

صادرات

سه درخواست بخش خصوصی از دولت سیزدهم

بهمن عشقی: چه اشکالی دارد که اصلاً برای صادرکننده نمونه این ارزش افزوده دریافت نشود و این ۹ درصد توانمندی او را تقویت کند

مشورت با اهل فن؛ راهکاری مهم در توسعه صادرات

مهدی طباطبایی: در ۲ سال اخیر بانک مرکزی از سیاستی پایدار پیروی نکرده که این مشکل برنامه ریزی را برای صادرکنندگان ایجاد کرده است

ضرورت توجه به ظرفیت بخش خصوصی در صادرات فرآورده های نفتی

سیدحمید حسینی: برجام که منعقد شد، وزارت نفت و شرکت ملی نفت بخش خصوصی را با تمام تجارب گرانیهایی دوران تحریم از صحنه بیرون کردند

وزیر صمت در گفتگو با عصر اقتصاد:
تعهدات ارزی را سال دیگر نباید داشته باشیم



افزایش صادرات غیرنفتی موجب می شود که ما به این هدف [بی نیازی به نفت] نزدیک شویم.

۲۹ مهر ماه روز ملی صادرات گرامی باد

گروه کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران



تهران: خیابان پاسداران، تقاطع شهید لواسانی (فرمانیه)، برج آسمان، شماره ۵۲۳

صندوق پستی: ۱۳۱۱ - ۱۹۳۹۵ تلفن: ۲۳۸۴۱ (۱۸۰ خط) نمابر: ۲۳۸۴۵۱

وب سایت: www.irisl.net

گلتاش

شرکت گلتاش (سهامی عام) در مردادماه ۱۳۶۱ به نام شرکت آرایشی و بهداشتی گلتاش (با مسئولیت محدود) به شماره ۳۶۰۱ در اداره ثبت شرکت‌های اصفهان به ثبت رسید.

محصولات **شرکت گلتاش** در پنج گروه شامل انواع خمیردندان با برندهای دنتامکس، پونه و نسیم، شامپو با برندهای آرومکس، شبنم و سیو، صابون با برندهای آرومکس، گلبو و گلنار، مایع دستشویی با برندهای آرومکس، گلبو و سیو، کرم با برند آرومکس و مری پن تولید می‌شود.

نیروی انسانی متخصص و دانش فنی و بومی از نقاط قوت **شرکت گلتاش** می‌باشد که با فراهم بودن مواد اولیه رویدادهای خوبی را شاهد خواهیم بود.

با توجه به اهمیت مسئله تولید در اقتصاد، ۳ سال است که مقام معظم رهبری در انتخاب شعار سال به طور مستقیم به مسئله تولید اشاره کردند و سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ را به ترتیب با نام‌های رونق تولید، جهش تولید، تولید، تولید پشتیبانی‌ها و مانع‌زدایی‌ها نام‌گذاری کردند.

پشتیبانی و مانع‌زدایی و جهش تولید در حالی می‌تواند از شعار به عمل تبدیل شود که در کنار تولید کالای با کیفیت ملی، بتوانیم با شناخت دقیق از بازارهای کشورهای همسایه به صادرات نیز توجه کنیم.

شرکت گلتاش نیز علاوه بر بازارهای داخلی سهم زیادی در بازارهای کشورهای مختلف از جمله کشورهای آسیایی و حوزه CIS دارد و مذاکرات برای حضور در کشورهای شرق آسیا و آفریقایی در حال انجام است که به زودی به نتیجه نهایی خواهد رسید.

www.goltash.com





روز ملی صادرات گرامی باد



صادرات ۶۹۳۴۶ تن شمش آلومینیوم ۱۰۰۰ و ۵۰ پوندی را به خارج از کشور

در طول ۱۴ ماه، از مرداد ماه ۱۳۹۹ تا پایان شهریور ۱۴۰۰

در بزرگترین و مدرن ترین کارخانه آلومینیوم کشور

مجمع صنایع آلومینیوم جنوب

روابط عمومی مجمع صنایع آلومینیوم جنوب

انواع بلورجات

گروه صنعتی شیشه کاوه فعالیت خود را در بخش بلور از سال 1361 آغاز نموده است و در حال حاضر طیف گسترده ای از محصولات خویش را با کیفیت بالا و کاربرد های متنوع در بخش های بلور، جار و بطری در داخل کشور و کشورهای آسیای میانه ، مرکزی و منطقه قفقاز عرضه می نماید .

 **kavehglassware**



KAVEH



www.kavehglass.com

خط ویژه +۹۸ ۲۱ ۸۴۴۰۰



HERMANMOTOR



تکرار موفقیت
اتفاقی نیست

ششمین سال مسئولی



شرکت مهندسی مشاور مهاب قدس
صادر کننده ممتاز خدمات فنی و مهندسی
۱۳۹۵ - ۱۴۰۰

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سبزی

افغانستان طرح آبریز و سد و نیروگاه کابا

آذربایجان نیروگاه برق آب چنگه پور

نیروگاه برق آب و سد و نیروگاه کابا

آلمان دول شهر و برق و گاز

دول شهر و برق و گاز

آلبانی

سد و نیروگاه کوریا

هند سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

مهاب قدس

MAHAB GHODSS

CONSULTING ENGINEERING CO.

CONSULTING ENGINEERING CO.

CONSULTING ENGINEERING CO.

CONSULTING ENGINEERING CO.

CONSULTING ENGINEERING CO.

CONSULTING ENGINEERING CO.

CONSULTING ENGINEERING CO.

CONSULTING ENGINEERING CO.

CONSULTING ENGINEERING CO.

CONSULTING ENGINEERING CO.

CONSULTING ENGINEERING CO.

آبشار و زمینهای منطقه الکون - اوگاندا

آبشار و ایستگاه پمپاژ بین الحیوار - سوریه

طرح پخش سدازن آب و نیروگاه الکون - قطر

عمان کنترل سیلاب منطقه الکون

کنترل سیلاب منطقه الکون

سد مخزنی پیک

سد مخزنی دو

سد تار

سد قشور

سد گریم

سرلانکا

ایستگاه پمپاژ سد سیالین

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی

سد و نیروگاه پانوانی - هندوستان

سد و نیروگاه پانوانی - آذربایجان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

سد و نیروگاه سنگ نوده ۲ - تاجیکستان

صاحب امتیاز:

موسسه عصر سرآمدان اقتصادی

سر دبیر و مدیر مسئول:

علی پاکزاد

مدیر بازرگانی:

صدیقه فرشچی جلالی

مدیر اجرایی ویژه نامه:

زینب غضنفری

همکاران:

نیلوفر جمالی، میترا محمدپور

امیر علی رمدانی، فرزین سواد کوهی

فریده باباپور سکینه مهرابی، اشرف ملکی

محمد امین صراف، اکرم رضایی نژاد

ناعمه شاهرودی لو، زهرا ملاقلی پور

الهام گوهری، خدیجه محمدی

محبوبه آوریده

مدیر هنری:

فاطمه یزدانی

صفحه آرایی و اجرا:

رامین خسرو جردی

مدیر چاپ و توزیع:

رحیم فرشچی جلالی

چاپ و صحافی:

مجمع چاپ طایفه

نشانی: خیابان ولیعصر، خیابان دمشق

پلاک ۱۱ واحد ۲

کد پستی: ۱۴۱۶۷۸۳۸۶۳

تلفن: ۸۸۹۴۸۱۰۴-۸

فکس: ۸۸۹۰۶۴۴۷

همراه: ۰۹۰۳۷۳۹۶۲۹

سازمان آگهی ها: ۸۸۹۴۵۲۹۳-۷

www.asre-eghtesad.com

Telegram: @asreeghtesad

نسخه pdf ویژه نامه را از سایت

روزنامه دریافت کنید.

- ۸ وزیر صمت در گفتگو با عصر اقتصاد: تعهدات ارزی را سال دیگر نباید داشته باشیم
- ۹ صادرات، نیازمند حمایت دولت و حذف فرایندهای غیر تخصصی است
- ۱۰ اهتمام دولت سیزدهم: توسعه صادرات غیر نفتی و تنوع بازارهای صادراتی
- ۱۱ حنای تحریم با پرش سه پله ای هلدینگ خلیج فارس بی رنگ تر شد
- ۱۲ پتروشیمی پارس شرکتی موفق با افقی روشن
- ۱۳ کلکسیون «پتروشیمی ارون» در شکستن رکوردها تکمیل شد
- ۱۴ افزایش چشمگیر صادرات فرآورده های پالایشگاه ستاره خلیج فارس در دوران تحریم ها
- ۱۶ گزارش عملکرد صادرات صنایع شیر ایران از ابتدای شکل گیری تاکنون
- ۱۸ شکاف عمیقی بین بخش های بالادستی و پایین دستی وجود دارد
- ۲۰ درآمد حاصل از صادرات چادرملو، تضمین کننده اجرای طرح های توسعه
- ۲۱ تولید پراید در ایران متوقف شده اما صادرات به عراق ادامه دارد
- ۲۲ ثبت بالاترین آمار جذب سرمایه گذاری در منطقه ویژه خلیج فارس در ۶ ماه نخست سال
- ۲۴ سه درخواست بخش خصوصی از دولت سیزدهم
- ۲۶ ترسیم مسیر موفقیت کارآفرینی به روش صادرات در ۱۰ گام از آغاز تا جهانی شدن در پوشش ملی صادرات
- ۲۸ تحلیلی بر آمار واردات و صادرات ایران
- ۳۱ ضرورت رفع موانع و مشکلات شرکت های صادرات خدمات فنی و مهندسی
- ۳۲ چرا حال صادرات خوب نیست؟
- ۳۳ چندنرخ بودن ارز، شفاف و قابل اتکا نبودن تشویق های دولتی از مهم ترین ضعف های تجارت خارجی است
- ۳۴ ریسک های صادراتی ایران از گذشته تا امروز
- ۳۶ افزایش صادرات غیرنفتی در گرو تغییرات اساسی
- ۳۷ مشورت با اهل فن؛ راهکاری مهم در توسعه صادرات
- ۳۸ خبط بزرگ نمایندگان مجلس در مورد صادرات
- ۳۹ به دلیل کاهش ثبات اقتصادی نتیجه حجم صادرات متناسب با تلاشمان پیش نرفت
- ۴۰ مدیرعامل شرکت زعفران سافرون سافرون: فرستادن پیاز زعفران به افغانستان، خیانت بزرگی به صنعت زعفران ایران است
- ۴۲ مدیرعامل شرکت بیسکویت آوند: هدف ما افزایش سهم بیشتر صادرات به کشورهای هدف است
- ۴۳ شرکت های مدیریت صادرات راهی برای توسعه صادرات و افزایش تبادلات تجاری با کشورهای همسایه
- ۴۴ نبود ضمانت نامه بانکی در پی تحریم ها از دلایل کاهش صادرات خدمات فنی و مهندسی
- ۴۶ نقش لجستیک ایران در معاملات ارزی
- ۴۸ نزدیک شدن نرخ ارز آزاد به نرخ ارز نیمایی باعث سهولت در بازگشت ارز از سوی صادرکنندگان شده است
- ۴۹ تدبیر دولت و بخش خصوصی در توسعه صادرات
- ۵۰ ضرورت توجه به ظرفیت بخش خصوصی در صادرات فرآورده های نفتی
- ۵۲ مرور موانع یازده گانه صادرات محصولات لبنی با پگاه
- ۵۴ مجموعه امیدان تجارت ارون؛ نخستین شرکت ایرانی تولید کننده عطر و ادکلن که از خط بریل بر روی محصولات خود استفاده می کند
- ۵۶ اداره امور صادرات را به خودمان در تشکل های صادراتی مان محول سازید
- ۵۸ راه اندازی و اجرای هرساله یک طرح توسعه در مجتمع کارخانجات کاشی و سرامیک فرزاد
- ۶۰ رئیس انرژی و تأسیسات شرکت فولاد آلیاژی ایران: پاسداشت آب، از مهمترین مسئولیت های اجتماعی این شرکت است
- ۶۲ سیمان های ایرانی جز با کیفیت ترین سیمان های تولیدی در جهان و کاملاً مطابق با استانداردهای بین المللی هستند
- ۶۴ عملکرد درخشان شرکت صنایع مس شهید باهنر در حوزه تولید، فروش و صادرات در شش ماهه نخست سال ۱۴۰۰
- ۶۸ مجتمع جهان فولاد سیرجان؛ برند ایرانی با اعتبار جهانی



نشانه‌های تحول گفتمانی در حوزه تجارت خارجی

✓ فرزاد پیلتن

مدیرکل دفترعربی و آفریقایی سازمان توسعه تجارت ایران

تجارت خارجی کشور بویژه در حوزه صادرات از سالهای گذشته همواره از یک مشکل اساسی رنج برده، مشکلی که از خام فروشی و صادرات محصولات با ارزش افزوده پایین ناشی شده است. این مشکل را می‌توان با مقایسه ارزش هر تن صادرات از ایران با کشورهای توسعه یافته و حتی برخی کشورهای در حال توسعه بخوبی مشاهده کرد.

درسالهای قبل با اقداماتی مانند وضع عوارض صادراتی برای برخی مواد معدنی تلاش شد از روند خام فروشی کاسته شود.

با این حال، بررسی کیفیت محصولات صادراتی کشور نشان می‌دهد همچنان حجم قابل توجهی از صادرات کشور به محصولات با ارزش افزوده پایین یا مواد خام اختصاص دارد.

شاید بتوان دلیل اصلی عدم موفقیت در تغییر روند در تجارت خارجی کشور را در گذشته، محدود شدن به انجام برخی اقدامات و نه ایجاد تحول اساسی در حوزه‌های گفتمانی، سیاستگذاری و برنامه ریزی و حتی فرهنگسازی براساس نیازهای کشور در این حوزه مرتبط دانست.

اما، به هر حال ادامه این روند می‌تواند زیانهای فراوانی را متوجه کشور کند. محرومیت از درآمدهای ارزی بیشتر، عدم تاثیر بر اشتغال داخلی، صدور ضمنی محصولات با ارزش تری مانند آب به صورت مجازی از کشور بخشی از این زیانها را شامل می‌شود.

بر این اساس تغییر و تحول گفتمانی در حوزه‌های سیاستگذاری و برنامه ریزی در زمینه تجارت خارجی

کشور مبتنی بر حرکت به سمت صادرات با ارزش افزوده بالاتر و بویژه محصولات تمام شده و همچنین کالاهای با فناوری برتر از یک سو و واردات مواد خام و اولیه از سوی دیگر ضرورت پیدا کرد.

خوشبختانه مجموعه تحولات و تجربیات سالهای اخیر در روابط خارجی و همچنین سیاستهای تجاری و ارزی در ج.ا.ایران برنامه‌ریزان و سیاستگذاران حوزه تجارت خارجی کشور را به سمت اتخاذ رویکردهایی جدید در حوزه تجارت خارجی سوق داده است.

سخنان وزیر جدید صنعت، معدن و تجارت و همچنین رئیس کل جدید سازمان توسعه تجارت ایران در نشست مشترک با مسئولان اتاق بازرگانی و تشکلهای صادراتی در روز شنبه ۱۰ مهر ماه در محل سازمان توسعه تجارت ایران، نشان‌دهنده شکل‌گیری مبانی این رویکردهای جدید در حوزه تجارت خارجی کشور است. ارجحیت تفوق سیاست تجاری بر سیاست ارزی و جایگزینی نقش و جایگاه نهاد تجارت خارجی با نهادهای سنتی تامین و تنظیم حوزه ارزی کشور مانند بانک مرکزی و وزارت نفت، تاکید بر صادرات محصولات با ارزش افزوده بالاتر در چارچوب نظریه پیچیدگی اقتصادی (Economic complexity) و اولویت بخشی به واردات مواد خام و کالاهای واسطه‌ای مبتنی بر شرایط اقتصادی، ژئوپلیتیکی و هیدروپلیتیکی (Hydropolitical) کشور با هدف ایجاد فرصت‌های جدید اشتغال‌زایی، تنظیم

تراز آب کشور و بر این اساس انتخاب کالاها، بازارها، طرفهای صادراتی و وارداتی و تنظیم سیاستها، برنامه‌ها و اقدامات و ارائه تسهیلات و حتی انتخاب تاجر و صادرکنندگان نمونه از جمله نشانه‌های شکل گیری این رویکردهای متفاوت و جدید محسوب می‌شود.

همچنین تاکید بر تلاش برای ایجاد زنجیره‌های تامین در حوزه صادرات و واردات سفارش محور بخش دیگری از این نشانه‌ها شمرده می‌شود.

مجموع این نشانه‌ها دلالت بر گذر از رویکردهای سنتی دارد؛ رویکرد سنتی که مبتنی بر صادرات مواد خام و اولیه و یا کالاها و محصولات با ارزش افزوده پایین (شامل صادرات مجازی کالاهایی با ارزش تری مانند آب و یا صدور ضمنی فرصت‌های با ارزش تری مانند اشتغال) از یک طرف و واردات کالاهای نهایی و با ارزش افزوده بالا و در نتیجه ایجاد فرصتهای اشتغال برای طرفهای تجاری و دیگر کشورها، از طرف دیگر است.

مجموع این اظهارات از ورود به دوره جدیدی از شکل‌گیری مبانی فکری و رویکردهای علمی نوین مبتنی بر کسب بیشترین مزایا و منافع اقتصادی در حوزه تجارت خارجی کشور حکایت دارد.

بر این اساس، دوره جدید گفتمانی، سیاستگذاری و برنامه‌ریزی در حوزه تجارت خارجی را با سه ویژگی هدفمند سازی، هوشمندسازی و بهینه‌سازی ظرفیت‌های کشور شناخته می‌شود.

این دوره را می‌توان به بلوغ در حوزه گفتمانی و همچنین سیاستگذاری و برنامه ریزی در روند تحولات و دوره‌های حوزه تجارت خارجی کشور تعبیر کرد که در صورت تدوین صحیح دستورالعمل‌ها و تعریف اقدامات اجرایی متناسب از یک سو و همگرایی و هم‌افزایی تمامی نهادها و بازیگران دولتی و خصوصی ذیربط در سوی دیگر، میتواند به بهره‌برداری و تاثیر بیش از پیش اقتصاد ایران از مزایای تجارت خارجی در راستای رشد و توسعه به ویژه در زمینه‌های «تولید، اشتغال و رفاه مردم» منجر شود.



وزیر صمت در گفتگو با عصر اقتصاد: تعهدات ارزی را سال دیگر نباید داشته باشیم

فاطمی امین: بهترین راه هزینه کرد منابع صندوق توسعه ملی برای فاینانس خارجی است، یعنی تجارت خارجی را تامین مالی کنیم تا از ایران کالا بخرند

وزیر صنعت، معدن و تجارت از بخش خصوصی دعوت کرد تا برنامه‌های صادراتی خود را ارائه دهند و تاکید کرد که هیچ برنامه‌ای نباید مستقل از ذی‌نفعان آن بخش اجرا شود و ضرورت دارد نظرات فعالان بخش در برنامه‌ها لحاظ شود. در همین راستا بخش خصوصی فرصت دارد حداکثر تا نیمه آبان برنامه‌های صادراتی خود را ارائه دهند.

سیدرضا فاطمی امین، در گفت‌وگو با روزنامه عصر اقتصاد ضمن تکرار این دعوت خود از بخش خصوصی، افزود: «افق ما باید به سمت توسعه تجارت بین‌المللی باشد، واردات، صادرات و واسطه‌گری در ذیل مفهومی بزرگتر یعنی تجارت بین‌المللی قرار می‌گیرند.» در ادامه مشروح این گفت‌وگو کوتاه را بخوانید:

چند نفر رایزن بازرگانی داریم و در برنامه‌ای که برای توسعه تجارت بین‌المللی در نظر گرفته‌اید، چند نفر خواهند شد؟

ما به عنوان دولت باید زیرساخت‌های لازم برای توسعه تجارت بین‌المللی را فراهم کنیم. یکی از این زیرساخت‌ها، تکمیل و توسعه فرایند رایزنی بازرگانی است. امسال ۶ رایزن داریم، این تعداد را در کوتاه مدت به ۶۰ رایزن رسانده و سال ۱۴۰۲ به ۱۲۰ رایزن خواهیم رسید. هر جا که کنسول و سفارت داریم باید رایزن نیز داشته باشیم. همچنین از دو هفته قبل مذاکرات فشرده‌ای را با اتحادیه اوراسیا برای تبدیل موافقت‌نامه فعلی تجارت آزاد به منظور گسترش کالاهای مشمول به موافقت‌نامه تجارت آزاد آغاز کرده‌ایم.

همه‌نگی بسیار خوبی در دولت وجود دارد، رئیس‌جمهوری بر دیپلماسی اقتصادی تاکید دارد و در این راستا با وزارت امور خارجه نیز همه‌نگی‌های خوبی داریم.

نظر شما درباره هزینه‌کرد منابع صندوق توسعه ملی برای فاینانس خارجی و اعتبار خریدار چیست؟

اختصاص منابع صندوق توسعه ملی برای سرمایه‌گذاری در ایران اشتباه است. بهترین راه هزینه‌کرد این منابع برای فاینانس خارجی (اعتبار خریدار) است، یعنی تجارت و شرکت‌های خارجی را تامین مالی کنیم تا از ایران کالا بخرند.

در بخش صادرات و واردات چه برنامه‌ای دارید؟
کاهش صادرات نفتی، فرصت مناسبی برای تحرک بخش‌های

مختلف اقتصادی است. با لوکوموتیو صادرات باید چرخ اقتصاد را به حرکت در بیاوریم.

صادرات همواره مهم بوده و در این دولت نیز بسیار مهم است؛ چرا که صادرات نفتی کاهش یافته و نقش صادرات غیرنفتی اهمیت بیشتری پیدا کرده است.

تنظیم تراز تجاری کشور بیش از آنکه بر عهده نفت و بانک مرکزی باشد بر عهده صادرات و قشر صادرکننده است که این موضوع اهمیت صادرات غیرنفتی را افزایش می‌دهد.

بسیاری از تولیدات کشورمان دیگر تقاضای داخلی ندارند و باید با لوکوموتیو صادرات، چرخ اقتصاد را به حرکت در بیاوریم و تقاضای خارجی برای بخش‌هایی از تولیداتمان که بیش از نیاز بازار است شکل دهیم.

تاکید می‌کنم: چهار محور «اولویت‌گذاری، تنظیم‌گری، تسهیل‌گری و نظارت» در واقع چهار وظیفه مهم دولت در بخش صادرات است.

تلاش ما این است که امسال صادرات کشورمان حداقل به ۴۰ میلیارد دلار باید برسد و در شش ماهه دوم امسال پنج میلیارد دلار بیش از مدت مشابه سال قبل باید صادرات داشته باشیم. از نگاه مجموعه وزارت صمت فقط هدف‌گذاری عددی اولویت‌گذاری محسوب نمی‌شود و مابقی شاخص‌ها مانند تنوع کالایی نیز در کنار تنوع مقاصد صادراتی و صادرات به کشورهای اولویت دار باید مدنظر واقع شود.

اولویت‌های کالایی در قاعده‌گذاری باید مد نظر قرار بگیرد، صادرکننده نمونه بر این مبنا نمونه است که چه نوع کالایی را به کدام کشور اولویت‌دار صادر کرده است. باید کمک کنیم تا کسب‌وکارها در راستای اولویت‌ها حرکت کنند.

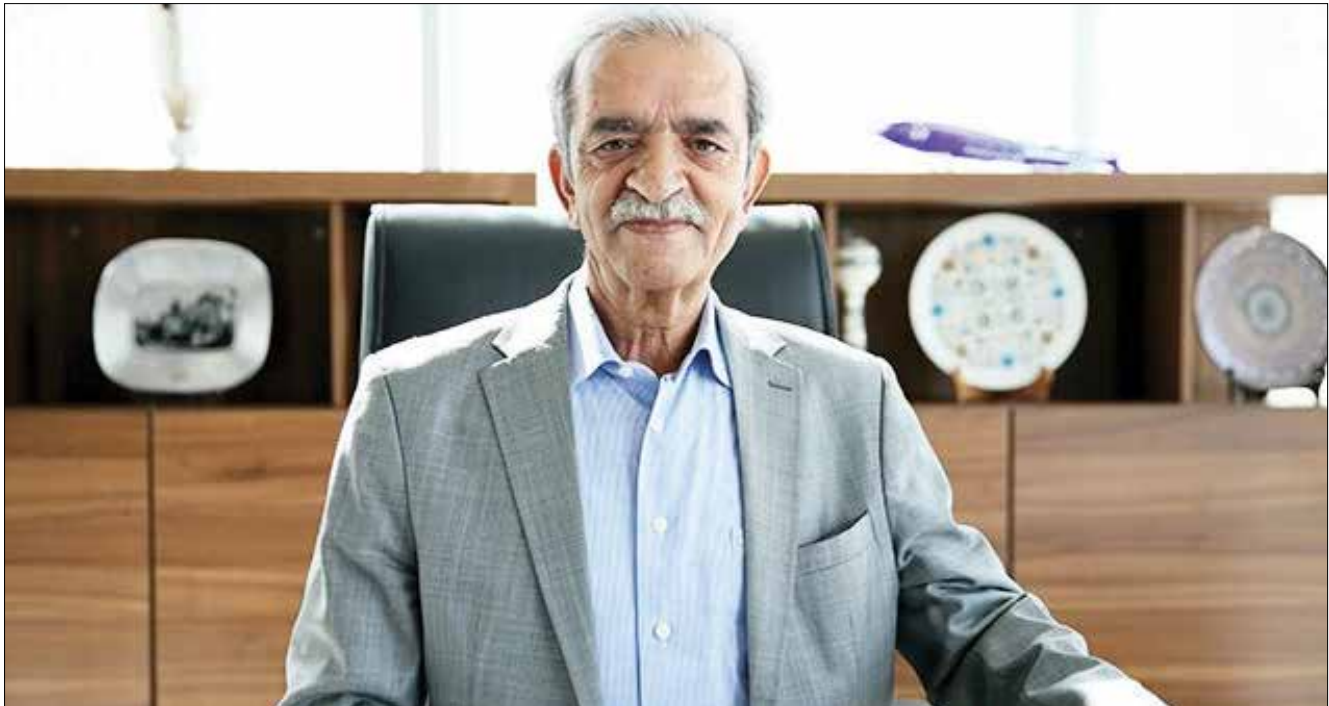
باید کالاهایی که کشورهای دیگر کمتر می‌توانند صادر کنند را صادر کنیم. یعنی وارد حوزه‌های فناوری و دانش‌بنیان و صادرات خدمات فنی و مهندسی شویم و توجه به این مهم همان اولویت‌گذاری است. صادرات باید متکثر شود، همچنین مقاصد و کالاهای نیز باید متنوع شوند که در این زمینه همه‌نگی‌های خوبی انجام شده است. قوانین و مقرراتی که منافع همه را تامین کنند باید منعقد شوند. در سال ۱۳۹۷ به دلیل تحریم‌ها و کمبود درآمدهای ارزی، موضوع تعهدات ارزی مطرح شد که این موضوع

باید برای یک دوران گذار مطرح می‌شد و حداکثر یک ساله تمام می‌شد، اما متأسفانه تاکنون ادامه داشت. مصوبه بسیار خوبی با همه‌نگی معاونت اقتصادی رئیس‌جمهوری ابلاغ می‌شود که بسیار راهگشاست، در این مصوبه بخش قابل توجهی از قید و بندها بخصوص در حوزه تهاتر برداشته شده است، در زمینه بازگشت مالیات بر ارزش افزوده اتفاقات خوبی افتاده است و انشالله تعهدات ارزی را سال دیگر نباید داشته باشیم. تحریم‌ها نیز به سادگی قابل حل هستند، سازمان توسعه تجارت ایران در راستای تسهیل امور صادرکنندگان از هیچ کوششی فروگذاری نخواهد کرد. مشکل فنی و فناوری برای توسعه اقتصادی نداریم. هیچ‌گونه چالش فناورانه که کار را قفل کرده باشد نداریم، مشکل تامین منابع نیز نداریم و جدول مصارف برای رشدهای سال آینده را تدوین کرده‌ایم. ساز و کارهای لازم باید اصلاح شود. برنامه داریم تا اقتصاد ایران را از دلاری بودن خارج کنیم، به عنوان نمونه ۴۰ درصد قیمت خودرو مربوط به محصولات است که در داخل تولید می‌شود؛ اما قیمت آنها وابسته به دلار است که باید این رابطه با دلار را قطع کنیم. الحمدلله در مورد فولاد این اتفاق افتاده است، میلگرد، شمش و ورق با واقعیت‌های داخلی اقتصاد ایران تعیین قیمت می‌شوند نه با بالا رفتن ارزش دلار. هرگونه برنامه مستقل از ذی‌نفعان آن بخش نباید باشد، نظرات بخش اعمال می‌شود و در همین راستا از بخش خصوصی می‌خواهم حداکثر تا نیمه آبان برنامه‌های صادراتی خود را ارائه دهند.

برنامه‌های ابلاغی استقرار دولت الکترونیک برای وزارت صمت چیست؟

برنامه‌های ابلاغی استقرار دولت الکترونیک برای وزارت صمت، تدوین آمایش صنعتی، معدنی و تجاری برای تمام شهرستان‌های کشور است که می‌خواهیم تا پایان سال نهایی کنیم. برای تمامی شهرستان‌ها نقشه راه خواهیم داشت و پروژه‌ها، ظرفیت‌ها و توانمندی‌های آنها برای سرمایه‌گذاری مشخص خواهیم کرد که موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی این موضوع را پیش می‌برد.

وظیفه ما این است به جایی برسیم که فعالان اقتصادی به جز بحث بازاریابی و مسائل داخلی بنگاه هیچ‌گونه مشکلی نداشته باشند.



پیام رئیس اتاق ایران به مناسبت روز ملی صادرات

صادرات، نیازمند حمایت دولت و حذف فرایندهای غیر تخصصی است

غلامحسین شافعی رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، به مناسبت بیست و پنجمین سالروز ملی صادرات، حمایت دولت از بخش صادرات به عنوان پیشران تجارت بین الملل را خواستار شد. غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران با صدور پیامی به مناسبت بیست و پنجمین سالروز ملی صادرات، از تلاش فعالان صادرات تقدیر کرد و از سیاست گذاران خواست تا در راه رفع موانع داخلی اقتصاد قدم بردارند.

فرایندها و مقررات غیر تخصصی، بیش از پیش ضروری می نماید تا صادرکنندگان واقعی کشور که در جنگ اقتصاد بین الملل مشغول کارزار هستند از توان عملیاتی کافی برای رقابت برخوردار باشند.

همچنین توسعه تعاملات سیاسی با کشورهای منطقه و پیوستن به معاهدات بین المللی با در نظر گرفتن منافع همه جانبه کشور، موضوع مهم و جدی است که انتظار می رود دولتمردان با درک حساسیت های کنونی با سرعت بیشتر برای استفاده از ظرفیت های آنها، مدبرانه برنامه ریزی و تصمیم گیری نموده تا فرصت سازی بیشتری برای افزایش سهم در بازارهای جهانی را میسر نماید.

در پایان، ضمن تبریک به مناسبت هفته وحدت و ولادت حضرت محمد مصطفی (ص) و امام جعفر صادق (ع)، از جانب اتاق ایران، اتاق های استانی و مشترک بر خود لازم می دانم از تلاش های بی دریغ صادرکنندگان و فعالان اقتصادی کشور قدردانی نمایم.

روز ملی صادرات را به فعالان واقعی این عرصه خطیر تبریک می گویم و از خداوند متعال برای آنها، سلامتی و توفیق روز افزون آرزو مندم.

در بازگرداندن ارزش حاصل از صادرات آن نیز موانعی پیش پای خود دارد، صادرکنندگان کالاهای غیر نفتی و خدمات در بخش خصوصی موفق شده اند از سد محدودیت های داخلی و خارجی عبور کنند.

وقتی از محدودیت های داخلی سخن به میان می آید، باید با کمال تاسف از سیاست های خلق الساعه و انبوه بخشنامه هایی سخن گفت که فعالان اقتصادی را در پیچ تحریم داخلی گرفتار کرده است. انتظار بی جایی نیست که برای فعالان اقتصادی در شرایط تحریم فروش قریز پهن شود و موانع موجود با سرعت از پیش پای آنها برداشته شود اما نه تنها چنین اتفاقی رخ نداده است بلکه سخت گیری ها و مانع تراشی ها ادامه یافته است تا کار برای بخش خصوصی در کارزار تحریم ها، دشوارتر شده باشد.

به تمامی این موانع داخلی و خارجی باید مشکلات ناشی از شیوع ویروس کرونا را هم اضافه کرد. محدودیت های بین المللی ناشی از این همه گیری را می توان سومین مانع بزرگ پیش پای صادرکنندگان دانست.

با این وصف ضرورت حمایت دولت و نیز حذف

متن پیام رئیس پارلمان بخش خصوصی را می خوانید:

روز ملی صادرات، یادآور بالاترین سطح از کوشش برای حفظ کین برونگرایی اقتصاد ایران است که به ویژه در سال های اعمال تحریم های ظالمانه، اهمیتی دوچندان دارد.

صادرات به عنوان مهمترین مولفه برای توسعه تعاملات تجارت بین الملل، نقش پیشران را در اقتصادی ایفا می کند که قرار است مطابق با فرمایشات مقام معظم رهبری، درونزا باشد و برونگرا. رسیدن به این دو مفهوم و هدف والا از مسیر توسعه صادرات میسر خواهد بود. معرفی و عرضه کالا و خدمات ایران به کشورهای جهان در دنیایی که رقابتی تجاری با بالاترین حمایت ها از سوی دولت ها وارد میدان شده اند، بسیار دشوار شده است. با این وجود صادرکنندگان با همت جهادگونه در شرایط دشوار تحریم موفق شده اند پرچم صادرات را بالا نگه دارند و از این طریق به مانند بازوی اجرایی دولت در ارزآوری و حرکت دادن به چرخ اقتصاد، عمل کنند. در شرایطی که دولت برای فروش نفت با محدودیت جدی مواجه است و



اهتمام دولت سیزدهم؛ توسعه صادرات غیر نفتی و تنوع بازارهای صادراتی

علیرضا پیمان پاک، معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران، به مناسبت بیست و پنجمین سالروز ملی صادرات بر عزم دولت در توسعه صادرات غیر نفتی تاکید کرد.

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 تکنولوژی، عبور از صادرات تک محصولی و خام فروشی و حرکت به سمت ایجاد ارزش افزوده بیشتر به منظور حضور مثمر‌تر در فرآیند تولید جهانی ضروری می‌نماید. با این وصف، و در حالی که دنیا با پیامدهای همه‌گیری ویروس کرونا دست و پنجه نرم کرده و تجارت جهانی نیز با تأثیرپذیری از آن رکود قابل ملاحظه‌ای را تجربه میکند، 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 مقام عظمای ولایت 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

سازمان توسعه تجارت ایران به عنوان متولی تجارت خارجی کشور در کسوت اولویت‌گذار، تنظیم‌گر، تسهیل‌گر و ناظر، در کنار صادرکنندگان که نقش آفرینان و جهادگران این عرصه هستند میتواند به اهداف توسعه ای کشور دست یابد

هرسال، ۲۹ مهرماه در آیین بزرگداشت روز ملی صادرات، با صادرکنندگان در راستای آرمان‌های ولای ایران اسلامی در مسیر توسعه همه‌جانبه، به ویژه اقتصادی، تجدید پیمان میکنیم.

عزم دولت سیزدهم در توسعه صادرات غیر نفتی در

برنامه ریزی 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 در بدو فعالیت دولت است.

سازمان توسعه تجارت ایران به عنوان متولی تجارت خارجی کشور در کسوت اولویت‌گذار، تنظیم‌گر، تسهیل‌گر و ناظر، در کنار صادرکنندگان که نقش آفرینان و جهادگران این عرصه هستند میتواند به اهداف توسعه ای کشور دست یابد.

در پایان، ضمن تبریک به مناسبت هفته وحدت و ولادت رسول مهربانی‌ها، حضرت محمد مصطفی (ص)، بر خود لازم میدانم سپاسگزار و قدردان تلاش‌های بی‌دریغ صادرکنندگان و فعالان اقتصادی کشور باشم، امید است در پرتو الطاف امام هشتم، علی بن موسی الرضا(ع) در خدمتگزاری و آبادسازی ایران اسلامی توفیق چشمگیری داشته باشیم.

علیرضا پیمان پاک

معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت



با اعلام نتیجه رتبه بندی جهانی ICIS در تنگنای کرونا؛

حنای تحریم باپرش سه پله‌ای هلدینگ خلیج فارس بی رنگ تر شد

✓ فرزین سوادکوهی

بیهوده نیست که بزرگترین هلدینگ صنعت پتروشیمی ایران موفق‌ترین هم هست. این که حضور رقابتی دولتی جایی برای عرض اندام بخش خصوصی صنعت پتروشیمی نمی‌دهد، بر هیچکس پوشیده نیست؛ اما همه می‌دانند که مدیریت متکی به خردورزی و منطق محوری و درک آگاهانه از وضع روز بازار، آنهم در شرایطی که حریف بسیار قدری بنام تحریم در میانه میدان خودنمایی می‌کند و همه حامیان نیز میدان را به دست گرفته‌اند و تشویقش می‌کنند کاری است شگرف.

شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس در رتبه‌بندی‌های جهانی صاحب رکوردها و امتیازاتی شده است که دیگر نیازی به تبلیغ ندارد. تبدیل یک صنعت آسیب‌دیده از جنگ و تحریم و انواع و اقسام فشارها و ضربه‌ها به یک برند معتبر جهانی اتفاقی محقق نمی‌شود.

اصولا هیچ موفقیتی در اقتصاد امروز دنیا نمی‌تواند به تاسی از شانس و اقبال حصول یابد و برای همین هم هست که پس از توفیقات فراوان و روزافزون در هلدینگ خلیج فارس شاهد صعودی جدید و سه پله‌ای در رنکینگ جهانی ICIS هستیم. به تازگی در رسانه‌ها این موضوع انعکاس یافته است که بر پایه ارزیابی‌ها و گزارش رسمی موسسه بین‌المللی ICIS، شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با سه پله ارتقا در سخت‌ترین شرایط تحریمی و پاندمی کرونا توانسته در جایگاه ۳۷ در بین یکصد شرکت شیمیایی و پتروشیمیایی جهان بایستد. در این رتبه‌بندی همواره معروفترین و قوی‌ترین شرکت‌های بین‌المللی که به هیچ وجه محدودیت‌های تحریمی مانند ما را ندارند، شرکت می‌کنند و بنابراین تصاحب کرسی‌های

بالا، رقابت‌های نفس‌گیری را می‌طلبید که کار هرشرکتی نیست. واقعیت این است که تنها توفیق در تولید نیست که فضا را برای پیروشدن مهیا می‌سازد بلکه محاسبات دقیق این حضور نیز پیرو استعداد و ظرفیت‌هایی است که شاید پیش از این خیلی‌ها نتوانسته‌اند از آن استفاده شایسته‌ای داشته باشند. داده‌های اطلاعاتی از سقف و ظرفیت‌های فروش و معاملات صورت گرفته نشان می‌دهد در این ارزیابی که بر اساس اطلاعات فروش سال ۲۰۲۰ انجام شده، گروه پتروشیمی خلیج فارس موفق به فروش ۸ میلیارد و ۴۲۵ میلیون دلار محصول شده و سود عملیاتی این گروه خلیج فارس با ۴۴٫۱ درصد افزایش به سه میلیارد و ۱۳۴ میلیون دلار رسیده است. همچنین میزان سرمایه‌گذاری شرکت در بخش پژوهش و توسعه نیز ۶ درصد نسبت به سال ۲۰۱۹ افزایش داشته است. درست در شرایطی که بسیاری نشسته‌اند و تخمین می‌زنند که پتروشیمی ایران جایی مناسب برای سرمایه‌گذاری بیشتری ندارد و درست در وضع محاصره اقتصادی که صنایع نفتی و دیگر صنایع وابسته به آن نمی‌توانند گام‌های بلندتری بردارند و صنایع پتروشیمی کشور باید در همین افق محدودی که هست باقی بماند شاهد اتفاقات مطلوبی هستیم که کشور را برای رسیدن به توفیقات اقتصادی بیشتر، امیدوارتر می‌سازد. شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس در حالی به این موفقیت دست پیدا کرده که اکثر قریب به اتفاق شرکت‌های مطرح دنیا و منطقه در این رده‌بندی به دلیل شرایط ناشی از پاندمی کرونا دچار افت قابل توجه فروش شده‌اند، اما گروه پتروشیمی خلیج فارس توانسته است در شرایط کرونا و تحریم روند رو به رشد خود را حفظ کند. رتبه گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس در این رده‌بندی معتبر در سال ۲۰۱۹؛ جایگاه چهل

ام در میان یکصد شرکت برتر دنیا بوده است. اینک شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با توفیقاتی از این دست نشان می‌دهد که علاوه بر کار آفرینی در شرایط سخت تحریمی، به یکی از منابع اصلی اشتغال و تامین ارز کشور نیز تبدیل شده است. در حالیکه هیچ صنعتی در داخل کشور نتوانسته موفقیت‌های صنایع پتروشیمی را پشت سر بگذارد و در شرایطی که ۲۵ درصد از صادرات غیرنفتی کشور به پتروشیمی‌ها اختصاص دارد؛ اما ۷۰ درصد مجموع عرضه ارز در سامانه نیما توسط پتروشیمی‌ها انجام شده است، پتروشیمی خلیج فارس گوی سبقت را در ارزآوری از دیگران می‌رباید. شفافیت عملکرد پتروشیمی خلیج فارس نیز اعتماد به این برند ناب پتروشیمی ایران را بیشتر می‌کند. هم اکنون بسیاری از شرکت‌های زیر مجموعه هلدینگ در بورس حضور دارند که فعالیت آنها بطور کامل رصد و کنترل می‌شود؛ بنابراین نمی‌توانند خارج از عرف ارزآوری کنند. در حال حاضر پتروشیمی‌ها بیشترین کمک را به دولت ارائه می‌کنند و شاید علت اصلی هجمه علیه پتروشیمی‌ها کمک آنها به دولت برای تامین ارز است و چه بسا فضا سازی‌های گاه و بگاه علیه هلدینگ خلیج فارس نیز ملهم از همین نگاه مغرضانه باشد. به هر رو آنچه مسلم است این است که توفیقاتی مانند همین پرش بزرگ سه پله‌ای اخیر نشان می‌دهد اگر شرایط سیاسی در روزهای آتی فضای بیشتری در اختیار صنایع پتروشیمی کشور قرار دهد، هلدینگ خلیج فارس برای بدست آوردن مقام‌های پرافتخار بیشتر و شگفت‌انگیزتر، بسیار مستعد خواهد بود. موفقیت‌هایی که اقتصاد ایران را در شرف تحولی بزرگ قرار خواهد داد که حنای تحریم‌ها را بی‌رنگ‌تر کند.



پتروشیمی پارس شرکتی موفق با افقی روشن

اعتباری «پایا» در این طبقه از رتبه اعتباری بلندمدت، ظرفیت ایفای تعهدات مالی در سطح بسیار بالاست.»
از سوی دیگر میزان بازدهی این شرکت برای سهامدارانش نیز نشان تعهد مدیران مجموعه در قبال برنامه‌های ارائه شده است. در مجمع عمومی این شرکت، مسعود حسینی مدیرعامل پتروشیمی پارس، با اشاره به تحقق ۹۵ درصدی تولید به ظرفیت اسمی این مجتمع از افزایش فروش و سودآوری پارس درآمد عملیاتی را ۷۱ درصد بیشتر از سال قبل و سود عملیاتی را نیز ۶۷ درصد بیشتر از سال قبل مالی اعلام کرد. و در نهایت نیز در همین مجمع سودی معادل ۲ هزار تومان به هر برگ سهام شرکت تعلق گرفت.

البته همانطور که ارزیابی اعتباری شرکت نشان داد این وضعیت برای سال جاری نیز تداوم یافته است، آخرین گزارش مالی منتشر شده از فعالیت‌های پتروشیمی پارس گویای رشدی سه رقمی در درآمدهای این پتروشیمی بزرگ است. درآمدهای شناسایی‌شده پتروشیمی پارس در شهریور سال جاری نسبت به دوره مشابه سال گذشته ۲۹ درصد افزایش را تجربه کرده و از ابتدای سال مالی تا انتهای شهریور نیز مقدار درآمدهای این پتروشیمی با رشد ۱۲۴ درصدی روبه‌رو بود. همچنین بیشترین درآمدی که طی این دوره یک‌ماهه حاصل شده از فروش محصول «استایرن منومر» با ۱۱،۴۰۴ میلیارد ریال بوده و «اتان» نیز با ۸،۱۳۱ میلیارد ریال در جایگاه بعدی قرار گرفته است.

