

صنعت معدن تجارت

ویژه نامه روز ملی صادرات

روز صادرات ۱۴۰۰



وزارت صنعت، معدن و تجارت

سازمان توسعه و توسازی معادن و صنایع معدنی ایران

شرکت آلمینای ایران

همچو فریاد بود کوه گنی پیشه ما



چرا اوج نمی گیریم؟

با خیالی آسوده در فضای آنلاین دیده شوید

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

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



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



فروکتوز، گلوکز، مالتودکسترین، نشاسته ذرت
تولیدکننده انواع محصولات بر پایه نشاسته ذرت



کانفکشنری
تولیدکننده انواع شکلات، کیک، ویفر و بیسکویت



آرد
تولیدکننده انواع آرد گندم



روغن
تولیدکننده انواع روغن سالاد و پخت و پز



کود
تولیدکننده انواع کود طبیعی مایع



گل گهر

رویش باورها در دل کویر



شرکت صنعتی و معدنی کویان گهر
KAVIAN STEEL & INDUSTRIAL COMPANY
روابط عمومی و امور بین الملل

www.geg.ir



۲۹ مهر
روز ملی صادرات
مبارک باد

کارخانه تولید آهن اسفنجی به روش تونلی

محصولات کارخانه

لوله اسفنجی کایان (تولید فعلی)

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

بریکت سرد (CBI) - کایان

Density = 4.7 ton/m² Weight=7kg

ویژگی های محصول تونلی

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

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



کایان گهر



📍 خیابان انقلاب مجتمع آرتمیسی طبقه سوم شرکت صنایع فولاد کایان گهر سیرجان

☎ ۰۳۴۴۲۳۸۲۷۰۹ - ۰۳۴۴۲۳۸۲۵۷۷ - ۰۳۴۴۲۳۸۲۵۷۷ - ۰۳۴۴۲۳۸۲۷۰۹

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



شرکت آلومینای ایران

۲۹ مهر ماه
روز ملی صادرات
رزمی باد

جایزیم اولین تولیدکننده آلومینا در خاورمیانه

جایزیم قطب سوم تولید شمش آلومینیوم ایران

خراسان شمالی، شهرستان جاسر، کیلومتر هفت جاده سخاوست
فروش ۰۵۸ ۳۲۲۷۲۰۸۶ * ۰۵۸ ۳۲۲۷۲۰۸۸ * ۰۵۸ ۳۲۲۷ ۳۰۸۱ *

روابط عمومی ۰۵۸ ۳۲۴۰۵۵۳

IRANALUMINA.IR
INFO@IRANALUMINA



۲۹ مهر ماه روز ملی

صادرات

گراهی باد



شرکت آهن و فولاد ایران
(اسان پارس)



چادرملو
برندی در
کلاس جهانی



صادرات ۲۲۶ هزار تن شمش فولادی در ۷ ماهه ۱۴۰۱

فروش ۷۹۰ هزار تن شمش فولادی در ۷ ماهه سال ۱۴۰۱

رشد ۷۰ درصدی فروش شمش فولاد
چادرملو نسبت به سال گذشته

تداوم صادرات
تضمین اجرای
طرح ها توسعه

دفتر مرکزی: تهران خیابان ولیعصر
بالاتراز میرداماد - بلوار اسفندیار - بلاک ۵۶
۸۸۸۸۳۱۰۲ - ۸۸۷۷۵۹۳۵
دفتر بازرگانی: ۲۶۲۰۸۰۳۴ - ۲۶۲۰۸۰۴۵
www.chadormalu.com



FARDA MOTORS

آرامش | امنیت | قدرت



Plus HOME SERVICE | 7^{NEW} Seater

FMC M4 Family Car
موتور قدرتمند میتسووبیشی

نمایشگاه و دفتر فروش
شریعتی | بالاتراز پل رومی
کیلومتر ۸ جاده مخصوص کرج | خیابان شانزدهم
۰۲۱-۴۸۶۴۵۰۰۰
www.fardamotors.com
fardaco_official

سال گارانتی 5
یا
یکصد هزار کیلومتر

سیماران



شناسنامه

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

نماینده استان اصفهان: بهروز راعی
 نماینده استان خوزستان: بهزاد ساسان‌پور
 نماینده استان کرمان: بردیا امیر تیموری
 نماینده استان یزد: زینب زارع

ارتباط با ما

تلفن: ۸۲۱۹۰ - فکس: ۸۸۷۱۳۷۳۰
 تلفن مرکزی آگهی‌ها: ۲-۸۸۷۲۲۷۳۲
 فکس مرکزی آگهی‌ها: ۸۸۷۲۴۲۱۱
 امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵
 توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۱۰۵۳۰۸
 نشانی: تهران، خیابان قائم مقام فراهانی، کوچه آزادگان شماره ۲۶
 کد پستی: ۱۵۸۶۳۳۸۱۱
 آگهی: ads@smtnews.ir
 ویژه نامه‌ها: mag@smtnews.ir

فهرست

- ۱۰ دانش‌بنیان‌ها لوکوموتیو صادرات ایران
- ۱۰ فتح بازارهای جهانی به دست صادرکنندگان ایرانی
- ۱۲ صادرات زیر دیپلماسی
- ۱۶ چشم اندازی برای صادرات
- ۱۸ توسعه اقتصادی عامل افزایش قدرت در مذاکرات بین‌المللی
- ۱۹ حلقه مفقود اقتصاد ایران
- ۱۹ خدمات ضعیف‌ترین بخش صادراتی کشور
- ۲۰ اتاق بازرگانی بنگاه توزیع عدالت خیالی
- ۲۶ چشم انداز طلایی گیتی پسند تا ۱۴۱۱
- ۲۷ شرکت مهندسی فن‌آور معادن و فلزات موفق به کسب نشان دانش‌بنیان شد
- ۲۸ پرچمدار تولید موتور سیکلت در ایران
- ۳۰ صنعت ماشین‌آلات صنایع دارویی راهگشای توسعه و صادرات
- ۳۲ اقدامات فولاد خوزستان در حوزه محیط زیست یک الگوی کشوری است
- ۳۳ توسعه صادرات عبور از محدودیت‌های تجاری
- ۳۴ IML دیپلمات صادراتی ایران است
- ۳۶ طرحی طلایی برای توسعه صادرات ایران با نقش آفرینی ویژه نمایشگاه شهر آفتاب

سیماران
 لوازم خانگی
 HOME APPLIANCES



www.simaran.com

یزدباف

یزدباف بزرگترین کارخانجات نساجی در خاورمیانه

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

ریسندگی:

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



بافندگی:

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



رنگری، چاپ و تکمیل:

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



دوخت و دوز:

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



کارخانه: یزد - بلوار جمهوری اسلامی - بلوار یزدباف

تلفن: ۰۳۵-۳۵۲۵۰۰۱۳

دفتر تهران: خیابان انقلاب - چهارراه کالج - پلاک ۷۲۳

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۶۳۳۹۵

www.yazdbaf.com

@yazdbafshop



دانش بنیان‌ها لوکوموتیو صادرات ایران

سیدر ضافاطمی امین - وزیر صنعت، معدن و تجارت

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

به فضل الهی و مدد همکاران و تلاش صادرکنندگان عزیز این مرزوبوم در ۵ ماهه نخست امسال صادرات کشور در مقایسه با مدت مشابه سال با رشد ۲۴ درصدی رو به رو شده است. همچنین صادرات غیرنفتی کشور در سال گذشته رقمی بالغ بر ۵۴۸ میلیارد دلار و واردات ۵۲ میلیارد دلار بوده است.

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

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

نباید فراموش کرد که شرط قدرتمند شدن در سطح بین‌المللی، صادرات کالاهایی است که کمتر کشوری بتواند آن‌ها را صادر کند. در جهان امروز شاخصی به نام شاخص پیچیدگی مطرح شده است و محصولی که سایر کشورها کمتر بتوانند مانند آن را تولید کنند، باعث بالا رفتن این شاخص می‌شود. امروزه کشورها بر اساس شاخص پیچیدگی رتبه‌بندی می‌شوند. در سال

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

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

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

فتح بازارهای جهانی به دست صادرکنندگان ایرانی

علیرضا پیمان پاک - معاون وزیر و رئیس سازمان توسعه تجارت

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 بحیوچه جنگ اقتصادی بوده و از این رو هر سال، ۲۹ مهرماه در آیین بزرگداشت روز ملی صادرات، با صادرکنندگان در راستای آرمان‌های والای ایران اسلامی در مسیر توسعه همه‌جانبه، به ویژه اقتصادی، تجدید پیمان می‌کنیم.

عزم دولت سیزدهم در توسعه صادرات غیرنفتی در برنامه‌ریزی برای تنوع بازارهای هدف، اهتمام به ایجاد و تقویت زیرساخت‌های صادراتی و حمایت از صادرکنندگان تلبور یافته و توجه به مقوله دیپلماسی اقتصادی از رویکردهای اصلی محسوب می‌شود که شاهد این مدعا، عضویت دائم ایران در پیمان شانگهای و دیگر دستاوردهای مهم در حوزه تجارت خارجی ایران اسلامی است. سازمان توسعه تجارت ایران به عنوان متولی تجارت خارجی کشور در کسوت اولویت‌گذار، تنظیم‌گر، تسهیل‌گر و ناظر،

جهانی شدن در پی انقلاب ارتباطات و ایده تقسیم کار جهانی تأثیرات عمیقی بر تجارت جهانی داشته به گونه‌ای که شرایط حضور بنگاه‌ها در بازارهای بین‌المللی نیز دستخوش دگرگونی شده است. در این میان با توجه به پیچیده شدن جریان تولید کالا و خدمات در سایه سرمایه و فناوری، عبور از صادرات تک‌محصولی و خام‌فروشی و حرکت به سمت ایجاد ارزش افزوده بیشتر به منظور حضور متمرکز در فرآیند تولید جهانی ضروری است. با این وصف و در حالی که دنیا با پیامدهای مختلف سیاسی و اجتماعی دست و پنجه نرم کرده و تجارت جهانی نیز با تأثیرپذیری از آن دستخوش تغییراتی شده است، غیورمردان و شایسته‌ترین کشورهای 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 همنوهای رهبر انقلاب در



صادرات زیر سایه دیپلماسی



مذاکرات وین، پایان دادن به رانت ارزی و دیپلماسی بدیع و گسترش روابط با همسایگان و افزایش صادرات در منطقه و فرآیندهای به کانون تمرکز گروه اقتصادی این دولت تبدیل شد.

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

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

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

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

دولت یازدهم و به‌ویژه دولت دوازدهم، سیاست خارجی خود را اقتصادمحور و مطابق اهداف اسناد بالادستی با هدف کمک به توسعه و رفاه ملی از طریق تعامل سازنده و موثر در روابط بین‌الملل عنوان کردند. لازم به ذکر است دولت یازدهم با حل مناقشه هسته‌ای گام بلندی در این مسیر برداشت اما با خروج امریکا از برجام، صادرات کشور دستخوش تغییرات بسیار شد. در این حین، دولت سیزدهم روی کار آمد. مهم‌ترین چالش دولت سیزدهم در آغاز کار، اقتصاد و تأمین معیشت مردم بود اما در عین حال تعیین دستمزد عادلانه برای کارگران، تفکیک پیشران‌های اقتصادی کشور از

صادرات به شرط تأمین نیاز داخل

مجلس شورای اسلامی در مورد عملکرد دولت در حوزه اقتصاد داخلی و خارجی اظهار کرد: ما در حوزه خارجی قدم‌های مثبتی برداشتیم اما آنچه مسلم است، آن است که این اقدامات اثر خود را در میان مدت و در بلندمدت نشان می‌دهند. نیاز است با توجه به افزایش قیمت‌هایی که اتفاق افتاده است فکری برای حوزه اقتصاد داخلی در کوتاه‌مدت کنیم. دولت از این موضوع تحت عنوان جراحی اقتصادی یاد کرده است. اکنون شاهد این هستیم گرانی‌هایی که شکل گرفته استمرار دارد و دخل و خرج مردم با یکدیگر هم‌خوانی ندارد. من احساس می‌کنم که دولت در این زمینه باید وزارتخانه‌های مربوطه را تقویت و فعال‌تر کند تا حداقل این گرانی‌ها بر دوش مردم نباشد و بتوانیم به‌طور مطلوب از این شرایط عبور کنیم. رشیدی کوچی ادامه داد: به نظر من شرایط کشور در حوزه اقتصادی شرایط بسیار نامناسبی است. لذا نیاز است که دولت هر چه سریع‌تر فکری به حال این اقتصاد کند. زمانی صادرات موفق و خوب پیش می‌رود که در

جلال رشیدی کوچی عضو کمیسیون امور داخلی و شوراهای مجلس در مورد موضوع یادشده اظهار کرد: مدتی است در مجلس یازدهم شاهد این هستیم که به شکل ویژه‌ای هیئت‌هایی از مجلس به کشورهای مختلف سفر می‌کنند و محور تمام این گفتگوها هم تقویت دیپلماسی پارلمانی حول محور اقتصاد است. چندی پیش بود که هیئتی به عمان، روسیه، ونزوئلا و کشورهای دیگر اعزام شدند. آقای قالیباف نیز به تاجیکستان و کشورهای آسیایی سفرهایی داشتند و این نشان می‌دهد نگاه مجلس نگاه متعالی به‌ویژه در حوزه دیپلماسی پارلمانی و تقویت این دیپلماسی است. وی افزود: ما در کنار دولت و با هماهنگی‌هایی که وجود دارد این اقدامات را انجام می‌دهیم به نظر می‌رسد گام بسیار بلندی است، امروز ما می‌بینیم صادرات کشور حول محور دیپلماسی اقتصادی در حال تقویت است و جایگاه خود را بازیابی می‌کند. نماینده مردم مرودشت در

داخل اتفاقات مثبتی افتاده باشد. من امیدوارم که دولت هر چه سریع‌تر سازوکاری اخذ کند تا سرمایه اجتماعی خود را کم‌تر از دست دهد. رشیدی کوچی در پایان اظهار کرد: به نظر من دولت الان تمرکزش را بر حوزه آب گذاشته است. این تمرکز باید بر حوزه راه نیز باشد. وقتی ما خودمان قیر نیاز داریم لزومی ندارد صادر کنیم. اول باید بتوانیم نیاز داخل را تأمین کنیم و سپس صادرات را انجام دهیم. این اقدامات می‌تواند رضایت‌مندی ایجاد کند. نظارت و بازرسی نیز نقش پررنگی در این زمینه ایفا می‌کند. اکنون به‌وضوح مشخص است که دولت هیچ نظارتی ندارد و هر فرد هر کاری که بخواهد انجام می‌دهد و این مسئله نگران‌کننده است. از دولت آقای رئیسی انتظار و توقع این بود که نظارت‌ها را تقویت کند از ظرفیت‌های مختلفی که وجود دارد استفاده کند اما می‌بینیم که نظارتی نیست و اگر هم نظارتی باشد نظارت‌های سطحی است.

