صمت

صنعت معدن تجارت

ویژه نامه روزملی صادرات

مهر ماه ۱۴۰۱

وزارت صنعت،معدن و تجارت

سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران

شرکت آلومینای ایران

همچو فرهاد بود کوه کنی پیشه ما



چرا اوج نمی گیریم؟

Zar Group



زر ماکارون
با آرد سمولینا

پاستا

تولیدکننده ۷۰ نوع از محصولات پاستا، لازانیا، پودر کیک و سس پاستا



زر فروکتوز

فروکتوز، گلوکز، مالتودکسترین، نشاسته ذرت

تولید کننده انواع محصولات بر پایه نشاسته ذرت



ZarKam

کانفکشنری

تولیدکننده انواع شکلات، کیک، ویفر و بیسکوییت



شرکت صنعتی آرد زر
Zar Flour Industrial Co

آرد

تولیدکننده انواع آرد گندم



ZarOil

روغن

تولیدکننده انواع روغن سالاد و پخت و پز



ZARGREEN

کود

تولیدکننده انواع کود طبیعی مایع

MULTICAFÉ
Classic



مولتی کافــه کافیست!

multicafe.info
www.multicafe.ir









www.takmakaron.com

1648

AMINA GROUP
Digital Marketing Solution

آمینا گروپ

شرکت آرامش گستران مینا

با خیالی آسوده در فضای آنلاین دیده شوید

- طراحی و پشتیبانی وب سایت
- تبلیغات وسیع در فضای مجازی
- مشاوره تخصصی دیجیتال مارکتینگ
- بهینه سازی سایت (سئو | SEO)
- مدیریت و تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی

- معرفی خدمات و محصولات به مخاطبان هدف
- افزایش فروش | افزایش آگاهی از برند

بلوار میرداماد، خیابان نساء، خیابان سیفیه، پلاک ۳۸، واحد ۶

۰۹۳۳۲۷۲۱۷۱۱ ۰۲۱-۲۲۹۲۴۵۴۹-۵۰

amina-group.com

amina.group






۲۹ مهر
روز ملی صادرات
مبارک باد

کارخانه تولید آهن اسفنجی به روش تونلی

ویژگی های محصول تونلی

- جایگزین قراضه در کوره های القایی
- صرفه جویی ۵ درصدی در مصرف انرژی
- سرباره کمتر نسبت به اسفنجی میدرکس
- واکنش پذیری کمتر نسبت به میدرکس
- کم کربن

محصولات کارخانه

لوله اسفنجی کاویان (تولید فعلی)

Fe(t)=90% *Fe(m)=88%*
S=0.03% *C=0.125~0.7%*
Density= 2.4 ton/m²
Weight= 130~180kg

بریکت سرد (CBI) - کاویان

Density = 4.7 ton/m² *Weight=7kg*

کارآفرینی کل شرکت
در عرض سه سال از بدو تاسیس
۴۰۰ نفر مستقیم و ۶۰۰ نفر غیرمستقیم

کاویان گهر

خیابان انقلاب مجتمع آرتمیس طبقه سوم شرکت صنایع فولاد کاویان گهر سیرجان

۰۳۴۹۱۰۰۱۰۲۰ - ۰۳۴۴۲۳۸۲۷۰۹ - ۰۳۴۴۲۳۸۲۵۷۹ - ۰۳۴ ۴۲۳۸۲۵۷۷ ۹۱۰۰۱۰۲۱

www.kaviangohar.ir @ kaviangohar.steel@gmail.com kaviangohar

گل گهر

رویش باورها در دل کویر



شرکت معدنی و صنعتی گل گهر
GOLGOHAR MINING & INDUSTRIAL COMPANY
روابط عمومی و امور بین الملل

www.geg.ir

۲۹ مهر ماه روز ملّی

صادرات

گرامی باد



ARFA
IRON & STEEL Co.

شرکت آهن و فولاد ارفع
(سهامی خاص)



شرکت آلومینای ایران

۲۹ مهر ماه

روز ملی صادرات

گرامی باد

جاجرم قطب سوم تولید شمش آلومینیوم ایران

جاجرم اولین تولیدکننده‌ی آلومینا در خاورمیانه

خراسان شمالی، شهرستان جاجرم، کیلومتر هفت جاده سنخواست

فروش ۰۵۸ ۳۲۲۷۲۰۸۶ ★ ۰۵۸-۳۲۲۷ ۲۰۸۸ ★ ۰۵۸-۳۲۲۷ ۳۰۸۱

روابط عمومی ۰۵۸ ۳۲۶۰۵۵۳۰

IRANALUMINA.IR

INFO@IRANALUMINA



FARDA MOTORS

آرامش | امنیت | قدرت



FMC
M4 Family Car
موتور قدرتمند میتسوبیشی

Plus HOME SERVICE | NEW 7 Seater

5 سال گارانتی یا یکصد هزار کیلومتر

۰۲۱-۴۸۶۴۵۰۰۰
www.fardamotors.com
fardaco_official

نمایشگاه و دفتر فروش
شریعتی | بالاتر از پل رومی
کیلومتر ۸ جاده مخصوص کرج | خیابان شانزدهم

شرکت معدنی و صنعتی چادرملو
(سهامی خاص)

CMIC

چادرملو
برندی در
کلاس جهانی



صادرات ۲۲۶ هزار تن شمش فولادی در ۷ ماهه ۱۴۰۱

فروش ۷۹۰ هزار تن شمش فولادی در۷ ماهه سال ۱۴۰۱

رشد ۷۰درصدی فروش شمش فولاد
چادرملو نسبت به سال گذشته

تدوام صادرات
تضمین اجرای
طرح ها توسعه

دفتر مرکزی: تهران خیابان ولیعصر
بالاتر ازمیرداماد- بلوار اسفندیار-پلاک ۵۶
۸۸۸۸۳۱۰۲-۸۸۷۷۵۹۳۵
دفتر بازرگانی: ۲۶۲۰۸۰۳۴-۲۶۲۰۸۰۴۵
www.chadormalu.com



سیماران

لوازم خانگی

HOME APPLIANCES







www.simaran.com

سم ریز صادراتی

فهرست

دانش بنیان‌ها لوکوموتیو صادرات ایران ۱۰
فتح بازارهای جهانی به دست صادرکنندگان ایرانی ۱۰
صادرات زیر سایه دیپلماسی ۱۲
چشم‌اندازی برای صادرات ۱۶
توسعه اقتصادی عامل افزایش قدرت در مذاکرات بین المللی ۱۸
حلقه مفقوده اقتصاد ایران ۱۹
خدمات ضعیف ترین بخش صادراتی کشور ۱۹
اتاق بازرگانی بنگاه توزیع عدالت خیالی ۲۰
چشم انداز طلایی گیتی پسند تا ۱۴۱۱ ..... ۲۶
شرکت مهندسی فن آور معادن و فلزات موفق به کسب نشان دانش بنیان شد ۲۷
پرچمدار تولید موتورسیکلت در ایران ۲۸
صنعت ماشین آلات صنایع دارویی راهگشای توسعه و صادرات ۳۰
اقدامات فولاد خوزستان در حوزه محیط زیست یک الگوی کشوری است ۳۲
توسعه صادرات عبور از محدودیت های تجاری ۳۳
IML دیپلمات صادراتی ایران است ۳۴
طرحی طلایی برای توسعه صادرات ایران با نقش آفرینی ویژه نمایشگاه شهر آفتاب ۳۶

صدرنیوز
صنعت معدن تجارت
smtnews.ir

شناسنامه

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی صدرنیوز
مدیرمسئول: ناصر بزرگمهر
مدیر بازرگانی: میلاد محمدی
دبیر ویژه نامه: شهریار خادمی
همکاران: سهیل فرزین
ویراستار: نگار جمالزاده
صفحه‌آرا و گرافیست: فائزه مزینانی
بازرگانی: فاطمه احمدپور، مجید مدنی، امیرحسین حبیبی، الهه بهرام، فریبا کربلایی
ناظر چاپ: بیژن بهادری

نماینده استان خوزستان: بهزاد ساسان‌پور
نماینده استان کرمان: بردیا امیرتیموری

ارتباط با ما

تلفن: ۸۲۱۹۰ - **فکس:** ۸۸۷۱۳۷۳۰
تلفن مرکزی آگهی‌ها: ۳-۸۸۷۲۲۷۳۲
فکس مرکزی آگهی‌ها: ۸۸۷۲۴۲۱۱
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۱۰۵۳۰۸
نشانی: تهران، خیابان قائم‌مقام فراهانی، کوچه آزادگان شماره ۲۶
کد پستی: ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
آگهی: ads@smtnews.ir
ویژه‌نامه‌ها: mag@smtnews.ir

دانش بنیان‌ها لوکوموتیو صادرات ایران



سیدرضا فاطمی امین - وزیر صنعت، معدن و تجارت

صادرکنندگان افتخار آفرین کشور، تمامی امکانات و تلاش خود را در جهت توسعه صادرات غیرنفتی به خدمت گرفته‌اند تا با بهره‌گیری از ظرفیت‌های لجستیکی، فنی، مالی و علمی موجود در کشور در راستای گام‌های دولت برای تسهیل فرآیندهای صادراتی و با توجه به لزوم افزایش مشارکت بخش خصوصی و جامعه علمی کشور در تدوین راهبردهای صادراتی، آثار و تبعات منفی هر تصمیم و سیاستی در حوزه تجارت خارجی کشور را به حداقل ممکن تنزل دهند. حمایت از همه بخش‌های تولید همواره جزو وظایف و خط مشی‌های اصلی وزارت صنعت، معدن و تجارت دولت سیزدهم بوده است. البته وقتی سخن از حمایت از تولید به میان می‌آید منظور حمایت نقطه‌ای نیست؛ بلکه همه بخش‌های تولید را در بر می‌گیرد. تلاش و نگاه ما در وزارت صمت بر این است تا سیاست متوازنی را پیش برده و حوزه‌هایی که ظرفیت تولید داخل دارد را مورد حمایت قرار دهیم و اگر امکان ساخت داخل نبود به واردات روی بیاوریم.

این مسئله انواع تجهیزات، از تجهیزات پزشکی گرفته تا انواع ماشین‌آلات معدنی و راه‌سازی و کشاورزی را در بر می‌گیرد که توجه به این امر دو هدف را در نظر دارد.

هدف اولیه از صادرات محصول، ارزآوری است، اما هدف اصلی از این کار کسب قدرت در جهان است.

بنابراین ضروری است که صادرکنندگان عزیز کشور به این موضوع توجه کرده و کالایی صادر کنند که افتخار آفرین باشد.

به فضل الهی و مدد همکاران و تلاش صادرکنندگان عزیز این مرزوبوم در ۵ ماهه نخست امسال صادرات کشور در مقایسه با مدت مشابه سال با رشد ۲۴ درصدی روبرو شده است. همچنین صادرات غیرنفتی کشور در سال گذشته رقمی بالغبر ۵/۴۸ میلیارد دلار و واردات ۵۲ میلیارد دلار بوده است.

امروز که در این نقطه ایستاده‌ایم تنها ۵/۳ میلیارد دلار تا رسیدن به هدف تراز صفر صادراتی فاصله داریم. با توجه به این که شعار سال و فرمان مقام معظم رهبری بر حوزه دانش‌بنیان تأکید دارد وزارت صمت نیز توجه خود به این بخش مهم را دوچندان کرده است تا اهمیت شرکت‌های صادرکننده کالای دانش‌بنیان بیش از پیش شناخته و معرفی شود.

وزارت صمت بر این باور است که حرکت لوکوموتیوی مانند دانش‌بنیان‌ها تأثیرات بزرگی در اقتصاد کشور خواهد داشت.

نباید فراموش کرد که شرط قدرتمند شدن در سطح بین‌المللی، صادرات کالاهایی است که کمتر کشوری بتواند آن‌ها را صادر کند. در جهان امروز شاخصی به نام شاخص پیچیدگی مطرح شده است و محصولی که سایر کشورها کمتر بتوانند مانند آن را تولید کنند، باعث بالا رفتن این شاخص می‌شود. امروزه کشورها بر اساس شاخص پیچیدگی رتبه‌بندی می‌شوند. در سال ۲۰۰۸ رتبه ایران ۱۱۰ بود و در سال ۲۰۲۱ به رتبه ۶۵ رسیدیم. در همین راستا وزارت صمت دولت سیزدهم با برنامه‌ریزی و تعیین نقشه راه مشخص هدف‌گذاری کرده است که تا سال ۱۴۰۴ ایران سربلند ما به رتبه زیر ۴۰ دست یابد.

روز ملی صادرات روز قدرشناسی و ارج نهادن به صادرات و همه صادرکنندگان است.

صادرکنندگانی که در قامت رزمندگان جنگ اقتصادی این بار در میدان جنگ تحریمی از کیان اسلامی‌شان دفاع می‌کنند و با درایت و رشادت خود دنیا را متحیر کرده‌اند.

در پایان لازم می‌دانم ۲۹ مهرماه روز ملی صادرات را به تمامی فعالان این حوزه که به راستی سرداران جنگ اقتصادی این روزها هستند و هدف ناجوانمردانه‌ترین ترفندهای تحریمی دنیای پوشالی غرب قرار گرفته‌اند تبریک گفته و دستان پرتلاش آنها را به گرمی بفشارم.

فتح بازارهای جهانی به دست صادرکنندگان ایرانی



علیرضا پیمان پاک - معاون وزیر و رییس سازمان توسعه تجارت

جهانی شدن در پی انقلاب ارتباطات و ایده تقسیم کار جهانی تأثیرات عمیقی بر تجارت جهانی داشته به گونه‌ای که شرایط حضور بنگاه‌ها در بازارهای بین‌المللی نیز دستخوش دگرگونی شده است. در این میان با توجه به پیچیده شدن جریان تولید کالا و خدمات در سایه سرمایه و فناوری، عبور از صادرات تک‌محصولی و خام فروشی و حرکت به سمت ایجاد ارزش افزوده بیشتر به منظور حضور مثمرثمر در فرآیند تولید جهانی ضروری است. با این وصف و در حالی که دنیا با پیامدهای مختلف سیاسی و اجتماعی دست و پنجه نرم کرده و تجارت جهانی نیز با تأثیرپذیری از آن دستخوش تغییراتی شده است، غیورمردان و شیر زنان کشوری در استراتژیک‌ترین منطقه جهان، علیرغم تهدیدها و تحریم‌های بین‌المللی به فتح بازارهای جهانی و ارتقای جایگاه کالاها و خدمات ایرانی در چرخه تجارت بین‌الملل همت گماشته و در پرتو رهنمودهای رهبر انقلاب در شاهراه اقتصاد مقاومتی طی طریق می‌کنند.

بدون شک دستیابی به جایگاه در شأن کالاها و خدمات ایرانی در دل بازارهای دنیا و در فرآیند تجارت جهانی در گرو تلاش‌های بی‌وقفه صادرکنندگان و فعالان تجاری در بحبوحه جنگ اقتصادی بوده و از این رو هر سال، ۲۹ مهرماه در آیین بزرگداشت روز ملی صادرات، با صادرکنندگان در راستای آرمان‌های والای ایران اسلامی در مسیر توسعه همه‌جانبه، به ویژه اقتصادی، تجدید پیمان می‌کنیم.

عزم دولت سیزدهم در توسعه صادرات غیرنفتی در برنامه‌ریزی برای تنوع بازارهای هدف، اهتمام به ایجاد و تقویت زیرساخت‌های صادراتی و حمایت از صادرکنندگان تبلور یافته و توجه به مقوله دیپلماسی اقتصادی از رویکردهای اصلی محسوب می‌شود که شاهد این مدعا، عضویت دائم ایران در پیمان شانگهای و دیگر دستاوردهای مهم در حوزه تجارت خارجی ایران اسلامی است. سازمان توسعه تجارت ایران به عنوان متولی تجارت خارجی کشور در کسوت اولویت گذار، تنظیم گر، تسهیل گر و ناظر، در کنار صادرکنندگان که نقش آفرینان و جهادگران این عرصه هستند می‌تواند به اهداف توسعه‌ای کشور دست یابد. در پایان، بر خود لازم می‌دانم سپاسگزار و قدردان تلاش‌های بی‌دریغ صادرکنندگان و فعالان اقتصادی کشور باشم، امید است در پرتو الطاف امام هشتم، علی بن موسی‌الرضا (ع) در خدمتگزاری و آبادسازی ایران اسلامی توفیق چشمگیری داشته باشیم.

یزدباف

یزدباف بزرگترین کارخانجات نساجی در خاورمیانه

کارخانجات ریسندگی، بافندگی، چاپ و تکمیل انواع پارچه‌ها با ترکیب پنبه، الیاف مصنوعی و یا مخلوط آنها.



ریسندگی:
قابلیت تولید سالیانه ۱۱۰۰۰ تن انواع نخ‌های پنبه‌ای، پنبه‌ای شانه شده، الیاف مصنوعی و مخلوط آنها و همچنین تولید سالیانه ۱۵۰۰ تن نخ دولاتاب.



بافندگی:
تولید سالیانه حدود ۶۰ میلیون مترمربع پارچه‌ی ملحفه‌ای، پیراهنی، شلواری، مانتویی، چادر مشکی و پتوی سبک در دو سیستم پروژکتایل و راپیر با عرض‌های ۲۲۰، ۳۳۰ و ۳۶۰ سانتی‌متر.



رنگرزی، چاپ و تکمیل:
رنگرزی مداوم تاعرض ۲۰۰ سانتی‌متر سالیانه به مقدار بیش از ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ مترمربع .
رنگرزی نخ و الیاف سالیانه حدود ۴۰۰ تن نخ پنبه‌ای، مصنوعی و مخلوط آنها.
چاپ انواع پارچه‌های پنبه‌ای، الیاف مصنوعی و مخلوط آنها به روش روتاری و تخت سالیانه به مقدار ۲۹/۰۰۰/۰۰۰ متر مربع.



دوخت و دوز:
محصولات این شرکت برای مصرف‌کنندگان نهایی نیز تولید می شود و عبارتند از مجموعه‌های منسوجات خانگی و پوشاک مردانه، زنانه و کودکان که در فروشگاه‌ها و نمایندگی‌های یزدباف در سراسر ایران به مشتریان عرضه می‌شود.

کارخانه: یزد - بلوار جمهوری اسلامی - بلوار یزدباف
تلفن: ۰۳۵-۳۵۲۵۰۰۱۳
دفتر تهران: خیابان انقلاب - چهارراه کالج - پلاک ۷۲۳
تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۶۳۳۹۵

www.yazdbaf.com
@yazdbafshop

صادرات زیر سایه دیپلماسی








بر اساس اسناد بالادستی به‌ویژه سند چشم‌انداز بیست‌ساله ۱۴۰۴، جمهوری اسلامی ایران، کشوری توسعه‌یافته در جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه و دارای تعامل فعال و سازنده با اقتصاد جهانی تعریف شده است.

این هدف مهم محقق نمی‌شود مگر از همه ظرفیت‌های اقتصادی ازجمله صادرات محصولات نفتی و غیرنفتی، اتکا به تولید داخل و فرآیند پیچیده دیپلماسی اقتصادی در قالب سیاست خارجی به‌طور کامل و مفید استفاده شود.

دولت یازدهم و به‌ویژه دولت دوازدهم، سیاست خارجی خود را اقتصادمحور و مطابق اهداف اسناد بالادستی با هدف کمک به توسعه و رفاه ملی از طریق تعامل سازنده و موثر در روابط بین‌الملل عنوان کردند. لازم به ذکر است دولت یازدهم با حل مناقشه هسته‌ای گام بلندی در این مسیر برداشت اما با خروج امریکا از برجام، صادرات کشور دستخوش تغییرات بسیار شد.

در این حین، دولت سیزدهم روی کار آمد. مهم‌ترین چالش دولت سیزدهم در آغاز کار، اقتصاد و تأمین معیشت مردم بود اما درعین‌حال تعیین دستمزد عادلانه برای کارگران، تفکیک پیشران‌های اقتصادی کشور از مذاکرات وین، پایان دادن به رانت ارزی و دیپلماسی بدیع و گسترش روابط با همسایگان و افزایش صادرات در منطقه و فرا منطقه‌ای به کانون تمرکز گروه اقتصادی این دولت تبدیل شد.

بدون تردید در عصر جهانی‌شدن اقتصاد، متغیرهای امنیتی و سیاسی اهمیت پیشین خود را در تعریف جایگاه کشورها در سطح بین‌المللی از دست داده‌اند و اهمیت متغیرهای اقتصادی و فنی افزایش یافته است. بسیاری از کشورهای درحال‌توسعه اکنون از موفقیت قابل‌توجهی در عرصه اقتصاد جهانی بهره‌مند شده‌اند زیرا از صادرات توانمندی در قالب استفاده بهینه از دیپلماسی اقتصادی برخوردارند.

بدون تردید کارآمدی این رهیافت در مورد کشورهای مختلف یکسان نیست. همچنین توجه به نیازها و امکانات بخش خصوصی بسیار حائز اهمیت است زیرا این بخش و اصناف گروه‌های دیگر مانند اتاق بازرگانی صنایع و معادن و ... عمده مسئولیت روابط تجاری و اقتصادی کشور بر عهده دارند. ما در صمت برای دستیابی به پاسخ این سوال که راه اوج‌گیری اقتصاد ایران چیست، با چند تن از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به گفتگو نشستیم.

صادرات به‌شرط تامین نیاز داخل

جلال رشیدی کوچی عضو کمیسیون امور داخلی و شوراهای مجلس در مورد موضوع یادشده اظهار کرد: مدتی است در مجلس یازدهم شاهد این هستیم که به شکل ویژه‌ای هیئت‌هایی از مجلس به کشورهای مختلف سفر می‌کنند و محور تمام این گفتگوها هم تقویت دیپلماسی پارلمانی حول محور اقتصاد است.

چندی پیش بود که هیئتی به عمان، روسیه، ونزوئلا و کشورهای دیگر اعزام شدند.

آقای قالیباف نیز به تاجیکستان و کشورهای آسیایی سفرهایی داشتند و این نشان می‌دهد نگاه مجلس نگاه متعالی به‌ویژه در حوزه دیپلماسی پارلمانی و تقویت این دیپلماسی است.

وی افزود: ما در کنار دولت و با هماهنگی‌هایی که وجود دارد این اقدامات را انجام می‌دهیم به نظر می‌رسد گام بسیار بلندی است، امروز ما می‌بینیم صادرات کشور حول محور دیپلماسی اقتصادی در حال تقویت است و جایگاه خود را بازیابی می‌کند.نماینده مردم مرودشت در مجلس شورای اسلامی در مورد عملکرد دولت در حوزه اقتصاد داخلی و خارجی اظهار کرد: ما در حوزه خارجی قدم‌های مثبتی برداشتیم اما آنچه مسلم است، آن است که این اقدامات اثر خود را در میان‌مدت و در بلندمدت نشان می‌دهند. نیاز است با توجه به افزایش قیمت‌هایی که اتفاق افتاده است فکری برای حوزه اقتصاد داخلی در کوتاه‌مدت کنیم . دولت از این موضوع تحت عنوان جراحی اقتصادی یادکرده است.اکنون شاهد این هستیم گرانی‌هایی که شکل گرفته استمرار دارد و دخل‌وخرج مردم با یکدیگر هم‌خوانی ندارد. من احساس می‌کنم که دولت در این زمینه باید وزارتخانه‌های مربوطه را تقویت و فعال‌تر کند تا حداقل این گرانی‌ها بر دوش مردم نباشد و بتوانیم به‌طور مطلوب از این شرایط عبور کنیم.رشیدی کوچی ادامه داد: به نظر من شرایط کشور در حوزه اقتصادی شرایط بسیار نامناسبی است. لذا نیاز است که دولت هر چه سریع‌تر فکری به حال این اقتصاد کند. زمانی صادرات موفق و خوب پیش می‌رود که در داخل اتفاقات مثبتی افتاده باشد.

من امیدوارم که دولت هر چه سریع‌تر سازوکاری اخذ کند تا سرمایه اجتماعی خود را کم‌تر از دست دهد. رشیدی کوچی در پایان اظهار کرد: به نظر من دولت الان تمرکزش را بر حوزه آب گذاشته است. این تمرکز باید بر حوزه راه نیز باشد. وقتی ما خودمان قیر نیاز داریم لزومی ندارد صادر کنیم.

اول باید بتوانیم نیاز داخل را تامین کنیم و سپس صادرات را انجام دهیم. این اقدامات می‌تواند رضایت‌مندی ایجاد کند. نظارت و بازرسی نیز نقش پررنگی در این زمینه ایفا می‌کند. اکنون به‌وضوح مشخص است که دولت هیچ نظارتی ندارد و هر فرد هر کاری که بخواهد انجام می‌دهد و این مسئله نگران کننده است. از دولت آقای رئیسی انتظار و توقع این بود که نظارت‌ها را تقویت کند از ظرفیت‌های مختلفی که وجود دارد استفاده کند اما می‌بینیم که نظارتی نیست و اگر هم نظارتی باشد نظارت‌های سطحی است.

اقتصاد از سیاست جدا نیست

علیرضا پاک‌فطرت نماینده مردم شیراز در مجلس شورای اسلامی در مورد موضوع یادشده اظهار کرد: نه‌تنها اقتصاد و سیاست از یکدیگر جدا نیستند بلکه در رابطه‌ای تنگاتنگ باهم قرار دارند و برهم اثرگذارند؛ اما دولت‌ها باید بتوانند تفکیک موردنیاز را در این زمینه انجام دهند. وضعیت دیپلماسی اقتصادی دولت نسبت به قبل رشد داشته اما همواره باید به خاطر داشته باشیم با کشورهایی رابطه برقرار کنیم که در بحث اقتصادی می‌توانند به ما کمک بیشتری کنند نه اینکه به سمت کشورهایی رویم که نیازمند ما هستند و ما باید به آنها کمک کنیم.

او با بیان اینکه در شرایط حصر اقتصادی کنونی نیازمند صادرات هستیم، افزود: اتاق بازرگانی باید حضور فعال‌تری در میدان و مجلس داشته باشد.

به نظر من باید حداقل ۵ درصد نمایندگان مجلس از بین فعالان اقتصادی مجرب و اقتصاددانان باسابقه برگزیده شوند.

نماینده مردم شیراز و زرقان در مجلس شورای اسلامی با اشاره به ضرورت تامین نیاز مصرف‌کنندگان داخلی و کشورهای هم‌جوار با ایران، خاطرنشان کرد: ۸۵ میلیون نفر در کشور و حدود ۸۰۰ میلیون نفر مصرف‌کننده در کشورهای هم‌جوار ما حضور دارند اما ایران در تامین نیاز مصرف‌کنندگان خارجی تنها ۲ درصد سهم دارد، درحالی‌که به‌راحتی می‌توانیم این میزان را به ۶ درصد رسانیم.

وی یکی از موانع تولیدکنندگان و صادرکنندگان را بروکراسی اداری دانست و اظهار کرد: سیستم اداری ما معیوب است. برخی از کارکنان که تخصص چندانی ندارند در پی آنند کار تولیدکنندگان و صادرکنندگان را تسهیل کنند اما فعالیت‌هایشان ثمربخش نیست و باید تعداد منابع انسانی فعلی را به یک‌پنجم یا نهایتاً به نصف رسانیم. پاک‌فطرت ادامه داد: هر کاری که بخواهیم در زمینه صادرات یا تولید انجام دهیم باید در تهران تایید شود و مدیران استان ما در صنعت، معدن، تجارت و دیگر حوزه‌ها هیچ اختیاری در استان ندارند. انتظار داریم دولت مرکزی زانوی خود را از گلوی استان‌ها بردارد تا استان‌های مختلف نیز بتوانند باهم رقابت و رشد کنند. نبود مشوق‌های صادراتی و منفعل بودن وزارت امور خارجه و سفارتخانه‌ها از دیگر موانع موجود بر سر راه است.