از جمله ناشران معتبر بازار سرمایه کشور محسوب شده و در آخرین ارزیابی مالی صورت گرفته توسط شرکت پایا موفق به کسب بالاترین رتبه مالی در بلند مدت و کوتاه مدت شده است.

در بیانیه رسانه‌ای منتشر شده از سوی شرکت پایا وضع اعتباری پتروشیمی پارس به این شکل اعلام شده است: «براساس بررسی داده‌های کمی شامل صورت‌های مالی

شرکت پتروشیمی پارس با ظرفیت ۴/۵ میلیون تن در سال، در اسفند ۱۳۷۷ تأسیس شد. این شرکت در منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس که در شمال خلیج فارس در بندر عسلویه قرار دارد

ونسبت‌های مالی مستخرج شده از آن ویژگی کیفی شامل ارزیابی‌های مربوط به فعالیت‌های شرکت، حاکمیت شرکتی، محیط عملیاتی، تأمین مالی و سوابق آن و نیز تحلیل فضای کلان اقتصادی، کسب و کار و صنعت مربوطه، رتبه اعتباری بلند مدت AA- با دورنمای با ثبات و رتبه اعتباری کوتاه مدت A1+ با درجه سرمایه‌گذاری را به شرکت پتروشیمی پارس (سهامی عام) تخصیص داد. براساس واژه‌نامه تعاریف شرکت رتبه‌بندی

ارزیابی اعتباری صورت گرفته از شرکت پتروشیمی پارس این مجموعه را در زمره قابل‌انگیزترین بنگاه‌های اقتصادی کشور در کوتاه مدت و بلند مدت قرار داده است.

شرکت پتروشیمی پارس با ظرفیت ۴/۵ میلیون تن در سال، در اسفند ۱۳۷۷ تأسیس شد. این شرکت در منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس که در شمال خلیج فارس در بندر عسلویه قرار دارد. این منطقه در حدفاصل ۲۷۰ کیلومتری جنوب شرقی بندر بوشهر و ۵۷۰ کیلومتری غرب بندرعباس است. شرکت پتروشیمی پارس با ظرفیت اسمی سالانه ۴ میلیون ۴۸۱ هزار تن محصولات پتروشیمیایی، شامل آمیلیون ۶۰۰ هزار تن اتان، ۹۸۰ هزار تن پروپان، ۵۷۰ هزار تن بوتان، ۸۶ هزار تن گسولین، ۶۴۵ هزار تن اتیل بنزن، ۶۰۰ هزار تن استایرن منومر و ۱۴ هزار تن مخلوط بنزن و تولوئن، بزرگترین واحد استحصال اتان کشور، یکی از بزرگترین صادرکننده گان LPG خاورمیانه، تنها تولیدکننده و تأمین‌کننده استایرن منومر داخل و یکی از بزرگترین صادرکننده‌های این محصول در دنیا می‌باشد.

خوراک اصلی شرکت پتروشیمی پارس، گاز غنی شده است که آن را از پالایشگاه‌های فاز ۱ و ۲ و ۳ مجتمع گاز پارس جنوبی و توسط دو خط لوله تأمین می‌شود. شرکت علاوه بر گاز غنی از اتیلن و بنزن به عنوان خوراک استفاده می‌کند. که به ترتیب از پتروشیمی‌های آریاساسول و نوری تأمین می‌شود. این مجموعه در حال حاضر و با بیش از دو دهه فعالیت



کلکسیون «پتروشیمی اروند» در شکستن رکوردها تکمیل شد

شرکت پتروشیمی اروند در شش ماهه نخست سال جاری، در کنار صادرات موفق و ارزآوری چشمگیر، عنوان شرکت برتر بورس کالا در رینگ پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی را کسب کرد تا کلکسیون رکوردهای خود در تولید، فروش، معاملات بورس، صادرات موفق، ارزآوری و خلق ارزش‌ها را کامل کند.

به گزارش روابط عمومی پتروشیمی اروند، این شرکت طی ۶ ماه نخست سال ۱۴۰۰ با تحقق ۱۱۷ درصدی بودجه و افزایش ۲۸۹ درصدی درآمدهای عملیاتی نسبت به مدت مشابه سال قبل، سود ۳۹۰۰۰ میلیارد ریالی را محقق کرده که نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۴۰۰ درصدی را نشان می‌دهد.

براین اساس؛ کارکنان پتروشیمی اروند، در صادرات محصول پر ارزش S-PVC با فروش ۵۸۶۸۳ تن، ۱۳۴ درصد از برنامه مصوب سال ۱۴۰۰ را محقق کرده‌اند که منجر به افزایش ارزآوری ۲۵۰ درصدی نسبت به بودجه شده است و نسبت به مدت مشابه سال قبل، رشد تاریخی ۵۲۵ درصدی را خلق کرده‌اند.

شرکت پتروشیمی اروند در بخش صادرات محصول E-PVC نیز عملکردی در خور توجه را ثبت کرده و با افزایش ۲۳۰ درصدی تناژ صادراتی نسبت به مدت مشابه سال قبل، افزایش ۶۹۹ درصدی درآمد فروش نسبت به شش‌ماهه سال پیش را محقق کرده و با تحقق ۶۷۰ درصدی مجموع فروش

صادراتی محصولات نسبت به مدت مشابه سال گذشته، بار دیگر یکه تازی‌اش در صادرات محصولات PVC را به اثبات رسانده است.

شرکت پتروشیمی اروند که طی دوسال گذشته به شرکت رکوردشکنی‌ها شناخته شده، در محصول EDC دستاورد کم‌نظیر کسب کرده و با افزایش ۳۱۷ درصدی تناژ فروش نسبت به برنامه، افزایش ۶۴۹ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل را خلق و ارزش فروش داخلی این محصول با افزایش ۴۱۷ درصدی نسبت به برنامه، به رکورد شگفت‌انگیز تحقق ۱۷۶۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل رسیده است.

ارزندی‌ها در محصول VCM هم بار دیگر دست به خلق ارزش‌ها زده‌اند و با تحقق ۱۴۱ درصدی مقدار فروش نسبت به برنامه، ارزش فروش داخلی خود در این محصول را نسبت به مدت مشابه سال قبل، بیش از ۲۵۸ درصد افزایش داده‌اند.

در عرضه در بورس کالا نیز، این شرکت در شش ماهه نخست سال جاری با مجموع ارزش فروش ۳۳۶۴ میلیارد تومان، عرضه ۳۷۵.۱۶۳ تنی در بورس کالا را محقق کرده که رکورد تازه‌ای در عرضه محصولات در رینگ پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی برای این شرکت به حساب می‌آید.

همچنین در شهرپور، درصد تغییر نرخ این شرکت نسبت به ماه قبل از آن با رشد ۷۷ درصدی همراه بوده که در بین شرکت‌های عرضه‌کننده در رینگ پتروشیمی و فرآورده‌های

نفتی، رکوردی قابل توجه است. ارزش معاملاتی این شرکت در ششمین ماه سال جاری در رینگ پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی بورس کالا نیز ۶۹۴ میلیارد تومان بوده که رشد ۶۴ درصدی نسبت به مدت مشابه ماه قبل را نشان می‌دهد. پتروشیمی اروند در سال گذشته نیز توانسته بود میزان تولید خود را به ۲ میلیون و ۵۰ هزار تن برساند، که در تاریخ فعالیت این شرکت بی‌سابقه بوده است. پتروشیمی اروند در سال‌های اخیر به پشتوانه کارکنان جوان، متخصص و توانمند و مدیریت جهادی خود توانسته است رسالت خود مبنی بر پشتیبانی و رفع موانع تولید، ایجاد نگرش تولید اقتصادی و پایدار در چارچوب مدیریت دارایی‌های فیزیکی، ارتقا فرآیندگرایی و نظام یکپارچه مدیریتی با هدف تحقق سودآوری مستمر را به انجام برساند و موفق به ثبت رکورد تولید، کسب حداکثری سهم بازارهای داخلی و تحصیل ارزآوری ناشی از عملکرد مطلوب فروش‌های صادراتی شود. همچنین پتروشیمی اروند با تلاش‌های مستمر و پیگیری‌های مجدانه در راستای سیاست‌های کلان گروه صنایع پتروشیمی خلیج فارس، شفافیت بیشتر و بهتر عملکردی، افزایش اعتبار و اعتماد عمومی اقدام به ورود به بازار سرمایه و بورس اوراق بهادار کرد که در پایان سال ۹۹ نماد «اروند» در فهرست بازار بورس درج شد و در آینده نزدیک عرضه اولیه سهام آن نیز انجام خواهد شد.



افزایش چشمگیر صادرات فرآورده‌های پالایشگاه ستاره خلیج فارس در دوران تحریم‌ها

مدیرعامل شرکت نفت ستاره خلیج فارس از دستیابی به موفقیت‌های چشمگیر صادرات فرآورده‌های پالایشگاه ستاره خلیج فارس در دوران تحریم‌های ظالمانه خبر داد و اعلام کرد فرصت جذب مشتریان جدید در شرایطی که تحریم‌های ظالمانه علیه کشور عزیزمان، ایران شدیدتر از گذشته اعمال شده است، فراهم شده است.

تحریم‌های ظالمانه علیه کشور عزیزمان، ایران شدیدتر از گذشته اعمال شده است، نام برد.

دادور ادامه داد: بدین ترتیب با تلاش گسترده و شبانه‌روزی جوانان متخصص ایرانی در بزرگ‌ترین پالایشگاه میعانات گازی جهان، خریداران با وجود محدودیت و ریسک‌های بسیاری که تهدیدکننده آن‌هاست، وارد این بازار شده‌اند و این اقدام تأثیر به‌سزایی در تسهیل روند ارزآوری به کشور و به دنبال آن دستیابی به اهداف ارزشمند شرکت نفت ستاره خلیج فارس، داشته است.

پیش‌بینی نرخ فرآورده‌های نفتی و درک چشم‌انداز

مدیرعامل شرکت نفت ستاره خلیج فارس با بیان اینکه پیش‌بینی نرخ فرآورده‌های نفتی و درک چشم‌انداز روند این محصولات، یکی از حیاتی‌ترین اقدامات برای ماندگاری و تداوم سیستم BACK CALCULATE است،

بازارهای جهانی و توسعه صادرات فرآورده‌ها برداریم.

دادور عنوان کرد: با توجه به اقداماتی که در راستای مطالعه بازارهای داخلی و جهانی در شرکت نفت ستاره خلیج فارس صورت گرفته است، دستیابی به نتایجی از جمله حفظ موقعیت استراتژیک شرکت، رشد و گسترش فعالیت‌های صادراتی در سطح بازار رقابتی موجود، به کار گرفته شده و موجب فعالیت‌های مثبت و رو به رشدی در راستای بازاریابی، فروش و صادرات فرآورده‌های ویژه تولیدی شرکت نفت ستاره خلیج فارس شده است.

ایجاد فرصت‌های بیشتر فروش در شرق آسیا

وی افزود: از جمله این موارد می‌توان از مذاکره و تقویت کانال‌های بازاریابی برای ورود به بازارهای شرق آسیا (کشورهای سنگاپور، چین، ژاپن و کره جنوبی) و در نهایت فرصت جذب مشتریان جدید در شرایطی که

به گزارش روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت

نفت ستاره خلیج فارس، محمدعلی دادور ضمن تبریک به مناسبت فرارسیدن روز ملی صادرات و عرض خداقوت به تمام جهادگرانی که با تلاش در جبهه اقتصادی به دنبال ارزآوری برای کشور و بهبود شرایط اقتصادی و رفاهی مردم هستند، گفت: شرکت نفت ستاره خلیج فارس به عنوان اصلی‌ترین تأمین‌کننده سید سوخت کشور نقش اساسی در توازن انرژی منطقه ایفا می‌کند و توجه به تأمین نیازهای داخلی و صادرات فرآورده‌ها را مدنظر قرار داده است.

وی تحریم‌های ناعادلانه اقتصادی علیه ایران به ویژه در زمینه صادرات مواد نفتی را در نوسانات شدید قیمت نفت و میزان تقاضا و فروش فرآورده موثر خواند و تأکید کرد: با این حال توانسته‌ایم با تکیه بر نیروهای متخصص و جوان ایرانی، گام مهمی را در جهت گسترش نفوذ در

پرسشنامه‌ای از خریداران به کسب اطلاع از درصد میزان رضایت مشتریان در خصوص فرآیند اجرایی فروش و پروسه تحویل فرآورده و در برگیرنده سوابق خرید، نیازهای کنونی و آتی مشتری و میزان رضایت مشتریان آنان از این سازمان پرداخت که رضایت ۹۰ درصدی خریداران را نشان داد.

وی اضافه کرد: به منظور بررسی دقیق‌تر وضعیت رسیدگی به شکایات خریداران و پاسخگویی به هرگونه درخواست مطرح شده، جلسات منظم کارگروه ویژه قیمت‌گذاری فرآورده‌ها، کمیته دموژ و ادعای مشتریان و کمیسیون فروش برگزار می‌شود که هر یک از این جلسات کمک به تصمیم‌گیری هر چه بهتر با رعایت منافع و مصالح شرکت و اخذ رضایت بیشتر مشتریان را همراه داشته است.

معامله موفق فرآورده‌های پالایشگاه در بورس انرژی ایران

مدیرعامل شرکت نفت ستاره خلیج فارس با اشاره به اینکه به دست آوردن سهم چشمگیری از معاملات بورس انرژی ایران یکی از اهداف مهم این سازمان است، عنوان کرد: پس از تعیین مناسب‌ترین قیمت و شرایط برای عرضه فرآورده‌ها و اخذ بهترین تصمیم در شرایط حساس این بازار عظیم و پر رقابت با در نظر گرفتن منافع خریدار و فروشنده تا حدودی به این مهم دست یافته‌ایم.

وی بیان کرد: بدین ترتیب شرکت نفت ستاره خلیج فارس در تابستان امسال مجموعاً تعداد ۲۸ عرضه از ۳ محصول ویژه تولیدی پالایشگاه (نفتای سبک، نفتای میانی، حلال ۴۰۲) را در دو رینگ داخلی و بین‌الملل منتشر و عرضه کرد.

فروش فرآورده‌های ویژه تولیدی پالایشگاه

دادور افزود: مدیریت بازاریابی و فروش شرکت با تجزیه و تحلیل اطلاعات فروش در سال‌های گذشته و در راستای تحقق اهداف شرکت و خط‌مشی‌های تعیین شده مالی با مدنظر قراردادن محدودیت‌های احتمالی و بروز اتفاقات پیش‌بینی نشده موثر بر فرایند عرضه و فروش، از ابتدای سال جاری برنامه فروش را با هدف افزایش فروش بهینه نسبت به سال‌های قبل تدوین کرد و توانست به سطح درآمد مدنظر خود در سال برسد و در تابستان امسال موفق به فروش ۶۲۷ هزار متریک تن از ۴ فرآورده ویژه تولیدی پالایشگاه شد.

تأمین بودجه مصوب سه ماهه دوم

وی در پایان گفت: در زمینه بازاریابی و فروش در راستای تأمین وجه مالی بودجه مصوب با استفاده از برنامه‌های تدوین شده از قبل برای فروش که حاصل تحلیل و بررسی دقیق وضع بازار و عوامل درون و برون سازمانی تأثیرگذار بر آن است و همچنین شناسایی ریسک‌ها و فرصت‌های موجود و مدنظر قراردادن موضوع رشد روزافزون میزان فروش و صادرات پالایشگاه ستاره خلیج فارس، علاوه بر تأمین بودجه تصویب شده در مدت اخیر، توانستیم ۲۵ درصد بیشتر نیز نسبت به آن، درآمدزایی داشته باشیم.



بر اینکه یافته‌های اخیر علم مدیریت، بیانگر اهمیت روزافزون تمرکز بر مشتری و کسب رضایت وی به عنوان یکی از عوامل مهم موفقیت در فعالیت‌های اقتصادی است، تصریح کرد: ارزیابی میزان رضایت مشتریان یکی از اقدامات بسیار مهم سازمان است که طی آن سازمان بایستی اطلاعات مرتبط با درک مشتریان از سیستم

اظهار کرد: به منظور برآورد این روند، از الگوریتم‌های پیش‌بینی قیمت‌های جهانی از جمله الگوریتم Neural Network با در نظر گرفتن پیشینه چندین ساله از قیمت‌های فرآورده‌های نفتی، عملکرد برنامه‌ریزی قیمت نفت را به صورت چشم‌گیری بهبود بخشیده و تصمیم‌گیری فروش را با خطای کم‌تر و دقت بیشتری فراهم کرده است.

دادور با اشاره به اینکه با توجه به بهبود سطح کارایی در این الگوریتم، با استفاده از یادگیری هدایت شده، یک مدل شبکه عصبی برای «پیش‌بینی ماهانه قیمت فرآورده‌های نفتی»، توسعه داده شده است، عنوان کرد: در فرآیند توسعه این مدل، تأثیر انواع متغیرهای فنی و بنیادی، تعداد نرون‌های لایه ورودی، تعداد لایه‌ها و نرون‌های پنهان، توابع تبدیل لایه‌ها، پیش‌پردازش مناسب داده‌ها، تقسیمات مختلف داده‌ها برای انتخاب مجموعه‌های آموزش و آزمایش، بهبود یافته و شرایط مناسبی برای پیش‌بینی روند قیمت فرآورده فراهم شده است. وی اضافه کرد: برای بررسی دقیق‌تر سایر عوامل تأثیرگذار بر روند ارزیابی و برآورد قیمت فرآورده‌ها، کارگروه تعیین قیمت فرآورده‌ها، از طریق دنبال کردن نشریات معتبر جهانی و اخبار و اتفاقات روز، به‌صورت دقیق و مستمر وضع بازار نفت و انرژی در داخل و خارج از کشور را بررسی کرده است و با جمع‌آوری و دسته‌بندی اطلاعات کسب شده، به پیش‌بینی آن‌ها می‌پردازد.

سنجش میزان رضایت مشتریان

مدیرعامل شرکت نفت ستاره خلیج فارس با تأکید

برای بررسی دقیق‌تر سایر عوامل تأثیرگذار بر روند ارزیابی و برآورد قیمت فرآورده‌ها، کارگروه تعیین قیمت فرآورده‌ها، از طریق دنبال کردن نشریات معتبر جهانی و اخبار و اتفاقات روز، به‌صورت دقیق و مستمر وضع بازار نفت و انرژی در داخل و خارج از کشور را بررسی کرده است و با جمع‌آوری و دسته‌بندی اطلاعات کسب شده، به پیش‌بینی آن‌ها می‌پردازد

را پیش کرده و تعیین کند تا چه میزان قادر به برآورد نیازهای مشتریان بوده است؛ چرا که اگر وضع شرکت در این زمینه حالت نامطلوبی باشد، می‌تواند شرکت را با بحران فروش و صادرات مواجه سازد.

وی ادامه داد: در رابطه با این امر مهم مدیریت بازاریابی و فروش شرکت نفت ستاره خلیج فارس با تنظیم



گزارش عملکرد صادرات صنایع شیر ایران از ابتدای شکل گیری تا کنون

شرکت صنایع شیر ایران از سال ۱۳۷۸ پس از قطع واردات پنیر و خودکفایی در تامین نیازهای این محصول با صادرات رسمی محصولات تولیدی خود به ۵ کشور جهان صادرات لبنیات کشور را بنیانگذاری کرد و بیش از ۲۰ سال است که این شرکت در حوزه صادرات با استراتژی های بلند مدت و منعطف محصولات خود را به بیش از ۳۴ کشور جهان صادر کرده است.

حداقل ۱۰ درصدی در صادرات در مقایسه با سال قبل خود بوده و این روند قطعاً حفظ خواهد شد. از ابتدای شروع فعالیت های صادراتی پگاه از ۱۳۷۸ تاکنون بیش از ۱۳۰ SKU به وزن یک میلیون تن و به ارزش ۱/۵ میلیارد دلار صادر شده است. این توفیقات در حالی به دست آمد که در سال های اخیر مشکلات فراوانی در مسیر صادرات از طریق مراجع داخلی و محدودیت های ناشی از تحریم های ظالمانه استکبار جهانی و اخیراً کرونا وجود داشته است که به بخشی از آنها اشاره می شود:

- صدور بخشنامه های خلق الساعه و مکرر و بعضاً متناقض بانک مرکزی در خصوص تعهد بازگشت ارز حاصل از صادرات و پیچیده کردن فرآیند اخذ وجه وجوه حاصل از صادرات.

- اختلال در بازار ارز و تاثیر آن بر تامین و ترخیص مواد

همچنین کشورهای حوزه CIS وجود دارد که شرکت صنایع شیر ایران (پگاه) با تمرکز بر فرصت های بالقوه و تبدیل آنها به بالفعل در سال های اخیر موفق به صادرات به بیش از ۳۴ کشور دنیا شده است از جمله مقاصد صادراتی پگاه، کشورهای عراق- افغانستان- پاکستان- روسیه - گرجستان- قزاقستان- ارمنستان- نخجوان- آذربایجان- قطر- تاجیکستان- قرقیزستان- مالزی- کویت- سوریه- عمان- بحرین - یمن - فلیپین - ژاپن - کانادا - اتریش - انگلستان - مصر - تایلند - ونزولا - ترکیه - ازبکستان - عربستان - تاجیکستان - لبنان - ترکمنستان - اریتره و اتیوپی هستند.

با تمام مشکلات موجود در حوزه صادرات کشور شرکت صنایع شیر ایران در یک دهه اخیر با تلاش مستمر، برنامه ریزی لازم و استفاده از توان متخصص و مجرب و خطوط تولیدی مدرن و به روز خود، موفق به کسب رشد

پرچمداری پگاه در بازارهای جهانی به عنوان یک برند معتبر ایرانی باعث توجه کشورهای جهان به خرید نیازهای خود از ایران اسلامی شده، به طوری که ارزش صادرات لبنیات کشور در سال، بالغ بر ۸۰۰ میلیون دلار ارزآوری شده است. از افتخارات صادراتی پگاه می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- اولین صادرکننده رسمی محصولات لبنی ایران
- پنج دوره معرفی به عنوان واحد صادرکننده نمونه کشوری
- یک دوره معرفی به عنوان واحد صادرکننده ممتاز کشوری
- سه دوره حائز رتبه برتر در رتبه بندی ۵۰۰ شرکت بزرگ کشور

با توجه به رصد بازارهای منطقه در مدت فعالیت صادراتی پگاه پتانسیل های زیادی در کشورهای همسایه ایران از قبیل عراق و افغانستان و کشورهای حوزه خلیج فارس و



شیر ایران مطرح است. لذا تمام تلاش تیم لجستیکی پگاه بر رعایت دقیق این موضوع است. لذا برنامه‌ریزی علمی از سفارش‌گذاری مشتریان صادراتی تا تولید و ارسال به موقع محموله‌ها برای ایشان تابع زیرساخت‌هایی است که در سال‌های اخیر از سوی برند معظم پگاه پیاده‌سازی و اجرا شده است.

با علم به این موضوع که صادرات، اقتصاد هر کشوری را می‌سازد و در سال مزین به شعار جهش تولید میتوان از توسعه صادرات به عنوان عاملی کلیدی برای تحقق این شعار نام برد؛ هر گونه اعمال موانع و محدودیت‌ها در این مسیر آثار مخربی برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان به وجود خواهد آورد، زیرا اعمال عوارض و تعرفه‌های گمرکی غیرعلمی و غیر تخصصی سهم بازاری که سال‌ها برای بدست آوردن آن وقت و هزینه صرف شده و باعث ارزآوری قابل توجهی به کشور شده را با مشکل مواجه می‌کند و عملاً حیات بسیاری از واحدهای تولیدی و اشتغال جوانان این کشور را به خطر می‌اندازد. لازم به ذکر است ۲۵ درصد فروش مجموعه صنایع شیر ایران به بازارهای جهانی ارسال می‌شود که کاهش این میزان از صادرات سبب تعطیلی و ایجاد ظرفیت خالی در کارخانجات تولیدی و در پی آن تأثیر مستقیم بر اشتغال و در نتیجه آن بیکاری جوانان خواهد داشت. این در حالی است که اغلب کشورهای صادرکننده لبنیات از حمایت‌ها و مشوق‌های مستقیم دولتی برای توسعه صادرات و افزایش سهم تولیدات کشور متبوع خود در بازارهای جهانی برخوردار هستند؛ ولی متأسفانه با تصمیمات احساسی و غیرکارشناسی صادرکنندگان ایرانی همواره از تهدیدها و محدودیت‌های دولتی نگران و آسیب دیده‌اند. امیدواریم با درک اهمیت صادرات در تحقق فرمایش مقام معظم رهبری در سال جهش تولید، مسئولان ذیربط به خصوص در وزارت صمت نگاه کارشناسی و حمایت گونه‌ای را از صادرات کشور به خصوص در حوزه صنعت لبنیات که مقام نخست را در صادرات صنایع غذایی کشور به خود اختصاص داده، داشته باشد.

حمل و نقل بین‌المللی و هراس برخی مشتریان از تعامل با شرکت‌های ایرانی و اشاره کرد. با شیوع بیماری کرونا طی چند ماه اخیر در حوزه صادرات، مشکلات و چالش‌های متعددی از قبیل بسته شدن مرزهای مشترک با کشورهای همسایه که بازارهای اصلی پگاه هستند، کاهش مصرف به دلیل محدودیت‌های تردد، تعطیلی کامل بانک‌ها و مراکز تجاری کشورهایی که مقصد صادراتی کالای ایرانی بودند، اشاره کرد.

شرکت صنایع شیر ایران از ابتدای شروع مشکلات تحریم با توان اجرایی متعدد و متخصص در بدنه سازمانی خود روش‌ها و فرآیندهای مختلفی را برای دور زدن تحریم‌ها به کار بسته و سعی کرده است در برخورد با مشکلات هیچگاه استراتژی سازگاری را دنبال نکند. حمایت و تلاش برای تأمین اقلام مورد نیاز تولید خود از تولیدکنندگان داخلی، قیمت‌گذاری متناسب با نیاز بازارهای هدف، استفاده از ظرفیت مشتریان صادراتی در تعاملات تجاری فی مابین توانسته در این سال‌ها راهکارهای مناسبی برای ادامه حیات این برند معظم باشد و سبب شکست حلقه ظالمانه تحریم‌های آمریکایی بوده است.

در خصوص شیوع بیماری کرونا نیز مجموعه پگاه با رعایت کلیه پروتکل‌های بهداشتی ابلاغی از سوی مراجع رسمی داخلی و کشور واردکننده از تولید تا حمل و نقل و تحویل محموله‌های صادراتی در کنترل کامل توانسته است از زمان شروع بیماری کرونا تاکنون موفق عمل کند و در دفاع از سلامتی مشتریان صادراتی خود از هیچ تلاشی دریغ نکند. با تدابیر اندیشیده شده این چالش‌ها تبدیل به فرصت شد و خوشبختانه شاهد رشد حدود ۳۰ درصدی در صادرات پگاه نسبت به سال ۱۳۹۸ بوده‌ایم.

از آنجا که ماهانه صدها محموله لبنی پگاه برای مشتریان صادراتی ارسال می‌شود، حفظ زنجیره سرما از تولید تا مصرف و تأکید بر تازه‌خوری محصولات همیشه برای برند پگاه از اهمیت قابل توجهی برخوردار بوده است و به عنوان یکی از ارکان اصلی در استراتژی‌های صادراتی صنایع

اولیه و در نتیجه مواجه شدن با فرصت‌های از دست رفته فروش متعدد به دلیل کمبود مواد اولیه

- افزایش قیمت شیر خام و به تبع آن محصولات لبنی که ناشی از افزایش نرخ ارز رسمی و ایجاد مشکل در واردات نهاده‌های دامی

- ضعف در برقراری تعرفه ترجیحی برای صادرات محصولات لبنی ایرانی به کشورهای همسایه

- شرایط سخت و زمانبر برای اعطای تسهیلات با نرخ بهره پایین به صادرکنندگان

- تخصیص نیافتن یارانه‌های صادراتی برای پشتیبانی از صادرکنندگان

- نبود تفاهم و هم‌افزایی برای ایجاد اتحادیه‌های صادراتی با پشتوانه و ضمانت اجرایی برای هماهنگی و قوی‌تر کردن شرکت‌های صادرکننده

- تشریفات اداری پیچیده و زمان بر برای اخذ مجوزهای محموله‌های صادراتی از مراجع دولتی

- تخصیص نیافتن یارانه حمل به محموله‌های صادراتی - نبود نهادی اجرایی و نظارتی برای جلوگیری از عرضه صادراتی محصولات لبنی کم کیفیت و جلوگیری از تخریب نام محصولات ایرانی در بازارهای صادراتی هدف.

- استمرار مشکلات سیستم‌های بانکی کشور برای انجام تبادلات بین‌المللی بانکی برای تبادلات اعتباری، اسنادی و یوآنس‌های کم‌بهره بین‌المللی

از آنجا که سبد محصولات صادراتی پگاه با بیش از ۱۳۰ کد محصول برای مشتریان منطقه بسیار رنگین است و سیاست شرکت صنایع شیر در سال‌های اخیر تولید محصولات جدید منطبق بر ذائقه بازارهای هدف صادراتی بوده است، این شرکت محصولات خود را در گروه‌های پنیر، خامه، شیر، ماست، دوغ، کره، شیرخشک، پودر آب پنیر و انواع نوشیدنی‌ها و دسرهای به بازار عرضه کرده است که تنوع و کیفیت بسیار بالای محصولات سبب جایگاه ویژه محصولات پگاه در بازارهای صادراتی شده است.

با توجه به برنامه جامع صادراتی پگاه برای شناسایی و تحقیقات بازار و ورود به بازارهای جدید در کشورهای قاره آفریقا و خاور دور است. البته در صورت رفع مشکلات موجود از سوی سازمان دامپزشکی کشور، حضور در بازار کشورهای اروپایی در برنامه‌های آینده این شرکت است. لازم به ذکر است: برند پگاه، سابقه صادرات به آمریکا و کانادا را نیز در کارنامه خود دارد.

اصولاً رقبای پگاه به دو دسته تقسیم می‌شوند: رقبای داخلی و خارجی. از رقبای ایرانی برند پگاه می‌توان به شرکت‌های کاله، میهن و صباح اشاره کرد و در حوزه رقبای خارجی با توجه به بازارهای هدف می‌توان به تولیدکنندگانی از کشورهای عربستان، کویت، ترکیه، مصر و پاکستان اشاره کرد.

تحریم‌های ظالمانه آمریکایی در چند ساله اخیر مشکلات فراوانی را برای تولیدکنندگان و تجار ایرانی به همراه داشته است و قطعاً شرکت صنایع شیر ایران نیز از این مشکلات مستثنی نبوده است. از اهم این مشکلات می‌توان به مشکلات تأمین مواد اولیه مورد نیاز کارخانجات، مشکلات حوزه بانکی و نقل و انتقال ارز در معاملات تجاری و افزایش هزینه انتقال پول، بالابودن هزینه‌های



مدیرعامل شرکت گلتاش: در بخش تولید مشکلی نداریم

شکاف عمیقی بین بخش‌های بالادستی و پایین دستی صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی وجود دارد

کارشناسان معتقدند: صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی با وجود همه مشکلات به وجود آمده برای تولید در سال‌های اخیر و تحریم‌ها، با کمترین دشواری مواجه شد؛ به طوری که بازار هیچ‌گاه از محصولات تولیدی خالی نشد و درباره کمبود این لوازم هیچ نگرانی به وجود نیامد. تحریم‌ها هرچند مشکلات متعددی برای صنایع کشورمان ایجاد کرد، اما برخی فعالان صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی از این تهدید فرصتی ساختند تا از شدت مشکلات بکاهند. این موضوع بهانه‌ای شد تا با توفیق افشارنژاد، مدیر شرکت گلتاش (تولیدکننده مواد و محصولات شوینده و پاک کننده بهداشتی و آرایشی و مواد صنعتی مرتبط) به گفت‌وگو بنشینیم که در ادامه شرح آن می‌آید:

فراهم نشده است. انتظار است دولت سیزدهم روابط جهانی و روابط منطقه‌ای کشور ما با سایر کشورها را تقویت کند.

چه کمبودهایی در زمینه تولید صنایع شوینده در کشور وجود دارد که امکان توسعه این محصولات را از تولیدکنندگان سلب کرده است؟
برخی به اشتباه تصور می‌کنند که بخش تولید کشور با مشکلات زیادی مواجه است؛ اما ما در بخش تولید مشکلی نداریم. در واقع کمبود جدی در تولید مواد شوینده نداشته و در صورت تامین مواد اولیه تولیدات خود را افزایش و توسعه خواهیم داد.

آیا مصرف‌کنندگان ایرانی در سال‌های اخیر

بازار هدف شما به عنوان یک صادرکننده نمونه کدام کشورها بوده است؟

صادرات شرکت گلتاش عمدتاً به بازارهای مختلف از جمله کشورهای آسیایی و حوزه CIS انجام شده و مذاکرات برای حضور در کشورهای شرق آسیا و آفریقا در حال انجام است که به زودی به نتیجه نهایی خواهد رسید.

انتظار شما از دولت سیزدهم در زمینه حمایت از صادرات محصولات شوینده و بهداشتی چیست؟
عمده ترین مشکل ما این است که به دلیل چالش‌ها و موانعی که بر سر راه دیپلماسی اقتصادی کشور به وجود آمده، شرایط مطلوبی برای صادرات

محصولات شوینده ایرانی تا چه حد توان رقابت با سایر تولیدکنندگان مطرح جهانی را دارند؟

پشتکار و دانش تولیدکنندگان داخلی محصولات شوینده طی سال‌های اخیر و حضور پررنگ محصولات شوینده با برندهای ایرانی از جمله صابون، مایع و فوم دستشویی، شامپو و ... نشان‌دهنده کیفیت قابل قبول و در حد محصولات مطرح جهانی این محصولات بوده و استقبال مصرف‌کنندگان از محصولات داخلی نسبت به گذشته افزایش یافته است. همچنین در برخی گروه محصولات شوینده، تولیدات داخلی در کنار قیمت مناسب، کیفیتی به مراتب بالاتر از برخی برندهای جهانی را دارا هستند.



توفیق افشار نژاد: رفتار مصرف‌کننده، برآیند مجموعه‌ای از مولفه‌های مختلف است و برای این که مردم به سمت کالاهای ایرانی رغبت نشان دهند، باید فاکتورهای متعددی را در نظر گرفت که مهم‌ترین آن‌ها نسبت کیفیت و قیمت است

بالادستی به نحو مناسبی در اختیار صنایع تکمیلی پایین دستی قرار نگرفته و در نتیجه شکاف عمیقی بین بخش‌های بالادستی و پایین‌دستی وجود داشته و روز به روز عمیق‌تر می‌شود. همچنین به دلیل حساسیت بالای فرمولاسیون محصولات شوینده بهداشت فردی و به منظور جلوگیری از بروز حساسیت، الزامی است مواد اولیه مصرفی دارای بالاترین کیفیت و مطابق با استانداردهای جهانی باشند. علیرغم تلاش برای تامین کلیه مواد اولیه از داخل، متأسفانه به دلیل نبود امکان تولید برخی مواد اولیه مورد نیاز در کشور، ناچار به خرید برخی مواد اولیه از کشورهای خارجی بوده و متناسب با افزایش قیمت ارز هزینه خرید مواد اولیه نیز افزایش می‌یابد.

به قدری به تولیدات ایرانی اعتماد کرده‌اند که بازار محصولات وارداتی و قاچاق تحت تاثیر قرار بگیرد؟ رفتار مصرف‌کننده، برآیند مجموعه‌ای از مولفه‌های مختلف است و برای این که مردم به سمت کالاهای ایرانی رغبت نشان دهند، باید فاکتورهای متعددی را در نظر گرفت که مهم‌ترین آن‌ها نسبت کیفیت و قیمت است. چنانچه به سمت کیفی‌سازی تولیدات داخلی برویم، نیاز مستقیم به قوانین و مقررات محدودسازی واردات نخواهیم داشت، چرا که در این شرایط تقاضا برای کالای خارجی کاهش پیدا کرده و واردات به صرفه نخواهد بود. برای مثال در حال حاضر کیفیت بالای محصولات داخلی در برخی گروه‌های کالایی همچون صابون و مایع دستشویی در حدی است که علیرغم وجود محصولات خارجی، تمایل مصرف‌کنندگان به خرید و استفاده از محصولات تولید داخل افزایش یافته است.

صنایع بالادستی طی سال‌های اخیر توانسته‌اند نیاز شما را به طور کامل برطرف کرده و آنرا با قیمت‌های مناسب در اختیار شما قرار دهند؟

زنجیره تامین مواد اولیه و چرخش آن در کل زنجیره، با مشکل جدی روبرو است. در حقیقت صنایع بالادستی و پایین‌دستی هر دو دچار مشکلات خاص خود هستند ولی صنایع بالادستی به این دلیل که اکثراً دولتی بوده و از حمایت دولت برخوردار هستند کمتر دچار مشکل می‌شوند. متأسفانه تولیدات صنایع





درآمد حاصل از صادرات چادرملو، تضمین کننده اجرای طرح های توسعه

معاون بازرگانی شرکت معدنی و صنعتی چادرملو ضمن اعلام میزان صادرات و درآمد ارزی آن در شش ماهه اول امسال به تشریح اهداف کلی صادرات چادرملو پرداخت و گفت که کسب درآمد ارزی به منظور تامین مالی طرح های توسعه، دفاع از موقعیت خود در بازار در مقابل صادرکنندگان موجود داخلی و منطقه، بهره مندی از بیشترین ظرفیت تولید برای افزایش صادرات، ارزیابی فناوری های جدید در تولید با رویکرد افزایش بهره وری و تنوع گریدهای شمش تولیدی، افزایش شهرت و برندسازی بین المللی، ارزیابی گریدهای جدید برای تولید (تنوع محصول)، و افزایش مشتریان با رویکرد تنوع بازارهای صادراتی از جمله اهداف کلاً صادرات در شرکت معدنی و صنعتی چادرملو است.

دکتر حسین اطمینان، معاون بازرگانی چادرملو در گفت و گو با عصر اقتصاد، میزان صادرات شمش فولادی چادرملو در نیمه اول امسال را ۱۷۲ هزار و ۴۶۵ تن اعلام کرد و گفت: چادرملو در شش ماهه اول سال جاری، بالغ بر ۴۵۶ هزار و ۲۶۱ هزارتن شمش فولادی تولید کرده که بخش عمده آن از طریق بورس کالا در بازار داخلی عرضه شده است. وی افزود: میزان درآمد ارزی چادرملو از محل صادرات شمش فولادی بالغ بر ۱۰۰ میلیون و ۴۱۵ هزار دلار بوده است که صرف تامین نیاز ارزی اجرای طرح های توسعه شرکت خواهد شد. اطمینان با اعلام این که چادرملو از جمله شرکت هایی است که زنجیره فولاد از معدن تا محصولات نهایی را در اختیار دارد و همواره نگرش مدیران ارشد شرکت در راستای ارزش آفرینی و ایجاد ارزش افزوده در زنجیره فولاد است؛ تصریح کرد: چادرملو در استراتژی فعالیت های خود، دستیابی به ذخایر جدید معدنی را در اولویت اهداف خود قرار داده است. علاوه بر آن شناسایی تامین کنندگان سنگ آهن از معادن کوچک مقیاس منطقه و یا سایر تامین کنندگان سنگ نیز از مهمترین برنامه های چادرملو است. وی با اشاره به این که مدیریت جدید شرکت، از بدو ورود دستور موکد بر تهیه و خریداری سنگ آهن های موجود در بازار و به ویژه معادن کوچک مقیاس را داده است و ما نیز فرایند خرید را با اعلام فراخوان انجام داده ایم و همچنان ادامه می دهیم، افزود: خرید

سنگ آهن بر اساس عیار آن و طبق نرخ های مصوب اعلامی انجام می گیرد چون کنسانتره، گندله و آهن اسفنجی را با نرخ مصوب به فروش می رسانیم، لذا نمی توانیم سنگ آهن را به هر قیمتی خریداری کنیم.

مدیر بازرگانی شرکت چادرملو همچنین از دستوری بودن نرخ ها و سهمیه ها انتقاد کرد و آن را مانعی بر سر راه ایجاد بالانس عرضه و تقاضا در صنایع معدنی کشور برشمرد. وی معتقد است: با نرخ های دستوری توجیه عرضه بسیار پایین است و اگر قرار بر اعمال نرخ دستوری برای کنسانتره باشد، شرکت های تولیدکننده کنسانتره نیز انتظار دارند خرید سنگ هم دستوری باشد، در حال حاضر معدن داران و فروشندگان سنگ آهن در تلاش هستند سنگ آهن خود را به نرخ جهانی به فروش برسانند ولی ما موظف به عرضه محصول

حسین اطمینان: میزان درآمد ارزی چادرملو از محل صادرات شمش فولادی بالغ بر ۱۰۰ میلیون و ۴۱۵ هزار دلار بوده است که صرف تامین نیاز ارزی اجرای طرح های توسعه شرکت خواهد شد

با نرخ دولتی هستیم که خود زمینه کاهش درآمدها و لطمه به صنایع معدنی کشور است. اطمینان با تاکید بر این که باید نرخ ها و ضرایب اصلاح شود و راه دیگری متصور نیست، افزود: امروز قیمت کنسانتره در ایران نسبت به قیمت های جهانی ۱۰ درصد، گندله ۷ درصد و آهن اسفنجی ۳ درصد کمتر است، لذا پیشنهاد ما، اصلاح قیمت ها به شکل منصفانه و پلکانی با هدف جلوگیری از ورود شوک به بازار است. مدیر بازرگانی شرکت معدنی و صنعتی چادرملو همچنین بحث تحریم های فعلی و مشکل خرید تجهیزات را یادآور شد و تصریح کرد: نقطه قوت ما، بومی سازی است که تا حدود بسیار زیادی بحث تحریم ها را خنثی کرده ایم. به عنوان مثال، در بخش کنسانتره و برخی دیگر از بخش های کارخانجات مربوطه، به خودکفایی کامل رسیده ایم و تقریباً به خارج وابسته نیستیم، بنابراین

شرکت چادرملو یکی از پیشگامان موفق بومی سازی است. وی با اعلام این که چادرملو همواره محصولات خود را از طریق بورس عرضه می کند و اولویت را در تامین نیازهای کارخانجات داخلی قرار داده است، گفت: این شرکت در حال حاضر یک میلیون تن شمش تولید می کند که تمامی فروش داخلی را از طریق بورس به فروش می رساند و بخشی را نیز با هدف تامین ارز به خارج از طریق مزایده صادر می کند. او از برندسازی محصولات این شرکت خبر داد و گفت: شمش چادرملو در بازارهای جهانی با نام (CMIC) عرضه می شود و صرفاً نیز از طریق مزایده به فروش می رسد. اطمینان افزود: این شرکت یکی از موفق ترین شرکت های معدنی و صنعتی کشور است که تاکنون به تمام تعهدات خود در خصوص تعهدات برگشت ارز حاصل از صادرات و ثبت آن در سامانه نیما عمل کرده و از این که در این شرایط بحرانی توانسته است بخشی از نیاز ارزی کشور را مرتفع سازد، برخوردار می باشد. وی تمرکز بر اکتشاف بر پهنه های جدید را از جمله مهم ترین اولویت ها و دغدغه های مدیریت ارشد دانست و تصریح کرد در همین راستا اقدام به خرید ۸ دستگاه ماشین آلات حفاری عمیق کرده ایم که تا کنون ۴ دستگاه آن وارد کشور و در نقاط هدف مستقر شده اند. وی در عین حال تصریح کرد: چون اکتشافات هزینه بر است و گاهی جذابیت زیادی برای بخش خصوصی ندارد، لذا به نظر می رسد که باید دولت مشوق های زیادی برای بخش خصوصی در نظر بگیرد مثلاً اگر پهنه ای اکتشاف شد، بخش خصوصی هم در آن مشارکت کند و سهمی شود. معاون بازرگانی چادرملو همچنین درباره معدن D1۹ نیز گفت: عملیات باطله برداری آغاز شده و خوشبختانه از سرعت مناسبی نیز برخوردار است. وی با تاکید بر این که چادرملو در انجام اکتشافات در اقصی نقاط کشور آمادگی دارد و انتظار دارد اجازه عملیات اکتشافی داده شود، افزود: امروز اگر از معادن و پهنه های جدید غافل شویم، چند سال دیگر شاهد اتمام ذخایر و در نهایت کاهش تولید فولاد خواهیم بود که این یک تهدید استراتژیک برای کشور است. بنابراین باید پهنه های معدنی کشور در اختیار تیم اکتشافی معادن قرار گیرد. این مهم راه برون رفت از تهدیدهای فعلی است.

