

پهر اقتصاد

کرمان

- فصل نامه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان
- سال اول ● شماره اول ● بهار ۱۳۹۷ ● ۱۰ هزار تومان



فضای کسب و کار در انتظارِ حالِ نو

یادداشتی از «سیدمهدی طیب زاده» رئیس اتاق کرمان

گفت وگوبا «محسن جلال پور» فعال و تحلیل گر اقتصادی

فضای کسب و کار کشور، نیازمندِ هوای پاک است



● چهارسوق بازار کرمان / برگرفته از کتاب «تاریخ اقتصاد و تجارت کرمان» ●

روایت

رسول خدا (صلی الله علیه وآله):

همانا پاکیزه‌ترین شغل، شغل بازرگان‌هایی است که چون سخنی گویند، دروغ نگویند و هرگاه امانتی به آن‌ها سپرده شود، خیانت نکنند و هرگاه وعده دهند، خُلف وعده نکنند.



● بازار کرمان در روزگار قاجار / برگرفته از کتاب «تاریخ اقتصاد و تجارت کرمان»

سپهر اقتصاد کرمان

با نوشتارها و گفتارهایی از:

محمد ارشادی / محمدحسین اکبری / فخری الله توکلی /
 حسن امیری / مرضیه ایرانمنش / مقداد تکلوزاده / عباس
 چالبارزی / عماد جمعه‌زاده / مهدی حسینی‌نژاد / محسن
 رشیدفرخی / مسعود رشیدی‌نژاد / حامد سجادی / معصومه
 سعید / بهنام شجاع‌الدینی / سیدمهران عالم‌زاده / محمدامین
 عبدالله‌نژاد / علی‌اکبر عسگری / احمد فرید / علی قاضی‌زاده /
 جلیل کاریخش راوری / محمدجواد کامیاب / محمدعلی
 محمدمیرزاییان / مرگان ملاحسنی / سیدحسین مهاجرانی /
 نرگس مهدوی‌نیا / فاطمه مهربانی / حسین نجف‌آبادی / صادق
 نخعی / ستوده تقوی / احمدرضا نیک‌طبع اطاعتی

/ صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان / رئیس شورای سیاست‌گذاری:
 سیدمهدی طبیب‌زاده / مدیرمسئول: سیدمحمدعلی گلاب‌زاده / سردبیر: ذبیح‌الله کرمی / دبیر تحریریه:
 بتول علی‌زاده / مدیر اجرایی: فرزانه زاهدی / مدیر هنری: مجتبی احمدی / طراحی نام‌واره:
 محمدرضا هاشمی‌نژاد / طراحی گرافیک و صفحه‌آرایی: مؤسسه فرهنگی هنری «سطرهای آفتابی فردا» /

/ نشانی: کرمان، میدان آزادی، ابتدای بلوار جمهوری اسلامی، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان /
 / کدپستی: ۷۶۱۹۶۵۳۴۹۸ / صندوق پستی: ۴۷۱-۷۶۱۷۵ / تلفن: ۰۳۴-۳۲۴۴۲۳۲۴ / دورنگار: ۰۳۴-۳۲۴۵۳۴۶۵ /
 / @Kccima / پیامک: ۱۰۰۳۴۱۲۴۴۱۰۵۸ / www.otagh-bazargani.com / sepehr@kccim.ir /

«سپهر اقتصاد کرمان» در ویرایش و اصلاح مطالب رسیده، آزاد است. مطالب منتشرشده در فصل‌نامه، رأی و نظر نویسندگان آن‌هاست و لزوماً نظر «سپهر اقتصاد کرمان» نیست.

فضای کسب و کار

۱۲

گفت‌وگو با «سیدمهدی طبیب‌زاده» رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان | دانست بهره‌ور، ضرورت فضای مساعد تولید و تجارت

۲۰

گفت‌وگو با «محسن جلال‌پور» فعال و تحلیل‌گر اقتصادی | فضای کسب و کار کشور نیازمند هوای پاک است

۲۴

یادداشت | سایه سنگین تحریم‌های مالی و بانکی بر اقتصاد کشور

۲۶

یادداشت | اندیشکده آب؛ نهادی برای تأثیرگذاری بر اصلاح حکمرانی آب در ایران

۲۸



مقاله | چالش‌های محوری نظام حکمرانی آب در کشور

۳۲

گزارش | گزارش عملکرد شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی/استان کرمان تا دی‌ماه ۹۶

۳۸

یادداشت | شفافیت عملکردی در شبکه بانکی

۴۰

مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی اتاق کرمان | نگاهی متمایز

۴۱



گزارش | پایش محیط کسب و کار

۴۸

مقاله | شاه‌کلید تسهیل فرایند سرمایه‌گذاری در استان کرمان

۵۲

گزارش | آموزش در اتاق کرمان

بزرگترین بازاریابان با کمترین سرمایه ایران

دریافت پول

با سرمایه ۱۰ میلیون تومان

در ۱۰ ثانیه

از یازده جای اتوماتیک

بانک پیمان‌گهان

در ۲۳ استان شهرهای ۲۰۰ روزه - بدون قسط

امتیاز ویژه
بانک پیمان‌گهان

این بانک با سرمایه ۱۰ میلیون تومان، امکان دریافت پول را در ۱۰ ثانیه از ۱۱ جای اتوماتیک در ۲۳ استان و ۲۰۰ شهر فراهم کرده است. این خدمات بدون قسط و بدون نیاز به ضامن است.

۵۶

یادداشت | بنگاه‌های حیدری، بانک‌های نعمتی!

صنعت و معدن

۶۰

مقاله | برنامه‌ریزی بهینه جامع انرژی با تکیه بر مفهوم نقشه راه انرژی

۶۸

گفت‌وگو با «عباس جبالبارزی» رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق کرمان | کمیسیون صنعت و معدن اتاق کرمان؛ عزمی راسخ، تلاشی مستمر

۷۲

گزارش | کمیسیون بانگ، بیمه و مالیات اتاق کرمان؛ راه‌گشای مهم‌ترین معضلات فضای کسب‌وکار

۸۰

یادداشت | صنعت سنگ؛ بایدها و ضرورت‌های توسعه

۸۴

یادداشت | بازاریابی سنگ به سبک آلن گیل



یادداشت | اقتصاد دانش محور

۸۸

مقاله | بررسی میزان صادرات و واردات سنگ‌های تزئینی در کشورهای جهان

۹۲

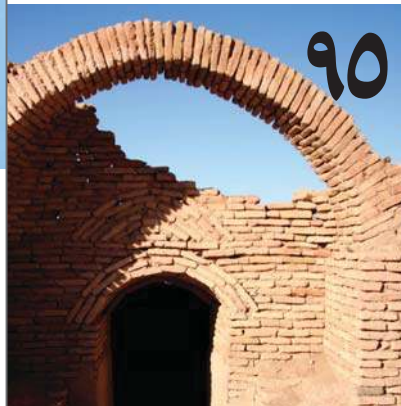


یادداشت | کنسرسیوم‌ها و شرکت‌های هولدینگ، هم‌افزایی و ارزش آفرینی

۸۶

گفت‌وگو با «مهدی حسینی‌نژاد» رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمان | کرمان؛ بهشت معادن ایران

۹۵



گفت‌وگو با «سیدمهران عالم‌زاده» شهردار کرمان و «محمدجواد کامیاب» رئیس انجمن خدمات فنی و مهندسی | نخبگان باید نقش مشاور آگاه را برعهده بگیرند

۹۴

مکتوبات | معرفی چند مجله معتبر بین‌المللی در حوزه سنگ

۹۸

گزارش | ظرفیت خدمات فنی و مهندسی استان کرمان

۹۹

گزارش | نمونه‌ای از اقدامات انجمن خدمات فنی و مهندسی استان کرمان

۱۰۰

یادداشت | انجمن آزمایشگاه‌های همکار آزمون و کالیبراسیون اتاق کرمان

۱۰۱

یادداشت | مروری بر استاندارد

کشاورزی

۱۰۴

یادداشت | بحران آب! چه باید کرد؟

۱۰۹

یادداشت | دلایل عدم موفقیت بورس خرما در شرایط موجود

۱۱۳

مقاله | روش امکان‌سنجی و تحلیل اثربخشی توسعه خوشه‌های صنعتی خرماي کشور

۱۲۴

یادداشت | اهمیت کشاورزی در حفظ معیشت محلی و منطقه‌ای

۱۲۸

یادداشت | اهمیت صنایع تبدیلی کشاورزی در اقتصاد ملی

۱۰۶

یادداشت | حمایت از تولید ملی و صادرات

۱۱۰

گزارش | بازدید از نمایشگاه مواد غذایی Morocco Food Expo ۲۰۱۷ و باغ‌ها و واحدهای فرآوری خرما

۱۱۶

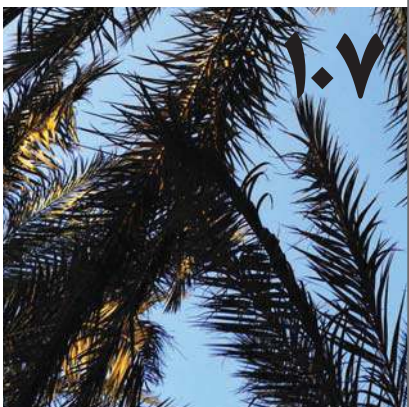
یادداشت | فاکتورهای مؤثر تغذیه، آبیاری، تکریب و هرس در عملکرد درختان خرما

۱۲۰

مقاله | تحلیل زنجیره ارزش و بررسی مزایای رقابتی خرماي کشور تونس و پیشنهادهایی برای خرماي ایران

۱۲۶

یادداشت | ضرورت توجه به توسعه اقتصادی مبتنی بر کشاورزی در استان کرمان



۱۰۷

گزارش | معرفی انجمن خرماي استان کرمان

۱۱۸

گزارش | تجارت خرماي ایران به روایت آمار

۱۲۳

یادداشت | ضرورت حمایت از تولید

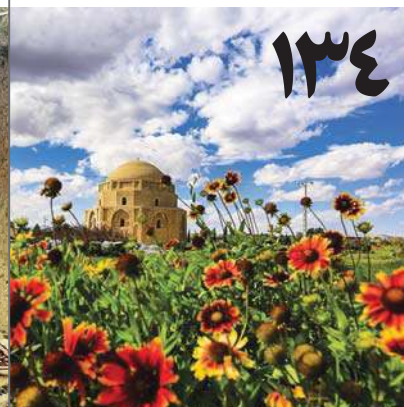


۱۳۰

تحلیل | مشکلات کشاورزی استان و راهکارهای پیشنهادی

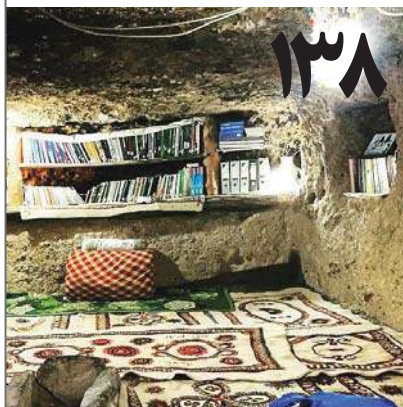
گردشگری

۱۳۴



گزارش | درباره کمیسیون گردشگری و خدمات اتاق کرمان

۱۳۸



پژوهش | ارزیابی تأثیرات ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیط زیستی اقامتگاه‌های بومگردی استان کرمان

۱۴۷

مقاله | مطالعه امکان‌سنجی توسعه خوشه کسب‌وکار گردشگری کرمان (بهار ۹۶)

۱۵۶

گفت‌وگو با «فخری الله‌توکلی» رئیس کمیسیون قالی و صنایع‌دستی اتاق کرمان | تلاش برای معرفی داشته‌های فرش کرمان

بازرگانی و صادرات

۱۶۰

یادداشت | حمایت از تولید و صادرات به سبک اتاق کرمان

۱۶۱

گزارش | درباره کمیسیون بازرگانی و صادرات اتاق کرمان

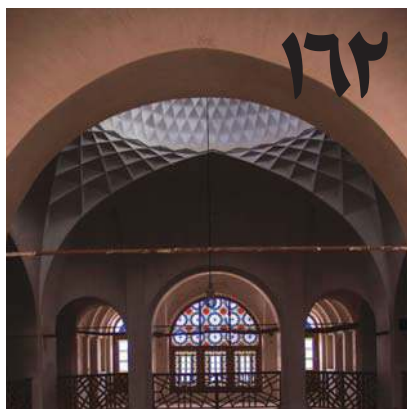
۱۶۴

یادداشت | مشکلات صادرات پسته و تعرفه‌های گمرکی

۱۶۶

مقاله | آسیب‌شناسی ساختار صادرات استان کرمان

۱۶۲



گزارش | نمایی کلی از شرایط محیطی و اقتصادی شهرستان رفسنجان

تشکل‌های اقتصادی

۱۷۴

گزارش | عملکرد امور تشکل‌های اتاق از سال ۱۳۹۵ تاکنون

۱۸۰

مقاله | تقویت و توسعه تشکل‌های اقتصادی

سخن اول

فضای کسب‌وکار در انتظار حال نو



< سیدمهدی طیب‌زاده
رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و
کشاورزی کرمان

بین‌المللی به سهم مناسب خود برسد. واقعاً بسیاری از مشکلات امروز ما در حوزه اقتصاد اعم از تولید و تجارت در اثر تصمیمات آنی و راه‌حل‌های کوتاه‌مدت است که به انباشتگی و چسبندگی عوارض ناشی از آن رسیده‌ایم. چشم‌داشت بخش خصوصی که متأسفانه عملاً جدی گرفته نمی‌شود "بهبود فضای کسب‌وکار" است. استان کرمان یک گستره پهناور (۱۱ درصد خاک کشور) تنها ۳ درصد از جمعیت کشور را در خود جای داده است. این پهنه وسیع در حاشیه کویر با دربرداشتن مناطق بیابانی و صحرایی و با برخورداری از جمعیت نسبی پایین در نفس خود از محدودیت برخوردار است. بحران کم‌آبی بزرگ‌ترین عامل محدودکننده است، آن‌هم در استانی که در حدود ۲۵ درصد باغات باارزش کشور را در خود اداره می‌کند و تولیدکننده ۵/۴ میلیون تن محصولات باغی و زراعی است. در فضای مناسب و پیش برنده کسب‌وکار می‌توان به محاسبه شاخص‌های مزیت نسبی در فعالیتهای مختلف اقتصادی پرداخت، اما بدون تردید استان کرمان می‌تواند یک ظرفیت بزرگ گردشگری کشور باشد و مزیت دیگر معدن است، البته با تکمیل زنجیره ارزش فعالیت در استان. امید است که فصل‌نامه سپهر اقتصاد کرمان به مدد خداوند متعال و با همراهی اندیشمندان، صاحب‌نظران، متخصصان، مسئولان و فعالان اقتصادی به قوت بماند و در جهت بهبود فضای کسب‌وکار و تعیین مزیت‌های نسبی و رقابتی به‌ویژه استان کرمان صدایی رسا و نقش‌آفرین گردد.