وی افزود: ما امروز نیازهای متعددی در زمینه مسائل اقتصادی داریم که باید رفع شوند. کشور ما از نظر نیروی انسانی و امکانات کشور قدرتمندی است اما باید یک سری کشورهای قوی‌تر را به میدان آوریم و از کمک‌های آنان نیز بهره‌مند شویم؛ باید بتوانیم با آنها روابط اقتصادی برقرار کنیم و در موضوعات مختلف اقتصادی آنها را الگوی خود قرار دهیم.این‌گونه شاهد شکوفایی هرچه بیشتر اقتصاد کشورمان خواهیم بود.

پاک‌فطرت با بیان اینکه مشکل اقتصاد ما باورهای اشتباه است، اظهار کرد: ما متاسفانه در کشورمان به سمت پرورش افراد نیازمند حرکت می‌کنیم؛ برای مثال بخشی مانند کمیته امداد را گسترش می‌دهیم.

ما باید فرهنگ کار و تلاش را در کشورمان جاری سازیم. متاسفانه فرهنگ کار و تلاش در کشور ما از جایگاه مناسبی برخوردار نیست و توجه لازم را به سخنان رهبری نکرده‌ایم.

مقام معظم رهبری بارها فرموده‌اند تولید، اشتغال، کار مضاعف، همت مضاعف اما ما توجهی به این دست از صحبت‌ها نداشته‌ایم.

وی ادامه داد: اگر می‌خواهیم تولید کنیم باید ابتدا فرهنگ کار و تلاش را در جوانانمان نهادینه سازیم.

کار و تلاش این نیست که در ادارات آنها را استخدام کنیم و پشت‌میزنشین شوند.

تولید در اقتصاد هر کشوری حرف اول را می‌زند. باید بتوانیم توانایی‌های خود را در این زمینه افزایش و تفکر خودمان را تغییر دهیم. ما کاری کردیم که دست افراد جامعه در جیب دولت است درصورتی‌که این امر باید برعکس آن در جامعه جاری باشد. برای مثال دولت باید از مردم مالیات گیرد. البته نه به شکل فعلی، من به این روش اعتقادی ندارم. هنگامی‌که تولید و صادرات افزایش یافت و شاهد شکوفایی اقتصاد کشور بودیم باید مالیات اخذ شود؛ در غیر این صورت تولید زمین می‌خورد و صادرات کاهش می‌یابد.

نماینده دوره یازدهم مجلس در پاسخ به این سوال که جایگاه بخش خصوصی در اقتصاد کجاست، اظهار کرد: متاسفانه بخش خصوصی آن‌طور که بایدوشاید جایگاه خود را در چرخه اقتصادی کشور پیدا نکرده، هرچند که در زمینه دلالی و واسطه‌گری، بخش خصوصی جایگاه پررنگی را تصاحب کرده است. مثلاً این بخش در گران کردن کالاها نقش ویژه‌ای را ایفا می‌کند.

درواقع دلال‌ها هم یک نوع بخش خصوصی هستند. وقتی می‌گوییم بخش خصوصی یعنی کسانی که خارج از دولت در حال کار هستند.

ضعف اساسی در صادرات محصولات کشاورزی

احمد علیرضا بیگی نماینده مردم تبریز در مجلس شورای اسلامی در مورد موضوع یادشده اظهار کرد: ما صادرات قدرتمندی نداریم. البته این موضوع نسبت به گذشته جای امیدواری دارد. مزیت کشور ما نفت و انرژی است.

ما باید بتوانیم نفت و انرژی را به ثروت تبدیل و آن را در کشور صرف امور زیرساختی کنیم اما دولت گذشته نتوانسته در این زمینه امیدوارکننده عمل کند؛ برای مثال در موضوع انتقال گاز ما نتوانستیم تامین کننده انحصاری دو قدرت نوظهور آسیا (چین و هند) باشیم و اقدامات لازم را در این زمینه انجام ندادیم.

وی ادامه داد: در دولت آقای احمدی‌نژاد خط لوله گاز تا پاکستان راه‌اندازی کردیم زیرا رهبر انقلاب انجام این امر را سفارش کرده بودند. همچنین فرمودند رضایت طرف پاکستانی را بگیرید تا خط لوله ما از پاکستان عبور کند و بتوانیم به هند و چین گاز دهیم. زیرا وقتی این اتفاق رقم خورد آن‌ها در قبال ثبات و امنیت کشور ما خودشان را مسئول می‌دانند به دلیل اینکه تمام شریان‌های حیاتیشان به این خط لوله وابسته خواهد بود.

این امر همانند اتفاقی است که برای کشورهای اروپایی به وقوع پیوسته و آنها به‌واسطه این‌که انرژیشان از طریق روسیه به‌صورت انحصاری تامین می‌شود، در راستای جنگ این کشور با اوکراین نتوانسته‌اند کاری انجام دهند.

عضو کمیسیون امور داخلی کشور و شوراهای مجلس شورای اسلامی بیان کرد: همه ما با ناباوری تمام دیدیم با وجود فشاری که آمریکا تحمیل می‌کرد پاکستان پذیرفته بود که این خط لوله را عبور دهد. اما آقای زنگنه در استانبول زیر میز مذاکره می‌زند و اعلام می‌کند ما حاضر نیستیم گاز را با این قیمت به اسلام‌آباد دهیم.

علیرضا بیگی ادامه داد: در این شرایط آمریکا به خواسته‌اش می‌رسد و مانع از فعال شدن این خط لوله می‌شود. سوآپ گازی ترکمنستان و آذربایجان و کارهای ابتکاری جدیدی رخ داده است اما کافی نیست. وقتی ما توانستیم کشور را در تولید بنزین به خودکفایی رسانیم، می‌توانیم این ماده را در دریای کارائیب با طلا معاوضه کنیم.

ما می‌توانیم محصولات و مشتقات نفتی را در منطقه به همسایگان خود صادر و مشکلات اقتصادی کشور را حل کنیم.نماینده دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی اظهار کرد: محصولات کشاورزی ما در ارومیه و آذربایجان شرقی موردنیاز کشورهای مختلف آسیایی است ولی ما در حوزه صادرات این محصولات اقدامات لازم را مشاهده نمی‌کنیم. آیا کیوی شمال و پرتقال مازندران در بازارهای جهانی راه پیدا می‌کند؟ پسته چطور؟ این‌ها همه نشان می‌دهد که ما در این زمینه با مشکلات متعددی دست‌وپنجه نرم می‌کنیم و اکنون شاهدیم کشاورزان محصولات سال گذشته را از سردخانه‌ها بیرون آورده‌اند و دور ریخته‌اند. ظرفیت‌های کشاورزی ایران برای صادرات، یک منبع استثنایی برای درآمدزایی است.

وی در پایان در پاسخ به این سوال که راهکار حل این مشکلات چیست، اظهار کرد: ما نیازمند استفاده از دیپلماسی اقتصادی برای بهبود صادرات هستیم.

امروز اگر به ما بگویند در سفارتخانه‌های مهمی که می‌توانند در این زمینه موثر واقع شوند ما چند نفر رایزن اقتصادی داریم، جواب چیست؟ برای مثال ترکیه کشوری است که به جهات مختلف می‌تواند با ما در یک تراز قرار گیرد.

سفارت این کشور در ایران چه تعداد کارشناس اقتصادی دارد؟ روسیه چه تعداد کارشناس اقتصادی دارد؟ آیا ما در این کشورها اصلاً رایزن داریم؟ من تصور می‌کنم حتی در روسیه که بیشترین روابط اقتصادی ما با این کشور انجام می‌شود، تعداد کارشناسان اقتصادی ما از یک تا دو نفر فراتر نرفته باشد و سوال این است که در این شرایط صادرات افزایش پیدا خواهد کرد یا خیر؟

رابطه اقتصادی با همسایگان امری مبارک است

معین‌الدین سعیدی، نماینده دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی در مورد موضوع یادشده به صمت گفت: بنده رویکرد دولت در بخش صادرات را که بر مبنای ارتقای روابط با کشور همسایه است را رویکردی مثبت ارزیابی می‌کنم.

این امر سبب شده که تبادلات مرزی ما افزایش پیدا کند ما اکنون تقریباً با ۱۵ کشور همسایه در ارتباط اقتصادی هستیم.

این ارتباط در روند دور زدن تحریم‌ها نیز موثر است و سبب می‌شود تا در این مسیر موفق‌تر عمل کنیم. بنابراین اتفاقاتی که در حوزه اقتصادی با کشورهای همسایه رخ می‌دهد را امر مبارکی می‌دانیم.

سعیدی در پاسخ به این سوال که برخی کشورها در کنار اختلافات سیاسی، مراودات اقتصادیشان با امریکا در جریان است، چرا ایران این‌گونه سیاستی ندارد، اظهار کرد: این امریکا بود که به زیر میز زد. ما راضی به همان سه شرط عزت، حکمت و مصلحت بودیم.

اما وقتی طرف امریکایی یک‌طرفه به زیر میز مذاکره زد، عملاً نمی‌توان بازیگران دیپلماسی کشور را مقصر دانست. لذا باید از امریکا پرسید که چرا برخلاف تمام تعهدات بین‌المللی به‌صورت یک‌جانبه از برجام خارج شد.

وی با بیان اینکه قطعاً مهم‌ترین مشکل اقتصاد کشور تورم است، اظهار کرد: دولت برای کنترل تورم دست به جراحی اقتصادی زد و ارز ۴۲۰۰ تومانی را از اقتصاد کشور حذف کرد که اصل پذیرفته‌ای بود. همگان معتقدیم که ارز ۴۲۰۰ تومانی منبع رانت گسترده و فساد بود اما روشش ابداً مبتنی بر آنچه می‌توانست باعث کنترل تورم شود، نبود. دولت به‌جای آنکه بیاید بر اساس مصوبه مجلس یعنی دادن کالاهای اساسی از طریق کالابرگ با قیمت شهریور ۱۴۰۰ اقدام کند، آمد یارانه‌هایی با ارزش ۳۰۰ و ۴۰۰ هزارتومانی به مردم داد که این کار سبب افزایش نقدینگی و سپس افزایش نرخ تورم شد.

قطعاً اگر دولت بنایی بر کنترل تورم دارد طبیعتاً باید تغییراتی در این حوزه ایجاد کند.

صادرات تحت پوشش دیپلماسی اقتصادی

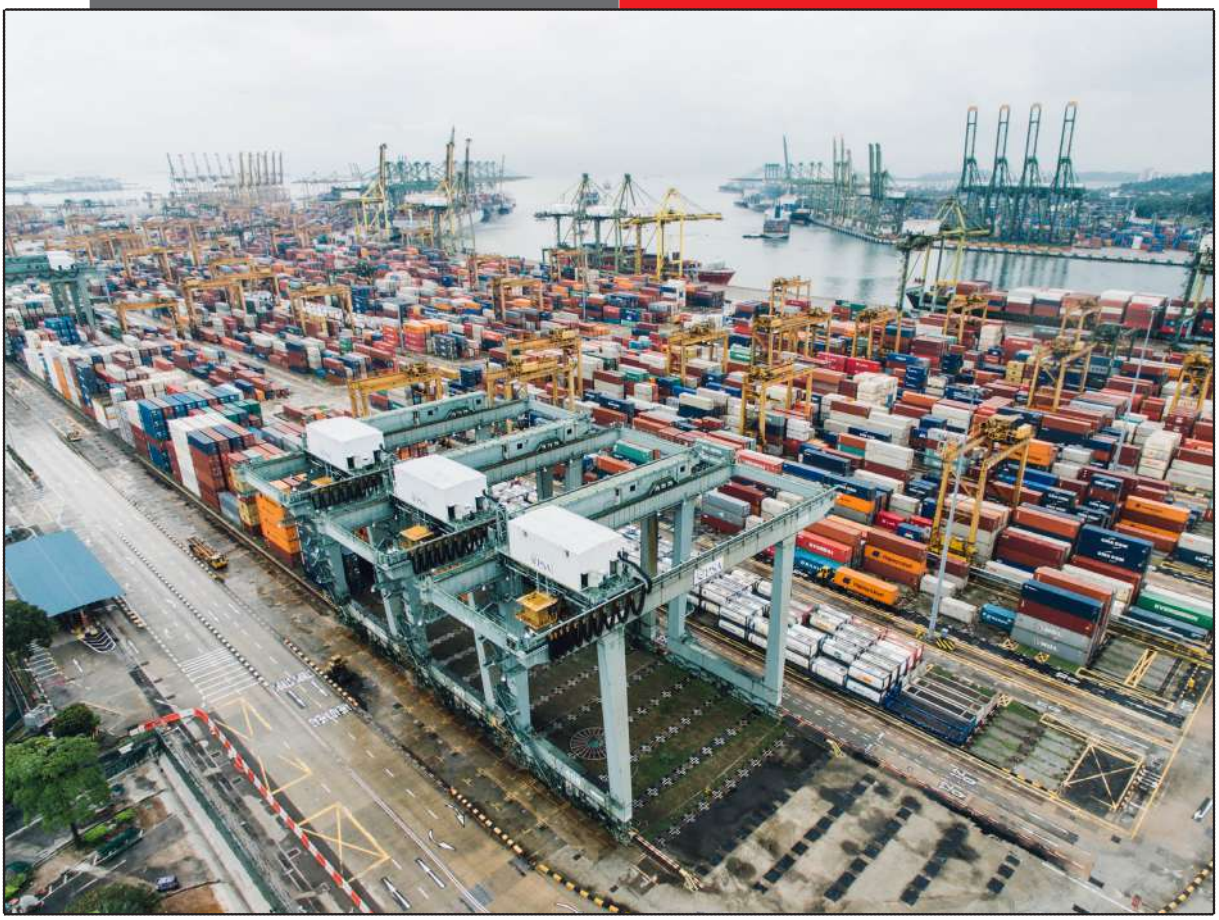
عباس مقتدای خوراسگانی نایب‌رئیس دوم کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی در گفتگو با صمت در مورد موضوع ذکرشده گفت: یکی از نکات برجسته‌ای که مجلس یازدهم به دنبال آن بود و به هنگام رای اعتماد به وزرا نیز آن را پیش‌بینی کرد، مبحث دیپلماسی اقتصادی است.

بنده به‌عنوان فردی که سال‌ها مسئولیت دیپلماسی اقتصادی را در کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجه را بر عهده داشتم با وزرای پیشنهادی صمت، جهاد کشاورزی، اقتصاد. امور خارجه و نفت، مذاکراتی داشته‌ام تا دریابم در برنامه پیشنهادی آنها موضوع دیپلماسی اقتصادی برجسته دیده می‌شود یا خیر؟

نماینده مردم اصفهان در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: به نظر می‌رسد دولت سیزدهم، موضوع دیپلماسی اقتصادی را موردتوجه قرار داده است اما همچنان تا رسیدن به نقطه مطلوب فاصله داریم.

اکنون شاهد این هستیم که دولت خیزی بلند برای صادرات تحت پوشش دیپلماسی اقتصادی برداشته و این موضوع در فعالیت‌های دولت به‌طور کامل مشهود است.

به همین جهت وزارت امور خارجه در کانون توجه است و به نظر می‌رسد در کوتاه‌مدت بخشی از ناکارآمدی دولت قبل را در این جهت جبران کند.



عرصه سیاست و اقتصاد را باید واقع گرایانه نگریست

محمود عباس‌زاده عضو کمیسیون امنیت ملی مجلس شورای اسلامی در مورد موضوع یادشده اظهار کرد: دیپلماسی خارجی ما برای تحقق دیپلماسی اقتصادی نیاز به تحول ساختاری دارد؛ یعنی دستگاه دیپلماسی ما با این ساختار، افراد، سفارتخانه‌ها و این شیوه‌ها نمی‌تواند دیپلماسی اقتصادی داشته باشد. به نظرم ما به تغییری اساسی در ساختار نیازمندیم. این امری است که آقای امیر عبدالهیان هم قولش را داده بودند ولی نشانه‌هایش را کم‌تر می‌بینیم. باید بدانیم که کشاورزی، صنعت و تجارت چه جایگاهی در اقتصاد و صادرات ما دارند. درمجموع می‌توان گفت ما نیاز به تغییرات ساختاری در وزارت امور خارجه و در دستگاه دیپلماسی خارجی داریم.وی افزود: بنده خودم روی این موضوع کار کرده‌ام که کجاها را می‌شود اصلاح کرد، در همین راستا ۲۴ مورد را اعلام کردم و منتظر هستم در جلسه و محفلی این‌ها را به دوستانمان در وزارت خارجه تحویل دهم. ما ۴۰ و اندی سال بعد از انقلاب هنوز یک تعریف جامع و کامل و مورد توافقی از منافع ملی و دوست دشمن ارائه نداده‌ایم.

عباس زاده ادامه داد: متاسفانه نمی‌توانیم از فرصت‌هایی که در منطقه به‌ویژه در افغانستان، عراق و سوریه به وجود می‌آید نهایت استفاده را ببریم. نمی‌توانیم از قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران بهره‌مند شویم. این موارد را یادداشت و نیاز به تغییر ساختاری در دستگاه دیپلماسی خارجی را تبیین کرده‌ام تا در یک نشست تمامی آنها را توضیح دهم.نماینده مردم مشکین‌شهر در مورد اینکه آیا این اسناد محرمانه است یا خیر اظهار کرد: خیر این اسناد محرمانه نیست. اتفاقاً ما این موارد را منتشر می‌کنیم تا بازخوردی نیز از طرف جامعه دانشگاهی، نخبگان کشور و اصحاب رسانه داشته باشیم. من اعتقاد دارم کارهای ما شخصیت محور است. آقای مهدی صفری که در حوزه دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه است شخصاً تجربیاتی در جهان دارد و تحرکاتی انجام داده است ولی من تحرکات را کافی و وافی نمی‌دانم.عضو کمیسیون امنیت ملی مجلس شورای اسلامی نظر خود را در مورد تاثیر اختلافات سیاسی بر مراوده‌های اقتصادی این گونه بیان کرد: ما باید واقع‌گرایانه به عرصه سیاست و اقتصاد نگاه کنیم. آمریکا در دنیا یک قدرت است و از یک‌صد سال پیش برای تصاحب مناسبات حاکم بر جهان اقدام کرده‌اند. آنها وارثان استعمار کهن در قالبی نو هستند. در حال حاضر همان اهدافی را دنبال می‌کنند که صدسال پیش داشته‌اند. آنها اکنون امپراتور رسانه هستند. پیش‌ازاین امپراتور اسب، توپ و تفنگ در اختیار داشت اما اکنون این موارد به رسانه، نرم‌افزار، ماهواره، ارتباطات و سایبر تبدیل شده‌اند. ما یک هژمونی یک‌جانبه‌گرایی را روبه‌رو هستیم.عباس‌زاده ادامه داد: استقلال در مقابل این جریان یک‌طرفه مزایای بسیار زیادی به همراه دارد اما طبیعتاً فشارهایی هم نیز در پی خواهد داشت. بنده زمانی که این موارد را سبک و سنگین می‌کنم، می‌بینم فشارها اصلاً قابل قیاس با مزایای استقلال یک کشور نیست. همه مشکلات ما طبیعی است، وقتی با طرف مقابل گفتمانی را برقرار می‌کنید طرف مقابل فشار می‌آورد. نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی در پایان اظهار کرد: شما سر کوچه‌ای، درست مقابل یک مغازه، دکانی تاسیس کنید؛ قطعاً در مسیرتان سنگ‌اندازی می‌کنند.

این امر کاملاً طبیعی است. جمهوری اسلامی یک روند و عملکردی بسیار جذاب ارائه می‌دهد؛ لذا طبیعی است که فشار می‌آورند. این حجم از فشار نیز بی تاثیر نیست. این یک واقعیت است اما بخشی عمده‌ای از مشکلات کشور ما از نوع نگاه‌ها و شیوه‌های مدیریتی خودمان نشئت می‌گیرد. به نظر من سیاست خارجی ادامه سیاست داخلی است و ما می‌توانیم در داخل کشور بسیار مطلوب‌تر عمل کنیم. درمجموع می‌توان گفت ما در مجلس به دنبال این هستیم تا اصلاحات لازم را در رویه‌ها انجام دهیم.

در گفتگوی صمت با سه تن از نمایندگان مجلس شورای اسلامی مطرح شد:

چشم‌اندازی برای صادرات





یکی از متغیرهای مهم اقتصادی در هر جامعه، میزان تولید و روند صادرات است. این امر در ایران یکی از اهداف مهم برنامه‌های عمرانی و توسعه کشور هم بوده و هست. معمولاً جوامعی که از سطح تولید بالا و رشد اقتصادی سریع و مستمر بهره‌مندند، به‌شرط توزیع متناسب درآمد، از سطح زندگی بالاتری نسبت به سایر کشورها برخوردار هستند. سؤال این است که چه عواملی سبب رشد اقتصادی یا رشد تولید و صادرات یک کشور می‌شوند؟ در کتب اقتصادی دلیل نخست تغییر تولید ناخالص داخلی یا ملی این است که مقدار منابع موجود در اقتصاد تغییر کند. منابع اقتصادی به سرمایه و نیروی کار تقسیم می‌شود. نیروی کار شامل افرادی است که یا شاغلند یا در جست‌وجوی شغل هستند، طی زمان رشد می‌کنند و بنابراین یک منبع افزایش تولید به شمار می‌آیند. از طرف دیگر، ذخیره سرمایه مانند ساختمان‌ها، ماشین‌آلات اگر طی زمان رشد یافتند، افزایش تولید و سپس صادرات را امکان‌پذیر می‌کنند. بنابراین افزایش در میزان موجودی عوامل تولید یعنی نیروی کار و سرمایه که در تولید کالا و خدمات مورداستفاده قرار می‌گیرند، دلیل بخشی از افزایش تولید ناخالص داخلی واقعی است. دلیل دوم برای تغییر محصول ناخالص داخلی واقعی این است که کارایی عوامل تولید می‌توانند تغییر کند. طی زمان همین عوامل تولید می‌توانند محصول بیشتری را تولید کنند. این افزایش در کارایی تولید یا بهره‌وری، درنتیجه تغییرات در دانش، ازجمله فراگیری در ضمن کار و ... حاصل می‌شود. به عبارتی مردم از طریق تجربه یاد می‌گیرند وظایف مشابه را بهتر انجام دهند.از منظر کاربردی عوامل مؤثر بر سطح تولید و رشد صادرات همواره موردتوجه محققان و تصمیم گیران بوده و هست. برخی از این عوامل اقتصادی و برخی دیگر غیراقتصادی هستند. پیرامون تأثیر عوامل اقتصادی نظیر سرمایه، نیروی کار و عوامل دیگری چون واردات، نقدینگی، مخارج دولت و ... بر رشد اقتصادی در ایران، مطالعات تجربی متعددی انجام شده است. مهم‌ترین مزیت این عوامل در مقایسه با عوامل کیفی و بعضاً غیراقتصادی، قابلیت اندازه‌گیری و در دسترس بودن مقادیر سری زمانی آن‌ها طی سال‌های مختلف است. اما شاید به‌جرئت بتوان گفت عوامل کیفی نقش تعیین‌کننده‌تری تا عوامل مرسوم اقتصادی همچون نیروی کار و سرمایه در رشد اقتصادی دارند. حال سؤالی که مطرح می‌شود این است که چه عوامل مهمی دخیل در رشد صادرات و سپس رشد اقتصاد وابسته به آن است. در همین راستا ما در صمت با سه نماینده مجلس یازدهم به گفتگو نشستیم:

تهدید را به فرصت تبدیل کنیم

جعفر قادری نماینده مردم شیراز در مجلس در مورد موضوع یاد شده اظهار کرد: تلاش‌ها و زحماتی که مجموعه دولتی و بخش خصوصی داشته‌اند، قابل‌تحسین است. اما از تمام ظرفیت‌ها به‌درستی استفاده نشده است. ما ظرفیت‌های بسیار بالایی داریم، اکنون در شرایط تحریم هستیم و برای رسیدن به فناوری‌های روز دنیا و همچنین واردات و صادرات محدود هستیم. اما مزیت تحریم‌ها آن است که شرایط رقابتی را به نفع تولیدکنندگان داخلی تغییر می‌دهد.

وی ادامه داد: بنابراین باید تولیدکنندگان از این شرایط به‌درستی استفاده کنند و در حوزه‌هایی که ظرفیت داریم و اجازه واردات نداریم، به‌طورجدی وارد شوند تا مسئله حل شود. البته تلاش‌هایی که در این مدت صورت گرفته قابل تقدیر و تشکر است ولی توقعات بیش از این است. باید در کشور بتوانیم هر تهدید را به فرصت تبدیل بکنیم و از فرصت‌ها به‌درستی استفاده کنیم.

عضو کمیسیون برنامه‌وبودجه بیان کرد: در این مدت تعامل با کشورهای دیگر تحریم شده ازجمله کارهایی بود که به‌درستی انجام شد. اگر همین تعاملاتی که با روسیه، چین و.. شکل گرفته، با کشورهای دیگر رخ می‌داد. می‌توانست کمک بیشتری به تولید و صادرات کشور کند.قادری ادامه داد: تا زمانی که مسئله خود تحریمی در کشور حل نشود، قطعاً تحریم‌های خارجی، اثرگذاری بیشتری خواهند داشت. اینکه عده‌ای تصور می‌کنند که باید اول تحریم را حل کنیم تا مشکلات صنعت و تولید در داخل کشور حل شود، یک تصور اشتباه است. زیرا امریکایی‌ها هرکجا تصور می‌کنند ما مشکل داریم، فشارها را بیشتر می‌کنند و هرکجا پی می‌برند که در حال دور زدن تحریم‌ها و رسیدن به خودکفایی هستیم، از مواضع خود کوتاه می‌آیند.نماینده مجلس یازدهم در پاسخ به این سؤال که معضل مهاجرت کارگران و صنعتگران چه تأثیری بر روی بخش تولید گذاشته است، اظهار کرد: بخش خصوصی نیروی کار خود را با دستمزد بالاتر تامین می‌کند. لذا اگر خصوصی‌سازی را به‌طورجدی دنبال کنیم، می‌توانیم نیروی کار را با دستمزد بالاتر در داخل کشور نگه داریم. بخش دولتی همواره در پرداخت دستمزد محدودیت‌هایی دارد. زیرا دولت نمی‌تواند نسبت به بقیه بخش‌ها پرداختی‌های بیشتری داشته باشد و باید توازن و تعادل در همه بخش‌ها برقرار کند. وی افزود: در بخش صنعت که اکثر آن زیر نظر بخش خصوصی است، محدودیت‌هایی وجود ندارد. بنابراین باید خصوصی‌سازی به‌طورجدی در نظر گرفته شود. همچنین باید آموزش‌های فنی و حرفه‌ای را به‌طورجدی در دستور کار قرار دهیم و عملاً شرایطی را به وجود بیاوریم که بخش‌های صنعتی بتوانند نیروی کار موردنیاز خود را بعد از آموزش، وارد کار کنند. قادری در پایان در پاسخ به این سؤال که آیا حمایت از بخش خصوصی رضایت‌بخش است یا خیر، اظهار کرد: به نظر بنده ساختارهای در حمایت از بخش خصوصی وجود دارد، ما در اتاق بازرگانی و تشکل‌های مختلف قدرت مانور داریم و باید از امکانات و فرصت‌ها نهایت استفاده را برد.

راه نجات تولید و صادرات

حسین‌علی حاجی دلیگانی نماینده شاهین‌شهر در مجلس در مورد موضوع یادشده به صمت گفت: درمجموع توجهات به تولید خوب بوده است.

در سیاست‌های کلان نظام، قانون‌گذاری، مباحث نظارتی، در سطح عالی ستادی اجرا، همگی به سمت دفاع از تولید رفته‌اند و تا حدی هم موفق بوده‌اند. اما برخی کارخانه‌ها و ارگان‌ها در امر تولید با انگیزه و دلسوز نیستند و یک پاسخ سلبی از مسئولیت خود ارائه می‌دهند.

عضو هیئت‌رئیسه مجلس ادامه داد: برخی از ارگان‌ها همچون محیط‌زیست، امور آب، امور مالیاتی، آن انگیزه لازم را برای تقویت تولید در کشور ندارند. برخی از بانک‌ها هم با اینکه می‌توانستند کمک حال تولید باشند، اما آن‌چنان‌که باید درست عمل نکردند و در امر مقدس تولید، مشکلاتی ایجاد کردند.