**الأكثر مبيعاً
في فئتها...**

سايبا صبا 2021

6,800 دولار

سعر اللوحات 500 ألف فقط

شعبة الزبائن
07726200067 - 07821100067

شعبة الصيانة
07806677666

التمويل
ALMASHIQ

SAIPA

تولید پراید در ایران متوقف شده اما صادرات به عراق ادامه دارد

باید یک هشتم (حدود سه هزار دلار) قیمت داشته باشد! وی ادامه داد: در عراق کمترین قیمت خودرو با قیمت حدود ۷ هزار دلار به پراید ۱۳۱ تعلق دارد؛ بنابراین باید توجه داشت که مناسبات بازار خودرو در ایران و عراق یکسان نیست و مقایسه آنها به اشتباه محاسباتی منجر خواهد شد. کریمی گفت: یکی دیگر از موضوعاتی که باید به آن آشنایی داشت، نحوه محاسبات مرسوم مالی در عراق است، به عنوان مثال اگر با این موضوع آشنا نباشید که عراقی‌ها به صد دلاری «یک ورق» می‌گویند یا اینکه محاسبات دینار را به صورت خلاصه درج می‌کنند، فکر می‌کنید خودرو پراید در وب سایت پر مخاطب «سوق المفتوح» ۷۴۰ دلار قیمت‌گذاری شده است؛ در حالیکه این خودرو شماره گذاری شده و آماده استفاده ۷۴۰۰ دلار است.

وی افزود: گاه تصاویری منتشر می‌شود از امکانات متفاوت خودروهای ایرانی در بازار عراق از جمله اینکه روی خودرو پراید، مالتی مدیا (نمایشگر) نصب شده؛ این امر صحیح است اما باید توجه داشت که این امکانات به درخواست مشتری روی خودرو نصب شده و همان مالتی مدیا ۲۵۰ دلار به قیمت خودرو اضافه خواهد کرد.

کریمی گفت: از آنجا که بیشترین کاربری خودرو پراید در عراق، استفاده در حمل و نقل درون شهری و ناوگان تاکسیرانی است، در دسترس و ارزان بودن خدمات پس از فروش، یک موضوع مهم و پراهمیت برای مالکان و رانندگان به حساب می‌آید.

وی اظهار کرد: درحال حاضر تمام شرکت‌های خودروسازی، محصولات خود را با شرایط اعتباری و اقساطی در بازار عراق عرضه می‌کنند و تنها خودرویی که فروش نقدی دارد، پراید است. معاون صادرات سایپا با اشاره به برخی اظهارنظرهای نادرست درباره شرایط فروش و استقبال از خودرو پراید در عراق گفت: متأسفانه آنچه که گاه باعث انتشار اخبار کذب و نادرست از شرایط فروش محصولات گروه خودروسازی سایپا در عراق می‌شود، به دلایلی از جمله مشکل ترجمه، عدم آشنایی با شرایط بازار عراق و مهمتر از همه، مقایسه با بازار خودرو در ایران است.

کریمی تشریح کرد: به عنوان مثال محاسبه می‌کنند که یک خودرو با گیربکس اتوماتیک در ایران ۸۰۰ میلیون (۸ برابر پراید) است، در حالی که همان خودرو اتوماتیک در بازار عراق ۱۵ تا ۲۵ هزار دلار قیمت دارد، بعد این دو قیمت را تناسب بسته و کشف قیمت می‌کنند که پراید هم در عراق

سایت اینترنتی نمایندگی فروش محصولات سایپا در کشور عراق وجود دارد که با مراجعه به آن و البته دیگر سایت‌های معتبر خرید و فروش خودرو در عراق مشخص می‌شود که خودرو پراید در این کشور به قیمت حدود ۷ هزار دلار (بیشتر از ۱۸۰ میلیون تومان) فروخته می‌شود.

به گزارش سایپانیوز، علی کریمی معاون صادرات گروه خودروسازی سایپا ضمن اعلام خبر فوق افزود: مبلغ حدود ۷ هزار دلار، قیمت پایه پراید است و تنها محصولی است که به صورت نقدی عرضه می‌شود و شرایط فروش اقساطی ندارد.

کریمی ادامه داد: تاکنون ۱۶۰ هزار دستگاه خودرو پراید به بازار عراق صادر شده و در حال حاضر نیز تولید این محصول در سایت اسکندریه عراق به صورت سی.کی.دی (قطعات ارسالی از سایپا) ادامه دارد. وی افزود: محبوبیت پراید ۱۳۱ در بازار عراق به سه دلیل است که مهمترین آن قیمت رقابتی در مقایسه با محصولات دیگر تولیدکنندگان جهانی است. معاون صادرات سایپا با بیان اینکه مبلغ حدود ۷ هزار دلاری پراید، کمترین قیمت یک خودرو صفر کیلومتر در بازار عراق است، اظهار کرد: دیگر دلایل محبوبیت پراید در عراق «در دسترس» بودن و «ارزان بودن» قطعات یدکی در این کشور است.



ثبات بالاترین آمار جذب سرمایه گذاری در منطقه ویژه خلیج فارس در ۶ ماه نخست سال

مناطق ویژه اقتصادی در کشورهای مختلف از جنبه های گوناگون حائز اهمیت هستند. این مناطق بیشتر در سواحل دریاهای آزاد قرار دارند، به عنوان محلی امن برای سرمایه گذاری به شمار می آیند؛ زیرا از یک سو، زیرساخت های اساسی مانند آب، برق، گاز، راه دسترسی و... برای سرمایه گذاران فراهم است و از سوی دیگر، تجارت و واردات و صادرات سریع و آسان در مناطق ویژه انجام می شود. در ایران نیز چندین منطقه ویژه اقتصادی وجود دارند که در میان آن ها، منطقه ویژه خلیج فارس توانسته است از نظر جذب سرمایه گذاری بهترین عملکرد را داشته باشد و به محلی مناسب جهت سرمایه گذاری تبدیل شود.

ایمیدرو نیز در سال قبل سفری به منطقه ویژه خلیج فارس داشت و از این منطقه و سایت توسعه آن بازدید کرد که در این بازدید، امکانات سایت توسعه مطرح و بررسی شد. در حال حاضر، برای اینکه در سایت توسعه سرمایه گذاران را جذب کنیم، نیاز است که زیرساخت ها شامل آب، برق، گاز، معابر و تسطیح اراضی نیز برای این سایت تامین شوند و در کنار آن، برنامه ریزی های لازم را برای آینده به عمل آورد. با نگاه مثبت ریاست محترم هیات عامل ایمیدرو و به تبع آن جلسات مکرری که در سازمان ایمیدرو برگزار کردیم و کمکی که از آن ها گرفتیم، در نهایت این نتیجه حاصل شد که با تخصیص حدود چهار هزار میلیارد تومان به این منطقه ویژه طی پنج سال، بتوانیم زیرساخت های

دهیم، ابتدا باید به نیازهای سرمایه گذار به عنوان اصول اولیه توجه کنیم. به طور کلی، سرمایه گذاران برای فعالیت در هر حوزه به ویژه تولیدی و تجاری، به زیرساخت به عنوان مهم ترین اصل جذب سرمایه گذاری نیاز دارند. این یعنی اگر یک منطقه دارای زیرساخت های اساسی مانند آب، برق، گاز، راه دسترسی مناسب و... باشد، سرمایه گذار به این منطقه برای سرمایه گذاری مراجعه خواهد کرد. منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس نیز با پیگیری همین هدف یعنی توسعه زیرساخت ها برای جذب سرمایه گذاری، در سال ۱۳۹۹ برنامه ریزی های لازم را برای سال ۱۴۰۰ انجام داده است. با توجه به اینکه رئیس هیات عامل

در این خصوص، خبرنگار پایگاه خبری و تحلیلی «فلزات آنلاین» با حسن خلج طهرانی، مدیرعامل منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس به گفت و گو نشسته است که مشروح آن را در ادامه می خوانید:

منطقه ویژه خلیج فارس در خصوص تسهیل جذب سرمایه گذاری در سال ۱۴۰۰ چه برنامه های داشته و چه اقداماتی را صورت داده است؟

منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس، زیرمجموعه سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو) و وزارت صنعت، معدن و تجارت است. طبیعتاً برای اینکه بتوانیم در این منطقه سرمایه گذاری مناسبی انجام

مناسب برای جذب سرمایه‌گذار را در سایت توسعه منطقه ویژه خلیج فارس آماده‌سازی کنیم.

در برنامه‌های جدید منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس، به سایت توسعه به صورت خاص جهت احداث زیرساخت‌ها توجه خواهیم داشت. یادآور می‌شود: سایت دو هزار هکتاری قدیمی منطقه ویژه خلیج فارس که در آن اکنون شرکت‌های تولیدی و تجاری و بخش‌های اداری مستقر هستند، تقریباً دیگر زمین خالی برای سرمایه‌گذاری وجود ندارد و کل زمین‌ها به سرمایه‌گذاران واگذار شده است؛ بخشی از سرمایه‌گذاران در حال تولید و بخشی دیگر در حال اجرای طرح‌های توسعه‌ای خود هستند. به همین دلیل، برای توسعه زیرساخت‌ها، در منطقه ویژه خلیج فارس عمده تمرکز خود را روی سایت توسعه به مساحت دو هزار و ۵۰۰ هکتار گذاشته‌ایم. در این سایت با شرایط موجود توانسته‌ایم پنج سرمایه‌گذار جذب کنیم؛ اما باید تا زمان به بهره‌برداری رسیدن طرح‌های آن‌ها، زیرساخت‌های لازم را تامین کنیم. در حال حاضر با چندین سرمایه‌گذار دیگر هم در حال طی مراحل قانونی هستیم تا زمین به آن‌ها تخصیص دهیم.

با توجه به موارد مطروحه از این پس، سرمایه‌گذاران برای حضور در منطقه ویژه خلیج فارس باید در سایت توسعه سرمایه‌گذاری کنند. در این رابطه، زمان‌بندی‌ها انجام و مدارک و مستندات مربوط به مناقصات تامین زیرساخت‌ها نیز آماده شده‌اند؛ در انتظار هستیم مرحله آخر لحاظ این بودجه مورد نیاز در ردیف‌های بودجه‌ای سازمان ایمیدرو تحقق پیدا کند.

اقدام دیگر منطقه ویژه، بومی‌سازی با استفاده از نیروهای متخصص جوان و بومی منطقه بود. این منطقه با استفاده از نیروهای متخصص داخلی و بومی و به خصوص همکاران داخل منطقه ویژه طی سال گذشته، اقداماتی بسیار ارزشمند برای بومی‌سازی و ساخت داخل انجام داده است تا اثرات تحریم‌های ظالمانه را در محدوده خود بی‌اثر کنیم. جایگزینی نوارهای EP به جای مشابه خارجی آن، نوسازی مجموعه WHEEL دستگاه‌های آلمانی برداشت مواد، اصلاح درام‌های مورد استفاده در خطوط (روکش زنی و اصلاح شافت‌های آن)، طراحی و ساخت صفحه پرنش‌ریت مربوط به اسپلایس گرم (پخت محل اتصال) نوار نقاله با کیفیت‌تر از نوع آلمانی آن توسط مهندسان شرکت، خودکفایی در ساخت ۶ دستگاه قیدر و بیراتوری با ظرفیت ۵۰۰ تن بر ساعت برای هدایت مواد معدنی از هوبرهای روی نوار نقاله، تعمیر بوردها و کارت‌هایی PCL تجهیزات ابزار دقیق، نوسازی و بازسازی رولیک‌های مورد استفاده در خطوط نوار نقاله از جمله اقدامات دیگر بومی‌سازی در این منطقه بوده است.

این منطقه در حال حاضر چه ظرفیت‌هایی به صورت بالقوه برای جذب سرمایه‌گذاری دارد؟

قرار گرفتن منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس از نظر موقعیت استراتژیک در کنار آب‌های خلیج فارس بسیار حائز اهمیت است. سرمایه‌گذاری که مایل به اجرای طرح‌های توسعه‌ای است و اگر ذهنیت و هدف صادرات داشته باشد، طبیعتاً منطقه ویژه خلیج فارس بهترین مکان برای سرمایه‌گذاری خواهد بود؛ چراکه این منطقه، در کنار دو بندر بسیار بزرگ و حیاتی کشور یعنی بندر شهید رجایی و شهید باهنر واقع شده است و این امر، یک مزیت بسیار بزرگ برای این منطقه به شمار می‌رود. علاوه‌براین، ویژگی «منطقه ویژه اقتصادی» بودن آن، باعث ایجاد مزیت‌هایی شده است؛ به طوری که می‌توان به راحتی صادرات و واردات را در منطقه ویژه خلیج فارس انجام داد. همچنین، این منطقه، از گمرک مستقل برخوردار است که یک مزیت مهم دیگر محسوب می‌شود. در کنار این موارد، منطقه ویژه خلیج فارس به خطوط ریلی سراسری کشور متصل است؛ این یعنی از هر نقطه

حسن خلیج طهرانی : سرمایه‌گذاران برای حضور در منطقه ویژه خلیج فارس باید در سایت توسعه سرمایه‌گذاری کنند. در این رابطه، زمان‌بندی‌ها انجام و مدارک و مستندات مربوط به مناقصات تامین زیرساخت‌ها نیز آماده شده‌اند؛ در انتظار هستیم مرحله آخر لحاظ این بودجه مورد نیاز در ردیف‌های بودجه‌ای سازمان ایمیدرو تحقق پیدا کند

در کشور، از طریق سیستم ریلی می‌توان هم مواد اولیه و هم محصول را به این منطقه ویژه انتقال داد. در عین حال، منطقه ویژه خلیج فارس در مجاورت شهر بندرعباس به عنوان مرکز استان هرمزگان قرار دارد؛ از این رو، امکانات شهری بندرعباس برای سرمایه‌گذاران مناسب است. همچنین منطقه ویژه خلیج فارس به فرودگاه بین‌المللی بندرعباس نزدیک است.

نیروگاه حرارتی بندرعباس در کنار این منطقه واقع شده است. در نتیجه، تامین برق را از این نیروگاه انجام می‌دهیم. همچنین منطقه ویژه خلیج فارس از نظر تامین گاز و خطوط گازرسانی مشکلی ندارد؛ چراکه در سال ۱۳۹۷ یک ایستگاه خط ۳۰ اینچ بین‌المللی گاز را راه‌اندازی کردیم که از طریق همین ایستگاه توانسته‌ایم تامین گاز صنایع را پوشش دهیم. در کنار این منطقه ویژه، خط لوله صلح قرار دارد که از این خط نیز می‌توانیم برای تامین گاز

منطقه در صورت نیاز، مجوزهای لازم را اخذ کنیم.

درباره تامین آب نیز در حال حاضر آب‌شیرین‌کن‌های منطقه ویژه، فولاد کاوه جنوب کیش و فولاد هرمزگان فعال هستند و از طریق این سه منبع صنایع تامین می‌شوند. البته در خصوص تامین آب اقدام به برنامه‌ریزی لازم جهت تامین آب صنایع از محل تصفیه‌ی‌سپاس شهر بندرعباس کرده‌ایم که یکی از مهم‌ترین پروژه‌های جاری در سال‌های اخیر بوده است. همچنین این منطقه در داخل خود یک هتل پنج ستاره دارد که این هتل، بین‌المللی است و می‌تواند در جذب توریست صنعتی موثر واقع شود. منطقه ویژه خلیج فارس در دو سال اخیر چه سرمایه‌گذاری‌هایی را جذب کرده و در ادامه سال چه برنامه‌هایی دارد؟

در سال ۱۳۹۹ منطقه ویژه خلیج فارس، در مجموع شاهد حضور ۹ سرمایه‌گذار بخش خصوصی بود که با این افراد قرارداد منعقد شد و کار اجرایی طرح خود را آغاز کردند. این در حالی است که تنها طی ۶ ماه نخست امسال ۱۲ قرارداد سرمایه‌گذاری با بخش خصوصی منعقد شده که ارزش این سرمایه‌گذاری‌ها، حدوداً به ۷۰۰ میلیون دلار می‌رسد. علاوه بر این موارد، پنج قرارداد جذب سرمایه‌گذاری دیگر نیز آماده امضا هستند که طی هفته‌های آتی نیز قرارداد این طرح‌ها نیز میان سرمایه‌گذاران و منطقه ویژه خلیج فارس منعقد خواهد شد.

منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی و فلزی خلیج فارس توانسته است با تبعیت و پیگیری کلیه ارکان خود، شعار امسال مقام معظم رهبری (مدظله العالی) را که «تولید، پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها» بوده اجرایی کرده و جذب سرمایه‌گذاری را به خوبی انجام دهد.

انتظارات منطقه ویژه خلیج فارس از مسئولان در زمینه جذب سرمایه‌گذاری چیست؟

پیشنهاد می‌کنیم تا زمانی که زیرساخت‌های مناطق ویژه کامل نشده‌اند، مناطق ویژه از پرداخت حقوق دولتی و مالیات معاف شوند و مالیات آن‌ها با نظارت ذی‌حساب‌هایی که دولت مشخص می‌کند، صرف توسعه زیرساخت‌ها در مناطق ویژه شود. با این اتفاق، مالیات و عوارض پرداختی مناطق ویژه صرف توسعه زیرساخت همان استان خواهد شد و از استان خارج نمی‌شود.

این اتفاق نیاز به حمایت جمعی دارد و در این رابطه لازم است دستگاه‌هایی مانند استانداری هرمزگان، نمایندگان محترم مجلس و ایمیدرو از طرح مزبور حمایت لازم را به عمل آورند که بتوانیم این بند قانونی را در قوانین بودجه سال‌های آتی کشور لحاظ کنیم. طبق بررسی‌های به عمل آمده، در صورتی که این طرح به اجرا درآید، به توسعه زیرساخت‌ها در همه مناطق ویژه طی مدت کوتاهی کمک شایانی خواهد کرد.



سه درخواست بخش خصوصی از دولت سیزدهم

دبیرکل اتاق بازرگانی تهران: چه اشکالی دارد که اصلاً برای صادرکننده نمونه این ارزش افزوده دریافت نشود و این ۹ درصد توانمندی او را تقویت کند

✓ نیلوفر جمالی

تحریم‌ها هرچه نداشت یک حسن را به همراه داشت که توجه دولت را به صادرات غیرنفتی معطوف کرد؛ اما مشکل اصلی اینجاست که آنقدر با صادرات محصولات نفتی سر و کار داشتیم که روند صادرات غیرنفتی برایمان غریبه است. به همین خاطر است، طی همین چند سال اخیر هم که توجه دولت به صادرات غیرنفتی معطوف شده باز هم نتوانستیم نتیجه درستی از این روند دریافت کنیم و همچنان سر پیچ اول گیر افتاده‌ایم. حالا دولت جدید روی کار آمده که مدعی برنامه ریزی در این حوزه است و توانمندی خود را در حمایت از صادرات بالا میداند. از این رو، روز ملی صادرات را مغتنم شمرده و گفتگویی با بهمن عشقی، دبیرکل اتاق بازرگانی تهران داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید؛

شما فرایند انتخاب صادرکننده نمونه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به نظر من موفقیت در صادرات یک امر مقطعی و یک رخداد نیست؛ بلکه یک روند مستدام است.

بنابراین صادرکننده نمونه در گام اول شخص نیست بلکه فعال اقتصادی است که در طول چند سال به موفقیت رسیده است و می‌تواند ثابت کند که این موفقیت پایدار و تضمین شده است.

به نظر شما صادرکنندگان نمونه به چه حمایت‌هایی نیاز دارند؟

حمایت از صادرکننده در سه بخش خلاصه می‌شود که بخش اول آبرو و اعتبار برای صادرکننده است. به هر حال زمانی که شخصی تبدیل به صادرکننده نمونه میشود، یک سرباز اقتصادی کارآمد برای کشور است که باید به این فعال اقتصادی نمونه اهمیت داد. او باید صاحب افتخار و اعتباری شود که این اعتبار در جامعه در حال چرخش است و می‌تواند از اعتبار بانکی تا اعتبار نزد ارباب کسب و کار و حاکمیت باشد.

مسئله دوم اینکه باید اِلِمانهای تهدید محیط کسب‌وکار که برای عموم صادرکنندگان جاری است برای او از بین برود. فارغ از میزان صادرات، این صادرکنندگان وقتی ثابت کردند که نه به صورت اتفاقی بلکه به صورت سیستماتیک در امر صادرات حضور

دارند باید اِلِمان‌های تهدیدکننده محیط کسب‌وکار برای او حذف شود.

مسئله سوم: مشوق‌های حاکمیتی است که باید به او داده شود. به طور مثال زمانی که از استرداد ارز حاصل از صادرات صحبت می‌کنیم؛ صادرکننده نمونه حتماً باید معافیت‌هایی بیش از معافیت‌هایی که در آیین نامه بازگشت ارز حاصل از صادرات وجود دارد، استفاده کند. اگر یک صادرکننده عادی باید ۶ ماهه ارز خود را بازگرداند او باید آیت‌هایی بیش از این داشته باشد. نمونه دیگر استرداد ارزش افزوده ناشی از صادرات است که در قوانین امروز حاکمیت ارزش افزوده را دریافت کرده و بعد پس می‌دهد؛ چه اشکالی دارد که اصلاً برای صادرکننده نمونه این ارزش افزوده دریافت نشود و این ۹ درصد توانمندی او را تقویت کند.

موانعی که طی سال‌های اخیر باعث شده

تا صادرات با مشکلاتی مواجه شود را چه می‌دانید؟
عمده‌ترین مانع صادرات ما، عدم الحاق به جامعه جهانی است. این بسیار مسئله مهمی است که در این زمینه با ۲ کمبود مواجه هستیم. اولین مورد اینکه ما



در پیمان‌های منطقه‌ای و جهانی که صادرات را تشویق می‌کند به جز اوراسیا عضویت نداریم و همچنین عضو سازمان تجارت جهانی هم نیستیم. بخش عمده کالاهایی که از ایران صادر می‌شود در کشور مقصد واجد تعرفه‌های گمرکی است در حالی که می‌تواند در چارچوب پیمان‌های منطقه‌ای شرایط بهتری داشته باشد؛ این در حالی است که کشورهای رقیب ما فاقد این عارضه هستند و کالاهایشان مشمول تعرفه‌های صادراتی نمی‌شود. دومین مورد، تحریم‌های جهانی است که درعمل امکان حضور بارز و فاخر تجار ایرانی را در بازارهای جهانی محدود کرده است.

مشکلات ایجاد شده در راستای رفع تعهد ارزی یکی از موانعی است که اکثریت صادرکنندگان با آن مواجه شده‌اند. روند فعالیت بانک مرکزی در ۲ سال اخیر را چطور تحلیل می‌کنید و چه انتظاری از بانک مرکزی دارید؟

مهمترین مسئله‌ای که دیده می‌شود، شتابزدگی بانک مرکزی برای تنظیم آیین‌نامه‌ها در پاسخ به نوسانات نرخ ارز است؛ به محض اینکه بانک مرکزی قدرت توانایی خود را در تنظیم نرخ ارز کشور از دست می‌دهد و احساس می‌کند که قدرت کافی در تنظیم بازار ندارد به سرعت به سمت صادرکننده حرکت کرده و شتابزده معیارهایی را تنظیم می‌کند که این معیارها، عارضه‌ای برای صادرات است. اولین توصیه به بانک مرکزی رفع شتابزدگی است. صادرکننده برای افزایش صادرات به همگونی، اعتبار و مدت زمان بیشتر قوانین نیاز دارد و وقتی با عجله مقررات را تغییر می‌دهند، طبیعی است صادرات دچار عارضه خواهد شد.

با توجه به صحبت‌های وزیر صمت تنوع بخشی به بازارهای صادراتی در برنامه وجود دارد. آیا موارد یاد شده در برنامه‌های دولت جدید را کاربردی می‌دانید؟

به نظر من آقای فاطمی‌امین باید در وزارت صمت ۲ موضوع را هدف‌گذاری کند تا صادرات شکل خود را پیدا کند. موضوع اول اینکه تا می‌تواند دست دولت را از مداخله‌گری باز دارد. سازمان توسعه تجارت ذیل وزارت صمت، اصلی‌ترین نهاد مرتبط با امر صادرات است و ایشان باید حذف مداخله‌گری را از این سازمان آغاز کند. موضوع دوم این است که از ظرفیت دیپلماسی بین‌المللی کشور برای دیپلماسی تجاری استفاده کند. یعنی بتواند وزارت امور خارجه را به نحوی جدی‌ترگیر امر توسعه صادرات کند. آیا امروز معیار درجه بندی و ابقا سفرها در محل مأموریت بر مبنای دستاوردهای تجاری آنها هست یا خیر؟ اگر موارد یاد شده مورد توجه قرار بگیرد و آقای فاطمی‌امین بتواند وزیر امور خارجه را قانع کند که امروز تسهیل صادرات برای ورود ارز برای کشور از نان شب واجب‌تر است و آقای عبداللہیان نیز نظام جدیدی را در تعرف مأموریت‌های پرسنل دیپلماتیک وزارت امور خارجه تعریف کند؛ انوقت حتماً دستاوردهای صادراتی به معیاری برای رتبه بندی سفرها

انتظارات شما از دولت سیزدهم در راستای توسعه صادرات غیرنفتی چیست؟

انتظار ما از دولت سیزدهم در ۳ مورد خلاصه می‌شود؛ مورد اول، تنوع بخشی است، موضوعی که در سخنان وزیر صمت نیز اعلام شد. اگر بخواهیم به تنوع بخشی فکر کنیم، دیگر صادرات کمودیتی، فولاد، سنگ آهن، مس و ... چاره کار کشور نخواهد بود و باید روی SME ها سرمایه‌گذاری کرد. به نظر من باید دولت برنامه‌ای را با همکاری مشترک معاونت صنایع و سازمان توسعه تجارت به صورت فوری در این زمینه تهیه کند. اینکه سازمان توسعه تجارت به تنهایی مأمور صادرات کشور است امر اشتباهی است و حتماً باید ارکان وزارت صنایع از قبیل معاونت صنایع هم درگیر این مسئله باشد و برنامه‌ای را برای ارتقا توانمندی بنگاه‌های SME ما در صادرات طراحی کنند. ممکن است کیفیت محصولات ما در خیلی از کشورهای بزرگ بازاری نداشته باشد؛ اما یقیناً در کشورهای همسایه از کیفیت برخوردار است و نیازمندی بازار را برطرف می‌کند. مورد دوم؛ تعیین کشورهای هدف است. اینکه ما بخواهیم به همه دنیا از ونزوئلا و کوبا تا افغانستان صادرات داشته باشیم، سیاست غلطی است. ما باید اول تصرف بازارهای همسایه را مورد توجه و ملاک عمل قرار دهیم و مورد سوم تنظیم معاهدات ۲ تا ۳ جانبه با کشورهای همسایه در چهارچوب تامین نیازمندی‌هایشان است.

و عوامل دیپلماتیک ج‌ا ایران تبدیل خواهد شد. نکته‌ای که باید به آن توجه کرد اینکه حتماً باید سفرای ایران در امور اقتصادی و صادراتی آموزش داده شوند و این کار سازمان توسعه تجارت است. تا زمانی که عوامل دیپلماتیک ایرانی توجیه نشوند که تراز بازرگانی مثبت

بهمن عشقی: مهمترین مسئله‌ای که دیده می‌شود، شتابزدگی بانک مرکزی برای تنظیم آیین‌نامه‌ها در پاسخ به نوسانات نرخ ارز است؛ به محض اینکه بانک مرکزی قدری توانایی خود را در تنظیم نرخ ارز کشور از دست می‌دهد و احساس می‌کند که قدرت کافی در تنظیم بازار ندارد به سرعت به سمت صادرکننده حرکت کرده و شتابزده معیارهایی را تنظیم می‌کند که این معیارها عارضه‌ای برای صادرات است

با درجه بالا بین ایران و کشورهای هدف یک عارضه بد است تجارت به درستی رونق نمی‌گیرد. زمانی تجارت پابرجاست که تراز تجاری معقول باشد، اینکه تراز ما همه جا مثبت باشد حرف درستی است؛ اما اینکه به طرز وحشتناکی مثبت باشد به اعتقاد من چیز درستی نیست.



موسس پویش ملی صادرات: «تجربه تلخ را تجربه نکنیم» ابتدایی‌ترین ماموریت این عزم ملی است

ترسیم مسیر موفقیت کارآفرینی به روش صادرات در ۱۰ گام از آغاز تا جهانی شدن در پویش ملی صادرات

«اعتقاد راسخ داریم که همه باید دست به دست هم داده و کارآفرینی به روش صادرات را با ۲ هدف ارزآوری و ممانعت از خروج ارز، در جامعه جوان کشور، جاری و ساری نماییم تا تجربه تلخ را تجربه نکنیم و تجربه شیرین را شیرین‌تر و در حداقل زمان تجربه کنیم»، اینها هویت، ماهیت و فلسفه پویش ملی صادرات است.

جوانترها باشند تا فراتر از منافع فردی، تجربیات تلخ و شیرین خود را سخاوتمندانه به اشتراک بگذارند و برای تربیت نسل جوان، از جان و دل و مال خود مایه بگذارند. «تجربه تلخ را تجربه نکنیم» ابتدایی‌ترین ماموریت این عزم ملی است، ماموریتی که در این پنج سال فعالیت پویش ملی صادرات توانسته است مانع میلیون‌ها دلار خسارت برای صادرکنندگان جوان شود.

آیا پویش ملی صادرات می‌تواند دایره محدود تجارت خارجی را وسیع کند؟ چگونه؟

تخصص محمدامین حاج کاظمیان، عبور از چارچوب‌ها و محدودیت‌هاست.

همواره بر این حقیقت اعتقاد داشتم که برای توسعه تجارت خارجی کشور به افرادی نیاز داریم که دل شیر داشته باشند. ما در پویش ملی صادرات، فراتر از آموزش‌های تخصصی صادرات منصفانه، تربیت نسل جوان و تسهیل مسیر صادرات را تماماً رایگان در دستور کار خود قرار دادیم و هر روز جوانان بسیاری هستند

صادرکننده هستیم و ضمن احترام به تمام زحمات، دغدغه‌ها و رهنمودهای پدر بزرگوارم، لازم می‌دانم به صراحت به این مطلب اشاره کنم که آنچه نسل جوان از آن رنج می‌برد، عدم وجود مرجعی بود که بتواند پاسخگوی سوالات بیشمار عزیزان علاقمند به حوزه صادرات باشد و هر روز شاهد تکرار تجربیات تلخی بودیم که قطعاً باید آموزش داده می‌شد و در این راستا، پویش ملی صادرات به عنوان مرجعی حمایتی، فراتر از درس دانشگاهی و تجربیات سنتی، فعالیت خود را برای تربیت جوانان، ترویج دانش نوین بازرگانی خارجی و تسهیل مسیر صادرات، آغاز کرد تا جوانانمان با پایداری و نبایدهای امروز دنیای کسب و کار آشنا شده و به موازات، تسهیل‌گر سفر پرهیجان صادرات این عزیزان باشد تا تجربیات تلخ رقم نخورد.

پویش ملی صادرات طلوع کرد تا هم مأمون و مأوی باشد برای جوانان علاقه‌مند به حوزه صادرات و هم پیشکسوتان را ترغیب کند که سکوی پرشی برای

پویش ملی صادرات به تولید و نشر آموزه‌هایی می‌پردازد که تماماً بر پایه علوم نوین و بر اساس تجربیات تلخ و شیرین صادرکنندگانی حرفه‌ای در فضای تحریم استوار است که دست تنها و بدون داشتن هیچ‌گونه پشتوانه‌ای جز خدا و دعای خیر خانواده‌های تحت پوشش مجموعه‌هایشان، از نزدیک به کسب این تجربیات عمدتاً تلخ تن داده و خسارت‌های سنگین و گزافی، پرداخت کرده‌اند و امروز علاقمند هستند تا این تجربیات تلخ و شیرین را صادقانه در اختیار خانواده صادرکنندگان جوان ایران قرار دهند، تا شاید، همراهان، از تکرار تجربیات پر هزینه حذر کنند و این فرهنگ به نسل‌های بعدی نیز منتقل شود.

به همین بهانه به سراغ محمدامین حاج کاظمیان موسس پویش ملی صادرات رفتیم و با وی به گفت‌وگو نشستیم که در ادامه می‌خوانید:

آیة پویش ملی صادرات از کجا نشأت می‌گیرد؟
من با افتخار، چهارمین نسل از یک خانواده

آموزش های رایگان صفر تا صد صادرات



تربیت | ترویج | تسهیل

برای آگاهی از خدمات پویش ملی صادرات، آموزش های نوین،
جدیدترین اخبار و قوانین بازارهای بین الملل، به صفحه
رسمی اینستاگرام پویش ملی صادرات بپیوندید

@EXPORTCAMPAIGN

بیاموزیم که صادرات را بیاموزیم

دبیرخانه پویش ملی صادرات: ۰۲۱-۲۵۹۴۲

که با امید به ارزآوری به این پویش ملی می پیوندند و تلاش داریم در این فضای تحریم و ناامیدی، امید به موفقیت را در وجود این عزیزان زنده نگه داریم که باور داریم می توانیم، «باهم» می توانیم.

آیا از زمان راه اندازی این پویش، دستاورد مشخصی داشته اید؟

اولین دستاورد پویش ملی صادرات این بود که خودم اجبارا بیشتر آموختم و خود را به دانش روز مسلح ساختم تا بتوانم پاسخگوی سوالات بیشمار عزیزانی باشم که در طی شبانه روز با اورژانس صادرات دبیرخانه پویش ملی صادرات تماس می گیرند و مصرا نه پاسخی متین برای سوالات بیشمار خود طلب می کنند.

دومین دستاورد این عزم ملی این بود که برای اولین بار در جهان، مسیر موفقیت کارآفرینی به روش صادرات در ۱۰ گام از آغاز تا جهانی شدن ترسیم شد که به شیوایی مطالب تقدیم عزیزانم شده و تماما با عنوان دانشنامه صادرات ثبت و ضبط شده است.

بر خود می بالم که بیش از هزار نفر از جوانان ایرانی اولین تجربه شیرین صادراتی شان را با پویش ملی صادرات رقم زده اند و همواره در تلاش بودم که در دسترس این عزیزان باشم تا این مسیر سخت برای عزیزانم هموار شود.

سومین دستاورد پویش ملی صادرات، با توجه به محدودیت رسانه ای که ما داشتیم، ورود به مسابقه بزرگ کارآفرینی میدان بود. اینکه کارآفرینان جوان ما، عزیزانی که ایده هایشان را به تازگی تجاری سازی کرده اند و در مسیر بلوغ سازمانی هستند، توانستند در بستر مسابقه بزرگ کارآفرینی میدان با آموزه های پویش ملی صادرات آشنا شوند و به میدان حضوری فراتر از بازارهای داخلی بیاورند، میدانی به وسعت پنج قاره.

آیا در مسیر حرکت خود با مخالفت ها یا کارشکنی مواجه شده اید؟

افراد اثرگذار اگر به ماموریت شان اعتقاد داشته باشند، فقط به نیمه پر همه ظرفیت های پیرامون شان می اندیشند و محکم و استوار برای رسیدن به اهداف بلند خود با وجود همه سنگ اندازی ها گام بر می دارند. همواره مخالفت و کارشکنی وجود دارد ولی برای من که می خواهم برای جامعه پیرامونم اثرگذار باشم، هیچ یک از مشکلات نمی تواند سد راه من باشد.

نهادهایی مانند اتاق بازرگانی و سازمان توسعه تجارت با شما همراهی لازم را داشته اند؟

ترجیحا بهتر است این سوال را از خودشان بپرسید، ولی ای کاش زمانی فرا برسد که اتاق های بازرگانی ما و سازمان توسعه تجارت با وجود اعتبارات و سرمایه های هنگفتی که در اختیار دارند، بیش از پیش به وظایف اصلی خود توجه داشته باشند.

انتظار شما از دولت سیزدهم چیست؟

ضمن احترام به همه بزرگواران حاضر در دولت سیزدهم، متاسفانه باید به صراحت عنوان کنم که هیچ یک از این عزیزان، تخصص، نگاه جامع و رویکرد علمی و تجربی بر بازرگانی خارجی این کشور در شرایط

اعتقاد و اعتماد بانک مرکزی به صادرکنندگان خوشنام و

استقلال بانک مرکزی از دولت محترم است.

- ایجاد ستاد بحران صادرات و اورژانس صادرات یک نیاز ملی است تا چالش ها طی مدت حداکثر یک هفته بدون هیچگونه بروکراسی اداری برطرف و مرتفع شود.

- پویش ملی صادرات باید در بدنه نظام آموزشی کشور قرار بگیرد.

- دولت باید روی تامین اجتماعی رایگان و زیرساخت های حمل و نقل در بحث کارآفرینی تمرکز کند.

- اگر اعتقاد به تامین معاش، معاشی در شأن مردم ایران زمین داریم و امنیت اقتصادی مردم برای ما مهم است چاره ای نداریم جز اینکه به صادرات منصفا نه و پایدار بها دهیم. در حقیقت ما به وزارتخانه ای با عنوان وزارت صادرات نیاز مبرم داریم.

- تقاضا داریم در سال های پیش رو تنها هدف شما، اوج رفاه اجتماعی و امنیت اقتصادی مردم ایران زمین باشد و قدر لحظه لحظه فرصت ها را بدانید، که شأن، منزلت و حق مردم شریف ایران بیش از اینهاست.

نقد به عملکرد دولت های گذشته بسیار دارم، اما امروز را نقطه عطفی می دانم برای اقتصاد کشورم و همچنان برای مملکت مان محکم و استوار ایستاده ام.

تحریم های غیرمنصفانه ندارند.

در همین راستا مواردی را خطاب به رئیس جمهوری محترم، جناب آقای رئیسی مطرح می نمایم و امیدوارم به سمع و نظر ایشان برسد:

- اگر ارزآوری در اولویت نظام است، اخذ مشورت از صادرکنندگان حرفه ای باید پیش نیاز تصمیمات کلان

حاج کاظمیان: اگر اعتقاد به تامین معاش، معاشی در شأن مردم ایران زمین داریم و امنیت اقتصادی مردم برای ما مهم است چاره ای نداریم جز اینکه به صادرات منصفا نه و پایدار بها دهیم. در حقیقت ما به وزارتخانه ای با عنوان وزارت صادرات نیاز مبرم داریم.

بازرگانی و ارزی باشد.

- اگر اشتغال زایی و بهبود شرایط اقتصادی در اولویت است، انتظار من از دولت ایجاد شرایطی است که کسب و کارها جرات مطالبه گری داشته باشند.

- قیمت دستوری ارز و تفاوت فاحش قیمت ارز در بازار آزاد با قیمت دستوری سامانه نیما، یک خیانت آشکار به نظام ارزی این کشور است و تنها راه درمان آن،

تحلیلی بر آمار واردات و صادرات ایران



خروجی از طریق اعمال مقررات قرنطینه، بهداشت و استاندارد از جمله مواردی است که گمرکها، مسئول انجام آن‌ها هستند. در همین راستا به بررسی وضع میزان صادرات و واردات کشور طی سال ۱۳۹۹ و شش ماهه سال ۱۴۰۰ پرداخته شده است.

شرح	از نظر حجمی (تن)	از نظر ارزشی (دلار)
میزان کل صادرات کشور	۱۱۲/۰۰۰/۰۰۰	۳۴/۲۵۶/۰۰۰/۰۰۰



استراتژی‌های صادراتی بوده است. با توجه به اینکه گمرکها نیز نقش مهمی در اجرای راهبردها و وصول درآمدهای دولت‌ها دارند، در این راستا نیز جاری‌سازی قوانین حوزه صادرات و واردات، تشخیص و اخذ حقوق و عوارض گمرکی و سود بازرگانی، مبارزه با قاچاق، نظارت بر ترانزیت، پردازش و انتشار آمار بازرگانی خارجی از اقدامات مهمی است که در این راستا صورت می‌گیرد. تحویل کالاهای وارداتی و مسافری از راه‌های زمینی، دریایی و هوایی، نگهداری و حفاظت آن‌ها در انبارها و اماکن گمرکی، نظارت بر تحویل و تحول کالاها تا انجام تشریفات قانونی و ترخیص آن از سوی صاحب کالا یا نماینده قانونی وی، نظارت بر سلامت کالاهای ورودی و

بوده است که مهمترین اقلام صادراتی کشور به ترتیب بنزین، گاز طبیعی، پلی‌اتیلن، پروپان و پسته ثبت شده و بازارهای عمده صادراتی به پنج کشور چین، عراق، امارات، ترکیه و افغانستان بوده است.

هزار تن، امارات عربی متحده عربی با ارزش ۴ میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار و وزن ۱۵ میلیون و ۲۰۰ هزار تن، ارزش صادرات به کشور ترکیه ۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار با وزن ۶ میلیون و ۳۰۰ هزار تن و صادرات به کشور افغانستان نیز با ۷ میلیون تن به ارزش ۲ میلیارد و ۲۰۰ دلار بوده است.

میزان صادرات ایران به	از نظر حجمی (تن)	از نظر ارزشی (دلار)
چین	۲۶/۶۰۰/۰۰۰	۸/۹۰۰/۰۰۰/۰۰۰
عراق	۲۵/۶۰۰/۰۰۰	۷/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
امارات متحده عربی	۱۵/۲۰۰/۰۰۰	۴/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰
ترکیه	۶/۳۰۰/۰۰۰	۲/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰
افغانستان	۷/۰۰۰/۰۰۰	۲/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰

بسیاری از کشورها به منظور تشویق فعالان اقتصادی جوامع خود به سمت حضور در بازارهای بین‌المللی و جذب بازارهای بیشتر در راستای اهداف بلند توسعه کشور، بسترهای مناسبی را برای صادرات فراهم می‌کنند تا فعالان اقتصادی بتوانند از مزایای مطلوب صادرات برای جامعه خود بهره‌مند شود. ایران نیز از این مقوله جدا نبوده و اقداماتی از جمله تشکیل خوشه‌های صادراتی، ساماندهی صادرات استانی، حذف پیمان ارزی، اعطای جوایز صادراتی به صورت محدود، اعطای تسهیلات بانکی، حضور در نمایشگاه‌های خارجی، حمایت از تولیدات داخلی، کنترل ارز، کنترل الگوی مصرف، انتقال دانش فنی و... نمونه‌ای فعالیت‌های درباره

صادرات ایران در سال ۱۳۹۹

طبق مصاحبه خبری ابتدای سال جاری رئیس کل گمرک جمهوری اسلامی ایران، صادرات کشور در سال ۱۳۹۹ بالغ بر ۱۱۲ میلیون تن کالا به ارزش ۳۴ میلیارد و ۲۵۶ میلیون دلار

میزان کل صادرات ایران در سال ۱۳۹۹

مطابق خبر منتشر شده ایلنا و مصاحبه خبری با مهدی میراشرقی، رئیس کل گمرک، در طی سال ۱۳۹۹ ارزش صادرات کالاها به کشورهای چین حدود ۸ میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار با وزن ۲۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تن، عراق به ارزش ۷ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار و ۲۵ میلیون و ۶۰۰

میزان صادرات ایران به ۵ کشور نخست صادراتی در سال ۱۳۹۹

حجم صادرات از نظر حجمی (هزار تن)
حجم صادرات از نظر ارزشی (میلیون دلار)

میزان صادرات ایران به ۵ کشور نخست صادراتی در سال ۱۳۹۹

با توجه به حجم صادرات ایران به کشور چین به عنوان اولین مقصد صادراتی کشور در سال ۱۳۹۹ می‌توان ادعان کرد: این میزان صادرات، ۲۳/۶ درصد از لحاظ وزنی و ۲۶ درصد از لحاظ ارزش کل صادرات کشور در سال ۱۳۹۹ را شامل می‌شود.

واردات ایران در سال ۱۳۹۹

از مجموع ۱۴۵ میلیون تن کالاهای صادراتی و وارداتی، ۳۴ میلیون و ۴۰۰ هزار تن کالا با ارزش ۳۸ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار به بخش واردات اختصاص داشته که از این میزان ۲۳ میلیون و ۱۰۰ هزار تن کالای اساسی شامل ذرت، گوشتی تلفن همراه، برنج، کنجاله، دانه‌های روغنی، گندم و روغن خام به ارزش ۱۲ میلیارد دلار وارد کشور شده است. واردات کالاهای اساسی از کشورهای چین بالغ بر ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تن و ارزش ۹ میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلار، امارات متحده عربی ۵ میلیون تن با ارزش ۹ میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار، ترکیه ۴ میلیون و ۸۰۰ هزار تن به ارزش ۴ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار، هند ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تن به ارزش ۲ میلیارد و ۱۰۰ میلیون دلار و آلمان با یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن به ارزش یک میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار بوده است.