ورود به اقتصاد بین‌المللی یکی از مهم‌ترین اصول کلی استراتژی توسعه تولید و تجارت است. راه ورود به اقتصاد جهانی از طریق تعیین مزیت‌های نسبی و رقابتی می‌گذرد. وقتی مزیت‌ها معین شد تخصیص بهینه منابع صورت خواهد گرفت، تولید به حداکثر می‌رسد، بهبود کیفیت و قیمت قابل‌رقابت تحصیل می‌گردد و البته در کنار تسهیل سیاست خارجی بازار بین‌المللی در دسترس قرار می‌گیرد. پس ایجاد مزیت‌های نسبی و به‌ویژه رقابتی با تحول در نهادهای اقتصادی در جهت ارتقا تولید و تجارت کشور و استان یک ضرورت است. آسان‌سازی فعالیت‌های اقتصادی در گرو خروج از محیط بازدارنده فضای نامناسب کسب‌وکار است. نهادهای تولید و تجارت در کشورمان از شدت بازدارندگی محیط کسب‌وکار رنج می‌برند و متأسفانه شدت این بازدارندگی در استان‌ها از جمله استان کرمان یقیناً بیشتر است. وقتی محیط اقتصادی بازدارنده و مزاحم است، فشار هزینه‌های محیطی ایجادشده خارج از تاب و تحمل واحدهای صنعتی خودنمایی می‌کند. متناسب با وضعیت منفی و نامساعد فضای کسب‌وکار، شرکت‌ها و واحدهای تولیدی و تجاری دچار مشکل جدی نابرابری و ناتوانی در رقابت بین‌المللی می‌شوند، زیرا نه نقشی در افزایش هزینه دارند و نه اختیاری در کاهش آن. کشور ما که در رتبه ۱۲۴ سهولت فضای کسب‌وکار در بین کشورهای جهان قرار دارد باید به سیاست‌های اصلاح محیط کسب‌وکار اهمیت بدهد تا بتواند با تعیین مزیت‌ها توان رقابت در بازار جهانی داشته باشد و در تقسیم‌کار و مبادلات

گام نخست

< سیدمحمدعلی گلابزاده
مدیرمسئول



همه این تعریفها مشترک است، واژگانی چون تولید، بازرگانی، پول و چگونگی توزیع است، یعنی همان بنیادهایی که در همه آنها - دستکم در وضعیت موجود- مشکل داریم. بخشی از این دشواریها، ناشی از بداندیشی ناستوده‌های حاکم برجهان به‌ویژه آمریکا است که به هیچ قاعده و قانونی پایبند نیستند و هر روز چوب لای چرخ اقتصادمان می‌گذارند؛ اما همه دشواریها از جانب آنها نیست بلکه در برخی موارد نبود توان مدیریتی، بر کارمان گره می‌زند و بر بیماری اقتصادمان می‌افزاید. شاید این پرسش پیش آید که اگر رسالت «سپهر اقتصاد کرمان» سنجش اقتصاد «دارالامان» و یافتن راه‌حل‌های تازه برای شکوفا شدن آن است، بنابراین پرداختن به فراسوی این مرزها، به چه معناست؟! به سخنی دیگر، خواننده انتظار دارد این فصلنامه، پردازشگر مطالب و مسائل مربوط به کرمان باشد. پاسخ ما این است که جهان امروز، دهکده بزرگی است که همه فرصت‌ها و مقوله‌ها باهم پیوند خورده‌اند. گذشت، آن روزی که آب را از «حسین‌آباد»، یخ را از یخدان مؤیدی، گندم را از دشت‌های اطراف کرمان، میوه را در سرچاک‌های ارسالی از جویبار و لنگر تأمین می‌کردیم و هرچه بود دردش بر دل خودمان بود، اما امروز این‌گونه نیست، پس سایه دشواری‌های اقتصادی کرمان را در کلیات اقتصاد کشور و آن یکی را در کل جهان باید جستجو کرد.

باری آنچه را بیش از همه موردتوجه قرار داده‌ایم، بخش‌هایی چون:

- * فضای کسب‌وکار
- * بازرگانی و صادرات
- * صنعت و معدن
- * کشاورزی
- * گردشگری و صنایع‌دستی
- * و تشکلهای اقتصادی است؛

آن‌گونه که اگر اضلاع این شش‌ضلعی، با استواری هرچه تمام‌تر، کنار هم قرار گیرند، آنگاه «مسدس» اقتصادی مطمئنی را می‌آفریند که از هر لحاظ قابل‌توجه و ژرف‌نگری است.

اینک ما و دستمایه‌ای که برای آن تلاش فراوان صورت گرفت، هرچند که بر آن نیستیم که به آفرینش «مدینه فاضله» پرداخته‌ایم و فصلنامه‌ی ایده‌آسی عرضه کرده‌ایم اما این اطمینان را می‌دهیم که با وجود متصدیان دلسوز و دل‌بسته‌ای که بار این اثر بر دوش آنهاست و نیز نقادانی که نظرات سازنده آنها چراغ راهمان خواهد شد؛ به‌ویژه آگاهان پهنه اقتصاد، روزبه‌روز بر محتوا و ارزش‌های این مجموعه بیفزاییم.

همتم بدرقه راه کن ای طایر قدس

که دراز است ره مقصد و ما نو سفریم.

خدا را شاکر و سپاس‌گزارم که این کامیابی و توفیق، مرا نصیب افتاد که سرانجام به یمن وجود «فصلنامه سپهر اقتصاد کرمان» به‌طور مستقیم در جرگه اهل مطبوعات قرار گیرم، بی‌گمان این حضور زمانی مسرتبخش است که مجموعه یادشده به مهر تأیید صاحبان نظر و خوانندگان ارجمند، زیب و زیور یابد؛ زیرا در غیر این صورت، نه ارزشی بر آن اوراق منظور خواهد بود، نه افتخاری برای دست‌اندرکاران این اثر.

شک نیست که انتظار موجود از «سپهر اقتصاد کرمان» که نامش یادآور بلند آسمان است و به نشان و نام اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان اعتبار افزونی یافته است، بسیار بالا خواهد بود و چنین است که همه تلاش‌ها به کار گرفته شده تا نظر مشکل‌پسند خوانندگان تأمین گردد، اگرچه دستیابی به چنین جایگاه والایی، راهی گران می‌طلبید، اما با دو بال امید و تلاش به پیش می‌رویم و فرداها را روشن‌تر می‌بینیم.

بی‌شک یکی از آرمان‌های این مجموعه، بالابردن سطح آگاهی و دانش دست‌اندرکاران اقتصاد و نیز بازناب تلاش‌های گوناگون کمیسیون‌ها و انجمن‌های اتاق، برای سنجش اندیشه‌های همگانی و نشان‌دادن راه درست در راستای دستیابی به هدف‌های بالا و والای اهل اقتصاد است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، بخش‌هایی از این مجموعه در رهگذر همکاری کمیسیون‌ها و انجمن‌ها شکل می‌گیرد و اتفاقاً یکی از دشواری‌های بنیادی، بر سر راه این مهم، جلب همکاری‌های اخیر است زیرا از یک‌طرف عدم پرداختن به چگونگی تلاش‌های آنان، موجب کاستی این مجموعه می‌شود، از سوی دیگر دریافت نوشته‌ای از آنها و پیگیری‌های روزانه با دشواری روبرو بوده و از سرعت کار ما کاسته است، شاید بتوان گفت شیوه آغازین هر کاری چنین است. البته به این مسئله مهم توجه داریم که اصولاً نوشتن، کار دشواری است، به قول یکی از نویسندگان غربی «نویسندگی، عرق کردن روح است» اما گاه لازم است که عرق روح را درآوریم، زیرا به‌این‌ترتیب می‌توان قطراتی از عرق اقتصاد خسته‌کنونی را پاک کرد و گامی در راه سلامت افزون آن برداشت و چنین است که امیدواریم رؤسای محترم انجمن‌های اتاق، این موضوع را دست‌کم نگیرند و جای خود را در صفحات این فصلنامه خالی نگذارند.

اما پیرامون اقتصاد -یا همان خون در رگ‌های جامعه- سخن‌ها بسیار گفته‌شده، لغت‌نامه آکسفورد ارتباط میان تولید، تجارت و عرضه پول در یک کشور را تعریف اقتصاد می‌داند. اقتصاددان دیگری چون ژان باپتیست، علم تولید، توزیع و مصرف ثروت را جان‌مایه این تعریف قرار می‌دهد. صاحب‌نظران دیگر، گاه در همین محدوده و زمانی فراتر از این سخن گفته‌اند. آنچه تقریباً در

< ذبیح‌الله کرمی
سردبیر



تأثیر فراگیر

گرایش‌ها و رفتارهای فرهنگی در فعالیتهای اقتصادی دارد؟ تحقیقات نشان می‌دهد که فرهنگ و تفکر سنتی هر کشور نسبت به مسائل مختلف از جمله سرمایه‌گذاری تأثیری مستقیم بر وضعیت رشد یافتگی آن کشور دارد. ما نیز از این قاعده مستثنا نیستیم. اگر توقع داریم که سطح مناسبی از رفاه داشته باشیم، باید بدانیم که بهره‌وری ما در بهترین حالت یک‌چهارم جهانی است. چرا بهره‌وری ما در کار و تولید این‌چنین اندک است؟ چرا درس بهره‌وری در زندگی را یاد نمی‌گیریم؟ زندگی که همواره این درس را برای ما تکرار می‌کند پس چرا به کنترل نقش خود در خلق بهره‌وری نمی‌پردازیم؟

بدیهی است که در فرهنگ‌سازی همه قشرها، سازمان‌ها و نهادها باید مشارکت جدی داشته باشند. مهم‌ترین شاخص اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی عمل به قانون است. نقش نهادهای حکومتی در تغییرات فرهنگی و نیز عدم تخریب آن بسیار فراتر از نقش مردم است. با ضعف قانون و فرهنگ، شاخص‌های اقتصادی مورد تهاجم قرار می‌گیرد و به علت رابطه تنگاتنگ و تأثیر علی دوطرفه فرهنگ و اقتصاد، ناهنجاری‌های اقتصادی رخ نموده و دامن می‌گشاید. آن‌گاه رانت‌جویی، اقتصاد سایه، تبعیض و عدم عقلانیت و ... موجب رکود فعالیتهای اقتصادی می‌شود.

ما در حوزه کسب و کار بیش از اندازه‌ی لازم قانون داریم و این نشان‌دهنده ضعف فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پذیری است. دستگاه‌های حکومتی باور کنند که این حجم قانون‌های غیرضروری تا حد بسیار زیادی موجب تخریب فرهنگ اقتصادی است. از طرفی متأسفانه هنوز در دنیای امروز خلق و خو و رفتارمان در کسب و کار در بسیاری موارد به گونه دو قرن پیش است؛ رؤیایی و نه سخت‌کوشی، وقت‌شناسی و نه وقت‌شناسی، سرمایه‌پوشی و نه سرمایه‌گذاری و...!

باید باور کنیم که رهایی از تله مشکلات اقتصادی در وهله اول چاره‌اندیشی در بهبود فرهنگ اقتصادی جامعه اعم از مسئولان و مردم است. امید است سپهر اقتصاد کرمان، نشریه‌ای که اینک متولد می‌شود بتواند در ادامه حیات به سهم خود نقش مطلوب و قابل‌توجهی در بهبود و توسعه فرهنگ تولید، تجارت و مصرف ایفا نماید. ان شاء الله.

رفتار مردم در یک جامعه چگونگی نگرش آن‌ها به مسائل از جمله اقتصاد را نشان می‌دهد. رفتارهای اقتصادی ناشی از فرهنگ و گرایش‌های ما است. بیشتر اقتصاددانان و جامعه‌شناسان بر این باورند که فرهنگ، عامل اصلی در شکل‌گیری و ادامه حیات یک نظام اقتصادی است.

می‌دانیم که سازمان جهانی یونسکو تمرکز ویژه‌ای بر ارتباط فرهنگ و توسعه پایدار دارد، با این نظر که می‌توان با ابزار فرهنگ زمینه‌های توسعه ملی و بین‌المللی را فراهم ساخت. به راستی تأثیر شاخص‌های فرهنگی در مراحل گذار جوامع به سوی توسعه انکارناپذیر است. بسیاری از متغیرهای اقتصادی ریشه در نوع و کیفیت فرهنگ جامعه دارد. فرهنگ پس‌انداز، فرهنگ سرمایه‌گذاری، فرهنگ کار و تولید که در طول زمان در یک جامعه شکل می‌گیرد. یک سؤال اینجاست که اگر فناوری و سرمایه‌های انسانی و فیزیکی می‌تواند تفاوت‌های تا چند ده برابر در درآمدهای سرانه بین کشورها را توضیح دهد، چرا برخی جوامع به آن نمی‌پردازند؟ بدون شک عللی وجود دارد که مانع می‌شود بسیاری از کشورها نتوانند به این مهم بپردازند. آیا این علل عمدتاً موانع بنیادی و نقش مهم فرهنگ و نهادهای غیررسمی جامعه در اقتصاد نیست؟

تولید ناخالص ملی سرانه ایران در پنجاه سال پیش، بیش از ۱/۵ برابر این شاخص در کره جنوبی بوده است. حالا این کشور یک کشور بزرگ صنعتی است اما درآمد ملی ما را هنوز در وجه غالب، منابع طبیعی تشکیل می‌دهد. آیا بخشی از این تفاوت بسیار را نباید در فرهنگ اقتصادی جستجو کرد؟

کره جنوبی به الگوی مصرف، صرفه‌جویی و پس‌انداز، سخت‌کوشی، آموزش و سازمان‌دهی، کار و بهره‌وری، نظم و تشریک مساعی بسیار بها داده است، اما گویی که ما در تله بی‌فکری و ضعف فرهنگی در اقتصاد گیر کرده‌ایم. بیش از یک قرن است خود را به در و دیوار کوبیده ایم تا شاید راهی به سوی توسعه بازکنیم، اما نتیجه موردنظر عاید نشده است. آیا بر اساس فرصت‌ها، ظرفیت‌ها و مزیت‌هایی که داریم به تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه‌ای اقدام کرده‌ایم؟ به راستی قله موفقیت کره جنوبی از چه اجزایی ساخته شده است؟ آیا می‌توان گفت که کره کور و ناگشوده توسعه ما ریشه در چگونگی

هیئت نمایندگان دوره هشتم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان



حمید عزت آبادی پور



محسن رشیدفرخی



محمد جلال مآب



مهدی سیاوشی کرد



سیدمهدی طبیب زاده



محسن ضرابی



حمید حسام



عباس جبالباری



فخری الله توکلی



محمدحسین اکبری



حسین نجف آبادی پور



محمدعلی محمد میرزاییان



جلیل کاربخش راوری



سید آرش علوی



سیدمحمدابراهیم علوی

در آغاز سال نو و فرارسیدن بهار طبیعت و روزهای بافضیلت و گران قدر رویاروی، از خدای بزرگ آرزو داریم که گام‌های ما را در راه ساختن فرداهایی سرشار از عزت و بالندگی استوار بدارد و راهمان را تا رسیدن به چشمه خورشید و روشنای عالم‌تاب هموار سازد، آن‌گونه که آیندگان به نیای خود بنازند و ناممان را بر دفتر دل بنگارند.