وی بیان کرد: این یک واقعیت است که اگر همگی دست‌به‌دست هم دهیم و ایمان پیدا کنیم و بر اساس آن ایمانی پیش رویم؛ تولید و صادرات نجات پیدا می‌کند. در غیر این صورت با برخوردهای صوری برخی از دستگاه‌ها، طبیعتاً تولیدکننده هم به سمت تجارت گرایش پیدا می‌کند.

یعنی به سمت کارهایی که نمی‌شود اسم آن را تولید گذاشت.

حاجی دلیگانی در پاسخ به این سؤال که اکنون بخش تولید و صنعت کشور با یک چالش اساسی به نام مهاجرت صنعتگر خبره روبرو شده است، لذا راهکار برون رفت از این چالش چیست، اظهار کرد: ایران مانند تمام کشورهای دیگر که در امر تولید موفق هستند، باید جایگاه کارگر و صنعتگری که با تمام توان زحمت می‌کشند را بالا نگه دارد، یعنی دستمزدی که به آن‌ها پرداخت می‌کنند را افزایش دهد. با این کار هم از تولید حمایت و هم از مهاجرت بی‌رویه جلوگیری می‌شود.

موانع بی‌شمار در تولید کشور

در ادامه حسن لطفی نماینده مردم رزن در مجلس شورای اسلامی اظهار کرد: ما موانعی زیادی در تولید کشور داریم. همین عوامل باعث شده که کشور رشد مطلوبی در حوزه تولید و صادرات نداشته باشد.

اولین مشکل پیش رو، بروکراسی پیچیده اداری است، این امر باعث شده که تولیدکننده از مرحله اخذ مجوز تا تولید، آن‌قدر در پیچ‌وخم ادارات گرفتار شود که از تولید و ایجاد اشتغال صرف نظر کند. مشکل بعدی، امور پیچیده مالیاتی است، یعنی تولیدکننده تا می‌خواهد نفسی بکشد و استقلال مالی کسب کند، سازمان امور مالیاتی کیسه‌اش را باز می‌کند.

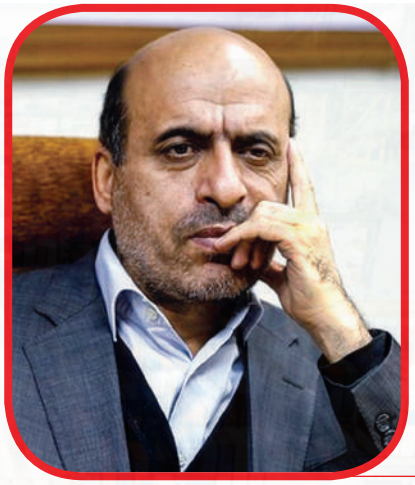
لطفی ادامه داد: در کنار مسائل یادشده، قاچاق کالا، واردات و صادرات بی‌رویه و غیر کارشناسی از عوامل تأثیرگذار بر تولید هستند.

همچنین هزینه تمام‌شده محصول، مشخص نیست و کار کارگران هیچ‌گاه دیده نمی‌شود. در این هنگام است که اگر کار کارگر دیده نشود و دستمزد خوبی دریافت نکند، ترک کار می‌کند و باعث ایجاد خلل در روند کار می‌شود. این‌ها از عواملی است که سر راه همه تولیدکنندگان وجود دارد و تا زمانی که قوانین مربوطه اصلاح نشود و بوروکراسی اداری را سامان‌دهی نکنیم.

به‌طورقطع در تولید و سپس در صادرات پیشرفتی نخواهیم کرد. وی در مورد تأثیر تحریم‌ها بر بخش تولید اظهار کرد: تحریم‌ها هم تأثیرگذار هستند،اما بوروکراسی پیچیده اداری ما ارتباطی با تحریم‌ها ندارد.

می‌توان گفت که در حدود ۲۰ درصد، تحریم‌ها بر بخش تولید اثرگذار بوده است اما ۸۰ درصد عوامل داخلی است که باید آن‌ها را حل کرد.

توسعه اقتصادی عامل افزایش قدرت در مذاکرات بین‌المللی



نماینده مردم اراک در مجلس یازدهم معتقد است با گسترش روابط اقتصادی در حوزه‌های مختلف قدرت چانه‌زنی ما در مذاکرات بین‌المللی گسترش پیدا می‌کند.آمار صادرات و تجارت خارجی ایران، باوجود فرصت همسایگی با ۱۵ کشور و ارتباط اقتصادی با هند،چین و روسیه به‌عنوان شرکای اول تجاری، چندان قابل دفاع نیست. بررسی‌ها نشان می‌دهد باوجوداینکه فرصت ناب رشد صادرات طی دوره‌های مختلف به دلایلی همچون، کاهش ارزش پول ملی، جهش نرخ ارز و محدودیت‌های تحریمی کشورهای همسایه مثل روسیه و ترکیه فراهم شده، فرصت سوزی در این زمینه همواره مشهود بوده است.

این در حالی است که صادرات نفتی به دلیل تاثیرپذیری از چالش‌های سیاسی و تحریم، همواره در معرض تهدید است. همچنین بهره‌مندی از فرصت‌های رشد صادرات غیرنفتی، توسعه بازارها و تجارت با کشورهای همسایه ضرورتی غیرقابل‌انکار است. این وظیفه اما تنها بر عهده وزارت اقتصاد و بخش خصوصی و دستگاه‌های نیمه‌دولتی نیست، بلکه دیگر وزارتخانه‌ها نیز اعم از وزارت امور خارجه وظیفه دارند که کمک‌حال صادرات کشور باشند. در همین راستا در ماده ۹ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار تاکید شده است: «وزارت امور خارجه موظف است ظرفیت‌های روابط خارجی و نمایندگی‌های سیاسی کشور در خارج را در خدمت تولیدکنندگان داخلی و سرمایه‌گذاران در ایران و به‌ویژه صادرکنندگان کالاها و خدمات قرار دهد.» اما تا چه حد این ماده قانونی اجرا شده و طی سال‌های اخیر، به چه میزان سیاست‌های خارجی متناسب با دستیابی به اهداف توسعه‌ای صادرات اخذ شده‌اند؟ رشد پایدار صادرات نیازمند اتخاذ دیپلماسی اقتصادی قوی و کارآمد و هماهنگی دستگاه‌های اقتصادی و سیاسی به‌ویژه وزارت امور خارجه است. از همین رو، دولت و وزارت امور خارجه در جهت رفع موانع سیاسی و تسهیل تجارت با کشورها، باید دیپلماسی فعال‌تری را در دستور کار قرار دهند. عمده کشورهای پیشرو در تجارت جهانی دارای اسناد دیپلماسی اقتصادی هستند. حال سوالی که مطرح می‌شود این است که جمهوری اسلامی ایران تا چه حد از دیپلماسی اقتصادی برای بهبود روند صادرات و تجارت جهانی بهره برده است؟ برای رسیدن به این سوال با محمدحسن آصفری، نماینده مردم اراک در مجلس یازدهم شورای اسلامی به گفتگو نشستیم.

سرمایه‌گذاران خارجی به معامله با ایران

محمدحسن آصفری، در مورد موضوع یادشده به صمت گفت: با توجه به شرایط تحریمی که در کشور با آن روبه‌رو هستیم، یکی از موضوعاتی که می‌تواند تاثیر مثبتی بر اقتصاد داشته باشد، دیپلماسی اقتصادی است. میزهای متعددی در سفارت‌خانه‌ها ایران در دیگر کشورها وجود دارد و همچنین سرمایه‌گذاران خارجی بر معاملات

> اکنون بسیاری از تشکل‌های مردم نهاد وجود دارد که ارتباط خوبی با کشورهای دیگر در بخش‌های مختلف صنعت، معدن، تجارت و پتروشیمی دارد. لذا نیاز است که وزارت صمت از این دستاوردها استفاده کند تا روابط اقتصادی را در حوزه‌های مختلف توسعه بیشتری دهد

اقتصادی با جمهوری اسلامی ایران در حوزه‌های مختلف علاقه‌مند هستند زیرا مواد اولیه موجود در ایران، همواره موردنیاز کشورهای متعدد بوده است. لذا این دست از کشورها علاقه‌مندند تا سطح روابطشان با ایران را گسترش دهند. نایب‌رئیس کمیسیون امور داخلی کشور و شوراهای مجلس ادامه داد: به نظر من یکی از کارهایی که دولت سیزدهم به‌درستی آن را انجام دهد توسعه دیپلماسی اقتصادی است، باید با فعال کردن اتاق‌های بازرگانی در داخل کشور و ارتباط با اتاق‌های کشورهای دیگر و همچنین با ایجاد روابط دیپلماسی پارلمانی، بتوانیم زمینه نشست‌های اقتصادی مابین اتاق‌ها را برقرار کنیم. این ارتباط می‌تواند در قالب تهاتر باشد.کالاهایی وجود دارد که شرکت‌های ما نیاز دارند اما امکان نقل و انتقالات پول وجود ندارد، لذا می‌توان با کشورهای دیگر وارد تهاتر شد و دادوستد کرد. اگر این موضوع گسترش یابد تاثیر بسیاری بر کاهش فشار تحریم‌ها در داخل کشور می‌گذارد.

وی افزود: اکنون بسیاری از تشکل‌های مردم‌نهاد وجود دارد که ارتباط خوبی با کشورهای دیگر در بخش‌های مختلف صنعت، معدن، تجارت و پتروشیمی دارد. بنابراین نیاز است که وزارت صمت از این دستاوردها استفاده کند تا روابط اقتصادی را در حوزه‌های مختلف توسعه بیشتری دهد. ما هرچه توسعه اقتصادی را دنبال کنیم، قدرت چانه‌زنی ما را در مذاکرات بین‌المللی گسترش پیدا می‌کند. ضمن اینکه آمارها بیان می‌کند که در نیمه اول سال جاری شاهد افزایش ۲۰ درصدی صادرات بودیم.

لزوم ایجاد ارزش‌افزوده با تولید کالای استاندارد

آصفری در پاسخ به این سوال که افزایش ۲۰ درصدی صادرات در طول ۶ ماهه نخست سال جاری چگونه رقم خورده است و شامل کدام کالاهاست، اظهار کرد: ما در صنایع معدنی، پتروشیمی و کشاورزی توانسته‌ایم به رشد قابل قبولی در صادرات دست پیدا کنیم. اما موضوع مهمی که نباید مغفول بماند، عدم توجه به شرکت‌های کوچک داخلی است. یعنی نباید به‌گونه‌ای اقدام کرد که مواد اولیه این شرکت‌ها را به بهانه افزایش صادرات، صادر کنیم. اولویت باید در تهیه مواد اولیه و نیازهای شرکت‌های داخلی باشد. سپس باید مازاد آن را صادر کنیم.

در برخی از تولیدات، سوخت و انرژی زیادی مصرف می‌شود و بعضاً برخی از صنایع آلودگی‌های متعددی ایجاد می‌کنند؛ همانند صنعت پتروشیمی، آلومینیوم‌سازی، فولادسازی و... به همین دلیل نباید صرفاً به دنبال خام فروشی باشیم. باید به سمت ایجاد ارزش‌افزوده برای این صنایع باشیم و کالاهایی را با رعایت استاندارد تولید کنیم که نیاز کشورهای خارجی است. نماینده مردم اراک در مجلس ادامه داد: متاسفانه درگذشته برخی از مسائل سبب شد که ما بازار عراق را به دلیل عدم رعایت استانداردها از دست بدهیم. اما اکنون با توجه به پیوستن ایران به «سازمان همکاری شانگهای» می‌توانیم از این فرصت در جهت بهبود روابط اقتصادی با کشورهای مختلف گام موثری برداریم.

وی در پاسخ به این سوال که آیا در بخش صادرات خدمات به‌درستی عمل کرده‌ایم یا خیر، اظهار کرد: متاسفانه در بخش خدمات نتوانسته‌ایم درخشان ظاهر شویم. ما نیاز داریم که از طریق دیپلماسی رایزنی‌هایی صورت گیرد تا گام موثری در صادرات خدمات در حوزه‌های مهندسی و پزشکی برداریم. همچنین با حفظ شان و جایگاه جمهوری اسلامی، می‌توانیم نیروی کار به کشورهای دیگر صادر کنیم.

آصفری در پایان خاطرنشان کرد: توقع از تولیدکنندگان در مرحله اول این است که در تولید، اولویت را بر تولید استاندارد بگذارند تا رغبت کشورهای خارجی را بیشتر از پیش به محصولات داخلی جلب کنند. همچنین نوع تقاضا و پسند مشتریان خارجی را بررسی کنند و بر اساس آن به بسته‌بندی، کیفیت محصول و خدمات پس از فروش توجه ویژه‌ای داشته باشند. دولت نیز دراین‌بین باید زمینه را فراهم کند و از تولیدکنندگان حمایت کند تا با صادرات ارزآوری چشمگیری برای کشور انجام شود.

حلقه مفقوده اقتصاد ایران

کریمی قدوسی عضو نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی معتقد است در صادرات خدمات و در فروش دانش جای کار بسیاری داریم و در این زمینه می توانیم بسیار بهتر از صادرات در زمینه صنعت، کشاورزی و دیگر تولیدات عمل کنیم؛ به‌عبارت‌دیگر صادرات خدمات، حلقه مفقوده اقتصاد ایران است.طی سال‌های اخیر به دلیل اعمال تحریم‌های ظالمانه و کاهش درآمدهای نفتی، نقش صادرات غیرنفتی در ارزآوری برای کشور بیش از گذشته موردتوجه قرار گرفته است تا با حمایت از تولیدات صنایع داخلی بتوان بازارهای هدف را در اختیار گرفت. هرچند در این میان همچنان مشکلات گذشته همچون تورم بالا و تصمیمات خلق‌الساعه وجود دارد اما تغییر نگاه به این بخش با توجه به کمبود درآمدهای نفتی مشخص است. در این راستا، افزایش حجم صادرات غیرنفتی نیازمند الزاماتی است. یکی از ویژگی‌های اقتصاد ایران، وابستگی شدید اقتصادی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت است که به دلیل نوسانات قیمت نفت، باعث بروز عدم تعادل ساختاری در بخش‌های گوناگون اقتصاد شده است. به همین منظور یکی از پیشنهادها جهت رهایی از اقتصاد تک‌محصولی نفت و افزایش درآمدهای ارزی در کشور، توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی است. در همین راستا ما در صمت با یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به گفتگو نشستیم و نظر وی را در مورد رویکرد دولت سیزدهم در بخش صادرات جویا شدیم.

تاثیر اجلاس شانگهای بر آینده صادرات

جواد کریمی قدوسی عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی در مورد موضوع یادشده به صمت گفت: نتیجه رویکرد اقتصادی موفق جمهوری اسلامی به‌ویژه با همسایگانش و دیگر کشورهای آسیا، همین است که ظرف مدت کوتاهی رشد صادرات ما چشمگیر شده است. این مقدار رشد در شرایطی شکل گرفته که توافقات هسته‌ای به ثمر ننشسته است. اگر توافق برجام انجام و موافقت‌نامه‌ها تکمیل شود، ظرفیت صادرات به کشورهای آسیا، به‌ویژه با توافقی که در اجلاس شانگهای داشته‌ایم، رشد چشمگیری خواهد داشت. تحقق این امر، همچنین تاثیر مستقیمی بر رونق صادرات و سپس اقتصاد کلان کشور می گذارد. در سال‌های گذشته این امر مشهود بوده که در اوج تحریم‌ها، با همسایگان و هم‌پیمانمان در منطقه و آسیا به تفاهم رسیده و تحریم‌ها را خنثی کرده‌ایم. نماینده مردم مشهد در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: متاسفانه در دولت‌های قبل این توجه و باور وجود نداشت و سبب شده بود که بخشی از تحریم‌ها تاثیرات مخربی بر حوزه اقتصاد کشور داشته باشد. اما در دولت سیزدهم، مشاهده می کنیم که تحریم‌ها تبدیل به فرصت شده است. در زمان‌هایی که به حوزه انتخابیه خود سرکشی می کنم، کارخانه‌هایی را می‌بینم که شیفت دوم و سومشان راه‌اندازی شده است. شاهد کارخانه‌هایی هستم که دو سال پیش تعطیل بوده اما اکنون مجدد شروع به تولید کرده‌اند. قطعاً با ادامه این روند، رونق چشمگیری را در اقتصاد و تجارت کشور خواهیم دید که درنهایت ثمره آن را می توانیم در معیشت مردم مشاهده کنیم.وی در پاسخ به این سوال که آیا در بخش صادرات خدمات، خوب عمل کرده‌ایم یا خیر، اظهار کرد: چه در صادرات خدمات و چه در فروش دانش جای کار بسیاری داریم. بخش‌های مهمی از ظرفیت‌های ما معطل توسعه صادرات در آن بخش است. به‌قدر کافی در ارائه خدمات به مردم موفق عمل کرده‌ایم. لذا نیاز است که مازاد آن را صادر کنیم. به‌طور مثال در زمینه سدسازی، اکنون به اشباع رسیده‌ایم و یکی از سدسازان بزرگ دنیا هستیم. اما کشورهای همسایه در این موضوع عقب هستند، لذا باید دانش سدسازی را به این کشورها صادر کنیم تا ارزآوری و درآمد برای کشور حاصل شود. دولت باید به‌طور مشخص این موارد را لیست کند و ببیند در چه زمینه‌ای، چه نیازهایی در کشورها وجود دارد و شرکت‌های صاحب سبک و نام‌آشنا را برای صادرات خدمات فنی، مهندسی و یا پزشکی به آن محل اعزام کند. ما در بخش خدمات و صدور دانش، می‌توانیم بسیار بهتر از صادرات در زمینه صنعت، کشاورزی و دیگر تولیدات عمل کنیم؛ به‌عبارتی دیگر صادرات خدمات، حلقه مفقوده اقتصاد ایران است.



منفعت در کیفیت و استاندارد است

سی سال پیش که درهای آسیای میانه به سمت تولیدکنندگان ایران باز شد، در مشهد مشاهده می کردم که ترکمنستان، انبوهی از تولیدات ایران ازجمله صنعت مبل را استفاده می کرد. تولیدکنندگان در سه نوبت کار می کردند اما کیفیت را رعایت نمی کردند.

درواقع تولیدکنندگان در زیر بدنه اصلی مبل که ظاهر زیبایی داشت، هرچه در دسترسشان بود مانند شانه تخم‌مرغ، پلاستیک، جعبه خالی و ... استفاده می کردند. پس از مدتی استفاده، شکل ظاهری مبل تغییر می کرد و این کار سبب شد که تولیدکنندگان ترکیه بازار را از دست بازرگانان ایرانی درآوردند.

نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی ادامه داد: اما اکنون تولیدکنندگان ما هم از نظر کیفی و هم کمی در بهترین شرایط قرار دارند و به‌جرئت می توان گفت که تولیدات ما در سطح جهانی است. تولیدکننده به این باور رسیده است که منفعت در کیفیت و استاندارد است.

لذا توصیه ما به تولیدکنندگان این است که منافع ملی را بر منافع مالی و شخصی ترجیح دهند تا تاثیرگذاری مثبتی برای اقتصاد کشور داشته باشند. همچنین مدیریت قیمت محصولات هم از مهم‌ترین بخش‌های توجه به صادرات است.

خدمات ضعیف‌ترین بخش صادراتی کشور

کمال علیپور، نایب‌رئیس اول کمیسیون عمران مجلس به صمت گفت: ایران در حوزه خدمات با ضعف‌های بسیاری مواجه است. شاید چند شاخه از خدمات ما مانند مهندسی توانسته باشد موفق عمل کند اما به‌طور کلی ضعف در حوزه خدمات ما بسیار مشهود است و حوزه خدمات ضعیف‌ترین بخش صادراتی ماست.

کمال علیپور درباره چگونگی عملکرد دولت سیزدهم اظهار کرد: شک و شبهات بسیاری درباره آمارها همواره در کشور وجود داشته و آمار سازی‌های بسیاری انجام شده است. اعداد و ارقام ما به‌روز نیستند و سامانه دقیق و مرجعی برای بررسی پیشرفت‌های ریالی در دسترس نداریم اما دولت سیزدهم عملکرد مطلوبی در زمینه صادرات تا به این لحظه از خود به‌جای گذاشته و توانسته روابط کارآمدی با کشورهای همسایه برقرار سازد. به همین دلیل می‌توان گفت که صادرات ما رشدی قابل‌قبول را در این دوره تجربه کرده است. نایب‌رئیس اول کمیسیون عمران مجلس اقلام صادراتی کشور را این‌گونه تشریح کرد: فولاد، سیمان، صنایع پتروشیمی، نفت و مشتقات آن مهم‌ترین اقلام صادراتی ما را تشکیل می‌دهند. لازم به ذکر است که بخش‌های کشاورزی کشور نیز می‌تواند در زمینه صادرات اثرگذار باشد اما متاسفانه در حوزه‌های پایانه، بسته‌بندی و ... به جایگاهی که باید دست نیافته‌ایم و به همین دلیل بخش کشاورزی کشور نمی‌تواند در عرصه بین‌المللی حضور داشته باشد. با توجه به این شرایط بهتر است که بر صنایع و معادن کشور متمرکز شویم تا بتوانیم به رشد صادراتی مدنظرمان در این بخش دست یابیم. وی درباره ورود به بازار روسیه افزود: روسیه درباره واردات بسیار سخت‌گیرانه عمل می کند. ما می‌توانیم با مرکبات و صنایع غذایی به این بازار ورود پیدا کنیم زیرا آنها راغب دریافت محصولات کشاورزی هستند اما همان‌طور که ذکر شد ما در زمینه بسته‌بندی و کیفی سازی نتوانسته‌ایم عملکرد مطلوبی داشته باشیم و استانداردهای روز دنیا را در این زمینه اجرا نکرده‌ایم؛ به همین جهت اغلب کالاهای صادراتی ما به کشور بازمی‌گردند. اگر بتوانیم این موانع را از پیش روی برداریم و اصلاحات لازم را در این زمینه انجام دهیم، بی‌شک می‌توانیم بازار روسیه را از آن خود کنیم و شاهد موفقیت‌های بی‌شماری در این زمینه باشیم.وی در پایان درباره صادرات خدمات خاطرنشان کرد: ایران در حوزه خدمات با ضعف‌های بسیاری مواجه است. شاید چند شاخه از خدمات ما مانند مهندسی توانسته باشد موفق عمل کند و ما بتوانیم فناوری‌های روز خود را به عرصه بین‌المللی عرضه کنیم اما به‌طور کلی ضعف در حوزه خدمات ما بسیار مشهود است و به همین دلیل ما نمی‌توانیم آن‌طور که بایدوشاید از این حوزه بهره‌مند شویم. درمجموع می‌توان گفت حوزه خدمات ضعیف‌ترین بخش صادراتی ماست.





اتاق بازرگانی؛ بنگاه توزیع عدالت خیالی

۱۳۸ سال پیش مرحوم «محمدحسن امین الضرب» به قصد گردهم آمدن تجـار و بازرگانان عصر خویش، تصمیم گرفت تشکلـی را بنیانگذاری کند که حامی و مدافع اقتصـاد در بازرگانی کشور باشـد. او به عنوان یک بازرگان سرشـناس که نزد مردم اعتبار و جایگاه مناسـبی داشـت موفـق شـد در سـال ۱۲۶۳ هجری شمسـی تشکل «مجلس وکلای تجار» را که به اختصار مجلس تجارت می نامیدند بنیان نهد.

هرچنـد ناصرالدین شـاه را خـوش نیامـد و آن را مصـادره نمـود امـا او و یارانش از پای ننشسـته و در راه احقاق حقوق از دسـت رفتـه در مقابل تعدی‌های شـاهزادگان قاجار ایستادگی نموده، طبقه قدرتمندی را تشکیـل داده و در اولیـن دوره مجلس ۳۶ نماینده به مجلس روانه نمودند اما این حضور دیگر تکرار نشد ولی همواره یک علامت سـئوال برای بخش خصوصی شـکل گرفت کـه چرا اقتدار گذشـته خـود را ندارد، نمی‌اندیشـد و تکـرار نمی‌کند.همزمان با دوره سـوم مجلس و خاتمه جنگ جهانی اول، حاج محمدحسـین امیـن الضرب فرزنـد حاج محمدحسـن امین الضرب، به همراه بازرگانان سرشـناس تهران ، نشسـت هایی را برگـزار مـی کند و پس از سـه دهه بـار دیگر تجار را گردهـم می آورد و "اتحادیـه تجار تهران" را بنیان نهاد.

در سـال ۱۳۳۶ پیش‌نویـس طـرح اتـاق صنایـع و معـادن چندین بـار تقدیم مجلس شـد، اما سـناتور وقـت، عبدالحسـین نیک‌پور که تشکیل ایـن اتاق را عامل تضعیف‌کننده اتاق بازرگانی می‌دانست، با آن به مخالفت برخاست. در سـال ۱۳۴۰ تعدادی از صاحبان صنایـع، دولـت را زیر فشار قـرار دادند تا نسـبت به تشکیل اتاق صنایع و معـادن اقدام کند و برای اینکه گروه فشار تشکیل داده باشند، ابتدا اتحادیه صاحبان صنایـع را تشکیل دادند و بالاخـره در آبان ماه ۱۳۴۱ اتاق صنایع و معادن با عضویت هیئت نمایندگی مرکب از ۳۰ نفر از کارخانه داران و معدن داران کشور تشکیل شـد.حال سوال این اسـت، اتاق بازرگانی که اینک در اقتصاد کشور یکه تازی می‌کند، تصمیم گیری‌های گاه و بـی گاه اشـتباه و ناکارآمد دارد و بـه نوعی مداخله سـودجویانه برای تزریق پول مردم بـه جیب خویش می‌کنـد، آیا تکامـل یافتـه آن تشکل «مجلس وکلای تجار» اسـت؟در همین راسـتا ما در صمـت نظر ۶ تن از سیاسـتگذران و اقتصاددانان را در مورد نقش اتاق بازرگانی در اقتصاد ایران جویا شدیم.







اتاق‌بازرگانی‌زیرذره‌بین‌مجلس

فتح الله توسلی نایب رئیس تحقیق و تفحص از اتاق بازرگانی در مجلس شورای اسلامی در مورد موضوع یاد شده اظهار کرد: اتاق‌های بازرگانی هر کشوری نماینده بخش خصوصی آن کشور هستند و به‌عنوان یک ظرفیت به‌شمار می‌روند.

در برخی از موارد دولت به‌عنوان مجموعه‌ای رسمی نمی‌تواند وارد بخش صادرات و واردات شود اما اتاق‌های بازرگانی به‌ویژه در شرایط تحریم می‌توانند موثر باشند و برای کشور مفید واقع شوند اما به این شرط که اراده آن در مدیریت و اعضای اتاق بازرگانی وجود داشته باشد. لذا باید کسانی که در راس این اتاق‌ها هستند به دنبال منافع شخصی خودنباشند.

توسلی ادامه داد: همچنین باید از ظرفیت سازمان توسعه تجارت و دیگر سازمان‌های وابسته استفاده کنند زیرا در دیپلماسی اقتصادی بخش‌های مختلف باید با یکدیگر همکاری کنند

یکی از آن بخش‌های مهم بی‌شک اتاق بازرگانی است اما اکنون این بخش آن‌چنان‌که باید پویا و فعال نیست. به همین دلیل بحث تحقیق و تفحص از اتاق بازرگانی در مجلس آغاز شده است و اگر به نتایجی دست پیدا کنیم که اعضای اتاق بازرگانی به فکر منافع ملی نیستند، قطعاً با آنها برخورد خواهیم کرد.