میزان واردات کشورها به ایران	از نظر حجمی (تن)	از نظر ارزشی (دلار)
چین	۳/۵۰۰/۰۰۰	۹/۷۰۰/۰۰۰/۰۰۰
امارات متحده عربی	۵/۰۰۰/۰۰۰	۹/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰
ترکیه	۴/۸۰۰/۰۰۰	۴/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
هند	۲/۲۰۰/۰۰۰	۲/۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰
آلمان	۱/۲۰۰/۰۰۰	۱/۸۰۰/۰۰۰/۰۰۰

میزان واردات ۵ کشور نخست به ایران در سال ۱۳۹۹

با توجه به حجم واردات ایران از چین به عنوان اولین واردکننده به کشور در سال ۱۳۹۹ می‌توان ادعان کرد: این میزان صادرات از لحاظ وزنی، حدود ۱۰/۶ درصد و از لحاظ ارزشی ۲۵/۳ درصد کل واردات را شامل است.

میزان صادرات ایران به	از نظر حجمی (تن)	از نظر ارزشی (دلار)
چین	۱۴/۸۰۰/۰۰۰	۶/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰
عراق	۱۳/۹۰۰/۰۰۰	۳/۸۰۰/۰۰۰/۰۰۰
ترکیه	۷/۲۰۰/۰۰۰	۲/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
امارات متحده عربی	۵/۸۰۰/۰۰۰	۲/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰
افغانستان	۲/۵۰۰/۰۰۰	۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰

میزان واردات ایران	از نظر حجمی (تن)	از نظر ارزشی (دلار)
امارات متحده عربی	۵/۹۰۰/۰۰۰	۷/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
چین	۱/۵۰۰/۰۰۰	۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰
ترکیه	۲/۱۰۰/۰۰۰	۲/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰
سوئیس	۱/۰۰۰/۰۰۰	۹۰۰/۰۰۰

واردات و تمایل واردکنندگان در تریخس کالاها شده است.



میزان واردات ۴ کشور نخست به ایران در ۶ ماه اول سال

۱۴۰۰

از مجموع ۱۹ میلیون و صد هزار تن کالای وارداتی به کشور در ۶ ماهه نخست امسال، ۱۴ میلیون و ۳۰۰ هزار تن آن مربوط به ۲۵ قلم کالای اساسی به ارزش ۸ میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار بوده است که ۷۵ درصد کل کالاها را تشکیل می‌دهد. بررسی آمار تجارت خارجی کشور در ۶ ماهه نخست سال جاری حاکی از تداوم رشد صادرات و همچنین مدیریت واردات کالا با محوریت تامین کالاها برای اساسی مورد نیاز جامعه و نهادهای تولید است. میزان واردات به کشور در شهریور سال ۱۴۰۰ طبق گزارش گمرک جمهوری اسلامی ایران از نظر ارزشی بالغ بر ۶ میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار بوده که علاوه بر اطمینان ارزی، کاهش انتظارات تورمی و رفع ریسک‌های غیراقتصادی منجر به سرعت‌گیری

واردات و صادرات ایران در سال ۱۴۰۰

مجموع ترانزیت کالا از کشور ایران در ۶ ماهه ابتدای سال ۱۴۰۰ بالغ بر ۵ میلیون و ۸۵۶ هزار تن اعلام شده که نسبت به مدت زمان مشابه در سال ۱۳۹۹، حدود ۸۸٪ افزایش یافته و کشورهای مقصد صادرات ایران به ترتیب چین با ۱۴ میلیون و ۸۰۰ هزار تن کالا به ارزش ۶ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار، عراق با ۱۳ میلیون و ۹۰۰ هزار تن به ارزش ۳ میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار، ترکیه با ۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تن به ارزش ۲ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار، امارات متحده عربی با ۵ میلیون و ۸۰۰ هزار تن به ارزش ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار و افغانستان با ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تن به ارزش یک میلیارد دلار تشکیل دادند که گاز طبیعی مایع شده، متانول، پلی‌اتیلن، محصولات نیمه‌تمام آهنی، شمش آهن، پروپان، اوره، بنزین، میله‌های آهنی و کاند از مهم‌ترین اقلام صادراتی کشور در مدت مذکور بوده است.

صادرات ایران در ۶ ماه اول سال ۱۴۰۰

در خصوص صادرات ۶ ماهه نخست سال ۱۴۰۰ نیز باید اذعان کرد که عمده‌ترین کشورهای طرف معامله واردات با ایران را امارات متحده عربی با ۵ میلیون و ۹۰۰ هزار تن کالا به ارزش ۷ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار، چین با یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن به ارزش ۵ میلیارد دلار، ترکیه با ۲ میلیون و صد هزار تن به ارزش ۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار، سوئیس با یک میلیون تن به ارزش ۹۰۰ هزار دلار اعلام شده است و مهم‌ترین اقلام و کالاها را در این مدت تلفن همراه، ذرت، سویا، روغن دانه آفتابگردان، کنجاله سویا، گندم، جو، شکر، روغن پالم و روغن خام تشکیل داده‌اند.

روند یکساله واردات و صادرات کشور از شهریور ۱۳۹۹ تا شهریور ۱۴۰۰

نکته قابل توجه آن است که سرعت بالایی در تریخس کالاها ضروری، ماشین‌آلات و اقلام واسطه‌ای تولید در شهریور سال جاری از سوی گمرک صورت گرفته است، میانگین وزنی واردات در ۵ ماهه نخست سال ۱۴۰۰ ماهانه بالغ بر ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تن بوده اما در شهریور به ۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تن افزایش یافته است. همچنین میانگین کالاها تریخس شده در پنج ماهه ابتدای سال جاری از نظر ارزشی بالغ بر ۳ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار بوده که در شهریور به بیش از ۶ میلیارد دلار ارتقا یافته است. همچنین مقایسه آمار نقطه به نقطه صادرات در شهریور ۱۴۰۰ با مدت زمان مشابه سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۳۹۸ که به ترتیب ارزش صادرات ۲ میلیارد و ۶۹۱ میلیون دلار و ۲ میلیارد و ۸۴۶ میلیون دلار بوده است، نشان از بیشترین ارزش صادراتی را می‌دهد.



اثرات ویروس کرونا بر حجم واردات و صادرات کشورها

صادرات باعث افزایش ظرفیت‌های تولید داخلی شده و کاهش هزینه و افزایش بهره‌وری واحدهای صنعتی و اقتصادی را در پی دارد. فروش کشورها شده و تاثیر مثبتی بر تراز پرداخت‌ها خواهد داشت و باعث کاهش کسری بودجه خواهد شد. امروز محور قرار دادن صادرات نوعی استراتژی اقتصادی محسوب می‌شود که در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه شاهد آن هستیم. زیرا سبب اشتغال‌زایی، پس‌انداز ارزی، سرمایه‌گذاری بهینه، افزایش درآمد و بهبود وضعیت رفاهی جامعه و قدرت اقتصادی و سیاسی کشورها خواهد شد. هر روز میلیاردها دلار کالا و خدمات بین کشورهای مختلف دنیا مبادله می‌شود؛ به نحوی که صادرات ارتباط تنگاتنگی با رشد اقتصادی و تولید ناخالص داخلی کشور داشته و به عنوان موتور محرکه تولید و اقتصاد تلقی می‌شود

بین‌المللی در قاره‌های اروپا و آمریکا به سطح پیش از شیوع ویروس کرونا رسیده است و در قاره‌های آفریقا، آسیا و خاورمیانه نیز روند بهبود با سرعت کمتری پیش می‌رود و در میان شگفتی بزرگی را کشور چین به وجود آورده و در مدت زمان کوتاهی توانست آمارهای کاهشی خود را تبدیل به رشد مثبت کند. با شیوع ویروس کرونا از اسفند سال ۱۳۹۸ در کشور، اقتصاد ایران نیز دستخوش تاثیرات عمیقی شد. با شیوع ویروس کرونا و اعمال تعطیلی‌ها و محدودیت در داخل کشور و ادامه‌دار شدن کرونا در سال ۱۳۹۹ تجارت خارجی نیز با بسته شدن مرزهای واردات و صادرات دچار آسیب شد. تحلیل گزارش‌های اقتصادی حاکی از آن است که در سه ماهه ابتدای سال ۱۳۹۹، بیشترین اثر از کرونا بر تجارت و بدنه اقتصاد وارد شده است و حتی با وجود افزایش واردات و صادرات طی ماه‌های بعد، باز هم کمبود تجاری جبران نشد.

اما با شیوع ویروس کرونا و تصمیم دولت‌ها مبنی بر اعمال برخی محدودیت‌ها، شاهد بسته شدن مرزهای بین‌المللی بودیم که بی‌شک ضرری که کرونا به بدنه اقتصاد کشورها وارد کرد از اصلی‌ترین آسیب‌های جدی طی دهه‌های اخیر بوده در اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه بوده است. اما خبرهای خوبی از مراجع بین‌المللی به گوش می‌رسد. طبق گزارش سازمان تجارت جهانی (WTO: World Trade Organization) در حال حاضر حجم مبادلات بین‌المللی به پیش از دوران کرونا بازگشته و روند مبادلات بازرگانی در دنیا نویدبخش شرایط بهبود اقتصادی است. حجم تجارت کالایی در سه ماهه نخست سال ۲۰۲۱ در دنیا حدود ۲ درصد نسبت به سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۰ افزایش یافته است. نکته حائز اهمیت این است که سرعت بهبود تجارت در کشورهای مختلف با یکدیگر متفاوت است. حجم تجارت



دولت با تکمیل زیرساخت‌ها به راحتی به ۴۰ و ۵۰ میلیارد دلار برسد». بی‌شک در این بین نقش دانش تجارت بین‌الملل را نباید نادیده گرفت. صادرات کالا به معنی خروج کالا از کشور به مقصد سایر کشورهاست. اهداف کلیدی صادرات را می‌توان در دسته‌های ذیل قرار داد:

در همین راستا رئیس جمهوری محترم در جریان سفر اخیر خود به ایلام اعلام کردند: «سهم ایران در تجارت منطقه بسیار پایین و در حدود دو درصد است و رقم ۲۰ میلیارد دلار کنونی در تجارت منطقه‌ای کشورمان می‌تواند با اقدام جهادی از جانب تولیدکنندگان، صادرکنندگان و

اهداف کلی صادرات از نگاه فعالان اقتصادی

دفاع از موقعیت بنگاه‌های اقتصادی در بازارهای هدف در مقابل صادرکنندگان فعلی
ارتقای کیفیت کالاها و خدمات تولیدی و قابل ارائه
کسب دانش روز تجارت بین‌الملل
کاهش اثرات منفی تغییرات تقاضاهای فصلی
کاهش هزینه‌های ثابت بنگاه‌های اقتصادی فعال
تولید با حداکثر توان و ظرفیت تولید
بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و روز دنیا
افزایش قابلیت‌های مدیریتی
توسعه برندهای بین‌المللی

* چه خدمات پس از فروشی برای بازارهای بین‌المللی در نظر گرفته شده است؟

بی‌شک تدوین سند راهبردی در حوزه صادرات و ارائه برنامه عملیاتی متناسب با آن با در نظر گرفتن محور زمان می‌تواند در راستای تامین نیازهای جوامع بین‌المللی تاثیر مثبتی داشته باشد. لذا مدیران بنگاه‌های اقتصادی با در نظر گرفتن مباحث مربوط به آینده پژوهی همواره باید سعی کنند ضمن حرکت در چارچوب استانداردهای تولیدی بین‌المللی، عوامل گوناگون دیگری از جمله مناسبات فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و ... را در نظر گرفته و بر مبنای آن گام‌های استواری در راستای توسعه صادرات کشور بردارند.

همچنین طرح سولاتی همانند ذیل می‌تواند مسیر آینده (Road Map) را بیش از پیش

شفاف کند:

* محصول بنگاه اقتصادی چه نیازهایی را در بازار بین‌الملل تامین می‌کند؟
 * آیا بنگاه اقتصادی برای فروش در بازارهای بین‌المللی، باید در کالا یا خدمات فعلی خود تغییراتی اعمال کند؟ بازارهای بین‌المللی هدف، چه مواردی را از نظر طراحی، رنگ، اندازه، بسته‌بندی، نام تجاری، برچسب‌ها و ضمانت‌نامه در نظر دارند؟
 * تفاوت‌های فرهنگی جوامع مختلف بین‌المللی چه تأثیری بر میزان فروش خواهد داشت؟



ضرورت رفع موانع و مشکلات شرکت‌های صادرات خدمات فنی و مهندسی



صادرکننده نمونه برتر کشور معرفی شود.

شرکت صنایع، علیرغم توانمندی‌های حاصل از ۲۷ سال فعالیت در کشورهای مذکور و حضور رقابتی ارزشمند در مناقصات بین‌المللی و رقابت با سازندگان و پیمانکاران بین‌المللی از جمله اروپایی، آسیایی (چین، هند و ترکیه) و کسب پروژه‌های مختلف، طی حدود ۸ سال گذشته به دلیل تحریم‌های خارجی، موانع و مشکلاتی که از طرف برخی کارفرمایان خارجی به دلایل امنیتی (حمله داعش در سال‌های گذشته به سایت نیروگاه در دست احداث دییس عراق) و یا شیوع بیماری کرونا و قرنطینه‌های سخت و برخی مسائل سیاسی به وجود آمده، روند رشد صادرات خدمات فنی و مهندسی این شرکت را با مشکلات عدیده مواجه ساخته است و ضرورت دارد در این موارد نهادهای بالادستی صادرات کشور خصوصاً معاونت محترم دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه، بانک مرکزی، سازمان توسعه تجارت ایران و بانک‌های مرتبط با امر صادرات مداخله و مشکلات شرکت‌های صادرات خدمات فنی و مهندسی همچون شرکت صنایع را مرتفع کنند.

مسئولان این شرکت انتظار دارند که مقامات محترم دولت سیزدهم که از آغاز تصدی مسئولیت‌های مختلف، انجام اقدامات امیدبخشی را در راستای حل مسائل و معضلات کشور در پیش گرفته‌اند با عنایت و توجه خاص به جایگاه و اهمیت صادرات تجهیزات و خدمات فنی و مهندسی به عنوان صادرات با ارزش افزوده بالا بتوانند تحولات بنیادینی را در راستای توسعه پایدار کشور و حل مسائل و مشکلات پیش رو رقم بزنند.

شرکت صادرات تجهیزات و خدمات صنایع آب و برق

ایران، صنایع (سهامی خاص) در سال ۱۳۷۳ و به دنبال رشد قابل توجه کارخانجات تولید تجهیزات صنایع آب و برق که اکثراً تحت لایسنس تولیدکنندگان بین‌المللی معتبر اروپایی و آمریکایی قرار داشته و در نتیجه افزایش تولید محصولات این کارخانجات نسبت به نیازهای داخل کشور، با درایت و آینده‌نگری وزیر محترم وقت وزارت نیرو و صاحب‌نظران این صنعت، تاسیس شد.

این شرکت در راستای اهداف تعیین شده مبنی بر صدور تجهیزات و خدمات فنی و مهندسی اعم از مشاوره، طراحی، اجرا، تعمیر و نگهداری، نصب و راه‌اندازی پروژه‌های مختلف آبی و برقی و انرژی در خارج از کشور، طی ۲۷ سال فعالیت صادراتی در بیش از ۲۰ کشور جهان و اجرای پروژه‌های زیربنایی و زیرساختی در این کشورها از جمله احداث نیروگاه‌های گازی با ظرفیت‌های ۳۲۴، ۳۲۰، ۲۰۶ مگاوات، احداث خطوط انتقال برق ۵۰۰، ۴۰۰، ۲۳۰ و ۲۲۰ کیلوولت به طول صدها کیلومتر، احداث پست‌های ۴۰۰ و ۲۲۰ کیلوولت، خطوط انتقال آب و گاز، تصفیه‌خانه‌های آب، شبکه‌های برق‌رسانی شهری و روستایی با ترم‌های تحویل EPC و EPCF و ترانزیت برق و نیز صدور انواع تجهیزات آبی و برقی به اقصی نقاط جهان مشتمل بر کشورهای آسیایی، آفریقایی، آمریکای لاتین، کشورهای حوزه CIS و کشورهای حوزه خاورمیانه با مبلغی در حدود ۲/۷۰۰/۰۰۰/۰۰۰ دلار توانسته است رتبه ۱۷۶ در رتبه‌بندی ۲۵۰ پیمانکار برتر بین‌المللی ENR (Engineering News Record) در سال ۲۰۱۵ را کسب و ۹ سال به عنوان

چرا حال صادرات خوب نیست؟

باز بیست و نهم مهر فرا رسید و واژه صادرات و صادرکننده بر زبان‌ها جاری شد که این امر به خوبی مبین رویکرد نادرست نسبت به این موضوع حیاتیست. رویکردی که صادرات غیرنفتی را امری غیر ضرور می‌پندارد و همچنان در سودای اقتصاد نفتی است. واقعیت این است که حال صادرات در این کشور خوب نیست و اگر تغییر دیدگاه به سرعت رخ ندهد آخرین روزه‌های امید نیز رو به افول خواهد گذاشت.



اگرچه گاهی دولت‌مردان در دولت‌های گوناگون با افزایش نسبی میزان صادرات غریو شادی سر می‌دهند اما اگر میزان صادرات غیر نفتی ایران، کشوری با انبوهی از ظرفیت‌های انسانی و اقتصادی را با کشور ویتنام مقایسه کنیم به عمق فاجعه پی خواهیم برد. ویتنام سالانه ده برابر ایران کالا صادر می‌کند و ده برابر بیش از کشور ما در بازارهای بین المللی حضور دارد.

با واکاوی این موضوع با دو دلیل عمده و بسیار دلایل مقطعی مواجه می‌شویم. دلایل عمده این شرایط نابسامان عبارتند از:

اقتصاد نفتی و احساس بی‌نیازی دولت نسبت به ارزش حاصل از صادرات در سنوات طولانی که تبدیل به یک رفتار در ساختار قدرت در ایران شده است.

بر خلاف کشورهای توسعه یافته که اقتصاد در آنها محور تصمیم سازی، تصمیم‌گیری و سیاست‌ورزیست در ایران اقتصاد ملی در درجه نازالتی از اهمیت به نسبت سایر مسائل قرار دارد.

این دو علت، اسباب مشکلات عدیده بعدی را فراهم می‌آورد که از جمله آنها می‌توان موضوع تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران اشاره کرد. از آنجا که اقتصاد و بویژه تجارت خارجی از اهمیت ثانویه برخوردار است و در زمره اولویت‌های دیپلماسی و میدان نیست، تحریم‌های بین‌المللی در نتیجه تعاملات خارجی رخ میدهد و بازرگانان و تولیدکنندگان را دچار مشکل می‌کند و در ادامه سلسله سیاست‌های نادرستی که برای رفع مشکلات ناشی از تحریم، بدون توجه به خواسته‌ها، امکانات و مسائل بخش خصوصی اتخاذ می‌شود، مشکلات را دو چندان می‌کند که از جمله آنها می‌توان به مقررات رفع تعهد ارزی اشاره کرد.

وضع مقررات رفع تعهد ارزی، نشان‌دهنده سوءظن مسئولان به صادرکنندگان ایرانی بود چرا که بازگشت ارزش حاصل از صادرات به کشور به طرق مختلف به دو دلیل امریست غیرقابل انکار.

نخست اینکه هر فعال اقتصادی برای تداوم فعالیت نیازمند گردش مالیست. اگر یک صادرکننده ارزش حاصل از صادرات خود را به چرخه اقتصادی بازنگرداند چگونه دوباره به

خرید یا تولید کالا پرداخته و فعالیت خود را ادامه دهد؟! دوم اینکه در شرایطی که خروج سرمایه از کشور به راحتی از طریق خرید ملک در کشورهای همسایه (ترکیه، قبرس و ...) یا خرید ارز در صرافی‌های خارج از کشور ممکن است، صادرات با انبوهی از موانع، سخت‌ترین و بدترین راه برای خروج سرمایه از کشور است.

متأسفانه تبعات متعدد و بعضاً شدید عدم بازگشت



باور به این مهم اقتضا می‌کند که بخش خصوصی در تصمیم‌گیری‌ها، تنظیم لوایح و طرح‌ها، بخشنامه‌ها و مقررات دولتی و حاکمیتی و اساساً هر حوزه‌ای که مستقیم و غیرمستقیم با زندگی و کسب‌وکار مردم در ارتباط است، حضور فعال و موثر داشته باشد

ارز صرفاً از طرقی که بانک مرکزی معرفی کرده بود سبب شد فرایندهای تجاری بسیاری از صادرکنندگان مختل شود. از جمله این پیامدها میتوان به از دست رفتن معافتهای قانونی، تعلیق کارت بازرگانی و در نتیجه عدم امکان عمل به تعهدات بین‌المللی در قبال مشتریان و حتی مواجهه با نهادهای امنیتی اشاره کرد که مشکلات ناشی از هریک می‌تواند منجر به فرار سرمایه از کشور شود.

در شرایطی که صادرکنندگان با وجود امکان مهاجرت با تحمل مصائب فراوان فعالیت اقتصادی در ایران، برای حفظ

مشاغل تولیدی و تجاری در این کشور همچنان به فعالیت ادامه می‌دهند تا باری از دوش کشور بردارند. تلخ تر آنکه همین مقررات دست و پاگیری که به آن اشاره شد، به دلیل آنکه در قالب بخشنامه راه به جایی نبرده هم اکنون به ابتکار مجلس در حال تبدیل به قانونی سخت، ظالمانه و محدودکننده است. قانونی که با احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور نیز در تناقض است. به هر روی تا زمانی که به اقتصاد به عنوان محور تصمیم‌گیریها، سیاست‌ورزی‌ها و فعالیت‌های بین‌المللی نگریسته نشود و حضور در بازارهای بین‌المللی به عنوان مهم‌ترین و کارآمدترین روش گسترش نفوذ در جهان مدنظر مسئولین قرار نگیرد، حال صادرات، حال اقتصاد و احوال ملت خوب نخواهد بود. احوال ملت به معیشت، به رفاه و به امید به آینده بستگی دارد که متأسفانه با تداوم روند کنونی، امید، رفاه و معیشتی باقی نخواهد ماند.

صادرات یک اصل و یک ضرورت است. صادرکننده سارق نیست بلکه انسان شریفیست که با همه مصائب به فعالیت خود ادامه می‌دهد تا ضمن کسب منافع اقتصادی (که اصل وجودی کسب و کار است) باری از دوش کشور، ملت و مسئولین بردارد. اگر به این مهم باور داشته باشیم که دولت و ملت مسافران یک کشتی هستند و همه با هم برای رسیدن به یک هدف واحد تلاش می‌کنند، انتظار همراهی و همکاری از مجموعه مسئولین انتظار چندان گزافی نیست. باور به این مهم اقتضا می‌کند که بخش خصوصی در تصمیم‌گیری‌ها، تنظیم لوایح و طرح‌ها، بخشنامه‌ها و مقررات دولتی و حاکمیتی و اساساً هر حوزه‌ای که مستقیم و غیرمستقیم با زندگی و کسب‌وکار مردم در ارتباط است، حضور فعال و موثر داشته باشد. فراموش نکنیم که جوهر وجودی جمهوریت مراجعه به نظرات و آراء مردم است که آنها صاحبان کشور هستند و علی‌القاعده مسئولین باید خدمتگذار آنها باشند.

به امید زمانی که ایران مسیر صحیح توسعه را بیابد و کشور با تمتع از تجربیات گرانسنگ جهانی، در مدار توسعه پایدار حرکت کند. اگر به سرعت چاره‌ای نیاندیشیم سرمایه‌های مالی، انسانی و فکری خود را از گف خواهیم داد.

سید مرتضی میری

عضو هیئت نمایندگان اتاق ایران



مدیرعامل زینوتجارت امین سید محمد حسینی در گفت‌وگو با عصر اقتصاد؛

چند نرخی بودن ارز، شفاف و قابل اتکا نبودن تشویق‌های دولتی از مهم‌ترین ضعف‌های تجارت خارجی است

شرکت زینوتجارت امین در حوزه صادرات گام برمی‌دارد. هدف اصلی این شرکت، مدیریت صادرات برای رونق بخشی به کارخانه‌ها با نیت حمایت از تولیدات داخلی، ارزآوری برای کشور است.

عصر اقتصاد در گفت‌وگو با سیدمحمد حسینی، مدیرعامل زینوتجارت امین، به بررسی مشکلات تجارت خارجی تولیدکنندگان ایرانی پرداخته است:

به عنوان یک شرکت ارائه‌کننده خدمات صادراتی ضعف تجارت خارجی تولیدکنندگان ایرانی را در چه می‌دانید؟
ضعف‌های جدی و عمیقی در حوزه صادرات داریم که چند مورد اصلی آن را بازگو می‌کنم:

اول: مساله چندنرخی بودن نرخ ارز مطرح است؛ قیمت دلار چند نرخی را در بانک و بازار مشاهده می‌کنیم که باعث رانت و فساد هم می‌شود.

دوم: تخصصی نبودن صادرات که شرکت تولیدی می‌خواهد، خودش صادرات را انجام دهد. شرکت‌های مدیریت صادرات می‌توانند در این زمینه کمک کنند؛ اما متأسفانه حضور شرکت‌های EMC (شرکت‌های مدیریت صادرات) پررنگ نیست.

سوم: اغلب کشورهای موفق در زمینه صادرات به صادرات سوبسید می‌گیریم و به واردکننده می‌دهیم.

چهارم: بخشنامه‌های فراوانی که ناگهانی صادر می‌شود؛ در این اوضاع صادرکننده باید دائما حواسش باشد که بخشنامه جدید چه تغییراتی را اعمال کرده است تا بر اساس آن عمل کند.

پنجم: مساله مشورت نکردن با بخش خصوصی واقعی که به کف بازار نزدیک است و کار عملیاتی انجام می‌دهد، است؛ اینکه صرفا مشورت‌ها با دو نهاد بالادستی شبه‌دولتی یا خصولتی صورت بگیرد، مدنظر نیست.

ششم: نداشتن ریزن‌های فعال در تمام کشورها؛ تنها چند کشور محدود هستند که در آن‌ها ریزن داریم اینکه فعال باشند یا نه خودش بحث دیگری است. به عنوان مثال جناب

دارد، اما متأسفانه اکثرا این حمایت‌ها بر روی کاغذ باقی می‌ماند و اجرایی نمی‌شود. ارگان دیگری که باید حمایت کند، صندوق ضمانت صادرات است که آن هم همینطور برای ضمانت کردن معاملاتی که با سایر کشورها خیلی کند و به سختی با صرف زمان زیاد انجام می‌شود. به هر حال اکنون که دولت جدید بر روی کار آمده است، امیدواریم بتواند این مشکل‌ها و سازمان‌ها را پویا کند.

چه سازمان‌هایی می‌توانند به افزایش کارایی شرکت‌های EMC یا مدیریت صادرات کمک کنند؟

باید به عرض ملت بزرگوار ایران برسانم که اخیرا ما توانستیم انجمن شرکت‌های مدیریت صادرات را با پیگیری‌های جناب آقای انزلچی و همکاران دیگر و همکاری کارشناس محترم سازمان توسعه تجارت سرکارخانم طهماسبی به ثبت برسانیم و جلسات آن به صورت مستمر در حال تشکیل شدن است و امیدواریم که این انجمن بتواند اهداف این شرکت‌ها را محقق و به توسعه روزافزون صادرات کمک شایانی کند. از تشکلهای دیگری که در امر صادرات میتوان از آن‌ها نام برد، معاونت علمی ریاست جمهوری است که در آنجا معاونت مرکز تعاملات بین‌المللی با ریاست جناب آقای قلعه‌نویی و معاونت ایشان آقای استیری در حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و تجاری کردن محصولات این شرکت‌ها و صادراتی کردن محصولاتشان کمک‌های خوبی می‌کنند و انشالله حتما باید تقویت شوند.

صندوق توسعه صادرات و تبادل فناوری و ریاست این مرکز آقای امانی از ارگان‌های فعالی هستند که با وجود کمبود بودجه توانستند کارهای خوبی را به ثمر برسانند و انشالله هر چه بیشتر بتوانند موفق باشند. باز در همین زمینه، می‌توان عرض کرد که در چند کشور دنیا مانند روسیه و کنیا خانه‌های علوم فناوری به نام آی‌هیت تاسیس شده و اخیرا آی‌هیت مرکزی تهران افتتاح شده است که آقای دکتر کریمی، ریاست این مرکز تاکنون به خوبی توانستند با شرکت‌های دانش‌بنیان در این زمینه و نمایش محصولات آن‌ها کمک کنند.

آقای گداری، ریزن ارمنستان و یا جناب آقای ربیع‌حوی، ریزن بازرگانی عراق از جمله ریزن‌ها فعال هستند. اما باید تعداد ریزن‌ها را افزایش دهیم چون در جنگ اقتصادی آنان افسران ما هستند که می‌توانند دلار وارد کنند. در این اوضاع ما به بهانه کمبود بودجه بیشتر ریزن‌ها را به کشور بازگردانديم.

هفتم: آنچه دست ما نیست تحریم‌هاست و آنچه دست ماست خودتحریمی که مساله جدی‌تری است، بعضی اقدامات را می‌شود برای بی اثر کردن تحریم‌ها انجام داد، اما صورت نمی‌گیرد که در یک جمله به قول مقام عظمی ولایت پیگیری

سید محمد حسینی : ما باید تعداد ریزن‌ها را افزایش دهیم چون در جنگ اقتصادی آنان افسران ما هستند که می‌توانند دلار وارد کنند. در این اوضاع ما به بهانه کمبود بودجه بیشتر ریزن‌ها را به کشور بازگردانديم

اقتصاد مقاومتی در این بخش راه حل مشکل است. همچنین می‌توان از نبود بستر مناسب و منظم حمل‌ونقل دریایی زمینی، مکانیسم‌های نامناسب مالیاتی و شفاف نبودن و قابل اتکا نبودن تشویقات دولتی برای صادرات نیز نام برد.

با توجه به این که شرکت زینو تجارت امین جزو سی شرکت منتخب سازمان توسعه تجارت به عنوان شرکت مدیریت صادرات قرار دارد، به نظر شما به عنوان مدیرعامل یک شرکت مدیریت صادرات آیا حمایت‌های نهادهای اجرایی از جمله سازمان توسعه تجارت و دیگر نهادها تاثیرگذار بوده است؟

همانطور که می‌دانید، سازمان توسعه تجارت در خط مقدم حمایت از شرکت‌های صادراتی حضور دارد و مصوبات خوبی را در حمایت از EMC ها و شرکت‌های مدیریت صادرات

ریسک‌های صادراتی ایران از گذشته تا امروز



بنگاه‌های اقتصادی به حدی است که به عنوان مثال وصول نشدن به موقع مطالبات از سمت طرف خارجی سبب ناتوانی فعالان اقتصادی داخلی در انجام تعهدات مالی و نهایتاً ورشکستگی خواهد شد که بی‌شک با مدیریت بهینه و بسترسازی مناسب، امکان به حداقل رساندن ریسک‌ها تحت عنوان مدیریت ریسک وجود دارد.

در دنیای امروز «صادرات» از جمله فعالیت‌های دارای ریسک است و یکی از نگرانی‌های فعالان اقتصادی، وجود ریسک‌های مختلف در فرایند صادرات است که کاهش نداشتن یا بی‌مدیریتی هر یک از ریسک‌های موجود، سبب وصول نشدن وجه کالا و اخلاف در روند صادرات و آسیب‌ها و ضررهای جبران‌ناپذیری خواهد شد. تاثیر ریسک‌های صادراتی بر بدنه

ارمنستان، گرجستان، بحرین و عمان رتبه ۶ را اخذ کردند. علاوه بر این کشورهای اردن، جمهوری آذربایجان، ترکیه و ازبکستان رتبه ۵، روسیه رتبه ۴ و قطر در رتبه ۳ قرار گرفته‌اند. همچنین کشورهای عربستان و امارات به عنوان کم‌ریسک‌ترین همسایگان ایران، رتبه ۲ ریسک اعتبار صادراتی را کسب کردند.

گزارش منتشر شده ۲۵ ژوئن ۲۰۲۱، رتبه ریسک اعتبار صادراتی ایران نسبت به گزارش ژانویه ۲۰۲۱ تغییری نداشته و در این بازه زمانی رتبه ایران ۷ بوده است. از دیگر کشورهایی که این رتبه را اخذ کرده‌اند می‌توان به عراق، سوریه، لبنان، افغانستان، پاکستان، یمن، ترکمنستان و تاجیکستان اشاره کرد. در همین گزارش کشورهای

در همین راستا سازمان همکاری و توسعه اقتصادی OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) سالانه به رتبه‌بندی کشورها بر حسب «ریسک اعتبار صادراتی» می‌پردازد و گزارش آن را تحت عنوان وضع ریسک اعتبار صادراتی کشورها منتشر و کشورها از رتبه ۱ تا ۷ تقسیم‌بندی می‌شوند. براساس

جدول شماره (۱) - رتبه‌بندی ریسک اعتبار صادراتی برخی از کشورها

رتبه ریسک اعتبار صادراتی	نام کشور
۷	ایران، عراق، سوریه، لبنان، افغانستان، پاکستان، یمن، ترکمنستان و تاجیکستان
۶	ارمنستان، گرجستان، بحرین و عمان
۵	اردن، جمهوری آذربایجان، ترکیه و ازبکستان
۴	روسیه
۳	قطر
۲	عربستان و امارات

منبع: گزارش ۲۵ ژوئن ۲۰۲۱ سازمان همکاری و توسعه اقتصادی

که براساس مدلی از سوی سازمان OECD انجام می‌شود دارای چندین زیربخش در دو بخش اقتصادی و سیاسی است که در جدول شماره (۲) به آن اشاره شده است.

با دو پله صعود، به رتبه ۴ رسیده است. طی سال‌های ۱۳۸۴ الی ۱۳۸۸ رتبه ایران به ۷ رسید و در دولت یازدهم به رتبه ۵ ارتقا یافت. ارزیابی شاخص ریسک اعتبار صادراتی کشورها

طی دو دهه گذشته رتبه ایران در شاخص ریسک اعتبار صادراتی دارای افت و خیزهایی بوده است. رتبه ایران در سال ۱۳۷۸ در ریسک اعتبار صادراتی ۶ بوده و در اواخر سال ۱۳۸۴

جدول شماره (۲) - معیارهای رتبه‌بندی ریسک اعتبار صادراتی

معیارها	شرح
قابلیت انجام تعهدات کشور دریافت‌کننده اعتبار، نسبت بدهی خارجی یا نسبت ذخایر خارجی و متغیرهای مالی یک اقتصاد، نسبت‌های بدهی به صادرات، نسبت‌های بدهی به GDP و نسبت‌های اقتصاد کلان مثل رشد اقتصادی، تورم، تراز بازرگانی و تراز مالی و...	اقتصادی
رابطه یک کشور با همسایگان خود و با کشورهای بزرگ، در معرض جنگ بودن، میزان درجه روابط کشور با دنیا، بدهکار بودن به کشورهای عضو موسسات اعتبار صادراتی و...	سیاسی

منبع: گزارش ۲۵ ژوئن ۲۰۲۱ سازمان همکاری و توسعه اقتصادی



به طور کلی «صادرات» ایجادکننده فرصت‌های تجاری مطلوب برای فعالان اقتصادی است که این فرصت‌ها همواره چالش‌ها و خطراتی را به همراه دارد. اگرچه محیط‌های ابررقابتی و فضای تجاری بین‌المللی امروز به طور مستمر در حال تغییر و تحول است و مولفه‌های گوناگون فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و... بر روی آن اثرگذار است، اما به منظور تشویق صادرکنندگان و فعالان اقتصادی به توسعه فعالیت‌های صادراتی و کاهش نگرانی‌های آنان در این زمینه و همچنین ارائه پوشش‌های لازم به آن‌ها در مقابل ریسک‌های سیاسی و تجاری، دولت‌ها دست به اقداماتی در زمینه مدیریت ریسک می‌زنند که این امر سبب هموارتر شدن مسیر تجارت بین‌الملل نسبت به گذشته شده است؛ اما با اینحال، همچنان ریسک‌های زیادی موجود است که برخی از مهم‌ترین آنان عبارتند از «ریسک سیاسی Political risk، ریسک قانونی Legal risk، ریسک قرنطینه Quarantine compliance risk، ریسک نرخ ارز Exchange rate risk، ریسک عدم پرداخت Non-payment risk، ریسک حمل و نقل Logistic risk».



صادرات ایران آغاز کرد.

این صندوق به پشتوانه حمایت‌های مالی دولت، علاوه بر پوشش ریسک‌های سیاسی و تجاری صادرات، با صدور انواع ضمانت‌نامه اعتباری، به تامین منابع مالی مورد نیاز صادرکنندگان نیز کمک می‌کند. هسته اصلی فعالیت صندوق ضمانت صادرات ایران، پوشش ریسک‌های سیاسی و تجاری خریداران کالاها و خدمات ایرانی است. به طور متناظر، ارزیابی ریسک بانک‌ها و دولت‌های خارجی، بخش دیگری از فعالیت صندوق است. در این راستا صندوق، همچون سایر موسسات در سراسر جهان به ارزیابی این ریسک‌ها می‌پردازد. با توجه به اینکه چشم‌انداز (VISION) این صندوق در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی دستیابی به جایگاه برترین، حرفه‌ای‌ترین و اثربخش‌ترین ECA در سطح منطقه آسیای جنوب غربی است و مأموریت آن نیز حمایت و

یکی از اقداماتی که دولت‌ها به منظور مدیریت چنین ریسک‌هایی انجام می‌دهند، ایجاد شرکت‌های بیمه اعتبار صادراتی است. به نقل از سایت «صندوق ضمانت صادرات ایران» این قبیل شرکت‌های بیمه عمدتاً وابسته به دولت و متکی به حمایت‌های مالی آن بوده و اغلب ریسک‌هایی را پوشش می‌دهند که معمولاً از سوی شرکت‌های بیمه تجاری قابل پوشش نیستند. در این راستا و به منظور تامین امنیت مالی صادرکنندگان ایرانی و در نتیجه توسعه موثر صادرات غیرنفتی کشور، صندوق ضمانت صادرات ایران با همکاری آنتکاد (کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل)، (UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development) به عنوان تنها شرکت دولتی بیمه اعتبار صادراتی وابسته به وزارت صنعت، معدن و تجارت در سال ۱۳۵۲ تاسیس شده است و فعالیت خود را تحت نظارت مرکز توسعه



صندوق ضمانت صادرات ایران
EXPORT GUARANTEE FUND OF IRAN

پشتیبانی از صادرات جمهوری اسلامی ایران از طریق: (الف) : بیمه و تضمین اعتبارات و سرمایه‌گذاری‌های مربوط به کالاها و خدمات صادراتی و (ب) : ایجاد تسهیلات و سرمایه‌گذاری لازم به منظور توسعه صادرات با کمترین هزینه و با استفاده بهینه از منابع موجود است، لذا انتظار می‌رود که شاهد عملکرد مناسبی در سال جاری باشیم.

افزایش صادرات غیر نفتی در گرو تغییرات اساسی



محمد لاهوتی : انتظارات ما از هر دولتی ثبات در قوانین، بهبود محیط کسب و کار، تضمین سرمایه‌گذاری و حمایت‌های لازم از حوزه صادرات و تولید با نگاه صادرات محور است و در این زمینه هم به نظر می‌رسد، دولت برنامه‌های خوبی دارد و انشالله افزایش صادرات محقق خواهد شد

نکته بعدی، تنوع بازار است که متأسفانه ما به توجه به تحریم‌ها با ۵ کشور بیشتر ارتباط مستقیم و عمده تجارت را نداریم که دلیلش همین تحریم‌ها است و چنانچه هدف گذاری ۱۵ کشور همسایه از سازمان توسعه تجارت به درستی اجرا شود، می‌تواند با افزایش بازارها افزایش تجارت خارجی هم رقم بخورد.

تقابل برنامه‌های صادراتی دولت و نحوه برخورد مجلس با بازگشت ارز را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

تقریباً می‌توان گفت مجلس هم در حوزه صادرات تعامل خوبی را با صادرکنندگان کشور دارد. کمیسیون اقتصادی مجلس به هر حال یکی از کمیسیون‌های مهم و تاثیرگذار در حوزه تجارت خارجی است که اهمیت و توجهش به صادرات بسیار زیاد است؛ اما خب به تازگی طرحی تحت عنوان جرم‌انگاری صادرکنندگان مطرح شد که متأسفانه مجدداً جو بی‌اعتمادی در جامعه صادرکنندگان ایجاد کرد و دغدغه‌ها را افزایش داد؛ اما خوشبختانه بلافاصله کمیسیون اقتصادی مجلس ورود کرد و موضوع مرتفع شد و همچنین دولت محترم هم به شدت با آن مخالفت کرد. بنابراین من خیلی فکر نمی‌کنم تضادی بین سیاست‌گذاری‌های مجلس و دولت وجود داشته باشد و همراهی قطعاً وجود خواهد داشت و در یک راستا خواهد بود.

انتظارات شما از دولت سیزدهم در راستای توسعه صادرات غیر نفتی چیست؟

انتظارات ما از هر دولتی ثبات در قوانین، بهبود محیط کسب و کار، تضمین سرمایه‌گذاری و حمایت‌های لازم از حوزه صادرات و تولید با نگاه صادرات محور است و در این زمینه هم به نظر می‌رسد، دولت برنامه‌های خوبی دارد و انشالله افزایش صادرات محقق خواهد شد.

ایران کشوری نفت خیز است که سال‌ها با درآمدهای نفتی گذران می‌کرد؛ اما پس از تحریم‌های سال ۱۳۹۷ رویکردهای صادراتی ایران تغییر کرد و باعث شد، سیاست‌ها به سمت افزایش صادرات غیرنفتی حرکت کند. این موضوع همراه با کاهش ارزش پول ملی این تفکر را ایجاد کرد که صادرات روندرو به رشدی خواهد داشت؛ اما رویکردهای بانک مرکزی در دولت دوازدهم اجازه این رشد را نداد؛ اما به تازگی با نگاه مثبت دولت سیزدهم صادرکنندگان به آینده صادرات کشور امیدوار شده و معتقدند با تغییراتی می‌توان افزایش صادرات را در دستور کار قرار داد.

رئیس جمهوری ارائه کردیم. اگرچه در جلسات نسبت به پیشنهادها تأیید ضمنی داده شد و در مواقعی هم در این زمینه دستوراتی صادر شد؛ اما متأسفانه در مقام اول بانک مرکزی به دلیل اینکه تمام اختیارات پیش از دولت سیزدهم در بانک مرکزی جمع شده بود، بانک مرکزی یک تنه جلوی همه اصلاحات را می‌گرفت و اجازه تغییرات را نمی‌داد و همین باعث شد که علیرغم افزایش نرخ ارز و کاهش پول ملی که در دنیا وقتی اتفاق می‌افتد، اولین جایی که رشد مثبت پیدا می‌کند، صادرات است؛ این مساله باعث شده ما در کشور شاهد کاهش چشمگیر صادرات غیرنفتی باشیم که شاید در دنیا بی‌نظیر بود؛ لذا برگشت ارز به چرخه اقتصادی یک الزام است و موضوعی است که نیاز کشور و درخواست به حق دولت است؛ اما در روش بازگشت ارز ما اختلاف نظرهای مختلفی داشتیم و هرگونه پیشنهادی دادیم، متأسفانه اجرا نشد. به نظر می‌آید با روی کار آمدن دولت سیزدهم و با ابلاغیه‌ای که در مهرماه صادر شد، دقیقاً موضوعاتی که ما در ۳ سال گذشته به آن اشاره داشتیم و پیشنهاد دادیم در این ابلاغیه دیده شده و امیدواریم با گذر زمان و اهتمام و جدیتی که خصوصاً دولت سیزدهم در بخش تسهیل‌گری تجارت خارجی دارد شاهد رونق و افزایش صادرات و افزایش درآمدهای ارزی باشیم.

با توجه به صحبت‌های وزیر صمت تنوع بخشی به بازارهای صادراتی در برنامه وجود دارد. آیا موارد یاد شده در برنامه‌های دولت جدید را کاربردی می‌دانید؟

به طور قطع تنوع صادراتی و افزایش بازارها ۲ مقوله مهم است. به این معنی که سبد صادراتی کالاهای ایران تقریباً به سمت کالاهای خام و نیمه ساخته بیشتر خود را نشان می‌دهد و حدود ۳۲۰ دلار تن میانگین ارزشی صادرات ایران است، در مقابل واردات کالاهای نیمه ساخته و واسطه تولید میانگین کمی کمتر از ۱۵۰۰ دلار است، یعنی نشان می‌دهد حتی با توجه به اینکه ما کالاهای واسطه تولید وارد می‌کنیم و کالای ساخته شده وارد نمی‌کنیم و همه واردات ما در خدمت تولید است، صادرات ما یک پنجم واردات کشور است. بنابراین این اصلاً قابل دفاع نیست و وزارت صنعت، معدن و تجارت در دستور کار خود قرارداده است که بتواند از کالای با ارزش افزوده بالا حمایت کند و با سیاست‌گذاری‌ها، جلوی خام فروشی و صادرات کالاهای کم ارزش گرفته شود؛ البته به شرط اینکه زیرساخت‌ها و شرایط تولید داخل آن فراهم باشد.