اقتصاد از سیاست جدا نیست

صدرکنندگان را تسهیل کنند اما فعالیت‌هایشان ثمربخش نیست و باید تعداد منابع انسانی فعلی را به یک پنجم یا نهایتاً به نصف رسانیم. پاک‌فطرت ادامه داد: هر کاری که بخواهیم در زمینه صادرات یا تولید انجام دهیم باید در تهران تأیید شود و مدیران استان ما در صنعت، معدن، تجارت و دیگر حوزه‌ها هیچ اختیاری در استان ندارند. انتظار داریم دولت مرکزی زانوی خود را از گلوی استان‌ها بردارد تا استان‌های مختلف نیز بتوانند با هم رقابت و رشد کنند. نبود مشوق‌های صادراتی و منفعل بودن وزارت امور خارجه و سفارتخانه‌ها از دیگر موانع موجود بر سر راه است.

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

پاک‌فطرت با بیان اینکه مشکل اقتصاد ما باورهای اشتباه است، اظهار کرد: ما متأسفانه در کشورمان به سمت پرورش افراد نیازمند حرکت می‌کنیم؛ برای مثال بخشی مانند کمیته امداد را گسترش می‌دهیم. ما باید فرهنگ کار و تلاش را در کشورمان جاری سازیم. متأسفانه فرهنگ کار و تلاش در کشور ما از جایگاه مناسبی برخوردار نیست و توجه لازم را به سخنان رهبری نکرده‌ایم.

علیرضا پاک‌فطرت نماینده مردم شیراز در مجلس شورای اسلامی در مورد موضوع یادشده اظهار کرد: نه تنها اقتصاد و سیاست از یکدیگر جدا نیستند بلکه در رابطه‌ای تنگاتنگ باهم قرار دارند و برهم اثرگذارند؛ اما دولت‌ها باید بتوانند تفکیک موردنیاز را در این زمینه انجام دهند. وضعیت دیپلماسی اقتصادی دولت نسبت به قبل رشد داشته اما همواره باید به خاطر داشته باشیم با کشورهایی رابطه برقرار کنیم که در بحث اقتصادی می‌توانند به ما کمک بیشتری کنند نه اینکه به سمت کشورهایی روییم که نیازمند ما هستند و ما باید به آنها کمک کنیم. او با بیان اینکه در شرایط حصر اقتصادی کنونی نیازمند صادرات هستیم، افزود: اتاق بازرگانی باید حضور فعال‌تری در میدان و مجلس داشته باشد. به نظر من باید حداقل ۵ درصد نمایندگان مجلس از بین فعالان اقتصادی مجرب و اقتصاددانان باسابقه برگزیده شوند.

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

وی یکی از موانع تولیدکنندگان و صادرکنندگان را بروکراسی اداری دانست و اظهار کرد: سیستم اداری ما معیوب است. برخی از کارکنان که تخصص چندانی ندارند در پی آنند کار تولیدکنندگان و

مقام معظم رهبری بارها فرموده‌اند تولید، اشتغال، کار مضاعف، همت مضاعف اما ما توجهی به این دست از صحبت‌ها نداشته‌ایم. وی ادامه داد: اگر می‌خواهیم تولید کنیم باید ابتدا فرهنگ کار و تلاش را در جوانانمان نهادینه سازیم. کار و تلاش این نیست که در ادارات آنها را استخدام کنیم و پشت‌میزنشین شوند. تولید در اقتصاد هر کشوری حرف اول را می‌زند. باید بتوانیم توانایی‌های خود را در این زمینه افزایش و تفکر خودمان را تغییر دهیم. ما کاری کردیم که دست افراد جامعه در جیب دولت است در صورتی‌که این امر باید برعکس آن در جامعه جاری باشد. برای مثال دولت باید از مردم مالیات گیرد. البته نه به شکل فعلی، من به این روش اعتقادی ندارم. هنگامی‌که تولید و صادرات افزایش یافت و شاهد شکوفایی اقتصاد کشور بودیم باید مالیات اخذ شود؛ در غیر این صورت تولید زمین می‌خورد و صادرات کاهش می‌یابد.

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

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

ضعف اساسی در صادرات محصولات کشاورزی

به صورت انحصاری تامین می‌شود، در راستای جنگ این کشور با اوکراین نتوانسته‌اند کاری انجام دهند. عضو کمیسیون امور داخلی کشور و شوراهای مجلس شورای اسلامی بیان کرد: همه ما با نابرابری تمام دیدیم با وجود فشاری که آمریکا تحمیل می‌کرد پاکستان پذیرفته بود که این خط لوله را عبور دهد. اما آقای زنگنه در استانبول زیر میز مذاکره می‌زند و اعلام می‌کند ما حاضر نیستیم گاز را با این قیمت به اسلام‌آباد دهیم.

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

ما می‌توانیم محصولات و مشتقات نفتی را در منطقه به همسایگان خود صادر و مشکلات اقتصادی کشور را حل کنیم. نماینده دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی اظهار کرد: محصولات کشاورزی ما در ارومیه و آذربایجان شرقی مورد نیاز کشورهای مختلف آسیایی است ولی ما در حوزه صادرات این محصولات اقدامات لازم را مشاهده نمی‌کنیم. آیا

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

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

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

این امر همانند اتفاقی است که برای کشورهای اروپایی به وقوع پیوسته و آنها به واسطه این که انرژی‌شان از طریق روسیه

رابطه اقتصادی با همسایگان امری مبارک است

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

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

وی با بیان اینکه قطعاً مهم‌ترین مشکل اقتصاد کشور تورم است، اظهار کرد: دولت برای کنترل تورم دست

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

این امر سبب شده که تبادلات مرزی ما افزایش پیدا کند ما اکنون تقریباً با ۱۵ کشور همسایه در ارتباط اقتصادی هستیم. این ارتباط در روند دور زدن تحریم‌ها نیز موثر است و سبب می‌شود تا در این مسیر موفق‌تر عمل کنیم. بنابراین اتفاقاتی که در حوزه اقتصادی با کشورهای همسایه رخ می‌دهد را امر مبارکی می‌دانیم.

صادرات تحت پوشش دیپلماسی اقتصادی

سیاست خارجه را بر عهده داشتیم با وزرای پیشنهادی صمت، جهاد کشاورزی، اقتصاد، امور خارجه و نفت، مذاکراتی داشته‌ام تا در پیام در برنامه پیشنهادی آنها موضوع دیپلماسی اقتصادی برجسته دیده می‌شود یا خیر؟

نماینده مردم اصفهان در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: به نظر می‌رسد دولت سیزدهم، موضوع دیپلماسی اقتصادی را مورد توجه قرار داده است اما

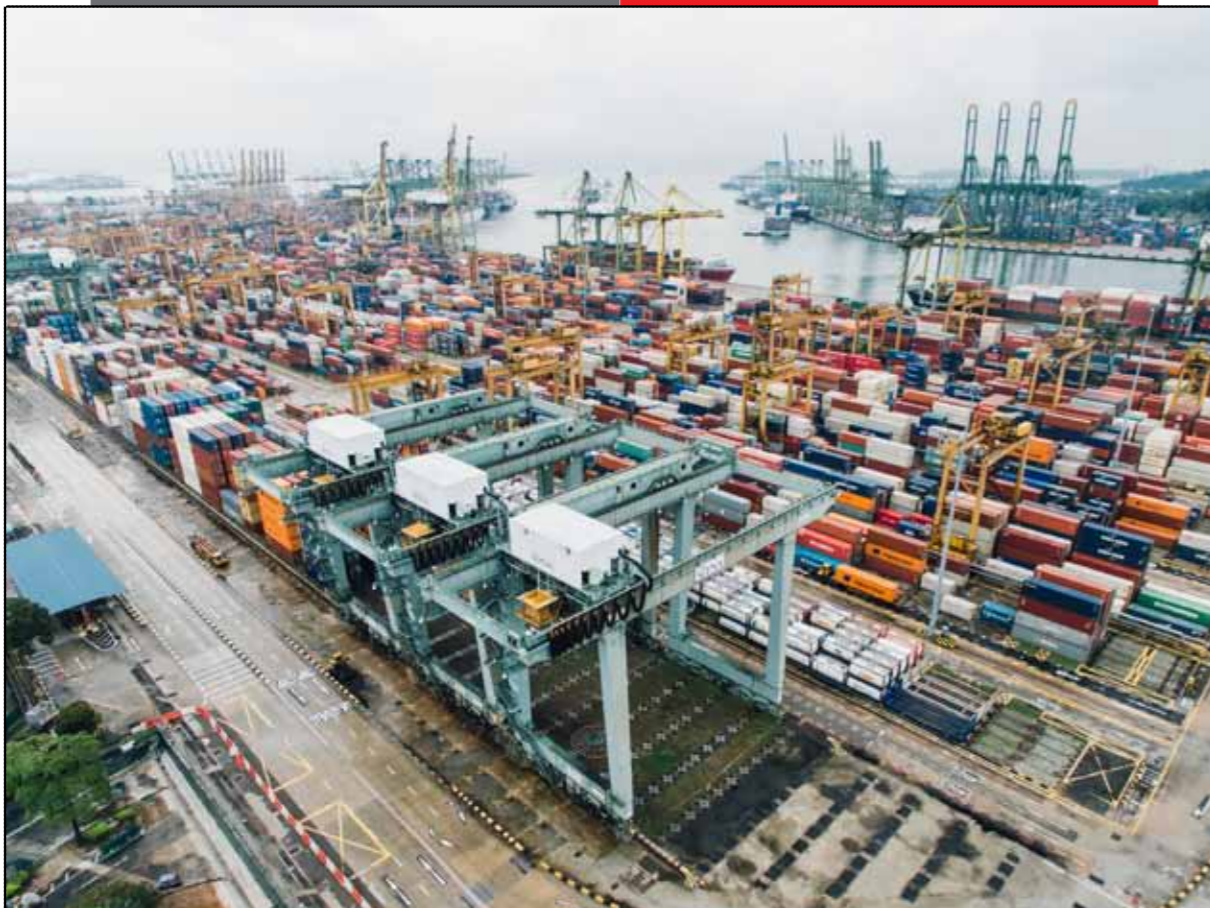
به جراحی اقتصادی زد و ارز ۴۲۰۰ تومانی را از اقتصاد کشور حذف کرد که اصل پذیرفته‌ای بود. همگان معتقدیم که ارز ۴۲۰۰ تومانی منبع رانت گسترده و فساد بود اما روشش ابداع مبتنی بر آنچه می‌توانست باعث کنترل تورم شود، نبود. دولت به جای آنکه بیاید بر اساس مصوبه مجلس یعنی دادن کالاهای اساسی از طریق کالا برگ با قیمت شهریور ۱۴۰۰ اقدام کند، آمد پارانه‌هایی با ارزش ۳۰۰ و ۴۰۰ هزار تومانی به مردم داد که این کار سبب افزایش نقدینگی و سپس افزایش نرخ تورم شد.

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

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

عباس‌زاده ادامه داد: متأسفانه نمی‌توانیم از فرصت‌هایی که در منطقه به‌ویژه در افغانستان، عراق و سوریه به وجود می‌آید نهایت استفاده را ببریم. نمی‌توانیم از قدرت نرم

جمهوری اسلامی ایران بهره‌مند شویم. این موارد را یادداشت و نیاز به تغییر ساختاری در دستگاه دیپلماسی خارجی را تبیین کرده‌ام تا در یک نشست تمامی آنها را توضیح دهیم. نماینده مردم مشکین‌شهر در مورد اینکه آیا این اسناد محرمانه است یا خیر اظهار کرد: خیر این اسناد محرمانه نیست. اتفاقاً ما این موارد را منتشر می‌کنیم تا بازخوردی نیز از طرف جامعه دانشگاهی، نخبگان کشور و اصحاب رسانه داشته باشیم. من اعتقاد دارم کارهای ما شخصیت محور است. آقای مهدی صفری که در حوزه دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه است شخصاً تجربیاتی در جهان دارد و تحرکاتی انجام داده است ولی من تحرکات را کافی و وافی نمی‌دانم. عضو کمیسیون امنیت ملی مجلس شورای اسلامی نظر خود را در مورد تاثیر اختلافات سیاسی بر مراوده‌های اقتصادی این گونه بیان کرد: ما باید واقع‌گرایانه به عرصه سیاست و اقتصاد نگاه کنیم. آمریکا در دنیا یک قدرت است و از یک صد سال پیش برای تصاحب مناسبات حاکم بر جهان اقدام کرده‌اند. آنها وارثان استعمار کهن در قالبی نو هستند. در حال حاضر همان اهدافی را دنبال می‌کنند که صدسال پیش داشته‌اند. آنها اکنون امپراتور رسانه هستند. پیش‌از این امپراتور اسب، توپ و تفنگ در اختیار داشت



عرصه سیاست و اقتصاد را باید واقع‌گرایانه نگرست

اما اکنون این موارد به رسانه، نرم‌افزار، ماهواره، ارتباطات و سایر تبدیل شده‌اند. ما یک هژمونی یک‌جانبه‌گرایی را روبه‌رو هستیم. عباس‌زاده ادامه داد: استقلال در مقابل این جریان یک‌طرفه مزایای بسیار زیادی به همراه دارد اما طبیعتاً فشارهایی هم نیز در پی خواهد داشت. بنده زمانی که این موارد را سبک و سنگین می‌کنم، می‌بینم فشارها اصلاً قابل قیاس با مزایای استقلال یک کشور نیست. همه مشکلات ما طبیعی است، وقتی با طرف مقابل گفتگمانی را برقرار می‌کنید طرف مقابل فشار می‌آورد. نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی در پایان اظهار کرد: شما سر کوچهای، در دست مقابل یک مغازه، دکانی تأسیس کنید؛ قطعاً در مسیرتان سنگ‌اندازی می‌کنند.

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

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

چشم اندازی برای صادرات



جعفر قادری نماینده مردم شیراز در مجلس در مورد موضوع یاد شده اظهار کرد: تلاش‌ها و زحماتی که مجموعه دولتی و بخش خصوصی داشته‌اند، قابل تحسین است. اما از تمام ظرفیت‌ها به‌درستی استفاده نشده است. ما ظرفیت‌های بسیار بالایی داریم، اکنون در شرایط تحریم هستیم و برای رسیدن به فناوری‌های روز دنیا و همچنین واردات و صادرات محدود هستیم. اما مزیت تحریم‌ها آن است که شرایط رقابتی را به نفع تولیدکنندگان داخلی تغییر می‌دهد. وی ادامه داد: بنابراین باید تولیدکنندگان از این شرایط به‌درستی استفاده کنند و در حوزه‌هایی که ظرفیت داریم و اجازه واردات نداریم، به‌طور جدی وارد شوند تا مسئله حل شود. البته تلاش‌هایی که در این مدت صورت گرفته قابل تقدیر و تشکر است ولی توقعات بیش از این است. باید در کشور بتوانیم هر تهدید را به فرصت تبدیل بکنیم و از فرصت‌ها به‌درستی استفاده کنیم.