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان

فضای کسب‌وکار

- گفت‌وگو با «سیدمهدی طبیب‌زاده» رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان کرمان؛ دانست بهره‌ور، ضرورت فضای مساعد تولید و تجارت
- گفت‌وگو با «محسن جلال‌پور» فعال و تحلیل‌گر اقتصادی؛ فضای کسب‌وکار کشور نیازمند هوای پاک است
- سایه سنگین تحریم‌های مالی و بانکی بر اقتصاد کشور
- اندیشکده آب؛ نهادی برای تأثیرگذاری بر اصلاح حکمرانی آب در ایران
- چالش‌های محوری نظام حکمرانی آب در کشور
- گزارش عملکرد شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی کرمان
- شفافیت عملکردی در شبکه بانکی
- مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی اتاق کرمان؛ نگاهی متمایز
- پایش محیط کسب‌وکار
- شاه‌کلید تسهیل فرایند سرمایه‌گذاری در استان کرمان
- آموزش در اتاق کرمان
- بنگاه‌های حیدری، بانک‌های نعمتی!



• عکس: روابط عمومی اتاق کرمان •

گفت‌وگو با «سیدمهدی طبیب‌زاده» رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان

دانست بهره‌ور، ضرورتِ فضای مساعدِ تولید و تجارت

بدون تردید مهارت‌های تصمیم‌گیری و کیفیت سیاست‌گذاری‌های اقتصادی چگونگی کیفیت کارنامه تولید و تجارت را رقم می‌زند. با «سیدمهدی طبیب‌زاده» رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان در باب مسائل مختلف اقتصادی و تجاری به گفت‌وگو پرداختیم. او معتقد است که حاکمیت باید در یک بازه زمانی کوتاه‌مدت فضای کسب‌وکار را مناسب‌سازی کند. موانع را بردارد و بخش خصوصی را در سیاست‌گذاری‌های خود تقویت کند. توجه به شرکت‌های کوچک و متوسط را یک ضرورت انکارناپذیر می‌داند، و معتقد است که تأمین منابع مالی و سرمایه‌گذاری کلید توسعه اقتصادی استان کرمان است. به باور وی دولت باید ضمن مساعدت‌های لازم در امر تسهیلات، فضای مناسب سرمایه‌گذاری را فراهم نماید. به گمان او گرانی قیمت تمام‌شده، سطح نازل بهره‌وری و مهاجرت نیروی انسانی متخصص و سرمایه‌گذار کنار بجران کم‌آبی از چالش‌های عمده استان است. طبیب‌زاده به نقش محوری گردشگری در توسعه استان کرمان اشاره نموده و می‌گوید که استان کرمان به‌عنوان قطب معدن و کشاورزی باید به سمت یک ظرفیت ۱۰ میلیارد دلاری در صادرات کالاهای با ارزش افزوده بالا گام بردارد. وی هم‌افزایی و توسعه تشکل‌ها را موجب ارتقای کسب‌وکارها می‌داند.

موضوع نامساعد بودن فضای کسب‌وکار بحثی تاریخی است، هم بخش خصوصی سال‌ها فریاد بی‌طاقتی سرداده است، هم دولت به آن اذعان دارد. به الگوهای پیشرفته اقتصادی اشاره نمی‌کنم. حتی در کشورهایی چون کشورهای حوزه خلیج فارس این مشکل چندان موضوعیت ندارد. در کشوری چون عمان به شکل قابل توجهی مشکل حل شده است. به نظر شما چرا در ایران، کشوری بزرگ و قدرتمند و دارای امنیت کامل و منابع فوق‌العاده تولید و تجارت مشکل حل نمی‌شود؟

به گرجستان نگاه کنید که در مدت کوتاهی به رده‌های بالا در فضای کسب‌وکار رسیده است، بالاتر از کشورهایی که یاد کردید. انگار هیچ باوری وجود ندارد که فضای کسب‌وکار نامساعد است. وقتی باوری بر حل مشکل وجود نداشته باشد موضوع در حد جلسه و شاخص و آمار و ... باقی می‌ماند و فضای کسب‌وکار نامساعد. واحدهای صنعتی برای اخذ جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری در ۲۱ ایستگاه متوقف شده بودند که ناشی از وجود قوانین متعدد و آیین‌نامه‌های فراوان

داده است. عواملی مانند آب، اقلیم و عدم ایجاد زیرساخت‌های لازم مانع از مهاجرپذیری استان است. فرار مغزها از استان شدت دارد. در رابطه با جذب نخبگان باید ظرفیت‌سازی کنیم.

اندیشکده آب را ایجاد کرده‌ایم، به پایش فضای کسب‌وکار پرداخته‌ایم، توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان را موردتوجه قرار داده‌ایم، به انجمن‌ها مأموریت داده‌شده که نقشه راه فناوری استان را ترسیم نمایند، دغدغه تکمیل زنجیره ارزش بخش معدن و صنایع معدنی را داریم، و قس علی‌هذا. اتاق یک سازمان اجرایی نیست بلکه دارای نقش مشورتی است که دغدغه‌های فرا راه فعالیت‌ها و توسعه اقتصادی را با بررسی و مطالعات لازم به مراجع تصمیم‌گیر و سیاست‌گذار اعلام می‌نماییم.

نقش اهالی دولت در استان را در تقویت و یا تضعیف بخش خصوصی چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به نظر می‌رسد نسبت به سایر استان‌ها بیشتر کار شده است. در گذشته ظرفیت لازم را در بخش خصوصی نداشتیم که فعالیت عمده‌ای را به عهده بگیرد، اما امروزه زیرساخت‌های توسعه بخش خصوصی وجود دارد. مانع اصلی سیاست‌های کلی مملکت است که بخش خصوصی جدی گرفته نمی‌شود. امنیت روانی در بخش خصوصی وجود ندارد و متأسفانه خود بخش خصوصی استان‌هم تحرک جدی در سرمایه‌گذاری ندارد. البته ترکیب بخش صنعت و معدن هم یک ترکیب بسیار نامتعادلی است. بخش دولتی حرف اصلی را می‌زند، واحدهای کوچک (SMEs) به دلایلی نتوانستند جایگاه خودشان را در صنعت و معدن استان پیدا کنند. استان ظرفیت‌سازی کرده است و آنچه را که انجام نداده است ناشی از سیاست‌های کلی کشور بوده است و از طرفی دیگر تحرک لازم در بخش خصوصی وجود نداشته است.

کمبود نقدینگی برای واحدهای تولیدی مشکلی است که فعالان اقتصادی همواره از آن می‌نالند. برای رفع این محدودیت چه پیشنهادها عملی و مشخصی ارائه می‌فرمایید؟

طبق بررسی که در پایش فضای کسب‌وکار انجام شده است، هم برای فعالین بخش خصوصی، هم فعالین بخش تعاون و هم برای اتحادیه‌های صنفی تأمین مالی بانکی در رأس مسائل بوده است. شاید بتوان گفت در حال حاضر کلید توسعه استان کرمان در تأمین منابع مالی است که بسیار تعیین‌کننده است، بر اساس ارزیابی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی در برنامه ششم برای رسیدن به رشد اقتصادی ۸٪ در استان کرمان ۱۲۴ میلیارد تومان منابع مالی نیاز است که ۱۳٪ آن به بخش دولتی و ۸۷٪ به بخش خصوصی مربوط می‌شود. حداقل سالی ۲۰ هزار میلیارد تومان بخش خصوصی واقعی بایستی در بخش‌های مختلف اقتصادی سرمایه‌گذاری کند. بخش خصوصی این مقدار منابع در اختیار ندارد. اگر هم داشته باشد همه ریسک سرمایه‌گذاری را سرمایه‌گذار نمی‌پذیرد. برحسب توان باید کاری انجام دهد و بقیه آن را از بانک بگیرد. در حال حاضر سیستم بانکی استان کرمان قدرت تأمین ۲۰ هزار میلیارد تومان منابع در

و بعضاً متناقض و متناسخ است. به جای قانون زدایی، قانون زایی و مقررات زایی داریم. قوانین پیچیده، متعدد و نامناسب که گاهی سلیقه افراد نیز به دلایل مختلف روی آن‌ها تأثیر می‌گذارد فضای پیچیده‌ای را ایجاد می‌کند؛ بنابراین برای بهبود فضای کسب‌وکار قبل از هر چیز باید همه به این باور برسیم که فضای کسب‌وکار استان نسبت به کشور و کشور نسبت به دنیا و خاورمیانه فضای نامناسبی است و قبول کنیم که این مشکل وجود دارد. اتاق بازرگانی به پایش فضای کسب‌وکار پرداخته و به وظیفه مشورتی خود عمل کرده است، اما حاکمیت بایستی با یک برنامه‌ریزی مناسب و در یک بازه زمانی کوتاه‌مدت با اراده راسخ مسئله را حل نماید. مسئولیت‌ها باید واگذار شود و تفویض اختیارات صورت پذیرد. از طرف دیگر مسائل فرهنگی باید حل شود. هیچ جا توسعه اتفاق نیفتاده است مگر این‌که ابتدا افراد از لحاظ ذهنی توسعه یابند. آدم‌های توسعه‌یافته ذهن‌های توسعه‌یافته دارند و می‌توانند توسعه فیزیکی را سامان دهند؛ بنابراین آموزش، احساس مسئولیت، توسعه‌یافتگی در ذهن افراد، حذف قوانین و مقررات زائد و از همه مهم‌تر باور بر اصلاح وضع موجود و تلاش و برنامه‌ریزی سیستماتیک برای رفع موانع و مشکلات تعیین‌کننده است.

دولت چگونه می‌تواند دخالت خود را در اقتصاد به حداقل لازم برساند؟

دولت بایستی بنگاهداری را جز آنچه که قانون اساسی به او اجازه داده است رها کند، اما باور ندارد که بخش خصوصی باید عمل کند. گاهی منافعی برای رده‌هایی از سیستم دولتی وجود دارد تا اقتصاد در دست دولت و شرکت‌های دولتی باشد. شرکت‌های دولتی گاهی حیاط خلوت سازمان‌های دولتی هستند. تا این دلبستگی و علاقه‌مندی به حیاط خلوت وجود دارد دولت نمی‌تواند بنگاهداری را رها کند. دولت شعار می‌دهد اما هیچ وقت خصوصی‌سازی اتفاق نیفتاده است. کاش واقعاً می‌پذیرفت و درک می‌کرد که دولت تاجر خوبی نیست.

چه ضعف‌ها و محدودیت‌ها و تهدیدهای محلی (بومی) فضای اقتصادی و تجاری استان متأثر از مدیریت و برنامه‌ریزی اتاق بازرگانی به قوت و فرصت تبدیل شده است؟

متأسفانه در کرمان روحیه مشارکت به‌اندازه کافی وجود ندارد، به‌طورکلی روحیه مطالبه‌گری و کار تیمی در کشور کم است و در کرمان این وضع شدیدتر است و میل به پیشرفت و توسعه کم است. تعصب مردمی برای توسعه کرمان ناقص است. اشکال فرهنگی است. به دلایلی دوست داریم موفقیت‌هایمان را کتمان کنیم. ترس از مطرح‌شدن باعث شده است که از سرمایه‌گذاری بترسیم. مشکل کم‌آبی به‌عنوان محدودیت‌زاترین عامل توسعه شناخته شده است. استان کرمان پهنه وسیعی از سرزمین ایران را شامل می‌شود (۱۱ درصد خاک کشور) درحالی‌که تنها ۳ درصد از جمعیت کشور را در خود جای داده است. مصرف آب استان ۷/۸ درصد مصرف آب کشور است، اما ۲ درصد GDP کشور را به خود اختصاص

جذب شده است که به نظر می‌رسد جایجایی بدهی‌ها بوده است که بازگردانده شده است، بنابراین با محدودیت اختیار، محدودیت منابع و حجم انبوه بدهی‌های غیر جاری، بانک‌ها نمی‌توانند نقش مؤثری در تأمین منابع مالی داشته باشند.

پیگیری‌های اتاق در مورد مسائل و مشکلات پولی، مالی و بیمه در استان، چه گشایش‌هایی را ایجاد کرده است؟

بر پایه مطالعات انجام شده، اتاق سه موضوع را در اولویت قرار داده است: بانک، بیمه و مالیات. با سازمان‌های مربوطه تعامل برقرار شده است و به درک مشترکی با سازمان‌های مالیاتی و بیمه‌ای رسیده‌ایم. اندازه اقتصاد استان در حال حاضر ۱۴ میلیارد دلار است، اگر ۱۰۰ میلیارد دلار شود حتماً سهم استان در مالیات و بیمه زیاد خواهد شد و منابع بانکی نیز تجدید خواهد گردید. دوم؛ موانع موجود در دسته‌بندی و تعیین سطح کرده‌ایم و برای رفع آن‌ها در سطوح استان، کشور، دولت و مجلس پیگیری‌های زیادی صورت گرفته که موفقیت‌آمیز بوده است. پیگیری اصلاحاتی چون مالیات بر ارزش افزوده و مالیات بر عملکرد و... از کرمان شروع شده که نتیجه‌بخش بوده است. هماهنگی با دادگستری، تعیین و آموزش نماینده‌های بخش در کمیسیون‌ها، پیگیری تقویت و اصلاح ساختار کمیسیون‌ها و تقویت فرهنگ مالیاتی و بیمه در استان از اقدامات صورت گرفته است.