در این زمینه گفتگوی با محمد لاهوتی، رئیس کنفدراسیون صادرات اتاق ایران داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید:

به نظر شما صادرکنندگان نمونه نیاز به چه حمایت‌هایی دارند؟

نه تنها صادرکننده نمونه بلکه همه صادرکنندگان نیاز به حمایت‌های جدی از سوی دولت دارند که این حمایت‌ها در مرحله اول، ثبات در قوانین است و عدم تغییر شبانه قوانین در بحث تجارت جهانی نه فقط صادرات، بهبود محیط کسب و کار و اطمینان مجدد به سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در بخش تولید با محوریت صادرات که به هر حال واردات را هم در خود دارد؛ چراکه کالاهای واسطه‌ای تولید نیز در خدمت صادرات خواهند بود.

موانعی که طی سال‌های اخیر باعث شده تا صادرات با مشکلاتی مواجه شود را چه می‌دانید؟

از سال ۹۷ به بعد به دلیل تحریم‌های ظالمانه‌ای که اتفاق افتاد، دولت مجبور شد که یکسری سیاست‌هایی را پیاده‌سازی کند و دستورالعمل‌هایی را صادر کند که شاید خودش در دولت‌های قبل منتقد به آنها بود؛ اما با توجه به محدودیت منابع و کاهش چشمگیر فروش نفت چاره‌ای جز مدیریت منابع ارزی نبود که واردات را از طریق ثبت سفارش و محدودیت‌هایی که ایجاد کرد، بتواند کنترل کند و صادرات را هم با موضوع تعهد ارزی و بازگشت ارز به چرخه اقتصادی که از سال ۹۷ به بعد هم موفق شد، شرایط را تا حدودی کنترل کند و بتواند تراز تجاری کشور و تقاضای ارز را نسبت به نیازهای کشور مدیریت کند. ما نباید از این موضوع غافل شویم که بعد از آن شاید دومین سال است که کشور دارد با درآمدهای ارزی غیرنفتی اداره می‌شود و این یکی از موضوعات بسیار مهم است. گرچه اوضاع اصلاً مطلوب نیست و درآمدها بسیار کم است؛ اما با یک مقدار تغییر، امکان استفاده بیشتر از منابع صادرات غیرنفتی خواهیم داشت.

مشکلات ایجاد شده در راستای رفع تعهد ارزی یکی از موانعی است که اکثریت صادرکنندگان با آن مواجه شده‌اند. روند فعالیت بانک مرکزی در دو سال اخیر را چطور تحلیل می‌کنید و چه انتظاری از بانک مرکزی دارید؟

ما در سه سال گذشته پیشنهادهای مشخصی را به بانک مرکزی، وزارت صنعت، معدن و تجارت و معاون اول



مشورت با اهل فن؛ راهکاری مهم در توسعه صادرات

مهدی طباطبایی: در ۲ سال اخیر بانک مرکزی در حوزه صادرات از سیاستی پایدار پیروی نکرده و مکرر روش‌های تسویه ارزی را تغییر داده که این موضوع مشکل ناتوانی در برنامه‌ریزی را برای صادرکنندگان ایجاد کرده است

ماه ۹۹ اشاره کرد که با توجه به اینکه از نظر قانونی طی شرایطی محدودیتها نیز از سوی وزارت صمت مرتفع شده، اما هنوز عملیاتی نشده است.

با توجه به صحبت‌های وزیر صمت تنوع بخشی به بازارهای صادراتی در برنامه وجود دارد. آیا موارد یاد

شده در برنامه‌های دولت جدید را کاربردی می‌دانید؟
توسعه صادرات اصولاً نیاز به یک برنامه ریزی جامع شامل مطالعه و برآورد نوع کالا و میزان (با توجه به پتانسیل‌های موجود داخلی) در بازارهای هدف را دارد. در برنامه وزارت صمت در موضوع توسعه صادرات نکات کلی اشاره شده و اگر بخواهیم به هدف مطلوب برسیم لازم است، باید برنامه‌های ۱۰ ساله و گام به گام داشته باشیم که پیش‌نیاز آن، رفع مشکلات فعلی و مورد ملاحظه قراردادن نظرات بخش خصوصی واقعی و فعالان مستقل این حوزه است.

طی چند هفته اخیر مجلس قانونی برای بازگشت ارز خود را طی سه ماه به کشور باز نگردانند، جریمه ای معادل ۲ برابر میزان صادرات خود خواهند داشت که این موضوع در تقابل برنامه‌های صادراتی دولت مبنی بر رفع موانع صادراتی دارد. این مورد را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بنظرم با توجه به شرایطی که داریم و به جهت پیشگیری از هر تصمیم یا نظری که منجر به آسیب رسیدن به صادرات شود یا فعالان این حوزه را دچار تشویش کند با صاحب نظران مشورت شود، گاهی برخی اظهارنظرها به علت بی‌اطلاعی از کم و کیف اجرا و فرایند صادرات است.

در پایان انتظارات شما از دولت سیزدهم در راستای توسعه صادرات محصولات غیرنفتی چیست؟

می‌خواهم در یک جمله پاسخ دهم؛ با نگاهی به کشورهایی که توانستند ظرف یک دهه به موفقیت‌های بزرگ اقتصادی دست پیدا کنند می‌توان گفت: این کشورها، مشورت دولت و نهادهای تصمیم‌گیر با اهل فن حوزه صادرات و تصمیم‌سازی با لحاظ کردن خواسته‌های فعالان این حوزه را رأس کارهای خود قرار داده اند.

مشکلات ایجاد شده در راستای رفع تعهد ارزی یکی از موانعی است که اکثریت صادرکنندگان با آن مواجه شده‌اند. روند فعالیت بانک مرکزی در دو سال اخیر را چطور تحلیل می‌کنید و چه انتظاری از بانک مرکزی دارید؟

همانطور که در بالا اشاره شد، موضوع پیمان سپاری ارزی یکی از مسائلی است که در سالهای اخیر اشکالات زیادی در مسیر صادرات ایجاد کرده است. عدم توجه به شرایط بخش محصولات غیرنفتی و یکسان دیده شدن این بخش با صادرات محصولات پتروشیمی و فراورده‌های

توسعه صادرات اصولاً نیاز به یک برنامه‌ریزی جامع شامل مطالعه و برآورد نوع کالا و میزان (با توجه به پتانسیل‌های موجود داخلی) در بازارهای هدف را دارد

آن از جمله مواردی است که مشکلاتی را برای صادرات محصولات غیرنفتی ایجاد کرده است؛ چراکه هزینه‌ها و قیمت تمام شده محصولات غیرنفتی بسیار متفاوت است. لذا امکان فروش ارز با نرخ عرضه پتروشیمی‌ها میسر نیست و صادرکننده را دچار زیان می‌کند. از طرفی عدم اجرای بخشنامه‌ها و مصوبات اخیر که به این بخش کمک می‌کند مانند چند مصوبه اخیر که به صراحت بر واردات در مقابل صادرات تاکید می‌کند، توجیه اقتصادی صادرات غیرنفتی را از بین برده است و هیچگونه تخصیص ارزی که متناسب با میزان صادرات و پاسخگوی عرضه ارز محصولات غیر نفتی باشد هم صورت نگرفته است. بنظر من در ۲ سال اخیر بانک مرکزی در حوزه صادرات از سیاستی پایدار پیروی نکرده و مکرر روش‌های تسویه ارزی را تغییر داده که این موضوع مشکل ناتوانی در برنامه‌ریزی را برای صادرکنندگان ایجاد کرده است. برای نمونه میتوان به ممنوعیت واردات در مقابل صادرات را از اواخر خرداد

از زمانی که تحریم‌های ثانویه آغاز شد، دولت تلاش کرده است با وضع قوانین متعدد شرایط بازگشت ارز حاصل از صادرات و روند توسعه بازارهای صادراتی را در دستور کار خود قرار دهد؛ اما همیشه جای مهمترین گزینه یعنی مشورت با اهل فن حوزه صادرات خالی بوده است. دولت پس از تصمیم‌گیری‌های خود و پس از اعتراض‌هایی از گوشه و کنار حوزه صادرات تازه به دنبال نظرات بخش خصوصی می‌رود که این باعث به تعویق افتادن روند صحیح فعالیت در این حوزه میشود. در این راستا گفتگویی با مهدی طباطبایی، مشاور عالی کنفدراسیون صادرات داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید؛

به نظر شما، در شرایط کنونی صادرکنندگان نمونه باید از چه حمایت‌هایی برخوردار شوند؟

بطور کلی نیازهای حمایتی برای صادرکنندگان نمونه یا غیر نمونه برخورداری از حمایت‌های دیپلماتیک اقتصادی از جانب سفارتخانه‌ها و اختصاص دادن نیروی آگاه در سفارتخانه‌های بازارهای هدف صادراتی و همچنین تدوین بسته‌های حمایت از صادرات به شکلی که اولاً صادرکننده تأثیر آن را در روند صادرات خود مفید ببیند و دوماً میزان اعتبار تخصیصی متناسب با میزان صادرات پیش‌بینی شده باشد و زمان تخصیص آن نیز لازم است در پایان هر سال برای سال آینده مشخص باشد تا تأثیر آن بر توسعه صادرات هر بنگاه ممکن باشد.

با توجه به اینکه در سالهای اخیر بارها از صادرکنندگان به نام کشور شنیده ایم که با توجه به شرایط کنونی کشور دیگر صادرات صرفه اقتصادی ندارد؛ مشکلات و موانع یاد شده را در چه مواردی می‌دانید؟

مشکلات سالهای اخیر همواره اشاره شده که اگر بخواهیم به صورت تیتروار به آنها اشاره کنیم می‌توان گفت: عدم دسترسی به خدمات بین‌المللی بانکی، نبود خدمات حمل و نقل منظم چه دریایی چه جاده‌ای و غیره، بالا بودن هزینه‌های حمل از یک طرف و از طرف دیگر مقررات داخلی وضع شده مانند: پیمان سپاری ارزی به عنوان بارزترین موانع قابل اشاره است.

خط بزرگ نمایندگان مجلس در مورد صادرات



سالهاست صادرکنندگان با سختی های تجارت در تحریم ها دسته و پنجه نرم می کنند و حالا دولت جدید با طرح های اولیه خود نوری بر حوزه صادرات تابانده و طی هفته های اخیر، مشوق هایی را برای رونق صادرات ابلاغ کرده است، اما همزمان در مجلس طرحی دست به دست می شود که بر اساس آن صادرکنندگانی که ارز حاصل از صادراتشان را طی مدت ۳ ماه برنگردانند، مجازات شوند. این طرح که از آن به عنوان «جرم انگاری عدم بازگرداندن ارز حاصل از صادرات»، یاد می شود، حاکی از این است که طراحان به دنبال تعیین جریمه و مجازات حبس برای عدم بازگشت ارز صادراتی به کشور هستند.

در این راستا و به بهانه روز ملی صادرات سراغ جمشید نفر، دبیر کنفدراسیون صادرات اتاق ایران رفتیم، مشروح گفتگوی ما را در ادامه می خوانید.

جناب آقای نفر روز ملی صادرات است و در این روز طبق روال هر سال صادرکنندگان برتر سال گذشته اعلام می شوند. به نظر شما صادرکنندگان برتر نیاز به چه حمایت هایی دارند؟

به نظر من، هر نیازی که صادرکننده نمونه داشته باشد، همه صادرکنندگان به آن احتیاج دارند. چراکه بالاخره آن صادرکننده نمونه نیز از نقطه صفر شروع کرده و به مرور زمان از حمایت هایی برخوردار شده و به موفقیت رسیده اند؛ بنابراین نسل جوان ما که حتما خوش فکرتر بوده و با فناوری روز دنیا ارتباط بیشتری دارند، بسیار بیشتر می توانند به صادرات کمک کنند و باید از این حمایت ها بهره ببرند. به نظر من، در ارتباط با صادرکننده نمونه باید یک فضای اطلاعاتی توسط رسانه ها ایجاد شود تا با یک به یک آنها مصاحبه شود و این افراد راز موفقیت خود را ارائه کنند و راز موفقیت ایشان می تواند یک نقشه راه برای صادرکنندگان بعدی باشد.

بزرگترین موانع صادرات طی سالهای اخیر را چه می دانید؟

به طور اساسی بزرگترین موانع در مسیر صدور بخشنامه ها برای صادرکنندگان ایجاد شده و مهم ترین آنها تعهد ارزی و نحوه رفع تعهد ارزی است که در سال های گذشته لطمه بسیاری به صادرات ما وارد کرده است. این در حالی است که قیمت ارز در این سال ها میان ۷ تا ۱۰ برابر افزایش پیدا کرد؛ اما ما با کاهش ۱۰ درصدی صادرات مواجه بودیم. عدم توجه به مشورت ذی نفعان یعنی صادرکنندگانی که تجارب بسیار خوبی در امر صادرات دارند باعث صدور بخشنامه های متعارض و متناقض با یکدیگر شده است.

با توجه به صحبت های وزیر صمت تنوع بخشی به بازارهای صادراتی در برنامه وجود دارد. آیا موارد یاد شده در برنامه های دولت جدید را کاربردی می دانید؟

بله مشکل اصلی همانطور که عرض کردم نحوه رفع تعهد ارزی بود؛ چراکه من معتقدم چه پیمان سپاری ارزی اتفاق بیفتد و چه اتفاق نیفتد، تمام صادرکنندگان ارز خود را به کشور وارد می کنند؛ چراکه در این روند یک چرخه وجود دارد و اگر حاصل خروجی یک شرکت صادراتی دوباره تبدیل به پول

جمشید نفر: انتظاری که ما از دولت سیزدهم داریم، این است که به پیشنهادها و توصیه های ذی نفعان بخش خصوصی توجه ویژه داشته باشند

و کالای صادراتی نشود و دوباره از سازمان خارج نشود، این سازمان نمی تواند به فعالیت خود ادامه دهد و حتما ضرورت دارد برای تداوم حیات این پول ها بازگردد. منتهی ما باید عدم بازگشت ارزی که توسط آقایان بیان می شود را آسیب شناسی کنیم؛ در عمل باید گفت اتفاقی که اینجا رخ می دهد این است که ارز به کشور بازگشته اما نه از کانالی که مورد تایید بانک مرکزی بوده است. من اعتقاد ندارم که همه مشکلات کشور را فقط صادرکنندگان باید حل کنند، قوانین صحیح و مبتنی بر تشویق و نه تنبیه است که می تواند کمک کند تا تمام صادرات از مسیری که بانک مرکزی خواهان آن است، بازگردد.

من با برنامه های دولت جدید موافق هستم چراکه ما تا امروز همیشه فکر می کردیم کالاهایی که اضافه داریم باید صادرکنیم؛ در حالی که ما باید تنوعی به بازارهای صادراتی

خودمان بدهیم و از همه مزیت های خودمان استفاده کنیم تا به اعداد و ارقام بالاتری برسیم.

تقابل برنامه های صادراتی دولت و نحوه برخورد مجلس با بازگشت ارز را چگونه ارزیابی می کنید؟

به نظر من این خط بسیار بزرگی بود که مجلس انجام داد و کاملا نشان داد که مجلس متوجه نیازهای مردم نیست؛ چرا که اگر چرخ اقتصاد به چرخش درآید و مشکل اشتغال در کشور حل شود، بسیاری از این نمایندگان محترم متوجه این موضوع خواهند شد که چقدر از مشکلات استان و شهری که وکالتش را بر عهده گرفته اند، حل خواهد شد. اینکه نمایندگان مجلس در این شرایط سخت صادرکنندگان را تهدید کنند در حالی که در کشوری زندگی می کنیم که سفته بازی بیشترین درآمد را دارد و سرمایه ها را از تولید و صادرات بیرون می کند، امری خطا است. من فکر می کنم، حاکمیت باید با این گونه نمایندگان برخورد بسیار جدی داشته باشد.

انتظارات شما از دولت سیزدهم در راستای توسعه صادرات غیر نفتی چیست؟

انتظار من نه از این دولت بلکه از همه دولت ها این است که از همه ظرفیت های مردمی در هر قشر و هر جایی که هستند، استفاده کنند. ما اگر ۸ سال دفاع مقدس خود را به عنوان یک برگ طلایی در تاریخ کشورمان داشته باشیم، هیچ کس نمی تواند انکار کند که این موفقیت حاصل یک مطالبه همگانی بوده است؛ چه کسی که وزیر بوده، چه معاون وزیر و ... تا مردمی که علیرغم جایگاه پایین تر خود سهم بیشتری داشتند. مردم عادی که بزرگترین سرمایه هایشان یعنی بچه هایشان را به جنگ فرستادند و از آنها خواستند با رشادتهای جلوی دشمن را بگیرند. انتظاری که ما از دولت سیزدهم داریم، این است که به پیشنهادها و توصیه های ذی نفعان بخش خصوصی توجه ویژه داشته باشند.



مدیرعامل مجتمع صنایع فناوری
پلاستیک سپاهان:

به دلیل کاهش ثبات اقتصادی نتیجه حجم صادرات متناسب با تلاشمان پیش نرفت

سال ۱۳۸۴ سنگ بنای یکی از پیشرفته‌ترین مجتمع‌های صنعتی ایران در شهرک صنعتی نجف‌آباد از توابع استان صنعتی اصفهان به نام مجتمع صنایع فناوری پلاستیک سپاهان گذاشته شد و هدف بنیادین این گروه صنعتی به گفته مهندس حمید مرادی، مدیرعامل کارآفرین این مجتمع فقط در یک جمله خلاصه می‌شود: «خانه و ساختمان خود را با فناوری پلاستیک سپاهان، استاندارد بسازید».

مرادی تأکید می‌کند: این نخستین شرکتی است که تمامی محصولات آن بر اساس استانداردهای ملی ایران تولید می‌شود.

با این فعال اقتصادی و صنعتی گفت‌وگو کرده ایم که در زیر شرح آن آمده است:

در سال ۹۵ شما به عنوان صادرکننده برتر انتخاب شدید، دلیل برتری شما در آن سال چه بوده و آیا در سال‌های بعد همان مسیر را ادامه داده‌اید؟

این شرکت در سال ۹۵ به عنوان صادرکننده برتر کشوری و در سال‌های ۹۳، ۹۴، ۹۵، ۹۶، ۹۸ و ۹۹ به عنوان صادرکننده نمونه استانی انتخاب شده است. این شرکت همواره ۲ نگاه کاملاً موازی به بازار داخلی و بازار صادراتی را در استراتژی فروش خود تعیین نموده است تا آزمایشی هر کدام به طور جداگانه بهره‌مند شده و پوشش‌دهنده کاستی‌های یکدیگر باشند. علاوه بر این ارز آوری صادراتی در زمینه محصولات نهایی از اهمیت ویژه‌ای در اقتصاد کشور برخوردار می‌باشد و این شرکت به این موضوع کاملاً واقف است و با توجه به محصولات نوآورانه ما مزیت نسبی مناسبی را در موفقیت صادراتی داشته ایم. اما در سال ۹۵ بدلیل ثبات اقتصادی نسبی که وجود داشت فرصت ویژه‌ای جهت فعالیت‌های صادراتی بوجود آمده بود که در استفاده کامل از این فرصت تمام تلاش خود را بکار گرفتیم و نتیجه آن نیز صادرات موفق تر و نمونه در سطح کشوری نسبت به سالهای دیگر بوده است؛ اما پس از آن بدلیل کاهش ثبات اقتصادی و تأثیر آن در بازارهای هدف ما، امکان رسیدن به آن حجم صادرات دیگر میسر نشد. هر چند تلاشمان در این خصوص افزایش چشمگیری داشت

اما متأسفانه نتیجه متناسب با تلاش جلو نرفت. استفاده از محصولات شما را از یک انتخاب به یک ضرورت بدل کرده است با توجه به بازار بزرگ داخلی چرا به دنبال صادرات بوده اید؟

همانطور که در سوال قبل نیز اشاره نمودم صادرات با توجه به گستردگی بازار آن، ارز آوری و ثبات بیشتر آن نسبت به بازار ایران، جداگانه از بازار داخلی قابل توجه

مرادی: مزیت ما نسبت به چین، کیفیت بسیار بالاتر و همچنین دسترسی سریعتر و ساده‌تر بخصوص در بازار منطقه می‌باشد. همچنین نسبت به ترکیه قیمت مناسب‌تر و محصولات نوآورانه حاصل فعالیت‌های تحقیق و توسعه شرکت برگ برنده ما در رقابت با این کشور می‌باشد

می‌باشد و استراتژی این شرکت نیز همواره در دنبال کردن بازار داخلی و بازار صادراتی به صورت موازی تعیین شده است. بزرگترین رقبای شما در بازارهای خارجی چه کشورهایی هستند و شما در مقایسه با آنها از چه مزیت‌هایی برخوردارید؟

بزرگترین رقبای ما در صنعت محصولات ساختمانی از جنس یو پی وی سی کشورهای چین و ترکیه هستند. مزیت ما نسبت به چین، کیفیت بسیار بالاتر و همچنین دسترسی سریعتر و ساده‌تر بخصوص در بازار منطقه می‌باشد. همچنین نسبت به ترکیه قیمت مناسب‌تر و محصولات نوآورانه حاصل فعالیت‌های تحقیق و توسعه شرکت برگ برنده ما در رقابت با این کشور می‌باشد.

واحد تحقیق و توسعه در کارخانه شما چقدر از اهمیت برخوردار بوده و چه دستاوردهایی داشته است؟

ما همواره به تحقیق و توسعه به عنوان یکی از مهمترین ارکان شرکت و موتور حرکت رو به جلو نگاه کرده‌ایم. و هزینه‌های بعضاً زیاد تحقیق و توسعه را با نگاه سرمایه‌گذاری پرداخت نموده ایم. لذا همین نگاه باعث

پویایی این واحد و ارائه محصولات جدید و نوآورانه در سطح جهانی شده است که به مزیت رقابتی مهمی در بازارهای صادراتی و نیز بازار داخلی بدل شده است. استفاده از تکنولوژی (Hotmelt) در تولید پروفیل‌های در و پنجره رنگی و نیز رسیدن به عدم تغییر رنگ پروفیل در مقابل نور خورشید در دراز مدت به کمک بکارگیری تکنولوژی نانو در سطح پروفیل، تولید محصولات پلی وود با فرمولاسیون اختصاصی و درصد چوب بالا، برای اولین بار استفاده از تکنولوژی هات ملت در تولید نمای خارجی وینیل سایدینگ با طول عمر بالا به عنوان پرطرفدارترین نمای کشورهای توسعه یافته از جمله آمریکای شمالی از جمله آخرین دستاوردهای واحد تحقیق و توسعه ما بوده است. همچنین ارائه محصول با کیفیت بالا و قیمت مناسب که شعار ما در ارائه کلیه محصولات بوده است قطعاً حاصل تلاش‌های این واحد می‌باشد.

انتظار شما از دولتمردان دولت سیزدهم در رابطه با توسعه صادرات چیست؟

با توجه به آنکه پروسه‌ی صادرات از زمان تحقیق بازار، انتخاب محصول، مطابقت محصول با نیاز بازار هدف، تولید، بازاریابی و نهایتاً فروش یک روند زمانبر و دراز مدت است نیازمند ثبات اقتصادی به عنوان بدیهی‌ترین اصل می‌باشد. چرا که در بسیاری از موارد تحقیق بازار صادرات براساس شاخص‌های اقتصادی و قوانین صادراتی وقت صورت می‌پذیرد و نتایج حاصل می‌شود که مراحل بعدی و هزینه‌های گزافی را به دنبال خواهد داشت به امید رسیدن به هدف نهایی یعنی فروش. اما در میانه‌ی راه یا حتی پس از شروع صادرات به یکباره شاخص‌های اقتصادی مفروض و یا قوانین صادراتی دچار تغییر گشته و تمام معادلات را بر هم می‌زند. لذا وظیفه‌ی اصلی دولت در این مسیر ایجاد ثبات در شاخص‌های اقتصادی داخلی از جمله قیمت ارز و قیمت مواد اولیه و قوانین تجارت خارجی می‌باشد. در صورتیکه دولت همین مهم را به خوبی اجرا کند مابقی راه به بهترین شکل توسط بخش خصوصی انجام خواهد پذیرفت.



مدیرعامل شرکت زعفران سافرون سافرون: فرستادن پیاز زعفران به افغانستان، خیانت بزرگی به صنعت زعفران ایران است

مدیرعامل شرکت زعفران سافرون می‌گوید: «کشت زعفران در افغانستان تهدید بزرگی برای بازار زعفران ایرانی است. افغانستان اکنون سالانه هفت تن زعفران تولید و مقدار زیادی هم از ایران وارد و به نام زعفران افغانستان صادر می‌کند و چون تحریمی علیه آن کشور وجود ندارد این زعفران را به بازارهای آمریکا و هند می‌فرستند. اینگونه می‌شود که بزرگترین خریداران زعفران ایرانی به صورت غیرمستقیم، آمریکا و هند می‌شوند که از طریق اسپانیا و افغانستان آن را تهیه می‌کنند.»

به افغانستان قاچاق می‌شود و کسی جلوی آن را نمی‌گیرد، به‌زودی آن‌ها رقیب ما می‌شوند؛ چراکه خاک بکر، آب فراوان و نیروی کار ارزان قیمت دارند.

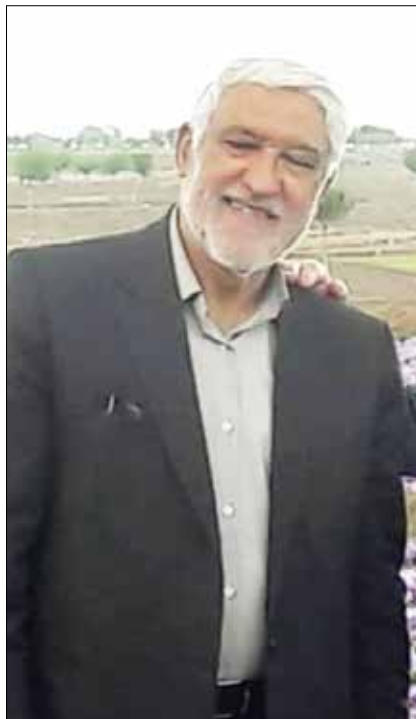
دلایل موفقیت شما به عنوان یک صادرکننده برتر از نگاه خودتان چه بوده است؟
ابتدا بگویم که این موفقیت نسبی است و شرکت‌های دیگر هم به خوبی مشغول فعالیت در این زمینه هستند. می‌توانم از پشتکار و سرمایه به عنوان دو عامل در حصول این موفقیت نام ببرم. همکاران ما شبانه‌روز تلاش کردند، برای بسته‌بندی، مقوا و کارتن و لیبل اهمیت زیادی قائل شدند و وقت زیادی گذاشتند. همچنین تلاش بی‌وقفه بخش بازرگانی که مسلط به زبان‌های گوناگون هستند، برای بازاریابی و برپایی نمایشگاه

صنعت است. از سوی دیگر کسانی که پیاز زعفران را به افغانستان فرستادند نیز واقعا خیانت بزرگی به این صنعت و کشور کردند. افغانستان اکنون سالانه هفت تن زعفران تولید و مقدار زیادی هم از ایران وارد و به نام زعفران افغانستان صادر می‌کند و چون تحریمی علیه آن کشور وجود ندارد این زعفران را به بازارهای آمریکا و هند می‌فرستند. اینگونه می‌شود که بزرگترین خریداران زعفران ایران به صورت غیرمستقیم آمریکا و هند می‌شوند که از طریق اسپانیا و افغانستان آن را تهیه می‌کنند. دولت‌های قبلی با وجود روابطی که با هند دارند، نتوانستند آن‌ها را قانع کنند که زعفران ما را مستقیم از خودمان بخرند. این تهدیدی برای ماست؛ چراکه زعفران ما را به نام خودشان در بازارهای جهانی عرضه می‌کنند و متأسفانه همچنان پیاز زعفران

حبیب معصومیان، مدیرعامل شرکت زعفران سافرون سافرون در گفت‌وگو با عصر اقتصاد به بیان مشکلات و توانمندی‌های این صنعت در اقتصاد کشور پرداخت.

آیا کشت زعفران در افغانستان می‌تواند، تهدیدی برای بازار زعفران ایران محسوب شود؟ چه راهکاری توصیه می‌کنید؟

به شدت. اول این نکته را بگویم، با وجود اینکه زعفران کشت بومی خراسان (جنوبی و رضوی) است و در این مناطق خشکسالی وجود دارد، کشت محصول کم‌آب‌بری مثل زعفران شغل اصلی مردم این منطقه است؛ اما بعضی از دولت‌ها و مسئولان جهاد کشاورزی آن‌ها از همدان و آذربایجان حمایت‌های مالی بلاعوض کردند تا بتوانند زعفران کشت کنند و این خیانت مسئولان در حق این



شرکت‌های خارجی به ما کمک کنند نه به آن‌ها نیاز داریم. تنها تفاوت ما با آن‌ها این است که به خوبی حمایت می‌شوند و ماشین‌آلات دارند در حالی که ما تجربه فوق‌العاده‌ای داریم که در صورت حمایت می‌توانیم به خوبی از آن‌ها جلو بزنیم. حمایت از آن‌ها اینگونه است که به طور مثال وقتی یک شرکت اسپانیایی از ایران زعفران صادر می‌کند، دو درصد مالیات می‌دهد؛ اما یک درصد آن را برمی‌گردانند و یا اینکه وام‌ها در عرض چند ساعت برای آن‌ها فراهم می‌شود. در صورتی که دولت‌های قبلی ما برای شرکت‌ها هیچ‌کاری انجام ندادند و باعث به وجود آمدن مشکلات زیادی به خصوص برای شرکت‌های زعفرانی شدند. اگر حمایت شویم مطمئن باشید از نظر ملزومات، ظروف بسته‌بندی، دانش و تکنولوژی ما خیلی بالاتر از آن کشورها هستیم.

انتظار شما از دولت سیزدهم در زمینه حمایت از صادرات چیست؟

متأسفانه دولت‌های قبلی جز نابودی صنعت و صادرات خصوصاً زعفران کار دیگری انجام ندادند. امید تمام صادرکنندگان پس از خدا به همین دولت است. انتظار ما از دولت جدید این است که تیم‌هایی را با افراد آگاه به مشکلات و کارشناس تشکیل دهند که به شهرک‌های صنعتی بروند و با واحدهای تولیدی درباره مشکلات بانکی، سرمایه‌گذاری و بیمه و آن‌ها حرف بزنند. شرکت‌های ما از نظر نحوه صادرات، برگرداندن پول و دانش فنی و فرآوری مشکلی ندارد و تنها این نبود درک و توجه و حمایت دولت‌ها از وضع تولید و صادرات خصوصاً در صنعت زعفران است که ما را عذاب می‌دهد.

برای بسته‌بندی محصولات خود برای بازار جهانی موفق شدید از فناوری شرکت اسپانیایی شریک خود استفاده کنید؟

اول اینکه این شرکت زعفران سافرون سافرون است که با شرکت زعفران گلوبال بین‌المللی (دولیتی) همراه است. تاسیس آن شرکت، ساخت کارخانه و ماشین‌آلات برای بسته‌بندی زعفران نبوده است. مساله مهم دیگر اینکه اسپانیا شریک و رقیب سرسختی ماست و نه اسپانیا که هیچ کشور دیگری دانش فنی خود را به کشور ما نمی‌آورد، زیرا ما رقیب قدری برای آن‌ها می‌شویم و قطعاً بازار را از دست آنان در می‌آوریم. متأسفانه تعداد زیادی از همکاران ما با رشوه دادن و دادن هر کیلو زعفران خام با کیلویی ۱۵۰-۱۰۰ دلار سعی می‌کنند، شرکت‌های داخلی را محدود کنند. ما شرکتی هستیم که دانش فنی و تیم R&B بسیار قوی داریم و جزو اولین شرکت‌ها هستیم که در زمینه بسته‌بندی و فرآوری به بازارهای جهانی ورود کردیم و مجوزهای آن شرکت‌ها را گرفتیم، به عنوان مثال مجوز سازمان غذا و داروی آمریکا به نام FDA را گرفتیم و محصولاتمان را به کانادا و اروپا نیز صادر می‌کنیم.

رقابت سختی با اسپانیایی‌ها در بازار جهانی داریم. اگر آن‌ها از سوی دولتشان حمایت نشوند، قطعاً نمی‌توانند با ما رقابت کنند؛ چراکه بالعکس ما هزینه‌هایشان بسیار بالاست. حقیقتاً بسته‌بندی‌های شرکت‌های ایرانی یک سر و گردن صادر می‌کنیم.

حبیب معصومیان: در نتیجه ما نه انتظار

داریم شرکت‌های خارجی به ما کمک کنند

نه به آن‌ها نیاز داریم. تنها تفاوت ما با آن‌ها

این است که به خوبی حمایت می‌شوند

و ماشین‌آلات دارند در حالی که ما تجربه

فوق‌العاده‌ای داریم که در صورت حمایت

می‌توانیم به خوبی از آن‌ها جلو بزنیم

بالاتر از شرکت‌های اروپایی است و محصولات به زبان‌های اسپانیولی، فرانسوی، انگلیسی، هندی و عربی و با استانداردهای بالا عرضه می‌شوند. بنابراین آن‌ها چیزی به ما یاد نمی‌دهند و به خصوص این شریک اسپانیایی نیز جز زحمت و بهره‌برداری از محصولات ما هیچ کار دیگری انجام نداده است.

شرکت‌های ما هر چه دارند از خودشان دارند و در پی تلاش‌های تیم R&B که بازار را گسترش می‌دهند، است که از ترکیه گرفته تا کانادا نمایندگی داریم و شرکت‌های رقیب ما نیز در داخل تمام این تلاش‌ها را می‌کنند. در نتیجه ما نه انتظار داریم

در اروپا و کانادا و سفارش‌گیری محصولات برای عرضه به بازارهای جهانی منجر شد به اینکه بتوانیم سهمی از بازار را به دست بیاوریم که البته کم است؛ اما به هر حال ما سهم خود را با آگاهی از بازارهای جهانی و تقاضای موجود انجام دادیم بقیه آن به فهم دولت‌ها از اهمیت صادرکنندگان و درک آن‌ها برای حمایت و همراهی ما مربوط می‌شود.

با توجه به تغییرات گسترده بازار زعفران در سال‌های اخیر و ورود این محصول به تجارت الکترونیک شرکت شما برای تطبیق با این اوضاع چه اقداماتی انجام داده است؟

این تغییرات تنها مربوط به بازار داخلی نیست و علاوه بر آن نوع فرآوری هم فرق کرده است. امروزه زعفران فقط به سلطان ادویه معروف نیست. ترکیبات بسیار مهمی دارد که آن را در جهان تبدیل به محصولی پر استراتژیک کرده است. پاندمی کرونا عامل موثری برای این شد که مردم دیگر زعفران را به صورت فله‌ای و از مارکت‌ها تهیه نکنند و رو بیاورند به خرید بسته‌بندی‌های کوچک و گرمی از شرکت‌های تولیدی مثل ما که ۲۵ سال سابقه در زمینه تولید، فرآوری و بسته‌بندی داریم. در نتیجه ما نیز با این تجارت الکترونیک همراه شدیم و آن را گسترش دادیم، حتی برای مشتریان محدود داخلی نیز این کار را انجام دادیم. از سوی دیگر زمینه‌های دیگر نرم‌افزاری را هم تقویت و از نیروهای متخصص استفاده کردیم.

مطلوبیت مورد نظر مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی نیز از نظر طرح، بسته‌بندی و اوزان و سایر مشخصات زعفران در نظر گرفتیم و در این زمینه مانند سایر همکاران سرمایه‌گذاری کردیم و راضی هستیم؛ اما این کافی نیست؛ چراکه ما بیش از ۹۳ درصد تولید زعفران جهان را در دست داریم؛ اما به این اندازه از آن سهم نمی‌بریم. ما شرکت‌ها باید تلاش کنیم که به همراه مساعدت دولت و مجلس سهم بیشتری در خور میزان تولیدمان از بازار جهانی به دست بیاوریم.

زعفران تولید عمده ایران و پس از نفت، دومین صنعت بسیار مهم ارزآور و اشتغال‌زا کشور است. افراد زیادی به همراه شرکت‌های صادراتی شبانه‌روز مشغول به کار هستند؛ اما تنها این تلاش‌ها کافی نیست، دولت باید برنامه‌ریزی کند و به وسیله رسانه‌ها به مردم آموزش دهد که زعفران دارای برند با استاندارد و نشان سیب سلامت و مجوز را تهیه کنند.

مسئولان اتحادیه صادرکنندگان و دولت باید بیشتر به این موضوع توجه کنند و همکاری گسترده، منطقی و حرفه‌ای با صادرکنندگان داشته باشند. متأسفانه شرکت‌های صادراتی خصوصاً در حوزه زعفران خیلی تنها هستند و مشکلات زیادی در حوزه بانکی، اداری، کارگری و سرمایه‌گذاری با حمایت بسیار کم وجود دارد.



مدیر عامل شرکت بیسکویت آوند: هدف ما افزایش سهم بیشتر صادرات به کشورهای هدف است

قیمت دلار در ایران را در برابر برندهای ترک تقلیل داده و قیمت‌های آنها را نیز بسیار مناسب و رقابتی کرده است.

ذائقه‌سازی و یا همگامی با ذائقه مصرف‌کنندگان در بازارهای صادراتی؛ کدام روش را شما در دستور خود دارید؟

ارتقا کیفیت و ایمنی غذایی و مشتری مداری از طریق ارتباط با نمایندگان و مشتریان و بررسی سلیق و ذائقه مشتریان بازارهای هدف. مثلاً سلیقه مشتری در طعم، رنگ، طرح و بسته‌بندی محصولات در نمایشگاه‌ها و سفر به بازارهای هدف و مذاکرات بی‌توبی بررسی و لحاظ می‌شود، همچنین از طریق فناوری اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی و سایت شرکت نگین عسل و کلیه کانال‌های ارتباطی (حتی پیامک ارتباط با مشتریان درج شده روی جعبه محصول) این امر صورت می‌گیرد.

با توجه به مشکلات تامین آرد مناسب، شما در زمینه حفظ کیفیت محصولات صادراتی خود چه اقداماتی را انجام می‌دهید؟

با تامین‌کننده‌های معتبر و شناخته شده در زمینه مواد اولیه و آرد تعامل داریم. در آزمایشگاه‌های تخصصی شرکت بیسکویت آوند آزمون‌های مختلف و مرتبط با آرد از جمله اندازه ذرات، اسیدیته، گلوتن و... انجام شده و پس از اخذ مجوز از واحد کنترل کیفی شرکت اقدام به تخلیه و بازرسی مواد اولیه انجام می‌شود. از خمیر تولیدی هم نمونه‌های آزمایشی گرفته شده و طبق استانداردها و آزمایشات مربوطه در جهت حفظ و ارتقا کیفیت محصول کوشا هستیم.

روکش شکلات و راه‌اندازی خط جدید کوکی‌های مغذارد در جهت توسعه و تنوع محصول در بازارهای هدف صادراتی گام برمی‌داریم.

در جهت توسعه برند و تبلیغات ارسال کالاهای تبلیغاتی شرکت، پروموشن و تخفیفات مناسبی را انجام می‌دهیم. از دیگر عوامل مهم شناسایی ریسک و فرصت‌های ایجاد شده در بازارهای هدف با توجه به شرایط تحریم و اقتصاد کشور است و کوشش جهت تبدیل ریسک‌ها و مخاطرات به

واعظ شوشتری: هدف ما افزایش سهم بیشتر صادرات به کشورهای هدف و دستیابی به سهم بازار بیشتر است که جزو اهداف خط مشی شرکت بیسکویت آوند نیز هست

فرصت‌ها و بهره‌برداری مناسب از آنها جهت نیل به گسترش بازارهای هدف است.

حضور شرکت‌های ترک تا چه حد بازارهای منطقه‌ای شما را تحت الشعاع قرار داده است؟

اصلی‌ترین رقیب برندهای ایرانی در بازار خاورمیانه (بالاخص عراق) برندهای ترک است. به دو دلیل:

- ۱- استفاده از تکنولوژی روز و تولید محصولات با کیفیت
- ۲- کاهش ارزش لیر و برابری با دلار که مزیت بالا بودن

شرکت نگین عسل هرنند با نام تجاری آوند با پشتوانه بیش از ۵۰ سال تجربه تولید انواع بیسکویت و همچنین تکیه بر جدیدترین و مدرن‌ترین خط کامل تولید از شرکت‌های رایملت و ورنر فلاپدر آلمان در سال ۱۳۸۶ در شهرک صنعتی هرنند اصفهان به مساحت ۱۱ هکتار تاسیس شد که انقلابی جدید در صنعت بیسکویت به وجود آورده است.

امروز محصولات شرکت نگین عسل هرنند (بیسکویت آوند) پا را از مرزهای ایران فراتر نهاده و در کشورهایی چون کانادا، عراق، گینه، ساحل عاج، سودان، عمان، بحرین، ترکمنستان، افغانستان، محصولی شناخته شده و باکیفیت محسوب می‌شود.

روزنامه عصر اقتصاد با محمدرضا واعظ شوشتری مدیرعامل این شرکت گفت‌وگویی انجام داده است که در ادامه می‌خوانید:

در زمینه توسعه بازارهای هدف چه مقاصدی را در برنامه خود دارید؟

هدف ما افزایش سهم بیشتر صادرات به کشورهای هدف و دستیابی به سهم بازار بیشتر است که جزو اهداف خط مشی شرکت بیسکویت آوند نیز هست. از طریق شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی شیرینی و شکلات و اگر وفود و برقراری روابط تجاری و جذب مشتریان جدید این مهم انجام شده است.

از دیگر اهداف شرکت در این زمینه خلاقیت و نوع‌آوری در محصول است که با تولید محصولات جدید دایجستیو



شرکتهای مدیریت صادرات راهی برای توسعه صادرات و افزایش تبادلات تجاری با کشورهای همسایه

سید محمود حسینی، رئیس هیات مدیره زینوتجارت امین، در گفت و گو با عصر اقتصاد به بیان چگونگی حضور تولیدات ایرانی در بازارهای بین المللی بالاخص بازار اوراسیا پرداخت:

باتوجه به اینکه شما در ارمنستان حضور فعال دارید، فکر می کنید حضور در بازار منطقه قفقاز چه فرصتهایی برای تولیدکنندگان ایرانی فراهم می کند؟

الحمدلله در دولت جدید رویکرد دولتمردان به کشورهای همسایه است که متأسفانه در دولت های گذشته خیلی جدی گرفته نمی شد و تمایل بیشتر از کشورهای همسایه به کشورهای غربی بود. با بیش از پانزده کشور همسایه، فکر می کنم به عنوان دومین کشور با بیشترین تعداد همسایگان در جهان هستیم که می توانیم با همگی آن ها تجارت داشته باشیم. از سوی دیگر ظرفیت های بی نظیری از نظر جمعیتی، تولیدات و بازار بسیار بزرگ و بکری در شرق جهان وجود دارد که ما هنوز درصد بسیار بسیار ناچیزی به آن بازار ورود کردیم که بیشتر هم در حوزه کالاهایی مانند زعفران، خرما و فرش است در حالی که ظرفیت های بیشماری در کشور ما برای حضور در این بازارها وجود دارد. نکته مهمی که وجود دارد، فرصت بسیار بی نظیر عضویت دائم ایران در سازمان همکاری های شانگهای است. از سوی دیگر مدت هاست که ایران در اتحادیه اقتصادی اوراسیا به عنوان عضو ناظر حضور دارد، انتظار داریم که دولت محترم هرچه سریع تر اقدام به عضویت دائم ایران در این بازار بیش از صد و هشتاد میلیون نفری کند تا ما و تجارمان حضور قوی تری در این منطقه که شامل کشورهای روسیه، بلاروس، قزاقستان، قرقیزستان و ارمنستان می شود، داشته باشیم.