عضو کمیسیون برنامه‌بودجه بیان کرد: در این مدت

تهدید را به فرصت تبدیل کنیم

کنیم، می‌توانیم نیروی کار را با دستمزد بالاتر در داخل کشور نگه داریم. بخش دولتی همواره در پرداخت دستمزد محدودیت‌هایی دارد. زیرا دولت نمی‌تواند نسبت به بقیه بخش‌ها پرداختی‌های بیشتری داشته باشد و باید توازن و تعادل در همه بخش‌ها برقرار کند. وی افزود: در بخش صنعت که اکثر آن زیر نظر بخش خصوصی است، محدودیت‌هایی وجود ندارد. بنابراین باید خصوصی‌سازی به‌طور جدی در نظر گرفته شود. همچنین باید آموزش‌های فنی و حرفه‌ای را به‌طور جدی در دستور کار قرار دهیم و عملاً شرایطی را به وجود بیاوریم که بخش‌های صنعتی بتوانند نیروی کار موردنیاز خود را بعد از آموزش، وارد کار کنند. قادری در پایان در پاسخ به این سؤال که آیا حمایت از بخش خصوصی رضایت‌بخش است یا خیر، اظهار کرد: به نظر بنده ساختارهای در حمایت از بخش خصوصی وجود دارد، ما در اتاق بازرگانی و تشکل‌های مختلف قدرت مانور داریم و باید از امکانات و فرصت‌ها نهایت استفاده را برد.

راه نجات تولید و صادرات

تولید گذاشت.

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

آن انگیزه لازم را برای تقویت تولید در کشور ندارند. برخی از بانک‌ها هم با اینکه می‌توانستند کمک حال تولید باشند، اما آن‌چنان که باید درست عمل نکردند و در امر مقدس تولید، مشکلاتی ایجاد کردند. وی بیان کرد: این یک واقعیت است که اگر همگی دست‌به‌دست هم دهیم و ایمان پیدا کنیم و بر اساس آن ایمانی پیش رویم؛ تولید و صادرات نجات پیدا می‌کند. در غیر این صورت با برخوردهای صوری برخی از دستگاه‌ها، طبیعتاً تولیدکننده هم به سمت تجارت گرایش پیدا می‌کند.

یعنی به سمت کارهایی که نمی‌شود اسم آن را

حسین علی حاجی دلیگانی نماینده شاهین‌شهر در مجلس در مورد موضوع یادشده به صمت گفت: در مجموع توجهات به تولید خوب بوده است. در سیاست‌های کلان نظام، قانون‌گذاری، مباحث نظارتی، در سطح عالی ستادی اجرا، همگی به سمت دفاع از تولید رفته‌اند و تا حدی هم موفق بوده‌اند. اما برخی کارخانه‌ها و ارگان‌ها در امر تولید با انگیزه و دلسوز نیستند و یک پاسخ سلبی از مسئولیت خود ارائه می‌دهند.

عضو هیئت‌رئیس مجلس ادامه داد: برخی از ارگان‌ها همچون محیط‌زیست، امور آب، امور مالیاتی،

موانع بی‌شمار در تولید کشور

سازمان امور مالیاتی کیسه‌اش را باز می‌کند. لطفی ادامه داد: در کنار مسائل یادشده، قاچاق کالا، واردات و صادرات بی‌رویه و غیر کارشناسی از عوامل تأثیرگذار بر تولید هستند. همچنین هزینه تمام‌شده محصول، مشخص نیست و کار کارگران هیچ‌گاه دیده نمی‌شود. در این هنگام است که اگر کارگر دیده نشود و دستمزد خوبی دریافت نکند، ترک کار می‌کند و باعث ایجاد خلل در روند کار می‌شود. این‌ها از عواملی است که سر راه همه تولیدکنندگان وجود دارد و تا زمانی که قوانین

در ادامه حسن لطفی نماینده مردم رزن در مجلس شورای اسلامی اظهار کرد: ما موانعی زیادی در تولید کشور داریم. همین عوامل باعث شده که کشور رشد مطلوبی در حوزه تولید و صادرات نداشته باشد. اولین مشکل پیش رو، بروکراسی پیچیده اداری است، این امر باعث شده که تولیدکننده از مرحله اخذ مجوز تا تولید، آن‌قدر در پیچ‌وخم ادارات گرفتار شود که از تولید و ایجاد اشتغال صرف نظر کند. مشکل بعدی، امور پیچیده مالیاتی است، یعنی تولیدکننده تا می‌خواهد نفسی بکشد و استقلال مالی کسب کند،

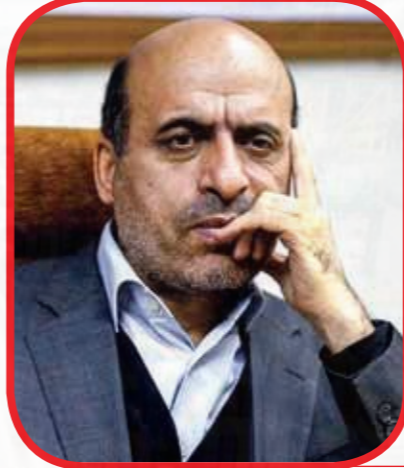
مربوطه اصلاح نشود و بوروکراسی اداری را سامان‌دهی نکنیم. به‌طورقطع در تولید و سپس در صادرات پیشرفتی نخواهیم کرد. وی در مورد تأثیر تحریم‌ها بر بخش تولید اظهار کرد: تحریم‌ها هم تأثیرگذار هستند، اما بوروکراسی پیچیده اداری ما ارتباطی با تحریم‌ها ندارد. می‌توان گفت که در حدود ۲۰ درصد، تحریم‌ها بر بخش تولید اثرگذار بوده است اما ۸۰ درصد عوامل داخلی است که باید آن‌ها را حل کرد.

ذخیره سرمایه مانند ساختمان‌ها، ماشین‌آلات اگر طی زمان رشد یابند، افزایش تولید و سپس صادرات را امکان‌پذیر می‌کنند. بنابراین افزایش در میزان موجودی عوامل تولید یعنی نیروی کار و سرمایه که در تولید کالا و خدمات مورد استفاده قرار می‌گیرند، دلیل بخشی از افزایش تولید ناخالص داخلی واقعی است. دلیل دوم برای تغییر محصول ناخالص داخلی واقعی این است که کارایی عوامل تولید می‌تواند تغییر کند. طی زمان همین عوامل تولید می‌توانند محصول بیشتری را تولید کنند. این افزایش در کارایی تولید یا بهره‌وری، در نتیجه تغییرات در دانش، از جمله فراگیری در ضمن کار و ... حاصل می‌شود. به عبارتی مردم از طریق تجربه یاد می‌گیرند وظایف مشابه را بهتر انجام دهند. از منظر کاربردی عوامل مؤثر بر سطح تولید و رشد صادرات همواره مورد توجه محققان و تصمیم‌گیران

بوده و هست. برخی از این عوامل اقتصادی و برخی دیگر غیراقتصادی هستند. پیرامون تأثیر عوامل اقتصادی نظیر سرمایه، نیروی کار و عوامل دیگری چون واردات، نقدینگی، مخارج دولت و ... بر رشد اقتصادی در ایران، مطالعات تجربی متعددی انجام شده است. مهم‌ترین مزیت این عوامل در مقایسه با عوامل کیفی و بعضاً غیراقتصادی، قابلیت اندازه‌گیری و در دسترس بودن مقادیر سری زمانی آن‌ها طی سال‌های مختلف است. اما شاید به‌جرت بتوان گفت عوامل کیفی نقش تعیین‌کننده‌تری تا عوامل مرسوم اقتصادی همچون نیروی کار و سرمایه در رشد اقتصادی دارند. حال سؤالی که مطرح می‌شود این است که چه عوامل مهمی دخیل در رشد صادرات و سپس رشد اقتصاد وابسته به آن است. در همین راستا ما در صمت با سه نماینده مجلس یازدهم به گفتگو نشستیم:

یکی از متغیرهای مهم اقتصادی در هر جامعه، میزان تولید و روند صادرات است. این امر در ایران یکی از اهداف مهم برنامه‌های عمرانی و توسعه کشور هم بوده و هست. معمولاً جوامعی که از سطح تولید بالا و رشد اقتصادی سریع و مستمر بهره‌مندند، به‌شرط توزیع متناسب درآمد، از سطح زندگی بالاتری نسبت به سایر کشورها برخوردار هستند. سؤال این است که چه عواملی سبب رشد اقتصادی یا رشد تولید و صادرات یک کشور می‌شوند؟ در کتب اقتصادی دلیل نخست تغییر تولید ناخالص داخلی یا ملی این است که مقدار منابع موجود در اقتصاد تغییر کند. منابع اقتصادی به سرمایه و نیروی کار تقسیم می‌شود. نیروی کار شامل افرادی است که یا شاغلند یا در جست‌وجوی شغل هستند، طی زمان رشد می‌کنند و بنابراین یک منبع افزایش تولید به شمار می‌آیند. از طرف دیگر،

توسعه اقتصادی عامل افزایش قدرت در مذاکرات بین‌المللی



آن روبرو هستیم، یکی از موضوعاتی که می‌تواند تاثیر مثبتی بر اقتصاد داشته باشد، دیپلماسی اقتصادی است. میزهای متعددی در سفارت‌خانه‌ها ایران در دیگر کشورها وجود دارد و همچنین سرمایه‌گذاران خارجی بر معاملات

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

اقتصادی با جمهوری اسلامی ایران در حوزه‌های مختلف علاقه‌مند هستند زیرا مواد اولیه موجود در ایران، همواره مورد نیاز کشورهای متعدد بوده است. لذا این دست از کشورها علاقه‌مندند تا سطح روابطشان با ایران را گسترش دهند. نایب‌رئیس کمیسیون امور داخلی کشور و شوراهای مجلس ادامه داد: به نظر من یکی از کارهایی که دولت سیزدهم به‌درستی آن را انجام دهد توسعه دیپلماسی اقتصادی است، باید با فعال کردن اتاق‌های بازرگانی در داخل کشور و ارتباط با اتاق‌های کشورهای دیگر و همچنین با ایجاد روابط دیپلماسی پارلمانی، بتوانیم زمینه نشست‌های اقتصادی مابین اتاق‌ها را برقرار کنیم. این ارتباط می‌تواند در قالب تهاوت باشد. کالاهایی وجود دارد که شرکت‌های ما نیاز دارند اما امکان نقل و انتقالات پول وجود ندارد، لذا می‌توان با کشورهای دیگر وارد تهاوت شد و دادوستد کرد. اگر این موضوع گسترش یابد تاثیر بسیاری بر کاهش فشار تحریم‌ها در داخل کشور می‌گذارد. وی افزود: اکنون بسیاری از تشکل‌های مردم‌نهاد وجود دارد که ارتباط خوبی با کشورهای دیگر در بخش‌های مختلف صنعت، معدن، تجارت و پتروشیمی دارد. بنابراین نیاز است که وزارت صمت از این دستاوردها استفاده کند تا روابط اقتصادی را در حوزه‌های مختلف توسعه بیشتری دهد. ما هرچه توسعه اقتصادی را دنبال کنیم، قدرت چانه‌زنی ما را در مذاکرات بین‌المللی گسترش پیدا می‌کند. ضمن اینکه آمارها بیان می‌کند که در نیمه اول سال جاری شاهد افزایش ۲۰ درصدی صادرات بودیم.

لزوم ایجاد ارزش افزوده با تولید کالای استاندارد

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

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

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

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

در گفتگوی صمت با جواد کریمی قدوسی نماینده ادوار مجلس مطرح شد:

حلقه مفقوده اقتصاد ایران

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

تاثیر اجلاس شانگهای بر آینده صادرات

جواد کریمی قدوسی عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی در مورد موضوع یادشده به صمت گفت: نتیجه رویکرد اقتصادی موفق جمهوری اسلامی به‌ویژه با همسایگان و دیگر کشورهای آسیا، همین است که ظرف مدت کوتاهی رشد صادرات ما چشمگیر شده است. این مقدار رشد در شرایطی شکل گرفته که توافقات هسته‌ای به ثمر ننشسته است. اگر توافق برجام انجام و موافقت‌نامه‌ها تکمیل شود، ظرفیت صادرات به کشورهای آسیا، به‌ویژه با توافقی که در اجلاس شانگهای

خدمات ضعیف‌ترین بخش صادراتی کشور

کمال علیپور، نایب‌رئیس اول کمیسیون عمران مجلس به صمت گفت: ایران در حوزه خدمات با ضعف‌های بسیاری مواجه است. شاید چند شاخه از خدمات ما مانند مهندسی توانسته باشد موفق عمل کند اما به‌طور کلی ضعف در حوزه خدمات ما بسیار مشهود است و حوزه خدمات ضعیف‌ترین بخش صادراتی ماست. کمال علیپور درباره چگونگی عملکرد دولت سیزدهم اظهار کرد: شک و شبهات بسیاری درباره آمارها همواره در کشور وجود داشته و آمار سازی‌های بسیاری انجام شده است. اعداد و ارقام ما به‌روز نیستند و سامانه دقیق و مرجعی برای بررسی پیشرفت‌های ریالی در دسترس نداریم اما دولت سیزدهم عملکرد مطلوبی در زمینه صادرات تا به این لحظه از خود به‌جای گذاشته و توانسته روابط کارآمدی با کشورها همسایه برقرار سازد. به همین دلیل می‌توان گفت که صادرات ما رشدی قابل قبول را در این دوره تجربه کرده است. نایب‌رئیس اول کمیسیون عمران مجلس اقلام صادراتی کشور را این‌گونه تشریح کرد: فولاد، سیمان، صنایع پتروشیمی، نفت و مشتقات آن مهم‌ترین اقلام صادراتی ما را تشکیل می‌دهند. لازم به ذکر است که بخش‌های کشاورزی کشور نیز می‌تواند در زمینه صادرات اثرگذار باشد اما متأسفانه



منفعت در کیفیت و استاندارد است

سی سال پیش که درهای آسیای میانه به سمت تولیدکنندگان ایران باز شد، در مشهد مشاهده می‌کردم که ترکمنستان، انبوهی از تولیدات ایران از جمله صنعت میل را استفاده می‌کرد. تولیدکنندگان در سه نوبت کار می‌کردند اما کیفیت را رعایت نمی‌کردند.

درواقع تولیدکنندگان در زیر بدنه اصلی میل که ظاهر زیبایی داشت، هر چه در دسترسشان بود مانند شانه تخم‌مرغ، پلاستیک، جعبه خالی و... استفاده می‌کردند. پس از مدتی استفاده، شکل ظاهری میل تغییر می‌کرد و این کار سبب شد که تولیدکنندگان ترکیه بازار را از دست بازگان ایرانی در آورند.

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

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



و ما بتوانیم فناوری‌های روز خود را به عرصه بین‌المللی عرضه کنیم اما به‌طور کلی ضعف در حوزه خدمات ما بسیار مشهود است و به همین دلیل ما نمی‌توانیم آن‌طور که باید و شاید از این حوزه بهره‌مند شویم. در مجموع می‌توان گفت حوزه خدمات ضعیف‌ترین بخش صادراتی ماست.



اتاق بازرگانی؛ بنگاه توزیع عدالت خیالی

۱۳۸ سال پیش مرحوم «محمدحسن امین الضرب» به قصد گردهم آمدن تجار و بازرگانان عصر خویش، تصمیم گرفت تشکلی را بنیانگذاری کند که حامی و مدافع اقتصاد در بازرگانی کشور باشد. او به عنوان یک بازرگان سرشناس که نزد مردم اعتبار و جایگاه مناسبی داشت موفق شد در سال ۱۲۶۳ هجری شمسی تشکل «مجلس وکلای تجار» را که به اختصار مجلس تجارت می نامیدند بنیان نهد.