پاتوقی غیرتخصصی برای کار غیرحرفه‌ای

در ادامه مجتبی یوسفی نماینده مردم اهواز در مجلس شورای اسلامی به صمت گفت: یکی از مولفه‌های مهم اقتصاد، صادرات است و اگر هر کشوری با هر نگاه و ساختار سیاسی سر ایجاد بازارهای جدید تلاش نکند، در ابتدا بازار خود و در ادامه بازارهای هدف را از دست می‌دهد و به‌این‌علت است که هیچ توفیقی در بخش اقتصاد کسب نمی‌کند

وی افزود: نقش دولت‌ها زیرساختی است، سندیکاها و تشکل‌هایی همچون اتاق بازرگانی باید تسهیل‌کننده تجارت و تولید در بخش تولید باشند.

این امر شامل مواردی مانند مواد اولیه، بحث‌های مرتبط با حوزه مالی، حکمرانی در حوزه قوانین بالادستی، قوانین مجلس، آیین نامه‌های دولت، لایحه‌ها و طرح‌ها می‌شود.

در این شرایط، قوه عاقله باید در دفاع از تولیدکننده و صادرکننده حاضر شود.

نماینده مردم اهواز در مجلس بیان کرد: بسیاری از تولیدکنندگان کشور مظلوم و بچه سرراهی هستند و هیچ پشتوانه‌ای در خارج از کشور برای حمایت از خود نمی‌بینند، اما تولیدکنندگان خارجی این‌گونه نیستند. به‌طور مثال یک کالای خوراکی در دهه ۹۰ شمسی، ظرف یک تا دو سال، واردات و مصرفش بین مردم ایران بیش از ۱۰ برابر شد.

وقتی تحقیق و تفحص صورت گرفت، متوجه شدیم که تجار و بازرگانان آن کشور آسیایی، سفری به ایران داشتند و به‌طور رسمی این خوراکی را در بازار ایران تبلیغ کردند. یعنی زیرساخت سو استفاده از خوردوخوراک مردم را مهیا دیدند و از آن بهره یافتند. همچنین یک برند و نام تجاری به‌یک‌باره در کشور مطرح شد، با مطالعاتی که انجام دادیم متوجه شدیم که هزینه تبلیغات گسترده در یکی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای و تابلوهای تبلیغاتی را یکی ازاتاق‌های‌بازرگانی‌پرداخت‌کرده‌بود.

وی ادامه داد: این در صورتی است که اگر تولیدکننده ما در کشوری دیگر دچار مشکلاتی می‌شود، هیچ نهادی نیست که کمک‌حال آن تولیدکننده باشد. یعنی نه در بخش دیپلماسی اقتصادی کمک می‌کنیم و نه هیچ‌یک از اتاق‌های بازرگانی.

این امر نشان‌دهنده است که اتاق‌های بازرگانی کارآمد نیستند. برخی از این اتاق‌ها در حال سو استفاده هستند و از کار تخصصی خود دور و وارد کارزار سیاسی و انتخاباتی شده‌اند. اتاق بازرگانی، پاتوق کار غیرحرفه‌ای و غیرتخصصی شده است و تنها وظیفه‌شان کار برای گروه‌های سیاسی است؛ و با پول‌های بدون مزدی که به علت صدور مجوز در اختیار دارند در برخی از مواقع، مانع تولید شده‌اند.

نظارت‌دولتی،لازمه‌ادامه‌کاراتاق

یحیی آل اسحاق، رئیس پیشین اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران اما نظر متفاوتی نسبت به این دو نماینده مجلس دارد.

او معتقد است که اتاق های بازرگانی، باشگاه و مجمعی است از فعالان اقتصادی که وظایف متعددی دارد و در سطح جهان تعریف شده است. اگر بخواهم خلاصه بگویم. یک واسطه است میان فعالان اقتصادی و نظام حکمرانی.همچنین منتقل کننده مشکلات و نارسایی‌ها و خواسته‌های فعالان اقتصادی به سیاست‌گذران و مجموعه حکومتی هستند، همچنین این روند در مورد انتقال نظرات و دیدگاه های دولت به بخش خصوصی نیز صادق است.

وی افزود: از نظر حقوقی، اتاق‌ها در جمهوری اسلامی ایران،مشاورین سه قوه در مورد مسائل اقتصادی هستند و تاثیرگذاری بسیار بالایی بر اقتصاد کشور دارند. اگر این نهادها درست کار کنند، می‌توانند روابط اقتصادی ایران با جهانیان را پیوند دهند، به عبارتی دیگر اتاق بازرگانی، نقشی کلیدی در روابط دیپلماسی اقتصادی ایفا می‌کند.

ضمن اینکه در مسائل تولید، کشاورزی و صنعت و معدن کشور با زمینه سازی و بسترسازی فرصت‌ها را برای فعالان اقتصادی فراهم می‌کنند. اگر بخش خصوصی و فعالان اقتصادی، اعتماد لازم را به سیاستگذاری ودولت نداشته باشد، هیچگونه سرمایه گذاری در کشور انجام نخواهد داد. لذا این فضا و امید را تنها اتاق‌های بازرگانی می‌توانند برای فعالین اقتصادیمهیاکنند

وی در پاسخ به این سوال که آیا اتاق‌های بازرگانی به وظایف خود به خوبی عمل می‌کنند یا خیر، اظهار کرد: توان نهاد اتاق بازرگانی ایجاد بستر برای فعالان اقتصادی است، لذا لازمه ایجاد این بستر، انتخاب افراد شایسته است اما اگر کسانی که در این نهاد کار می‌کنند، نگاه ملی و فراملی نداشته باشند، و دانش لازم و تجربه کافی را نداشته باشند و دیدگاه‌های سیاسی داشته باشند، خروجی آن چیزی خواهد شد که اکنون نمایندگان مجلس به آن رسیده‌اند.

در بحث انتخاب مدیران شایسته که بخشی از آن به حاکمیت و دولت برمی‌گردد نیاز است که انتخاب کننده‌ها و انتخاب شونده‌ها را به گونه‌ای تنظیم کنند که افراد لایق انتخاب شوند. از طرفی همگان باید بر این امر تاکید کنیم که بحث انتخاب چه از جانب مردم و چه از سوی فعالات اقتصادی باید به گونه ای باشد که افراد برحقی را انتخاب کنند که نقش کلیدی در این نهاد ارزشمند ایفا کند.آل اسحاق در مورد تحقیق و تفحص از اتاق بازرگانی توسط مجلس شورای اسلامی، اظهار کرد: این جریان بحث حقوقی دارد، نکته‌ای که اتاق‌ها دارند آن است که بخشی از بودجه آن با کمک دولت تامین می‌شود، به همین علت است که مجلس وارد گود شده و قصد رصد این جریان را دارد، به عبارتی دیگر اتاق بازرگانی از نظر بودجه، یک نهاد عمومی است. همچنین حضور اتاق‌های بازرگانی در نهادهای مالی و ملی همچون شورای پول و اعتبار، شورای صادرات،شورای رقابت و بیش از ۸۰ نهاد دیگر، سبب این اتفاق شده که مسئولان اتاق بازرگانی در سطح ملی حضور داشته باشند و چون تصمیمات حیاتی و ملی در این نهادها گرفته می‌شود، نیاز است که نظارت‌های دولتی در اتاق‌هابرقرارباشد.







اتاق بازرگانی وظایف عقب مانده خود را عملی کند

عبدالکریم جلالی برگزارکننده و پیشکسوت صنعت نمایشگاهی کشور در مورد چالش ورود نهادها، سازمان‌ها و بخش‌های مختلف همچون اتاق بازرگانی به حوزه برگزاری نمایشگاه‌ها اظهار کرد: این چالش سالیان سال است که در صنعت نمایشگاهی وجود دارد. اینکه چرا این افراد و سازمان‌ها چنین حقی برای خود قائل هستند که وارد فضای تخصصی و حرفه‌ای بشوند هنوز مشخص نیست. آیا ما فعالان صنعت نمایشگاهی به خود اجازه می‌دهیم که بدون هیچ پیش درآمدی وارد تخصص‌ها و حرفه‌های مختلف شویم؟ به عقیده من هیچ تشکل و نهاد عمومی ازجمله اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، نباید در حوزه صنعت نمایشگاهی ورود کنند

این پیشکسوت صنعت نمایشگاهی با بیان اینکه در کشور حدود ۱۵۰ شرکت خصوصی برگزارکننده مشغول به فعالیت در این زمینه هستند، خاطرنشان کرد: اگر اتاق بازرگانی یا نهادهای مشابه، خود را پارلمان بخش خصوصی می‌دانند با چه انگیزه و هدفی در قامت رقیب بخش خصوصی قد علم کرده‌اند؟ به نظر می‌رسد ورود این نهاد یا به عبارتی افراد غیرمتخصص به حوزه برگزاری نمایشگاه صرفاً با نگاه «رانت» خواهد بود. این اقدام بدون شک، فعالیتی به‌منظور ایجاد اختلال در امنیت روانی فعالان صنعت نمایشگاهی کشور به شمار می‌رود و ازاین‌جهت شدیداً محکوم است. حتماً افراد ذی‌نفعی هستند که در پی منافع شخصی خود گام برمی‌دارند و متاسفانه با اسم تشکل‌ها در راستای رسیدن به این منافع حرکت می‌کنند

جلالی ادامه داد: باید دولت به‌شدت با این اقدام مخالفت کند و اجازه ندهد که این اتفاق نامیمون رخ دهد. نباید فراموش کنیم بخش خصوصی نقطه اتکا صنعت نمایشگاهی در کشورهایی است که در برگزاری نمایشگاه‌ها صاحب سبک هستند. اگر بنا بر این است که ما قطب نمایشگاهی منطقه باشیم حتماً حضور برگزارکنندگان بخش خصوصی راه گشای این مسیر خواهد بود. اتاق بازرگانی و نهادهای مشابه آن به‌قدری وظایف عقب افتاده دارند که اگر به انجام همان وظایف بسنده کنند شاید اتفاقات بزرگی در حوزه اقتصاد و تجارت کشور رقم بخورد. اگر این اتاق بتوانند مشکلات عدیده بخش خصوصی را مرتفع کنند بدون شک مردم نیز با مشکلات کمتری دست‌وپنجه نرم خواهند کرد.

اتاق بازرگانی، هزارتوی فساد

احسان سلطانی پژوهشگر اقتصادی در نقد اتاق بازرگانی اظهار کرد: تنها نقش اتاق بازرگانی، دو دوتا کردن و حساب و کتاب برای گرفتن رانت است و عده‌ای که در این اتاق‌ها هستند، به دنبال کلاه برداری و روز و شب به دنبال بالا بردن نخ ارز و اخذ تسهیلات کلان هستند. زمانی هم که من در اتاق بازرگانی بودم، چیزی غیر از این موارد مشاهده نکردم

ضمن اینکه تولیدکنندگانی که در این اتاق عضو هستند، بیشتر به دنبال جیب خودشان هستند و رقابتی در میان آنها مشاهده نمی‌شود. آنها بیشتر به دنبال رانت هستند، از رانت مواداولیه و انرژی ارزان گرفته تا شوک ارزی و تسهیلات ارزان قیمت. ضمن اینکه بخش مهمی از اعضای اتاق بازرگانی از افراد درون دولت هستند. بنابراین خواسته و ناخواسته دست اتاق بازرگانی با دولت در یک کاسه است. برای اینکه بتوانند منافع هر دو جهت را برآورده کنند. ما چیزی به نام بخش خصوصی در ایران نداریم. زیرا در این اقتصاد تمام بخش خصوصی به دولت وابسته است

سلطانی ادامه داد: یکی دیگر از مشکلات عمده اتاق بازرگانی، آن است که می‌توان دوست، آشنا و اقوام را با پول اندکی عضو اتاق بازرگانی کرد و آنها به آن فرد رای بدهند تا مقامی در این اتاق کسب کنند. یعنی یک سازوکاری مهیا کرده اند با فریب و کلک وارد اتاق بازرگانی می‌شوند. چندی پیش بود که یکی از تشکل‌های صنفی انتخابات داشت و گروهی پیروز این رقابت شدند، با بررسی‌هایی که انجام دادیم متوجه شدیم که بیش از ۵۰ درصد رای دهندگان چند روز پیش از انتخابات عضو شده بودند. بطور معمول با ایجاد اینچنین رخنه‌ها و باندبازی‌هایی وارد اتاق بازرگانی می‌شوند. لذا باید انتخابات اتاق بازرگانی به شکل درست انجام شود و سازوکار درست برای آن درنظر بگیرند. ضمن اینکه پول‌هایی که دولت به آنها به عنوان مخارج می‌دهد، باید مشخص شود که چطور خرج می‌شود، زیرا دولت از جیب مردم که به عنوان مالیات از آنها می‌گیرد به اتاق بازرگانی می‌دهد. پول‌های کلانی که وارد این نهاد می‌شود بسیار وحشتناک است به همین علت می توان اتاق بازرگانی را به هزارتوی فساد تشبیه کرد. اتاق بازرگانی تبدیل به محلی برای باندبازی شده و تیمی که این اتاق را می‌گرداند نزدیک به دو دهه است که داردیکه‌تازی می‌کند.

اعضای اتاق به دنبال منافع شخصی هستند

نایب‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس: NGOهایی همانند اتاق بازرگانی، اگر منافع ملت را دنبال کنند، دلسوز تولیدکنندگان و بر خواسته از اعضای واقعی باشند، می‌توانند رسالت واقعی خود را دنبال و مشکلات اقتصادی را به دولت منعکس کنند اما اگر روسای اتاق بازرگانی ما منافع خودشان را در نظر گیرند، قطعاً این حوزه به محل رانت تبدیل می‌شود

جدی در پایان اظهار کرد: سازمان‌های مردم‌نهاد که از بخش خصوصی نشئت می‌گیرد، می‌توانند به همه بدنه اقتصاد کشور کمک کنند و مشکلات را به‌طور شفاف انعکاس دهند. همچنین، همسو با دولت در جهت رفع موانع کمک کنند ولی برخی مواقع می‌بینم که در نشست‌های کمیسیون، اعضای اتاق در پی منافع خود هستند. به‌عبارت‌دیگر وقتی از نمایندگی اتاق، سه عضو در جلسات شرکت می‌کنند، سه نظر متفاوت ارائه می‌دهند و مسائل شخصی خودشان را بیان می‌کنند. لذا اگر به‌جای مسائل شخصی به منافع جمع بیندیشند می‌توان گفت که رسالتشان را به‌خوبی انجام می‌دهند اما تاکنون نتوانسته‌اند انتظارات مجلس را برآورده کنند، لذا پیشنهاد می‌شود که به سمت فضای درست انتخاباتی بروند تا همه بازرگانان و تولیدکنندگان در اتاق بازرگانی نقش داشته باشند.

خصوصی‌سازی وجه ناجور اقتصاد ایران

نکته قابل توجه در این مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که مسئولان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران که همواره از فساد ساختاری در بخش دولتی گله‌مند بودند، خود بخشی از این داستان هستند. گفته می‌ش.پ اگر رد مفسدین اقتصادی را بگیریم، یک سر ماجرا از ساختمان شکیل خیابان طالقانی نشات می گیرد. ساختمانی شیشه‌ای که مقر اصلی اتاق هزارتوی بازرگانی است.

از فساد ساختاری تعاریف متعددی ارائه شده است که غالبا هم درست هستند. مثل «حاکمیت روابط شخصی به جای ضوابط قانونی در برنامه‌های اقتصادی» یا «نهادینه شدن اختلاس به مثابه فرهنگ اجتماعی» و «ایجاد شبکه رانت برای چپاول مشترک» در کتب اقتصادی نوشته شده است که فساد ساختاری یک توافق نانوشته بین ارکان قدرت جامعه است که در آن به طور آشکار یا ضمنی، منافع اجتماعی، اقتصادی و سیاسی برخی افراد یا گروه

های خاص بر مصالح بلند مدت و بین نسلی جامعه ترجیح داده می‌شود؛ درست مانند اتاق بازرگانی، به عبارت دیگر«فساد ساختاری شکل گرفته در اتاق بازرگانی ایران، همانند یک مهمانی بزرگ است که در آن از مهمانان با جوجه کبابی درست شده از مرغ تخم‌طلا پذیرایی می‌شود»

اغلب طرح‌های به ظاهر توسعه‌ای و سازنده در اتاق بازرگانی به شکل شفاف از مصادیق آشکار فساد ساختاری است که در آن‌ها با توافق مسوولان دولتی ، مسوولان محلی، سرمایه گذاران و نهادهای مالی حداقل سه جرم محرز اتفاق می‌افتد(اول غصب اراضی ملی ؛ دوم حیف و میل دارایی های مالی کشور ؛ سوم تخریب محیط زیست منطقه) این قبیل طرح‌ها غالبا حاصل یک زد و بند ماهرانه و بسیار پیچیده بین چند نهاد مالی خصوصی با ادارات دولتی هستند که توسط افرادی از مدیران ارشد پیشین یا نمایندگان سابق مجلس، مدیریت و راهبری می‌شوند.

برای نیل به این هدف، کارآفرینان با استفاده از سوابق دولتی و خوش خدمتی‌هایی که ایشان را به منابع قدرت وصل کرده، ابتدا دفتر و دستکی آبرومند در تهران فراهم می‌کنند و تعدادی از مدیران بازنشسته شرکت‌های دولتی(یا نهادهای مشابه) را آنجا می‌نشانند تا به آن جلوه یک موسسه معتبر و مملو از دانش و تجربه بدهند. سپس آن شرکت عضوی از اتاق بازرگانی می‌شود. در گام بعدی، با استفاده از همان ارتباطات خصوصی و هیئتی خود، قول مساعد یکی یا بیشتر از نهادهای مالی را برای مشارکت‌اخذ می‌کنند.

در این مرحله کارآفرین داستان با استفاده از مدیران بازنشسته دولتی که جذب کرده ، همه مراحل تدوین گزارش توجیه فنی اقتصادی مقدماتی و گرفتن موافقت اصولی وزارتخانه‌های مربوطه (یا هر مجوز لازم دیگر) را طی می‌کند و برای محکم کاری، چند جوان تازه فارغ التحصیل از اهل فامیل دارندگان امضاهای طلایی را هم در تشکیلاتش استخدام می‌کند! حالا زمانی است که دامنه عملیات به خارج از کشور گسترده می‌شود. آقای کارآفرین سوار هواپیما شده و به چین می‌رود و در آنجا با استفاده از همان روابط قبلی موفق می‌شود بخشی از پول‌های بلوکه شده ایران در چین را به عنوان فاینانس خارجی به طرح خود اختصاص دهد و برای اطمینان خاطر چینی‌ها، با یک شرکت چینی هم به عنوان پیمانکار طراحی، تامین و ساخت (EPC) قرارداد می‌بندد.

در بازگشت به ایران کارآفرین ما که اکنون بازرگان شده با قیافه‌ای پیروزمندانه سراغ نهاد مالی سابق الذکر رفته و همه اسناد مثبته را می گذارد روی میز هیات مدیره محترم و در فاصله‌ای که ایشان دارند صورتجلسه مشارکت را امضا می‌کنند ،چند تا از دوستان و آشنایان را به جمع کارشناسان طرح اضافه می‌کند. طرح با سر و صدای فراوان و با خوراندن شام و ناهار مفصل کلنگ زنی می‌شود و پس از تاخیری معادل دو تا سه برابر مدت پیش بینی شده، با اعتصاب‌ها و درگیری‌های محلی فراوان سر سهم ریزه گوشت‌های طرح و چند بار اختلاس، سرانجام با هیاهوی فراوان افتتاح می‌شود.

حالا استاندار خوشحال است. زیرا در دوران مدیریتش یک طرح به طرح‌های استانش اضافه شده، چند تا از فامیل‌هایش دارند مفت و مسلم حقوق می‌گیرند ، خودش به این بهانه چند سفر خارجی برای ملاقات با سرمایه گذاران خارجی یا بازدید از کارخانه سازنده تجهیزات رفته و ای بسا که سهمی از طرح را نیز در جیب همسرش یا برادرش نیز می‌بینند. یا لااقل وعده و پشتوانه‌ای برای وقتی که خودش خسته از خدمات دولتی، تصمیم بگیرد به جمع کارآفرینان‌پیروزاتاق‌بازرگانی‌بپیوندد.

آن‌ها موفق می‌شوند زمین‌های بی ارزششان و خانه‌های خالی‌شان را به بالاترین قیمت بفروشند یا اجاره بدهند. ایضا پیمانکاران محلی که کارهای دم دستی پیمانکار اصلی را انجام می‌دهند و حتی بقال‌ها و ساندویچی‌های محلی! اما بعد از بریدن روبان، لحظه مواجهه با واقعیت‌هاست. کارخانه‌ای که با عجله ساخته شده کیفیت کار پیمانکارش و مشخصات فنی محصولش فرسنگ‌ها با استاندارد بازارهای بین‌المللی فاصله دارد. در این میان است که صدای همه ارکان‌های دولتی، خصوصی و نیمه خصوصی در می‌آید که ما نقشی در طراحی و اجرای پروژه‌نداریم.

شرکت‌های دولتی و بخش‌خصوصی از جمله همین اتاق بازرگانی، دیگر مظهر مدرنیسم محسوب نمی‌شوند، آن‌ها اکنون شعبه‌ای از بنگاه عظیم توزیع عدالت خیالی هستند. استخدام ده‌ها و صدها نفر و بخشیدن امکانات و دستگاه‌ها،کوچکترین خدمتی بود که می توانستند به کشور انجام دهند. سالن‌های کارخانجات هر روز شلوغ تر می‌شد و امکانات هر روز کمتر. حدس زدن پایان این روند خیلی ساده است. شرکتی که با اشتغال کمتر از هزار نفر برای تولید در زمانه تحریم و جنگ اقتصادی طراحی شده بود؛ حالا چندین هزار کارگر داشت و ده هزارتن محصول. تجهیزات فرسوده، ماشین آلات ناقص، ارقام بدهی سر به فلک کشیده و مدیران دولتی؛ ناپیدا مشخص بود که ورشکستگی کامل و بدون بحث خواهد بود؛ هم‌به‌لحاظ‌تجاری‌وهم‌به‌لحاظ‌راهبردی.

می‌توان بیان کرد که خصوصی‌سازی وجه ناجور اقتصاد ایران است. وجه اول این خصوصی سازی را باید به جا دادن خاکروبه‌ها زیر فرش تشبیه کرد. فی الواقع تا وقتی که انواع دوستان و اقوام و بچه‌های محل، سیر از گوشت تن این موسسات نخورده باشند و به خرج آن ها به ماموریت‌های مختلف نرفته باشند و وام و خانه سازمانی و... نگرفته باشند ؛ کسی راضی به خصوصی کردن نخواهد بود. خصوصی کردن راهی است که می توانست ردپای پایکوبی را از خاطره چرای بیرحمانه مراتع پاک کند! وجه دوم خصوصی سازی در ایران را باید در نمایش حقیرانه علم اقتصاد فرمایشی جست. با رفتن چپ نمایان به گوشه رینگ صحنه سیاست ایران، تکنوکرات‌ها جرات کردند از کنج لانه‌های امنشان به تدریج بیرون بیایند و مثل ماری به بهشت مخروبه عدالت توزیعی بخزند. آنان با نسخه‌های تجویز شده از جانب همپالکی‌هایشان در نهادهای مالی بین‌المللی، کینه توزانه کمر به انهدام هر چه بستند که به مردم در مقابل سرمایه حق می‌داد! این تکنوکرات‌های شاغل در هزارتوی «اتاق بازرگانی ایران» که توانستند مناصب مشورتی و مدیریتی را در دست بگیرند ، نفرت خود را از شرکت‌های دولتی پنهان نمی‌کنند و به هر طریق ممکن آن‌ها را به ورطه نابودی سوق می‌دهند.

در کتاب «خلاصه مطالعات طرح استراتژی توسعه صنعتی ایران؛ نوشته منصور مدرسی، حسن درگاهی، مسعود نیلی » یک فاجعه مسلم در فهم اقتصاد ایران، با کمک ده‌ها و صدها نمودار و جدول مشاهده می‌شود که می‌خواهد بگوید «سرمایه اول و مردم آخر هستند! » بی‌هیچ تعارفی یکی از بزرگترین آسیب‌هایی که به اقتصاد، به کشاورزی ، به صنایع، به راه ها و پل ها و ساختمان ها، به معیشت و اعتماد مردم کشور و به شان و شخصیت و کیان کشور وارد شده از جانب این متخصصان و بازرگانان متکبری است که زیر لوای حکومت خود را مخفی کرده‌اند و رندانه سوء عملکرد خود را به پای بی‌کفایتی دولت می‌نویسند!

وجه سوم خصوصی‌سازی در ایران را باز هم باید به پسرخاله‌ها ، اقوام و بچه‌های محل برگرداند. مطالعات اقتصادی نشان می‌دهد در طول سالیان پس از انقلاب ، پس انداز ملی از موجودی کالا به املاک و مستغلات بدل شده است. به زبان ساده یعنی این که تولید بی ارزش و زمین و ساختمان مهم و باارزش شد. بیشتر این زمین‌ها در اختیار دولت است. به شکل منابع طبیعی یا به شکل کارخانه‌ها و موسسات تولیدی. خصوصی‌سازی در ایران، یعنی جویدن باقیمانده استخوان‌های لاشه‌ای که پیش از این شیرها گوشتش را خورده‌اند. به عبارتی دیگر خصوصی سازی آخرین فنی است برای تقسیم آخرین مانده‌های پس انداز ملی کشور به کار زده می شود. این پایان رویای شیرین‌پیروزی‌دانش‌برسنت‌است!

یقینا خیلی خوب بود اگر ما جامعه‌ای می‌داشتیم با رفاهی نسبی و اقتصادی بالنسبه آزاد وخصوصی تا حقایق بازار ما را به پیش می‌بردند و خیرخواهان جامعه از محل مازادهایشان سازمان های مردم نهادی (همچون یک اتاق بازرگانی واقعی) درست می کردند برای دستگیری از ضعیف‌ترها، برای خوشحال کردن فرزندان خانواده فقرا. برای آرام کردن وجدان معذبشان یا به دلیل درک والایشان از انسانیت. اما واقعیت این است که ما در چنین جامعه و کشوری زندگی نمی‌کنیم و حداقل در میان‌مدت هم امکان تغییر این شرایط را نداریم. به رغم تمام تغییرات سیاسی و کارکردهای اقتصادی آن که موجب خلق یک طبقه متوسط جدید به جای طبقه متوسط ماقبل انقلاب شده است. هنوز این جامعه گیج و سردرگم است و به ظرفیت‌های خود برای خلق نهادهای اجتماعی و سیاسی یا تغییر در نهادهای موجود آگاه‌نیست.

اقتصاد مخلوط و مغلوط ایران که در آن مثل بقیه ارکان زندگی، ردپای انواع تفکرات اقتصادی از نظریه مقداری پول تا تقدس ثروت‌های راکد در قوانین و سازمان‌هایش به چشم می‌خورد نمی‌تواند در بردارنده عدالت اقتصادی باشد. حتی نمی‌تواند در بردارنده آزادی اقتصاد و اقتصاد خصوصی زیر نظر اتاق هم باشد.اصلانمی‌تواندشاهدعقلانیت‌باشد.

بنیان‌های نظری اگرچه با فصاحت و بلاغت می‌توانند این فلاکت اقتصادی و اجتماعی ایران را توضیح بدهند اما طرفداران این نحله‌ها، همچون «اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران» تاکنون نتوانسته‌اند برای حل آن‌ها راه چاره‌ای ارائه دهند که دیگران را قانع یا ساکت کند. بنابراین تنها چاره‌ای که می‌بینند استفاده از ابزار سخنوری است.





ارس تارلا امین

گلخانه مدرن شیشه‌ای

شروع پروژه ۱۳۹۴

مساحت ۵۰ هکتار

اشتغالزایی برای ۴۰۰ نفر

آتاویتا





باغ مدرن

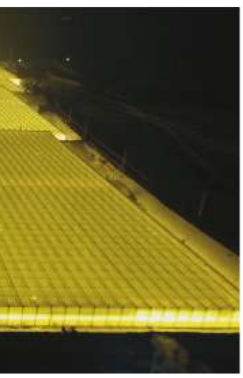
گؤزل طبیعت ارس

به وسعت ۲۴۰ هکتار

در حال اجرا...



