه‌های کارشناسی و عملیاتی، وزارت کشور به عنوان متولی امر نقش راهبری و هماهنگی بین دستگاه‌های دیگر را بر عهده داشته باشد و با توجه به اینکه هرگونه اقدام اجرایی نیازمند صرف هزینه مالی است، ضرورت دارد تامین اعتبار مناسب با حجم فعالیت‌های اجرایی در راستای ایمن‌سازی و رفع خطر از بازار تهران در اولویت قرار گیرد. وی به مسئولان مربوطه تاکید کرد: در صورت عدم اقدام مقتضی بنابر قانون با خاطیان و ترک فعل‌کنندگان برخورد خواهد شد. رونوشت نامه ارسالی به دفتر ریاست جمهوری، به وزرای نفت، نیرو، راه و شهرسازی، میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزیر کشور، فرمانده کل انتظامی، رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی فراجا، استاندار تهران، شهردار تهران و رئیس سازمان اوقاف و امور خیریه جهت اقدام ارسال شده است.

گپ و گفت

از ویترین صنایع تولیدی غفلت کرده‌ایم

صنعت نمایشگاهی کشور در سالیان اخیر نسبت به دیگر کشورهای پیشرفته و حتی در حال توسعه پیشرفت چشمگیری نداشته و با وجود تمام تلاش‌ها و جدیت فعالان و متولیان این حوزه، این صنعت نتوانسته به جایگاه واقعی خود نزدیک شود.

به عنوان مثال هنگامی که در سال ۱۲۸۵ کشور ما به عنوان نخستین کشور خاورمیانه، در نمایشگاه بین‌المللی بریتانیا شرکت کرد، کشورهای همسایه ما در آن سال‌ها حتی با واژه صنعت نمایشگاهی آشنا هم نبودند. اما امروز همسایگان ما اکسپوهای جهانی برگزار می‌کنند و ما حتی نامزد برگزاری این رویداد جهانی هم نشدیم. اما به راستی دلیل این موضوع چیست؟



گسترش نیوز پایگاه خبری- تحلیلی موسسه فرهنگی و مطبوعاتی صمت در گفت‌وگو با علیرضا عاجزی فعال نمایشگاهی به این موضوع پرداخته است که در ادامه می‌خوانید.

◉ شرایط صنعت نمایشگاهی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به نظر می‌رسد تا به امروز حوزه نمایشگاه‌های کشور در قالب یک صنعت به رسمیت شناخته نشده است. این موضوع یک معضل بسیار بزرگ برای فعالیت‌های نمایشگاهی است. امیدواریم که متولیان و دست‌اندرکاران دست به‌دست یکدیگر دهند تا ما یک صنعت نمایشگاهی پویا داشته باشیم.

ما امروزه با چند چالش اساسی در صنعت نمایشگاهی روبه‌رو هستیم. درحال‌حاضر مهم‌ترین دغدغه و مشکل فعالان صنعت نمایشگاهی آثار شیوع ویروس کرونا است. یکی از اصلی‌ترین بخش‌هایی که پس از شیوع این ویروس تا کنون دچار آسیب جدی شده، حوزه نمایشگاه‌ها و صنعت نمایشگاهی کشور است. در سال‌های کرونا قوانین و مقرراتی از طرف ستاد ملی مقابله با کرونا وضع شد که برخی از آنها می‌توانست به صورت کارشناسی‌شده‌تر باشد و با نظر متخصصان این حوزه اعمال شود. اگر در کمیته اقتصادی این ستاد نگاه جدی‌تری به حوزه نمایشگاه وجود داشت این آسیب‌ها و ضربه‌ها به صنعت نمایشگاهی وارد نمی‌شد. متاسفانه بسیاری از تصمیمات این ستاد پشت درهای بسته گرفته شد.

◉ رابطه وضعیت اقتصادی با صنعت نمایشگاهی را چطور ارزیابی می‌کنید؟

نباید فراموش کرد که نمایشگاه‌ها ویترین صنایع تولیدی کشور هستند. اگر ما صنعت کشاورزی قوی و مقتدری داریم باید در کنار آن یک نمایشگاه قوی و کارآمد نیز داشته باشیم تا بتوانیم ظرفیت تولیدات کشور را به نمایش بگذاریم. در کشورهای اروپایی یک شرکت تولیدکننده محصول جدید خود را که بازار تشنه آن است به زمان برگزاری نمایشگاه مرتبط موکول می‌کند. ما نیز باید همین نگاه را در صنعت نمایشگاهی کشور داشته باشیم.