هرچند ناصرالدین شاه را خوش نیامد و آن را مصادره نمود اما او و یارانش از پای ننشسته و در راه احقاق حقوق از دست رفته در مقابل تعدی‌های شاهزادگان قاجار ایستادگی نموده، طبقه قدرتمندی را تشکیل داده و در اولین دوره مجلس ۳۶ نماینده به مجلس روانه نمودند اما این حضور دیگر تکرار نشد ولی همواره یک علامت سئوال برای بخش خصوصی شکل گرفت که چرا اقتدار گذشته خود را ندارد، نمی‌اندیشد و تکرار نمی‌کند. همزمان با دوره سوم مجلس و خاتمه جنگ جهانی اول، حاج محمدحسین امین الضرب فرزند حاج محمدحسن امین الضرب، به همراه بازرگانان سرشناس تهران، نشست‌هایی را برگزار می‌کند و پس از سه دهه بار دیگر تجار

را گردهم می‌آورد و «اتحادیه تجار تهران» را بنیان می‌نهد.

در سال ۱۳۳۶ پیش‌نویس طرح اتاق صنایع و معادن چندین بار تقدیم مجلس شد، اما سناتور وقت، عبدالحسین نیک‌پور که تشکیل این اتاق را عامل تضعیف‌کننده اتاق بازرگانی می‌دانست، با آن به مخالفت برخاست. در سال ۱۳۴۰ تعدادی از صاحبان صنایع، دولت را زیر فشار قرار دادند تا نسبت به تشکیل اتاق صنایع و معادن اقدام کند و برای اینکه گروه فشار تشکیل داده باشند، ابتدا اتحادیه صاحبان صنایع را تشکیل دادند و بالاخره در آبان ماه ۱۳۴۱ اتاق صنایع و معادن با عضویت هیئت نمایندگی مرکب از ۳۰ نفر از کارخانه داران و معدن داران کشور تشکیل شد. حال سوال این است، اتاق بازرگانی که اینک در اقتصاد کشور بکه تازی می‌کند، تصمیم‌گیری‌های گاه و بی‌گاه اشتباه و ناکارآمد دارد و به نوعی مداخله‌های سودجویانه برای تزریق پول مردم به جیب خویش می‌کند، آیا تکامل یافته آن تشکل «مجلس وکلای تجار» است؟ در همین راستا ما در صمت نظر ۶ تن از سیاست‌گذاران و اقتصاددانان را در مورد نقش اتاق بازرگانی در اقتصاد ایران جویا شدیم.



اتاق بازرگانی زیر ذره بین مجلس

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

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

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

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

اتاق بازرگانی، پاتوقی غیر تخصصی برای کار غیر حرفه‌ای

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

وی افزود: نقش دولت‌ها زیرساختی است، سندیکاها و تشکل‌هایی همچون اتاق بازرگانی باید تسهیل‌کننده تجارت و تولید در بخش تولید باشند. این امر شامل مواردی مانند مواد اولیه، بحث‌های مرتبط با حوزه مالی، حکمرانی در حوزه قوانین بالادستی، قوانین مجلس، آیین‌نامه‌های دولت، لایحه‌ها و طرح‌ها می‌شود.

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

نماینده مردم اهواز در مجلس بیان کرد: بسیاری از



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

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

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

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

نظارت دولتی، لازمه ادامه کار اتاق بازرگانی

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

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



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

ضمن اینکه در مسائل تولید، کشاورزی و صنعت و معدن کشور با زمینه‌سازی و بسترسازی فرصت‌ها را برای فعالان اقتصادی فراهم می‌کنند. اگر بخش خصوصی و فعالان اقتصادی، اعتماد لازم را به سیاستگذاری دولت نداشته باشد، هیچگونه سرمایه‌گذاری در کشور انجام نخواهد داد. لذا این فضا و امید را تنها اتاق‌های بازرگانی می‌توانند برای فعالان اقتصادی مهیا کنند.

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

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



آتاویتا



ارسن تارلا امین

گلخانه مدرن شیشه‌ای
شروع پروژه ۱۳۹۴
مساحت ۵۰ هکتار
اشتغالزایی برای ۴۰۰ نفر



گلخانه مدرن شیشه‌ای
پارلا تجارت امین
به وسعت ۶۰ هکتار
در حال اجرا...



گلزار طبیعت ارسن
باغ مدرن
گوزل طبیعت ارسن
به وسعت ۲۴۰ هکتار
در حال اجرا...



ارسن تارلا امیر

گلخانه مدرن شیشه‌ای
شروع پروژه ۱۳۹۶
مساحت ۸۰ هکتار
اشتغالزایی برای ۷۰۰ نفر

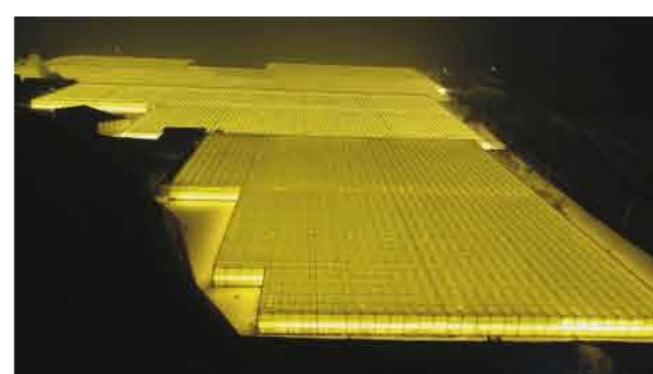


Atavita



صادر کننده نمونه
ملی سال ۱۴۰۰ و ۱۳۹۹

www.atavita.com



گفتگوی صمت با مدیر عامل گروه صنایع گیتی پسند؛

چشم انداز طلائی گیتی پسند تا ۱۴۱۱



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

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

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

ضمن گرامیداشت یاد و خاطره حاج ناصر جنتی، بنیان‌گذار گروه صنایع گیتی پسند خدمتتان اعلام می‌دارم که بنیان‌گذاران بزرگ‌ترین بخش خصوصی کشور در صنعت تاسیسات ساختمانی، سنگ‌بنای آن را با راه‌اندازی مراکز تحقیقاتی و فنی، از سال ۱۳۷۷ با همراهی و همت تعدادی از جوانان مستعد و کوشای میهن عزیزمان بنا نهادند. این مجموعه از ابتدای تأسیس بر پایه دانش بنیان برنامه‌ریزی شده است و نیت قلبی و اندیشه راهبردی آنها، جلوگیری از خروج مواد خام نفتی از کشور، ایجاد اشتغال پایدار، تولید محصول ایرانی با کیفیت و برجسته کردن نام ایران در پهنه کره خاکی بود. حاصل مطالعات، آزمایشات و تولیدات مجموعه و همچنین سرمایه‌گذاری در صنایع پلیمری در این سال‌ها، ایجاد و آغاز به کار سی‌وهشت واحد تولیدی و تولید و عرضه بیش از بیست نوع محصول با برترین کیفیت و مناسب‌ترین قیمت به بازار در صنایع واسطه‌ای و پایین‌دستی ساختمان برای بازارهای داخلی و خارجی است.

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

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

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

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

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

گروه صنایع گیتی پسند چشم‌انداز تجاری خود را به صورت ۱۰ ساله تا سال ۱۴۱۱ در نظر گرفته است و بنا بر عملکرد این گروه موارد در آینده به‌روزرسانی خواهند شد. ایجاد نگرش مثبت و حرفه‌ای در ذهن کارکنان، مصرف‌کنندگان و تمامی مخاطبانی که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم با برندهای این گروه برخورد کرده و در نهایت ایجاد حس واقعی غرور و افتخار به خاطر همکاری و ارتباط



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

برداری است.

گام بعدی واحد مهندسی شرکت MMTE، طراحی بزرگترین واحد احیای مستقیم میدرکس در دنیا با ظرفیت ۲.۵ میلیون تن در سال می‌باشد؛ همچنین طراحی کوره‌های این واحدها که با نام Shaft Furnace شناخته می‌شود با استفاده از روش‌های پیشرفته و تحت نرم‌افزارهای روز جهانی در واحد مهندسی شرکت مهندسی فن آور معادن و فلزات مدل شده که در کارگاه‌های این شرکت ساخته می‌شود.

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

واحد مهندسی شرکت MMTE، این توان و قابلیت را دارد که ظرفیت‌های مختلف واحدهای احیاء را از ۴۰۰ هزار تن به ۲.۵ میلیون تن در سال و با خروجی‌های مختلف بر حسب تقاضای مشتریان خود طراحی و اجرا نماید.

طراحی و مهندسی یک واحد احیاء مستقیم به ظرفیت ۸۰۰ هزار تن در سال به روش ترکیبی (COMBO) و با سه خروجی متفاوت سرد، گرم و بریکت داغ یکی دیگر از اقدامات مهمی است که برای اولین بار در سطح بین‌المللی در واحد مهندسی شرکت دانش بنیان MMTE در حال انجام است که با توجه به فرایند استاندارد طی شده، چشم‌انداز و نتایج موثری در بر خواهد داشت.

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

با اعطای این نشان، "طراحی و مهندسی، تدارکات، ساخت و نصب و راه‌اندازی واحدهای احیاء مستقیم با ظرفیت تولید سالانه ۸۰۰ تا ۱۸۵۰ هزار تن آهن اسفنجی" به عنوان محور تخصص و مهارت‌های این شرکت، از این پس در شمول فعالیت‌های دانش بنیان ملی شناخته می‌شود.

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

شرکت مهندسی فن آور معادن و فلزات نخستین بار در راستای بومی‌سازی ساخت و توسعه واحدهای احیاء، با انجام مهندسی معکوس احداث یک واحد ۶۰۰ هزار تنی تولید آهن اسفنجی در فولاد مبارکه اصفهان و سپس اجرای موفقیت آمیز و بهره‌برداری از طرح افزایش ظرفیت این واحد به ۸۰۰ هزار تن در سال، فعالیت‌های دانش بنیان خود را به ثبت رساند.

ارتقاء پیوسته ظرفیت واحدهای متعدد تولید آهن اسفنجی در گستره فعالیت‌های MMTE قرار داشته است؛ به گونه‌ای که پروژه‌های اجرا شده این شرکت با ظرفیت طراحی ۲ میلیون تن نیز اکنون به طور مستمر و پایدار در حال بهره

در گفتگو با مدیر استراتژی شرکت کویر موتور تشریح شد: پرچمدار تولید موتور سیکلت در ایران



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

دکتر مجید رضایی، سهامدار و مدیر استراتژی شرکت کویر موتور اظهار داشت: شرکت کویر موتور یک شرکت خانوادگی است و قدمت آن به سال ۱۳۳۶ برمی گردد. بنیان‌گذار شرکت بنده، حاج عباسعلی رضایی هستند. شرکت کویر موتور یک مجموعه حدوداً ۱۶۰۰ نفری است و در حوزه موتور سیکلت قدیمی و خوشنام است.

دو چالش اصلی شرکت

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

نظر به نقش آفرینی موتور سیکلت در کاهش میزان آلاینده‌گی و مصرف سوخت، ترافیک، معضلات فضای پارک در معابر و کاهش استرس‌های روانی و ارزیابی کشور اهمیت این نیاز بیش از پیش شده است.

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

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

وی افزود: علاوه بر این در نمایشگاه‌های کویر موتور سیستم‌ها به صورت یکپارچه و سراسری می‌باشد و حتی فاکتورها از یکجا و یک سامانه صادر می‌شود تا مشتری به صورت شفاف و بدون دغدغه از خرید خود لذت ببرد. کویر موتور صاحب بیشترین تنوع محصولات و برندها در داخل کشور و در بین رقبای خود می‌باشد. سید محصولات این شرکت برای یک کودک یک ساله تا یک فرد ۹۰ ساله جهت استفاده در ماسه، آب، خیابان، برف و پیست‌های مسابقه‌ای و مناسب برای مردان و زنان عرضه می‌شود.

کارخانجات کویر موتور با حدود ۱۶۰۰ پرسنل مستقیم مشغول به فعالیت هستند. اکنون این شرکت با ۱۵۰ نمایشگاه در سراسر کشور و ۱۶۰ عامل توزیع محصولات و حدود ۲۰۰ عامل توزیع قطعات یدکی و حدود ۱۲۰ تعمیرگاه مجاز که همگی تحت کنترل، آموزش و نظارت کویر موتور می‌باشند در حال فعالیت هستند.

رتبه یک بازار را در اختیار داریم

رضایی افزود: شعار کویر موتور "تمایز در حرکت" می‌باشد. ما سعی کردیم همواره این شعار را به صورت یک استراتژی در کویر موتور ایجاد کنیم. به این معنی که سعی کردیم همواره فعالیت‌هایی را انجام دهیم که دیگران انجام ندهاند. از بین ۴۴ شرکت موتور سیکلت، کویر موتور با حدود ۱۷ درصد سهم بازار، رتبه یک بازار موتور سیکلت ایران را در اختیار دارد پیش‌بینی و هدف‌گذاری ما تا سال ۱۴۰۵ در اختیار گرفتن سهم ۴۰ درصدی بازار موتور سیکلت ایران می‌باشد.

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



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

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

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

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

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

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

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

کویر موتور برای افزایش توانایی خرید محصولات خود اقدام به فروش اقساطی نموده است که به عنوان نمونه فروش اقساطی با ۲۵ درصد پیش‌پرداخت و پرداخت باقی‌در ۱۴ ماه بدون هیچ نمایشگاه و فروشنده‌های کویر موتور در حال اجرا است

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

اتفاقات مهمی که در راه هستند

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

۱- افزایش قیمت خودرو؛ وقتی یک خودرو به خیابان می‌آید با یک تضاد ساده اگر چراغ آن بشکند یا سپر آن آسیب ببیند، راننده یا مالک باید هزینه معادل یک

دستگاه موتور سیکلت را متقبل شود تا بتواند آن چراغ یا سپر را تعویض کند.

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

۳- جای پارک: کمبود و معضلات جای پارک در تهران ۴- فرهنگ موتور سیکلت تغییر پیدا کرده است و دیگر فقط از دید استفاده کاری به آن نگاه نمی‌شود.

۵- استاندارد ایمنی موتور سیکلت‌ها: این صنعت در چند سال اخیر رشد بسیار خوبی داشته است و محصولاتی با استاندارد فراتر از سطح استاندارد اروپا و با ایمنی بسیار بالا تولید و روانه بازار کرده است و نگرانی راکبان را تا حد قابل قبولی مرتفع ساخته است ۶- افزایش محصولات و ورود برندهای مطرح دنیا:

در گذشته محصولاتی که در بازار موتور سیکلت وجود داشت مورد پسند بسیاری از افرادی که جز این ۲۵٪ هستند نبود ولی بعد از سال ۱۳۹۵ موتور سیکلت‌هایی وارد ایران شد که نیاز به این بخش از بازار را به خوبی برآورده کرد استندکتر مجید رضایی در پایان گفت: همه این موارد باعث شد که این اتفاق خوب رخ دهد و شاهد بهره‌وری در منابع کشور و کاهش آلودگی هوا باشیم.

سخن آخر

توجه به کیفیت محصولات و همچنین سلیقه جامعه باعث شده است که امروز کویر موتور با بهره‌مندی از بیش از ۱۶۰۰ نفر نیروی کارآمد، پرچمدار تولید و تنوع انواع دوچرخه، سه‌چرخ، چهارچرخ و نفربرهای آبی باشد. همچنین تعامل با دوایر دولتی، سازمان‌ها، ارگان‌های نظارتی همواره کویر موتور را از سایر رقبای متمایز کرده و اخذ جوایز هم‌ساله خدمات پس از فروش نشان از نگاه پرمعنای بنیان‌گذار این شرکت به مقوله‌ی مشتری مداری است.