به نظر جناب عالی مدل مناسب سرمایه‌گذاری در استان کرمان چیست؟

هیچ چاره‌ای نیست جز این که بخش خصوصی وارد شود. مدلی طراحی شود که ذی‌نفع آن بخش خصوصی باشد. مدل سرمایه‌گذاری باید این‌گونه باشد که بخش خصوصی اصلی وارد کار شود و در سریع‌ترین زمان ممکن مجوزهای خود را دریافت کند. نقش دولت در این مدل فراهم کردن تسهیلات و ایجاد امنیت و فضای مناسب سرمایه‌گذاری است. اگر بازیگر اصلی بخش خصوصی باشد و دولت هم نقش خود را در بهبود فضای کسب‌وکار و ایجاد زیرساخت‌ها انجام دهد، بهترین مدل سرمایه‌گذاری به دست آمده است. دولت باید مسیر سرمایه‌گذاری را آماده و باز نمایند.

ساختار بروکراتیک در استان را چگونه ارزیابی می‌نمایید؟ آیا اخذ مجوزها تا چه اندازه گرفتار پیچ و خم‌های این ساختار است؟

ساختار بروکراتیک و تفویض اختیارات یک مشکل کلیدی کشوری است؛ اما در استان کرمان اگر زمانی هم اختیاری تفویض می‌شود مدیران به علت محافظه‌کاری‌ها از اختیارات استفاده نمی‌کنند. بسیاری از مراتبی که به تهران ارجاع داده می‌شود در کرمان می‌توان انجام داد. کارمندان و کارشناسان سعی می‌کنند زیربار هیچ مسئولیتی نروند و تصمیم نمی‌گیرند و مراتب را به تهران ارجاع می‌دهند. اخذ مجوزها در ساختار بروکراتیک یک فرایند پیچیده، هزینه‌بر، طولانی و خسته‌کننده است. نسبت به استان‌های دیگر وضعیت استان

سال را برای سرمایه‌گذاری ندارد. راه دیگر برای تأمین سرمایه، فاینانس خارجی است که به علت محدودیت‌هایی که به لحاظ تحریم‌ها وجود دارد، اولاً رغبتی برای تأمین مالی در ایران از سوی خارجی‌ها وجود ندارد؛ ثانیاً هم سازوکار تضمین فاینانس معین نشده است. بناسد در بودجه‌های سالیانه در حدود ۵۰ میلیارد دلار قابلیت تضمین عمدتاً پروژه‌های دولتی وجود داشته باشد، البته در آخر به بخش خصوصی هم اشاره شده است که در صورت پذیرش وثایق و تضمین بانک در یک مکانیزم پیچیده فاینانس خارجی برای واحدهای خصوصی هم مسیر می‌شود، بنابراین نمی‌توانیم از منابع فاینانس خارجی به‌عنوان منبع ارزان‌قیمت استفاده کنیم. منبع سوم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است که آن هم به‌رغم کارهای مفیدی که انجام شده با توجه به محدودیت منابع پاسخگوی نیاز سرمایه‌گذاری در استان نخواهد بود. بحث بعدی تأمین مالی از بازار سرمایه است. آن هم چون بازار سرمایه در اختیار "تاپ‌های" دولتی است؛ امکان تجهیز منابع از طریق بازار سرمایه نیز وجود ندارد. باید اولاً سهم از بانک‌ها، سهم از بازار سرمایه، سهم از فاینانس و سرمایه‌گذاری خارجی مشخص شود که البته مستلزم ایجاد ستر و فضای سرمایه‌گذاری در کرمان است. امروزه گفته می‌شود مصارف بانک‌ها از منابع آن‌ها بیشتر است. با تجدید منابع توسط شرکت‌های بزرگ دولتی و گردش حساب‌ها اول باید منابع بانکی تجدید شود، دیگر این که شرایط استفاده بخش خصوصی از فاینانس‌های خارجی کشور را آسان نمایند. کشور و استان به سمت جذب سرمایه خارجی پیش می‌رود. نرخ بازار سرمایه گران است و هیچ تولیدی با نرخ بازار سرمایه توجیه پیدا نمی‌کند و این محدودیت مهم بازار سرمایه است که باید رفع شود.

انتظار این است که ۸۷٪ سرمایه‌گذاری را بخش خصوصی تأمین کند، با این فرض که توان تأمین این حجم سرمایه را برای سرمایه‌گذاری را داشته باشد آیا فضای موجود اجازه می‌دهد؟

اولاً بخش خصوصی با این اوضاع اقتصادی رغبت نمی‌کند، ثانیاً فضای موجود مساعد نیست و ثالثاً امکان تأمین این مقدار پول وجود ندارد.

نظام بانکی استان با تکالیف تسهیلاتی دولت و نیز تأمین مالی بخش تولید و تجارت چه برخوردی دارد؟

بانک‌ها از بس که تسهیلات دستوری می‌دهند سردرگم شده‌اند. بانک‌ها اولاً محدودیت منابع دارند و تجهیز منابع نکرده‌اند و به دلایل متعدد پول از سیستم بانکی خارج شده است و با محدودیت شدید منابع بانکی مواجه هستیم. دوم این که بانک با فرض داشتن منابع؛ اختیار لازم را ندارد. حداکثر اختیار بانک در کرمان برای اعطای وام ۵ میلیارد تومان است که این مقدار از شعبه‌ای در تهران کمتر است. سیستم پیچیده اخذ تسهیلات در تهران برای شهرستان‌ها خود یک معضل است. به این مورد توجه کنیم که در طرح خروج از رکود از ۸۰۰ میلیارد تومان اختصاص داده شده به استان کرمان، ۴۰۰ میلیارد تومان

برای بهره‌وری اعداد و ارقام دقیقی وجود ندارد. رشد بهره‌وری در کشور منفی است. اگرچه در برنامه ششم کشور سهم رشد اقتصادی از محل بهره‌وری ۲/۸ درصد دیده شده است. این میزان رشد در استان نه تنها محقق نمی‌شود بلکه وضع نامناسب‌تر هم هست. بهره‌وری عوامل تولید بسیار پایین است. ما به‌ویژه در منابع آب و انرژی اتلاف شدید داریم. به‌شدت در بخش نیروی انسانی مشکل داریم. متوسط تولید محصولات کشاورزی ۹۰۰ گرم به ازای مصرف هر مترمکعب آب است. اگر جنوب استان را نیز اضافه کنیم ۱/۲ کیلوگرم می‌شود، شامل سیب‌زمینی، هندوانه، پیاز که به مقدار قابل‌توجهی نیز به علت عدم تنظیم بازار از بین می‌رود. به نظر بحران بهره‌وری عوامل تولید در استان کرمان وجود دارد که ناشی از عدم باور و توجه به اهمیت موضوع است و عمدتاً ریشه در چگونگی بهره‌وری نیروی انسانی دارد. تفکر بهره‌ور وجود ندارد.

سطح برخورداری استان کرمان از فناوری و تکنولوژی در تولید کالا و خدمات در چه وضعیتی است؟

در حدود ۱/۲ میلیارد دلار صادرات داریم که ۲۰۰ میلیون دلار آن را می‌توان گفت که مربوط به کالاهای صنعتی پیشرفته است. وقتی به پیمانکاران و شرکت‌های بزرگ گفته می‌شود مواد و مصالح موردنیاز خود را در کرمان تهیه کنند، می‌گویند در کرمان کالای موردنیاز وجود ندارد یا کم است. اگر بیش از ۵۰ درصد از کالاهای قطعات و خدمات موردنیاز پروژه‌ها در کرمان قابل تهیه باشد می‌توان گفت استان پیشرفته‌ای به لحاظ تکنولوژی است. شکاف تکنولوژی در کرمان خیلی عمیق است.

بدتر است. استان کرمان به دستور ریاست جمهوری پایلوت تفویض اختیارات شده است، اما این هم کامل نیست و بایستی فضا را به‌گونه‌ای فراهم کرد که تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران و نیروهای اجرایی در کرمان شهامت و علاقه در همیاری کامل با این امر را داشته باشند.

در مجموعه چالش‌ها و مشکلاتی که وجود دارد سه ابر چالش در حوزه کسب‌وکار، صنعت و معدن، تجارت و کشاورزی چیست؟

ابر چالش اول بحران قیمت تمام‌شده است؛ این بحران باعث شده است که امکان رقابت در بازارهای داخلی و خارجی وجود نداشته باشد. ابر چالش دوم که بخش مهمی به مدیریت در همه سطوح (بنگاه‌ها و سیستم‌های تصمیم‌گیر و تصمیم‌ساز) می‌گردد؛ بهره‌وری است. استان به‌شدت از عدم بهره‌وری رنج می‌برد. سومین چالش، مهاجرت نیروی انسانی متخصص، سرمایه‌دار و کارآفرین از استان کرمان است که به نسبت بیشتر از استان‌های دیگر است.

به نظر جنابعالی چرا چالش‌ها حل نمی‌شوند؟

برطرف نشدن چالش‌ها به علت عدم شناخت صحیح از مسائل است. اول بایستی به جمع‌بندی برسیم که مشکلات چیست و بعد به دنبال راه حل باشیم. کرمان و کشور دچار تصمیمات کوتاه‌مدت می‌باشند.

وضعیت بهره‌وری در اقتصاد استان را چگونه ارزیابی می‌نمایید، موانع افزایش بهره‌وری در استان چیست؟



● برداشت پیاز در جنوب استان کرمان / عکس: ابوذر احمدی زاده ●

در برنامه ششم برای رسیدن به رشد اقتصادی ۸٪ در استان کرمان ۱۲۴ میلیارد تومان منابع مالی نیاز است که ۱۳٪ آن به بخش دولتی و ۸۷٪ به بخش خصوصی مربوط می‌شود. حداقل سالی ۲۰ هزار میلیارد تومان بخش خصوصی واقعی بایستی در بخش‌های مختلف اقتصادی سرمایه‌گذاری کند. بخش خصوصی این مقدار منابع در اختیار ندارد. اگر هم داشته باشد همه ریسک سرمایه‌گذاری را سرمایه‌گذار نمی‌پذیرد. برحسب توان باید کاری انجام دهد و بقیه آن را از بانک بگیرد. در حال حاضر سیستم بانکی استان کرمان قدرت تأمین ۲۰ هزار میلیارد تومان منابع در سال را برای سرمایه‌گذاری ندارد.

نیست. آموزش چگونگی ارائه خدمات به گردشگران در سطح قابل توجهی صورت پذیرفته است. رانندگان تاکسی نه آموزش دیده‌اند و نه ماشینشان برای جابه‌جایی توریست مناسب است. مناطق دیدنی نیز مناسب‌سازی نشده است به‌عنوان نمونه از کرمان تا بم هیچ مرکز خدماتی برای استراحت و استفاده توریست وجود ندارد، امکان انتقال پول نیز فراهم نیست. زیرساخت‌ها محدود است. اصلی‌ترین مسئله گردشگری این است که هرکس از ظن خودش مسئله‌ای را توضیح می‌دهد. مشخص نیست جاذبه استان ما باغ شاهزاده است یا ارگ جدید و یا میمند؟ هنوز مزیت‌ها را شناسایی نکرده‌ایم و هیچ مطالعه‌ای انجام نشده است که بگوید چه جاذبه‌هایی داریم و چطور بایستی از آن‌ها استفاده کنیم. به معرفی استان کرمان در جمع سفیران خارج از کشور، در نمایشگاه‌های متعدد، روزنامه‌ها و سفرها پرداخته‌ایم. اساسی‌ترین کاری که انجام شده است تدوین برنامه درازمدت گردشگری استان است. تدوین استراتژی بخش گردشگری استان، تعریف یک برند برای کرمان، این که کرمان به چه چیزی معروف است، مثلاً پاریس به‌عنوان شهر عشق معروف شده است، شناسایی جامعه توریستی دنیا که به فرهنگ و طبیعت ما علاقه‌مند هستند و بررسی این که چگونه خدماتی از ما انتظار دارند را باید به‌وسیله مشاوره که مقاصد گردشگری جدید دنیا را طراحی کرده است از جمله اقدامات مهمی است که باید صورت پذیرد. این طرح باید به بازاریابی کمک کند، درسایت‌ها و ملاقات‌ها استان کرمان را برای گردشگران معرفی نماید و به فرصت‌های سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری از دید توریست‌ها بپردازد.

در ترکیب صنایع استان اندازه و سهم صنایع بزرگ، متوسط و کوچک چگونه است؟

صنایع کرمان یا خیلی بزرگ هستند یا کوچک. صنایع متوسط خیلی سهمی ندارند. به لحاظ سرمایه‌گذاری و تولید بیش از ۸۵ درصد واحدهای بزرگ هستند که عمدتاً نیز دولتی هستند به سمت اصلاح وضع و حمایت از صنایع کوچک و متوسط رفته‌ایم ولی هنوز اقدامات کافی نمی‌باشد. در نوع تولیدات نیز باید به سمت تولید کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای برویم. ما در شرایط فعلی نمی‌توانیم بخش قابل توجهی از قطعات و تجهیزات موردنیاز را در استان تولید نماییم.

در کشاورزی نیز همین وضعیت حاکم است؟

امروزه در کشاورزی خرده مالکی پیداد می‌کند. مالکیت‌های خردی که به شدت غیربهره‌ور است.

نقش بی‌بدیل صنعت حمل‌ونقل در تولید و تجارت برکسی پوشیده نیست. چه تصویری از قوت‌ها و محدودیت‌های حوزه حمل‌ونقل استان دارید؟

طبق آمار، ظرفیت حمل‌ونقل جاده‌ای و ریلی کرمان از ۲۳ میلیون تن در سال تجاوز نمی‌کند، اما پروژه‌های در حال اجرا مثل فولاد و مس شاید ظرفیت موردنیاز در حمل‌ونقل را به بیش از ۵۰ میلیون تن برساند. به نظر نمی‌رسد در پیوسته‌های برنامه توسعه استان این موضوع دیده شده باشد. اگر تقاضا در حمل‌ونقل طی سال‌های آتی به ۵۰ میلیون تن برسد ما نمی‌توانیم ظرفیت حمل‌ونقل را دو برابر کنیم، زیرا کاری سرمایه‌بر و زمان‌بر است. یکی از گلوگاه‌های توسعه استان در آینده مساله حمل‌ونقل خواهد بود؛ بنابراین یکی از بحث‌هایی که در استان کرمان باید مورد توجه ویژه باشد، حمل‌ونقل است. باید در کوتاه‌مدت فکری به حال حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای بشود در غیر این صورت در آینده نزدیک با حجم انبوهی از بار بر زمین مانده روبه‌رو خواهیم بود.