دولت سیزدهم برای توسعه صادرات ایران در مسیر ارمنستان و روسیه چه برنامه هایی را باید در دستور کار خود قرار دهد؟

یکی از فرصت هایی که تجار ما می توانند از آن

که مجوز رسمی از سازمان توسعه تجارت دارند و ما هم یکی از اعضا، بین ۳۰ شرکت مدیریت صادرات هستیم که خدمات مختلفی به تولیدکنندگان ایرانی ارائه می کنیم. تولیدکنندگان باید در نظر داشته باشند، همانطور که تولید امری تخصصی است، صادرات هم یک امر تخصصی است. ما همیشه گفتیم نه تولیدکننده، صادرکننده خوبی است و نه صادرکننده لزوماً تولیدکننده خوبی است. اگر تولیدکننده و صادرکننده در کنار یکدیگر قرار بگیرند و دست در دست یکدیگر بگذارند، می توانند در یک بازار حضور پیدا کنند و منافع مشترک درازمدتی برای خودشان ایجاد کنند. علاوه بر این تولیدکنندگان می توانند به واسطه ارتباط با شرکت های مدیریت صادرات هزینه ها و ریسک های خودشان را به شدت کاهش دهند و خدمات مختلفی از آن ها دریافت کنند؛ از جمله، بازاریابی، تحقیقات بازار، حمل و نقل، ترخیص کالا، بازگشت ارز، حضور در نمایشگاه ها و... و به این صورت به راحتی در بازار هدفشان حضور پیدا می کنند و تمرکز اصلی خود را بر افزایش تولید و بالارفتن بهره وری فرآیند تولیدشان می گذارند. ما در ارمنستان، بانک ملت داریم که به اصطلاح سهامدار بانکی است به همین نام که زیر نظر بانک مرکزی جمهوری ارمنستان فعالیت می کند و خدمات خوبی ارائه می کند؛ اما مشکلاتی هم وجود دارد مثلاً کارمزدی که برای انتقال ارز به ایران از تاجر دریافت می شود، رقم به صرفه ای برای تجار ایرانی نیست. در این مورد باید تجدید نظر شود و فرایند انتقال ارز تاجر تسهیل شود. تاجر بیشتر مایل هستند که از طریق صرافی پول خودشان را به ایران برگردانند، تولیدکنندگان هم عمدتاً از این نوع مسائل اطلاع ندارند. بسیاری از تولیدکنندگان در کشور هدفشان سفر و در نمایشگاه شرکت می کنند، حتی قرارداد می بندند؛ اما متأسفانه به دلیل اینکه از این نوع ریزه کاری ها اطلاع ندارند، نمی توانند به آن صورت که باید بهره برداری لازم را انجام دهند همچنین از تمرکز بر تولید هم باز می مانند.

استفاده کنند و در این اتحادیه حضور پیدا کنند، داشتن تعرفه ترجیحی در پانصد قلم کالایی با اوراسیاست که البته کافی نیست، چراکه باید به عضویت دائم این اتحادیه اقتصادی در بیاییم تا از کلیه تعرفه ها برخوردار شویم و اوضاع ما با دیگر کشورهای عضو یکسان و تعرفه های گمرکی ما در حقیقت صفر شود. از سوی دیگر اکنون یکی از موانع مسیر ترانزیتی ما به ارمنستان و روسیه این است که تنها مرز نوردوز را داریم که راهی صعب العبور برای تریلی های ماست و بعضی مناطق این مسیر مورد مناقشه ای میان جمهوری آذربایجان و ارمنستان است که این باعث شده است تریلی های ما با چالش مواجه

سید محمود حسینی: اگر تولیدکننده و صادرکننده در کنار یکدیگر قرار بگیرند و دست در دست یکدیگر بگذارند، می توانند در یک بازار حضور پیدا کنند و منافع مشترک درازمدتی برای خودشان ایجاد کنند

شوند، چراکه وقتی وارد خاک آذربایجان می شوند باید حق خاک پرداخت کنند که این هزینه های حمل کالا را برای صادرکننده افزایش داده است. از سوی دیگر مرزی داریم از سمت جمهوری خودمختار نخجوان که ارمنستان مابین جمهوری آذربایجان و نخجوان است که با تعامل می توانیم این مسیر ترانزیتی را از مسیر نخجوان باز و حمل و نقل را بسیار ساده تر کنیم. این امکانی است که می شود با دیپلماسی اقتصادی عملیاتی کرد.

باتوجه به اینکه شما در میان ۳۰ شرکت مدیریت صادرات کشور قرار دارید، مختصراً مدل کاری این شرکت ها را برای ما تشریح می کنید؟

همانطور که مطلعید، در سال های اخیر شرکت هایی ایجاد شدند به نام شرکت های مدیریت صادرات (EMC)



نبود ضمانت نامه بانکی در پی تحریم ها از دلایل کاهش صادرات خدمات فنی و مهندسی

«صادرکننده‌ای که در مناقصه‌ای شرکت می‌کند، در مرحله اول باید هزینه شرکت در آن مناقصه را مورد ضمانت بانک قرار دهد تا بتواند، پروژه بگیرد. در نتیجه وقتی صادرکنندگان در خارج از کشور منابع ندارند و به دلیل تحریم‌ها امکان بک تو بک کردن با بانک‌های ایران را ندارند؛ پس ضمانت‌نامه‌ای هم ندارند.»

مدیرعامل شرکت مهندسين مشاور مונکو، پرداخته است تا درباره مسائلی همچون دلیل کاهش صادرات خدمات فنی و مهندسی در دهه اخیر صحبت کنند:

دلیل کاهش صادرات خدمات فنی و مهندسی

در دهه اخیر چه بوده است؟

ما مجموع کارهای ساخت‌وساز را به خدمات فنی و مهندسی آوردیم؛ یعنی پیمانکاری هم شامل می‌شود. بر این اساس اولین دلیل کاهش صادرات این خدمات، کاهش خطوط اعتباری ایران با سایر کشورهاست. به عبارتی همیشه دولت ایران به برخی کشورها خط اعتباری تخصیص می‌داد و از محل آن خط اعتباری موظف می‌کرد که آن کشورها، پروژه‌های خود را به شرکت‌های ایرانی بدهند. پس به این صورت فضایی ایجاد می‌کرد که شرکت‌های ایرانی بتوانند در سایر کشورها فعالیت کنند.

همکاری‌های مقطعی یا بلندمدت با شرکت‌های معتبر بین‌المللی کرد و درصدد تاسیس تعدادی شرکت با مشارکت شرکت‌های همکار محلی در خارج از کشور برآمد. در همین راستا و به منظور تمرکز بر بازارهای هدف خاورمیانه موفق به ثبت شرکت (Monenco Consulting Engineers (MCE در کشور عمان در سال ۱۳۸۹ و برای دسترسی به بازار آفریقای مرکزی در سال ۱۳۹۰ شرکت مونکو نیچریه (Monenco Engineering Limited MEL) در کشور نیجریه شد که متعاقباً تجارب و موفقیت‌های چشمگیری در بازار عمان کسب کرد. همچنین در سال ۱۳۹۵ با هدف دسترسی به بازار اروپا و تقویت همکاری با شرکای اروپایی اقدام به ثبت شرکت مونکو آلمان ((Monenco Germany)) کرد. عصر اقتصاد به گفت‌وگو با علیرضا شیرانی،

مهندسين مشاور مونکو ایران با نزدیک به نیم‌قرن تجربه در ارائه خدمات مهندسی، مشاوره و نظارت در صنایع برق، نفت و گاز و پتروشیمی، مترو و راه آهن، مخابرات، دیسپاچینگ و اسکادا، آب و فاضلاب فعالیت می‌کنند.

این مهندسين مشاور در سال ۱۳۵۲ با سرمایه‌گذاری مشترک بین بخش خصوصی ایران و شرکت مهندسی مونترال از کشور کانادا تاسیس شد و در ابتدا فعالیت خود را با تمرکز در صنعت برق ایران آغاز کرد. اکنون سهام‌داران عمده شرکت مهندسين مشاور مونکو ایران شامل گروه مپنا، شرکت (Wood Group) و شرکت مشاوره مدیریت میر (متعلق به کارکنان) هستند.

مهندسين مشاور مونکو ایران با هدف توسعه دانش فنی و انتقال فناوری‌های جدید اقدام به شکل‌دهی



علیرضا شیرانی: کمیسیون‌های مشترک ما با کشورهای مختلف با برنامه مشخصی کار انجام نمی‌دهند. پیشنهاد این است که این کمیسیون‌ها با همکاری اتاق بازرگانی و شرکت‌های خصوصی نقشه همکاری‌هایی را تصویب کنند که در قالب آن شرکت‌های ایرانی بتوانند، پروژه‌هایی که مورد قبول دو کشور است را انجام دهند.

(ب) ایران در بسیاری از بانک‌های بین‌المللی سهامدار است. در این‌جور مواقع که معمولاً نماینده دولت در آنجا حضور دارد، پس باید تمرکز این نماینده ویژه را بر قرار دادن ایران در لیست بانک‌ها باشد؛ چراکه اکثر پروژه‌هایی که در جهان انجام می‌شود از سوی بانک‌هاست. پس به این صورت شانس دعوت کردن از شرکت‌های ایرانی در مناقصه‌ها بالا می‌رود.

(ج) کمیسیون‌های مشترک ما با کشورهای مختلف با برنامه مشخصی کار انجام نمی‌دهند. پیشنهاد این است که این کمیسیون‌ها با همکاری اتاق بازرگانی و شرکت‌های خصوصی نقشه همکاری‌هایی را تصویب کنند که در قالب آن شرکت‌های ایرانی بتوانند، پروژه‌هایی که مورد قبول دو کشور است را انجام دهند.

(د) وزارت امور خارجه حرکت‌های خوبی برای فعال کردن معاونت اقتصادی وزارتخانه انجام داده است، اما لازم است که بخش بازرگانی وزارتخانه‌ها را تقویت کنند و مثلاً در هر سفارتخانه با مسئولیت مسئول بازرگانی سفارتخانه کمیته راهبری تشکیل دهند که نمایندگان بخش خصوصی نیز در آن حضور داشته باشند و مدیر رایزن اقتصادی نیز رئیس کمیته باشد و جلسات هم به صورت ویدئوکنفرانس برگزار شود، فرصت‌ها با هم بررسی شوند و نقشه راهی برای نفوذ به آن کشورها بکشند.

ارائه بدهند، پس وقتی پیمانکاری بتواند پروژه‌ای هم بگیرد با مشکل وصول مطالبات خود مشکل می‌شود. FATF بیشتر مسائل داخل بانکی است، برای مثال یک‌بار در یکی از اسناد مناقصه‌ای که در افغانستان برگزار شد، نوشته شده بود که کشور شرکت‌کننده باید از FATF تبعیت کند.

صادرات خدمات فنی و مهندسی نیازمند چه نوع حمایت‌هایی است که انتظار دارید در دستور کار دولت سیزدهم قرار بگیرد؟

باید توقعات منطقی از دولت داشته باشیم که امکان انجام شدن داشته باشد. ما از دولت انتظار اقدامات حمایتی داریم نه اقدامات مستقیم. برای کمک به حرکت بهتر صادرکنندگان می‌توان:

(الف) شرکت‌های تخصصی صادرات در وزارتخانه‌های مختلف ایجاد کرد که بتوانند از توان شرکت‌های کوچک استفاده کند و شانس این شرکت‌ها را برای حضور در مناقصه‌ها افزایش بدهد. به این صورت که این شرکت‌های تخصصی با جمع کردن شرکت‌های کوچک تحت نظارت سیستم دولتی شکل می‌گیرند، مناقصه‌ها را شناسایی و با کمک شرکت‌های کوچک اسناد تهیه می‌کنند و با توجه به اینکه آن شرکت می‌تواند تمام مسائل مذاکرات را به صورت حرفه‌ای دنبال کند، شانس موفقیت بالا می‌رود.

دومین دلیل این است که صادرکننده‌ای که در مناقصه‌ای شرکت می‌کند در مرحله اول باید هزینه شرکت در آن مناقصه را مورد ضمانت بانک قرار دهد تا پروژه بگیرد. در نتیجه وقتی صادرکنندگان در خارج از کشور منابع ندارند و به دلیل تحریم‌ها امکان یک تو بک کردن با بانک‌های ایران را ندارند؛ پس ضمانت‌نامه‌ای هم ندارند. سومین مساله، آشنا نبودن صادرکنندگان با بازار هدف است که علت آن انجام ندادن تحقیق کامل و جامع است پس هنگام تعیین قیمت به دلایل ضرایب ریسکی که می‌گیرند قیمت‌هایشان در مناقصه‌ها در مقایسه با رقبایشان بالا در می‌آید. آخرین مساله، رقابت‌پذیری پایین کیفی صادرکنندگان، در بسیاری از موارد کیفیت پروژه‌هایی که ارائه می‌کنند، لزوماً بهترین نیست. مثلاً وقتی مناقصه‌ای برای یک نیروگاه در خارج کشور برگزار می‌شود، راندمان‌های خیلی بالایی دارد که ممکن است، صادرکنندگان ایرانی نتوانند به آن اهداف مدنظرشان به راحتی برسند.

ایران باتوجه به توان طراحی و ساخت تجهیزات نیروگاهی در منطقه خاورمیانه چه جایگاهی دارد؟ و آیا این جایگاه با میزان صادرات صورت گرفته تناسبی دارد؟

در واقع طبیعی است که تناسبی وجود ندارد. ما تنها کشور خاورمیانه هستیم که حجم زیادی از تجهیزات را در داخل می‌سازیم و خدمات مهندسی و طراحی آن را هم خودمان انجام می‌دهیم؛ ولی در بازار منطقه این جایگاه را نداریم و بخشی از دلایل آن هم در سوال قبل پاسخ دادم و دلیل دیگر این است که در تجهیزات صنعت برق رقابت خارجی ایران با توجه به زمان زیادی که برای تحقیقات می‌گذارند، محصولات و امکانات جدیدی را ارائه می‌کنند که ایران به دلیل زمان کمتری که روی توسعه تحقیقات گذاشته است، ممکن است محصولاتش نتوانند در مناقصه‌ها رقابت کنند. به طور شاخص شرکت‌هایی مثل زیمنس یا جی‌ای توربین‌های رنج F یا H ارائه می‌کنند که راندمان‌های بالایی دارند. در حالی‌که ما در سطح E کار می‌کنیم و طبیعی است که در این‌جور موارد نتوانیم با آن‌ها رقابت کنیم.

در سال‌های گذشته شاهد مهاجرت نیروهای متخصص بوده‌ایم، این روند تا چه میزان در توان شرکت‌های فعال در عرصه صادرات خدمت فنی و مهندسی اثرگذار است؟

به دلیل اینکه ایران مهد تربیت نیرو است و هر سال تعداد زیادی از فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها با دانش خوبی و در زمان کوتاهی تربیت می‌شوند، این مهاجرت‌ها تاثیر چشمگیری ندارد. بعضی اوقات حتی باعث تقویت هم شده است؛ چراکه اگر کسی که با ایده‌های خودش مهاجرت کرده است راه درآمدی پیدا نکند، ارتباطاتی با شرکت‌های ایرانی برقرار می‌کند که این به طبع می‌تواند فرصت‌هایی را برای شرکت‌های ایرانی ایجاد کند.

تحریم‌ها و حضور نداشتن ایران در FATF بر صدور خدمات فنی و مهندسی اثرگذار بوده است؟

تحریم‌ها باعث شده است که بانک‌های ایرانی نتوانند در خارج از کشور به شرکت‌های ایرانی خدماتی

نقش لجستیک ایران در معاملات ارزی



بودن حدود ۲۷۰۰ کیلومتر مرز آبی با کشورهای آذربایجان، ترکمنستان، روسیه، قزاقستان، امارات، بحرین، عربستان، عمان، قطر و کویت دارای مرز مشترک است. موقعیت لجستیکی خاص ایران و همسایگی با ۱۵ کشور که برخی از آنان، هم دارای مرز خاکی و هم دارای مرز خاکی با ایران هستند، بستر مناسبی برای مبادلات تجاری فراهم کرده است.

رضوی، خراسان شمالی، کرمانشاه، کردستان، ایلام و خراسان جنوبی) و تعداد ۳ استان دارای مرز آبی (مازندران، هرمزگان و بوشهر) و تعداد ۴ استان نیز دارای هر دو مرز خاکی و دریایی (گیلان، گلستان، سیستان و بلوچستان و خوزستان) هستند.

کشور ایران به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی خود، کشورهای همسایه زیادی را در اطراف خود داراست. اگر کشورهای همسایه به دو گروه همسایگان با «مرز خاکی» و همسایگان با «مرز آبی» تقسیم شود، آنگاه ایران با دارابودن حدود ۶۰۰۰ کیلومتر مرز خاکی با کشورهای پاکستان، افغانستان، ترکمنستان، جمهوری آذربایجان، ارمنستان، ترکیه، عراق هم‌مرز بوده و همچنین با دارا

استان‌های مرزی ایران

برخی از کشورهای همسایه نه تنها با یک استان، بلکه با چندین استان کشور دارای مرز مشترک هستند، به بیان دیگر از ۱۶ استان مرزی، تعداد ۹ استان دارای مرز خاکی (آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اردبیل، خراسان

جدول شماره (۱) - مشخصات استان‌های مرزی ایران

ردیف	نام استان	مساحت (کیلومتر مربع)	جمعیت (نفر)	سهم جمعیت از کشور (%)	نوع مرز
۱	آذربایجان شرقی	۴۵۶۵۰	۳۹۰۹۶۵۲	۴/۹	خاکی
۲	آذربایجان غربی	۳۷۰۴۱۱	۳۲۶۵۲۱۹	۴/۱	
۳	اردبیل	۱۷۸۰۰	۱۲۷۰۴۲۰	۱/۶	
۴	خراسان رضوی	۱۱۸۸۵۴	۶۴۳۴۵۰۱	۸/۱	
۵	خراسان شمالی	۲۸۴۳۴	۸۶۳۰۹۲	۱/۱	
۶	کرمانشاه	۲۴۹۹۸	۱۹۵۲۴۳۴	۲/۴	
۷	کردستان	۲۹۱۳۷	۱۶۰۳۰۱۱	۰/۲	
۸	ایلام	۲۰۱۳۳	۵۸۰۱۵۸	۰/۷	
۹	خراسان جنوبی	۱۵۱۱۹۳	۷۶۸۸۹۸	۰/۱	
ردیف	نام استان	مساحت (کیلومتر مربع)	جمعیت (نفر)	سهم جمعیت از کشور (%)	نوع مرز
۱	مازندران	۲۳۸۴۲	۳۲۸۳۵۸۲	۴/۱	آبی
۲	هرمزگان	۷۰۶۹۷	۱۷۷۶۴۱۵	۲/۲	
۳	بوشهر	۲۲۷۴۳	۱۱۶۳۴۰۰	۱/۵	
ردیف	نام استان	مساحت (کیلومتر مربع)	جمعیت (نفر)	سهم جمعیت از کشور (%)	نوع مرز
۱	گیلان	۱۴۰۴۲	۲۵۳۰۶۹۶	۳/۲	خاکی و آبی
۲	گلستان	۲۰۳۶۷	۱۸۶۸۸۱۹	۲/۳	
۳	سیستان و بلوچستان	۱۸۰۷۲۶	۲۷۷۵۰۱۴	۳/۵	
۴	خوزستان	۶۴۰۵۵	۴۷۱۰۵۰۹	۵/۹	

منبع: نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵



لزم تدوین برنامه راهبردی و عملیاتی به منظور بهره‌گیری از پتانسیل استان‌ها

طبق بررسی‌های صورت گرفته، ایران با جمعیتی نزدیک به ۴۰۰ میلیون نفر دارای مرز خاکی است. جمعیت کشورهای دارای مرز آبی با ایران نیز حدود ۲۰۰ میلیون نفر برآورد می‌شود. با توجه به وجود برخی ملاحظات می‌توان ادعان کرد که در کل ایران با بیش از ۵۰۰ میلیون نفر همسایه است. از سوی دیگر با توجه به شعار سال ۱۴۰۰ به نام سال «تولید، پشتیبانی‌ها و مانع‌زدایی‌ها» شناسایی فرصت‌های صنعتی موجود در استان‌های هم‌مرز با کشورهای همسایه از نکات مهمی است که در سال جاری باید به آن توجه شود. ایجاد ساز و کارهایی به منظور جذب سرمایه‌گذاران صنعتی در راستای ایجاد و توسعه واحدهای صنعتی و پنگاه‌های اقتصادی در استان‌های مرزی از جمله اقداماتی است که مدیران صنعتی همواره آن را مدنظر دارند تا با برگزاری بازارچه‌های مرزی مشترک دائمی یا فصلی با کشورهای همسایه بتوانند مولفه‌های اقتصادی-صنعتی را ارتقا دهند.

از سوی دیگر اشتراک‌های فرهنگی مردم بومی منطقه با شهرهای مرزی همسایگان نیز، زمینه‌ساز همکاری‌های گسترده‌ای را فراهم می‌آورد. از پیشنهادهایی که به‌منظور گسترش افزایش سطح همکاری‌ها با کشورهای همسایه مطرح است، کاهش تعرفه‌های گمرکی می‌باشد که سبب رونق هرچه بیشتر حجم کالاهای وارداتی و صادراتی خواهد شد.

تسهیل فرایندهای گمرکی و کاهش زمان ترخیص کالاها و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در راستای دولت الکترونیک می‌تواند ائتلاف‌های منابع را کاهش دهد. در همین راستا باید ذکر شود که بی‌شک تولید بدون بازار هیچ معنایی ندارد. به بیان ساده‌تر، طرف دیگر تولید، بازار است. تحقیقات بازار، تدوین برنامه بازاریابی، اخذ استراتژی‌های مناسب بازاریابی و بهره‌گیری از علم روز بازاریابی سبب توسعه و گسترش بازارهای موجود و افزایش سهم بازار خواهد شد. همچنین مکان‌یابی ایجاد شهرک‌ها و نواحی صنعتی مرزی نیز بسیار مهم است که می‌توان از طریق روش‌های مختلف آکادمیک همانند تصمیم‌گیری چندمعیاره نسبت به مکان‌یابی شهرک‌های صنعتی اقدام شود. به‌طور کلی امکان‌سنجی احداث شهرک صنعتی مرزی به عوامل بسیاری از جمله رشد جمعیت، میزان اشتغال، محدودیت زمین، توسعه صنعتی، وجود گمرکات مرزی، حفاظت و توسعه محیط‌زیست، کاربری اراضی، تامین مواد اولیه و... است.

تجربه مثبت کشورهای توسعه‌یافته در ایجاد شهرک‌های صنعتی مرزی نشان می‌دهد که تأمین زیرساخت‌ها بستر ساز توسعه توانمندی‌های واحدهای تولیدی و خوشه‌های صنعتی خواهد شد. شهرک‌های صنعتی مرزی با مشارکت سرمایه‌گذاری خارجی، ظرفیت

مناسبتی برای درآمدزایی هر کشوری محسوب می‌شود. ایران نیز با دارا بودن ۱۵ همسایه دارای ظرفیت‌های مناسبی در این بخش است. نیروی کار و انرژی ارزان‌قیمت از مزیت‌های ایران است که می‌تواند منجر به همکاری مشترک با کشورهای همسایه در شهرک‌های صنعتی مرزی شود. اگر شهرک‌های صنعتی مرزی در استان‌های مرزی کشور (که دارای مرزهای دریایی و خاکی هستند مانند اردبیل، آذربایجان) ایجاد شوند، آنگاه این استان‌ها به‌عنوان پایگاه‌های صادراتی کشور مطرح می‌شوند تا سرمایه‌گذاران خارجی را جذب کنند. کارشناسان اقتصادی، ظرفیت مبادلات تجاری میان ایران و همسایگان را که قابلیت عملیاتی شدن دارد، از ۴۰ تا ۱۵۰ میلیارد دلار در سال برآورد می‌کنند. هر چند در سال‌های گذشته بخش مهمی از برنامه تجاری ایران حول محور همکاری با کشورهای منطقه و همسایه تعریف شده اما همچنان سهم ایران از این بازار بسیار محدود است. محور قرار دادن تولیدات داخلی و فعال‌سازی ظرفیت‌های اقتصادی در داخل درکنار اولویت‌دهی به روابط تجاری با همسایگان در دوره‌ای نه چندان بلندمدت به اهداف تجاری و مبادلاتی فوق دست پیدا کرد.

تدوین و گردآوری: دکتر امیر علی رمدانی

مشاور سازمانی



مدیر عامل شرکت بازرگانی

شمس الهدایی:

نزدیک شدن نرخ ارز آزاد به نرخ ارز نیمایی باعث سهولت در بازگشت ارز از سوی صادرکنندگان شده است

چندی پیش مدیرکل دفتر هماهنگی توسعه صادرات محصولات کشاورزی و صنایع تبدیلی سازمان توسعه تجارت ایران گفت که علیرغم تحریم‌های ظالمانه و همچنین شیوع ویروس کرونا، صادرات محصولات خشکبار کشورمان طی ۱۲ ماهه ۹۹ در مقایسه با مدت مشابه سال ۹۸ به لحاظ ارزشی ۴۲ درصد رشد داشته است.

بنابر اعلام محمود بازاری، خشکبار ایران در ۱۲ ماهه سال گذشته به ارزش ۲۰۳۶ میلیون دلار و به وزن ۷۷۴ هزار تن به کشورهای هدف صادر شد که نسبت به مدت مشابه سال ۹۸ از نظر ارزشی ۴۲ درصد و از نظر وزن ۵۴ درصد افزایش داشته است.

در همین رابطه با محمدرضا شمس الهداء، مدیر عامل شرکت بازرگانی شمس الهدایی صادرکننده نمونه ملی در زمینه صادرات خشکبار گفت‌وگو کرده‌ایم که شرح آن را در ادامه می‌خوانید:

رشد ۵۴ درصدی صادرات وزنی خشکبار در سال ۹۹ را ناشی از چه عاملی می‌دانید؟

این رشد در صادرات خشکبار و به طور مشخص پسته در سال ۹۹ به دلیل تولید و به دنبال آن افزایش محصول در سطح کشور بود که باعث شد صادرکنندگان بتوانند قدرت انتخاب بالاتری برای خرید محصول داشته باشند. یکی دیگر از دلایل، پایین بودن ارزش قیمتی و پایین بودن قیمت تمام شده محصول برای صادرات نسبت به دیگر کشورها بود و به نظر بنده از دیگر دلایل مهم نزدیک شدن نرخ ارز آزاد به نرخ ارزی نیمایی است که باعث سهولت در بازگشت ارز از سوی صادرکنندگان شده است.

آیا عضویت ایران در پیمان شانگهای می‌تواند فرصت جدیدی برای تجارت خشکبار در آسیا برای تجار ایرانی فراهم کند؟

بله مشخصاً عضویت ایران در پیمان شانگهای میتواند

موجب رونق و فرصت جدید برای تجارت بازرگانان ایرانی می‌شود. تجربه نیز نشان داده است کشورهای عضو می‌توانند با تعرفه‌های کمتر به تجارت با یکدیگر بپردازند و خوشبختانه ایران نیز در ۲۶ شهریور به عنوان نهمین عضو رسمی این پیمان معرفی شد.

مزیت خشکبار ایرانی در بازار جهانی در مقایسه با دیگر کشورها چیست؟

خشکبار ایران و به طور مشخص پسته ایران دارای مزیت‌های بسیاری نسبت به دیگر کشورها است که باعث شده طرفدارهای زیادی برای خرید پسته ایرانی در سراسر دنیا وجود داشته باشد. مزیت‌هایی مانند تنوع در واریته مثل فندق، احمدآقایی، بادامی، کله قوچی و ... که هر کدام به چندین دسته و سایز تقسیم میشوند و دارای طعم و رنگ‌های متفاوت هستند.

مورد بعدی طعم است. پسته ایران به دلیل نوع زمینهای زیرکشت و نوع آبی که برای آبیاری باغات پسته استفاده میشود، سرشار از روغنهای غیراشباع است که باعث طعم و عطر دلپذیر پسته ایران میشود.

مزیت بعدی قابلیت برشته‌گی پسته ایران است. پسته ایران به دلیل روغنهای خود میتواند دمایی حدود ۱۵۰ تا ۱۷۰ درجه سانتیگراد را تحمل کند که این نیز خود یک مزیت بهداشتی به شمار می‌آید.

مورد چهارم نیز درصد بالای مغز پسته ایران است.

در زمینه فراآوری خشکبار آیا نوآوری تولیدکنندگان میتواند در افزایش سهم ایران از درآمد این بازار مؤثر باشد؟

نظر بنده این است که صددرصد میتواند. روشهای سنتی باعث از بین رفتن بخشی از ماده خام پسته میشود همچنین بازده پایینی در حفظ مواد مغذی و انرژی پسته دارد. حتی در بعضی موارد باعث فاسد شدن محصول هم میشود. بنابراین نوآوری در فراآوری محصولات باعث افزایش کیفیت و به دنبال آن افزایش جهانی‌شدن

بازارها میشود.

در دنیای امروزی که صادرات غیرنفتی از اهمیت بالایی برخوردار است و باعث افزایش میزان ارزآوری میشود، نوآوری و خلاقیت یکی از دلایل مهم در بازارهای رقابتی برای افزایش تجارت است.

صادرات خشکبار ایرانی تا چه حد در عبور از صادرات قله موفق عمل کرده‌اند؟

متأسفانه موفقیت چندانی نداشته‌اند. بسته‌بندی محصول در صنایع غذایی باید حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد قیمت تمام شده را به خود اختصاص دهد، در حالی که این رقم در ایران تا ۵۰ درصد نیز میرسد که این مساله باعث افزایش صادرات قله در بین صادرکنندگان میشود و این موضوع در بعضی موارد مشکلاتی همچون آسیب به محصول، آلودگی و ... را به دنبال دارد.

آیا صنایع بسته‌بندی ایران توان پشتیبانی از صادرات غیرقله خشکبار را دارند؟

باید گفت که متأسفانه پاسخ این سؤال منفی است. صنایع بسته‌بندی ایران به دلایل متعدد توان پشتیبانی ندارد؛ دلایلی از قبیل:

- افزایش هزینه‌های بسته‌بندی به دلیل وجود تعرفه گمرکی بالاتر برای مواد اولیه بسته‌بندی.
- کیفیت نامطلوب بسته‌بندی‌ها
- نبود طراحی مناسب طبق الگوی مصرف جهانی.
- آشنایی نداشتن صادرکنندگان در استفاده از بسته‌بندی.
- نبود نظارت بر بسته‌بندی محصولات.
- نداشتن حس رقابت.
- نبود تنوع.
- بالا بودن بیش از حد هزینه‌های بسته‌بندی.
- نداشتن اطلاعات و آگاهی کارگاه‌های تولیدی از استانداردهای بین‌المللی.



تدبیر دولت و بخش خصوصی در توسعه صادرات

ابوالقاسم هاشمی

رئیس هیات مدیره اتحادیه صادرکنندگان
فرآورده‌های نفتی

را مضاعف کرده است .

دولت، رقیب بخش خصوصی

یکی از شرایط نابسامانی که دولت‌ها ایجاد کرده‌اند، کوچک سازی حجم بخش خصوصی بوده و این بخش را همواره به عنوان رقیب خود دانسته و کمکی به رشد و توسعه آن نکرده‌اند . هر دولت همه امکانات را در قبضه داشته و با تصرف کالاهای سوبسیددار در هر زمان اراده کرده است، قیمت‌ها را تغییر می‌دهد و مصائب این تنگ‌نظری را به بخش خصوصی تحمیل می‌کنند . اگر به آمار نگاهی بیندازیم، به این واقعیت تلخ می‌رسیم که دولت در ابتدای دهه هفتاد چه میزان سرمایه‌گذاری تجاری و تولیدی داشته و در برهه کنونی این میزان چند برابر شده است و سهم بخش خصوصی از این سرمایه‌گذاری چه میزان است . اگرچه هر دولت در لفاظی‌ها و سخنرانی‌ها عبارت حمایت از توسعه بخش خصوصی را داده است، اما در عمل با ایجاد اقتصاد بسته، چشم‌انداز مبهمی را پیش روی تشکلهای خصوصی ترسیم کرده است .

نهاد تنظیم‌گر رگولاتوری

یکی از مسیرهای شکوفایی اقتصادی و برون‌رفت از مشکلات کنونی، تصویب نهاد تنظیم در کلیه صنایع، خصوصاً صنعت نفت و فرآورده‌های نفتی است. با توجه به اینکه صنایع کشور با اشتراکات واحد در مشکلات با دولت ها دچار مخاطره شده‌اند، به نظر می‌رسد تصویب نهاد رگولاتوری عملاً فضاهای رانت، خودتحریمی و رقابت‌های ناسالم را به حاشیه برده و همه را مکلف به تبعیت از آن خواهد کرد، در همین راستا نیز اختلافات و تضاد منافع هر صنعت کمتر شده و اشتراکات افزایش پیدا خواهد کرد .

در پایان روز ملی صادرات را به تمامی تجار، بازرگانان و صادرکنندگان بخش خصوصی کشور تبریک عرض کرده و امیدوارم روزهای نویدبخشی در توسعه صادرات کشور به وقوع بپیوندد .

و صادرکنندگان را در این بی‌برنامگی سرگردان کرده است . از سویی ظهور شرکت‌های خصولتی همسو با رقیب بزرگی به نام دولت نیز بخش خصوصی تولید و صادرات را با رقابت‌های ناسالم در تامین خوراک، قیمت‌گذاری و ... درگیر کرده است .

موانع کسب و کار

اتاق بازرگانی به عنوان متولی تشکلهای تولیدی و صادراتی نیز نتوانسته است در تغییر این وضعیت موثر باشد و انتقادات را در حد گوشزد به دولت پیش برده است . با آنکه چند مصوبه مجلس، دولت را

یکی از مسیرهای شکوفایی اقتصادی و

برون رفت از مشکلات کنونی، تصویب

نهاد تنظیم در کلیه صنایع، خصوصاً صنعت

نفت و فرآورده‌های نفتی است . با توجه

به اینکه صنایع کشور با اشتراکات واحد در

مشکلات با دولت ها دچار مخاطره شده‌اند،

به نظر می‌رسد تصویب نهاد رگولاتوری عملاً

فضاهای رانت، خودتحریمی و رقابت‌های

ناسالم را به حاشیه برده و همه را مکلف به

تبعیت از آن خواهد کرد، در همین راستا

نیز اختلافات و تضاد منافع هر صنعت کمتر

شده و اشتراکات افزایش پیدا خواهد کرد

مکلف کرده است در تدوین آیین‌نامه‌ها نظر بخش خصوصی واقعی را نیز جویا شود اما وقتی نیز به این مصوبات داده نمی‌شود . همچنین قوانین زیربنایی هم نافذ نبوده و پیش‌بینی حالت‌های فورس ماژور در این قوانین دیده نشده است و همین نگرش در اوضاع کرونا و سایر شرایط، مشکلات تولید و صادرات

گزینش روز ملی صادرات در تقویم اقتصادی کشور، بی‌شک انتظارات فعالان این صنعت را در ایجاد چشم‌اندازهای تامین منافع ملی دو صد چندان کرده است . اما مسیری که به اقتصاد پویا و جهش صادراتی ختم می‌شود، تحت بی‌تدبیری‌های ملازمان دولتی، به تنگنا سوق داده شده است. با آنکه در فهرست تحلیل‌ها و نظرات کارشناسان در رسانه‌ها، آثار سوءمدیریت، نیازسنجی‌های بی‌هدف، تک سوویه، مقطعی و تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری‌های غیرکارشناسی حوزه صادرات بارها و به عنوان انحاء مختلف آسیب‌شناسی شده است و راهکارهای راهبردی نیز گوشزد شده، اما به نظر می‌رسد تغییرات مدیریتی به هیچ عنوان، رویکردی مثبت به این نظرات نشان نداده و نخواهد داد . فعالان تولید و صادرات فرآورده‌های نفتی نیز از این قاعده مصون نمانده و مسیر دشواری که در تامین مواد اولیه، حمل و نقل، رقابت ناسالم، خدمات بانکی و ... می‌پیمایند با تصمیمات خلق‌الساعه و خودتحریمی دولت‌ها و تحریم‌های بین‌المللی، امیدواری به پویایی این صنعت را کمرنگ می‌بینند . تصویب و اجرای مصوبات نیز به عدم روان سازی صادرات صحه گذارده است و مجموعه قوانین دولتی کتابی و ناقص بوده و حکمرانی ما به شدت دستوری است که باید اجرا شده، بدون آن که تبعات و مشکلات به وجود آمده آن آسیب‌شناسی شود .

تصمیمات جزیره‌ای

یکی از بارزترین تصمیم‌گیری‌های نادرست دولت‌ها، مکلف کردن دو نهاد دولتی برای پیگیری یک مصوبه صادراتی است، به طور مثال گیرودار دو سازمان گمرک و استاندارد، نشانگر آثار این سیاست دستوری و غیر کارشناسی است که می‌توان تصمیمات جزیره‌ای این دو نهاد و ناهماهنگی بین آنها را به وضوح مشاهده کرد که وضع دشواری را برای صادرات فراهم کرده است. نبود راهبرد توسعه صادرات، تاجر



ضرورت توجه به ظرفیت بخش خصوصی در صادرات فرآورده‌های نفتی

سیدحمید حسینی: دفعه قبل که برجام منعقد شد، وزارت نفت و شرکت ملی نفت بخش خصوصی را با تمام تجارب گرانبهای دوران تحریم از صحنه بیرون کردند و خودشان همه فضای تجارت را قبضه کردند

خریدی از ما نداشتند به رغم اینکه ظرفیت پالایشی عراق حدود ۶۰۰ هزار بشکه در روز است و مصرف این کشور بالغ بر میلیون و دویست هزار بشکه است، ولی مازاد نیازخودش را که حدود ۶۰۰ هزار بشکه است را از دیگر کشورها مانند امارات تهیه می‌کند.

صادراتی که ما داریم به اقلیم کردستان است. در اقلیم کردستان نفت و فرآورده‌های نفتی در انحصار دولت نیست و بخش خصوصی می‌تواند خرید کند و لذا بخش خصوصی کردستان است که از ایران فرآورده نفتی و بنزین خرید می‌کند. در سال گذشته و در دوران کرونا تا چهارماهه اول سال ۹۹ روزانه تا ۱۵ میلیون لیتر بنزین خریداری می‌کردند و یکی از خریداران عمده بنزین ما بودند و در کنار اقلیم کردستان که در آمارها آنرا عراق ثبت می‌کنند، دیگر کشورهایی که در دو سال گذشته از ما بیشترین میزان خرید بنزین را داشته‌اند، افغانستان، ارمنستان بوده‌اند.

تجاری ایران به خصوص در زمینه صادرات بنزین از نظر شما دستخوش چه تغییری خواهد شد؟
ما صادرات بنزین به دولت مرکزی عراق نداریم،

صادراتی که ما داریم به اقلیم کردستان است. در اقلیم کردستان نفت و فرآورده‌های نفتی در انحصار دولت نیست و بخش خصوصی می‌تواند خرید کند و لذا بخش خصوصی کردستان است که از ایران فرآورده نفتی و بنزین خرید می‌کند

دلیل آن هم این است که عراق به خاطر تحریم‌ها حاضر نیست با ما همکاری داشته باشد. به غیر از دوره محدودی که دولت عراق از ما گازوئیل می‌خرید، دیگر همکاری و

صادرات فرآورده‌های نفتی در سال‌های اوج گیری تحریم‌ها به مدد بخش خصوصی تداوم یافت و حضور غیردولتی‌ها در این فضا فصلی تازه برای صادرات نفتی کشور رقم زد و با دستاوردهایی قابل اعتنا به دنبال داشت. در دولت سیزدهم هم به نظر می‌رسد با تداوم فضای فشارهای ظالمانه آمریکا، حمایت از بخش خصوصی برای حفظ مسیرهای صادراتی فرآورده‌های نفتی باید در اولویت باشد؛ از سوی دیگر رویکردی که دولت سیزدهم به عنوان یکی از اولویت‌های خود قرار داده است افزایش تجارت با همسایگان است که در این رویکرد نیز موضوع صادرات فرآورده‌های نفتی از مزیت‌های برجسته اقتصاد ایران است. حال با توجه به این دو محور گفتگویی کوتاه انجام داده‌ایم با سیدحمید حسینی، سخنگوی اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفتی انجام داده‌ایم که در ادامه آنرا می‌خوانید:

با توجه به فضای سیاسی عراق آیا روابط



را باید برای «انجام ندادن» در اولویت خود قرار دهد؟

دفعه قبل که برجام منعقد شد، بخش خصوصی که در زمینه صادرات فعالیت می کرد، بلافاصله خریداران خارجی که وارد شده بودند ارتباط گرفتند و وزارت نفت هم با این استدلال که من به شرکتهای بزرگ نفت خام می فروشم و چون امکان نقل و انتقال مالی ندارند، از خریداران نفت خام فرآورده بگیرم. فلذا وزارت نفت و شرکت ملی نفت بخش خصوصی را با تمام تجارب گران بهای دوران تحریم از صحنه بیرون کردند و خودشان همه فضای تجارت را قبضه کردند.

در نتیجه وقتی که دوباره تحریم ها برگشت چون بخش خصوصی زنجیره تامین که در اختیار داشت را از دست داده بود و خیلی هم نمی توانست به عملکرد شرکت نفت اطمینان کند، این بار به میدان نیامد و این بار اگر صادرات زمینی به کشورهای همسایه نبود، ما به طور قطع مشکلات بسیار بیشتری پیدا می کردیم. اما به هرحال خوشبختانه ما مشتریانی در همسایگی خود داشتیم و صادرات متوقف نشد؛ ولی به هر حال آمار منتشر شده از وضعیت صادرات نفت خام نشان میدهد که تنها ۱۵ درصد از پیش بینیها محقق شده و بخش از این عدم هم ناشی از برخورد حاکمیت بوده است با بخش خصوصی.

بر همین اساس امیدوارم اگر این بار هم دوباره گشایشی صورت گرفته به سمتی که دفعه قبل حرکت کردیم نرویم، چه در بخش پیمانکاری ها که با وجود توان داخلی از پیمانکاران خارجی استفاده شد و چه در بخش واردات و صادرات فرآورده اجازه بدهیم در این فضا هم بخش خصوصی ایرانی فعالیت کنند، فاینانس های خارجی که صورت می گیرد توسط بخش خصوصی انجام شود و به دنبال بزرگ کردن بخش دولتی نباشیم.

افزایش پیدا کند به طور قطع ما ظرفیتی برای صادرات نخواهیم داشت.

ضمن اینکه ظرفیتهایی در بخش خصوصی برای پالایش هیدروکربورهای سبک و سنگین که همان بنزین و گازوئیل است فراهم شده، البته استاندارد پالایشگاهها را ندارد ولی می تواند نیاز نیروگاهها را تامین کند، یعنی دیگر نیازی نیست که نیروگاهها، گازوئیل پالایشگاهی استفاده بکنند.

سیدحمید حسینی: در عمل دولت عراق و اقلیم کردستان در تجارت بخش خصوصی دخالتی نمی کنند و بخش خصوصی هر جا که به نفعش باشد، از همان جا اقدام به واردات می کند و چون فرآورده هایی که صادر می کنیم، قیمت های رقابتی خوبی دارد، بعید می دانم تغییرات کنونی در فضای سیاسی عراق باعث کاهش صادرات ما به این کشور شود

اگر وزارت نفت این همکاری را با بخش خصوصی بکند، می توان یک ظرفیتی را به این واحدها که دچار مشکلات زیادی هم شده اند، اختصاص داد و این واحدها را فعال کرد.

میعانات گازی را به این ها داد و با پرداخت کارمزد این واحدها را در زمینه تولید بنزین و گازوئیل دوباره فعال کرد و گازوئیل تولیدی این واحدها را به نیروگاهها بدهیم و بنزین تولیدیشان را هم با توجه به افزایش قیمت های رخ داده به بازار افغانستان و عراق صادر کنیم.

در صورت گشایش فضای تحریم ها و توافق ایران با غرب از نظر شما دولت سیزدهم چه اقداماتی

موقعیت ما به گونه ای است که کشورهای اطرافمان یا پالایشگاه ندارند مانند ارمنستان و افغانستان یا مانند پاکستان و عراق دارند ولی ظرفیت پالایشی آنها کمتر از میزان مصرفشان است. بنابراین ما تا ۶۰۰ هزار بشکه فرآورده نفتی شامل گاز مایع، مازوت، گازوئیل و بنزین را می توانیم بدون مشکل به کشورهای اطراف خودمان صادر کنیم.

طی یک دهه گذشته شعار حمایت از حضور بخش خصوصی در صادرات نفت و فرآورده های نفتی سر داده شده است، آیا این شعارها نتیجه و دستاوردی هم داشته است؟

اینکه تغییر و تحولات سیاسی عراق تاثیری در صادرات فرآورده های نفتی ما به این کشور داشته باشد، باید بگوییم که خیلی بعید است این اتفاقات تاثیری در میزان صادرات ما داشته باشد. در عمل دولت عراق و اقلیم کردستان در تجارت بخش خصوصی دخالتی نمی کنند و بخش خصوصی هر جا که به نفعش باشد، از همان جا اقدام به واردات می کند و چون فرآورده هایی که صادر می کنیم، قیمت های رقابتی خوبی دارد، بعید می دانم تغییرات کنونی در فضای سیاسی عراق باعث کاهش صادرات ما به این کشور شود.