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

در ساختار جدید وزارت صمت این حوزه از اداره کل به معاونت ارتقا پیدا کرده است. متناسب با این تغییر ساختار، انجمن‌های تخصصی همانند انجمن تخصصی ماشین‌آلات ساخت صنایع دارویی نیز ایجاد شده‌اند. این آغاز راه است و بر اساس چشم‌اندازی که ترسیم کرده‌ایم در سال‌های آینده صنعت ماشین‌آلات ساخت صنایع دارویی کشور رشد بالایی خواهد شد و به بهبود کیفیت ساخت دارو کمک شایانی خواهد کرد. ضمن اینکه سبب افزایش صادرات دارو و سپس باعث افزایش بهره‌وری آن برای اقتصاد کل کشور خواهد شد. معاون صنایع عمومی وزارت صمت در پایان اظهار کرد: ما باید سعی کنیم در یک حوزه، تولیدکننده نباشیم، بلکه باید با برخی از کشورهای سرمایه‌گذاری مشترک انجام دهیم و کارخانه‌های جدیدی را ایجاد کنیم. اکنون در حوزه ساخت سرم با رونمایی که در این نمایشگاه صورت گرفت، موفق ظاهر شدیم و برای اولین بار ماشین‌آلات سرم‌سازی در این نمایشگاه رونمایی شد. این نشان می‌دهد که هم نیازهای داخلی را می‌توانیم برطرف کنیم و هم در آینده صادرات داشته باشیم.

صمت بهداشت و سایر نهادها و سازمان‌های مربوطه برگزار شد. خوشبختانه استقبال ویژه‌ای از این دوره از برگزاری نمایشگاه به عمل آمد و علاوه بر شرکت‌های داخلی، شرکت‌های خارجی نیز نقش پررنگی در این نمایشگاه ایفا کردند. وی در ادامه با بیان اینکه یکی از اهداف مهم ما کمک به مثبت شدن تراز تجاری کشور است، گفت: صادرات یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که در این نمایشگاه مطرح شده است.

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

برخی از شرکت‌هایی که در این نمایشگاه حضور داشتند در میان ۵ کشور تولیدکننده برتر قرار گرفته‌اند؛ این موضوع نشان دهنده آن است که شاخص پیچیدگی محصولات در رتبه بالایی قرار دارد. برادران افزود: ما در تأمین مواد اولیه دارو بعد از چین و هند در رتبه بعدی قرار داریم.

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

سابق بر این در حوزه ماشین‌آلات در رده معاونت به شکل تخصصی فعالیت نداشتیم و مسائل مربوط به این حوزه در اداره کل تخصصی بررسی می‌شد. خوشبختانه



ما تا یک ماه آینده، نقشه راه صنعت ماشین‌سازی دارو را با گرایش به صادرات راه‌اندازی خواهیم کرد. موسوی در پایان اظهار کرد: برآورد ما بر این است که در ابتدای امر بتوانیم در کشورهای دوست و همسایه، صادرات مطلوبی داشته باشیم. سانتیفریو‌هایی که در هفتمین نمایشگاه ایران فارما رونمایی شد، گزینه خوبی است برای اهداف صادراتی برای کشورهای همسایه و همسو، همچون روسیه که تحریم هستند.

تأمین ۹۷ درصد نیاز دارویی کشور از داخل
محمد مهدی برادران معاون صنایع عمومی وزارت صمت، معدن و تجارت نیز در پاسخ به سؤال خبرنگار صمت در خصوص مزیت‌های برگزاری نمایشگاه ایران فارما گفت: نمایشگاه ایران فارما یا صنعت دارویی ایران، یکی از مهم‌ترین و معتبرترین نمایشگاه‌هایی است که هفتمین دوره آن از تاریخ ۱۸ تا ۲۰ مهرماه با همکاری و همیاری انجمن‌های تخصصی مخصوصاً انجمن ماشین‌سازان صنایع دارویی، وزارتخانه‌های

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

صنعت ماشین‌آلات صنایع دارویی راهگشای توسعه و صادرات



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

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



که در این حوزه انجام شد، کاری شگفت‌انگیز و بی‌نظیر بود. بنابراین جا دارد همه رسانه‌های کشور سؤال کنند دشمنی که به ما مواد اولیه نمی‌دهد و مدام با ما مبارزه و مخالفت می‌کند و در دادن فناوری خبثت به خرج می‌دهد، کجاست؟ در نمایشگاه ایران فارما از یک سانتیفریو پیشرفته رونمایی شد که با دستاوردهای سازمان انرژی اتمی در یک سطح است. لذا نیاز است که مورد توجه و تقدیر قرار بگیرد.

موسوی در مورد نقش و جایگاه انجمن ماشین‌سازان صنایع دارویی اظهار کرد: ماشین‌سازان صنایع دارویی، یک انجمن نوپا است و در راستای تغییراتی که در چارت وزارت صمت، معدن و تجارت رخ داده، شکل گرفته و سبب ایجاد اتفاقات خوبی شده است. در واقع این انجمن توانسته تولیدکنندگان دارو را از سازندگان تجهیزات صنعت جدا کند. اکنون ۱۷ شرکت در این انجمن عضو هستند و ۳۵ شرکت دیگر پتانسیل پیوستن به این انجمن را دارند. در این میان شرکت‌های

برای این انجمن قرار گرفتند. خبرنگار صمت پیرامون این موضوع گفتگویی را با آنها ترتیب داده است.

دروسازان، سربازان خط مقدم جبهه سلامت

سید محمد موسوی معاون صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات وزارت صمت، معدن و تجارت در مورد اهداف برگزاری نمایشگاه ایران فارما اظهار کرد: مهم‌ترین نکته‌ای که در این نمایشگاه مشاهده شد، نبرد سربازان ایرانی در جنگی بود که کرونا و تحریم‌های ظالمانه بر ملت ایران وارد کرده بود. ما ظلمی که در آن دوران به بخش دارو صورت گرفت را هرگز فراموش نمی‌کنیم و از یاد نمی‌بریم کشورهایی را که ما را از داشتن ماسک محروم می‌کردند. بنابراین می‌توان گفت سربازان خط مقدم سلامت در هفتمین نمایشگاه ایران فارما حضور داشتند. هر کدام از ۶۰۰ شرکت حاضر در این رویداد سردارانی هستند که توانستند در جنگ اقتصادی با همت و تلاش مهندسان و کارگران، نیازهای دارویی کشور را در آن دوره سخت برآورده کنند تا ما دست خود را به سوی بیگانه‌گان دراز نکنیم. وی افزود: خودکفایی



توسعه صادرات؛ عبور از محدودیت‌های تجاری

نقش نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی در توسعه صادرات کالاهای باکیفیت ایرانی

تکنولوژی، متقاضیان کالا و خدمات را به صورت مستقیم و با حذف واسطه‌ها فراهم می‌کند. این امر همچنین از طریق ارتباطات جهانی به مرور امکان ارتقاء کیفیت محصولات را فراهم می‌آورد و به پویایی بخش‌های مختلف اقتصادی می‌انجامد. به این ترتیب نمایشگاه‌های تخصصی علاوه بر موجود در امر بازاریابی را پر کرده و برای تولیدکنندگان این امکان را فراهم می‌آورد که بدون صرف هزینه‌های غیرضروری و سردرگمی در عرضه محصولات اقدام به فروش کالاها و خدمات خود به مشتریان حقیقی کنند. از دیگر مزایای برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی می‌توان به نقش آن‌ها در سیاست‌گذاری‌های کلان دولت‌ها اشاره کرد. به این تعبیر فعالیت بازرگانان و تولیدکنندگان در قالب نمایشگاه‌های تخصصی می‌تواند منجر به ایجاد روابط عمیق‌تر میان دولت‌ها شود.

انتخاب صحیح مشارکت‌کنندگان به منظور حضور در نمایشگاه‌های تخصصی و کمک گرفتن از سازمان‌های تخصصی مرتبط با صادرات می‌تواند به گسترش برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی کمک کند. با توجه به شرایط اقتصادی فعلی در ایران از یک‌سو و توانمندی‌های موجود در بخش‌های غیرنفتی از طرف دیگر لازم است امکانات هرچه بیشتری برای افزایش سهم ایران در بازارهای جهانی کالا و خدمات بسنج شوند و به یقین برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی با رعایت جوانب مطالعاتی و عملی یکی از مسیرهای کارآمد برای افزایش این سهم است.

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

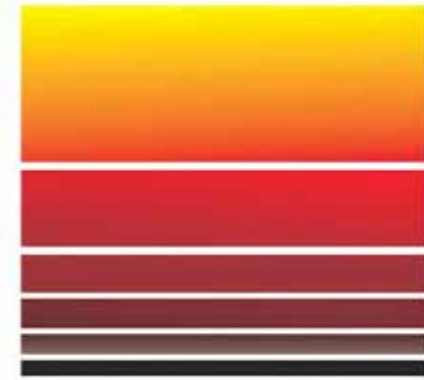
این شرکت مجری نمایشگاه‌های عمومی و تخصصی گوناگونی بوده است که هر یک مخاطبین

احمدرضا طحانیان - مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی اصفهان

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

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

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



K S C

شرکت فولاد خوزستان



اقدامات فولاد خوزستان در حوزه محیط زیست یک الگوی کشوری است

خوزستان به محیط زیست برای سلامتی کارکنان و مردم است.

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

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

وی اظهار داشت: در سال گذشته تعداد ۵ پروژه زیست محیطی با هزینه ای بالغ بر ۱۰۰ میلیارد تومان به اتمام رسید که می‌توان به نصب غبارگیر ۲۰۰۴ در واحد مواد رسانی، نصب سیستم مه پاشی در خروجی مخزن روزانه و تاورهای یک و دو احیا شماره دو، اجرای شبکه پاکسازی واحدهای گندله سازی شماره یک و دو، محوطه سازی اسکرین هفت

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

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

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

گفتگویی اختصاصی صمت با مدیر عامل آنیل پک؛

IML، دیپلمات صادراتی ایران است



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

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

فعالیت و تخصص ما در وهله نخست در حوزه

مجموعه‌ی شما خلق ارزش کند و اهداف مدنظر تان را تحقق بخشد؟

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

الگوی شما در این روند پیشرفت کدام کشورها بوده‌اند؟

در بدو ورود با توجه به اخذ تسهیلات ارزی موفق

شدیم، ماشین‌آلات مورد نیازمان را ابتدا از آلمان و بعد از گذشت دو سال از سوئیس وارد ایران کنیم که البته در این حوزه با مشکلاتی روبه‌رو بودیم. چراکه معمولاً غربی‌ها، فناوری را به ما می‌فروشند نه دانش آن را؛ اما ما موفق شدیم با ارتباطاتی که داشتیم و همچنین سرمایه‌گذاری کافی و قابل توجه به این دانش دست یابیم. علاوه بر آن، وقتی محصول شما، قابلیت انطباق کامل با محصولات اروپایی را دارد و در عین حال تأمین‌کنندگان تجهیزات و محصولات شما کمپانی‌های مطرح دنیا هستند، بی‌شک تلاش خواهید کرد همگام با آخرین دستاوردها، تکنولوژی و تغییرات آن‌ها پیش بروید و با آن همسویی بیابید. مثلاً الگوی تولیدی ما بزرگترین تولیدکننده لیبل جهان یعنی «verstraete» است.

این کمپانی با بررسی تمامی فناوری و پتانسیل‌ها، با افست ورقی کار می‌کند و طبیعتاً چون چشم‌انداز ما نیز بازارهای اروپایی است، بر مبنای انتخاب الگوهای فناوری و تجاری خود پیش می‌رویم و سلامت، پایداری زیستی، ایمنی، سازگاری با محیط و اکولوژی انسانی، انعطاف‌پذیری، تولید انبوه، فناوریانه محور و مقرون به صرفه، اقتصاد چرخشی، توسعه‌ی دایره‌ای، ارزش‌دهی لجستیکی و ارتقاء ادراک بصری، شناختی و رفتاری مصرفی، جزو شاخصه‌هایی هستند که در آنالیز و متاآنالیز بازارهای مصرف و تولید، محور و مبنای تولیدات ما قرار می‌گیرند.

با این توصیف‌ها صنعت لیبل در کشور ما اکنون چه جایگاهی دارد؟

در صنعت لیبل آی‌ام‌ال، بدون هیچ تعارفی ما در دو موضوع دانش تولید و تأمین مواد اولیه همچنان وابستگی‌های عمده‌ای داریم. درست است که بخشی از مواد اولیه‌ی این صنعت توسط تولیدکنندگان داخلی تأمین می‌شود اما همچنان کمبودهایی در این زمینه وجود دارد و در نیازهای دیگر این صنعت هم به بیرون از مرزها وابسته‌ایم. به عنوان مثال در مرکب یا ماشین‌آلات، بنابراین کسب دانش تولید این اقلام، حلقه مفقوده‌ی رشد و توسعه‌ی این صنعت در کشور به شمار می‌رود. بماند که در مباحثی چون گرافیک، عکاسی، رنگ‌شناسی و... نیز هنوز به یک سطح علمی و آکادمیک منطبق با استانداردهای جهانی در این صنعت نرسیده‌ایم و چه بسا دانشگاه‌های ما نیز توانایی پاسخگویی به این نیاز در حوزه IML را ندارند. مهم‌تر آنکه ما در این متولی نهادی مشخصی هم نداریم که بتواند در راستای ارتقاء یا خلق دانش به

فرهنگی و علمی بزرگی را برای شرکت ما ایجاد کند؛ چرا که همکاری با طرفین خارجی بدون تردید موجب تولید محتوای فنی و علمی می‌شود. از طرفی آشنایی دقیق‌تر با استانداردهای دنیا و برقراری ارتباط بیشتر با زبان دانشی آن‌ها نیز بر توانمندی‌های صادراتی و تعامل منجر به موفقیت با شرکت‌های خارجی می‌افزاید و اثبات می‌کند که صادرات، دانش مخصوص به خود را نیاز دارد.

اینکه تولیدکننده‌ای به صرف دانش و امکانات تولیدی خود اقدام به صادرات کند به نظر من از رویکرد و بینش تجاری مورد قبولی برخوردار نبوده است؛ چرا که موضوعاتی مانند زبان، نحوه ورود به بازار، قوانین کشورهای هدف صادراتی، اعتمادسازی در بازارهای صادراتی، مراوده‌های مالی، لجستیک‌های صادراتی و... اهمیت بسیار بالایی دارند و نمی‌توان صرفاً با تکیه بر سطح کمی یا بعضاً کیفی تولید وقتی در بخش‌های چون حمل و نقل و لجستیک دارای مشکلات بزرگی هستیم، بی‌گدار به آب زد.

در حال حاضر به کدام کشورها صادرات دارید؟

خوشبختانه چند ماه است که فعالیت صادراتی خود را به طور جدی و با رشدی قابل توجه ادامه داده‌ایم. شاید کسی صادرات لیبل از ایران را باور نکند اما الان کشورهایی مانند پاکستان، قزاقستان، ارمنستان و... که لیبل خود را از ترکیه تأمین می‌کردند مشتریان لیبل‌های ایرانی و آنیل پک هستند. بازار هدف ما نیز کشورهای اروپایی است با این استنباط و استدلال که صادرات نه تنها می‌تواند یک منبع درآمدی ارزی به حساب بیاید بلکه فراتر از آن می‌تواند یک فضای

صورت موثر عمل کند و عامل حمایتی باشد.