صادر کننده نمونه ملی سال ۱۴۰۰ و ۱۳۹۹





www.atavita.com



پارلا
Parla

گلخانه مدرن شیشه‌ای

پارلا تجارت امین

به وسعت ۶۰ هکتار

در حال اجرا...



ارس تارلا امیر

گلخانه مدرن شیشه‌ای

شروع پروژه ۱۳۹۶

مساحت ۸۰ هکتار

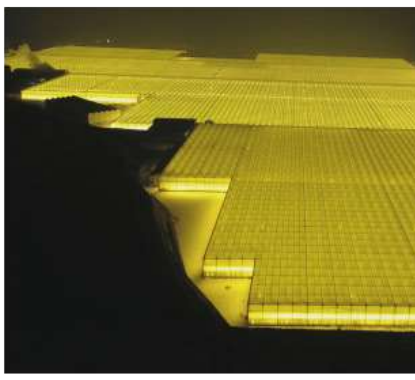
اشتغالزایی برای ۷۰۰ نفر



Atavita







گفتگوی صمت با مدیرعامل گروه صنایع گیتی پسند؛

چشم‌انداز طلایی گیتی پسند تا ۱۴۱۱



گروه صنعتی گیتی‌پسند سال‌ها قبل با سرمایه‌گذاری در صنایع پلیمری و تولید لوله و اتصالات تک لایه آذین لوله و پنج‌لایه نیوپایپ و.. در بازار تاسیسات ساختمانی کشور پای گذاشت. حضوری که همواره نقش موثری در تغییر و اصلاح مدل‌های اجرایی در این صنعت داشته است. کمی بعد از آذین‌لوله و نیوپایپ، دیگر برندهای این گروه صنعتی متولد شدند و هرکدام مجموعه‌ای از محصولات پایه و کاربردی را به بازار مصرف ایرانیان عرضه داشتند. سپهرفوم، نیوفلکس، SGP،RSN، دیناپلیمر و سایر برندهای تجاری گیتی پسند هستند که محصولات آن‌ها در صنایع نفت و پتروشیمی، پلیمر، ساختمان، خودرو و... شناخته شده است و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در خانه و زندگی اغلب مردم ایران حضور دارند یا اینکه ماده اولیه تولید محصولات بسیاری از واحدهای تولیدی در کشور شده‌اند.

پیرامون عملکرد و فعالیت این گروه صنعتی گفتگویی را با حاج علیرضا جنتی، مدیرعامل گروه صنایع گیتی پسند ترتیب داده‌ایم که در ادامه مطالعه خواهید کرد.



توضیحاتی در خصوص فعالیت، عملکرد و دستاوردهای مجموعه گیتی پسند توضیح دهید؟

ضمن گرامیداشت یاد و خاطره حاج ناصر جنتی، بنیان‌گذار گروه صنایع گیتی پسند خدمتتان اعلام می‌دارم که بنیان‌گذاران بزرگ‌ترین بخش خصوصی کشور در صنعت تاسیسات ساختمانی، سنگ‌بنای آن را با راه‌اندازی مراکز تحقیقاتی و فنی، از سال ۱۳۷۷ با همراهی و همت تعدادی از جوانان مستعد و کوشای میهن عزیزمان بنا نهادند.

این مجموعه از ابتدای تأسیس بر پایه دانش‌بنیان برنامه‌ریزی شده است و نیت قلبی و اندیشه راهبردی آنها، جلوگیری از خروج مواد خام نفتی از کشور، ایجاد اشتغال پایدار، تولید محصول ایرانی با کیفیت و برجسته کردن نام ایران در پهنه کره خاکی بود.حاصل مطالعات، آزمایشات و تولیدات مجموعه و همچنین سرمایه‌گذاری در صنایع پلیمری در این سال‌ها، ایجاد و آغاز به کار سی‌وهشت واحد تولیدی و تولید و عرضه بیش از بیست نوع محصول با برترین کیفیت و مناسب‌ترین قیمت به بازار در صنایع واسطه‌ای و پایین‌دستی ساختمان برای بازارهای داخلی و خارجی است.

کدام ویژگی مجموعه شما را از سایر مجموعه‌های همکار متمایز می‌کند؟

رشد و توسعه فردی و گروهی مستمر بالغبر سه هزار نفر نیروی انسانی متخصص، ارتقای دائمی سطح کمی و کیفی دستگاه‌ها و تجهیزات فنی در ارائه محصولات با کیفیت، استفاده مداوم از دانش روز دنیا، کسب رضایتمندی حداکثری گروه مشتریان محصولات این گروه صنعتی، چهار اصل توسعه پایدار گروه صنایع گیتی پسند هستند. اصولی که بر پایه رعایت اخلاق حرفه‌ای در این مجموعه پایه‌گذاری شده و همواره در حال اجرا است.

در حال حاضر مهم‌ترین مشکلات و چالش‌هایی که در مسیر تولید و صادرات خود دارید چه مواردی هستند؟

به طور قطع در هر فعالیت صنعتی چالش‌های متعددی وجود دارد.

در همین راستا می‌توان عدم حمایت دولت در راستای تحقق اهداف تولید کالای ایرانی و صادرات آن به کشورهای منطقه و بازارهای هدف را از جمله مهم‌ترین چالش‌های موجود در مسیر تولید نام برد. رقابت سخت محصولات ایرانی در کشورهای منطقه به دلیل رقابتی بودن محصولات تولیدی کشور ترکیه و چین در بازار را نیز می‌توان به عنوان دیگر مانع فعالیت‌های صنعتی در کشور ما عنوان کرد. از طرفی قوانین و بروکراسی‌ها در اکثر کشورهای منطقه به صورت اینترنتی است اما متاسفانه قوانین و بروکراسی گمرک‌های ایران دست و پاگیر است. عدم استقبال بعضی از کشورهای منطقه مانند کشور عراق از محصولات صنعتی و حرفه‌ای تولید شرکت‌های ایرانی، محدودیت اخذ بعضی از استانداردهای بین‌المللی به دلیل تحریم، افزایش بی‌رویه کرایه حمل‌ونقل داخلی و عدم ثبات این کرایه‌ها به دلیل عدم نظارت نهادهای نظارتی حمل‌ونقل کشور نیز از دیگر موانع تولید در کشور به شمار می‌روند.

گروه صنایع گیتی پسند چه چشم‌اندازی برای سال‌های آینده در نظر گرفته است؟

گروه صنایع گیتی‌پسند چشم‌انداز تجاری خود را به‌صورت ۱۰ ساله تا سال ۱۴۱۱ در نظر گرفته است و بنا بر عملکرد این گروه موارد در آینده به‌روزرسانی خواهند شد. ایجاد نگرش مثبت و حرفه‌ای در ذهن کارکنان، مصرف‌کنندگان و تمامی مخاطبانی که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم با برندهای این گروه برخورد کرده و در نهایت ایجاد حس واقعی غرور و افتخار به خاطر همکاری و ارتباط با گروه صنایع گیتی پسند، ایجاد مراکز تحقیق و توسعه، آموزش و تحصیلات تکمیلی با به‌روزترین تکنولوژی و شیوه‌های آموزشی جهت پرورش نیروی متخصص و ارتقاء سطح کیفی دانش ملی با ارائه مدارک معتبر در چشم‌انداز این گروه صنعتی دیده شده است.

امید است بتوانیم هر روز بیش از قبل برای کشور عزیزمان مفید باشیم و رسالت ایجاد اشتغال و کارآفرینی و تولید محصول با کیفیت را به ثمر رسانیم.

دستیابی به جایگاه اول بازار با توجه به کیفیت محصولات، خدمات ارائه شده به مشتریان و حتی تبدیل شدن به یک مرجع صاحب‌نظر و تعیین‌کننده در زمینه‌های نظارت، حمایت، طراحی و برآورد قیمت محصولات در صنعت تأسیسات ساختمان و شهرسازی، دستیابی به حداقل ۸۰ درصد سهم بازار داخلی و ۵۰ درصد سهم بازار خارج از ایران به‌عنوان یک قطب بزرگ و تاثیرگذار تولیدی- صادراتی در منطقه با تکیه‌بر زنجیره‌های تولیدی از مواد خام اولیه تا محصولات نهائی و ایجاد شبکه‌های توزیع فعال و سازماندهی شده، توسعه خطوط تولید گروه در صنعت تأسیسات ساختمان و شهرسازی به بیش از ۶۰ خط تولید، حضور مستمر و فعال در بازارهای حوزه خلیج‌فارس، اروپا و کسب عنوان صادرکننده برتر در صادرات محصولات صنعت تأسیسات ساختمان و شهرسازی، تغییر ابعاد و ظرفیت‌های کل گروه، تبدیل نوع سهام شرکت از سهامی خاص به سهامی عام و ورود به بورس اوراق بهادر ایران جهت انجام امور بیشتر و بزرگ‌تر و کسب جایگاه قهرمانی ورزش نیز از دیگر چشم‌اندازهای این گروه صنعتی تبیین شده است.







MMTE
شرکت مهندسی فن آور معادن و فلزات
Mines/Metals Technology & Engineering Co

شرکت مهندسی فن آور معادن و فلزات موفق به کسب نشان دانش بنیان شد

شـرکت مهندسی فن‌آور معادن و فلزات (MMTE) با بیش از دو دهه تجربه در مراحل طراحی، اجرا، راه اندازی و تحویل واحدهای مگامدول احیاء مستقیم صنعت فولاد موفق به دستیابی به نشان ارزشمند دانش بنیان تولیدی سطح ۲ گردید.

با اعطای این نشـان، " طراحی و مهندسی، تدارکات، ساخت و نصب و راه اندازی واحدهای احیا مستقیم با ظرفیت تولید سالانه ۸۰۰ تا ۱.۸۵۰ هزار تن آهن اسفنجی " به عنوان محور تخصص و مهارت های این شـرکت، از این پس در شمول فعالیت های دانش بنیان ملی شناخته می شود.

بومی سـازی دانش احداث واحدهای مگامدول احیاء مستقیم در صنعت فولاد از سوی این شرکت، مبنای ارزیابی های علمی و فنی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بوده است.

شـرکت مهندسـی فن‌آور معادن و فلزات نخسـتین بار در راسـتای بومی سازی سـاخت و توسعه واحدهای احیاء، با انجام مهندسی معکوس احداث یک واحد ۶۰۰ هزار تنی تولید آهن اسفنجی در فولاد مبارکه اصفهان و سپس اجرای موفقیت آمیز و بهره برداری از طرح افزایش ظرفیت این واحد به ۸۰۰ هزار تن در سـال، فعالیت های دانش بنیان خود را به ثبت رساند.

ارتقاء پیوسـته ظرفیت واحدهای متعدد تولید آهن اسـفنجی در گستره فعالیت های MMTE قرار داشـته اسـت؛ به گونه ای که پروژه های اجرا شده این شرکت بـا ظرفیت طراحی ۲ میلیـون تن نیز اکنون به طور مسـتمر و پایدار در حال بهره برداری است.

گام بعدی واحد مهندسـی شـرکت MMTE، طراحی بزرگتریـن واحد احیای مسـتقیم میدرکس در دنیا با ظرفیت ۲.۵ میلیون تن در سـال می باشد؛ همچنین طراحـی کوره های این واحدها که با نام Shaft Furnace شـناخته می شـود با اسـتفاده از روش های پیشرفته و تحت نرم افزارهای روز جهانی در واحد مهندسی شـرکت مهندسی فن‌آور معادن و فلزات مدل شـده که در کارگاه های این شرکت ساخته می شود.

در حال حاضر بزرگترین کوره احیاء مسـتقیم صنعت فولاد کشور در این شرکت طراحی و سـاخته شده و با موفقیت در واحد زمزم ۳ مجتمع فولاد خوزستان نصب گردیده است.

واحد مهندسـی شـرکت MMTE، این توان و قابلیـت را دارد که ظرفیت های مختلف واحدهای احیاء را از ۴۰۰ هزار تن به ۲.۵ میلیون تن در سـال و با خروجی های مختلف بر حسب تقاضای مشتریان خود طراحی و اجرا نماید.

طراحی و مهندسـی یک واحد احیاء مسـتقیم به ظرفیت ۸۰۰ هزار تن در سـال به روش ترکیبی (COMBO) و با سـه خروجی متفاوت سـرد، گرم و بریکت داغ یکی دیگر از اقدامات مهمی اسـت که برای اولین بار در سـطح بین المللی در واحد مهندسـی شرکت دانش بنیان MMTE در حال انجام است که با توجه به فرایند استاندارد طی شده، چشم انداز و نتایج موثری در بر خواهد داشت.

در گفتگو با مدیر استراتژی شرکت کویرموتور تشریح شد:

پرچمدار تولید موتورسیکلت در ایران



مدیر استراتژی شرکت کویر موتور در گفتگو با صمت، دلایل موفقیت این شرکت تولیدی را تشریح کرد.

دکتر مجید رضایی، سهامدار و مدیر استراتژی شرکت کویرموتور اظهار داشت: شرکت کویرموتور یک شرکت خانوادگی است و قدمت آن به سال ۱۳۳۶ برمی‌گردد. بنیان‌گذار شرکت بنده، حاج عباسعلی رضایی هستند. شرکت کویرموتور یک مجموعه حدوداً ۱،۶۰۰ نفری است و در حوزه موتورسیکلت قدیمی و خوشنام است.

دو چالش اصلی شرکت

وی در ارتباط با اهمیت این وسیله نقلیه تصریح کرد: با توجه به افزایش قیمت خودرو و هزینه‌های تعمیر و نگهداری آن، امروزه همانند سایر کشورهای پیشرفته دنیا، موتورسیکلت یک وسیله کلیدی و جایگزینی با خودرو تک و دو سرنشین در کلان شهرهای ایران علی‌الخصوص تهران قرار به شمار می‌آید.

نظر به نقش‌آفرینی موتورسیکلت در کاهش میزان آلایندگی و مصرف سوخت، ترافیک، معضلات فضای پارک در معابر و کاهش استرس‌های روانی و ارزبری کشور اهمیت این نیاز بیش‌ازپیش شده است.

طی این سال‌ها کویرموتور با چالش‌های مختلفی روبرو بوده است. مباحث مربوط به تحریم، حواله‌های ارزی و .... از آن جمله است. البته دو موضوع برای کویرموتور پرچالش‌تر بوده است:

موتورسیکلت در ایران همواره جهت استفاده حمل‌ونقل و باربری توسط پیک‌های موتوری مورداستفاده قرار گرفته است؛ درحالی‌که در خارج از کشور و به خصوص کشورهای پیشرفته ۱ الی ۴ درصد در این حوزه مورداستفاده است و بیش از ۹۵ درصد در حوزه جابجایی و ارتباطات روزمره و حمل‌ونقل عمومی مورداستفاده قرار می‌گیرد.



نگاه به مقوله موتورسواری در ایران همواره نگاه خوب و مناسبی نبوده است اما کویرموتور با عرضه محصولات کمپانی وسپا سعی کرد این سد و ذهنیت نامناسب را بشکند.

تحولات نرخ ارز و همچنین فرایندهای دور زدن تحریم‌های کشور جهت تامین قطعات و محصولات باعث افزایش قیمت تمام شده محصولات شده است.

به همین منظور کویرموتور برای افزایش توانایی خرید محصولات خود اقدام به فروش اقساطی نموده است که به عنوان نمونه فروش اقساطی با ۲۵ درصد پیش‌پرداخت و پرداخت الباقی در ۱۴ ماه بدون هیچ سود و بهره‌ای؛ هم‌اکنون در نمایشگاه و فروشگاه‌های کویرموتور در حال اجراست.

همچنین برای پیشبرد این طرح‌ها مجبور به افتتاح نمایشگاه‌های زنجیره‌ای کویرموتور شدیم تا قیمت‌ها به صورت سراسری در کل کشور یکسان باشد.

وی افزود: علاوه بر این در نمایشگاه‌های کویرموتور سیستم‌ها به صورت یکپارچه و سراسری می‌باشد و حتی فاکتورها از یکجا و یک سامانه صادر می‌شود تا مشتری به صورت شفاف و بدون دغدغه از خرید خود لذت ببرد. کویرموتور صاحب بیشترین تنوع محصولات و برندها در داخل کشور و دربین رقبای خود می‌باشد.

سبد محصولات این شرکت برای یک کودک یک ساله تا یک فرد ۹۰ ساله جهت استفاده در ماسه، آب، خیابان، برف و پیست‌های مسابقه‌ای و مناسب برای مردان و زنان عرضه می‌شود.

کارخانجات کویرموتور با حدود ۱،۶۰۰ پرسنل مستقیم مشغول به فعالیت هستند. اکنون این شرکت با ۱۵۰ نمایشگاه در سراسر کشور و ۱۶۰ عامل توزیع محصولات و حدود ۲۰۰ عامل توزیع قطعات‌یدکی و حدود ۱۲۰ تعمیرگاه مجاز که همگی تحت کنترل، آموزش و نظارت کویرموتور می‌باشند در حال فعالیت هستند.

رتبه یک بازار را در اختیار داریم

رضایی افزود: شعار کویرموتور "تمایز در حرکت" می‌باشد. ما سعی کردیم همواره این شعار را به‌صورت یک استراتژی در کویرموتور ایجاد کنیم

. به این معنی که سعی کردیم همواره فعالیت‌هایی را انجام دهیم که دیگران انجام نداده‌اند. از بین ۴۴ شرکت موتورسیکلت، کویرموتور با حدود ۱۷ درصد سهم بازار، رتبه یک بازار موتورسیکلت ایران را در اختیار دارد پیش‌بینی و هدف‌گذاری ما تا سال ۱۴۰۵ در اختیار گرفتن سهم ۴۰ درصدی بازار موتورسیکلت ایران می‌باشد.

با توجه به چالش‌های حوزه نیروی انسانی و برطرف کردن کمبود نیرو، کویرموتور با سازمان فنی و حرفه‌ای اقدام به عقد تفاهم‌نامه‌ای نموده است که به موجب آن



نیروهای انسانی جهت به کارگیری در عرصه صنعت موتورسیکلت و همکاری با شرکت کویرموتور در سازمان فنی حرفه‌ای، دوره‌های تئوری را اخذ می‌کنند و سپس آموزش‌های عملی در شرکت کویرموتور به این عزیزان داده می‌شود.

وی در تشریح نکات موفقیت بنگاه‌های تولیدی اظهار داشت: جهت موفقیت باید انعطاف‌پذیر باشید.

شاید این مهم‌ترین تجربه مدیریت باشد. باید به روز بود و نباید تنها بر یک عقیده متعصبانه استوار بود. همواره باید جلوتر از قوانین و استانداردها باشید.

دکتر مجید رضایی در همین راستا اشاره کرد: کویرموتور براساس شعار سازمانی خود "تمایز در حرکت" شکل گرفته است. شعاری که تقریباً یک دهه از به وجود آمدن آن می‌گذرد، همچنین دومین اصلی که پایه‌ها و ستون کویرموتور را تشکیل می‌دهد رسالت آن یعنی تغییر نگرش جامعه نسبت به موتورسیکلت است.

کویرموتور در راستای شعار سازمانی خود اقدام‌های بسیار سازنده، اثربخش و ماندگاری در صنعت موتورسیکلت ایران از خود به یادگار گذاشته است.

سهامدار و مدیر استراتژی شرکت کویرموتور، دکتر مجید رضایی در ادامه از محاسن استفاده از موتورسیکلت در تهران گفت و پیش‌بینی کرد با توجه به آمار، طی چند سال گذشته سهم بازار تهران سیر صعودی داشته است؛ به‌عنوان‌مثال تقریباً میانگین فروش موتورسیکلت از ۱۸ متوسط سالیانه تا سال ۱۳۹۵ به ۴۳ در سال ۱۳۹۹ رسیده است.

وی افزود این روند برای استان تهران به‌عنوان اصلی‌ترین کلان‌شهر تهران نوید خوبی است. و درواقع گویای این است که آن ۱۸ که قبلاً در استان تهران از موتورسیکلت برای کار استفاده می‌کردند (مانند

> **کویرموتور برای افزایش توانایی خرید محصولات خود اقدام به فروش اقساطی نموده است که به عنوان نمونه فروش اقساطی با ۲۵ درصد پیش‌پرداخت و پرداخت الباقی در ۱۴ ماه بدون هیچ سود و بهره‌ای؛ هم‌اکنون در نمایشگاه و فروشگاه‌های کویرموتور در حال اجرا است**

پیک‌ها)، همچنان در حال استفاده از این وسیله نقلیه هستند ولی در کنار آن یک بازار ۲۵ درصدی اضافه شد و این بازار جدید توسط افرادی شکل گرفته است که در گذشته از این وسیله نقلیه استفاده نمی‌کردند و درنتیجه با این رخداد می‌توانیم به جرات بگوییم با ورود هر یک دستگاه موتورسیکلت به خیابان‌های تهران در حقیقت ما یک دستگاه خودرو از چرخه حمل‌ونقل شهری و کلان شهرها خارج کرده‌ایم.

اتفاقات مهمی که در راه هستند

دکتر رضایی تصریح کرد: با این رخداد چند اتفاق مهم رقم می‌خورد:

۱-افزایش قیمت خودرو: وقتی یک خودرو به خیابان می‌آید با یک تصادف ساده اگر چراغ آن بشکند یا سپر آن آسیب ببیند، راننده یا مالک باید هزینه معادل یک دستگاه موتورسیکلت را متقبل شود تا بتواند آن چراغ یا سپر را تعویض کند.

۲-ترافیک معضلی است که در کلان شهرها وجود دارد و باعث شده است که مردم به استفاده از موتورسیکلت روی بیاورند

۳-جای پارک: کمبود و معضلات جای پارک در تهران

۴-فرهنگ موتورسیکلت تغییر پیدا کرده است و دیگر فقط از دید استفاده کاری به آن نگاه نمی‌شود.

۵-استاندارد ایمنی موتورسیکلت‌ها: این صنعت در چند سال اخیر رشد بسیار خوبی داشته است و محصولاتی با استانداردی فراتر از سطح استاندارد اروپا و با ایمنی بسیار بالا تولید و روانه بازار کرده است و نگرانی راکبان را تا حد قابل قبولی مرتفع ساخته است

۶-افزایش محصولات و ورود برندهای مطرح دنیا: در گذشته محصولاتی که در بازار موتورسیکلت وجود داشت موردپسند بسیاری از افرادی که جز این ۲۵ هستند نبود ولی بعد از سال ۱۳۹۵ موتورسیکلت‌هایی وارد ایران شد که نیاز به این بخش از بازار را به خوبی برآورده کرد استدکتر مجید رضایی در پایان گفت: همه این موارد باعث شد که این اتفاق خوب رخ دهد و شاهد بهره‌وری در منابع کشور و کاهش آلودگی هوا باشیم.

سخن آخر

توجه به کیفیت محصولات و همچنین سلیقه جامعه باعث شده است که امروز کویرموتور با بهره‌مندی از بیش ۱،۶۰۰ نفر نیروی کارآمد، پرچم‌دار تولید و تنوع انواع دوچرخ، سه‌چرخ، چهارچرخ و نفربرهای آبی باشد. همچنین تعامل با دوایر دولتی، سازمان‌ها، ارگان‌های نظارتی همواره کویرموتور را از سایر رقبا متمایز کرده و اخذ جوایز همه‌ساله خدمات پس از فروش نشان از نگاه پرمعنای بنیان‌گذار این شرکت به مقوله‌ی مشتری مداری است.

گفتگوی صمت با دو معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت؛

صنعت ماشین آلات صنایع دارویی راهگشای توسعه و صادرات





صنعت ماشین‌سازی عرضه فناوری‌های نوین و دانش‌بنیان است و این صنعت صنعت‌ساز، شاخص توسعه‌یافتگی صنعتی و معیار سطح فناوری صنعت یک کشور است.

در بازار داخلی ایران، هرچند واردات بی‌رویه ماشین‌آلات به کشور، در سال‌های گذشته باعث عدم فرصت رشد به صنعت ماشین‌سازی ایران شده بود؛ ولیکن در مواجه با تحریم‌های همه‌جانبه، با توجه به عدم امکان واردات، به ناچار اعتماد به صنعت ماشین‌سازی داخلی از سوی مصرف‌کنندگان و تصمیم‌سازان این حوزه شکل گرفت و با توجه با پتانسیل‌های بالای موجود در کشور به ویژه در حوزه نیروهای انسانی متخصص، شاهد رشد و اعتلای چشمگیر صنعت ماشین‌سازی در ایران بوده‌ایم.صنعتی که برای یافتن جایگاه واقعی خود در تأمین نیازهای صنایع کشور، سال‌ها مورد بی‌توجهی قانون‌گذاران و مدیران ارشد اجرایی قرار گرفت، اما در لحظات حساس و سرنوشت‌ساز تحریم‌ها، یک‌تنه بار بزرگی بر دوش گرفت تا آسیب‌های کشور به حداقل برسد. انجمن ماشین سازان صنایع دارویی ایران سال گذشته با هدف ساماندهی تولیدکنندگان این حوزه، تلاش در جهت تسهیل امور، رفع موانع تولید و حمایت از تولیدکنندگان داخلی با حمایت و رایزنی با وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و ادارات دولتی مربوطه، همکاری و ارتباط با اتحادیه‌ها، انجمن‌ها و سندیکاهای مرتبط و... آغاز به کار کرد و در هفتمین نمایشگاه بین‌المللی ایران فارما (دارو و صنایع وابسته) که از تاریخ ۱۸ الی ۲۰ مهر ماه در محل مصلی امام خمینی (ره) برگزار شد حضور فعالی داشت.در خلال برگزاری این رویداد مهدی برادران معاون صنایع عمومی وزیر صمت و سید محمد موسوی معاون صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات این وزارتخانه با حضور در غرفه انجمن ماشین سازان صنایع دارویی ایران در جریان فعالیت‌ها و اهداف انجمن قرار گرفتند. خبرنگار صمت پیرامون این موضوع گفتگویی را با آنها ترتیب داده است.

داروسازان، سربازان خط مقدم جبهه سلامت

سید محمد موسوی معاون صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات وزارت صنعت، معدن و تجارت در مورد اهداف برگزاری نمایشگاه ایران فارما اظهار کرد: مهم‌ترین نکته‌ای که در این نمایشگاه مشاهده شد، نبرد سربازان ایرانی در جنگی بود که کرونا و تحریم‌های ظالمانه بر ملت ایران وارد کرده بود. ما ظلمی که در آن دوران به بخش دارو صورت گرفت را هرگز فراموش نمی‌کنیم و از یاد نمی‌بریم کشورهایی را که ما را از داشتن ماسک محروم می‌کردند. بنابراین می‌توان گفت سربازان خط مقدم سلامت در هفتمین نمایشگاه ایران فارما حضور داشتند. هرکدام از ۶۰۰ شرکت حاضر در این رویداد سردارانی هستند که توانستند در جنگ اقتصادی با همت و تلاش مهندسان و کارگران، نیازهای دارویی کشور را در آن دوره سخت برآورده کنند تا ما دست خود را به سوی بیگانه‌گان دراز نکنیم.وی افزود: خودکفایی که در این حوزه انجام شد، کاری شگفت‌انگیز و بی‌نظیر بود. بنابراین جا دارد همه رسانه‌های کشور سؤال کنند دشمنی که به ما مواد اولیه نمی‌دهد و مدام با ما مبارزه و مخالفت می‌کند و در دادن فناوری خباثت به خرج می‌دهد، کجاست؟ در نمایشگاه ایران فارما از یک سانتریفیوژ پیشرفته رونمایی شد که با دستاوردهای سازمان انرژی اتمی در یک سطح است. لذا نیاز است که مورد توجه و تقدیر قرار بگیرد.