چیزی که اتفاق افتاده این است که ما به دلیل افزایش مصرف داخلی و ذخیره سازی که برای زمستان انجام می شود، در عمل خودمان از بازار خارج کرده ایم و به شدت عرضه صادراتی خود را کاهش داده ایم، چند وقتی است که بورس انرژی چیزی عرضه نکرده است، بین الملل نفت هم عرضه ای نداشته و تنها LPG و نفتا عرضه کرده و بنزین و گازوئیل در عمل به فروش نرسانده است.

صادرات محصولات مشتق از نفت بزرگترین برگ برنده اقتصاد ایران در شرایط تحریم ها بوده است، برای تقویت این مزیت چه رویکردی باید اتخاذ شود و بخش خصوصی چه ظرفیتهایی در این بخش دارد که باید مورد توجه قرار گیرد؟

دولت در خصوص فرآورده های ویژه، آنرا به بخش خصوصی سپرد در مورد روغن چه روغن پایه و چه روغن های مکمل، در بخش قیر و پارافین دولت به بخش خصوصی و بخش عمومی واگذار کرد ولی در مورد فرآورده ها، عملکرد جالبی رخ نداد؛ این فرآورده ها را وارد بورس انرژی کردند و به خریداران خارجی اجازه دادند که صورت مستقیم اقدام به خرید کنند و هیچ نیازی هم به خرید از بخش خصوصی نداشتند.

در عمل دولت مستقیم در بورس انرژی با خریداران عراقی و افغانستانی وارد معامله شده و نگذاشت که بخش خصوصی در این زمینه سهمی داشته باشد.

رویکرد دولت سیزدهم را نسبت به حضور بخش خصوصی در بخش صادرات نفتی کشور چطور ارزیابی کرده و چه توصیه ای برای ایشان دارید؟

ما برای اینکه بتوانیم از مزیت مان در مورد فرآورده ها استفاده بکنیم، قبل از هر چیزی باید بتوانیم میزان مصرف داخلی را مهار کنیم. اگر در فضای بعد از کرونا میزان مصرف فرآورده بخواهد با همین شدت



مرور موانع صادرات محصولات لبنی با پگاه

امروز شرکت صنایع شیر ایران در کنار برندهای بزرگ بین‌المللی قرار گرفته و موفق به تثبیت خود در بازار روسیه شده است

فرایند صادرات برای شرکت‌های ایرانی فرایندی سخت و پیچیده محسوب می‌شود که با موانع فراوانی مواجه بوده و هست، موانعی که با اوج‌گیری تحریم‌ها در سالهای اخیر تشدید هم شده، اما صادرات محصولات غذایی به دلیل فساد پذیری و دوره کوتاه مصرف همچنین پیچیدگی فرایند حمل و نقل با شرایط ویژه، استرس طی فرایند صادرات از محل تولید تا استفاده آن توسط مصرف‌کننده خارجی را چندین برابر می‌سازد و در میان انواع مواد غذایی می‌توان، محصولات لبنی را از جمله سخت‌ترین محصولات صادراتی برشمرد، اما به رغم همه مشکلات شرکت صنایع شیر ایران (پگاه) با حضور در بازارهای خارجی و فتح بازار بزرگ روسیه در زمره صادرکنندگان برتر کشور قرار گرفته است. به منظور آشنایی بیشتر با استراتژی صادراتی این شرکت و چگونگی حضور در بازار روسیه، گفتگویی کوتاه باغفور قلی زاده، مدیرعامل و نایب رییس شرکت بازرگانی صنایع شیر

ایران (پگاه) انجام داده ایم که مشروح آنرا در ادامه می‌خوانید:

برنامه شرکت پگاه برای حضور در بازارهای منطقه‌ای چیست؟

بازارهای منطقه ای به‌ویژه کشورهای همسایه همواره به عنوان بازارهای هدف اصلی شرکت پگاه تلقی می‌شوند و از گذشته تاکنون نیز تمرکز صادراتی هم بر این حوزه بوده است. با پیدایش شرایط خاص تحریم‌های ظالمانه این رویکرد تقویت شد و راهبردهایی از جمله: ۱- تنوع در محصولات صادراتی، ۲- بالا بردن کیفیت محصولات، ۳- ایجاد ثبات در قیمت‌های صادراتی، ۴- بازسازی بازارهای آسیب دیده مانند افغانستان، ۵- بالا بردن ظرفیت فروش نمایندگی‌ها در زمینه صادرات و افزایش سهم در بازار، به عنوان برنامه‌های اصلی شرکت مورد نظر قرار گرفت.

در زمینه صادرات محصولات لبنی به کشورهای همسایه با چه مشکلاتی در بازارهای هدف

مواجه هستید؟

مشکلات در حوزه تجارت خارجی همواره وجود داشته است و صادرکنندگان با این موضوع بیگانه نیستند. ولی در سال‌های اخیر به دلیل بروز پدیده‌هایی مثل محدودیت‌های ناشی از تحریم‌های ظالمانه استکبار جهانی و شیوع ویروس کووید ۱۹ در کنار نابسامانی‌های سیاست‌گذاری و مدیریتی در تولید و تجارت که از آن به «تحریم داخلی» تعبیر می‌شود، مشکلات به میزان قابل توجهی افزایش پیدا کرد. برای نمونه می‌توان به: فقدان استراتژی کلان موثر صادراتی در کشور، افزایش شدید قیمت شیر خام به دلیل ضعف در تامین به موقع نهاده‌های دامی، افزایش محدودیت‌ها و مضایق بانکی، مالی و موضوع FATF که در نتیجه باعث افزایش هزینه نقل و انتقال ارز حاصل از صادرات و کاهش توان رقابتی در بازارها شده، عدم ثبات و بحران‌های سیاسی و اجتماعی و تغییر مقررات در کشورهای همسایه از جمله افغانستان،



قلی زاده : از جمله مزیت های پگاه در مقابل رقبا می توان به؛ تنوع و نو آوری در تولید (هفتصد نوع محصول در ۱۶ کارخانه)، کیفیت بالا، دانش و ظرفیت علمی برتر در منطقه، وجود نیروهای متخصص و توانمند، بیش از ۶۰ سال تجربه در تولید محصولات لبنی اشاره کرد

نظر جهت تقویت صادرات کشور اشاره کنم، می توان گفت:

- (۱) تدوین استراتژی موثر توسعه صادرات مبتنی بر محصول، بازار و بنگاه و تمرکز امکانات کشور بر روی آن
- (۲) ایجاد کریدورهای صادراتی با کشورهای همسایه و هدف تجاری با رویکرد زنجیره تامین
- (۳) اصلاح شیوه نامه رفع تعهد ارزی حداقل به نحوی که صادرکنندگان شناسنامه دار و معتبر با مشکلی در فرآیند کاری مواجه نشوند و صادرات آنها متوقف نشود.
- (۴) برقراری ترتیبات تجاری از جمله تعرفه ترجیحی یا آزاد برای صادرات محصولات لبنی به کشورهای همسایه به خصوص اتحادیه اقتصادی اوراسیا، افغانستان، آذربایجان، ترکمنستان، گرجستان و ترکیه.
- (۵) اعطای تسهیلات ویژه برای تامین مالی صادرات متناسب با روند توسعه بازار و جایگاه صادرکنندگان، خارج از سیاستها و دستورالعمل های عمومی و ناکارآمد فعلی،
- (۶) تخصیص پارانه اثر بخش جهت حضور در رویدادهای تجاری بین المللی در منطقه
- (۷) استفاده بهینه از ظرفیت بنگاههای اقتصادی و صادراتی فعال و معتبر در دیپلماسی اقتصادی و تجاری هدفمند در پیوند با کشورهای منطقه
- (۸) اختصاص پارانه حمل و نقل به محموله های صادراتی در جهت کاهش بهای تمام شده محصولات صادراتی.

بازار لبنیات در روسیه بسیار مدرن و رقابتی است. تقریباً تمامی شرکت های صاحب نام و برند های معروف در صنعت لبنیات در دنیا در این کشور حضور دارند. شرایط این بازار با سایر کشورهای همسایه بطور کامل متفاوت است. در کنار تولید داخلی با مشارکت برند های معتبر دنیا، سالیانه بیش از ۴ میلیارد دلار انواع محصولات لبنی از سراسر جهان به این کشور وارد می شود، ولی سهم اصلی بازار در اختیار کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا بویژه بلاروس است. فرهنگ مصرف لبنیات در ایران با روسیه به میزان قابل توجهی متفاوت است و بر همین اساس نیز برخی از محصولات لبنی پر مصرف در آن کشور در ایران یا تولید نمی شود و یا تولید آن محدود است. اگرچه روسیه بازار نسبتاً جدیدی برای صنعت لبنیات ایران است که متأسفانه در ابتدای راه هم با مشکلاتی مواجه شد و فرصت های خوبی جهت افزایش صادرات کشور در این بازار از دست رفت، ولی مطابق بررسی های کارشناسی و تجارب موجود، محصولات صنایع شیر ایران بویژه در بخش B2B مورد استقبال گسترده مشتریان روسی قرار گرفته است. این بدان معناست که در صورت بر طرف نمودن موانع و همچنین تسهیل امور تجاری و فنی می توان سهم ایران را از بازار ۴ میلیارد دلاری روسیه به میزان قابل توجهی افزایش داد. واقعیت این است که، حضور طولانی و سنتی رقبا و تطبیق فرهنگ و زبان، استاندارد ها، ساختارهای حاکمیتی و تجاری از جمله اتحادیه اقتصادی اوراسیا که منجر به صفر شدن تعرفه های گمرکی، آزادی ورود و خروج افراد، یکسان سازی مقررات و استانداردهای فنی در کنار عدم وجود مشکلات مبادلات بانکی و شرایط مناسب حمل و نقل علی الخصوص ریلی باعث وجود شرایط نابرابر بین شرکت های ایرانی و رقبا شده است.

انتظار شما از دولت سیزدهم جهت تقویت

صادرات چیست؟

اگر بخواهم فهرست وار به اهم محور های مورد

عراق، روسیه، آذربایجان، ارمنستان .. که خسارت هایی را در بخش صادرات موجب شدند، قرار نگرفتن محصولات لبنی در فهرست موافقتنامه ها یا تفاهم نامه های تجارت آزاد یا ترجیحی با کشورهای منطقه علی الخصوص موافقتنامه موقت تجارت آزاد ایران با اوراسیا، افزایش قابل توجه هزینه حمل و نقل در کنار ضعف ساختاری زنجیره حمل و نقل سرد کشور، مسدود یا محدود شدن مرزها، افزایش چند برابری قیمت برخی از مواد اولیه و مرتبط با تولید محصولات لبنی، صدور بخش نامه های متعدد و مکرر و بعضاً متناقض بانک مرکزی به خصوص در زمینه رفع تعهدات ارزی حاصل از صادرات که جز پیچیده شدن کار هیچ کمکی در جهت بهبود صادرات برای شرکتهای اصیل و معتبر نمی کند، ایجاد محدودیت مقرراتی و ارزی در واردات ماشین آلات - قطعات یدکی و مواد اولیه مورد نیاز کارخانجات لبنی، عدم اجرای بسته های حمایت از صادرکنندگان به طور کامل و اثر بخش، قاچاق برخی از محصولات لبنی و تاثیر منفی آن بر صادرات در مقایسه با شرکتهای رقیب محصولات پگاه اشاره نمود.

در مقایسه با شرکت های رقیب محصولات

پگاه در بازار کشورهای همسایه از چه مزیت هایی برخوردار است؟

از جمله مزیت های پگاه در مقابل رقبا می توان به؛ تنوع و نو آوری در تولید (هفتصد نوع محصول در ۱۶ کارخانه)، کیفیت بالا، دانش و ظرفیت علمی برتر در منطقه، وجود نیروهای متخصص و توانمند، بیش از ۶۰ سال تجربه در تولید محصولات لبنی، برتری در تولید محصولات B2B، ارائه قیمت مناسب با شرایط طبقات اجتماعی کشورهای هدف صادراتی در عین حفظ کیفیت.

در بازار روسیه چه نوع محصولاتی از صنایع

شیر ایران مورد استقبال قرار گرفته و به نظر شما در روسیه تا چه میزان پتانسیل جذب محصولات لبنی ایران را دارد؟



مجموعه امیدان تجارت اروند؛ نخستین شرکت ایرانی تولید کننده عطر و ادکلن که از خط بریل بر روی محصولات خود استفاده می کند

« تا به امروز در زمینه عطر و ادکلن و لوازم آرایش و بهداشتی برای افراد کم توان جسمی حرکت مثمر ثمری انجام نشده است، به همین خاطر ما در بسته بندی محصول اخیرمان تحت عنوان آکوادی، در راستای حفظ حقوق مصرف کنندگان و برای احترام به افراد نابینا از خط بریل استفاده کردیم و نخستین شرکت ایرانی هستیم که در این زمینه اقدام به چاپ خط بریل در بسته بندی محصولاتمان و همچنین در کاتالوگ آن کرده ایم.»

به این نتیجه رسیدیم که در تولید عطر و ادکلن علاوه بر کیفیت درب، شیشه و اسانس های مورد استفاده بایستی بر طراحی و کیفیت بسته بندی عطرهایمان نیز تمرکز کنیم. کلیه بسته بندی محصولات ما با کمک طراحان برجسته کشورمان و با گزینش چاپخانه های طراز اول کشور تولید می شوند. با ایده های خلاقانه خودمان که نتیجه تجربیات و دانش چندین و چندساله مان در زمینه عطر و ادکلن است. ما در بسته بندی محصولاتمان سعی کرده ایم، علاوه بر در نظر گرفتن سلايق مصرف کنندگان ایرانی هم به لحاظ طراحی و رایحه و هم به لحاظ کیفیت رنگ و چاپ بتوانیم در عرصه بین المللی قابلیت رقابت با برندهای جهانی را داشته باشیم.

چاپ خط بریل روی عطر برای اولین بار در ایران
تا به امروز در زمینه عطر و ادکلن و لوازم آرایش و بهداشتی برای افراد کم توان جسمی حرکت مثمر ثمری

مجید مونا، مدیرعامل مجموعه امیدان تجارت اروند، درباره موضوعات مختلفی هم چون خواسته های این مجموعه از دولت سیزدهم برای حمایت از تولید داخلی، نحوه ایده پردازی تا اجرای هر طرح از محصولات خود، ظرفیت سرمایه گذاری روی این محصولات و.... با خبرنگار عصر اقتصاد گفت و گو کرده است:

از اصلی ترین نکات برجسته محصولات شما بسته بندی ممتاز آن در مقایسه با محصولات مشابه ایرانی است. طراحی و تولید این بسته بندی در کجا و به چه صورت انجام می شود؟

به عنوان یک مجموعه برجسته در زمینه تولیدات و صادرات عطر همواره از ادغام راه حل های نوآورانه و متناسب با سلیقه روز دنیا استقبال می کنیم؛ چراکه مشتریان را قادر می سازد محدودیت های مرزی را کنار بزنند و برترین های خود را از مجموعه ما دریافت کنند. ما

شرکت امیدان تجارت اروند در سال ۱۳۹۳ با مسئولیت محدود برای انجام فعالیت های بازرگانی از قبیل: صادرات و واردات انواع کالاهای مجاز، ترانزیت کالا، خرید فروش و بازاریابی، اخذ وام و تسهیلات بانکی و اعتباری از بانک ها و موسسات مالی ایرانی و خارجی، اخذ و اعطای نمایندگی از اشخاص حقیقی و حقوقی داخل و خارج از کشور فعالیت خود را به صورت رسمی آغاز کرده است.

این شرکت با حمایت از سرمایه و کار ایرانی تحت نظارت اداره بهداشت و درمان ایران و با کسب مجوزهای قانونی این سازمان و سامانه ایران کد و گواهی نامه های بین المللی ایزو (ISO) و همچنین همکاری با شرکت های معتبر تولیدی در زمینه های صنایع آرایشی و بهداشتی، برای کسب رضایتمندی مشتری گام موثری در این صنعت در داخل و خارج از کشور برداشته است.



که مصرف‌کنندگان بین‌المللی در آن رفت و آمد دارند و ما می‌توانستیم محصولات خود را به عنوان مثال در پروازهای بین‌المللی، در فرودگاه‌ها و با استفاده از روش‌های به روز دنیا به مشتریانمان معرفی کنیم؛ اما پس از اوضاع پیش‌آمده ناشی از کرونا و کاهش ترافیک پروازها ما به ناچار در سیاست‌های تبلیغاتی خود تجدیدنظر کردیم. اکنون با گذشتن از رکود اخیر مجدداً با برنامه‌های جدید تبلیغاتی به عرصه بازخواهیم گشت. امروزه تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی و دیجیتال یکی از اصلی‌ترین روش‌های مناسب، سریع و قابل دسترسی برای همه است و ما هم در همین راستا قدم بر می‌داریم.

انتظار شما از دولت سیزدهم برای حمایت از صادرات چیست؟

رکن اصلی موفقیت و عملکرد این شرکت در طولانی‌مدت این است که از آغاز فعالیت تاکنون پیام خاص بودن برندمان را همراه خود جلو برده‌ایم، همان‌گونه که در سال‌های اخیر سیاست‌های اقتصادی کشور در راستای حمایت از تولید داخلی بوده است، اگر در خصوص صادرات محصولات نیز دولت سیاست‌های مدون و حمایتگری را در پیش بگیرد مسلماً به رشد و توسعه اقتصادی کشور و ورود ارز به داخل کشور کمک می‌شود. اگر دولت سیزدهم بتواند ثبات نسبی در بازار داخلی ایجاد کند، بسترهای مناسب‌تر و با امنیت بیشتری برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان داخلی فراهم می‌شود و اشتغال‌زایی و امنیت شغلی کارگران ایرانی فراهم می‌شود.

سخن پایانی:

در پایان مدیرعامل مجموعه امیدان تجارت اروند اظهار کرد: صدای ما مبتنی بر صراحت است. در خصوص دستاوردهایمان، محصولات آینده‌مان و مشارکت‌هایمان در زمینه آرایشی و بهداشتی صراحت و صداقت ما با مشتریانمان حرف اول را می‌زند. نوآوری، خلاقیت و پیشگام بودن به مشتریان ما این اجازه را می‌دهد که فراتر از حال حاضر فکر کنند و انتظاراتی فراتر از زمان حال از ما داشته باشند. صدای ما ساختن فردایی متفاوت تر برای خاص بودن شماست.

شرقی و اعتبار گرفتن از فرهنگ و تاریخ غنی ایران باستان عطرهای خود را در یک بستر منسجم جهانی ارائه می‌دهیم. به‌عنوان یک شرکت تولیدکننده داخلی می‌خواهیم، عطرهایی با ماندگاری بی‌انتها و خاطره‌ای به بلندای فرهنگ تاریخیمان ارائه دهیم.

قیمت‌گذاری محصولات شما کدام قسمت از بازارهای صادراتی را هدف قرار داده است؟ و در کدام کشورها موفق به کسب بازار شده‌اید؟

ما محصولات خود را به گونه‌ای قیمت‌گذاری کرده‌ایم که علاوه‌بر اینکه قابلیت رقابت در بازارهای جهانی را داشته باشد، بتواند بیانگر این مطلب باشد که ما در تولید محصولاتمان از ابتدا تا انتها با کیفیت‌ترین مواد و متریال استفاده می‌کنیم تا به عنوان یک تولیدکننده ایرانی هم به لحاظ قیمت و هم به لحاظ کیفیت، توانایی رقابت در بازارهای جهانی را داشته باشیم. کشورهایی که هم دارای تنوع در بازار عطر هستند و هم در تقاضا حرف‌هایی برای گفتن دارند و به دنبال تجربه کردن محصولات جدید در دنیا هستند، انتخابی هوشمند برای سرمایه‌گذاری در زمینه صادرات هستند. خصوصاً اکنون در کشورهای حاشیه خلیج فارس توانسته‌ایم، جایگاه مطلوبی را به دست بیاوریم. گام‌های ما در صادرات بایستی بسیار دقیق، سنجیده و با حداقل ریسک صورت بگیرد؛ چراکه از اهداف مهم ما ورود ارز به کشور و کمک به ساختارهای بنیادی اقتصادی کشورمان است. از دغدغه‌های اصلی مجموعه‌هایی همانند مجموعه امیدان تجارت که در زمینه کارآفرینی و اشتغال‌زایی فعالیت دارند

مجید مونا: اگر دولت سیزدهم بتواند ثبات نسبی در بازار داخلی ایجاد کند، بسترهای مناسب‌تر و با امنیت بیشتری برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان داخلی فراهم می‌شود

خارج نشدن ارز از کشور و رونق و توسعه هر چه بیشتر اقتصاد داخلی است.

برای عرضه محصول در بازارهای هدف چه روش تبلیغی را دنبال می‌کنید؟

سیاست پایه‌ای ما در تبلیغات این است که هر کدام از مشتریان ما در سراسر جهان در تبلیغ و محافظت از برندهای تولیدی ما نقش دارند. این در خصوص فروشنده‌ها و شرکایی که با آن‌ها درگیر بازاریابی هستیم هم صادق است. هسته اصلی برند ما مشخص می‌کند که ما چه کسی هستیم. مسئولیت هر کدام از ما فعالیت در راستای مدیریت برندهای تولیدمان است. ما کاملاً به این موضوع واقف هستیم که یک برند زمانی برنده خواهد بود که بتواند، روابط قوی‌تر با ذی‌نفع‌های خود برقرار کند. با طیف گسترده‌ای از مشتریان، شرکا، سرمایه‌گذاران و همه کارمندان در نهایت باعث می‌شود که امیدان تجارت اروند از سایر رقبا متفاوت شود. یکی از بازارهای هدف ما در تبلیغات مکان‌هایی بود

انجام نشده است، به همین خاطر ما در بسته‌بندی محصول اخیرمان تحت عنوان آکوا، در راستای حفظ حقوق مصرف‌کنندگان و برای احترام به افراد نابینا از خط بریل استفاده کردیم و نخستین شرکت ایرانی هستیم که در این زمینه اقدام به چاپ خط بریل در بسته‌بندی محصولاتمان و همچنین در کاتالوگ آن کرده‌ایم.

عطرسازی در ایران به صورت سنتی سابقه دیرینه دارد، اما در دوران معاصر همزمان با صنعتی شدن این فرایند ایران به عنوان یک تولیدکننده در این بازار حضور ندارد؛ دلیل این مساله چیست؟ آیا این صنعت ظرفیت سرمایه‌گذاری دارد؟

امیدان تجارت اروند چشم‌انداز زیبایی را با بازگشت به اصالت و خاص بودن متصور است که بر فرهنگ ایرانی تاکید به‌سزایی دارد. از زمان تحریم‌ها و پس از منع واردات عطر و ادکلن به کشورمان و در راستای فرمایش‌های مقام معظم رهبری در خصوص تقویت تولید ملی و حمایت از کالای ایرانی تمام توان و انرژی خود را برای تولید هر چه بهتر محصولات با کیفیت بالا به کار برده‌ایم و از تمام ظرفیت داخلی برای ارائه بهترین محصولات خود کمک گرفته‌ایم. تلاش کردیم، محصولاتی تولید کنیم که هم به لحاظ کیفیت و هم به لحاظ قیمت، توان رقابت در بازارهای بین‌المللی با نمونه‌های خارجی را داشته باشد و مصرف‌کننده ایرانی با میل و رغبت آن را خریداری کند. از گذشته تاکنون ایرانیان یکی از برجسته‌ترین بازارهای مصرف‌کننده عطر و ادکلن بوده‌اند و کشورهای زیادی بازار ایران را برای واردات عطر مورد هدف خود قرار داده بودند و شاید در تمام این سال‌ها به همین دلیل به گونه‌ای در زمینه تولیدات داخلی نادیده گرفته شد؛ اما ما با شناسایی ظرفیت‌های موجود در بازار داخلی و خارجی و با بومی‌سازی عطر و ادکلن در داخل کشورمان و با توجه به پتانسیل تولید، گام‌های موثر و جدی برداشته‌ایم. ذات تمام ارتباطات تجاری ما روح، عزم و اراده‌ای است که از اهداف، اصول و ارزش‌های ما نشأت گرفته است.

تولید عطری که بتواند سهم بازار کسب کند، نیازمند دانش و تخصص است، شما تا چه میزان و چگونه در این زمینه توانمندی کسب کرده‌اید؟

برخلاف ظواهر امر، تولید عطر نیازمند دانش و تجربه بالایی است. امروزه یکی از بزرگترین حوزه‌های سرمایه‌گذاری و تولید در دنیا عطر و ادکلن است و رشته‌های مرتبط با تولید اسانس و عطر امروزه در دانشگاه‌های معتبر که دارای لابراتوارهای مجهز تدریس می‌شوند. ما با کسب دانش و تجربه در طی ۱۵ سال توانسته‌ایم یکی از مطرح‌ترین سازندگان عطر در کشور باشیم و با کمک نیروهای مجرب مجموعه‌های مهم در عرصه بین‌الملل سعی بر این داریم تا بهترین محصول خود را ارائه دهیم و راه را برای آیندگان در این زمینه هموار کنیم. شرکت ما پیشگام نوآوری و تازگی در حیطه عطر خواهد بود و به مشتریان خود کمک می‌کند تا با رایحه‌های ماندگار و بوهایی شگفت‌انگیز و با کیفیت، همواره خاص بودن را تجربه کنند. مجموعه ما به آن‌ها این امکان را می‌دهد که محدودیت‌های مرزی را محدود کنند. ما با تلفیق سنت و مدرنیته و با الهام از افسانه‌های



درخواست مدیرعامل شرکت تولیدی سقزسازی کردستان (ون) از دولت:

اداره امور صادرات را به خودمان در تشکلهای صادراتی مان محول سازید

پروانه ساخت بطول انجامید و موفق به تکمیل فرمولاسیون آن شدیم که هدف اصلی مان از صادرات آن به شکل صنایع تبدیلی کشاورزی به کشورهای (ابتدا) حوزه خلیج فارس بود. زیرا آنها سقز و فایده های طبی آن را از ایرانیان بهتر می شناختند. مشکلات ما در آن زمان غضنفرهای خودی بود که با چنگ و دندان نمی گذاشتند این ماده صادر شود. تا اینکه با تلاش های فراوان ما در سال ۱۳۷۶ و با هزینه خودمان در نمایشگاه بهاره دبی شرکت کردیم و در شرایطی که برگزارکننده ایرانی این نمایشگاه موافق با مشارکت ما در این نمایشگاه نبود و به ما می گفت که این محصول آبروی جمهوری اسلامی را می برد شرکت کردیم.

شایان ذکر است که تنها شرکت ایرانی که در این نمایشگاه موفق شد، شرکت ما با آدامس طبیعی ون بود که از آن زمان دروازه های بازارهای جهانی را برای ما گشود.

رقابت در صنعت شما نیازمند پشتیبانی قوی از سوی صنایع بسته بندی است، آیا صنایع بسته بندی ایران توان کافی در این زمینه را دارد؟

قالب پذیری سقز، بسیار سخت است، بنابراین ما با

موم (propolis)، در سال ۱۳۹۷ آنها را در بازار عرضه کند و از مشتقات دیگر سقز خام که دارای خواص بالای طبی و بهداشتی و درمانی است تا کنون: از آنها مواد ضد عفونی کننده، شامپو، خمیر دندان، و دهان شویه را به بازار معرفی نمایم که با استقبال گسترده مواجه شده و در حال حاضر بر روی دیگر مشتقات گرانهای آن به حقایق دست یافته است که می تواند در جهان علم پزشکی ایجاد تحول نماید و در درمان ویروس های منحوسی چون کرونا تاثیر به سزایی داشته باشد. به همین بهانه به سراغ محمدنجیب شریفی، مدیرعامل شرکت تولیدی سقز سازی کردستان (ون) رفتیم و با او به گفت و گو نشستیم که در ادامه شرح آنرا می خوانید:

معرفی محصولات بومی مانند سقز به بازارهای هدف چه مشکلاتی دارد؟ شما چطور موفق به این کار شده اید؟
ما برای اولین بار در سال ۱۳۶۹ به فکر ساختن فرمولی برای سقز طبیعی که با ارزش نازلی به بازارهای صادراتی عرضه می شد و در آن زمان از قرار هر کیلوگرم شیر سقز، ۳ دلار بود افتادیم و ساخت این فرمول تا سال ۱۳۷۳ که موفق به اخذ پروانه بهره برداری و تا سال ۱۳۷۵ که با دریافت

شرکت سقزسازی کردستان (ون) یکی از بزرگترین و مدرن ترین شرکت های تولیدکننده آدامس طبیعی است.

شرکت تولیدی سقزسازی کردستان (ون) در سال ۱۳۶۹ با توجه به استعداد منطقه در رویش درختان پنه و برای استفاده بهینه از صمغ این درختان که از دیر باز توسط اطباء مشهوری چون ابو علی سینا برای درمان بسیاری از بیماریها تجویز شده، تأسیس شد. پس از چهار سال کار مداوم بر روی فرمولاسیون آدامس طبیعی سرانجام در سال ۱۳۷۳ با ابداع فرمولاسیون آدامس طبیعی به بهره برداری رسید و تحول نوینی را در این صنعت بوجود آورد.

در سال ۱۳۸۰ خط تولید لواشک طبیعی و بهداشتی شرکت با توجه به وفور میوه های فصلی در کردستان راه اندازی شد و یکی از بهترین و با کیفیت ترین لواشک های میوه جات مختلف که از میوه های تازه ساخته می شد در بازارهای داخلی و خارجی عرضه شد.

واحد (R&D) این شرکت یکی از فعالترین واحدهای این شرکت است تا کنون توانسته است با طراحی آدامس طبیعی بدون قند، در سال ۱۳۸۲ و آدامس طبیعی بدون قند با بره



ایران را به دلار و حتی دینار خریدند که این باعث خروج و ورشکستگی بیش از ۳۰۰ شرکت ایرانی در بازار عراق شد. اما انتظارات ما به عنوان صادرکنندگان علی‌الخصوص در کردستان و به نمایندگی آنها از دولت سیزدهم برداشتن پیمان سپاری ظالمانه‌ایست که در حق سر قراولان عرصه اقتصادی ایران اعمال می‌شود. این پیمان سپاری هیچ انگیزه‌ای را به صادرکننده نمی‌دهد؛ زیرا ما قیمت محصولات اولیه را به نرخ دلار واقعی (۵۰ هزار تومان) و نه حتی به نرخ روز که کاملاً پیداست که کاذب است می‌خریم و مجبوریم با شرکت‌های ترکیه‌ای که ۲۵٪ از دولتشان سوبسید (جایزه صادراتی) می‌گیرند رقابتی ناجوانمردانه داشته باشیم و معمولاً باخت با ما خواهد بود؛ زیرا آنها دولتشان شدیداً پشت سرشان ایستاده است و نمی‌خواهند درآمد‌های اقتصادی آنها را کمتر ببینند؛ زیرا به اقتصاد کلان کشورشان ضرباتی جبران‌ناپذیر می‌زنند. درحالی که ما به ریال می‌فروشیم و دولت به دلار از ما می‌خواهد.

دولت سیزدهم باید مواد اولیه محصولات صادراتی که در داخل کشور تولید می‌شوند را با قیمت ثابت و مصوب در اول سال تعیین کند تا توازن اثری آن در طول سال دچار خدشه نشود و شرکت‌های ایرانی دچار خسارت‌های جبران‌ناپذیری که بعضاً به تعطیلی بنگاه اقتصادی‌شان می‌انجامد، نشوند. ما از دولت سیزدهم می‌خواهیم لاقلاً نگذارد بانک مرکزی خسارت‌های ناشی از اعمال نادرست مدیریت مدیران سابقش را بر گردن صادرکنندگان ایرانی بگذارد و دست در جیب‌های خالی‌شان بکند.

ما از دولت سیزدهم می‌خواهیم اداره امور صادرات را به خودمان در شکل‌های صادراتی‌مان محول سازد و دخالتی در این امور نکند. صادرکنندگان خود می‌توانند به نحو احسن خود را مدیریت کنند.

ما به زودی از مشتقات مواد اولیه مان دارویی تولید می‌کنیم که این شرکت را در دنیا بر سر زبانها خواهد انداخت.

که در بیش از ۸۵ نمایشگاه بین‌المللی در خارج از کشور و در ۲۰ کشور اروپایی، آسیایی، آفریقایی و استرالیایی برگزار کرده‌ایم؛ مشتریان خاص خودمان را داریم. اما متأسفانه سازمان جنگل‌ها و مراتع که متولی صنعت ما هستند، هر از چند گاهی برداشت سقز را برای صیانت از درخت‌ها ممنوع می‌کنند که این روش به باردهی سقز لطمه می‌زند!! (همچنانکه بیش از ۳۰٪ از جنگل‌های ایلام با این ندانم‌کاری‌ها از بین رفت که در نوع خود بی‌نظیر بود) زیرا اقتضای طبیعت این درخت خارج شدن شیره از بدنه‌اش است. این حرکت سازمان جنگل‌ها و مراتع (در مرکز) برای ما که ۱۳۲ کارگر، کارمند و مهندس به صورت مستقیم و نیز برای هزاران نفر به صورت غیرمستقیم اشتغال ایجاد کرده‌ایم، در اداره کردن شرکت و حفظ کارکنان و پرداخت حقوقشان دچار اختلال کرده است. در حالی که اقتضای طبیعت این درخت حداقل ۲ سال و حداکثر ۳ سال یکبار تیغ زدن به آنها برای خارج شدن شیره بارزششان است. ما در رسانه‌های کشورهای هدفمان، هر از چند گاهی تبلیغات محیطی، رسانه‌ای و تلویزیونی داریم که برای یادآوری به مشتریان است و ما از این نظر مشکل خاصی نداریم.

به عنوان یک صادرکننده برتر چه حمایت‌هایی از شما صورت گرفته است و چه انتظاراتی از دولت سیزدهم دارید؟

به عنوان یک صادرکننده نمونه و برتر و خوشنام که شهره خاصی به این شرکت و کشور خودمان در کشورهای هدف داده، متأسفانه نه تنها هیچگونه حمایتی از ما صورت نگرفته بلکه به جای اعطای مشققات و جوایز صادراتی؛ دولت پس از راه‌اندازی دوباره پیمان سپاری صادراتی ما را به بازگشت ارزی وادار کرده‌اند که هیچ زیرساختی بر آن تعریف نشده است (به دلیل تحریم‌های اقتصادی و بستن

شریفی : ما از دولت سیزدهم می‌خواهیم اداره امور صادرات را به خودمان در شکل‌های صادراتی‌مان محول سازد و دخالتی در این امور نکند. صادرکنندگان خود می‌توانند به نحو احسن خود را مدیریت کنند

سوئیفت) ما را ناچار می‌سازند به خرید ارزهایی که نمی‌دانیم در بازار آزاد چه می‌کنند تا ما آنها را به قیمت آزاد خریداری کنیم و به قیمت نیمایی به بانک‌ها در ازای رفع تعهد ارزی بازگردانیم، اختلاف ارز نیمایی در حال حاضر با ارز آزاد ۱۲۵۰ تومان تا ۴۴۰۰ تومان در نوسان است و صادرکننده بیچاره بجای دریافت جوایز صادراتی باید تقاض صادرات محوری را با پرداخت این مبالغ هنگفت به صندوق دولت از جیب خودش پرداخت کند؛ در حالی که بیش از ۹۰٪ از صادرات به کشور عراق به صورت ریالی است؛ زیرا پس از بستن ۱۷ روزه مرزهای کردستان عراق به دلیل رفراندوم اقلیم کردستان؛ ابهت ایرانی‌ها شکسته شده و کشورهای عربستان، اردن، ترکیه و حتی سوریه و لبنان جای شرکت‌های ایرانی مستقر در بازار عراق را گرفتند و عراقی‌ها دیگر محصولات صادراتی

ترکیبی از شکر، گلوکز و نشاسته و ... و با زحمات شبانه‌روزی چندساله موفق شدیم آنرا به صورتی قالب‌پذیر در آوریم و به صورت فلوپک بسته‌بندی کنیم. مشتریان بازار هدف ما از طعم سقز طبیعی با ترکیبی که ما ساخته بودیم خوشحال بودند. هرچند خودمان از بسته‌بندی آن راضی نبودیم. بعداً در سال‌های ۸۲ و ۸۳ با الهام‌گیری از ژاپنی‌ها در نمایشگاه فودکس ژاپن که ما را افتخاری دعوت کرده بودند، آدامس بدون قندمان را با ترکیبات پیشنهادی آنها ساختیم و مقداری هم در بسته‌بندیمان تغییرات مثبتی حاصل شد.

تاکید شما بر استفاده از مواد اولیه ارگانیک تا چه حد در بازاریابی شما موثر بوده و آیا برای محصولات شما رقیب ایرانی یا خارجی وجود دارد؟

مواد اولیه ما ارگانیک و از بطن درختانی است که بعضاً بیش از ۷۰۰ و تا هزار سال عمر دارند و در دل کوهستان‌های سربه فلک کشیده رویشی طبیعی دارند. آنتی باکتریال، طبی و دارای خواص درمانی بسیار است. متأسفانه ما در کشور خودمان غریب هستیم. سال‌ها از مسئولان ذریبط درخواست کردیم که اجازه دهند از خواص دارویی آن، مردم خودمان را آگاه سازیم؛ خواصی که ابوعلی سینا دانشمند بزرگ ایرانی در کتاب قانون خود درج کرده است. اما متأسفانه کوته نظری اجازه این کار را به آنها نداد و ما به محض تبلیغات گسترده‌ای که در جراید و کانال‌های تلویزیونی کشورهای عربستان و عراق و کویت و در مورد خواص دارویی محصول انجام دادیم با سیل عظیم مشتاقان خرید محصولاتمان مواجه شدیم که ابتدا در سال ۷۸ به عنوان صادرکننده نمونه کشوری برگزیده شدیم و در سال‌های ۸۵، ۸۶، ۹۰، ۹۳ و ۹۵ هم بار دیگر به عنوان صادرکننده نمونه کشور از طرف مرکز توسعه صادرات انتخاب شدیم که مسئولان امنیتی استان، این فرصت‌های گرانبها را از ما گرفتند و صلاحیت شرکت ما را تایید نکردند و دیگر شرکت‌ها را جایگزین ما کردند و فریاد ما هم به جایی نرسید! دیگر ما از آن سال تاکنون در فرایند انتخاب صادرکننده نمونه شرکت نکرده‌ایم. در گروه کالایی ما رقیبی نداریم و ما همه ساله صادرکننده نمونه هستیم؛ زیرا ارزش افزوده محصولات ما بالغ بر ۲۰ برابر قیمت خام آن است. محصولات ما یک رقیب داخلی دارد که از بطن شرکت ما جدا شده است. اما دانش فنی ۳۰ سال قبل ما را دارد! بنابراین حرف اول را ما در بازارهای هدف می‌زنیم، زیرا صمغ مورد استفاده در محصولات ما صمغ خالص درخت بنه است. همچنین، ما رقبای خارجی هم از این نوع آدامس نداریم و مواد اولیه آنها عمدتاً از کندر است.

آیا حضور در نمایشگاه‌های خارجی برای تبلیغ و رشد صادرات محصولات شما کافی است یا باید تبلیغات بیشتری در بازارهای هدف داشته باشید؟

متأسفانه به دلیل محدودیت استحصال سقز خام، ما حتی یک شیفت کاری را هم در کل سال نمی‌توانیم تأمین کنیم. بیش از ۷۰٪ محصولاتمان را به خارج از کشور صادر می‌کنیم و همواره ناچار هستیم سقزهای خام داخل ایران را که به عراق قاچاق می‌شود، با قیمت مضاعف و به عنوان کالاهای خارجی به صورت ورود موقت داخل کنیم تا چرخ کارخانه‌مان لنگ نلنگ بچرخد. بنابراین در حال حاضر برند این شرکت، یک برند جهانی شده است. در شرایطی



راه اندازی و اجرای هر ساله یک طرح توسعه در مجتمع کارخانجات کاشی و سرامیک فرزاد

مجتمع کارخانجات کاشی و سرامیک فرزاد با عنایت حضرت حق و همت مسئولان و مدیریت این صنایع در سال ۱۳۸۴ تاسیس و در سال ۱۳۸۸ افتتاح شد و فعالیت خود را در زمینه کاشی و سرامیک و صادرات آن با مدیریت متخصص و با تجربه و همکاری مشاوران و مهندسان مجرب و با بهره‌گیری از به‌روزترین تکنولوژی روز دنیا و ماشین‌آلات مدرن شرکت ساکمی ایتالیا در صنعت کاشی و سرامیک و راه‌اندازی سیستم‌های پیشرفته تهیه بدنه و بالمیل های کانتینئوس و سیستم‌های تمام اتومات شروع به کار کرد.

افغانستان را نیز علاوه بر نیاز داخل تامین خواهد کرد. این مجموعه در راستای رضایت بیشتر مشتریان و تحویل به موقع بار اقدام به تاسیس شرکت باربری فرامرز سیر در جوار کارخانه کرده است.

هم اکنون این مجتمع با تولید انبوه انواع کاشی و سرامیک، علاوه بر تامین بازارهای داخلی به بازارهای کشورهای افغانستان، پاکستان، عراق و همینطور کشورهای آسیای میانه، سوریه و لیبی محصولات خود را صادر می‌کند. البته با توجه به افزایش کیفیت این محصول بازارهای هدف صادراتی نیز افزایش یافته است. موفقیت در تحقق تولید انواع کاشی کف و دیوار که بنا بر نظر متخصصان فنی با محدودیت‌های فراوانی روبروست، نشان‌دهنده مدیریت با درایت این مجموعه صنعتی است.

مجتمع کاشی فرزاد با افتخار اعلام می‌کند در سال‌های ۹۱ تا ۹۵ به عنوان کارآفرین برتر و صادرکننده

بالغ بر ۵۰۰۰ میلیارد ریال در حال راه‌اندازی است که اشتغال مستقیم بالغ بر ۲۰۰۰ نفر را در بردارد. این واحد بازیافت کاغذ در راستای حمایت از محیط زیست است

فلاحی: اگر می‌خواهیم ایران مانند همیشه سرافراز باشد باید بدنه دولت را کوچک و چابک کنیم و این نیاز راهی جز فراهم کردن شرایط تولید با پرداخت تسهیلات باسود بسیار کم یا حتی بلاعوض به تولیدکننده واقعی امکانپذیر نیست

که جزو صنایع مادر محسوب شده و اشتغال غیرمستقیم چندین هزار نفری و قطع وابستگی به خارج برای واردات کاغذ را در پی دارد و نیاز کشورهای همجوار به خصوص

هرساله هم با طرح توسعه و اجرای یک فاز جدید، تولید و سطح کیفیت خود را افزایش داده و با به کارگیری ۱۰۰۰ نفر نیروی متخصص و مجرب و در حال آموزش مشغول به فعالیت است.

واحدهای تهیه فرمول بدنه و تولید گرانول و پرس‌های مدرن و بخش لعاب مجهز به تجهیزات اعمال لعاب و چاپ DURST ایتالیا و کوره‌های مدرن پخت سریع (رولر) به این شرکت امکان داده است که بتواند انواع کاشی دیوار و کف را در طرح‌های متنوع و چند چاپ تولید کند.

این واحد از زمان شروع به تولید، هر ساله یک طرح توسعه راه‌اندازی و اجرا کرده و توانسته است در پایان سال ۹۵ فاز ششم این مجتمع را به بهره‌برداری برساند.

چندین واحد جانبی از جمله واحد آماده‌سازی پودر میکرونیزه و واحد لعاب‌سازی در سال ۹۶ افتتاح و به واحدهای خط تولید این کارخانه افزوده شد. واحدهای تولید کاغذ، ورق و کارتن با سرمایه‌گذاری



فعال شدن بازارچه های مرزی کار بسیار مهمی است و می تواند وضع اقتصادی مرزنشینان را سامان دهد و به نحوی به مسائل امنیت مرزها هم کمک کند. بنابراین فعال شدن تمامی بازارچه های مرزی خراسان جنوبی در توسعه صادرات و مراودات تاثیر گذار خواهد بود.

فلاحی، صادرات کالاهای غیرنفتی را برای کشور حائز اهمیت دانست و افزود: توسعه صادرات مواد غیر نفتی جز سیاست های کشور است که باید برای رفع موانع پیش روی آن برنامه ریزی کرد.

مدیرعالی صنایع کاشی فرزاد ضمن تاکید بر لزوم مانع زدایی و پشتیبانی از بخش تولید به ویژه واحدهای شناسنامه دار و صادرات محور تصریح کرد: کشور برای پیشرفت، مسیری جز تولید و ایجاد اشتغال پایدار ندارد، بنابراین ضروری است از تولیدکنندگان واقعی به شکلی منطقی و موثر حمایت شده و موانع پیش روی تولید و صادرات از میان برداشته شوند. دولت برای توسعه باید به بخش خصوصی اعتماد کرده و از ظرفیت ها و توانایی آن به درستی بهره بگیرد. فلاحی هم چنین خواستار معافیت مالیاتی شهرک های صنعتی در تمام استان و از جمله در مرکز استان و شهرستان قائن و تمام مناطق مرزی استان شد و گفت: این معافیت باید برای ۵۰ سال اعمال شود تا سرمایه گذار برای حضور در این استان مرزی و محروم و دور از بسیاری زیرساخت ها رغبت پیدا کند.