و چه موانعی شاخص‌تر هستند؟

فعالیت در هر زمینه‌ی تولیدی با سختی‌ها و چالش‌های متعددی همراه است. در حال حاضر ما با سیستم بانکی، گمرک، تأمین اجتماعی، اداره مالیات، بیمه، لجستیک کشور و حتی سازمان آب و فاضلاب و اداره برق هم مشکل داریم. اما نکته اینجاست که ما تمام قواعد تولید و بازار را پذیرفته‌ایم. در همین زمینه تمام تلاش خود را هم به کار گرفته‌ایم تا در مسیری که در آن هستیم و برایش هدف‌گذاری کرده‌ایم موفق بمانیم.

برگزاری چنین نمایشگاه‌های تخصصی چه تأثیری می‌تواند در رفع این مشکلات و البته برندسازی و بازاریابی داشته باشد؟

نمایشگاه یک محفل و رویداد تجاری برای رایزنی، گفت‌وگو، مذاکره و برپایی کارگاه‌های علمی است. ما به شخصه انتظار نداریم در رویدادهای نمایشگاهی مشتری پیدا کنیم یا فروش داشته باشیم.

همین که در بستر برگزاری چنین رویدادهایی تعامل و هم‌سویی تجاری خود با مشتریان‌مان را بیشتر کنیم و انتقادات و پیشنهادات آن‌ها را بشنویم برای ما کفایت می‌کند.

چشم‌انداز این صنعت و شرکت آنیل پک را چطور می‌بینید؟

تا جایی که بازار داخلی و صادرات جوابگو باشد کماکان به توسعه و برپایی کارگاه‌های قابل همسویی با بازارهای خارجی ادامه خواهیم داد؛ با صراحت بر اینکه ما قطعاً برای اتصال به بازارهای جهانی و شبکه جهانی تجارت تلاش می‌کنیم. البته متکر آن هم نیستیم که با چالش‌های بزرگی چون تحریم‌ها و اقتصاد بسته مواجه هستیم.

مواد اولیه مورد نیاز خود را باید به صورت غیرمستقیم و با دو برابر قیمت وارد کنیم یا گاهی ضررهای بزرگی برای پیشرفت بدهیم اما مهم این است که باور داریم شرایط همواره ثابت نمی‌ماند و به طور قطع روزهای خوب هم به زودی خواهند رسید.





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

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

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

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

مجموعه نمایشگاه بین المللی شهر آفتاب دارای ظرفیت های بالقوه متعددی است که بر اساس برنامه ریزی های اولیه در راستای کلان پروژه های به نام شهر نمایشگاهی جنوب تهران احداث و ایجاد شده است. متأسفانه طی سال های اخیر از این ظرفیت ها استفاده درستی به عمل نیامده بود. در سال ۹۵ که افتتاحیه نمایشگاه بین المللی کتاب در این مجموعه نمایشگاهی انجام شد، این مجموعه به واسطه کامل نبودن تاسیسات و سالن های نمایشگاهی و همچنین وجود محدودیت در سالن ها، ظرفیت کامل برای برگزاری رویداد بزرگی چون نمایشگاه کتاب را نداشت. این موضوع و حواشی به وجود آمده از جمله ورود آب باران به سالن ها، آبگرفتگی و... موجب تخریب برند مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب شد. نباید فراموش کرد که رویکردها، تصمیم سازی ها و راهبردهایی که در سال های گذشته برای این مجموعه در نظر گرفته شده بود بسیار دقیق و منظم هستند. در همین رابطه می توان به جایابی مناسب، هزینه کرد کلان، طراحی اولیه متناسب با استانداردهای جهانی UFI و معادل سازی برای ساخت این سایت از نمایشگاه ریمینسی ایتالیا اشاره کرد. متأسفانه این موارد در سال های اخیر مورد توجه قرار نگرفته بود. طی سال های اخیر برخی دیدگاه ها با بیان برخی الفاظ و انگها که شایسته مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب نبود چهره این مجموعه فاخر را مخدوش کردند. ما در وهله اول تلاش کردیم که مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب را به لحاظ ساختار سازمانی و شکل سازماندهی با شرایط صنعت نمایشگاهی متناسب کنیم. از آنجا که شهر نمایشگاهی آفتاب، ذیل مجموعه شهرداری تهران تعریف شده است عملکرد مدیران و ابلاغیه های قبلی موجب شده بود که در ساختار سازمانی، مجموعه شهر آفتاب نیز مانند دیگر زیرمجموعه های شهرداری دیده شود. در شهرداری ها مناطق شهری الگوی قالب محسوب می شوند و نمایشگاه ها از اولویت خاصی برخوردار نیستند. بنابراین تغییر اساسنامه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب از الزامات بود. از آنجا که یک مجموعه نمایشگاهی در

واقع یک مجموعه تجاری و اقتصادی محسوب می شود باید دارای ساختار متناسب با این فضا باشد. نکته مهمی که در این میان وجود داشت این بود که در اساسنامه، مجموعه شهر آفتاب به عنوان یک مجموعه بهره بردار معرفی شده بود. بنابراین ما به هیچ عنوان نمی توانستیم اقدامات توسعه ای انجام دهیم. چرا که بر اساس قانون تجارت هر مدیرعاملی موظف است در چارچوب اساسنامه و با تأیید هیئت مدیره اقدامی را در مجموعه انجام دهد.

بنابراین ما موفق شدیم که با مذاکرات به عمل آمده با شهرداری تهران و علی رغم وجود بروکراسی های پیچیده در مناسبات تغییر ساختارها و اساسنامه ها در این مجموعه، این اتفاق مهم را عملی کنیم. امروزه اساسنامه ما در شهرداری تهران به نحوی تنظیم شده است که مجموعه شهر آفتاب هم توسعه دهنده است و هم بهره بردار. به عقیده من این مورد در میان تمام مجموعه های شهرداری تهران یک استثنا است. تغییر در اساسنامه شهر آفتاب امروزه در انتظار تأیید و تصویب نهایی شورای شهر تهران است که امیدواریم در اسرع وقت انجام شود.

در خصوص سرمایه گذاری های توسعه ای در شهر آفتاب چه برنامه هایی در دست اقدام دارید؟

متأسفانه مجموعه شهر نمایشگاهی آفتاب در سال های گذشته بلااستفاده مانده بود. بنابراین ما تلاش کردیم تا با علاوه بر نیروهای حاضر در مجموعه از ظرفیت های خارجی نیز استفاده کنیم و در همین راستا نیروهای جدید را به بدنه نمایشگاه شهر آفتاب تزریق کردیم تا به عنوان موتور محرک مازاد عمل کنند. در سال های گذشته یک نقشه راه برای مجموعه شهر آفتاب تنظیم شده بود که بر اساس آن تعداد سالن ها، هتل ها، مجتمع های تجاری و... تعیین شده بود. ما متناسب با نیازهای شهر آفتاب و شرایط پیش روی کشور تغییراتی در بخش هایی از این نقشه راه اعمال کردیم.

در خصوص سرمایه گذاری و توسعه شهر آفتاب نیز تا کنون ۳۵ طرح جدی سرمایه گذاری معادل ۵۲ هزار میلیارد تومان طرح توسعه ای تعریف کرده ایم. در ماه های گذشته نزدیک به ۷۰ سرمایه گذار بزرگ برای سرمایه گذاری در این مجموعه اعلام آمادگی کرده اند. من فکر نمی کنم که این میزان علاقه مندی برای



سرمایه گذاری در هیچ کدام از مجموعه های شهرداری وجود داشته باشد.

برای ایجاد نمایشگاه های دائمی در شهر آفتاب برنامه ای دارید؟

ما در کشور ضعف جدی در برگزاری نمایشگاه های دائمی داریم. خوشبختانه سرمایه گذاران در رابطه با احداث نمایشگاه های دائمی اعلام آمادگی کرده اند. در این صورت این ضعف تا حد زیادی جبران خواهد شد. ما به واسطه وسعت فضایی که در مجموعه شهر آفتاب داریم این فرصت را داریم که از این دست طرح های توسعه ای را در شهر نمایشگاهی آفتاب داشته باشیم. در همین زمینه ما با صنف برق و الکترونیک تهران توافق کرده ایم تا یک نمایشگاه دائمی در این حوزه را در شهر آفتاب داشته باشیم. پس از احداث این نمایشگاه دائمی خیابان لاله زار تهران که بورس فروش صنف برق و الکترونیک تهران است به شهرداری تحویل داده شود تا ترافیک ناشی از حضور اقشار خریدار اقلام برقی در آن محدوده شهری کاهش پیدا کند.

در خصوص احداث نمایشگاه دائمی گل، لوازم خانگی، مصالح ساختمانی و... نیز با اصناف مربوطه توافق کرده ایم.

از ظرفیت مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب می توان در حوزه های مختلف فرهنگی و ورزشی





مدیریت شهری فعلی استان تهران، ساماندهی حوزه حمل‌ونقل علی‌الخصوص ورود به حوزه مدیریت بار بوده است. در همین راستا تفاهم‌نامه ایجاد بندر خشک، میان ما، شرکت راه‌آهن شهری تهران و حومه (مترو)، شرکت بهره‌برداری مترو و سازمان پایانه‌ها و پارکسوارها امضا شد. بر اساس این تفاهم‌نامه از ظرفیت متروی تهران برای توزیع بار در شب استفاده خواهد شد. گفتنی است در خصوص بندر خشک، توافقاتی نیز با استان مقدس حضرت امام (ره) قرار گرفته است تا در این فضا مکان تفریحی و شهرداری احداث شود. در همین زمینه ما برای استفاده از بخشی از این فضا با استان مقدس به توافق رسیده‌ایم. بر اساس این توافق، ۲ هزار هکتار از این فضا در اختیار مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب (به نمایندگی از مجموعه شهرداری تهران) قرار خواهد گرفت. در این فضا مجموعه‌های مختلف ورزشی و تفریحی ایجاد خواهد شد. در این پروژه‌ها جذب سرمایه‌گذار و اخذ مجوزهای لازم از طرف شهرداری و زمین از جانب استان مقدس امام (ره) خواهد بود. خوشبختانه شخص شهردار دیدگاه بسیار خوبی در خصوص توسعه متوازن تهران دارد و از طرفی مجموعه حرم امام (ره) نیز رویکرد توسعه‌ای جنوب تهران را در پیش گرفته است. اگر ما بتوانیم این دو دیدگاه را در کنار یکدیگر قرار دهیم با ایجاد هم‌افزایی، شرایط بهینه‌ای برای مردم جنوب تهران به وجود خواهد آمد. ما در فضای نمایشگاهی شهر آفتاب بالغ بر ۵۲ هکتار فضای سبز داریم. متأسفانه این ظرفیت تا کنون در اختیار مردم تهران قرار نگرفته است و این در حالی است که این فضا از بیت‌المال و برای مردم ساخته شده است. ایجاد زیست‌بوم‌های شبانه و استفاده از فضاهای تفریحی متنوعی که می‌توان در آن منطقه ایجاد کرد جزو برنامه‌های جدی ما است اما همه این موارد منوط به این است که حوزه کارکرد نمایشگاهی ما زیر سؤال نرود.

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

یکی از اولویت‌ها و محورهای اصلی این دوره از

سوم این مثلث، عهده‌دار بخش توزیع خواهد بود. اگر ما موفق شویم از این ظرفیت به درستی استفاده کنیم نقش پرنری در رشد جهشی تولید و بالا بردن GDP کشور ایفا خواهیم کرد. ما در جنوب کشور منطقه مکران را داریم که یکی از شاهراه‌های صادراتی کشور به شمار می‌رود. از طرفی بر اساس مذاکرات انجام شده در شهر بندر انزلی یک گمرک مشترک با کشور روسیه ایجاد خواهد شد. اگر خط انزلی، شهر آفتاب و منطقه مکران را به یکدیگر ارتباط دهیم می‌توانیم رابطه تجاری میان جاده ابریشم را در مثلث اقتصادی جنوب تهران متمرکز کنیم. گمرک واسط ایران و روسیه و منطقه مکران نیز به مثابه دو بال برای این مثلث عمل خواهند کرد. با ایجاد این ارتباط خطی میان این سه قسمت و تبدیل هر سه ضلع مثلث اقتصادی جنوب تهران به منطقه ویژه اقتصادی، ما عملاً تحریم‌ها را دور خواهیم زد و تردد سرمایه‌گذاران و افرادی که قصد ارائه، خرید یا تولید کالایی را داشته باشند به سهولت انجام خواهد شد. ما برای به سرانجام رسیدن این طرح نیازمند ایجاد روابط تجاری جدی میان چندین وزارتخانه و مجموعه مختلف مانند گمرک، سازمان مناطق ویژه، شهرداری و... هستیم.

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

به موضوع انتقال نمایشگاه‌های استان تهران از محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران اشاره کردید. برخی معتقدند که این مجموعه نمایشگاهی ظرفیت برگزاری نمایشگاه‌های بزرگ



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

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

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

تا قبل از برگزاری نمایشگاه کاشی و سرامیک و طی قراردادی که مدیریت قبلی مجموعه شهر آفتاب منعقد کرده بود یکی از سالن‌های نمایشگاهی این مجموعه در اختیار صداوسیما بود. ما به هر ترتیبی بود که بود این قرارداد را لغو و سالن یاد شده را زیر بار نمایشگاه بردیم. بنابراین تا کنون ما با محیط پیرامونی حدود ۶۸ هزار متر فضای نمایشگاهی را زیر بار برده‌ایم که ۴۰ هزار متر از آن موجودی برگزار شده ما است. از طرفی با مشارکت بخش خصوصی مجموعه‌ای به نام تجارت جهانی با فضایی بالغ بر ۷۱ هزار متر مربع

در سایت نمایشگاه بین‌المللی آفتاب ساخته شده است. بخش تعهدات شهرداری این مجموعه اعم از پایان کار، عوارض و... تا کنون انجام نشده است. اما ما علی‌رغم اینکه تعهدی در این زمینه نداریم پیگیر موضوعات و چالش‌های این مجموعه هستیم. بر اساس صحبت‌هایی که با سازنده این مجموعه داشته‌ایم ۸۵ درصد از مراحل ساخت آن پیش رفته و تنها ۱۵ درصد باقی‌مانده است. آنطور که پیمانکار این مجموعه قول داده است بهمن‌ماه سال جاری شاهد افتتاح مجموعه تجارت جهانی در شهر آفتاب خواهیم بود. سازنده این مرکز تعهد داده که مجموعه تجارت جهانی در ایام برگزاری نمایشگاه کتاب در اختیار این رویداد بزرگ قرار بگیرد. بنابراین با افتتاح این مجموعه، ۷۱ هزار مترمربع به فضای نمایشگاهی ما اضافه خواهد شد. به طور قطع فضایی که در سایت نمایشگاهی شهر آفتاب و مجموعه تجارت جهانی به شرکت‌کنندگان در نمایشگاه کتاب ارائه خواهد کرد به مراتب بهتر و باکیفیت‌تر از فضای موجود در مصلی امام خمینی (ره) خواهد بود. در سایت بین‌المللی شهر آفتاب حدود ۱۵ هزار مترمربع فضای نمایشگاه موقت نیز تعبیه شده است که در حین برگزاری رویدادهای بزرگ می‌توان از آن استفاده کرد.