گردشگری استان کرمان چه جایگاهی در این صنعت کشور دارد؟ مهم‌ترین چالش‌های این بخش در استان چیست؟ و چه اقداماتی در جهت رفع آن انجام شده است؟

گردشگری می‌تواند نقش محوری در توسعه اقتصادی استان داشته باشد. اشتغال‌زایی بالا در گردشگری در مقابل عدم نیاز به سرمایه‌گذاری فوق‌العاده در تناسب با سایر بخش‌ها، وجود پتانسیل‌های طبیعی و تاریخی در کرمان، تنوع اقلیم در گستره استان از جمله نکاتی است که می‌تواند گردشگری را جز اولویت‌ها و محورهای اصلی توسعه استان قرار دهد. سازمان‌های متعددی در امر گردشگری به لحاظ تصمیم‌گیری و نظارت دخالت دارند که این امر از عوامل محدودکننده است. تحصیل هماهنگی در بین سازمان‌ها بسیار مشکل است و محدودیت‌های قانونی، اعتقادی و فرهنگی وجود دارد. زیرساخت‌ها فراهم نیست، به‌طور مثال هتل‌های ما در استانداردهای جهانی برای ارائه خدمت، مناسب

ظرفیت بالقوه و بالفعل ما اکنون در گردشگری چیست؟

آمار دقیقی از گردشگری داخلی وجود ندارد، اما به بیش از ۲۰ هزار گردشگر نرسیده‌ایم. با این تعداد گردشگر ساختن هتل‌های آن‌چنانی توجیه ندارد، اما اگر هتل مجلل هم نسازیم توریست نمی‌آید. ما در این دوره‌ای مانده‌ایم. در منطقه‌ای از عمان که فقط ساحل و کوه دارد و به بیابان وصل است و هیچ کدام از جاذبه‌های استان ما را به لحاظ فرهنگی، تاریخی و... ندارد هدفشان جذب سه میلیون گردشگر در سال است و ۱۶۰ هزار نفر در این مجموعه شاغل شده‌اند. درحالی‌که ما در استان کرمان سرگرم ۲۰ هزار توریست هستیم. در مثلث طلایی تشکیل شده در کشور شامل یزد، اصفهان و فارس هماهنگ کرده‌اند که توریست‌ها از یک استان وارد و از استان دیگر خارج شوند و یک‌گونه چرخش توریست بین سه استان وجود دارد. تلاش بر این است که مثلث را به مربع طلایی تبدیل کنیم و به این مجموعه اضافه شویم. چون که ما در برنامه و مقصد توریست‌های خارجی جزو برنامه تور گردان‌های داخلی نیستیم، تاکنون چندین جلسه، سمینار، همایش و برنامه بازدید برای تور گردانان و آژانس‌هایی که تور خارجی می‌آورند برگزار کرده‌ایم و سعی شده است آژانس‌های فعال که بسیار محدود هم هستند را تقویت کنیم. در شرایط حاضر ظرفیت بالفعل گردشگری استان کرمان حداکثر ۲۰ هزار نفر در سال است.

در ارتباط با ظرفیت بالقوه با فراهم‌سازی همه امکانات چه برآوردی وجود دارد؟

می‌تواند ظرفیت به حداقل یک میلیون نفر برسد. اتفاق با سازمان میراث فرهنگی همکاری می‌کند که برنامه جامع گردشگری استان را ارائه دهد.

ظرفیت حمل‌ونقل جاده‌ای و ریلی کرمان از ۲۳ میلیون تن در سال تجاوز نمی‌کند، اما پروژه‌های در حال اجرا مثل فولاد و مس شاید ظرفیت موردنیاز در حمل‌ونقل را به بیش از ۵۰ میلیون تن برساند. به نظر نمی‌رسد در پیوست‌های برنامه توسعه استان این موضوع دیده شده باشد. اگر تقاضا در حمل‌ونقل طی سال‌های آتی به ۵۰ میلیون تن برسد ما نمی‌توانیم ظرفیت حمل‌ونقل را دو برابر کنیم، زیرا کاری سرمایه‌بر و زمان‌بر است. یکی از گلوگاه‌های توسعه استان در آینده مساله حمل‌ونقل خواهد بود؛ بنابراین یکی از بحث‌هایی که در استان کرمان باید مورد توجه ویژه باشد، حمل‌ونقل است.

عملکرد استان در تجارت خارجی را در تناسب با ظرفیت برآوردی

در برنامه‌های مربوطه در استان چگونه ارزیابی می‌کنید؟ آیا بسته‌های صادراتی محقق شده است؟

خیر. در استان کرمان ۶۳ میلیون تن ماده معدنی استخراج می‌شود. صادرات مواد و محصولات فرآوری شده معدنی کمتر از یک میلیارد دلار است. این نشان می‌دهد از پتانسیل‌های استان به‌خوبی استفاده نشده است. جنوب استان قطب کشاورزی است. بیش از ۴/۵ میلیون تن محصولات کشاورزی تولید می‌شود که عمدتاً خارج از فصل هستند. درصد بسیار کمی صادر می‌شود؛ بنابراین حرکت به سمت توسعه صادرات استان کرمان نبوده است. طبق برآوردهای اولیه در قدم اول ۱/۲ میلیارد را باید به ۱۰ میلیارد رساند، البته بایستی به سمت کالاهای باارزش افزوده بالا برویم.

چرا تجارت خارجی استان تولید را همراهی نمی‌کند؟

کشور بایستی با ارز حاصل از صادرات بچرخد، نفت فقط دولت عیال‌وار تربیت می‌کند. تنها راه نجات تولید در این کشور صادرات است؛ اما صادرات ضوابطی دارد. صادرات در صحنه‌ی بین‌المللی است، باید سازوکار رقابتی وجود داشته باشد. مگر می‌شود نرخ تسهیلات صادراتی ۴ تا ۵ برابر رقبا در منطقه باشد و بخواهیم رقابت کنیم؟ یک مسئله مهم پایین نگاه‌داشتن تصنعی قیمت ارز است. باید سیاست ارزی عاقلانه‌ای اتخاذ کنیم. نرخ ارز را متناسب با تفاوت نرخ تورم داخلی و خارجی اضافه کنیم که هزینه تولیدکننده بر اساس نرخ تورم داخلی نبوده باشد و درآمد او بیشتر شود. اگر قیمت ارز ثابت نگه‌داشته شود هزینه صادرکننده بالا می‌رود. ظرف دو هفته اخیر صادرات محصولات کشاورزی به دلیل تفاوت نرخ ارز توانست سرعت بگیرد. راهگشای تولید صادراتی اعمال نرخ واقعی ارز است. مشکل دیگر این است که دیپلماسی اقتصادی مان فعال نیست. بسیاری کشورها باهم مسائل گمرکی‌شان را حل کرده‌اند، اما ایران هم چنان مشکل دارد که گاهی باعث از بین رفتن منابع صادرکننده می‌شود. از طرفی زیرساخت‌های حمل‌ونقل آماده نیست. کرمان هنوز شرکت حمل‌ونقل یخچال‌دار ندارد. کشور هم در این زمینه ضعیف است. امکانات حمل‌ونقل هوایی نیز نداریم. خدمات بندری هم گران است. با اصل رقابت آشنایی نداریم، جهان اقتصاد رقابتی است. باور به اصل رقابت‌پذیری وجود ندارد. بحث بعدی گرانی قیمت تمام شده است و کیفیت نازل کالاها. همه این‌ها مسائلی است که باید حل شود تا صادرات انجام شود و تولید را همراهی نماید. این نکته نیز لازم به یادآوری است که الزاماً تولیدکننده خوب تاجر خوبی هم نیست. او باید به تولید باکیفیت بپردازد. هنگامی که اشخاصی غیرحرفه‌ای به صادرات می‌پردازد در صحنه رقابت‌های بین‌المللی وامی‌مانند و اصرار تولیدکننده بر این‌که خودش فروشنده نیز باشد باعث شده است که نهادهای بازرگانی شکل نگیرد. اعتماد و سرمایه کاهش پیدا کند.

ترکیب صادراتی استان نسبت به یک دهه گذشته چه تغییراتی

کرده است؟ آیا روند تغییرات در پاسخ به برنامه‌های استان رضایت‌بخش بوده است؟

روحیه مشارکت در جیرفت از کرمان نیز کمتر است. جیرفت از لحاظ فرهنگی به گونه‌ای در اذهان مطرح می‌شود که محل نزاع و مرافعه است. جیرفت دارای آثار تاریخی تمدنی است. اتاق سعی کرده است جیرفت را با تمام پتانسیل‌هایش در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی معرفی کند. گردشگری جیرفت به دلیل نبودن در GPS توریست‌های خارجی کمتر مورد اهمیت قرار می‌گیرد. توسعه توریسم در جیرفت در برنامه‌های اتاق مورد توجه است.

تا این مرحله چه تغییری در اعداد و ارقام به وجود آمده است؟

همیشه بحران حمل‌ونقل وجود داشته است به نحوی که صاحبان کالا در دهبکری و یا در طول جاده جیرفت محصولات خود را می‌فروختند اما در سال گذشته به‌عنوان نمونه با اقداماتی که اتاق کرده است کشاورزان ۲۳ میلیارد تومان کمتر نسبت به سنوات قبل بابت هزینه حمل‌ونقل پرداخت کرده‌اند.

مهم‌ترین عامل محدودکننده محلی استان کرمان فرهنگ اقتصادی است. اتاق بازرگانی برای بهبود فرهنگ اقتصادی استان چه اقداماتی انجام داده است؟

اول بایستی آموزش‌های کلی داده شود. هر پدیده‌ای در یک زیست‌بوم (اکوسیستم) رشد پیدا می‌کند. کارآفرینی پدیده‌ای است که باید فضای آن ایجاد شود و کارآفرین در مسیر خودش قرار بگیرد. ابتدا نقش اشخاص خاص در توسعه را بایستی تعریف کنیم. اخلاق تجاری را بیاموزیم و توسعه دهیم. استان کرمان به‌شدت از کمبود سرمایه اجتماعی رنج می‌برد. اتاق بازرگانی به امر آموزش‌های عمومی و تخصصی اقتصادی و تجاری بسیار بها داده است و در گفت‌وگوها، سمینارها، مناسبت‌ها و رویدادها همواره بر توسعه فرهنگ اقتصادی منطقه تأکید می‌نماید.

لطفاً سخن آخر؟

هم‌افزایی یکی از راه‌های توسعه اقتصادی است. کار تیمی کردن یکی از ضرورت‌هاست. مطالعات تطبیقی برای دریافت علت عدم موفقیت تشکل‌ها در کرمان و روش‌های موفقیت‌آمیز تشکل‌ها در جوامع داخلی و خارجی اهمیت دارد. اعتقاد داریم که تشکل‌ها می‌توانند به‌طور جد در ارتقا امور کسب‌وکارها کمک کنند، لذا تمرکز جدی بر تشکل‌ها داریم. در کل اول آموزش و هم‌افزایی و بعد زمینه‌سازی برای توسعه موفقیت‌ها را به‌عنوان کار فرهنگی انجام می‌دهیم. استان پتانسیل فراوان در جهت توسعه همه‌جانبه دارد، اما این پتانسیل‌ها فقط ذکر می‌شود؛ و هیچ‌گاه برنامه درازمدت برای استفاده ظرفیت‌ها برای توسعه وجود نداشته است و بنا بر علایق و سلیق افراد در مقاطع کوتاه‌مدت یک‌سری حرکات انجام شده که گرچه خوب بوده است اما کافی نیست، باید در هماهنگی با همه ذی‌نفعان تصویری از آینده کرمان به لحاظ نیروی انسانی، بازنشستگی، آب، انرژی، خاک، کشاورزی، صنعت و... ترسیم و برای وصول به آن تلاش شود وگرنه کارهای متفرقه و مقطعی راه به جایی نخواهد برد.

به‌هیچ‌وجه رضایت‌بخش نبوده است. تنها طی دو سال اخیر تفاوت ناچیزی در ترکیب اقلام صادراتی استان به نفع کالاهای دانش‌بنیان ملاحظه شده است و کالاهای صادراتی عمدتاً طبق روال قبل شامل کالاهای سنتی است و تنوعی در اجناس صادراتی به وجود نیامده است. صادرات خدمات فنی مهندسی هم بسیار محدود بوده است.

در مورد چشم‌انداز تجارت خارجی استان توضیح دهید؟

اگر سازوکار ورود به بازار بین‌الملل را بدانیم به دلیل داشتن تنوع اقلیمی و ظرفیت خدمات فنی و مهندسی و توان تولید کالاهای دانش‌بنیان، در کوتاه‌مدت می‌توانیم به مرز ۱۰ میلیارد دلار صادرات در سال برسیم.

وضعیت استان در صادرات دانش‌بنیان چگونه است؟

خیر. در حدود ۲۰۰ میلیون دلار از ۱/۲ میلیارد دلار صادرات استان را صادرات محصولات دانش‌بنیان به خود اختصاص داده است.

به نظر جنابعالی وضعیت فعلی جوایز صادراتی تا چه اندازه محرک توسعه صادرات است؟

نیازی به جوایز نیست، نگرانی در مورد جوایز صادراتی فقط به خاطر خلف وعده است. جوایز صادراتی تأثیر چندانی ندارد به‌ویژه با خلف وعده و بی‌نظمی که در پرداخت وجود دارد. این منابع را می‌توان صرف تأمین بخشی از هزینه‌های تسهیلات بانکی حمل‌ونقل، خدمات بندری و تبلیغات در خارج از کشور کرد و فضا را برای سرمایه‌گذاری آماده نمود.

توسعه متوازن شهرستان‌های استان را چگونه می‌توان رقم زد؟ چه اقداماتی در این زمینه صورت گرفته و مشکلات چیست؟

با اجرای طرح آمایش سرزمین و تعیین پتانسیل توسعه هر شهرستان و توجه متناسب با ظرفیت‌ها به کلیه نقاط استان و با مدل معین اقتصادی می‌توان به توسعه همه‌جانبه و متوازن در ابعاد اقتصادی، سیاسی و اجتماعی رسید.