موسوی در مورد نقش و جایگاه انجمن ماشین سازان صنایع دارویی اظهار کرد: ماشین سازان صنایع دارویی، یک انجمن نوپا است و در راستای تغییراتی که در چارت وزارت صنعت، معدن و تجارت رخ داده، شکل گرفته و سبب ایجاد اتفاقات خوبی شده است. در واقع این انجمن توانسته تولیدکنندگان دارو را از سازندگان تجهیزات صنعت جدا کند. اکنون ۱۷ شرکت در این انجمن عضو هستند و ۳۵ شرکت دیگر پتانسیل پیوستن به این انجمن را دارند. در این میان شرکت‌های دانش‌بنیان هم بیشترین نیاز دارویی کشور را برآورد می‌کنند. خوبی این نمایشگاه در این بود که نشان داد عمده نیاز کشور در حوزه دارو در داخل کشور فراهم می‌شود. نکته قابل توجه این است که ۹۵ درصد از نیاز غذا و داروی کشور، توسط شرکت‌های داخلی تأمین می‌شود که بخشی عمده آن بر عهده سازندگان ماشین‌آلات صنعت داروسازی است.

معاون صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات وزارت صمت در پاسخ به این سؤال که مهم‌ترین محورها و برنامه شما در این معاونت چیست، اظهار کرد: اولین کار مدنظر ما، این است که با روش‌های نوین و فناوری‌های روز به سمت پایش وضعیت شرکت‌ها حرکت کنیم. دیگر نمی‌توان با سیستم‌های گذشته به سمت پایش نوین، گام برداشت؛ لذا به سوی سیستم‌های هوشمند حرکت کرده‌ایم. محور بعدی آن است که تراز هر صنعت و تولید را رسیدگی کنیم تا به سوی صادرات آن محصولات برویم.





ما تا یک ماه آینده، نقشه راه صنعت ماشین‌سازی دارو را با گرایش به صادرات راه‌اندازی خواهیم کرد.

موسوی در پایان اظهار کرد: برآورد ما بر این است که در ابتدای امر بتوانیم در کشورهای دوست و همسایه، صادرات مطلوبی داشته باشیم. سانتریفیوژهایی که در هفتمین نمایشگاه ایران فارما رونمایی شد، گزینه خوبی است برای اهداف صادراتی برای کشورهای همسایه و همسو، همچون روسیه که تحریم هستند.

تأمین ۹۷ درصد نیاز دارویی کشور از داخل

محمد مهدی برادران معاون صنایع عمومی وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز در پاسخ به سؤال خبرنگار صمت در خصوص مزیت‌های برگزاری نمایشگاه ایران فارما گفت: نمایشگاه ایران فارما یا صنعت دارویی ایران، یکی از مهم‌ترین و معتبرترین نمایشگاه‌هایی است که هفتمین دوره آن از تاریخ ۱۸ تا ۲۰ مهرماه با همکاری و همیاری انجمن‌های تخصصی مخصوصاً انجمن ماشین سازان صنایع دارویی، وزارتخانه‌های صمت بهداشت و سایر نهادها و سازمان‌های مربوطه برگزار شد. خوشبختانه استقبال ویژه‌ای از این دوره از برگزاری نمایشگاه به عمل آمد و علاوه بر شرکت‌های داخلی، شرکت‌های خارجی نیز نقش پررنگی در این نمایشگاه ایفا کردند.وی در ادامه با بیان اینکه یکی از اهداف مهم ما کمک به مثبت شدن تراز تجاری کشور است، گفت: صادرات یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که در این نمایشگاه مطرح شده است.

برآورد ما بر این است یکی از صنایعی که می‌تواند به ما در بهبود این روند کمک کند، صنعت دارو است. متاسفانه این صنعت تاکنون مغفول مانده است. اگر ما در این صنعت موفق به صادرات گسترده شویم، ترکیب کالاهای صادراتی کشور از کالاهای فعلی به کالاهای پیچیده ارتقا پیدا خواهد کرد.

برخی از شرکت‌هایی که در این نمایشگاه حضور داشتند در میان ۵ کشور تولیدکننده برتر قرار گرفته‌اند؛ این موضوع نشان دهنده آن است که شاخص پیچیدگی محصولات در رتبه بالایی قرار دارد.

برادران افزود: ما در تأمین مواد اولیه دارو بعد از چین و هند در رتبه بعدی قرار داریم.

در حوزه تولید دارو هم توانسته‌ایم ۹۷ درصد از نیاز داخلی کشور را تأمین کنیم که جز افتخارات کشور است. امیدوار هستیم که این روند توسعه ادامه پیدا کند و به‌طور کامل نیاز کشور با محصولات دارویی ساخت داخل تأمین شود.وی در پاسخ به این سؤال که نقش انجمن ماشین‌سازان صنایع دارویی ایران در نیل به اهداف کلان وزارت صمت را چگونه ارزیابی می‌کنید، اظهار داشت: یکی از اقدامات خوبی که در دولت سیزدهم صورت گرفت، توجه به ماشین‌آلات به شکل اختصاصی بود.

سابق بر این در حوزه ماشین‌آلات در رده معاونت به شکل تخصصی فعالیت نداشتیم و مسائل مربوط به این حوزه در اداره کل تخصصی بررسی می‌شد. خوشبختانه در ساختار جدید وزارت صمت این حوزه از اداره کل به معاونت ارتقا پیدا کرده است. متناسب با این تغییر ساختار، انجمن‌های تخصصی همانند انجمن تخصصی ماشین‌آلات ساخت صنایع دارویی نیز ایجاد شده‌اند.

> **هرکدام از ۶۰۰ شرکت حاضر در این رویداد سردارانی هستند که توانستند در جنگ اقتصادی با همت و تلاش مهندسان و کارگران، نیازهای دارویی کشور را در دوره سخت کرونا برآورده کنند تا ما دست خود را به سوی بیگانه‌گان دراز نکنیم**

این آغاز راه است و بر اساس چشم‌اندازی که ترسیم کرده‌ایم در سال‌های آینده صنعت ماشین‌آلات ساخت صنایع دارویی کشو رشد بالایی خواهد شد و به بهبود کیفیت ساخت دارو کمک شایانی خواهد کرد.

ضمن اینکه سبب افزایش صادرات دارو و سپس باعث افزایش بهره‌وری آن برای اقتصاد کل کشور خواهد شد.معاون صنایع عمومی وزارت صمت در پایان اظهار کرد: ما باید سعی کنیم در یک حوزه، تولیدکننده نباشیم، بلکه باید با برخی از کشورها سرمایه‌گذاری مشترک انجام دهیم و کارخانه‌های جدیدی را ایجاد کنیم.

اکنون در حوزه ساخت سرم با رونمایی که در این نمایشگاه صورت گرفت، موفق ظاهر شدیم و برای اولین بار ماشین‌آلات سرم‌سازی در این نمایشگاه رونمایی شد. این نشان می‌دهد که هم نیازهای داخلی را می‌توانیم برطرف کنیم و هم در آینده صادرات داشته باشیم.

KSC

شرکت فولاد خوزستان

اقدامات فولاد خوزستان در حوزه محیط زیست یک الگوی کشوری است



جلسات پروژه‌های زیست محیطی در بالاترین سطح در شرکت تشکیل و پیگیری می شود و در کمیته راهبری توسط مدیر عامل رصد می شود و این همراهی و همدلی باعث شده است تاکنون ۱۴۰۰ میلیارد تومان برای اجرای پروژه های محیط زیستی در شرکت فولاد خوزستان تخصیص یابد.

محمد نیکوکار قائم مقام مدیرعامل شرکت فولاد خوزستان در امور بهره برداری و توسعه با تأکید بر اهمیت تولید و توسعه پایدار اظهار داشت: توجه به محیط زیست یکی از مؤلفه های مهم تولید و توسعه پایدار است وشرکت فولاد خوزستان در جهت حفظ و بهبود محیط زیست اقداماتی بنیادین در این راستا انجام داده است.

وی با اشاره به نگاه مجموعه شرکت فولاد خوزستان به محیط زیست در جهت حفظ سلامت کارکنان عنوان کرد: حذف و جایگزینی سه واحد hyl با ظرفیت یک میلیون تن با آلایندگی بالا و مصرف آب و گاز زیاد با واحد زمزم با آلایندگی کمتر،مصرف آب و گاز بسیار کمتر و کیفیت محصول بهتر،نصب تعداد زیادی غبارگیر جهت کنترل آلودگی های گرد وغبار،اجرای پروژه های تصفیه پساب و بازچرخانی آب و ایجاد حدود ۵۳۰ هکتار فضای سبز در داخل و بیرون شرکت که بیش از ۵ برابر الزمات قانونی می باشد نمونه هایی از پروژه های زیست محیطی انجام شده هستند که نشان از توجه ویژه شرکت فولاد خوزستان به محیط زیست برای سلامتی کارکنان و مردم است.

قائم مقام مدیر عامل فولاد شرکت خوزستان در امور بهره برداری و توسعه با اشاره به نگاه و توجه مدیرعامل فولاد خوزستان به پروژه های محیط زیستی عنوان کرد: جلسات پروژه‌های زیست محیطی در بالاترین سطح در شرکت تشکیل و پیگیری می شود و در کمیته راهبری توسط مدیر عامل رصد می شود و این همراهی و همدلی باعث شده است تاکنون ۱۴۰۰ میلیارد تومان برای اجرای پروژه های محیط زیستی در شرکت فولاد خوزستان تخصیص یابد.

نیکوکار عنوان کرد: کارنامه فولاد خوزستان در بهبود محیط زیست درخشان است و با تولید از ۱.۵۵ میلیون تن به ۳.۹ میلیون تن توانستیم با اصلاح فرایندهای تولید هم پایه با افزایش تولید آلودگی های محیط زیستی به خصوص گرد و غبار کاهش دهیم.

وی اظهار داشت: در سال گذشته تعداد ۵ پروژه زیست محیطی با هزینه ای بالغ بر ۱۰۰ میلیارد تومان به اتمام رسید که می‌توان به نصب غبارگیر ۰۴-۲۰ در واحد مواد رسانی، نصب سیستم مه پاشی در خروجی مخزن روزانه و تاورهای یک و دو احیا شماره دو،اجرای شبکه پاکسازی واحدهای گندله سازی شماره یک و دو،محوطه سازی اسکرین هفت و تامین دو دستگاه ماشین زنبیل کش اشاره نمود.

قائم مقام مدیرعامل شرکت فولاد خوزستان در امور بهره برداری و توسعه تصریح کرد: ما امسال ۱۳ پروژه زیست محیطی در دست اجرا داریم که تعدادی از آن ها تاکنون تمام شده و امیدواریم تا پایان سال به صورت مورد بهره برداری قرار گیرند و در این میان یکی از پروژه های بسیار مهمی که امسال به اتمام می‌رسد و تاثیر بسیار زیادی در کاهش مصرف آب دارد پروژه R.O پساب خروجی و برگشت آن به شرکت است که باعث کاهش مصرف آب در شرکت و همچنین کاهش برداشت آب از رودخانه کارون می گردد و با توجه به کیفیت مناسب آن باعث افزایش سیکل تغلیظ آب در کولینگ تاورها خواهد شد که این نیز می‌تواند باعث کاهش مصرف آب شرکت و همچنین بهبود فرآیند تولید گردد.

وی در پایان اظهار امیدواری کرد که با اصلاح فرایندها و اجرای پروژه ها شاهد بهبود هر چه بهتر شرایط محیطی باشیم.



توسعه صادرات؛ عبور از محدودیت‌های تجاری

نقش نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی در توسعه صادرات کالاهای باکیفیت ایرانی



احمدرضا طحانیان - مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی اصفهان

امروز توسعه اقتصاد کشور وابسته به اجرایی شدن سیاست‌های صادرات محور و توسعه همه‌جانبه این مهم در بخش‌های مختلف تولیدی، صنایع بالادستی و ارائه خدمات به متقاضیان داخلی است. طی چهار دهه گذشته توسعه صادرات غیرنفتی و تلاش برای افزایش سهم آن که به یکی از چالش‌های بزرگ اقتصاد ایران مبدل شده است.

چرا که تکیه دیرپای اقتصاد ایران به نفت و دشواری‌های ناشی از تحریم‌ها در مقاطع گوناگون منجر به آسیب‌پذیری اقتصاد کشورمان و محدودیت ابتکار عمل در حوزه اقتصادی شده است. به علاوه بهبود حجم صادرات غیرنفتی به افزایش تولید در بخش‌های مختلف می‌انجامد و به صورت مستقیم بر محیط کسب و کار، کاهش نرخ بیکاری و کنترل بیماری‌های اقتصادی نظیر تورم، جلوگیری از رشد بی‌مهار نقدینگی و گذر از رکودهای اقتصادی و.... اثر می‌گذارد.

ایران طی سال‌های گذشته تلاش داشته است با برنامه‌ریزی‌های گوناگون وابستگی خود را به صادرات نفت خام کاهش دهد و مجاری دیگری را برای کسب درآمدهای ارزی تعریف کند، آنگونه که برخی از کشورها در این راه قدم گذاشته‌اند و آمارهای تجاری آنان حکایت از پیشرفت در این عرصه دارد. با این وجود بی‌ثباتی سیاست‌های اقتصادی در ایران، کارگزاری دولت در بخش صادرات و واردات و فقدان برنامه‌های راهبردی به منظور بازاریابی بین‌المللی همواره از موانع اصلی در این رابطه بوده است. برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی پیش‌زمینه توسعه صادرات است، دستکم امکان برطرف کردن یکی از موانع اصلی در این رابطه یعنی برقراری ارتباط مستقیم میان عرضه‌کنندگان، تولیدکنندگان، صاحبان کالا و تکنولوژی، متقاضیان کالا و خدمات را به صورت مستقیم و با حذف واسطه‌ها فراهم می‌کند.

این امر همچنین از طریق ارتباطات جهانی به مرور امکان ارتقاء کیفیت محصولات را فراهم می‌آورد و به پویایی بخش‌های مختلف اقتصادی می‌انجامد.

به این ترتیب نمایشگاه‌های تخصصی خلاء موجود در امر بازاریابی را پر کرده و برای تولیدکنندگان این امکان را فراهم می‌آورد که بدون صرف هزینه‌های غیرضروری و سردرگمی در عرضه محصولات اقدام به فروش کالاها و خدمات خود به مشتریان حقیقی کنند.

از دیگر مزایای برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی می‌توان به نقش آن‌ها در سیاست‌گذاری‌های کلان دولت‌ها اشاره کرد. به این تعبیر فعالیت بازرگانان و تولیدکنندگان در قالب نمایشگاه‌های تخصصی می‌تواند منجر به ایجاد روابط عمیق‌تر میان دولت‌ها شود.

انتخاب صحیح مشارکت‌کنندگان به منظور حضور در نمایشگاه‌های تخصصی و کمک گرفتن از سازمان‌های تخصصی مرتبط با صادرات می‌تواند به گسترش برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی کمک کند.

با توجه به شرایط اقتصادی فعلی در ایران از یک‌سو و توانمندی‌های موجود در بخش‌های غیرنفتی از طرف دیگر لازم است امکانات هرچه بیشتری برای افزایش سهم ایران در بازارهای جهانی کالا و خدمات بسیج شوند و به یقین برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی با رعایت جوانب مطالعاتی و عملی یکی از مسیرهای کارآمد برای افزایش این سهم است.

نمایشگاه بین‌المللی اصفهان یکی از نهادهایی تجاری و بهبود دهنده کسب و کارها است که طی سال‌های گذشته نقشی فعال و تأثیرگذار در زمینه برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی داشته است.

این شرکت مجری نمایشگاه‌های عمومی و تخصصی گوناگونی بوده است که هریک مخاطبین پر شماری را در سطح داخلی و بین‌المللی به خود جذب کرده است. قرار گرفتن استان اصفهان در مرکز کشور، دارا بودن جذابیت‌های تاریخی و گردشگری، وجود زیرساخت‌های اقتصادی و صنعتی مناسب و خصوصاً استقرار زیرساخت‌های مناسب و نوین در نمایشگاه اصفهان با تمرکز به تأمین حداکثری رفاه مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان سبب شده است که نمایشگاه‌های استان از اقبال عمومی مناسبی برخوردار شوند.

سال گذشته ۲۶ عنوان نمایشگاهی در اصفهان برگزار شد، از این میان حدود ۲۰ نمایشگاه به صورت تخصصی برپا شد که با هدف ارتقاء کیفیت صنعت، تجارت و بازرگانی استان در تقویم نمایشگاهی سالیانه قرار گرفت و میزان رضایت مشارکت‌کنندگان و صاحبان کسب و کارها را به همراه داشت و این همه دقیقاً در شرایطی برگزار شد که شاهد شیوع ویروس کرونا بودیم و تبلیغات محیطی همانند سال‌های گذشته امکان‌پذیر نبود.

امیدوارم در سال جاری شاهد برگزاری باکیفیت نمایشگاه بین‌المللی و تخصصی در سایت نمایشگاه اصفهان باشیم و از این رهگذر امکان جذب بازدیدکنندگان متخصص را از سایر کشورها و با همراهی سایر نهادهای اقتصادی این مهم را محقق کنیم.

گفتگویی اختصاصی صمت با مدیرعامل آنیل پک؛

IML، دیپلمات صادراتی ایران است



آنیل‌پک، با سابقه‌ی درخشان ۲۰ ساله در حوزه صنعت چاپ و رسانه، در سال ۹۴، وارد صنعت بسته‌بندی و چاپ لیبل شد. این شرکت، با آن‌که نوپا بود، توانست در زمانی کوتاه و عملاً از سال ۱۳۹۷ به برندی قدرتمند در تولید لیبل‌های دورن قالبی «IML»، تبدیل شود، نقشی قابل تأمل را در توانمندسازی داخلی، توسعه‌ی صادرات، کاهش قاچاق و ممانعت از خروج ارز با تأمین ۸۰ درصدِ نیاز داخلی کشور ایفا کند و اینک بر روی سکوی صادرات به کشورهای همسایه، منطقه اوراسیا و رقابت با بازارهای اروپایی بایستد. سکویی که عامل رشد است و توسعه اقتصادی و ما پیرامون آن با مهندس سید رضا حسینی مدیرعامل آنیل‌پک، کارشناس اقتصاد، تحلیل‌گر بازارهای تجاری و کارآفرین مستقل صنعت چاپ و لیبل که در طول ۲۱ سال گذشته، مدیر اجرایی موفقی در زمینه نشر و رسانه‌های چاپی و مکتوب بوده و در رشته‌های مدیریت، بازرگانی و کسب و کار هم صاحب کرسی تدریس است، به گفت‌و گو نشستیم و به ترسیم چشم‌اندازی شفاف از این صنعت و باید و نبایدهای آن رسیدیم.

چرا وارد صنعت بسته‌بندی شدید و این حوزه را انتخاب کردید؟

فعالیت و تخصص ما در وهله نخست در حوزه رسانه متمرکز بود. بعد از فعالیت تخصصی در حوزه نشر و رسانه‌های مکتوب و آنلاین، وارد عرصه چاپ مطبوعات شدیم. اما بعد از چندین سال و با توجه به افولی که در حوزه رسانه‌های مکتوب رخ داد به این فکر افتادیم که زمینه کاری‌مان را تغییر دهیم و وارد حوزه بسته‌بندی شویم که در آن زمان با توجه به شرایط موجود، بهترین انتخاب بود. کمااینکه وقتی وارد حوزه بسته‌بندی شدیم قصد داشتیم در حوزه بسته‌بندی دارو فعالیت کنیم. اما با تحلیل بازار از فعالیت در این زمینه منصرف شدیم و البته این پایان کار ما نبود. سال‌های متمادی فعالیت در حوزه خبری و ژورنالیستی کمک کرده بود تا بتوانم به شناخت خوبی از راه‌ها و مبادی کسب اطلاعات برسم؛ بنابراین با یک آنالیز داده‌ای از آمارهای مبادی ورود و خروج کالا و با واکاوی دقیق اقلام وارداتی مورد نیاز کشور به سمت لیبل‌ها کشیده شدیم و تجارب‌مان در زمینه صنعت چاپ هم نشان داد که صنعت لیبل، بازار فوق‌العاده بکری در ایران است و سرمایه‌گذاری در این بستر تولیدی ـ تجاری می‌تواند کشور ما را از وابستگی به واردت نجات دهد. بنابراین ریسک سرمایه‌گذاری در این صنعت را پذیرفته و وارد حوزه تولید و چاپ لیبل شدیم.

آیا این سرمایه‌گذاری توانست برای مجموعه‌ی شما خلق ارزش کند و اهداف مدنظرتان را تحقق بخشد؟

بی‌شک، یکی از قدرتمندترین حوزه‌ها در صنعت بسته‌بندی، لیبلینگ یا همان برچسب است. این بخش، سهم قابل توجهی از صنعت بسته‌بندی را به خود اختصاص داده و برای اکثر صنایع فعال، به عنوان یک صنعت واسطه‌ای عمل می‌کند. در واقع، دامنه اثرگذاری و اثرپذیری این صنعت به شدت بالاست و به همین دلیل سرمایه‌گذاری ارزی ما در آن نیز ثمربخش بود. به نحوی که اینک حدود ۸۰ درصد از نیاز داخلی بازار را آنیل‌پک تأمین می‌کند و میزان واردات لیبل از ترکیه و چین را به شدت کاهش داده است که البته این دستاورد به سادگی میسر نشده است.

الگوی شما در این روند پیشرفت کدام کشورها بوده‌اند؟

در بدو ورود با توجه به اخذ تسهیلات ارزی موفق



شـدیم، ماشـین‌آلات مورد نیازمان را ابتدا از آلمان و بعد از گذشت دو سال از سوئیس وارد ایران کنیم که البته در این حوزه با مشـکلاتی روبـرو بودیم. چراکه معمولاً غربی‌ها، فناوری را به ما می‌فروشـند نه دانش آن را؛ اما ما موفق شـدیم با ارتباطاتی که داشـتیم و همچنین سـرمایه‌گذاری کافی و قابـل توجه به این دانش دسـت یابیم. علاوه بر آن، وقتی محصول شما، قابلیـت انطباق کامل با محصـولات اروپایی را دارد و در عین حال تأمین‌کننـدگان تجهیزات و محصولات شـما کمپانی‌های مطرح دنیا هستند، بی‌شک تلاش خواهید کرد همگام با آخرین دسـتاوردها، تکنولوژی و تغییرات آن‌ها پیش بروید و با آن همسـویی بیابید. مثلاً الگـوی تولیدی ما بزرگتریـن تولیدکننده لیبل جهان یعنی«verstraete» است.

این کمپانی با بررسی تمامی فناوری و پتانسیل‌ها، با افست ورقی کار می‌کند و طبیعتاً چون چشم‌انداز ما نیز بازارهای اروپایی است، بر مبنای انتخاب الگوهای فنـاوری و تجـاری خود پیـش می‌رویم و سـلامت، پایداری زیستی، ایمنی، سازگاری با محیط و اکولوژی انسـانی، انعطاف‌پذیری، تولیدِ انبـوه، فناورانه محور و مقرون به صرفه، اقتصاد چرخشی، توسعه‌ی دایره‌ای، ارزش‌دهی لجستیکی و ارتقاء ادراک بصری، شناختی و رفتاری مصرفی، جزو شـاخصه‌هایی هستند که در آنالیـز و متاآنالیـز بازارهای مصـرف و تولید، محور و مبنای تولیدات ما قرار می‌گیرند.

در حال حاضر به کدام کشـورها صادرات دارید؟

خوشبختانه چند ماه است که فعالیت صادراتی خود را به طور جدی و با رشـدی قابل توجه ادامه داده‌ایم. شاید کسی صادرات لیبل از ایران را باور نکند اما الان کشورهایی مانند پاکسـتان، قزاقستان، ارمنستان و... که لیبل خود را از ترکیه تأمین می‌کردند مشـتریان لیبل‌های ایرانی و آنیل‌پک هسـتند. بازار هدف ما نیز کشـورهای اروپایی است با این اسـتنباط و استدلال کـه صادرات نه تنها می‌تواند یک منبع درآمدی ارزی به حسـاب بیاید بلکه فراتر از آن می‌تواند یک فضای فرهنگی و علمی بزرگی را برای شرکت ما ایجاد کند؛ چرا که همکاری با طرفین خارجی بدون تردید موجب تولید محتوای فنی و علمی می‌شود. از طرفی آشنایی دقیق‌تر با استانداردهای دنیا و برقراری ارتباط بیشتر با زبان دانشـی آن‌ها نیز بـر توانمندی‌های صادراتی و تعامـل منجر بـه موفقیت با شـرکت‌های خارجی می‌افزاید و اثبات می‌کند که صادرات، دانش مخصوص به خود را نیاز دارد.

اینکـه تولیدکننـده‌ای به صِرف دانـش و امکانات تولیـدی خود اقدام بـه صادرات کند بـه نظر من از رویکرد و بینش تجاری مـورد قبولی برخوردار نبوده اسـت؛ چرا که موضوعاتی مانند زبـان، نحوه ورود به بازار، قوانین کشـورهای هدف صادراتی، اعتمادسازی در بازارهای صادراتی، مراوده‌های مالی، لجستیک‌های صادراتی و... اهمیت بسـیار بالایـی دارند و نمی‌توان صرفاً با تکیه بر سطح کمی یا بعضاً کیفی تولید وقتی در بخش‌هـای چون حمل و نقل و لجسـتیک دارای مشکلات بزرگی هستیم، بی‌گدار به آب زد.

بـا این توصیف‌ها صنعت لیبل در کشـور ما اکنون چه جایگاهی دارد؟

در صنعـت لیبل آی‌ام‌ال، بـدون هیچ تعارفی ما در دو موضوع دانشِ تولیـد و تأمینِ مواد اولیه همچنان وابستگی‌های عمده‌ای داریم. درست است که بخشی از مـواد اولیه‌ی ایـن صنعت توسـط تولیدکنندگان داخلی تأمین می‌شود اما همچنان کمبودهایی در این زمینه وجـود دارد و در نیازهای دیگر این صنعت هم به بیرون از مرزها وابسته‌ایم. به عنوان مثال در مرکب یا ماشـین‌آلات. بنابراین کسب دانش تولید این اقلام، حلقه مفقوده‌ی رشد و توسعه‌ی این صنعت در کشور به شـمار می‌رود. بماند که در مباحثی چون گرافیک، عکاسـی، رنگ‌شناسـی و... نیـز هنوز به یک سـطح علمـی و آکادمیک منطبق با اسـتانداردهای جهانی در این صنعت نرسـیده‌ایم و چه بسـا دانشگاه‌های ما نیز توانایی پاسـخگویی به این نیاز در حوزه IML را ندارند. مهم‌ترآنکه ما در این متولی نهادی مشـخصی هم نداریم که بتواند در راستای ارتقاء یا خلق دانش به صورت موثر عمل کند و عامل حمایتی باشد.

و چه موانعی شاخص‌تر هستند؟

فعالیـت در هـر زمینـه‌ی تولیدی با سـختی‌ها و چالش‌های متعددی همراه اسـت. در حال حاضر ما با سیستم بانکی، گمرک، تأمین اجتماعی، اداره مالیات، بیمه، لجسـتیک کشور و حتی سازمان آب و فاضلاب و اداره برق هم مشکل داریم. اما نکته اینجاست که ما تمام قواعد تولید و بازار را پذیرفته‌ایم. در همین زمینه تمام تلاش خود را هم به کار گرفته‌ایم تا در مسـیری که در آن هستیم و برایش هدف‌گذاری کرده‌ایم موفق بمانیم.

برگزاری چنین نمایشگاه‌های تخصصی چه تأثیری می‌توانند در رفع این مشـکلات و البته برندسازی و بازاریابی داشته باشند؟

نمایشـگاه یک محفل و رویداد تجاری برای رایزنی، گفتمان، مذاکره و برپایی کارگاه‌های علمی اسـت. ما به شـخصه انتظار نداریم در رویدادهای نمایشـگاهی مشتری پیدا کنیم یا فروشی داشته باشیم.

همین که در بسـتر برگزاری چنیـن رویدادهایی تعامل و همسـویی تجـاری خود با مشـتریان‌مان را بیشتر کنیم و انتقادات و پیشنهادات آن‌ها را بشنویم برای ما کفایت می‌کند.