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

از طرفی بخشی از سرمایه‌گذاران که برای سرمایه‌گذاری در شهر آفتاب اعلام آمادگی کرده‌اند حاضرند در توسعه سالن‌های نمایشگاهی این سایت سرمایه‌گذاری کنند. اما نکته اینجاست که این افراد یک نگرانی دارند و آن‌هم این است که اگر بعد از سرمایه‌گذاری در ساخت سالن‌های نمایشگاهی، نمایشگاه‌ها به شهر آفتاب منتقل نشدند چه باید کرد؟ این موضوع بسیار مهمی است. اگر یکبار در حاکمیت کشور مصوب شود که تمام نمایشگاه‌ها در شهر آفتاب برگزار خواهد شد دل‌نگرانی سرمایه‌گذاران هم رفع خواهد شد و در



EXHIBIRAN
INTERNATIONAL

تهر آفتاب
ترکت‌نمایشگاه‌های بین‌المللی

این صورت مشکل توسعه سالن‌های نمایشگاهی نیز حل خواهد شد و ما شاهد برگزاری تمام رویدادهای نمایشگاهی در همه ابعاد در نمایشگاه بین‌المللی شهر آفتاب خواهیم بود.

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

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

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

۴. خانه فرش عظیم	۲۷. گروه روشنایی گلنور	۱۸. پا کنام	۵. گسترش صادرات جاویدان
۵. بازرگانی غزال ارسباران	۲۸. تولیدی لوله و پروفیل جویبار لوله	۱۹. مجتمع نساجی آسایش کاشان	۶. کالسیمین
۶. گلزار فارس	۲۹. سیمان سامان غرب	۲۰. ایران یاسا تایر و رابر	۷. لاستی کیزد
۷. صنایع روشنایی مازی نور	۳۰. جهان پروفیل پارس	۲۱. بلور کاوه	۸. ایران خودرو
۸. مجتمع صنایع لاستی کیزد	۳۱. نوین بافان پرنگ منطقه آزاد انزلی	۲۲. تحقیقاتی و تولیدی سیناژن	۹. پا کنام
۹. نوین زعفران	۳۲. مجتمع کاشی و سنگ پرسپولیس	۲۳. تولیدی لوله و پروفیل جویبار لوله	۱۰. کشت و صنعت روژین تاک
۱۰. تولید و صادرات ریشمک	۳۳. نفیس نخ	۲۴. کشت و صنعت روژین تاک	۱۱. سپهر الکتریک
صادر کنندگان ممتاز سال ۱۳۹۳	۳۴. صنایع غذایی چیکا سپاهان	۲۵. رنگ و رزین الوان	۱۲. شیرین دارو
۱. کیسون (سهامی عام)	۳۵. تولیدی و صنعتی گرمای جنوب	۲۶. خمیرمایه رضوی	۱۳. گشت تور
۲. زرما کارون	۳۶. اشکان شیمی اصفهان	۲۷. پشتیبانی و نوسازی بالگر دهای ایران (پنها)	۱۴. سفال تاج
۳. پویندگان راه سعادت	۳۷. تجارت آرمان پگاه	۲۸. بین المللی پیمانکاری استراتوس	۱۵. تک ما کارون
۴. فرآورده های لبنی کاله	۳۸. تک ما کارون	۲۹. ندوین بافان پرنگ منطقه آزاد انزلی	۱۶. گروه مینا
۵. پا کسان	۳۹. سازه های تک ایستا جنوب	۳۰. بازرگانی سفال تاج	۱۷. دشت بهشت آریا
۶. ذوب آهن اصفهان	۴۰. سایپا پدک	۳۱. بازرگانی علی خسروی	۱۸. فرش خاطره کویر
صادر کنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۳	۴۱. تمدن فرش کاشان	۳۲. بازرگانی قائم تجارت امین	۱۹. قائم تجارت امین
۱. صادرات تجهیزات و خدمات صنایع آب و برق ایران (صانیر)	۴۲. پلیمر آریا ساسول	۳۳. آرنا نقش تاک	۲۰. سیمان سامان غرب
۲. گروه صنعتی نجاتی (آنانا)	۴۳. گسترش صادرات جاویدان کرمان	۳۴. تک ما کارون	۲۱. سرمای هگداری صنایع شیمیایی ایران
۳. صنایع کاشی و سرامیک سینا	۴۴. کابل های شهید قندی	۳۵. گیاهان معطر پرند	۲۲. پلاستیک کار
۴. داروسازی فارابی	صادر کنندگان ممتاز سال ۱۳۹۴	۳۶. شوقاژ کار	۲۳. نوین بافان پرنگ منطقه آزاد انزلی
۵. نفت سپاهان	۱. شیرین عسل	۳۷. تولید و صادرات خشکبار مجتبی	۲۴. صنعتی شوقاژ کار
۶. ساختمانی دنا رهساز	۲. پویندگان راه سعادت	۳۸. داداش برادر (آیدین)	۲۵. شیشه مطرو فیزد
۷. پتروشیمی شازند (اراک)	۳. فرآورده های لبنی کاله	۳۹. میعاد سپهر ادمان	۲۶. پلیمر آریا ساسول
۸. فراب	۴. بازرگانی پتروشیمی	۴۰. آیسان خزر	۲۷. کابل سازی افق البرز
۹. ترا کتورسازی ایران	۵. شیمیایی و تولیدی رزپلیمر	۴۱. ایفاسرام	۲۸. شیما کفش
۱۰. شکوه بناب	صادر کنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۴	۴۲. سیم و کابل ابهر	۲۹. مهنا رنگ توس
۱۱. گروه صنعتی اترک شیم بشرق	۱. ایران گلاب مرغوب	۴۳. شیشه شناور اردکان	۳۰. اشکان شیمی اصفهان
۱۲. مجتمع صنایع لاستی کیزد	۲. گروه صنعتی نجاتی (آنانا)	۴۴. تولیدی مهر اصل	۳۱. تولید و صادرات مجتبی بناب
۱۳. کارخانجات چرخ خیاطی ایران (کاجیران)	۳. صنایع الکترونیک ایران (صایران)	۴۵. گروه صنعتی سدید	۳۲. تولیدی صنعتی ماموت تهران
۱۴. ممتاز سهند	۴. صادرات تجهیزات و خدمات صنایع آب و برق ایران (صانیر)	۴۶. گروه روشنایی گلنور	۳۳. الیاف پلی استر ساینه دلیجان
۱۵. یاتا اکسپرس	۵. دنا رهساز	صادر کنندگان ممتاز سال ۱۳۹۵	۳۴. مهندسی مشاور مهتاب قدس
۱۶. صنعتی داداش برادر (شونیز)	۶. فراب	۱. صنایع الکترونیک ایران (صایران)	۳۵. صنعتی زر مهر مارلیک
۱۷. خانه فرش عظیم	۷. ایران دوستان	۲. فراب	۳۶. عمراب
۱۸. کاوه فلوت	۸. زعفران اسفندان	۳. شکوه بناب	۳۷. زعفران بدیعی
۱۹. موکت نگین مشهد	۹. تولیدی و صنعتی ممتاز سهند	۴. یاتا اکسپرس	۳۸. تانا بین الملل
۲۰. رزیتان (سهامی خاص)	۱۰. فولاد مبارکه اصفهان	۵. ممتاز سهند	۳۹. کالا کودک توس
۲۱. ایران یاسا تایر و رابر	۱۱. صنایع روشنایی مازی نور	صادر کنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۵	۴۰. صنایع ریخته گری پرلیت آسیا
۲۲. گشت تور	۱۲. شکوه بناب	۱. پاسارگاد گشت	۴۱. سازه های فلزی یاسان
۲۳. تحقیقاتی تولیدی سیناژن	۱۳. صادراتی خشکبار مزرعه دستچین	۲. نساجی آسایش کاشان	۴۲. کارخانجات نورد لوله یاران
۲۴. هسا	۱۴. یاتا اکسپرس	۳. تولید مواد اولیه داروپخش (تماد)	۴۳. فناور پلاستیک سپاهان
۲۵. حامیان یاقوت صحرا (سهامی خاص)	۱۵. صنایع شیر ایران	۴. داداش برادر (شونیز)	۴۴. مه پروتئین
۲۶. تولیدی کوشش رادیاتور	۱۶. شیمیایی بهداد	۱۷. صنعتی داداش برادر (شونیز)	۴۵. نانو نخ و گرانول سیرجان
	۱۷. صنعتی داداش برادر (شونیز)		۴۶. پتروشیمی نوری
			۴۷. صادرات و گسترش انرژی پیشرو (صانیری)

۴۲. جهیزات و خدمات صنایع آب و برق ایران (صانیر)	۲۸. چینی گلزار فارس	۹. پشتیبانی و نوسازی بالگر دهای ایران
۱. داروسازی اکسیر	۲۹. ذوب آهن اصفهان	۱۰. ترا کتورسازی ایران
۲. شرکت پا کسان	۳۰. ایمان تجارت روشن	۱۱. تروند زعفران قائم
۳. تولیدی سبلان پلاستیک	۳۱. پویندگان راه سعادت	۱۲. تولیدی لوله و پروفیل جویبار لوله
۴. بازرگانی پتروشیمی	۳۲. بهینه افزار پرداز پویا (بهکو)	۱۳. کارخانجات چینی بهداشتی مروارید
۵. نفت سپاهان	۳۳. جهان پروفیل پارس	۱۴. تولید مواد اولیه داروپخش (تماد)
۶. پالایش قطران ذغالسنگ	۳۴. شرکت صا ایران	۱۵. دانا گام
۷. ایمان تجارت روشن	۳۵. ایران دوستان	۱۶. دنا رهساز
۸. کانون تولید ایران	۳۶. فروآلیاز ایران	۱۷. ذوب آهن اصفهان
۹. مجتمع نساجی آسایش کاشان	۳۷. زعفران اسفندان	۱۸. راک شیمی
۱۰. توس چرم شرق	۳۸. صادراتی خشکبار مزرعه دستچین	۱۹. رزیتان
۱۱. گروه صنعتی نیکو- ابهرریس	۳۹. شکوه بناب	۲۰. زرباف فر
۱۲. خانه فرش عظیم	۴۰. زرما کارون	۲۱. الیاف پلی استر ساینه دلیجان
۱۳. کارخانجات چرخ خیاطی ایران- کاجیران	۴۱. صنایع هواپیماسازی ایران	۲۲. سپهر الکتریک
۱۴. صنایع چینی زرین ایران	۴۲. بازرگانی خسروی	۲۳. سمیران سلامت
۱۵. کارخانجات تولیدی شهید قندی	۴۳. فرش عظیم زاده	۲۴. صنایع سیمان سامان غرب
۱۶. سایپا	صادر کنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۱	۲۵. تحقیقاتی و تولیدی سیناژن
۱۷. رادیاتور ایران	۱. شیشه مطرو فیزد	۲۶. شکوه بناب
۱۸. زرما کارون	۲. پتروشیمی اراک(شازند)	۲۷. شمس الهدایی
۱۹. تولیدی صنعتی سوت ماشین	۳. کابل افق البرز	۲۸. صنعتی داداش برادر (شونیز)
۲۰. فرآورده های لبنی کاله	۴. برفاب	۲۹. شیرین دارو
۲۱. مجتمع کارخانجات روغن نباتی کشت و صنعت شمال	۵. پلاستیک کار	۳۰. شیما کفش
۲۲. گروه صنعتی نجاتی آنانا	۶. گیاهان سبز زندگی	۳۱. صادرات تجهیزات و خدمات صنایع آب و برق ایران
۲۳. صنایع الکترونیک ایران (صایران)	۷. صنایع لاستی کیزد(یزد تایر)	۳۲. صنایع شیمیایی سینا
۲۴. پویندگان راه سعادت	۸. ایران خودرو	۳۳. فرآوری روده ایرانیان زمین
۲۵. صنایع مس قائم	۹. صنایع شیمیایی مازی نور	۳۴. مجتمع نساجی آسایش کاشان
۲۶. گروه صنعتی سپاهان	۱۰. سوت ماشین	۳۵. فروسیلیس ایران
۲۷. کارخانه چینی ایران(ایرانا)	۱۱. نفت سپاهان	۳۶. بازرگانی قائم تجارت امین
۲۸. سیمان کردستان	۱۲. مینا	۳۷. کارخانجات کاشی عقیق (سهامی خاص)
۲۹. شیشه کاوه فلوت	۱۳. دشت بهشت آریا	۳۸. فرآورده های لبنی کاله
۳۰. صنایع فروآلیاز ایران	۱۴. بازرگانی نشان شرق	۳۹. کوشش رادیاتور
۳۱. کالسیمین	۱۵. فراب	۴۰. کیش چیپس
۳۲. حامیان یاقوت صحرا	۱۶. ریشمک	۴۱. گشت تور
۳۳. بازرگانی پورعلی	۱۷. پا کنام	۴۲. گلنور
۳۴. تروند زعفران قاین	۱۸. تبریزهنگ	۴۳. گوهر زعفران
۳۵. خشکبار مزرعه دستچین	۱۹. خاطره کویر	۴۴. ماشین رول
۳۶. صادراتی فرآورده های خاورمیانه	۲۰. بازرگانی پورعلی	۴۵. نفت پاسارگاد (سهامی عام)
۳۷. پامچال آسیا	۲۱. کاله	صادر کنندگان شایسته تقدیر سال ۱۳۹۲
۳۸. بازرگانی اکبر حاج کاظمیان	۲۲. کاشی سینا	۱. آرنا نقش تاک
۳۹. شیرین دارو	۲۳. شیشه آسا فلوت	۲. آریا مولیبدن کسری
۴۰. بازرگانی غزال ارسباران	۲۴. زعفران ارسباران	۳. گروه صنعتی نجاتی (آنانا)
۴۱. گروه مینا	۲۵. گسترش بازرگانی کرمان	۴. ایران ترانسفو
	۲۶. شونیز(داداش برادر)	۵. ایران یاسا تایر و رابر
	۲۷. روژین تاک	۶. بلور شیشه کاوه
		۷. شیمیایی بهداد (سهامی خاص)
		۸. پلاستیک کار (سهامی خاص)