اتاق بازرگانی که معین توسعه منطقه دو استان است چه اقداماتی انجام داده است؟ چه تغییراتی در شاخص‌های اقتصادی منطقه رخ داده است؟

در شهرستان‌های جیرفت و عنبرآباد به علت شرایط اقلیمی، حجم انبوهی از تولیدات کشاورزی وجود دارد و مشکل اصلی بازار است. نقش اتاق بازرگانی ایجاد ارتباط صحیح بین باغ یا مزرعه یا کارخانه با بازار است. اگر بتوانیم این مشکل را در جیرفت حل کنیم زمینه رشد اقتصادی را رقم زده‌ایم. در جیرفت به دلیل نداشتن نظام کاشت، کشت بر اساس بازار انجام نمی‌شود. اتاق بازرگانی در فرایند بازار رسانی محصولات تولیدی منطقه ایفای نقش می‌کند. این فرایند شامل تولید، حمل‌ونقل، گمرک و بسته‌بندی است. بازارهای هدف محصولات جیرفت مطالعه شده است و سلیق و علایق بازارها بررسی و رقبا نیز شناسایی شده‌اند. احداث یک مرکز لجستیک که همه خدمات صادراتی شامل گمرک، بانک، حمل‌ونقل و... را ارائه نماید در دست انجام است. حلقه مفقوده این است که



● عکس: علیرضا محمدآبادی ●

گفت‌وگو با «محسن جلال‌پور» فعال و تحلیل‌گراف اقتصادی

فضای کسب‌وکار کشور نیازمندِ هوای پاک است

به یقین می‌توان گفت در حال حاضر هیچ‌یک از تحلیل‌گران و فعالان اقتصادی فضای کسب‌وکار کشور را مناسب نمی‌دانند. از جمله محسن جلال‌پور. اما وی نگاه متفاوتی به این موضوع دارد و می‌گوید حل مشکلات حوزه‌ای و موردی اقتصاد کشور مانند مسائل بانکی و مالیاتی و... کمک چندانی به بهبود این اوضاع نمی‌کند. جلال‌پور که روزگاری از یک حجره کوچک در بازار کرمان کسب‌وکارش را شروع کرد و بعدها به عنوان صادرکننده برتر کشور معرفی شد و مسئولیتش را از مدیریت اتاق کرمان آغاز و به ریاست اتاق ایران رسید، با همه وجود، مشکلات و مسائل فضای کسب‌وکار را حس کرده و به بهترین شکل ممکن آن را برای خوانندگان ما تشریح کرد و البته راهکارهای برون رفت از این شرایط را نیز ارائه نمود. خواندن این مصاحبه را به شما توصیه می‌کنیم.

جناب جلال‌پور؛ فضای کنونی کسب‌وکار کشور را چگونه

ارزیابی می‌کنید؟

نگاه به فضای کنونی کسب‌وکار کشور در سال‌های اخیر توسط مقامات کشوری را می‌توان مانند نگاه به بیمارستانی تشبیه کرد که در داخل این بیمارستان تخت‌ها و اتاق‌های متعددی مستقر و بیماران بسیاری در حال مداوا هستند. در این بیمارستان همه پزشکان و پرسنل، برای بهبود حال مریضان تلاش و هر روز داروی جدیدی تجویز می‌کنند، اما از هوای آلوده بیمارستان غافل‌اند و هنگامی که شخصی مثلاً برای رفع مشکل کلیوی خود به بیمارستان مراجعه می‌کند در آنجا به دلیل استنشاق هوای آلوده گرفتار بیماری‌های دیگری می‌شود. یعنی حتی اگر مشکل اولیه وی حل شود باز هم بخشی از سلامتی‌اش را از دست می‌دهد. ظاهراً کسی به فکر رفع آلودگی فضا نیست و بیشتر در اندیشه رسیدگی به بیماران بستری شده‌اند. هر چند فضای کسب‌وکار کشور نیز دارای تعدد بخش‌هاست و مانند همه بیمارستان‌ها به بخش‌های مختلف از جمله بخش قلب، بخش مراقبت‌های ویژه، هوای استریل و فضای مناسب احتیاج دارد

این مشکلات و موانع می‌شود را چاره کنیم وگرنه تمام تلاش‌های ما بی‌نتیجه خواهد ماند. بایستی همت کنیم یک اقتصاد شفاف، رقابتی، سالم و منسجم را در کشور به وجود بیاوریم.

فکر می‌کنید مسئولان این موضوع را نمی‌دانند؟ و اگر می‌دانند چرا راه‌حلی برای آن پیدا نمی‌کنند؟

به نظر می‌آید علت‌ها، کاملاً مشخص هستند و حاکمیت و مسئولان دولت این را به خوبی می‌دانند و موضوع بر همگان مشهود است؛ اما اینکه چرا اقدامی صورت نمی‌گیرد، علل متعددی دارد، شاید اصلی‌ترین دلیل این باشد که تغییر پارادایم مورد نیاز در اقتصاد ایران قبل از هر چیز به تغییر ریل اساسی نیاز دارد که در آن بایستی ابتدا بخش خصوصی به‌عنوان محور اصلی فعالیت‌های اقتصادی قرار گیرد و همه مدیران و صاحبان ظرفیت‌های فراوانی که در اختیار بسیاری از مجموعه‌های مرتبط با حاکمیت و دولت قرار دارد، بپذیرند که بایستی در فضای سالم و رقابتی فعالیت کنند. به دلیل اینکه در این جریان‌ها قدرت‌هایی زاییده شده، رانت‌هایی به وجود آمده و مجموعه‌هایی به‌واسطه ظرفیت‌های غیرسالم ایجاد شده‌اند که در مقابل اقدامات صحیح به‌صورت جدی مقاومت می‌کنند، انجام این کار مشکل شده است. با توجه به مثالی که در خصوص فضای کسب‌وکار آوردیم، می‌توان گفت عوامل تصمیم‌گیر و سرپرست این بیمارستان از هوای مسموم این محیط اطلاع دارند؛ اما به دلیل وجود درآمدهای بالا و خلق ثروت کاذب برای ذینفعان فعلی، تمایلی به بهبود فضای بیمارستان وجود ندارد.

ما همیشه در فضای کسب‌وکار، دانسته یا ندانسته، خواسته یا ناخواسته، به معلول‌ها پرداخته‌ایم و هیچ‌وقت دنبال علت‌ها نبوده‌ایم. به‌عنوان مثال مقام معظم رهبری اخیراً فرموده‌اند که مجموعه قوای مسلح بایستی از اقتصاد بیرون بیایند و این خودش یک گام در جهت پرداختن به علت‌هاست. مثلاً تا وقتی که نیروی انتظامی کاسب و به دنبال منافع خودش باشد نمی‌تواند برای دیگران فضای کسب‌وکار را مهیا کند و مثل این می‌ماند که داور خودش بازیکن باشد یا مربی خودش منافعی از تیم مقابل داشته باشد! راهکار رسیدن به وضعیت مطلوب نگاه جدی و درست به این جریان و پرداختن به علت‌هاست.

با این شرایط راه‌حل چیست؟

من همیشه گفته‌ام در بسیاری سیاست‌گذاری‌ها بخش خصوصی باید به‌عنوان محور قرار گیرد و ظرفیت‌ها به آن واگذار شود؛ زیرا نمی‌توان از بخش خصوصی که امروز به دلایل متعدد زمین‌گیر و ناتوان شده انتظار داشت خود را با یک بخش خصولتی، اقتصاد دولتی و رانتی و همچنین با یک فضای فرمایشی و اجباری هماهنگ کند. در اقتصادی که به‌جای شفافیت، سرچشمه‌های فساد و رانت‌های فراوان وجود دارد و نیز شاهد فعالیت شرکت‌های بزرگی که از منابع مختلف دولت و نهادهای متعدد ارتزاق می‌کنند هستیم و همچنین وجود سرچشمه‌های بسیاری که وابستگی و امکان برداشت از ظرفیت‌های کشور را دارند، نمی‌توان انتظار فعالیت یک

اما در حال حاضر مهم‌ترین نیاز آن، هوای این بیمارستان است. امروزه در مجموعه کسب‌وکار کشور مسائلی مانند مشکلات بانکی، مالیاتی و تأمین اجتماعی و... وجود دارد که از نظر من مشکل اصلی نیستند بلکه ما نیازمند یک فضای سالم و رقابتی هستیم، مسئله مالیات و بیمه و... مانند بیمارهایی هستند که در بخش‌های خود نیاز به مداوا و ترمیم دارند اما اگر فضای رقابتی سالمی ایجاد نشود، به طور کامل بهبود پیدا نمی‌کنند. فضای اقتصادی کشور باید فضایی شفاف، سالم و رقابتی باشد تا بتوان در آن به درمان مشکلات پرداخت.

پس با این توصیفی که شما دارید حتی با رفع مشکلاتی مانند بیمه و مالیات و... باز هم کسب‌وکار رونق پیدا نمی‌کند...

خیر؛ زیرا این امکان وجود دارد که در کوتاه مدت مشکل حل شود اما در بسیاری موارد در طولانی مدت، حجم مشکل بیشتر خواهد شد و در بعضی از آیتم‌هایی که بنگاه‌ها خود را با این فضا وفق داده‌اند در آینده دچار گرفتاری‌های بیشتری خواهند شد. منظورم این است تا فضای سالم، هوا و اتمسفر اصلاح نشود بقیه موارد نیز چندان مؤثر نخواهد بود.

می‌توانید بیشتر توضیح دهید؟

ببینید؛ ما در فضای کسب‌وکار دچار یک نگاه اشتباه شده‌ایم و فکر می‌کنیم تنها بایستی بسیاری از عواملی که زاییده جریان غلط اقتصادی هستند را درمان کرد. در صورتیکه این معلول است نه علت! اینکه ما در فضای اقتصادی نقدینگی نداریم به این معنا نیست که مسئله و علت، نبود نقدینگی است، بلکه این مشکل، معلول فضایی است که امروز در کشور به وجود آورده‌ایم. متأسفانه فضای اقتصادی کشور تبدیل به فضای تورمی، غیرشفاف و غیررقابتی شده است، در طول ۴۰-۵۰ سال گذشته حتی حسابداری تورمی را در حساب‌هایمان اعمال نکرده‌ایم و نقدینگی را عملاً از کارخانه‌ها و بنگاه‌ها به میان مردم و سهامداران آورده‌ایم و بخشی هم به‌عنوان مالیات به سازمان‌های مالیاتی پرداخت شده و این دلیل کمبود نقدینگی ماست که باید مورد توجه قرار گیرد.

امروز رقم نقدینگی کشور بالای هزار و ۴۰۰ هزار میلیارد تومان است و این نقدینگی تبدیل به غولی شده که می‌تواند فاجعه‌آفرین باشد؛ اما چرا با وجود تزریق بالای نقدینگی، وجود آن در اقتصاد کشور محسوس نیست؟ موضوع نقدینگی در کشور همانند بیماری است که در حال حاضر گرفتار مشکل جدی هدررفت خون است و ما فکر می‌کنیم با تزریق ۳۰۰-۴۰۰ واحد خون می‌توان به آن کمک کرد، اما هیچ‌وقت پیگیر اصل قضیه نیستیم.

پس به‌طور کلی ما اگر به دنبال حل مسائل و مشکلات متعدد از جمله ثبت شرکت‌ها، مسئله نقدینگی، بانک‌ها، مسائل مالی، دسترسی به زمین و آب و برق، دسترسی راحت برای دریافت مجوزها، مسئله تأمین اجتماعی و مالیاتی و... هستیم، باید قبل از هر چیز عامل هدررفت خون در بیمار و دلیل اصلی که موجب بسیاری از

به نظرمی آید علت‌ها، کاملاً مشخص هستند و حاکمیت و مسئولان دولت این را به خوبی می‌دانند و موضوع بر همگان مشهود است؛ اما اینکه چرا اقدامی صورت نمی‌گیرد، علل متعددی دارد، شاید اصلی‌ترین دلیل این باشد که تغییر پارادایم مورد نیاز در اقتصاد ایران قبل از هر چیز به تغییر ریل اساسی نیاز دارد که در آن بایستی ابتدا بخش خصوصی به عنوان محور اصلی فعالیت‌های اقتصادی قرار گیرد و همه مدیران و صاحبان ظرفیت‌های فراوانی که در اختیار بسیاری از مجموعه‌های مرتبط با حاکمیت و دولت قرار دارد، بپذیرند که بایستی در فضای سالم و رقابتی فعالیت کنند.

از این پول‌ها صرف هزینه‌های جاری شده بدون اینکه ثروتی به کشور افزوده شود و در مقابل، ما به جای اینکه خواستار اصلاح باشیم سهم خود را از هدفمندی درخواست کردیم، کشور منابع آبی را از بین برده و ما هم آب رایگان خواسته‌ایم، کشور بسیاری از منابع آب، خاک، هوا و ظرفیت‌ها را از بین برده و ما هم در این رانت خواسته و ناخواسته شریک شده‌ایم و رفاه نسبی امروز را از خرج کردن منابع نسل گذشته و آینده ایجاد کرده‌ایم.

بخش خصوصی امروز باید همانند بخش خصوصی دیگر کشورها و با ایران قبل از نفت، تولید ثروت نماید، خودش درآمد داشته باشد و اکنون مهم‌ترین وظیفه آن این است که به سلامت بازگردد و از رانت تبری جوید و با توان خود ثروت خلق کند. امروز هنوز مجموع ثروتی که بعد از خصوصی‌سازی دست دولت آمده حدود هزار میلیارد دلار است و اگر این رقم در بخش خصوصی بود، سالانه صد میلیارد دلار ثروت خلق می‌کرد اما دولت نه تنها ثروتی خلق نکرده بلکه ضمن هدر دادن آن، از بودجه‌های دولتی نیز به آن‌ها کمک کرده، مانع رقابت نیز شده است. پس اولین وظیفه بخش خصوصی فاصله گرفتن از این رانت‌ها و سردادن فریاد سلامت و شفافیت است. بخش خصوصی باید روی پای خودش بایستد.

و اما دولت...

مهم‌ترین وظیفه بخش دولتی نیز این است که خودش را از اقتصاد بیرون بکشد. هیچ جای دنیا دولت کار اقتصادی نمی‌کند و بنگاه اقتصادی ندارد و دولتی که کار اقتصادی انجام دهد نمی‌تواند حاکمیت کند و نفوق بر جامعه داشته باشد و خودش رقیب بخش خصوصی می‌شود. وظیفه اصلی دولت بیرون رفتن از اقتصاد و صرفاً پرداختن به سیاست‌گذاری در امور کلان است. ●

بخش خصوصی سالم و کارآفرین داشته باشیم. در مقابل تا بخش خصوصی توانمند در کشور وجود نداشته باشد نمی‌توان امید به حل مسائل و مشکلات داشت و نمی‌توان انتظار داشت شرایط اقتصاد در کشور بهبود یابد.

زمانی که برجام به نتیجه رسید، اقتصاد کشور مشابه یک اقتصاد گلخانه‌ای بود، یعنی شرایط اقتصادی کشور در یک پوشش کاملاً محدود که راه برون‌رفت نداشت، قرار گرفته بود. برای اینکه بتوانیم اقتصاد گلخانه‌ای که زیر پوشش تحریم‌ها و مشکلات فراوان قرار داشت را به اقتصاد بین‌الملل وصل کنیم، نیازمند توجه به پیش‌نیازها، نیازها و ضرورت‌های آن بودیم. در حال حاضر در فضای کسب‌وکار نیز همین وضعیت وجود دارد یعنی ما بایستی در مرحله اول یک فضای سالم و رقابتی ایجاد کنیم بعد به مسائل دیگر بپردازیم. اصل قضیه فضای کسب‌وکار برمی‌گردد به تصمیمات کلان و عظیمی که باید گرفته شوند و در رأس آن‌ها باید رقابت‌پذیری اقتصادی قرار گیرد تا بخش خصوصی به معنای واقعی و حقیقی خود بتواند رشد نماید و در کنار این رقابت باید شفافیت، سلامت، عدالت در انجام کار و از همه مهم‌تر رعایت ضوابط و جایگزینی ضوابط به جای روابط در کشور حکم‌فرما شود. تنها در این صورت است که می‌توان به علل اصلی نامناسب بودن فضای کسب‌وکار پرداخت.