چشم‌انداز این صنعت و شرکت آنیل پک را چطور می‌بینید؟

تـا جایی که بـازار داخلی و صادرات جوابگو باشـد کماکان به توسـعه و تولید با کیفیتِ قابل همسـویی بـا بازارهای خارجـی ادامه خواهیـم داد؛ با صراحت بـر اینکه ما قطعـاً برای اتصال بـه بازارهای جهانی و شـبکه جهانی تجارت تلاش می‌کنیم. البته منکر آن هم نیسـتیم که با چالش‌های بزرگی چون تحریم‌ها و اقتصاد بسته مواجه هستیم.

مـواد اولیـه مورد نیـاز خـود را باید بـه صورت غیرمسـتقیم و با دو برابر قیمـت وارد کنیم یا گاهی ضررهای بزرگی برای پیشـرفت بدهیـم اما مهم این است که باور داریم شرایط همواره ثابت نمی‌ماند و به طور قطع روزهای خوب هم به زودی خواهند رسید.





در گفتگوی صمت با عباس تقدسی نژاد مدیرعامل مجموعه نمایشگاه شهر آفتاب مطرح شد؛

طرحی طلایی برای توسعه صادرات ایران با نقش آفرینی ویژه نمایشگاه شهر آفتاب

نمایشگاه شهر آفتاب در سال های اخیر توانسته با تعاریف و استانداردهای تعیین شده بر حسب معیارها و ضوابط UFI (اتحادیه جهانی صنعت نمایشگاه) برابری کرده و با سنجش‌های آن سازمان به صورت صددرصد مطابقت پیدا کند. همزمان با برگزاری موفق چندین رویداد نمایشگاهی پس از روی کار آمدن عباس تقدسی‌نژاد در اواخر سال گذشته به عنوان مدیرعامل جدید این مجموعه و مصوبه شورای شهر مبنی بر انتقال نمایشگاه‌های پرمخاطب از محل نمایشگاه‌های دائمی تهران (سئول) به سایت نمایشگاهی شهر آفتاب، نگاه ها به سوی این شهر نمایشگاهی معطوف شد. امروز و پس از گذشت حدود ۸ ماه از آغاز فعالیت رسمی تقدسی‌نژاد در نمایشگاه شهر آفتاب، پیرامون عملکرد او در این دوره و مباحث مربوط به این سایت نمایشگاهی با وی به گفتگو نشستیم که مشروح آن را در ادامه مطالعه خواهید کرد.

حدود هشت ماه از دوره جدید مدیریت مجموعه نمایشگاه شهر آفتاب می‌گذرد. در این مدت چه تغییرات و اقداماتی در این مجموعه به عمل آمده است؟

مجموعه نمایشگاه بین‌المللی شهر آفتاب دارای ظرفیت‌های بالقوه متعددی است که بر اساس برنامه‌ریزی‌های اولیه در راستای کلان‌پروژه‌ای به نام شهر نمایشگاهی جنوب تهران احداث و ایجاد شده است. متاسفانه طی سال‌های اخیر از این ظرفیت‌ها استفاده درستی به عمل نیامده بود. در سال ۹۵ که افتتاحیه نمایشگاه بین‌المللی کتاب در این مجموعه نمایشگاهی انجام شد، این مجموعه به واسطه کامل نبودن تاسیسات و سالن‌های نمایشگاهی و همچنین وجود محدودیت در سالن‌ها، ظرفیت کامل برای برگزاری رویداد بزرگی چون نمایشگاه کتاب را نداشت. این موضوع و حواشی به وجود آمده از جمله ورود آب باران به سالن‌ها، آبگرفتگی و... موجب تخریب برند مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب شد. نباید فراموش کرد که رویکردها، تصمیم‌سازی‌ها و راهبردهایی که در سال‌های گذشته برای این مجموعه در نظر گرفته شده بود بسیار دقیق و منظم هستند. در همین رابطه می‌توان به جایابی مناسب، هزینه‌کرد کلان، طراحی اولیه متناسب با استانداردهای جهانی و UFI و معادل‌سازی برای ساخت این سایت از نمایشگاه ریمینی ایتالیا اشاره کرد. متاسفانه این موارد در سال‌های اخیر مورد توجه قرار نگرفته بود. طی سال‌های اخیر برخی دیدگاه‌ها با بیان برخی الفاظ و انگ‌ها که شایسته مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب نبود چهره این مجموعه فاخر را مخدوش کردند.

ما در وهله اول تلاش کردیم که مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب را به لحاظ ساختار سازمانی و شکل ساماندهی با شرایط صنعت نمایشگاهی متناسب کنیم. از آنجا که شهر نمایشگاهی آفتاب، ذیل مجموعه شهرداری تهران تعریف شده است عملکرد مدیران و ابلاغیه‌های قبلی موجب شده بود که در ساختار سازمانی، مجموعه شهر آفتاب نیز مانند دیگر زیرمجموعه‌های شهرداری دیده شود. در شهرداری‌ها مناطق شهری الگوی قالب محسوب می‌شوند و نمایشگاه‌ها از اولویت خاصی برخوردار نیستند. بنابراین تغییر اساسنامه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب از الزامات بود. از آنجا که یک مجموعه نمایشگاهی در واقع یک مجموعه تجاری و اقتصادی محسوب می‌شود باید دارای ساختار متناسب با این فضا باشد.

نکته مهمی که در این میان وجود داشت این بود که در اساسنامه، مجموعه شهر آفتاب به عنوان یک مجموعه بهره‌بردار معرفی شده بود. بنابراین ما به هیچ عنوان نمی‌توانستیم اقدامات توسعه‌ای انجام دهیم. چرا که بر اساس قانون تجارت هر مدیرعاملی موظف است در چارچوب اساسنامه و با تأیید هیئت‌مدیره اقدامی را در مجموعه انجام دهد.

بنابراین ما موفق شدیم که با مذاکرات به عمل آمده با شهرداری تهران و علی‌رغم وجود بروکراسی‌های پیچیده در مناسبات تغییر ساختارها و اساسنامه‌ها در این مجموعه، این اتفاق مهم را عملی کنیم. امروزه اساسنامه ما در شهرداری تهران به نحوی تنظیم شده است که مجموعه شهر آفتاب هم توسعه‌دهنده است و هم بهره‌بردار. به عقیده من این مورد در میان تمام مجموعه‌های شهرداری تهران یک استثنا است.

تغییر در اساسنامه شهر آفتاب امروزه در انتظار تأیید و تصویب نهایی شورای شهر تهران است که امیدواریم در اسرع وقت انجام شود.

در خصوص سرمایه‌گذاری‌های توسعه‌ای در شهر آفتاب چه برنامه‌هایی در دست اقدام دارید؟

متاسفانه مجموعه شهر نمایشگاهی آفتاب در سال‌های گذشته بلااستفاده مانده بود. بنابراین ما تلاش کردیم تا با علاوه بر نیروهای حاضر در مجموعه از ظرفیت‌های خارجی نیز استفاده کنیم و در همین راستا نیروهای جدید را به بدنه نمایشگاه شهر آفتاب تزریق کردیم تا به عنوان موتور محرک مازاد عمل کنند.

در سال‌های گذشته یک نقشه راه برای مجموعه شهر آفتاب تنظیم شده بود که بر اساس آن تعداد سالن‌ها، هتل‌ها، مجتمع‌های تجاری و... تعیین شده بود. ما متناسب با نیازهای شهر آفتاب و شرایط پیش روی کشور تغییراتی در بخش‌هایی از این نقشه راه اعمال کردیم.

در خصوص سرمایه‌گذاری و توسعه شهر آفتاب نیز تا کنون ۳۵ طرح جدی سرمایه‌گذاری معادل ۵۲ هزار میلیارد تومان طرح توسعه‌ای تعریف کرده‌ایم. در ماه‌های گذشته نزدیک به ۷۰ سرمایه‌گذار بزرگ برای سرمایه‌گذاری در این مجموعه اعلام آمادگی کرده‌اند. من فکر نمی‌کنم که این میزان علاقه‌مندی برای



سرمایه‌گذاری در هیچ کدام از مجموعه‌های شهرداری وجود داشته باشد.

برای ایجاد نمایشگاه‌های دائمی در شهر آفتاب برنامه‌ای دارید؟

ما در کشور ضعف جدی در برگزاری نمایشگاه‌های دائمی داریم. خوشبختانه سرمایه‌گذاران در رابطه با احداث نمایشگاه‌های دائمی اعلام آمادگی کرده‌اند. در این صورت این ضعف تا حد زیادی جبران خواهد شد. ما به واسطه وسعت فضایی که در مجموعه شهر آفتاب داریم این فرصت را داریم که از این دست طرح‌های توسعه‌ای را در شهر نمایشگاهی آفتاب داشته باشیم.

در همین زمینه ما با صنف برق و الکترونیک تهران توافق کرده‌ایم تا یک نمایشگاه دائمی در این حوزه را در شهر آفتاب داشته باشیم. پس از احداث این نمایشگاه دائمی خیابان لاله‌زار تهران که بورس فروش صنف برق و الکترونیک تهران است به شهرداری تحویل داده شود تا ترافیک ناشی از حضور اقشار خریدار اقلام برقی در آن محدوده شهری کاهش پیدا کند.

در خصوص احداث نمایشگاه دائمی گل، لوازم‌خانگی، مصالح ساختمانی و... نیز با اصناف مربوطه توافق کرده‌ایم.

از ظرفیت مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب می‌توان در حوزه‌های مختلف فرهنگی و ورزشی





نیز اســتفاده کرد. در این زمینــه چه فعالیت‌هایی داشته‌اید؟

بلــه؛ احداث مجموعه‌های مختلف فرهنگی، ورزشــی و تفریحــی را در برنامــه بلندمــدت خــود، مدنظر قرار داده‌ایم. مــا بزرگ‌ترین مجموعه تفریحی و شــهربازی را در نزدیکی مجموعه نمایشــگاهی شهر آفتاب تعریف کرده‌ایم. ۳۲ هزار هکتار فضا در اختیار آســتان مقدس حضرت امام (ره) قرار گرفته اســت تا در این فضا مکان تفریحی و شــهربازی احداث شــود. در همین زمینه ما برای اســتفاده از بخشــی از این فضا با آســتان مقدس به توافق رســیده‌ایم. بر اساس این توافق، ۲ هزار هکتار از این فضا در اختیار مجموعه نمایشــگاهی شهر آفتاب (به نمایندگی از مجموعه شــهرداری تهران) قرار خواهد گرفــت. در این فضــا مجموعه‌های مختلف ورزشــی و تفریحــی ایجــاد خواهد شــد. در ایــن پروژه‌ها جذب ســرمایه‌گذار و اخذ مجوزهای لازم از طرف شــهرداری و زمین از جانب آستان مقدس امام (ره) خواهد بود.

خوشبختانه شخص شــهردار دیدگاه بسیار خوبی در خصوص توسعه متوازن تهران دارد و از طرفی مجموعه حــرم امام (ره) نیز رویکرد توســعه‌ای جنــوب تهران را در پیش گرفته اســت. اگر ما بتوانیــم این دو دیدگاه را در کنــار یکدیگر قرار دهیم با ایجاد هم‌افزایی، شــرایط بهینه‌ای برای مردم جنوب تهران به وجود خواهد آمد.

ما در فضای نمایشگاهی شهر آفتاب بالغبر ۵۲ هکتار فضای ســبز داریم. متاســفانه این ظرفیــت تا کنون در اختیــار مردم تهــران قرار نگرفته اســت و این در حالی است که این فضا از بیت‌المال و برای مردم ساخته شده اســت. ایجاد زیست‌بوم‌های شبانه و استفاده از فضاهای تفریحی متنوعی که می‌تــوان در آن منطقه ایجاد کرد جزو برنامه‌های جدی ما اســت اما همه این موارد منوط به این اســت که حوزه کارکرد نمایشگاهی ما زیر سؤال نرود.

یکی از اقدامات مهم شــما ایجاد بندر خشک در مجموعه شهر آفتاب بوده است. پیرامون این طرح توضیحاتی ارائه کنید.

یکــی از اولویت‌هــا و محورهــای اصلی ایــن دوره از مدیریت شــهری فعلی اســتان تهران، ساماندهی حوزه حمل‌ونقل علی‌الخصوص ورود به حوزه مدیریت بار بوده است. در همین راستا تفاهم‌نامه ایجاد بندر خشک، میان ما، شرکت راه‌آهن شهری تهران و حومه (مترو)، شرکت بهره‌برداری مترو و سازمان پایانه‌ها و پارک‌سوارها امضا شــد. بر اســاس این تفاهم‌نامه از ظرفیت متروی تهران برای توزیع بار در شــب اســتفاده خواهد شــد. گفتنی اســت در خصوص بندر خشــک، توافقاتی نیز با آستان مقــدس حضرت امام (ره) انجــام داده‌ایم که در فضایی چندین هکتــاری بحث انبارش در اســتان تهران را در منطقه شــهر آفتــاب متمرکــز کنیم. بلافاصلــه بعد از ایجاد بندر خشــک در شــهر آفتاب، در کنار هر کدام از ایستگاه‌های مترو تهران انبارهایی ایجاد خواهد شد و به جای اینکه کامیون‌ها برای جابجایی بار در ســطح شهر تردد کنند توزیع بار، شــبانه از طریق مترو و این انبارها در سطح شــهر انجام خواهد شــد. ما در مجاورت شهر آفتاب ایستگاه راه‌آهن، بزرگ‌ترین اتوبان خروجی تهران (خلیج‌فارس) و فرودگاه‌های امام خمینی (ره) و مهرآباد را داریــم. از این ظرفیت‌ها نیــز می‌توان در بحث انبار و توزیع کالاها استفاده کرد.

مثلث اقتصادی جنوب تهران از دیگر طرح‌هایی اســت که در زمان مدیریت شما در مجموعه شهر آفتاب مطرح شده است. هدف از اجرای این طرح چیست؟

این طرح یکی از پروژه‌های کلان و بزرگ ما به حساب می‌آیــد. در این طرح کل زنجیــره ارزش کالا از تحقیق و توســعه تا بازاریابی و فروش را می‌تــوان تعریف کرد. یکــی از اضــلاع این مثلث نمایشــگاه بین‌المللی شــهر آفتاب است. موضوعاتی مانند تحقیق و توسعه، طراحی، بازاریابــی، فروش و خدمات پشــتیبان در این ضلع قرار می‌گیرد. منطقــه ویژه اقتصادی ری که با فاصله اندکی نسبت به نمایشگاه شهر آفتاب قرار دارد ضلع بعدی این مثلــث اقتصادی و تجاری اســت. موضوع تولید انبوه در این ضلع قرار گرفت اســت. منطقه ویژه اقتصادی ری از شهرک‌های صنعتی مختلف با ظرفیت تولید بالا تشکیل شده است. فرودگاه امام خمینی (ره) هم به عنوان ضلع سوم این مثلث، عهده‌دار بخش توزیع خواهد بود.

اگر ما موفق شــویم از این ظرفیت به درستی استفاده کنیم نقش پررنگی در رشــد جهشــی تولید و بالا بردن GDP کشور ایفا خواهیم کرد.

ما در جنوب کشــور منطقه مکران را داریم که یکی از شــاهراه‌های صادراتی کشور به شــمار می‌رود. از طرفی بر اســاس مذاکرات انجام شــده در شهر بندر انزلی یک گمرک مشترک با کشــور روسیه ایجاد خواهد شد. اگر خط انزلی، شــهر آفتاب و منطقه مکــران را به یکدیگر ارتباط دهیم می‌توانیم رابطه تجاری میان جاده ابریشم را در مثلــث اقتصــادی جنــوب تهران متمرکــز کنیم. گمرک واســط ایران و روســیه و منطقه مکــران نیز به مثابه دو بال برای این مثلث عمل خواهند کرد. با ایجاد ایــن ارتباط خطی میان این ســه قســمت و تبدیل هر ســه ضلع مثلث اقتصادی جنوب تهران به منطقه ویژه اقتصــادی، ما عملاً تحریم‌هــا را دور خواهیم زد و تردد ســرمایه‌گذاران و افرادی که قصد ارائــه، خرید یا تولید کالایی را داشــته باشــند به ســهولت انجام خواهد شد. ما برای به ســرانجام رســیدن این طــرح نیازمند ایجاد روابــط تجاری جدی میان چندین وزارتخانه و مجموعه مختلف مانند گمرک، ســازمان مناطق ویژه، شهرداری و... هستیم.

لازم به ذکر است که من این طرح را برای چند نماینده مجلس، وزرای دولت، شورای شهر و اصحاب رسانه ارائه کــرده‌ام. تلاش ما بر این بوده که ایــن طرح را به آقای پیمان پاک به عنوان رییس ســازمان توسعه تجارت نیز ارائه دهیم. بارها از ایشان تقاضای یک نشست مشترک را داشته‌ایم اما متاسفانه تا کنون این جلسه بنا به دلایل مختلف لغو شده است. البته این گمان می‌رود که ایشان نگران موضوع جابجایی نمایشگاه‌ها از نمایشگاه خیابان سئول به شــهر آفتاب هستند که با برگزاری این جلسه مخالفت می‌کنند.

به موضوع انتقال نمایشگاه‌های استان تهران از محــل نمایشگاه‌های دائمی تهران به شــهر آفتاب اشــاره کردید. برخــی معتقدند که ایــن مجموعه نمایشگاهی ظرفیت برگزاری نمایشگاه‌های بزرگ



EXHIBIRAN
INTERNATIONAL
شهر آفتاب
شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی

و اصطلاحاً پرمخاطب مانند نمایشگاه کتاب را ندارد. چه توضیحی در خصوص این ادعا دارید؟

موضوع جابجایی رویدادهای نمایشگاهی از محل نمایشگاه خیابان سئول به شهر آفتاب برای شخص من موضوعی تمام‌شده است. ما امسال ۴۰ رویداد نمایشگاهی برگزار کرده‌ایم. به طور قطع این تعداد در سال آینده افزون بر ۶۰ مورد خواهد شد. چرا که تمام رویدادهایی که از ابتدای سال تا کنون برگزار کرده‌ایم با رضایت ۱۰۰ درصدی برگزارکنندگان و مشارکت‌کنندگان همراه بوده است.

در اتفاقی درخور توجه، بیست و هفتمین نمایشگاه بین‌المللی کاشی و سرامیک پس از بیست‌وشش دوره که در محل نمایشگاه تهران برگزار شده بود در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر آفتاب برگزار شد. این در حالی است که سازمان توسعه تجارت با ارسال نامه‌ای به انجمن کاشی و سرامیک و شرکت برگزارکننده اعلام کرده بود که این نمایشگاه نباید در مجموعه شهر آفتاب برگزار شود. ما فضای نمایشگاهی مفید بیست و هفتمین دوره از برگزاری این رویداد را نسبت به دوره قبل ۵ هزار متر توسعه دادیم و موفق شدیم رضایت صددرصدی فعلان و مشارکت‌کنندگان این حوزه را کسب کنیم. معاون اقتصادی وزارت امور خارجه کشور نیز طی بازدیدی که از نمایشگاه شهر آفتاب داشتند عنوان کردند که این نمایشگاه استانداردتر از اکثر نمایشگاه‌هایی است که در دنیا بازدید کرده‌اند.

تا قبل از برگزاری نمایشگاه کاشی و سرامیک و طی قراردادی که مدیریت قبلی مجموعه شهر آفتاب منعقد کرده بود یکی از سالن‌های نمایشگاهی این مجموعه در اختیار صداوسیما بود. ما به هر ترتیبی بود که این قرارداد را لغو و سالن یاد شده را زیر بار نمایشگاه بردیم. بنابراین تا کنون ما با محیط پیرامونی حدود ۶۸ هزار متر فضای نمایشگاهی را زیر بار برده‌ایم که ۴۰ هزار متر از آن موجودی برگزار شده ما است. از طرفی با مشارکت بخش خصوصی مجموعه‌ای به نام تجارت جهانی با فضایی بالغبر ۷۱ هزار مترمربع در سایت نمایشگاه بین‌المللی آفتاب ساخته شده است. بخش تعهدات شهرداری این مجموعه اعم از پایان کار، عوارض و... تا کنون انجام نشده است. اما ما علی‌رغم اینکه تعهدی در این زمینه نداریم پیگیر موضوعات و چالش‌های این مجموعه هستیم. بر اساس صحبت‌هایی که با سازنده این مجموعه داشته‌ایم ۸۵ درصد از مراحل ساخت آن پیش رفته و تنها ۱۵ درصد باقی‌مانده است. آنطور که پیمانکار این مجموعه قول داده است بهمن‌ماه سال جاری شاهد افتتاح مجموعه تجارت جهانی در شهر آفتاب خواهیم بود. سازنده این مرکز تعهد داده که مجموعه تجارت جهانی در ایام برگزاری نمایشگاه کتاب در اختیار این رویداد بزرگ قرار بگیرد. بنابراین با افتتاح این مجموعه، ۷۱ هزار مترمربع به فضای نمایشگاهی ما اضافه خواهد شد. به طور قطع فضایی که در سایت نمایشگاهی شهر آفتاب و مجموعه تجارت جهانی به شرکت‌کنندگان در نمایشگاه کتاب ارائه خواهد کرد به مراتب بهتر و باکیفیت‌تر از فضای موجود در مصلی امام خمینی (ره) خواهد بود. در سایت بین‌المللی شهر آفتاب حدود ۱۵ هزار مترمربع فضای نمایشگاه موقت نیز تعبیه شده است که در حین برگزاری رویدادهای بزرگ می‌توان از آن استفاده کرد.

نکته مهم اینجاست که مجموعه‌های حاکمیتی باید بپذیرند که نمایشگاه کتاب ۱۴۰۲ حتماً در شهر آفتاب برگزار شود.

از طرفی بخشی از سرمایه‌گذاران که برای سرمایه‌گذاری در شهر آفتاب اعلام آمادگی کرده‌اند حاضرند در توسعه سالن‌های نمایشگاهی این سایت سرمایه‌گذاری کنند. اما نکته اینجاست که این افراد یک نگرانی دارند و آن‌هم این‌که اگر بعد از سرمایه‌گذاری در ساخت سالن‌های نمایشگاهی، نمایشگاه‌ها به شهر آفتاب منتقل نشدند چه باید کرد؟ این موضوع بسیار مهمی است. اگر یکبار در حاکمیت کشور مصوب شود که تمام نمایشگاه‌ها در شهر آفتاب برگزار خواهد شد دل‌نگرانی سرمایه‌گذاران هم رفع خواهد شد و در این صورت مشکل توسعه سالن‌های نمایشگاهی نیز حل خواهد شد و ما شاهد برگزاری تمام رویدادهای نمایشگاهی در همه ابعاد در نمایشگاه بین‌المللی شهر آفتاب خواهیم بود.

بخشی معتقدند که موقعیت مکانی سایت نمایشگاهی شهر آفتاب مناسب نیست و این موضوع در جذب مشارکت‌کننده و بازدیدکننده تأثیر مستقیم دارد. در این خصوص چه نظری دارید؟

ما در روز آخر برگزاری نمایشگاه خودروی امسال میزبان بیش از ۶۰ هزار بازدیدکننده بودیم. همین موضوع بهانه دور بودن سایت نمایشگاهی شهر آفتاب را زیر سؤال می‌برد. سوالی که در این میان پیش می‌آید این است که دوری و نزدیکی یک مکان از کدام مبدأ محاسبه می‌شود؟ بله؛ اگر تهرانی‌ها را فقط مردم بالای شهر در نظر بگیریم نمایشگاه شهر آفتاب دور است اما اگر تهران متعلق به همه تهرانی‌ها است ما به مردم پایین‌شهر نزدیک هستیم و نمایشگاه سئول به آنها دور است. امروزه همه می‌دانند که رسیدن به شهر آفتاب از مرکز شهر به مراتب آسان‌تر از رسیدن به نمایشگاه سئول است. متروی اختصاصی و امکانات پارکینگ شهر آفتاب نیز حضور در نمایشگاه شهر آفتاب را سهل‌تر کرده است. در برخی بی‌مهری‌ها مشاهده می‌شود که عنوان می‌کنند در نمایشگاه شهر آفتاب آب برای نوشیدن پیدا نمی‌شود و این در حالی است که این مجموعه دارای امکانات جانبی مانند رستوران و حتی کافی‌شاپ مدرن و... است.

سخن آخر:

از اهالی رسانه خواهش می‌کنیم واقعیت‌ها را به گونه‌ای که هست ارائه کنند. چرا که برخی از ماجراها به نحوی رسانه‌ای می‌شود که بر خلاف واقع است و وقتی ماحصل آن را بررسی می‌کنیم به دست‌های پشت پرده که عامل خراب نشان دادن شرایط هستند می‌رسیم اما نکته اینجاست که واقعیت‌ها چیز دیگری است!