چند سال است که فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان کشور درگیر مشکلات اقتصادی هستند. متاسفانه نوسانات بسیار بالایی در حوزه‌های صنعتی، تجاری و اقتصادی کشور داشتیم. این موضوع تاثیر مخرب و مستقیمی بر صنعت نمایشگاهی داشته است. امروزه اولویت تولیدکنندگان پایداری خطوط تولید و حفظ نیروهای انسانی متخصص است و باید اذعان داشت که حضور در نمایشگاه‌ها برای شرکت‌های تولیدی از درجه اعتبار ساقط شده است. تحریم‌های سخت و یک‌طرفه نیز تاثیر سوء بسیار گسترده‌ای در بخش‌های مختلف تولید و صنعت گذاشته است. باید با همدلی تلاش کنیم تا از این وضعیت نابسامان اقتصادی که به وجود آمده گذر کنیم. امیدواریم با برنامه‌های خوبی که دولت سیزدهم در دستور کار دارد بخش اعظمی از مشکلات و چالش‌های امروزی برطرف شود.

◉ روابط و تعاملات بین‌المللی چه تاثیری بر صنعت نمایشگاهی کشور می‌گذارد؟

این موضوع یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در صنعت نمایشگاهی است. قطع همکاری ما با فعالان صنعت نمایشگاهی دنیا موجب شده که نتوانیم خودمان را در این صنعت به‌روز کنیم.

سابق بر این که ارتباط سازنده‌ای میان ما و فعالان نمایشگاهی سایر کشورها برقرار بود تمام تلاش خود را می‌کردیم که همپای آن کشورها خود را در سطح بین‌المللی بالا بکشیم اما از چند سال گذشته که این رشته ارتباط از هم گسسته، نتوانسته‌ایم هیچ‌گونه نوآوری و پیشرفتی در صنعت نمایشگاهی کشور ایجاد کنیم.

همیشه نقد نباید به سمت متولی و دولت باشد. شاید ما به عنوان فعال بخش خصوصی هم در موضوعاتی مقصر باشیم؛ اما نباید فراموش کرد که این قصور دلایلی دارد و شاید همین موضوع قطع روابط ما با خارج از مرزها موجب شده که عملا در به روز کردن صنعت نمایشگاهی کشور به توفیق خاصی دست پیدا نکنیم.

امروزه در دنیا جدیدترین سازه‌های نمایشگاهی و... معرفی می‌شوند اما ما از این فضا فاصله بسیار زیادی داریم. برخی از شرکت‌های طراحی معماری داخلی سازه‌های جدید و نوینی را معرفی می‌کنند. این اقدام بسیار مثمرثمر خواهد بود. اما این شرکت‌ها نیز برای بقا با سختی‌ها و مشکلات فراوانی روبه‌رو هستند.

◉ آیا بخش خصوصی در این میان قصوری نداشته است؟

شاید در این سال‌ها یک فرآیند اجرایی جامع برای صنعت نمایشگاهی پیاده نشده است. در کشورهای اروپایی و آسیای شرقی این فرآیندها وجود دارد و تمام اقدامات مربوط به برگزاری رویداد را پوشش می‌دهد اما متاسفانه ما همچنان در حال استفاده از روش‌های سنتی و قدیمی در صنعت نمایشگاهی کشور هستیم. این ایرادی است که مستقیما به بخش خصوصی وارد است اما نباید فراموش کرد که اگر حمایت‌های کافی در حوزه نمایشگاهی به عمل می‌آمد شاید ما نیز امروزه این امکانات را در صنعت نمایشگاهی کشور داشتیم.

در ایام شیوع ویروس کرونا متوجه شدیم که در سال‌های اخیر اهمیت صنعت نمایشگاهی کشور به هیچ عنوان مورد توجه متولیان و دولتمردان قرار نگرفته و نگاه ویژه‌ای به این حوزه وجود نداشته است. امیدواریم که نگاه‌ها تغییر کند و ما شاهد شکوفایی و رونق دوباره صنعت نمایشگاهی کشور باشیم.

نوبت دوم
م الف ۱۰۷

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین‌نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

بر ۱ بر رای شماره ذیل هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شبانکاره تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی ذیل محرز گردیده است.

لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ سند، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

-رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۲۴۰۰۸۰۰۰۹۳۵ تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی **مراد بارگاهی فرزند سردار کدملی ۶۱۰۹۷۵۰۸۲۴** نسبت به سه‌دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به **مساحت ۳۰۵۳۹/۲۰ مترمربع پلاک ۴۶۷ فرعی از ۷۳۲۸ اصلی** مفروز و مجزی شده از **پلاک ۷۳۲۸ اصلی** واقع در **بخش سه شبانکاره قریه گلدشت** خریداری از مالک رسمی محرز گردیده است.

-رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۲۴۰۰۸۰۰۰۹۳۴ تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی **پری بارگاهی فرزند احمد کدملی ۶۱۰۹۷۴۹۳۹۷** نسبت به سه‌دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به **مساحت ۳۰۵۳۹/۲۰ مترمربع پلاک ۴۶۷ فرعی از ۸۷۳۲ اصلی** مفروز و مجزی شده از **پلاک ۷۳۲۸ اصلی**

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۳/۰۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۱۷

الهمراد رزمجو، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک واحد شبانکاره