به نظر شما آیا با تصویب قوانین و دستورالعمل‌ها می‌توان شرایط را برای بهبود فضای کسب‌وکار فراهم کرد؟

ما قانون اساسی ایده آل و قوانین مجلس خوبی داریم؛ اما متأسفانه بسیاری از این قوانین عاملی برای پیشرفت نبوده‌اند. به عنوان مثال در قانون اساسی، ابلاغیه اصل ۴۴ می‌توانست ریل‌گذاری اقتصادی ایران را عوض کند، همان‌طور که رهبر انقلاب در زمان اعلام این ابلاغیه گفتند این یک ریل‌گذاری ویژه در اقتصاد است؛ اما متأسفانه اصل ۴۴ با وجود همان قدرت‌ها و رانت‌ها به گونه‌ای اجرا شد که امروز افسوس شرایط قبل از اجرای آن را می‌خوریم و می‌گوییم ای کاش اصلاً اجرا نشده بود. از این نمونه قوانین خوب در کشور بسیار وجود دارد که متأسفانه به صورت ناسالم و غیرشفاف و به زور قدرت‌های پشت پرده آن‌گونه که باید جلو روند، نرفته و نه تنها به اصلاح مسیر کمکی نمی‌کند بلکه بر مشکلات می‌افزایند.

آیا بخش خصوصی هم می‌تواند در بهبود این شرایط نقشی داشته باشد؟

بله. کشور ما دارای منابع فراوان بوده است و این منابع، ثروت سرشاری برای ما داشته و اصولاً هر جا که پول و ثروت فراوان باشد رانت و فساد نیز وجود دارد. طی دهه‌های اخیر عده‌ای به این ثروت‌های ارزنده چنگ انداخته‌اند و طی سال‌ها این فضا را به وجود آورده‌اند و امروز به دلیل اینکه ما دیگر آن شرایط مطلوب، ظرفیت‌ها و ثروت‌ها را نداریم مجبوریم به اصل قضیه بپردازیم. اصلی‌ترین وظیفه بخش خصوصی این است که خودش را از این رانت‌ها جدا کند. در ۴۰-۵۰ سال گذشته ما جزئی از این رانت‌ها شده‌ایم. مثلاً کشور اصل منابع نفتی را هدر داده و بخش عمده‌ای

سایه سنگین تحریم‌های مالی و بانکی بر اقتصاد کشور

< حسین نجف‌آبادی *

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی
صنایع، معادن و کشاورزی کرمان و ایران



کار تولید و تولیدکنندگان بردارند خود گره‌ای پیچ‌وپیچ و بازنشدنی بر مشکلات تولیدکنندگان شده‌اند.

در این بین بازرگانان هم خواسته یا ناخواسته به دلیل تحریم‌ها و مشکلات بانکی و نقل و انتقالات مالی وضعیت بهتری از تولیدکنندگان ندارند.

تجار و بازرگانان و تولیدکنندگان با صرف هزینه‌های گزاف و شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی شروع به بازاریابی و معرفی محصولات خود می‌کنند اما این تازه ابتدای ماجراست. ابتدای سردرگمی و مشکلات، چرا که تقریباً برای اکثر تجار و تولیدکنندگان امکان بستن قرارداد و خریدوفروش به طور مستقیم وجود ندارد.

اینجاست که دلان وارد این بازار آشفته می‌شوند و این خود گره کوری می‌شود بر مشکلات. آن‌ها، نه تنها هزینه تولید و محصول نهایی را بالا می‌برند بلکه ریسک کار را آن قدر افزایش می‌دهند که بسیاری حاضرند عطاییش را به لقاییش ببخشند و چشم امید به بازار داخل ببندند و یا کلاً بی‌خیال تولید شوند.

سیستم بانکی ما متأسفانه توان کمک به تولید را ندارد. امکان جابه‌جایی‌های مالی بین‌المللی تقریباً وجود ندارد. سال‌هاست که بازرگانان نتوانسته‌اند گشایش اعتبار ارزی انجام دهند. درصد بهره‌های بانکی آن قدر بالاست که نگرفتنش بهتر از گرفتنش می‌باشد. تاکنون بارها و بارها من شنیده‌ام که مشتریان خارجی جهت بازدید از واحدهای تولیدی و یا خرید جنس به ایران می‌آیند اما درصد خیلی کمی از آن‌ها موفق به بستن قرارداد و خرید از تولیدکنندگان می‌شوند. چرا که آن‌ها از سیستم بانکی و تحریم‌های آمریکا می‌ترسند. بانک‌های آن‌ها هیچ‌گونه تراکنشی را از سمت بانک‌های ایران نمی‌پذیرند. نمی‌توانند برای بانک‌های ایران LC باز کنند. در این شرایط فقط و فقط می‌توان امید به سیاست خارجی داشت. همان‌گونه که تاکنون بسیاری از مشکلات کشور با دیپلماسی خارجی و توان مدیران آن حل شده، امید است باتدبیری که می‌اندیشند گره از کار تجار و صنعت‌گران بردارند، تحریم‌های بانکی را رفته‌رفته بردارند و تعاملات بین‌المللی را گسترش دهند. امکانات و شرایط سرمایه‌گذاری در ایران را فراهم نمایند. نظام بانکی کشور را از پایه اصلاح کنند. باشد که با کمک مسئولان و تدبیر آنان مشکلات رفته‌رفته کمرنگ و رونق اقتصادی به کشور بازگردد. ●

چند سالی است که بسیاری از اقتصاددانان و تجار و صاحب‌نظران به‌دفعات این پرسش را مطرح می‌کنند که ریشه مشکلات اقتصادی کشور در چیست؟ چرا با برگزاری ده‌ها نشست و کنفرانس و جلسه مشکلات تولیدکنندگان هنوز پابرجاست؟

بر کسی پوشیده نیست که توسعه تجارت خارجی از عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی کشورها محسوب می‌شود. یکی از عوامل توسعه تجارت خارجی نقل و انتقالات مالی است. هر چه این نقل و انتقالات سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر و کم‌ریسک‌تر صورت پذیرد منجر به رشد صادرات و قدرتمند شدن اقتصاد کشورها می‌شود. کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته این مهم را دریافته‌اند و با توجه این امر سیستم مالی و بانکی کشورشان را طوری طراحی کرده‌اند که در نهایت منجر به رشد اقتصادی و توسعه کشور شده است. ارتباطات مالی بین‌المللی کشورها آن قدر به هم وابسته و درهم‌تنیده شده است که اگر بخواهیم آن‌ها را از هم جدا کنیم دیگر این امکان وجود ندارد. این بدین معنی است که اگر بخواهیم سیستم اقتصادی و مالی کشوری را قطع کنیم یا به بهانه‌های سیاسی آن کشور را وادار به انجام کاری نماییم کافی است ارتباط مالی و بانکی کشور را با سیستم مالی دنیا قطع کنیم دقیقاً، همین بلایی که به سر ایران آورده‌اند. اختلال در سیستم مالی یعنی اختلال در تراکنش‌های مالی، یعنی بالا بردن هزینه و ریسک جابه‌جایی پول، یعنی پرهزینه کردن خریدوفروش که این منجر به بالا رفتن قیمت تمام‌شده کالا می‌شود. بالا رفتن قیمت به معنی عدم رقابت‌پذیری کالا در بازارهای بین‌المللی است. از طرف دیگر به معنای از دست دادن بازارهای بین‌المللی است. از دست دادن بازار یعنی تولید کمتر، سود کمتر، اقتصاد ضعیف‌تر و کشور ویران‌تر. این‌ها زنجیره‌ای از اتفاقات است که به جهت لطمه زدن به اقتصاد، صنعت، فرهنگ و سیاست یک کشور برنامه‌ریزی و انجام می‌شود. متأسفانه ایران اکنون درگیر چنین شرایطی شده برنامه‌ای که اقتصاد ایران را هدف گرفته و به تبع آن صنعت و سیاست و فرهنگ را شکننده کرده است، بسیاری از شرکت‌ها ورشکسته شده‌اند یا در معرض ورشکستگی قرار دارند، بانک‌ها شرایط اصلاً خوبی ندارند و هزینه وام بانک‌ها بسیار بالاست. وام‌هایی که پرداخت می‌کنند اصلاً توجیه اقتصادی ندارد چرا که قیمت تمام‌شده کالاها را بالا می‌برد و هزار و یک دلیل دیگر. بانک‌هایی که می‌توانند هریک به‌تنهایی گره از

اندیشکده آب؛ نهادی برای تأثیرگذاری بر اصلاح حکمرانی آب در ایران

محمد ارشدی

پژوهشگر آب در اندیشکده تدبیر
آب ایران



نظام حکمرانی، نقش تعیین‌کننده‌ای دارد که به اعتقاد بسیاری، نظام تصمیم‌گیری و اعمال تصمیمات استراتژیک جامعه، تعریف سراسر است و کوتاهی از حکمرانی است. تصمیمات اصلی در سطوح مختلف حکمرانی، در نظام سیاسی و تصمیم‌گیری هر جامعه اتخاذ می‌شود. عوامل مختلفی در کیفیت کارکرد این نظام مؤثر است که شاید تعیین‌کننده‌ترین آن، میزان بهره‌گیری آن از دانش روز به ویژه در زمینه‌ی علوم انسانی برای تشخیص واقعیت‌ها و توجه به آن‌ها است.

هنگامی که از نظام تصمیم‌گیری سخن می‌رود، منظور اشاره به چرخه کامل آن است. چرخه‌ای که از نظام مطالعاتی و پژوهشی و به ویژه پژوهش‌های کاربردی شروع می‌شود و به فرآیندهای تصمیم‌گیری ختم می‌شود. در این میان، نحوه ارتباط و اثرگذاری نتایج و دستاوردهای پژوهش‌ها در نظام تصمیم‌گیری سیاسی از طریق مجاری رسمی و غیررسمی، لابی‌گری‌ها، شیوه‌ها و فرآیندهای تصمیم‌گیری از عوامل مهمی است که باید در بررسی و ارزیابی نظام تصمیم‌گیری سیاسی کشور مورد توجه قرار گیرند.

از نگاه اندیشکده، چالش اصلی نظام حکمرانی آب، کم اثر بودن تدابیر و کم‌توانی در اجرای تصمیمات منصف است. در راهکاری کسب و تقویت اقتدار بر سه مؤلفه مشارکت، قانون‌مداری و مشروعیت تکیه می‌شود. از این نگاه، مشارکت یعنی وجود امکان برقراری ارتباط دو

گفتمان جهانی آب، بحران امروز آب را بیش از آن‌که ناشی از کمبود آب بداند، ناشی از حکمرانی نادرست آب و عدم توجه به جوامع مدنی، محلی و نیروها و نهادهای خصوصی و اقتصادی می‌داند. با توجه به وضعیت نامناسب کنونی منابع آب و رویه‌ها، سازوکارها و ساختارهای ناکارآمد در مدیریت آب کشور، اندیشکده تدبیر آب ایران با تشخیص ضرورت تغییر در نظام تصمیم‌گیری و مدیریت آب کشور در آبان ماه ۱۳۹۱ به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی کرمان تأسیس گردید. این نهاد مأموریت خود را بر مبنای ایفای نقش در جهت اثربخشی برای اصلاح حکمرانی آب کشور از طریق آگاه‌سازی عموم و به طور خاص تصمیم‌گیرندگان تعیین کرده است. برای نیل به این مأموریت، تمرکز اصلی اندیشکده در میان‌مدت بر ایجاد انگیزه و عزم برای تغییر رویه‌ها و سازوکارهای حکمرانی و مدیریت آب قرار گرفته است و این مهم را از طریق افزایش آگاهی‌ها و ظرفیت‌های اجتماعی و ایجاد زمینه‌های لازم برای گفت‌وگو و تبادل نظر و تقویت ارتباطات، تغییر رفتارهای سیاسی و مدیریتی با تأکید بر نقش تسهیل‌گری خود دنبال می‌کند.

اندیشکده بر بازساخت حکمرانی آب با محوریت تقویت توانایی جامعه در تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات در حوزه آب تمرکز و تأکید دارد. نظام تصمیم‌گیری و اعمال تصمیمات به حدی در خصوصیات

سیاستی رسانده است. تمرکز بر مسائل اصلی و واقعی کشور، نگاه و تحلیل مستقل، نظام‌مند و علمی، استفاده از ظرفیت‌های علمی دانشگاهی و مراکز پژوهشی کشور، تعامل سازنده با دستگاه‌های اجرایی برای یافتن راه‌حلی علمی برای مسائل اجرایی کشور و تمرکز بر موضوعات مهم و کلیدی کمتر توجه شده، از ویژگی‌های پژوهش‌های صورت گرفته در این بخش است. مقالاتی چون «چرخه آب با تأکید بر منابع آبی تجدیدپذیر»، «آشنایی با منابع آب زیرزمینی»؛ «به سوی چارچوب مفهومی و تحلیلی اصلاح حکمرانی آب»، «ارزیابی مقدماتی حکمرانی آب کشور»، «پایداری منابع آب زیرزمینی: مطالعه موردی دشت رفسنجان»، «رسانه و گفت‌وگوی آب»، «حقوق آب در فلات ایران در بستر تحولات اقتصادی و اجتماعی» و «برنامه‌ریزی انگیزه‌ها؛ اقتصاد آب و نقش و جایگاه آن در مدیریت آب»، «توسعه کم‌آب‌بر؛ تأملی بر بازسازی مسیر توسعه کشور»، «نقدی بر طرح تعادل بخشی؛ ده موضوع اثربخش در اطلاع‌رسانی»، «ارزیابی معیارهای الگوی کشت از منظر بهره‌وری آب» و دهها نوشتار دیگر از جمله نوشتارهای تولیدی در این بخش است که از طریق تارنمای اندیشکده امکان دسترسی به همه این نوشتارها وجود دارد. با توجه به وظیفه اندیشکده که تولید و نشر دانش است تمام تولیدات اندیشکده به صورت رایگان در اختیار همه مخاطبان قرار دارد.