فهرست صادرکنندگان نمونه سال ۱۳۹۰

۱. داروسازی ا کسیر
۲. شرکت پا کسان
۳. تولیدی سبلان پلاستیک
۴. بازرگانی پتروشیمی
۵. نفت سپاهان
۶. پالایش قطران ذغالسنگ
۷. ایمان تجارت روشن
۸. کانون تولید ایران
۹. مجتمع نساجی آسایش کاشان
۱۰.توس چرم شرق
۱۱.گروه صنعتی نیکو- ابهرریس
۱۲.خانه فرش عظیم
۱۳.کارخانجات چرخ خیاطی ایران- کاچیران
۱۴. صنایع چینی زرین ایران
۱۵. کارخانجات تولیدی شهید قندی
۱۶. سایپا
۱۷. رادیاتور ایران
۱۸. زرما کارون
۱۹. تولیدی صنعتی سوت ماشین
۲۰. فرآورده های لبنی کاله
۲۱. مجتمع کارخانجات روغن نباتی کشت و صنعت شمال
۲۲. گروه صنعتی نجاتی آناتا
۲۳. صنایع الکترونیک ایران (صاایران)
۲۴. پویندگان راه سعادت
۲۵ .صنایع مس قائم
۲۶ .گروه صنعتی سپاهان
۲۷ . کارخانه چینی ایران(ایرانا)
۲۸. سیمان کردستان
۲۹. شیشه کاوه فلوت
۳۰. صنایع فروآلیاژ ایران
۳۱. کالسیمین
۳۲. حامیان یاقوت صحرا
۳۳. بازرگانی پورعلی
۳۴. تروند زعفران قاین
۳۵. خشکبار مزرعه دستچین
۳۶. صادراتی فرآورده های خاورمیانه
۳۷. پامچال آسیا
۳۸. بازرگانی ا کبر حاج کاظمیان
۳۹. شیرین دارو
۴۰. بازرگانی غزال ارسباران
۴۱. گروه مپنا
۴۲. جهیزات و خدمات صنایع آب و برق ایران (صانیر)
۴۳. فراب
۴۴. پاسارگاد تورز
۴۵. خدمات مسافرتی ارگ جدید
۴۶. کیسون
۴۷. نوین زعفران
۴۸. زعفران اسفدان

صادرکنندگان ممتاز سال ۱۳۹۱

۱. سایپا
۲. داروسازی ا کسیر
۳. نوین زعفران
۴. کیسون
۵. ایران گلاب

صادرکنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۱

۱. شیشه مظرو فیزد
۲. پتروشیمی اراک)شازند(
۳. کابل افق البرز
۴. برفاب
۵. پلاستیک کار
۶. گیاهان سبز زندگی
۷. صنایع لاستی کیزد)یزد تایر(
۸. ایران خودرو
۹. صنایع شیمیایی مازی نور
۱۰. سوت ماشین
۱۱. نفت سپاهان
۱۲. مپنا
۱۳. دشت بهشت آریا
۱۴. بازرگانی نشان شرق
۱۵. فراب
۱۶. ریشمک
۱۷. پا کنام
۱۸. تبریزهنگ
۱۹. خاطره کویر
۲۰. بازرگانی پورعلی
۲۱. کاله
۲۲. کاشی سینا
۲۳. شیشه آسا فلوت
۲۴. غزال ارسباران
۲۵. گسترش بازرگانی کرمان
۲۶. شونیز(داداش برادر)
۲۷.روژین تاک
۲۸. چینی گلسار فارس
۲۹. ذوب آهن اصفهان
۳۰. ایمان تجارت روشن
۳۱. پویندگان راه سعادت
۳۲. بهینه افزار پرداز پویا (بهکو)
۳۳. جهان پروفیل پارس
۳۴. شرکت صا ایران
۳۵. ایران دوستان
۳۶. فروآلیاژ ایران
۳۷. زعفران اسفدان
۳۸. صادراتی خشکبار مزرعه دستچین
۳۹. شکوه بناب
۴۰. زرما کارون
۴۱. صنایع هواپیماسازی ایران
۴۲. بازرگانی خسروی
۴۳. فرش عظیم زاده

اتحادیه‌ها و تشکل‌های صادراتی نمونه سال ۱۳۹۲

۱. انجمن صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی
۲. اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران
۳. اتحادیه صادرکنندگان فرآورده های نفت، گاز و پتروشیمی ایران
۴. انجمن پسته ایران
۵. سندیکای صنعت برق ایران

صادرکنندگان ممتاز سال ۱۳۹۲

۱. بازرگانی ا کبر حاج کاظمیان
۲. گروه صنعتی زرما کارون
۳. سایپا
۴. صادراتی فرآورده های خاورمیانه
۵. کیسون

صادرکنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۲

۱. آرتا نقش تاک
۲. آریا مولیبدن کسری
۳. گروه صنعتی نجاتی (آناتا)
۴. ایران ترانسفو
۵. ایران یاسا تایر و رابر
۶. بلور شیشه کاوه
۷. شیمیایی بهداد)سهامی خاص(
۸. پلاستیک کار)سهامی خاص(
۹. پشتیبانی و نوسازی بالگر دهای ایران
۱۰. ترا کتورسازی ایران
۱۱. تروند زعفران قائن
۱۲. تولیدی لوله و پروفیل جویبار لوله
۱۳. کارخانجات چینی بهداشتی مروارید
۱۴.تولید مواد اولیه داروپخش (تماد)
۱۵. دانا گام
۱۶. دنا رهساز
۱۷. ذوب آهن اصفهان
۱۸. راک شیمی
۱۹. رزیتان
۲۰. زرباف فر
۲۱. الیاف پلی استر ساینا دلیجان
۲۲. سپهرالکتریک
۲۳. سمیران سلامت
۲۴. صنایع سیمان سامان غرب
۲۵. تحقیقاتی و تولیدی سیناژن
۲۶. شکوه بناب
۲۷. شمس الهدایی
۲۸. صنعتی داداش برادر (شونیز)
۲۹. شیرین دارو
۳۰. شیما کفش
۳۱. صادرات تجهیزات و خدمات صنایع آب و برق ایران
۳۲. صنایع شیمیایی سینا
۳۳. فرآوری روده ایرانیان زمین
۳۴. مجتمع نساجی آسایش کاشان
۳۵. فروسیلیس ایران
۳۶. بازرگانی قائم تجارت امین
۳۷. کارخانجات کاشی عقیق (سهامی خاص)
۳۸. فراورده های لبنی کاله
۳۹. کوشش رادیاتور
۴۰. کیش چیپس
۴۱. گشت تور
۴۲. گلنور
۴۳. گوهر زعفران
۴۴ ماشین رول
۴۵. نفت پاسارگاد (سهامی عام)

صادرکنندگان شایسته تقدیر سال ۱۳۹۲

۱. خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران دوستان
۲. برفاب
۳. پویندگان راه سعادت

۴. خانه فرش عظیم
۵. بازرگانی غزال ارسباران
۶. گلسار فارس
۷. صنایع روشنایی مازی نور
۸. مجتمع صنایع لاستی کیزد
۹. نوین زعفران
۱۰. تولید و صادرات ریشمک

صادرکنندگان ممتاز سال ۱۳۹۳

۱. کیسون (سهامی عام)
۲. زرما کارون
۳. پویندگان راه سعادت
۴. فرآورده های لبنی کاله
۵. پا کسان
۶. ذوب آهن اصفهان

صادرکنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۳

۱. صادرات تجهیزات و خدمات صنایع آب و برق ایران (صانیر)
۲. گروه صنعتی نجاتی (آناتا)
۳. صنایع کاشی و سرامیک سینا
۴. داروسازی فارابی
۵. نفت سپاهان
۶. ساختمانی دنا رهساز
۷. پتروشیمی شازند (اراک)
۸. فراب
۹. ترا کتورسازی ایران
۱۰. شکوه بناب
۱۱. گروه صنعتی اترک شیم یشرق
۱۲. مجتمع صنایع لاستی کیزد
۱۳. کارخانجات چرخ خیاطی ایران(کاچیران)
۱۴. ممتاز سهند
۱۵. یاتا ا کسپرس
۱۶. صنعتی داداش برادر (شونیز)
۱۷. خانه فرش عظیم
۱۸. کاوه فلوت
۱۹. موکت نگین مشهد
۲۰. رزیتان (سهامی خاص)
۲۱. ایران یاسا تایر و رابر
۲۲. گشت تور
۲۳. تحقیقاتی تولیدی سیناژن
۲۴. هسا
۲۵. حامیان یاقوت صحرا (سهامی خاص)
۲۶. تولیدی کوشش رادیاتور
۲۷. گروه روشنایی گلنور
۲۸. تولیدی لوله و پروفیل جویبار لوله
۲۹. سیمان سامان غرب
۳۰. جهان پروفیل پارس
۳۱. نوین بافان پرنگ منطقه آزاد انزلی
۳۲. مجتمع کاشی و سنگ پرسپولیس
۳۳. نفیس نخ
۳۴. صنایع غذایی چیکا سپاهان
۳۵. تولیدی و صنعتی گرمای جنوب
۳۶. اشکان شیمی اصفهان
۳۷. تجارت آرمان پگاه
۳۸. تک ما کارون
۳۹. سازه های تک ایستا جنوب
۴۰. سایپا یدک
۴۱. تمدن فرش کاشان
۴۲. پلیمر آریا ساسول
۴۳. گسترش صادرات جاویدان کرمان
۴۴. کابل‌های شهید قندی

صادرکنندگان ممتاز سال ۱۳۹۴

۱. شیرین عسل
۲. پویندگان راه سعادت
۳. فرآورده های لبنی کاله
۴. بازرگانی پتروشیمی
۵. شیمیایی و تولیدی رزپلیمر

صادرکنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۴

۱. ایران گلاب مرغوب
۲. گروه صنعتی نجاتی (آناتا)
۳. صنایع الکترونیک ایران (صالیران)
۴. صادرات تجهیزات و خدمات صنایع آب و برق ایران (صانیر)
۵. دنا رهساز
۶. فراب
۷. ایران دوستان
۸. زعفران اسفدان
۹. تولیدی و صنعتی ممتاز سهند
۱۰. فولاد مبارکه اصفهان
۱۱. صنایع روشنایی مازی نور
۱۲. شکوه بناب
۱۳. صادراتی خشکبار مزرعه دستچین
۱۴. یاتا ا کسپرس
۱۵. صنایع شیر ایران
۱۶. شیمیایی بهداد
۱۷. صنعتی داداش برادر ۰شونیز)
۱۸. پا کنام
۱۹. مجتمع نساجی آسایش کاشان
۲۰. ایران یاسا تایر و رابر
۲۱. بلور کاوه
۲۲. تحقیقاتی و تولیدی سیناژن
۲۳. تولیدی لوله و پروفیل جویبار لوله
۲۴. کشت و صنعت روژین تاک
۲۵. رنگ و رزین الوان
۲۶. خمیرمایه رضوی
۲۷. پشتیبانی و نوسازی بالگرد های ایران (پنها)
۲۸. بین المللی پیمانکاری استراتوس
۲۹. دنوین بافان پرنگ منطقه آزاد انزلی
۳۰. بازرگانی سفال تاج
۳۱. بازرگانی علی خسروی
۳۲. بازرگانی قائم تجارت امین
۳۳. آرتا نقش تاک
۳۴. تک ما کارون
۳۵. گیاهان معطر پرند
۳۶. شوفاژ کار
۳۷. تولید و صادرات خشکبار مجتبی بناب
۳۸. داداش برادر (آیدین)
۳۹. میعاد سپهر ادمان
۴۰. آیسان خزر
۴۱. ایفاسرام
۴۲. سیم و کابل ابهر
۴۳. شیشه شناور اردکان
۴۴. تولیدی مهر اصل
۴۵. گروه صنعتی سدید
۴۶. گروه روشنایی گلنور

صادرکنندگان ممتاز سال ۱۳۹۵

۱. صنایع الکترونیک ایران (صالیران)
۲. فراب
۳. شکوه بناب
۴. یاتا ا کسپرس
۵. ممتاز سهند

صادرکنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۵

۱. پاسارگاد گشت
۲. نساجی آسایش کاشان
۳. تولید مواد اولیه دارویخش (تماد)
۴. داداش برادر (شونیز)
۵. گسترش صادرات جاویدان
۶. کالسیمین
۷. لاستی کیزد
۸. ایران خودرو
۹. پا کنام
۱۰. کشت و صنعت روژین تاک
۱۱. سپهر الکتریک
۱۲. شیرین دارو
۱۳. گشت تور
۱۴. سفال تاج
۱۵. تک ما کارون
۱۶. گروه مپنا
۱۷. دشت بهشت آریا
۱۸. فرش خاطره کویر
۱۹. قائم تجارت امین
۲۰.سیمان سامان غرب
۲۱. سرمای هگذاری صنایع شیمیایی ایران
۲۲. پلاستیک کار
۲۳. نوین بافان پرنگ منطقه آزاد انزلی
۲۴. صنعتی شوفاژ کار
۲۵. شیشه مظرو فیزد
۲۶. پلیمر آریا ساسول
۲۷. کابل سازی افق البرز
۲۸. شیما کفش
۲۹. مهتا رنگ توس
۳۰. اشکان شیمی اصفهان
۳۱. تولید و صادرات مجتبی بناب
۳۲. تولیدی صنعتی ماموت تهران
۳۳. الیاف پلی استر ساینا دلیجان
۳۴. مهندسی مشاور مهاب قدس
۳۵. صنعتی زر مهر مارلیک
۳۶. عمراب
۳۷. زعفران بدیعی
۳۸. تانا بین الملل
۳۹. کالا کودک توس
۴۰. صنایع ریخته گری پرلیت آسیا
۴۱. سازه های فلزی یاسان
۴۲. کارخانجات نورد لوله یاران
۴۳. فناور پلاستیک سپاهان
۴۴. مه پروتئین
۴۵. نانو نخ و گرانول سیرجان
۴۶. پتروشیمی نوری
۴۷. صادرات و گسترش انرژی پیشرو (صانرژی)

۴۸. بازرگانی سعید موسوی
۴۹. برودت گستر طوبی
۵۰. بوتان

صادرکنندگان ممتاز سال ۱۳۹۶

۱. شرکت ایران دوستان
۲. فراب
۳. شرکت ایران گلاب مرغوب
۴. صنعتی داداش برادر (شونیز)
۵. شرکت پاکسان
۶. شرکت بازرگانی زعفران اسفدان
۷. بازرگانی صنایع شیر ایران
۸. مجتمع صنایع لاستی کیزد
۹. یاتا ا کسپرس (سهامی خاص)

صادرکنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۶

۱. شرکت مهندسی مشاور مهاب قدس
۲. تولید و صادرات خشکبار مجتبی بناب
۳. شرکت صنعتی گام اراک
۴. گشت تور
۵. جنرال مکانیک
۶. داداش برادر (آیدین)
۷. ایران ترانسفو
۸. الکترونیک افزارآزما
۹. گروه کارخانجات شیشه اردکان
۱۰. شرکت خشکبار ایلیا گستر سیرجان
۱۱. رنگدانه سیرجان
۱۲. رزین غزال
۱۳. مه پروتئین
۱۴. گلسار فارس
۱۵. سفال تاج
۱۶. گروه مپنا
۱۷. گروه صنعتی معدنی زرمهر مارلیک
۱۸. زعفران بدیعی
۱۹. باراد گستر الوند
۲۰. ترا کتورسازی ایران
۲۱. معماران تجارت آفتاب
۲۲. فولاد خوزستان
۲۳. مهتارنگ توس
۲۴. گلسرای میلاد
۲۵. زرین ترنج مهرو
۲۶. صنعت پلاست آبیار
۲۷. فرش قیطران طلایی کاشان
۲۸. صنایع کاشی و سرامیک فرزاد
۲۹. الیاف پلی استر ساینا دلیجان
۳۰. شرکت آریا گستران چرم خاورمیانه
۳۱. فروسیلیس ایران
۳۲. پارس حیان(سهامی خاص)
۳۳. سردخانه و مواد غذایی آریا سام
۳۴. گروه صنعتی بوتان
۳۵. صنایع ریخته گری پرلیت آسیا
۳۶. بازرگانی سعید موسوی
۳۷. مارگارین
۳۸. موتوژن
۳۹. سیمان هرمزگان
۴۰. سیم و کابل ستار هیزد
۴۱. پالایش قطران ذغالسنگ
۴۲. آذرپاسیلو
۴۳. شرکت پتروشیم پیردیس
۴۴. آریوژن فارمد
۴۵. تونل سد آریانا
۴۶. بازرگانی احمد پورعلی
۴۷. مونتکو ایران
۴۸. شرکت موکت نگین مشهد
۴۹. لوله گستر خادمی
۵۰. سمیران سلامت
۵۱. شرکت تعاونی عام نوید نور

دارندگان مدال افتخار صادرات ایران

۱. کیسیون
۲. زر ما کارون
۳. پویندگان راه سعادت
۴. فراورده های لبنی کاله
۵. شیرین عسل

صادرکنندگان ممتاز سال ۱۳۹۷

۱. ایران گلاب مرغوب
۲. صنایع الکترونیک ایران (صاایران)
۳. صنعتی داداش برادر (شونیز)
۴. فراب
۵. یاتا اکسپرس

صادرکنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۷

۱. ارگ جدید
۲. اشکان شیمی اصفهان
۳. الیاف پلی استر ساینا دلیجان
۴. آریان کیمیا تک
۵. بازرگانی احمد بدیعی
۶. بازرگانی حسن شمس الهداء
۷. بهاردالاهو
۸. بین المللی ساروج بوشهر
۹. پارس کیهان
۱۰. پاسارگاد تور
۱۱. پیشگامان کویر اسیا
۱۲. تحقیقاتی و تولیدی سیناژن
۱۳. تعاونی تولید رنگ و رزین الوان
۱۴. تولید وصادرات ریشمک
۱۵. تولیدی تک ما کارون
۱۶. تولیدی صنایع فارکوشیمی
۱۷. تونل سد اریانا
۱۸. جنرال مکانیک
۱۹. ذوب آهن اصفهان
۲۰. زرین ترنج مهرو (سهامی خاص)
۲۱. سایپا-شرکت ایرانی تولید اتومبیل
۲۲. سفال تاج
۲۳. سمیران سلامت
۲۴. شیما کفش
۲۵. شیشه کاوه فلوت
۲۶. صنایع فروآلیاژ ایران
۲۷. صنعت پلاست آبیار
۲۸. صنعتی بهشهر سهامی عام
۲۹. فراورده های لبنی گلستان صباح
۳۰. فرش قیطران طلایی کاشان
۳۱. کالای خانه پایا پارس
۳۲. کارخانجات نورد لوله یاران
۳۳. گروه صنایع کابلسازی افق البرز
۳۴. گروه صنعتی بوتان
۳۵. گروه صنعتی معدنی زرمهر مارلیک
۳۶. گروه صنعتی نجاتی-اناتا
۳۷. گسترش بازرگانی کرمان
۳۸. گسترش تجهیزات دانا
۳۹. گلکده مارانتا
۴۰. مروارید تجارت پدیده
۴۱. مهندسی مشاور مهاب قدس
۴۲. نخل سبز صبحی
۴۳. نوین بافان پرنگ
۴۴. نوین زعفران
۴۵. هنگ پا کیزه

تندیس بلورین ۹۸

۱. شرکت فرآب (نیروگاه)
۲. شرکت صنعتی داداش برادر (شکلات و ...)
۳. شرکت تولیدی و صنعتی ممتاز سهند (پلاستیک)
۴. شرکت شکوه بناب (صادرات خشکبار به جز پسته)
۵. مجتمع صنایع لاستیک یزد (صنعت لاستیک و تایر)
۶. شرکت ایران دوستان (صنعت گردشگری)
۷. شرکت پاکنام (محصولات شوینده)
۸. شرکت برفاب (لوازم خانگی انرژی بر)

صادرکنندگان نمونه ملی ۹۸

۱. شرکت مپنا (خدمات فنی و مهندسی، سد و نیروگاه)
۲. شرکت اترک شیمی شرق (رنگ و رزین و چسب)
۳. شرکت سیمان سامان غرب (سیان و کلینکر)
۴. مهاب قدس (خدمات فنی و مهندسی)
۵. تروند زعفران قائن (زعفران)
۶. شرکت علی خسروی (پوشاک و لباس)
۷. فولاد خوزستان (شمش فولاد)
۸. پلیمر آریا ساسول (پایه پتروشیمی پلیمری)
۹. تونل و سد آریانا (خدمات فنی و مهندسی)
۱۰. شرکت صنایع هفت الماس (محصولات فولادی)
۱۱. شرکت کوشش رادیاتور (قطعات یدکی و مجموعه‌های خودرو)
۱۲. شرکت نفت بهران (پایه نفتی، روغن)
۱۳. شرکت زرین غزال (صنایع تبدیلی)
۱۴. شرکت گلستان صباح (فرآورده‌های لبنی)
۱۵. شیشه مظروف یزد (لوازم خانگی انرژی‌بر)
۱۶. آریوژن فارمد (داروهای شیمیایی)
۱۷. تمدن فرش کاشان (فرش ماشینی)
۱۸. کاشی و سنگ پرسپولیس یزد (کاشی و سرامیک)

۱۹. گیاهان معطر پرند (گیاهان دارویی و صنعتی)
۲۰. پتروشیمی زاگرس (پتروشیمی شیمیایی)
۲۱. صنایع هواپیمایی ایران (دانش‌بنیان و فناوری بالا)
۲۲. آتراکران انرژی (پایه نفتی، قیر)
۲۳. شرکت سهند جام تبریز (مصالح ساختمانی)
۲۴. شرکت توسعه کشاورزی و بازرگانی آرین (میوه و تره بار)
۲۵. شرکت پارس تابلو (خدمات فنی مهندسی)
۲۶. شرکت صنعتی دوده فام (محصولات شیمیایی)
۲۷. شرکت افلاک الکتریک خراسان (سیم و کابل)
۲۸. شیمایی بهداش (محصولات شوینده)
۲۹. گروه صنایع کاغذ پارس (محصولات سلولوزی)
۳۰. آذر شهد (شیرینی و شکلات)
۳۱. گروه صنعتی نگین نادری (آرد، نان و ماکارونی)
۳۲. ریخته گری تراکتورسازی ایران (تجهیزات و ماشین آلات صنعتی)
۳۳. تولیدی مهر اصل (محصولات فلزی)
۳۴. مجتمع صنعتی سپاهان باطری (تابلو و تجهیزات برق)
۳۵. ستاره یاران زمین (ترانزیت)
۳۶. پردیسان سیر خاوران (گردشگری)
۶ شرکت دانش‌بنیان شایسته تقدیر
۴۴. شرکت عالی فرد (صنایع تبدیلی)
۴۵. شرکت نانو دارو پژوهان فردیس
۴۶. شرکت زیست دارو دانش
۴۷. شرکت پیشتاز طب زمان
۴۸. شرکت فرابل جم
۴۹. شرکت کشت و صنعت رعنا

برنده مدال افتخار صادرات:

شرکت ذوب آهن اصفهان

صادرکننده ممتاز سال ۱۳۹۹

۱. شرکت پاکسان
۲. شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران (پگاه)
۳. شرکت برفاب

۴. شرکت شکوه بناب
۵. شرکت تراکتورسازی ایران
۶. شرکت تولید مواد اولیه داروپخش
۷. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا
۸. شرکت نفت سپاهان

شرکت‌های صادرکننده نمونه سال ۱۳۹۹

۱. ایران یاسا تایر ورابر(لاستیک وتایر)
۲.کشت وصنعت رژین تاک (صنایع تبدیلی)
۳.مهندسی مشاور مهاب قدس (خدمات فنی
۴. توزیع ایران ترانسفوزنگان (تجهیزات برق)
۵. تولیدی رزیتان (رنگ ورزین وچسب)
۶. تولیدی کوشش رادیاتور(قطعات یدکی)
۷. کارخانجات چینی بهداشتی مروارید(چینی بهداشتی)
۸. صنعتی شوفاژکار(سیستم گرمایشی)
۹. فرش قیطران طلایی کاشان
۱۰.تولیدی مهر اصل (آلیاژمس)
۱۱. سرد خانه ومواد غذایی آریا سام(میوه وتره بار)
۱۲. تولیدی ظریف مصور (موکت)
۱۳. آلومینیوم ایران (ایرالکو)
۱۴. ایلیا گستر سیرجان (پسته ومغز پسته)
۱۵. پارس تابلو (فنی مهندسی)
۱۶. پردیسان سیر خاوران
۱۷.تونل سد آریانا
۱۸. سیم وکابل ابهر
۱۹. کارخانجات شیشه اردکان
۲۰.لوله گستر خادمی(مصنوعات پلیمری)
۲۱. آبزی گوهرناب مطاف(محصولات شیلات)
۲۲. توسان (تولید سیستم احیاء نوزاد)
۲۳. پترو آذر آسیا (پایه پتروشیمی)
۲۴. پتروشیمی تبریز
۲۵. پتروشیمی رازی
۲۶. توسعه سامانه های نرم افزاری نگین (توسن) خدمات it
۲۷. خاک وسنگ کیش(محصولات معدنی غیر فلزی)

۲۸. سپیدان عصاره جنوب(گیاهان دارویی وصنعتی)
۲۹. ستاره نادی (آرد ونان وماکارونی)
۳۰. سرمایه گذاری وتوسعه گل گهر(معدنی)
۳۱. سیمان خوزستان
۳۲. پارت گوال گیتی(فرو آلیاژها)
۳۳. صبا ظرف آسیا(لوازم خانگی)
۳۴. صدف گستر دلیجان (ایزوگام)
۳۵. صنایع چاپ وبسته بندی کرمانشاه
۳۶. عالیفرد
۳۷. عمران مارون (خدمات فنی ومهندسی)
۳۸. فراگستر بیستون(خدمات فنی مهندسی)
۳۹. مجتمع تولیدی فولاد سپید فراب کویر
۴۰. فولاد مهر سهند
۴۱. کاوه سودا (محصولات شیمیایی)
۴۲. کیمیا پلی استر قم(محصولات نساجی)
۴۳. صنایع روی ایرانیان (سرب وروی)
۴۴. گلتاش (آرایشی بهداشتی)
۴۵. نگین عسل هرند
۴۶. ورق خودرو چهارمحال بختیاری
۴۷. شرکت زعفران ویرامان

صادرکنندگان ممتاز سال ۱۴۰۰ :

ایران یاسا و تایر
صنایع شیر ایران (پگاه)
برفاب
تراکتورسازی ایران
کشت و صنعت روژژین تاک
گروه مپنا
مهندسی مشاور مهاب قدس

صادرکنندگان نمونه ملی:

ارس تار لامیر
اطلس فام سهند
آلمینیوم المهدی
بازرگانی شمس الهدی
بیتاتین استهبان

پدیده شیمی غرب
پتروشیمی آریا ساسول
سیناژن
تک ماکارون
آبزیان تجارت مطاف بندر دیر گروه ۷۱۴۵
پویا پلیمر سهند
تونل سد آریانا
جنرال مکانیکندر انزلی
شرکت داداش برادر (آیدین)
شرکت دهلر ایرانیانرگزاده
سهند جام تبریز
سیم و کابل ابهر
سیمان باقران
صنایع قهوه پارت سازان
شیمی در سلف
سلولزی مارناساران
صنایع غذایی میهن
قیر هرمز پارس
دوده فام (صدف)
عایق رطوبتی نقره ای شرف
فولاد کاوه جنوب کیش
بکشت و صنعت طلاچین
کیمیا پلی استر قم
بوتان
گلنور
مجموعه شرکت های عمرانی
مهندسی عمراب
مهندسین مشاور مونتکو ایران
موکت نگین مشهد
نانو دارو
توسعه صنایع نفت و گاز سرو

صادرکنندگان شایسته تقدیر:

پرتو تماس نوین
پردیسان سیر خاوران
پیشتاز طب زمان
فناوران نانو مقیاس
ویژگان بسپار شرق
چوبکاران عصر نوین ب

خدمتی نوین د ر ع
ویـژه سازمان های

تا ۹۰٪ پوشش دندانپزشکی
در ۴۵۰ مرکز طرف قرارداد
در سراسر کشور



دارای تندیس طلایی از جشنواره ملی ارتقاء سلامت
از جشنواره ملی صنعت سلامت محور

دارای تندیس کارآفرین برتر
از همایش ملی کارآفرینان مسئولیت پذیر

SAGD

نماینده انحصاری س
در کشور جمهوری اس

رصه دندانپزشکی
دولتی و خصوصی



۰۲۱-۴۳۳۱۶ (۳۰خط)

www.bonyansalamat.com

اجد سوئیس
سلامی ایران

بیمه سامان
Saman Insurance

بیمه بدنه کیلومتری





جهت کسب اطلاعات بیشتر و مشاوره رایگان می‌توانید به وبسایت شرکت بیمه سامان به نشانی WWW.Si24.ir مراجعه یا با شماره تلفن ۸۹۴۳–۰۲۱ تماس حاصل فرمایید.

آبزی گوهر ناب مطاف









معرفی شرکت:

پیشـرو در فراوری و بسته‌بندی آبزیان در سـال ۱۳۹۷ تأسـیس گردیـد، و در انـدک زمانـی با کشـف و پاسـخ‌دهی به نیازمندی‌هـای واقعی و اسـتراتژیک این صنعت در اسـتان بوشهر و کشور توانسته ضمن اشتغال مستقیم برای بیش از ۷۵۰ نفر با صادرات سـالانه بیش از ده هزار تن انواع محصولات دریایـی خود را در قامت یک شرکت بین‌المللی نشان دهد.

حضور مسـتقیم و سـرمایه‌گذاری بلند مدت در بازار کشـورهای هدف نظیر قطر، امارات، تایلند، چین، روسـیه، سـریلانکا، اسـپانیا و فروش محصولات با نـام ایران را میتوان بزرگترین دسـتاورد این شرکت دانسـت. شـرکت آبزی گوهر ناب مطاف بـا راه انـدازی واحـد تحقیق و توسـعه، نـوآوری و تنوع در محصـولات دریایی و حرکت بسوی صادرات محصولات فراوری شـده را در دسـتور کار خود قـرار داده و کاهش خام فروشـی را بعنـوان مهمترین ماموریت در چشم انداز خود ترسیم نموده اسـت. همچنین در سـال ۱۳۹۹ بعنوان صادرکننده نمونه ملی انتخاب شده است.

سال تاسیس و سابقه فعالیت شرکت:

سال ۱۳۹۷

محصولات صادراتی شرکت:

انواع ماهی از قبیل طلال، حسـون، یال اسـبی، شـیر و... انواع میگـوی دریایی و پرورشی بصورت خام و پخته

گواهینامه اخذ شده:

GMP: IR۲۰۲۲۰۷۲۱A۰۲

HACCP: IR۲۰۲۲۰۷۲۱A۰۱

ISO ۲۲۰۰۰: FSM/۹۸۱۰۲۰۶

ISO ۹۰۰۰: QMS/۹۸۱۰۲۰۶

آدرس: بوشهر، خیابان چمران، کوچه ساحل ۳، پلاک ۷، واحد ۶

کدپستی: ۷۵۱۵۸۶۶۵۸۷ | تلفن: ۰۷۷۳۳۶۶۲۳۶۰ | فکس: ۰۷۷۳۳۶۶۲۳۶۲









HOSCO

شرکت فولاد هرمزگان

روابط عمومی

فولاد هرمزگان
قطب صادرات فولاد ایران