۴۸. بازرگانی سعید موسوی	۲۸. صنایع کاشی و سرامیک فرزاد	صادرکنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۷	۴۳. نوین بافان پرنگ	
۴۹. برودت گستر طوبی	۲۹. الیاف پلی استر ساینه دلپجان		۴۴. نوین زعفران	
۵۰. بوتان	۳۰. شرکت آریا گستران چرم خاورمیانه		۴۵. هنگ پا کیزه	
صادرکنندگان ممتاز سال ۱۳۹۶	۳۱. فروسیلیس ایران		تندیس بلورین ۹۸	
	۱. شرکت ایران دوستان		۳۲. پارس حیانت (سهامی خاص)	۱. شرکت فرآب (نیروگاه)
	۲. فراب		۳۳. سردخانه و مواد غذایی آریا سام	۲. شرکت صنعتی داداش برادر (شکلات و ...)
	۳. شرکت ایران گلاب مرغوب		۳۴. گروه صنعتی بوتان	۳. شرکت تولیدی و صنعتی ممتاز سهند (پلاستیک)
۴. صنعتی داداش برادر (شونیز)	۳۵. صنایع ریخته گری پرلیت آسیا		۴. شرکت شکوه بناب (صادرات خشکبار به جز پسته)	
۵. شرکت پاکستان	۳۶. بازرگانی سعید موسوی		۵. مجتمع صنایع لاستیک یزد (صنعت لاستیک و تایر)	
۶. شرکت بازرگانی زعفران اسفندان	۳۷. مارگارین		۶. شرکت پارس کپهان	
۷. بازرگانی صنایع شیر ایران	۳۸. موتوژن	۷. بهار دالاهو		
۸. مجتمع صنایع لاستی کیزد	۳۹. سیمان هرمزگان	۸. بین المللی ساروج بوشهر		
۹. پاتا ا کسپرس (سهامی خاص)	۴۰. سیم و کابل ستار هیزد	۹. پارس کپهان		
صادرکنندگان نمونه ملی سال ۱۳۹۶	۴۱. پالایش قطران ذغالسنگ	۱۰. پاسارگاد تور	۱۱. پیشگامان کویر آسیا	
	۱. شرکت مهندسی مشاور مهتاب قدس	۴۲. آدریاسیلو	۱۲. تحقیقاتی و تولیدی سیناژن	
	۲. تولید و صادرات خشکبار مجتبی بناب	۴۳. شرکت پتروشیم بیردیس	۱۳. تعاونی تولید رنگ و رزین الوان	
	۳. شرکت صنعتی گام اراک	۴۴. آریوژن فارمد	۱۴. تولید و صادرات ریشمک	
	۴. گشت تور	۴۵. تونل سد آریانا	۱۵. تولیدی تک ما کارون	
	۵. جنرال مکانیک	۴۶. تونل سد آریانا	۱۶. تولیدی صنایع فارکوشیمی	
	۶. داداش برادر (آیدین)	۴۷. مونتکو ایران	۱۷. تونل سد آریانا	
	۷. ایران ترانسفو	۴۸. شرکت موکت نگین مشهد	۱۸. جنرال مکانیک	
	۸. الکترونیک افزار آزما	۴۹. لوله گستر خادمی	۱۹. ذوب آهن اصفهان	
	۹. گروه کارخانجات شیشه اردکان	۵۰. سمیران سلامت	۲۰. زرین ترنج مهر (سهامی خاص)	
۱۰. شرکت خشکبار ایلپا گستر سیرجان	۵۱. شرکت تعاونی عام نوید نور	۲۱. سایپا-شرکت ایرانی تولید اتومبیل		
۱۱. رنگدانه سیرجان	دارندگان مدال افتخار صادرات ایران	۲۲. سفال تاج	۲۲. سفال تاج	
۱۲. زرین غزال		۲۳. سمیران سلامت	۲۳. سمیران سلامت	
۱۳. مه پروتئین		۲۴. شیما کفش	۲۴. شیما کفش	
۱۴. گلزار فارس		۲۵. شیشه کاوه فلوت	۲۵. شیشه کاوه فلوت	
۱۵. سفال تاج		۲۶. صنایع فروآلیاز ایران	۲۶. صنایع فروآلیاز ایران	
۱۶. گروه مینا		۲۷. صنعت پلاست آبیبار	۲۷. صنعت پلاست آبیبار	
۱۷. گروه صنعتی معدنی زرمهر مارلیک		۲۸. صنعتی بهشهر سهامی عام	۲۸. صنعتی بهشهر سهامی عام	
۱۸. زعفران بدیعی		۲۹. فراورده های لبنی گلستان صباح	۲۹. فراورده های لبنی گلستان صباح	
۱۹. باراد گستر الوند		۳۰. فرش قیطان طلایی کاشان	۳۰. فرش قیطان طلایی کاشان	
۲۰. تراکتورسازی ایران		۳۱. کالای خانه پایا پارس	۳۱. کالای خانه پایا پارس	
۲۱. معماران تجارت آفتاب	۳۲. کارخانجات نورد لوله یاران	۳۲. کارخانجات نورد لوله یاران		
۲۲. فولاد خوزستان	۳۳. گروه صنایع کابلسازی افق البرز	۳۳. گروه صنایع کابلسازی افق البرز		
۲۳. مهتارنگ توس	۳۴. گروه صنعتی بوتان	۳۴. گروه صنعتی بوتان		
۲۴. گلسترای میلاد	۳۵. گروه صنعتی معدنی زرمهر مارلیک	۳۵. گروه صنعتی معدنی زرمهر مارلیک		
۲۵. زرین ترنج مهر	۳۶. گروه صنعتی نجاتی-انانا	۳۶. گروه صنعتی نجاتی-انانا		
۲۶. صنعت پلاست آبیبار	۳۷. گسترش بازرگانی کرمان	۳۷. گسترش بازرگانی کرمان		
۲۷. فرش قیطان طلایی کاشان	۳۸. گسترش تجهیزات دانا	۳۸. گسترش تجهیزات دانا		
صادرکنندگان ممتاز سال ۱۳۹۷	۱. ایران گلاب مرغوب	۳۹. گلکده مارانتا	۳۹. گلکده مارانتا	
	۲. صنایع الکترونیک ایران (صایران)	۴۰. مروارید تجارت پدیده	۴۰. مروارید تجارت پدیده	
	۳. صنعتی داداش برادر (شونیز)	۴۱. مهندسی مشاور مهتاب قدس	۴۱. مهندسی مشاور مهتاب قدس	
	۴. فراب	۴۲. نخل سبز صبحی	۴۲. نخل سبز صبحی	
	۵. پاتا اکسپرس			

۱۹. گیاهان معطر پرند (گیاهان دارویی و صنعتی)	۴. شرکت شکوه بناب	۲۸. سپیدان عصاره جنوب(گیاهان دارویی و صنعتی)	۲۸. سپیدان عصاره جنوب(گیاهان دارویی و صنعتی)
۲۰. پتروشیمی زاگرس (پتروشیمی شیمیایی)	۵. شرکت تراکتورسازی ایران	۲۹. ستاره نادى (آرد و نان و ماکارونی)	۲۹. ستاره نادى (آرد و نان و ماکارونی)
۲۱. صنایع هواپیمایی ایران (دانش بنیان و فناوری بالا)	۶. شرکت تولید مواد اولیه داروپخش	۳۰. سرمایه گذاری و توسعه گل گهر(معدنی)	۳۰. سرمایه گذاری و توسعه گل گهر(معدنی)
۲۲. اتراکران انرژی (پایه نفتی، قیر و ...)	۷. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۱. سیمان خوزستان	۳۱. سیمان خوزستان
۲۳. شرکت سهند جام تبریز (مصالح ساختمانی)	۸. شرکت نفت سپاهان	شرکت های صادرکننده نمونه سال ۱۳۹۹	
۲۴. شرکت توسعه کشاورزی و بازرگانی آراین (میوه و تره بار)	۱. ایران یاسا تایر و رابر(لاستیک و تایر)		
۲۵. شرکت پارس تابلو (خدمات فنی مهندسی)	۲. کشت و صنعت رزین تاک (صنایع تبدیلی)	۲. کشت و صنعت رزین تاک (صنایع تبدیلی)	
۲۶. شرکت صنعتی دوده فام (محصولات شیمیایی)	۳. مهندسی مشاور مهتاب قدس (خدمات فنی و مهندسی)	۳. مهندسی مشاور مهتاب قدس (خدمات فنی و مهندسی)	
۲۷. شرکت افلاک الکتریک خراسان (سیم و کابل)	۴. توزیع ایران ترانسفوزنگان (تجهیزات برق)	۴. توزیع ایران ترانسفوزنگان (تجهیزات برق)	
۲۸. شیمیایی بهدش (محصولات شوینده)	۵. تولیدی رزیتان (رنگ و رزین و چسب)	۵. تولیدی رزیتان (رنگ و رزین و چسب)	
۲۹. گروه صنایع کاغذ پارس (محصولات سلولوزی)	۶. تولیدی کوشش رادیاتور(قطعات یدکی)	۶. تولیدی کوشش رادیاتور(قطعات یدکی)	
۳۰. آذر شهد (شیرینی و شکلات)	۷. کارخانجات چینی بهداشتی (مروارید(چینی بهداشتی)	۷. کارخانجات چینی بهداشتی (مروارید(چینی بهداشتی)	
۳۱. گروه صنعتی نگین نادری (آرد، نان و ماکارونی)	۸. صنعتی شوفازگار(سیستم گرمایشی)	۸. صنعتی شوفازگار(سیستم گرمایشی)	
۳۲. ریخته گری تراکتورسازی ایران (تجهیزات و ماشین آلات صنعتی)	۹. فرش قیطان طلایی کاشان	۹. فرش قیطان طلایی کاشان	
۳۳. تولیدی مهر اصل (محصولات فلزی)	۱۰. تولیدی مهر اصل (الیازمس)	۱۰. تولیدی مهر اصل (الیازمس)	
۳۴. مجتمع صنعتی سپاهان باطری (تابلو و تجهیزات برق)	۱۱. سرد خانه و مواد غذایی آریا سام(میوه و تره بار)	۱۱. سرد خانه و مواد غذایی آریا سام(میوه و تره بار)	
۳۵. ستاره یاران زمین (ترانزیت)	۱۲. تولیدی ظریف مصور (موکت)	۱۲. تولیدی ظریف مصور (موکت)	
۳۶. پردیسان سیر خاوران (گردشگری)	۱۳. آلومینیوم ایران (ایرالکو)	۱۳. آلومینیوم ایران (ایرالکو)	
۳۷. شرکت دانش بنیان شایسته تقدیر	۱۴. ایلپا گستر سیرجان (پسته و مغز پسته)	۱۴. ایلپا گستر سیرجان (پسته و مغز پسته)	
۳۸. شرکت عالی فرد (صنایع تبدیلی)	۱۵. پارس تابلو (فنی مهندسی)	۱۵. پارس تابلو (فنی مهندسی)	
۳۹. شرکت نانو دارو پژوهان فردیس	۱۶. پردیسان سیر خاوران	۱۶. پردیسان سیر خاوران	
۴۰. شرکت زیست دارو دانش	۱۷. تونل سد آریانا	۱۷. تونل سد آریانا	
۴۱. شرکت پیشتاز طب زمان	۱۸. سیم و کابل ابهر	۱۸. سیم و کابل ابهر	
۴۲. شرکت فرابل جم	۱۹. کارخانجات شیشه اردکان	۱۹. کارخانجات شیشه اردکان	
۴۳. شرکت کشت و صنعت رعنا	۲۰. لوله گستر خادمی(مصنوعات پلیمری)	۲۰. لوله گستر خادمی(مصنوعات پلیمری)	
برنده مدال افتخار صادرات:	۲۱. آبی ز گوهرناب مطاف(محصولات شیلات)	۲۱. آبی ز گوهرناب مطاف(محصولات شیلات)	
	۲۲. توسان (تولید سیستم احیاء نوزاد)	۲۲. توسان (تولید سیستم احیاء نوزاد)	
	۲۳. پترو آذر آسیا (پایه پتروشیمی)	۲۳. پترو آذر آسیا (پایه پتروشیمی)	
صادرکننده ممتاز سال ۱۳۹۹	۲۴. پتروشیمی تبریز	۲۴. پتروشیمی تبریز	
	۲۵. پتروشیمی رازی	۲۵. پتروشیمی رازی	
	۲۶. توسعه سامانه های نرم افزاری نگین (توسن) خدمات it	۲۶. توسعه سامانه های نرم افزاری نگین (توسن) خدمات it	
۱. شرکت پاکستان	۲۷. خاک و سنگ کیش(محصولات معدنی غیر فلزی)	۲۷. خاک و سنگ کیش(محصولات معدنی غیر فلزی)	
۲. شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران (پگاه)	۲۸. شرکت نفت سپاهان	۲۸. شرکت نفت سپاهان	
۳. شرکت برفاب	۲۹. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۲۹. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
صادرکنندگان شایسته تقدیر:	۳۰. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۰. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
	۳۱. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۱. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
	۳۲. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۲. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
	۳۳. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۳. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
	۳۴. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۴. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
	۳۵. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۵. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
	۳۶. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۶. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
	۳۷. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۷. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
	۳۸. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۸. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
	۳۹. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۳۹. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	
۴۰. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا	۴۰. شرکت صنایع کاشی سرامیک سینا		

خدمتی نوین در عرصه دندانپزشکی ویژه سازمان های دولتی و خصوصی



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

۰۲۱-۴۳۳۱۶ (خط ۳۰)

www.bonyansalamat.com



نماینده انحصاری ساجد سوئیس
در کشور جمهوری اسلامی ایران

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

دارای تندیس کار آفرین برتر
از همایش ملی کارآفرینان مسئولیت پذیر



آبزی گوهر ناب مطاف



معرفی شرکت:

پیشرو در فراوری و بسته‌بندی آبزیان در سال ۱۳۹۷ تأسیس گردید، و در اندک زمانی با کشف و پاسخ‌دهی به نیازمندی‌های واقعی و استراتژیک این صنعت در استان بوشهر و کشور توانسته ضمن اشتغال مستقیم برای بیش از ۷۵۰ نفر با صادرات سالانه بیش از ده هزار تن انواع محصولات دریایی خود را در قامت یک شرکت بین‌المللی نشان دهد. حضور مستقیم و سرمایه‌گذاری بلند مدت در بازار کشورهای هدف نظیر قطر،

امارات، تایلند، چین، روسیه، سریلانکا، اسپانیا و فروش محصولات با نام ایران را میتوان بزرگترین دستاورد این شرکت دانست. شرکت آبزی گوهر ناب مطاف با راه‌اندازی واحد تحقیق و توسعه، نوآوری و تنوع در محصولات دریایی و حرکت بسوی صادرات محصولات فراوری شده را در دستور کار خود قرار داده و کاهش خام‌فروشی را بعنوان مهمترین مأموریت در چشم‌انداز خود ترسیم نموده است. همچنین در سال ۱۳۹۹ بعنوان صادرکننده نمونه ملی انتخاب شده است.

سال تاسیس و سابقه فعالیت شرکت:

سال ۱۳۹۷

محصولات صادراتی شرکت:

انواع ماهی از قبیل طلال، حسون، یال اسبی، شیر و... انواع میگوی دریایی و پرورشی بصورت خام و پخته

گواهینامه اخذ شده:

GMP: IR20220721A02

HACCP: IR20220721A01

FSM/9810206:22000 ISO

QMS/9810206:9000 ISO

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

کدپستی: ۷۵۱۵۸۶۶۵۸۷ | تلفن: ۰۷۷۳۳۶۶۲۳۶۰ | فکس: ۰۷۷۳۳۶۶۲۳۶۲

بیمه بدنه کیلومتری



MULTICAFÉ

Classic



مولتی کافه کافیسٹ!

 [multicafe.info](https://www.multicafe.info)
www.multicafe.ir




HOSCO
شرکت فولاد هرمزگان
روابط عمومی

فولاد هرمزگان
قطب صادرات فولاد ایران

 WWW.HOSCO.IR

 INFO@HOSCO.IR

 [HORMOZGAN.STEEL.COMPANY](https://www.instagram.com/HORMOZGAN.STEEL.COMPANY)

 [@HORMOZGANSTEEL](https://www.twitter.com/HORMOZGANSTEEL)



www.takmakaron.com

©1648