وی از فعالان در عرصه تولید به عنوان سربازان خط مقدم جبهه اقتصادی کشور یاد کرد که برای نگهداشت آنها در این جبهه باید رغبتی مثل معافیت مالیاتی ایجاد کرد. وی با تاکید بر اینکه برای جذب سرمایه گذاران و سوق دادن سرمایه های آنها به این استان مرزی باید حمایت های خاصی از سوی دولت صورت گیرد، افزود: دولتمردان و مسئولان در جریان مشکلات و کمبودهای استان خراسان جنوبی هستند و از دولت مردمی امید انتظار می رود این استان را ویژه ببینند تا شاهد رشد و توسعه این استان کمتر توسعه یافته باشیم.

صادرکننده موفق خراسان جنوبی ادامه می دهد: «تلاش من این بوده مشتری مداری را که گره گشای مشکلات بوده سرلوحه کار خود قرار داده و در این استان محروم خراسان جنوبی مشغول به تولید و ایجاد اشتغال برای مردم کشورم هستم و به کشورهای مختلف دنیا این تولید را صادر می کنم. مسئولان باید به داد تولیدکنندگان واقعی برسند. تولید واقعی، حلال مسائل کشور است که نیاز به حمایت واقعی دارد نه حرف و نه دیگر هیچ.» فلاحی در ادامه گفت: در استان خراسان جنوبی به برکت انقلاب اسلامی کارهای زیادی انجام شده است؛ اما برغم همه تلاشهایی که در این ۴۰ ساله انجام شده است باز هم محرومیت هایی در منطقه وجود دارد که باید برطرف شود.

وی یکی از مسائل و مشکلات استان را وضعیت پروازها، جاده ها و ارتباطات ریلی دانست و گفت: بازارچه مرزی یک فرصت است و یکی از فرصت های مرز، بهره برداری اقتصادی است و فعال شدن بازارچه های مرزی می تواند به گسترش و توسعه صادرات بیانجامد.

نمونه ملی در سال ۹۶ و تداوم آن و همچنین عنوان صنعت سبز ملی در سال های ۹۶ و ۹۷ را کسب کرده است.

این واحد نمونه ملی و صنعت سبز و دوستدار کارگر دارنده استانداردهای بین المللی ISO ۹۰۰۱ و ISO ۱۴۰۰۱ در مدیریت کیفیت CE اروپا و OHSAS بوده و به عنوان شرکتی خوشنام، با تجربه و با کیفیت برتر و به روز در سطح کشور و بین الملل می درخشد.

مدیرعالی و مالک این مجتمع مهندس علی اکبر فلاحی است که بیش از ۷۰ بهار از زندگی را با تلاش بی وقفه برای تولید و اشتغال و کسب تجربه در زمینه صادرات چه قبل از انقلاب (در زمینه فرش) و چه بعد از انقلاب در این مرزو بوم پشت سر گذاشته است، همچنان با همکاری کادر مجرب و فرزندان خود که پا به پای وی گام برمی دارند به صورت خستگی ناپذیر تلاش می کنند. تلاشی که در زنجیره بیش از ۱۸ واحد صنعتی فعال و بزرگ در جهت تکمیل زیرساخت های استان از جمله تولید کاشی و سرامیک، آجرنما و آجرسفال، انواع محصولات کشاورزی و تولیدات دامی، معدن، آماده سازی خاک و فراوری مواد معدنی، حمل و نقل، لعاب سازی، کارتن سازی، شرکت هادی گستر خاوران و کارخانه تولید کاغذ کربناتی، تولید پارکت و تولید فوم PVC، و صنایع سلولزی و تبدیلی با رقم بسیار سنگین و اشتغال پایدار، صنعت بیمه و ... دیده می شود.

فلاحی روی سخن خود را تصمیم گیران کشوری قرار داده و می افزاید: «اگر می خواهیم ایران مانند همیشه سرفراز باشد باید بدنه دولت را کوچک و چابک کنیم و این نیاز از راهی جز فراهم کردن شرایط تولید با پرداخت تسهیلات باسود بسیار کم یا حتی بلاعوض به تولیدکننده واقعی امکان پذیر نیست. همچنین زیرساخت ها را در تولید برای تولیدکننده باید فراهم کرد؛ جلساتی که برای تولیدکننده خروجی ندارد را نباید برگزار کرد. تولیدکننده باید وقتش صرف تولید کند و مسائل جانبی وقت تولیدکننده را نگیرد.»





رئیس انرژی و تأسیسات شرکت فولاد آلیاژی ایران: پاسداشت آب، از مهمترین مسئولیت‌های اجتماعی این شرکت است

با توجه به ارزش بالای آب و محدودیت منابع آبی در دسترس، یکی از راهکارهای اصلی در بهره‌برداری هر چه بیشتر و مناسب‌تر از آب‌های موجود، بازچرخانی و استفاده مجدد از آب است. به همین بهانه و به دلیل اهمیت موضوع آب و اهمیت بازچرخانی آن در صنایع، سراغ محمدرضا زارع‌زاده، رئیس انرژی و تأسیسات شرکت فولاد آلیاژی ایران رفتیم تا با دانش فنی و امکانات یکی از مهم‌ترین شرکت‌های فولادی کشور و منطقه در این مورد آشنا شویم.

بخش داشته و دارد. از آن جمله می‌توان به بیش از ۵۰ هکتار فضای سبز ایجاد شده اشاره داشت که با اجرای پروژه سیستم آبیاری هوشمند قطره‌ای، مصرف خود را به حد اقل لازم کاهش داده و پیش‌تاز کنترل و بهینه‌سازی مصرف آب در کشور است و این افتخار را دارد که اولین صنعت کشور در اجرای این سیستم است.

همچنین این شرکت با تصفیه همه پساب‌های بهداشتی شرکت و بازگرداندن آن به شبکه و استفاده مجدد در آبیاری فضای سبز، از اتلاف آب جلوگیری کرده و بازیافت منابع آبی را به عنوان استراتژی پایدار خود تعریف کرده است؛ مضاف بر اینکه در بخش آب بهداشتی و شرب نیز با تغییر شیرهای آب از دستی به پدالی، بهبود مصرف مدنظر قرار گرفته است.

باز چرخانی آب، تجهیزات بهسازی آب‌های صنعتی، تجهیزات خنک‌سازی آب‌های صنعتی، مخازن آب، سیستم لوله‌کشی آبیاری قطره‌ای هوشمند، تصفیه‌خانه فاضلاب بهداشتی و بسیاری امکانات زیرساختی از این دست اشاره کرد.

بیشترین میزان مصرف آب در شرکت متعلق به چه بخش‌هایی است و چه تمهیداتی در رابطه با بهبود الگوهای مصرف صورت گرفته است؟

بیشترین میزان مصرف آب در شرکت فولاد آلیاژی ایران، مربوط به بخش فضای سبز است که آن هم در راستای برآورده‌سازی الزامات قانونی و محیط زیستی صورت پذیرفته؛ نشان از اهتمام شرکت فولاد آلیاژی ایران به حفظ محیط زیست و سرمایه‌گذاری کلان در این

در ابتدا از ظرفیت‌ها و زیرساخت‌های تأسیساتی این شرکت در رابطه با تأمین آب مورد نیاز بخش‌های مختلف به ویژه تولید توضیح دهید.

شرکت فولاد آلیاژی ایران، بزرگترین تولیدکننده انواع فولاد آلیاژی در ایران و خاورمیانه و یکی از مدرن‌ترین مجتمع‌های تولید فولاد آلیاژی دنیاست که در سال ۱۳۸۸ به بهره‌برداری رسیده است. دانش فنی، طراحی، ساخت و تأمین تجهیزات آن را شرکت‌های بهلر اتریش و دانیلی ایتالیا به عنوان پیش‌تازان این صنعت در دنیا انجام داده‌اند و متناسب با آن طراحی، اجرا و توسعه تأسیسات زیربنایی برای تأمین آب مورد نیاز شرکت نیز مورد توجه بایسته‌ای قرار گرفته است که از آن جمله می‌توان به اجرای خطوط انتقال، سیستم‌های



به طور کلی چند درصد از آب مصرفی شرکت از طریق بازچرخانی در مدار مصرف مجدد قرار می‌گیرد و آیا برنامه‌ای برای توسعه و به روزآوری این سیستم دارید؟

شرکت فولاد آلیاژی ایران با داشتن سیستم اسمز معکوس در دو مرحله (re use water)، سیستم دمین، فیلترهای شنی و کولرهای هوایی، تمام آب صنعتی خود را از طریق بازچرخانی و احیای مجدد به مدار مصرف باز می‌گرداند. در واقع همه مدارات آب صنعتی این شرکت به روش بازچرخانی هستند تا کمترین میزان مصرف را در بخش صنعتی و تولیدی خود به ثبت برساند و این افتخار را داشته باشد که از کم‌آب‌خواه‌ترین صنایع فولادی نه تنها در سطح استان و ملی بلکه در سطح خاورمیانه باشد. به جرات می‌توان گفت: فولاد آلیاژی ایران در زمینه کاهش نرخ مصرف آب و استفاده حداکثری از منابع و تلاش برای حفظ منابع آبی، از پرتلاش‌ترین صنایع بوده است و موفق شده است به مصرف کمتر از ۵۰۰ لیتر آب برای تولید هر تن فولاد آلیاژی برسد. این در حالیست که این شرکت تولیدکننده محصولات آلیاژی برای صنایع بزرگ کشور است و از برندهای معتبر جهانی در صنعت فولاد است.

قابل ذکر است که شرکت فولاد آلیاژی ایران توسعه و به روزآوری خود در زمینه بهینه‌سازی مصرف آب را از هنگام آغاز بهره‌برداری هرگز متوقف نکرده و در برنامه‌های کوتاه مدت و بلندمدت خود توسعه و به روزرسانی این سیستم را گنجانده است. هم اکنون نیز این شرکت با هدف حفظ کیفیت آب صنعتی خود که منجر به کاهش نرخ مصرف می‌شود و نیز مطالعات در زمینه سیستم‌های نوین، پیشرفت‌های جهانی در این زمینه را رصد می‌کند. در اینجا لازم است به این نکته اشاره شود که شرکت فولاد آلیاژی دست همه شرکت‌های تخصصی و نیز دانش‌بنیان را که در این زمینه مطالعه یا تجربه‌ای داشته‌اند برای همکاری می‌فشارد و آماده است تا از تجارب، تخصص، دانش و مهارت آنها برای بهبود سیستم‌های مصرف آب استفاده کند یا در طرح‌های مطالعاتی همکاری کند؛ همچنان که از گذشته تاکنون با دانشگاه‌های صنعتی اصفهان، دانشگاه تهران، مشهد، اشکذر و پژوهشکده‌های مختلف در زمینه پروژه‌های مطالعاتی آب در حال همکاری است.

پرمصرف‌ترین صنایع کشور در زمینه مصرف آب چه صنایعی هستند و صنایع فولادی در چه رده‌ای قرار دارند؟

اجازه بدهید این سوال را به گونه‌ای متفاوت جواب دهم. این تصور غلط وجود دارد که صنعت عامل بحران آب در کشور است؛ در حالی که بزرگترین مصرف‌کننده آب در کشور، بخش کشاورزی است که در محدوده ۹۰ درصد منابع آبی کشور در بخش کشاورزی و آنهم به روش‌های قدیمی و آبیاری قراقبی مصرف می‌شود و سهم صنعت از منابع آبی بسیار ناچیز و در حدود ۵ درصد و حتی کمتر است. این نشان می‌دهد که متهم کردن صنعت به عنوان

شرکت فولاد آلیاژی ایران چه تعاملاتی را با سازمان آب منطقه‌ای استان در راستای بهینه‌سازی مصارف داشته و دارد؟

شرکت فولاد آلیاژی ایران همواره این آمادگی و اهتمام را داشته و دارد تا در همکاری با شرکت آب منطقه‌ای باشد؛ لیکن این انتظار را داریم که آنها نقش محوری‌تری را در برگزاری جلسات هم‌اندیشی، گردهمایی‌های تخصصی و نیز ایجاد فضای تشویقی و رقابتی بین صنایع برای بهبود وضعیت مصرف آب در صنعت داشته باشند.

متأسفانه در کشور ما تا بحث کاهش مصرف آب یا انرژی مطرح می‌شود، مسئولان به سراغ قیمت می‌روند و پایین بودن قیمت را دلیل بی‌مبالاتی در مصرف می‌دانند در حالی که این هم از آدرس‌های غلط دیگری است که داده می‌شود و موضوع قیمت باید در کنار عوامل متفاوت و بیشتری سنجیده شود؛ چه در زمینه آب و چه در زمینه انرژی‌هایی چون برق و گاز به نظر می‌رسد موضوع قیمت بیشتر یک بهانه برای افزایش قیمت آنها است تا دلوپسی و نگرانی از نرخ مصرف.

همانطور که قبلاً ذکر شد؛ شرکت فولاد آلیاژی ایران در زمینه کاهش مصرف آب پیش رو بوده است و حد اکثر تلاش خود را برای بازیافت آب و استفاده حداکثری از این منابع صورت داده است و خواهد داد و خارج از موضوع قیمت‌گذاری آب، خود را موظف و متعهد به پاسداشت این گوهر کمیاب خدادادی می‌داند و هرگونه کوتاهی را در این زمینه بر خود نخواهد پذیرفت.

عامل بحران آب در کشور، آدرس غلط دادن است و گمراه‌کننده است. به نظر بنده برای نجات کشور از بحران آب باید به اصلاح وضع کشاورزی در کشور پرداخت. و اما اگر بخواهیم صنایع به اصطلاح پرآب‌خواه را نام ببریم، می‌توان به صنایع تولید مواد شیمیایی، صنایع غذایی، بخش معدن و صنایع فلزی، صنعت سیمان و

زارع‌زاده : قابل ذکر است که شرکت

فولاد آلیاژی ایران توسعه و به

روزآوری خود در زمینه بهینه‌سازی

مصرف آب را از هنگام آغاز

بهره‌برداری هرگز متوقف نکرده و در

برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت

خود توسعه و به روزرسانی این

سیستم را گنجانده است

کاشی، محصولات کانی غیر فلزی و همچنین کاغذ و نیروگاه‌های برق اشاره کرد. صنعت فولاد نیز با توجه به چشم‌انداز توسعه‌ای متصور بر آن از جمله تولید ۵۵ میلیون تن فولاد، خودکفایی و تأمین نیاز صنایع مختلف، اشتغال‌زایی و برنامه توسعه کشور، در زمره صنعت‌هایی است که موضوع مصرف آب برای آنها نقش پر رنگی دارد.



معاون فروش و بازاریابی شرکت سیمان شرق:

سیمان‌های ایرانی جز با کیفیت‌ترین سیمان‌های تولیدی در جهان و کاملاً مطابق با استانداردهای بین‌المللی هستند

در فضای اقتصادی حاکم بر جهان امروز، مصرف سیمان به عنوان یکی از اصلی‌ترین نهاده‌های تولید در فعالیتهای عمرانی و ساختمانی و از مهم‌ترین شاخص‌های ارزیابی توسعه اقتصادی کشورها به شمار می‌آید و این صنعت، نقشی بی‌بدیلی در گسترش زیرساخت‌های اساسی یک کشور ایفا کرده است و فارغ از فراز و نشیب‌های اقتصادی در سطح جهان، به مسیر رو به رشد خود ادامه می‌دهد.

تثبیت‌شده‌ای را در کشور افغانستان داشته باشیم. اما در مورد آسیای میانه با توجه به منابع مالی و ارتباطات و همچنین شرایط ثبات‌تر سیاسی که نسبت به افغانستان دارند، بحث متفاوت است. آنها معمولاً توانسته‌اند نیاز خود را به سیمان با احداث کارخانه به کمک شرکای خارجی خود از جمله شرکای چینی یا بعضاً شرکای ترک یا اروپایی تأمین کنند.

کشورهای تاجیکستان، قزاقستان و حتی ترکمنستان با توجه به قیمت‌های پایین‌تر سیمان ایرانی و در دسترس‌تر بودن آن در صورت نیاز به سیمان به صورت مقطعی به ایران مراجعه می‌کنند. ما هم به عنوان کارخانه سیمان شرق که در نزدیکی مرزهای این کشورها هستیم اقدام به تأمین سیمان آنها می‌کنیم.

آسیای میانه، بازار مقطعی است مثلاً در

بازارهای صادراتی لحاظ می‌شد در حال حاضر از طریق بورس کالا ادامه دارد.

بازارهای افغانستان و آسیای میانه چه ظرفیتهای استفاده نشده‌ای برای صادرات سیمان ایران دارند؟

به نظر من باید بازار افغانستان و بازار آسیای میانه را از هم تفکیک کرد. ما از ایران حدود سالانه دو تا دو و نیم میلیون تن صادرات به کشور افغانستان داشته‌ایم که در حال حاضر در ماه‌های اخیر باتوجه به تغییرات سیاسی که در این کشور به وجود آمده، مصرف سیمان در کشور افغانستان به شدت کاهش یافته است.

افغانستان را با دو رویکرد می‌شود بررسی کرد، رویکرد اول همین تأمین سیمان به صورت فعلی و صادرات است. رویکرد دوم این است که با تأسیس کارخانه و یا آسیاب سیمان در حقیقت بازارهای

همین امر بهانه‌ای شد تا با دکتر سید محمد رضا طباطبایی، معاون فروش و بازاریابی شرکت سیمان شرق به گفت‌وگو بنشینیم که شرح آن را در زیر می‌خوانید:

ورود سیمان به بورس کالا چه تاثیری در روند صادرات این محصول دارد؟

در حقیقت بورس کالا بحث سیمان داخلی را مدیریت می‌کند و عرضه‌های سیمان داخلی کشور در بورس کالا انجام می‌شود و فعلاً تصمیمی درباره استفاده از ظرفیتهای بورس کالا یا رینگ صادراتی آن برای صادرات سیمان گرفته نشده است. درباره میزان عرضه نیز تقریباً همان چیزی که قبل از ورود به بورس کالا در بازار عرضه می‌شد اکنون از طریق بورس کالا چه در بازار داخل و چه در بازارهای صادراتی عرضه می‌شود. با توجه به تفکیک بازارهای صادراتی و داخلی از یکدیگر هر آنچه که در سابق در مدیریت



طباطبایی : کارخانه سیمان شرق به عنوان بزرگترین کارخانه تولید سیمان در شرق کشور و همچنین عضو از خانواده هلدینگ سیمانی غدیر متعهد است که با حداکثر ظرفیت و با تولید با کیفیت‌ترین محصولات نیازهای بازار را تامین کند

برنامه‌ای در دستور کار خود دارید ؟

کارخانه سیمان شرق به عنوان بزرگترین کارخانه تولید سیمان در شرق کشور و همچنین عضو از خانواده هلدینگ سیمانی غدیر متعهد است که با حداکثر ظرفیت و با تولید با کیفیت‌ترین محصولات نیازهای بازار را تامین کند. قطعا این مساله در مورد طرح جهش تولید مسکن نیز کماکان ادامه خواهد داشت و با توجه به قابلیت‌های سخت‌افزاری و ماشین‌آلات و نیز قابلیت‌های نرم‌افزاری در این زمینه حتما اقدامات موثری انجام خواهد شد. اما نکته مهم مجددا بحث تامین انرژی لازم اعم از برق و گاز است. اگر ما انرژی لازم را در این خصوص نداشته باشیم و تامین نشویم قاعدتا نمی‌توانیم هم با حداکثر ظرفیت تولید و هم سیمان با کیفیت عرضه کنیم؛ بنابراین در بحث تامین انرژی باید از سوی دولت حمایت‌های لازم صورت بگیرد. در صنعت سیمان الان ظرفیت خالی برای تولید داریم و یکی از چالش‌هایی که نمی‌توانیم از این ظرفیت خالی استفاده کنیم بحث تامین انرژی است اگر دولت، صنایع را در تامین انرژی حمایت کند صنایع نیز قادر خواهند بود نیاز سیمان پروژه‌های جهش تولید مسکن را که پیش‌بینی می‌شود در سال بین پانزده تا بیست میلیون تن باشد را بدون هیچ مشکلی و بدون فشار بر نیازهای فعلی بازار تامین کنند.

به عنوان حمایت اشاره می‌کنم.

یکی از موضوعات مهم بحث حمل و نقل است؛ تامین کامیون و ماشین‌های حمل کالا برای شرکت‌های سیمانی که بتوانند، کالای خود را حمل کنند. موضوع بعدی، دادن یارانه از سوی دولت در حمل و نقل‌های خصوصا بین‌المللی، به طور مثال در شرق کشور حمل ریلی است.

بحث رفع تعهدات ارزی چالشی است که واقعا برای صادرکنندگان و فعالان اقتصادی استرس ایجاد می‌کند و باید از سوی دولت تمهیدات ویژه‌ای اتخاذ شود.

موضوع بعدی حمایت دولت در بازاریابی در کشورهای هدف است. برگزاری نمایشگاه‌ها، اعزام تیم‌های بازاریابی و دادن سوبسید در این خصوص واقعا موثر است. انتظار داریم که در استان‌ها هم گروه‌هایی از سازمان توسعه تجارت روی موضوع مشوق‌های صادراتی کار کنند تا کارخانه‌هایی مثل ما که در شهر مشهد هستیم بتوانیم از این شرایط استفاده کنیم.

موضوع دیگر انرژی است اگر ما می‌خواهیم بحث صادرات را مطرح کنیم قطعا دولت باید چالشی را که در سال‌های اخیر در حوزه برق و گاز داشتیم حل کند صادرات نیاز به تامین با ثبات کالا دارد، نمی‌توانیم امروز به کشوری سیمان صادر کنیم و فردا بگوییم سیمان نداریم. این موضوع مهمی است.

نقل و انتقالات پول، چالش دیگر صادرکنندگان در کشور است با توجه به تحریم‌های بانکی، استفاده از ظرفیت صرافی‌ها محدودیت‌هایی دارد. صرافی‌ها باید از سوی دولت شناسایی و دریافت پولی که در کشور دیگری به صرافی که از سوی مثلا سازمان توسعه تجارت یا بانک مرکزی معرفی شده، در ایران تضمین شود. موضوع دیگر بحث خدمات فنی و مهندسی است که من اخبار جدیدی دارم مثلا در مورد کشور سوریه اعلام کردند ۳۰۰ میلیون دلار حمایت ضمانت‌نامه‌ای از صادرات خدمات فنی و مهندسی صورت می‌گیرد. این خبر خیلی خوبی است که نیاز به بسترسازی و حمایت دارد. در مورد کشورهای دیگر هم همین حمایت وجود داشته باشد. عرض کردم که الان در آسیای میانه کارخانه‌های سیمان وجود دارد که ما می‌توانیم به آنها صادرات خدمات فنی و مهندسی داشته باشیم ولی این امر نیاز به حمایت، بازاریابی و ایجاد ارتباط موثر با تصمیم‌گیرندگان اصلی در این حوزه در بازارهای هدف دارد. در هر صورت بحث صادرات بحث خیلی مفصلی است من امیدوارم که دست‌اندرکاران در دولت سیزدهم به طور خاص به این حوزه بیشتر توجه کنند.

در حال حاضر یکی از چالش‌های صنعت سیمان به طور حتم تامین نیاز پروژه جهش تولید مسکن در کشور خواهد بود، در این زمینه شما به عنوان عضو از خانواده صنعت سیمان چه

از یکستان تعرفه واردات سیمان کاملا شناور است در بعضی از ماه‌ها بالاست و لذا صادرات به آن کشور مقدور نیست و در بعضی از ماه‌ها تعرفه پایین است و امکان صادرات به آن کشور فراهم می‌شود.

اگر قرار باشد که در حوزه سیمان در آسیای میانه اقدامی صورت بگیرد و یا سرمایه‌گذاری انجام شود، باید بحث فرآورده‌های سیمانی متناسب با نیازهای بازار در دستور کار قرار گیرد. احداث کارخانه سیمان، آسیاب سیمان و... موضوعاتی است که با افغانستان مشترک است؛ اما به طور اختصاصی فرآورده‌های سیمانی اعم از بتن و تکنولوژی‌های نوین در این حوزه یعنی سرمایه‌گذاری برای احداث کارخانه بتن در کشورهای آسیای میانه یا کارخانه تولید هبلکس که به عنوان فرآورده‌های سیمانی هستند، می‌تواند در دستور کار قرار گیرد. در حوزه انواع مختلف فرآورده‌های سیمانی و بتنی و مصالح ساختمانی جا برای کار در این کشورها وجود دارد و سرمایه‌گذاری‌ها هم سرمایه‌گذاری‌های پایدار خواهد بود. از لحاظ منافع متصور آتی نیز ضمن اینکه در کشورهای آسیای میانه می‌توانیم صادرات خدمات فنی و مهندسی هم داشته باشیم که این موضوع یکی از نکات مغفول حوزه صادرات صنعت سیمان است.

کارخانجات سیمان در ایران دارای تجربه‌های ارزشمندی هستند. ایران به عنوان یکی از تولیدکنندگان بزرگ سیمان در جهان جزو صادرکنندگان برتر است و این امکان وجود دارد با برنامه‌ریزی‌هایی که کارخانه‌ها انجام می‌دهند و با حمایت‌های دولت، بتوانیم صادرات خدمات فنی و مهندسی به کشورهای آسیای میانه در حوزه سیمان داشته باشیم.

آیا تطبیق سیمان‌های تولیدی با نیاز بازارهای هدف با استفاده از فناوری‌های روز در این زمینه می‌تواند به توسعه صادرات سیمان کمک کند یا خیر ؟

قطعا همین‌طور است. اصولا برخی از صاحب‌نظران، فروش به معنای واقعی را خصوصا در بازارهای امروز در دنیا که بازارهای به هم پیوسته‌ای است و زنجیره‌های ارزش متعددی دارد، فروشی می‌دانند که بتواند در عرصه بین‌المللی رقابت کند، یعنی امکان صادرات آن وجود داشته باشد. خوشبختانه سیمان‌های ایرانی جزو باکیفیت‌ترین سیمان‌های تولیدی در جهان و کاملا مطابق با استانداردهای بین‌المللی هستند. اگر کل ایران را با حدود ۶۵ میلیون تن تولید سیمان در نظر بگیریم به طور متوسط بیش از بیست کشور در حال حاضر از ایران واردات سیمان یا کلینکر دارند.

سیمان شرق برای حضور در بازار افغانستان، پاکستان و ترکمنستان نیاز به چه حمایت‌هایی از سوی سیاست‌گذاران و دولت سیزدهم دارد ؟

من به اهم مواردی که به عنوان بزرگترین تولیدکننده سیمان در شرق کشور به آن نیاز داریم



عملکرد درخشان شرکت صنایع مس شهید باهنر در حوزه تولید، فروش و صادرات در شش ماهه نخست سال ۱۴۰۰

جلسه ارزیابی عملکرد شش ماهه نخست سال ۱۴۰۰ شرکت صنایع مس شهید باهنر از شرکتهای تابعه هلدینگ صدرتامین وابسته به شستا برگزار شد.

مدیرعامل مس باهنر در خصوص وضعیت صادرات شرکت اعلام کرد: این شرکت علی‌رغم تمامی موانع موجود و تحریم‌های همه‌جانبه و همچنین ادامه همه‌گیری ویروس کرونا و ابتلای تعدادی از کارکنان به این بیماری و مواردی از جمله قطعی‌های مکرر برق، در ۶ ماهه سال جاری توانست ۲۱۰ درصد تناژ صادرات خود را افزایش دهد.

وی افزود: صادرات مس باهنر در دوره ۶ ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۰ از نظر دلاری ۳۴۵ درصد و با محاسبه ریالی ۳۷۵ درصد افزایش داشته و نزدیک به ۳۰ درصد از سود تحقق یافته در شش ماهه اول امسال مربوط به صادرات است.

در این جلسه همچنین حمزه وکیلی، معاون فنی و نظارت تاسیکو ضمن تبریک توفیقات مس باهنر در زمینه صادرات، از عملکرد ویژه شرکت در شش ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۰ و تحقق بودجه تشکر کرد و اظهار داشت: خوشبختانه با بررسی عملکرد ۶ ماهه اول سالجاری در مس باهنر اقدامات مثبت و خوبی در سایه همدلی کارکنان انجام شده که چا دارد به دلیل این

دراين نشست ويژو كنفرانسي كه معاون فني و نظارت تاسيكو، مديران ارشد هلدینگ صدرتامین و رئیس هیات مدیره، مدیرعامل، معاونان و مدیران شرکت مس شهید باهنر در آن حضور داشتند، اعلام شد این شرکت در ۶ ماهه اول سال جاری توانست ۲۱۰ درصد تناژ صادرات خود را افزایش دهد.

به گزارش روابط عمومی مس باهنر در آغاز این جلسه مجید ضیائی، مدیر عامل شرکت ضمن تبریک ماه ربیع الاول، ماه شادی اهل بیت که با مناسبت‌های ارزشمند برکتی مضاعف گرفته است و با تشکر از همراهی هلدینگ صدرتامین، هیات مدیره، مدیران، مهندسان و کارگران سختکوش مس باهنر، در خصوص عملکرد مالی، وضعیت تولید کارخانه‌ها و دیگر اقدامات شرکت گزارشی ارائه کرد.

در این گزارش سود خالص شرکت ۹۴ درصد، سود عملیاتی ۷۲ درصد، فروش ریالی ۹۴ درصد و رشد تولید نسبت به دوره مشابه سال ۹۹ معادل ۹ درصد اعلام شد.

موفقیت‌ها از مدیریت، کارگران و مهندسان شرکت که در عرصه کار و صنعت سختکوش و تلاشگر حاضر شده و توفیقات متعددی را رقم زده‌اند تشکر کنیم.

وی با اشاره به اینکه شرکت در شش ماهه نخست موفق شده همه رکوردهای تولید، فروش و صادرات را در ده سال گذشته افزایش دهد؛ اظهار داشت: مس باهنر از مهمترین شرکت‌های صادرات محور تاسیکو است که باید در خصوص حل مسائل صادراتی و ارتباط آن با بازار جهانی اقدام لازم صورت پذیرد.

معاون فنی و نظارت هلدینگ صدرتامین همچنین اظهار امیدواری کرد: روند روبه رشد ۶ ماهه اول سال جاری تا پایان سال ادامه پیدا کرده و تمامی پیش‌بینی‌های بودجه به خصوص در بخش صادرات و سود شرکت محقق شود.



عملکرد شرکت صنایع مس شهید باهنر

۶ ماهه اول سال ۱۴۰۰ و مقایسه با دوره مشابه سال ۱۳۹۹



(مبالغ به میلیون ریال / مقدار بر به تن)





قطار رکورد شکنی تولید اپال پاریسیان در ایستگاه کارخانجات کنسانتره و گندله



روابط عمومی مجتمع
اپال پاریسیان سنگان

در گرامیداشت هفته دفاع مقدس سربازان عرصه صنعت و معدن در مجتمع
اپال پاریسیان سنگان توانستند رکورد تولید کنسانتره و گندله را بشکنند.

رکورد تولید کنسانتره: ۲۸۷/۰۰۰ در شهریورماه

ثبت رکورد ماهیانه از ابتدای راه اندازی کارخانه

رکورد تولید گندله: ۴۲۰/۰۰۰ در شهریورماه

ثبت رکورد ماهیانه از ابتدای راه اندازی کارخانه / بیشتر از ظرفیت اسمی کارخانه

این موفقیت بزرگ را به مدیریت محترم، پرسنل مجتمع اپال پاریسیان سنگان
پیمانکاران، مشاورین و مردم شریف شهرستان خواف تبریک عرض می‌نماییم.





شیشه فلوت

گروه صنعتی شیشه کاوه

با به کار گیری آخرین تکنولوژی روز جهان
موفق به تولید محصولات متنوع و با کیفیت
بسیار بالا مطابق با استانداردهای بین المللی
شده است و رهاورد این موفقیت، دستیابی
به طیف گسترده ای از بازارهای جهان
باشد. و با احداث یک پلنت برون مرزی در
کشور سوریه نسبت به تامین نیاز کشور های
حوزه مدیترانه نیز اقدام نموده است.

📱 KAVEHFLATGLASS
WWW.KAVEHGLASS.COM



آدرس دفتر مرکزی: ایران ، تهران ، انتهای اتوبان صیاد شیرازی
بلوار اوشان (شهید مرادی) ، پلاک 4 ، ساختمان کاوه

خط ویژه : +982184400



مجتمع جهان فولاد سیرجان؛ برند ایرانی با اعتبار جهانی

یکی از اصلی‌ترین مشکلات پیش روی شرکت را بروکرسی‌های سخت و زمان‌بر اداری هستند، مثلاً برای واگذاری زمین پروژه فولاد آلیاژی بیش از دو سال درگیر این مرحله بوده‌ایم و هنوز هم مدرک معتبری برای ما ارائه نکرده‌اند و این موضوع باعث تقلیل روحیه و طراوت سرمایه‌گذار برای اجرای این گونه پروژه‌ها می‌شود. از دیگر موانع پیش رو برای اجرای پروژه‌ها قطعاً مواجهه با مشکلات گمرکی و ترخیص کالاها خواهد بود.

در سال‌های اخیر با هزاران مشکل تحریمی و تمایل نداشتن شرکت‌های خارجی برای ساخت و فروش تجهیزات به ایران و مشکلات بانکی جهت ارسال پول به سازندگان، متأسفانه تجهیزات خریداری شده ماه‌ها و بعضاً سال‌ها در گمرک جمهوری اسلامی ایران باقی می‌ماند و بعضاً مرجوع می‌شود. این رویه سخت و زمان‌بر گمرکی و ترخیص باید هرچه سریع‌تر از سوی مسئولان حل و فصل شود وگرنه آینده کلیه صنایع کشور با خطر جدی مواجه خواهد شد.

سال‌های اخیر علیرغم تمام کم و کسری‌ها و تحریم‌های ظالمانه و جنگ نابرابر اقتصادی عوامل خارجی علیه ایران، خوشبختانه مسیر اجرای پروژه‌های فولادی در کشور علی‌الخصوص در استان کرمان صعودی بوده و این به همت مردان و مدیران توانمند فولادی و اراده مسئولان دلسوز بوده است. در شرکت مجتمع جهان فولاد دلیل این موفقیت‌ها همت بالای تمامی پرسنل شرکت و عزم اراده توسعه مدار مدیریت ارشد مجموعه و حرکت پرشتاب به سوی اجرای پروژه‌های فولادی بدون درگیر شدن با مسائل حاشیه‌ای و غیر فنی بوده است.

منبع: مدیر مجتمع نورد برد سیر

گفتنی است، در این پروژه با پیشرفت فیزیکی ۳۰ درصد، پیمانکار داخلی و مشاور طرح نیز طی مناقصه عمومی انتخاب و مستقر شده‌اند.

پروژه فولاد آلیاژی بردسیر، دومین پروژه توسعه‌ای این شرکت در شهرستان بردسیر پس از تحویل زمین عملیات احداث ابنیه و زیربنای طرح آغاز شده است. این عملیات شامل تجهیز کارگاه، برق رسانی، احداث

پروژه فولاد آلیاژی از آغاز عملیات نصب به مدت سه سال و نیم زمانبر خواهد بود و در دوران اجرای پروژه حدود ۵۰۰ نفر و دوران بهره‌برداری ۳۰۰ نفر به طور مستقیم مشغول به کار خواهند شد

ساختمان‌های جانبی واحد فولادسازی و محوطه‌سازی است. ضمن آن‌که، برای این پروژه نیز مشاور طرح انتخاب و مستقر شده و در حال انتخاب پیمانکار نصب هستیم. پیشرفت فیزیکی این پروژه حدود ۲۰ درصد است.

خط کلاف از شروع عملیات نصب به مدت یک سال اجرا و آماده راه‌اندازی خواهد شد و با راه‌اندازی آن حدود ۸۰ نفر به طور مستقیم مشغول به کار خواهند شد.

پروژه فولاد آلیاژی از آغاز عملیات نصب به مدت سه سال و نیم زمانبر خواهد بود و در دوران اجرای پروژه حدود ۵۰۰ نفر و دوران بهره‌برداری، ۳۰۰ نفر به طور مستقیم مشغول به کار خواهند شد.

مجتمع جهان فولاد سیرجان یکی از قطب‌های فولاد کشور از سال ۱۳۸۸ فعالیت خود را شروع و با سرعت در سال‌های اخیر پروژه‌های متعدد و عظیم فولادی را در کشور اجرا کرده است.

در شهرستان محروم بردسیر از سال ۱۳۹۴ اقدام به اجرای پروژه کارخانه نورد میلگرد کرد و سال ۱۳۹۵ موفق به راه‌اندازی این کارخانه با ظرفیت ۵۰۰ هزار تن در سال شد و به موجب آن اشتغال‌زایی بیش از ۲۰۰ نفر از جوانان بومی به طور مستقیم انجام شد.

تجهیزات برقی و اصلی این کارخانه با استفاده از بهترین برندهای اروپایی خریداری و توان تولید میلگرد با گریدهای A۳-A۴A۲- با ابعاد ۸ تا ۳۲ میلی متر را دارد و در حال حاضر با اخذ کلیه مجوزهای استاندارد مربوطه به کیفیت و مجوز صادرات اروپا، محصولات این شرکت علاوه بر مصارف داخلی به کشورهای دیگر از جمله پاکستان، عراق، و افغانستان نیز صادر شده است.

با توجه به حمایت مدیریت شرکت معدنی و صنعتی گل گهر، سیرجان از طرح‌های توسعه شرکت‌های تابعه در حال حاضر پروژه‌های اجرای خط کلاف کارخانه نورد و بردسیر و پروژه فولاد آلیاژی بردسیر در دستور کار قرار گرفته و در حال اجرا هستند.

پروژه خط تولید کلاف فولادی با ظرفیت ۳۰۰ هزار تن در سال که اولین پروژه توسعه این شرکت است و در حال حاضر قرارداد تأمین تجهیزات خارجی آن منعقد شده است و شرکت اروپایی در حال ساخت تجهیزات هستند، ضمن آن‌که با ارسال فاز اول نقشه‌ها به ایران، عملیات خاکبرداری و اجرای فونداسیون‌ها نیز آغاز شده است.

شرکت مجتمع جهان فولاد سیرجان (سهامی عام)

Sirjan Jahan Steel Complex (SJSKO)



1922-CRP-1048



7972387975



ISO 21500



ISO 9001



ISO 14001



OHSAS 18001

تأمین رایگان اکسیرن بیمارستان های
استان کرمان جهت بیمار ان کرونایی



صادر کننده
برگزیده
استان
کرمان
سال ۱۳۹۹



شرکت مجتمع جهان فولاد سیرجان
روابط عمومی و امور بین الملل

بزرگترین
تولیدکننده
شمش فولادی
و میلگرد (از ۸ تا ۳۲)
در جنوب شرق کشور

www.sjsco.ir

- دفتر تهران: میدان ونک - بزرگراه حقانی - بعد از چهارراه جهان کودک - خیابان شهیدی (دیدار جنوبی) - نبش کوچه ژوبین - پلاک ۲
- کد پستی: ۱۵۱۸۶۱۳۳۴۵
- تلفن: ۰۲۱-۸۶۰۸۶۳۵۷-۸۶۰۸۵۸۳۴-۸۶۰۸۴۶۳۳
- فکس فروش: ۰۲۱-۸۶۰۸۵۲۵۷
- تلفن: ۰۳۴-۳۳۵۴۱۴۵۲-۳۳۵۴۱۴۵۳
- کارخانه نورد: پردیسیر - ابتدای جاده کرمان
- کارخانه: سیرجان - کیلومتر ۵۰ جاده شیراز - جنب شرکت معدنی و صنعتی گل گهر
- تلفن: ۰۳۴-۴۱۴۲۳۶۲۵
- فکس: ۰۳۴-۴۱۴۲۳۶۲۶

ایرانول



روغن موتورهای جدید ایرانول با بالاترین
سطح کیفی و پیشرفته ترین فرمولاسیون

ایرانول کیفیت برتر

www.iranol.ir



کربنات سدیم

شرکت های کاوه سودا و کربنات سدیم
کاوه از واحد های گروه صنعتی شیشه کاوه
واقع در استان های آذربایجان شرقی و فارس از
توانایی تولید کربنات سدیم سبک و سنگین
و جوش شیرین برخوردار می باشد.

کربنات سدیم در صنایع شیشه، بلور و بطری
و کربنات سدیم سبک، در صنایع شوینده ها
و پاک کننده ها، سیلیکات سدیم، کاشی و
لعاب و جوش شیرین نیز، در صنایع غذایی و
خوراک دام، مورد استفاده قرار میگیرند.



WWW.KAVEHGLASS.COM

[@KAVEHCARBONATE](https://www.instagram.com/kavehcarbonate)

آدرس دفتر مرکزی: ایران، تهران، انتهای اتوبان صیاد شیرازی

بلوار اوسان (شهید همدانی)، پلاک 4، ساختمان کاوه

خط ویژه: +982184400



مجتمع فولاد غدیر نی ریز

نماد توسعه و بومی سازی در صنعت فولاد کشور



WWW.NGHSCO.IR INFO@NGHSCO.IR

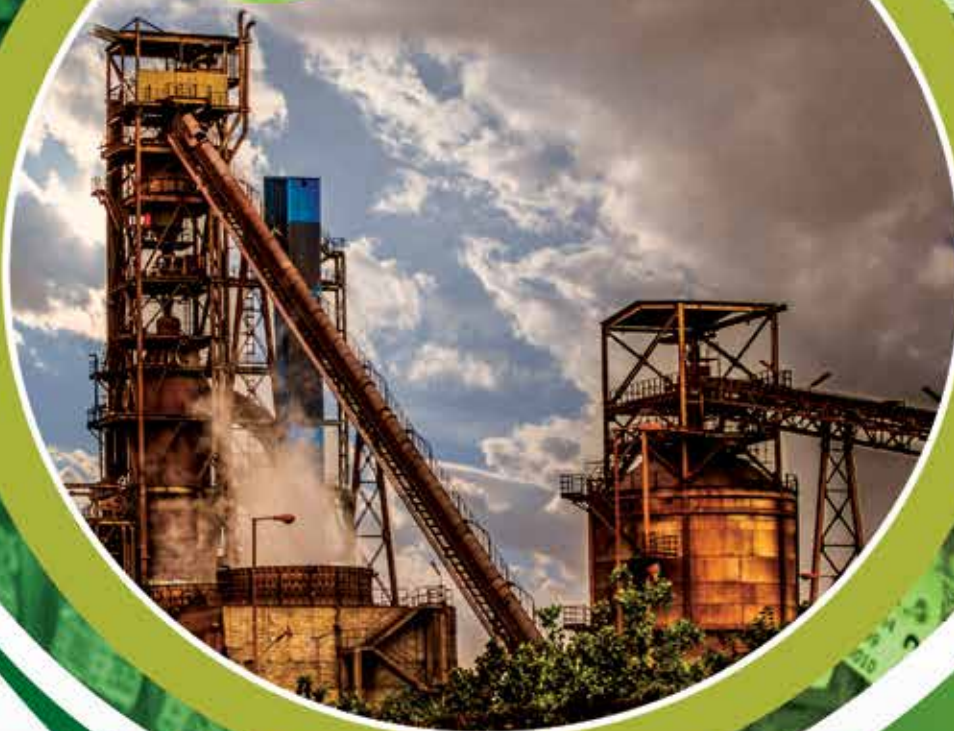
ایران - فارس - نی ریز ۵۰ کیلومتر جاده نی ریز - سیرجان صندوق پستی ۷۴۹۱۵-۳۸۵

تلفن: ۰۷۱-۵۳۸۵۴۰۱۵ - دورنگار: ۰۷۱-۵۳۸۵۴۰۱۶

خیابان بخارست - کوچه چهاردهم غربی - پلاک ۱۷ - تلفن: ۰۲۱-۸۸۷۵۴۳۰۵ - ۰۲۱-۸۶۰۴۷۵۲۷

مجتمع فولاد غدیر نی ریز (نماد توسعه و بومی سازی)
NEYRIZ GHADIR STEEL COMPLEX
(NGHSCO)





تولید آهن اسفنجی به روش احیاء مستقیم

شماره ملی: ۰۱۰۲۸۳۰۰۸۸ - شماره اقتصادی: ۴۱۱۴۵۷۸۶۳۹۵
www.arfasteel.com @arfairon_steel @arfairon_steel

امرسن

زیبا | پیشرو | مطمئن



روزگار صاف است
گرامی باد



تنها با ضمانت هدیکا سرویس

www.emersun.com

021-35711