حوزه ارتباطات:

در حوزه ارتباطات، اندیشکده به دنبال ایجاد فضای گفت‌وگو برای تضارب آراء و تغییر شرایط ذهنی جامعه و ارتقاء آگاهی‌ها نسبت به ابعاد مختلف مسئله آب و بلند کردن صداهایی که حامی گفتمان‌های نو در مقابل گفتمان حاکم هستند، می‌باشد. اندیشکده در این خصوص تلاش کرده است نشست‌های هم‌اندیشی برگزار کند. از جمله نشست‌هایی که اندیشکده برگزار کرده است می‌توان به «راه‌های برون‌رفت از بحران آب؛ نشست رفسنجان»، «بررسی و نقد طرح تعادل بخشی»، «کارگاه نظام حقوقی و بهره‌برداری از آب کشاورزی»، «تحلیل انتقادی آب مجازی از منظر اقتصاد بین‌الملل»، «آب و رویکردهای نو در آستانه آغاز به کار دولت دوازدهم» و «سلسله نشست‌های آب، فرهنگ و جامعه» با شعار «باید درباره آب گفت‌وگو کنیم» اشاره کرد که با همکاری سه نهاد دیگر (مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست‌جمهوری، انجمن جامعه‌شناسی ایران، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات) به منظور اجتماعی کردن مسئله آب، دغدغه‌مند کردن صاحب‌نظران حوزه علوم انسانی به مسئله آب و ایجاد بستر گفت‌وگوی اجتماعی در سبزه نشست با حضور اساتید برجسته حوزه علوم انسانی برگزار شده است.

حوزه آموزش و ظرفیت‌سازی:

این حوزه با برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای مخاطبان تأثیرگذار در تحقق اهداف اندیشکده؛ مانند خبرنگاران، ایجاد ظرفیت‌های جدید و فعال کردن ظرفیت‌های موجود در جامعه (مانند تشکیل خانواده آب که شبکه‌ای است از نهادهای فعال و غیره) به دنبال ظرفیت‌سازی برای اصلاح حکمرانی آب کشور است. با توجه به ضرورت اصلاح حکمرانی آب از نگاه اندیشکده در ادامه به چالش‌های بازساخت حکمرانی آب در کشور پرداخته می‌شود. ●

با چندجانبه و وجود تعامل میان بخش عمومی، بخش خصوصی و نهادهای مردمی؛ بنابراین باید به سه پیش‌نیاز مهم تقویت مشارکت نهادی، تأکید شود:

- تمرکززدایی و تقویت و توسعه ظرفیت‌های حکمرانی محلی آب، رسمیت دادن به حضور متشکل بخش خصوصی و نیروهای اجتماعی (جامعه مدنی)،
- تنوع بخشیدن به سازوکارهای حکمرانی (مقررات رسمی و دستورات سازوکار بخش خصوصی و بازار و توافق و نهادهای خودکنترل کننده) منظور از قانون‌مداری لزوماً تهیه، تدوین و تصویب قوانین جدید و انباشت بدون نتیجه آن‌ها نیست. بلکه هدف، احترام به قوانین و مقررات و حجت آن در تصمیمات و قضاوت‌ها است. با افزایش درجه قانون‌پذیری، دستیابی به سایر خصوصیات حکمرانی مؤثر نظیر شفافیت، پیش‌بینی پذیری، پاسخگویی، مبارزه با فساد و پاسخ‌دهی با سهولت بیشتری امکان‌پذیر می‌شود. بهبود و ارتقاء این مجموعه از خصوصیات، متقابلاً موجبات تحکیم حاکمیت قانون و مشارکت را فراهم می‌سازد.

مشروعیت، به معنی قبول، رعایت و سازگاری با قواعد، استانداردها و تصمیمات نظام حکمرانی است. مجموعه تدابیر مؤثری که در بالا بردن درجه مشروعیت در حکمرانی آب (و در نظر گرفتن اشتراکات این اصل با دو اصل مشارکت و قانون‌محوری) می‌تواند مطرح شود، عبارت‌اند از: تنوع‌بخشی سازوکارها یا فرایندهای اجرای تصمیمات از طریق تمرکززدایی در اختیارات و واگذاری آن به سطوح پایین‌تر حکمرانی همراه با آزادی عمل و قدرت تصمیم‌گیری بیشتر برای رده‌های پایین‌تر سلسله مراتب حکومتی، برون‌سپاری بخشی از مسئولیت‌های حکومت به بخش خصوصی و نهادهای مدنی، رفع ابهام و روشنی و وضوح نقش‌ها و مسئولیت‌ها، توسعه فضای کسب‌وکار، تقویت سازوکار بازار رقابتی و جوامع محلی، شناسایی، پالایش، روزآمد کردن و تسهیل استفاده از ذخایر تاریخی و فرهنگی، باز کردن عرصه برای ایجاد و توسعه نهادهای خودکنترل کننده، استفاده بیشتر از روش‌های داوطلبانه و گفت‌وگو در حل‌وفصل اختلافات بجای مراجعه به دادگاه‌ها و مراجع رسمی قضایی و رونق همکاری‌های داوطلبانه و توافقات دو یا چندجانبه.

اندیشکده تدبیر آب ایران با توجه به این نگاه، فعالیت‌های خود را در سه حوزه سیاست‌پژوهی، ظرفیت‌سازی و ارتباطات سازمان‌دهی می‌کند. مجموعه فعالیت‌های این سه حوزه در هشت محور انجام می‌شود که عبارت‌اند از: چرخه آب، حقوق آب، حکمرانی آب، اقتصاد آب، مدیریت منابع مشترک آب، نظام حقوقی و بهره‌برداری از آب کشاورزی، تحلیل‌های تاریخی، سیاسی و دیپلماسی آب و آب و رسانه.

حوزه سیاست‌پژوهی:

این حوزه اصلی‌ترین و مهم‌ترین حوزه فعالیت‌های اندیشکده می‌باشد که نوعی پژوهش کاربردی تلقی می‌شود و هدف آن دستیابی به راه‌حل‌های عملی (اجرایی) برای مسائل اجتماعی است. در این حوزه با زرفانگیری لازم، توصیه‌های علمی مناسبی به سیاست‌گذاران ارائه می‌شود. اندیشکده شروع کار خود را با بیان مفاهیم و موضوعات بنیادین حکمرانی آب آغاز کرده و آن را به مرحله ارائه توصیه‌های



● تالاب جازهوریان - اسفند ۹۵ / عکس ها: ساره تجلی ●

چالش‌های محوری نظام حکمرانی آب در کشور

< محمد ارشدی

پژوهشگر آب در اندیشکده تدبیر
آب ایران

و نحوه همکاری دولت با بخش خصوصی و نهادهای مدنی، به دنبال این اقدام اولیه می‌تواند مطرح و مورد بررسی واقع شوند. هرچند که با تأسیس شرکت‌های آب منطقه‌ای تلاش‌هایی در زمینه‌ی واگذاری بعضی از اختیارات به سطوح استان‌ها انجام پذیرفته است اما این اختیارات و دیگر تدابیر همراه آن در حدی نیست که بتواند منجر به بسیج امکانات منطقه‌ای در زمینه‌ی حفاظت از منابع آب، رعایت انصاف و ارتقای کارایی شود. درباره دو سطح حکمرانی آب یعنی حکمرانی در سطح حوضه آبریز/آبخوان و حکمرانی محلی، کارها و اقدامات اندک و یا ناچیزی انجام گرفته است. چاره‌جویی برای این سطوح حکمرانی، می‌تواند تأثیر بسزایی در تعیین جایگاه بخش خصوصی و نهادهای مدنی داشته باشد.

ظرفیت حکمرانی آب در کشور از دیدگاه سیاست‌ها، مقررات و نهادها

نقطه شروع حرکت به سمت حکمرانی مؤثر، سیاست‌گذاری و تعیین سیاست‌های کلان نظام حکمرانی مؤثر آب بر اساس شرایط و مقتضیات محیط استراتژیک کشور است. رویکرد مدیریتی موجود که عمدتاً فن‌محور و بدون تأثیرگذاری جدی بر عوامل و مؤلفه‌های تقاضای آب است می‌بایست به نحوی تغییر یابد که نگرش و

در تحلیلی که اندیشکده انجام داده است مهم‌ترین چالش‌های حکمرانی آب به شرح زیر شناسایی شده است.

سطوح مختلف حکمرانی، جایگاه بخش خصوصی و نهادهای مدنی در ساختار مدیریت آب کشور

با نگاه به منابع آب کشور به عنوان یک سرمایه بین نسلی، ساختار مدیریت آب کشور هم به لحاظ سازمانی و هم دیگر عوامل و عناصر تشکیل‌دهنده ساختار، چون فرآیندها، قواعد و سیاست‌های عمومی و اجرایی و همچنین ارتباط افقی و عمودی در سطوح مختلف حکمرانی نیاز به بررسی و بازبینی جدی دارد. برای حکمرانی آب در کشور می‌توان سطوح مختلفی قائل بود. «تمرکززدایی» و مدیریت در پایین‌ترین سطح ممکن یکی از اصول چهارگانه کنفرانس دوبلین برای حصول به مدیریت به هم‌پیوسته یا یکپارچه آب به شمار می‌رود. برای هموار کردن مسیر حصول به این منظور، تشخیص و تعریف سطوح مختلف حکمرانی آب در یک کشور، مانند سطح ملی، سطح حوضه آبریز یا آبخوان، سطح استان و سطح محلی و شناخت وضع موجود آن‌ها، نسبت به سایر اقدامات از اولویت تام برخوردار است. سایر تدابیر اصلی نظیر هماهنگی‌های افقی و عمودی و دیدن جایگاه

قانون‌مداری، قانون‌گذاری و اقتدار حکمرانی آب کشور

مشکل اصلی حکمرانی آب کشور نداشتن اقتدار در اجرای هدف‌ها و تصمیماتی است که به صورت سیاست و هدف‌ها، مقررات قانونی و ضوابط و معیارهای مدیریتی اتخاذ می‌شود ولی عملاً بخش مهمی از آن به دلیل سرپیچی‌های پنهان و آشکار در نظام حکمرانی، اجرایی نمی‌شود و در عوض هدف‌های ضمنی و پنهان دیگری بر نظام حکمرانی و مدیریتی کشور سیطره می‌یابد. بدیهی است که این وضعیت هم بر نظام انگیزشی و هم بر نظام بازخور و اصلاح تصمیم‌گیری‌ها تأثیر تعیین‌کننده‌ای دارد و مانع از شفافیت، پاسخگویی و قبول مسئولیت‌ها می‌گردد. اصلاح نظام قانون‌گذاری و تصمیم‌گیری کشور در درجه اول در گرو اجرای تدابیر قانون‌مداری و مسئولیت‌پذیری می‌باشد. استفاده مؤثر از ظرفیت‌های علمی و پژوهشی، نظام فقهی، فرهنگی، عرفی و اقتصادی کشور در اتخاذ تصمیمات سنجیده و بهنجار و ایجاد تنوع در سازوکارهای اجرای قوانین، می‌تواند پشتوانه‌های قانون‌مداری و مسئولیت‌پذیری را به طور چشم‌گیری ارتقاء دهد. هر چند این اقدام خود با موانع جدی روبرو است که باید برای آن‌ها چاره‌اندیشی شود.

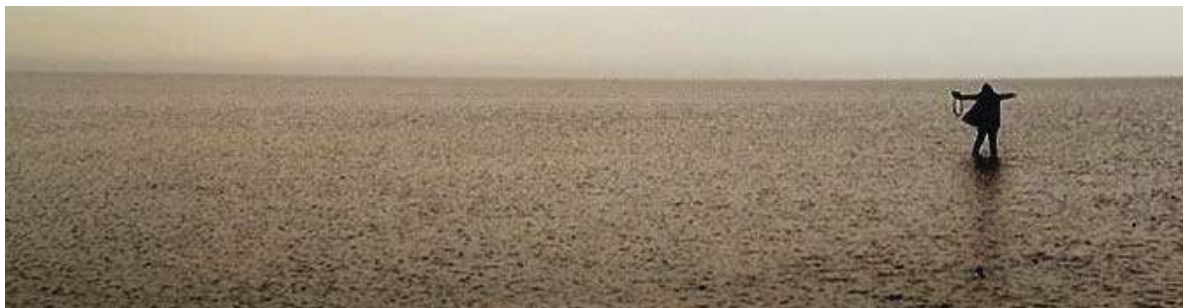
سازوکارها و فرایندهای اصلی حکمرانی آب کشور

تجربه گذشته و رویکردهای جدید حکمرانی (حکمرانی مؤثر) بر آن است که اقتدار و ظرفیت اجرای تصمیمات در یک نظام حکمرانی در گرو متنوع کردن سازوکارهای اعمال تصمیمات است. اگر این سازوکارها را در سه گروه دستوری-کنترلی، اقتصادی و متکی به نهاد بازار و توافقی و داوطلبانه تقسیم نماییم، نظام حکمرانی آب کشور عمدتاً به سازوکارهای نوع اول متکی است و هنوز گرایش‌های جدی و تدابیر مناسبی برای سازوکارهای نوع دوم و سوم اتخاذ نشده است. البته نباید این به معنی بی‌نقص بودن نهادها و سازوکارهای حکومتی برای اجبار و کنترل تلقی شود. به عبارت دیگر همه عوامل مؤثر در ایجاد شکاف میان هدف‌ها و سیاست‌ها، قوانین، معیارها و استانداردها و اجرا و عملیاتی شدن آن‌ها، در متنوع نبودن سازوکارها نباید جستجو شود و اقداماتی چون بهبود و اصلاح رویه‌های رسیدگی قضایی و تشکیل محاکم مستقل و عادلانه در جای خود حائز اهمیت است، اما در هر صورت، متعادل کردن ترکیب سازوکارهای مختلف (از جمله روش‌های غیررسمی توافق و داوری اختلافات) می‌توان سهم به‌سزایی در کاهش سرپیچی‌ها و مقاومت‌های مدنی در مقابل هدف‌ها و جهت‌گیری‌ها داشته باشد.

ابزارهای دیگری که متکی به تدابیر اقتصادی، فرهنگی، حقوقی و اجتماعی است بر نگرش حاکم مدیریتی موجود غلبه پیدا کند و تأثیر آن به وضوح در راهبردها و راهکارها، خود را نمایان سازد. هرچند که در حال حاضر بعضی از سیاست‌های کلان آب کشور موجود است، اما این سیاست‌ها بر اساس یک نظریه منسجم به ویژه از نظر توجه به موازین حکمرانی مؤثر و ایجاد توافق جمعی، مستندات پشتیبان و جامعیت سیاست‌ها، مورد مطالعه و بررسی عمیقی قرار نگرفته است. برای ایجاد درک عمومی از سیاست‌ها و نحوه سازگاری آن‌ها با هنجارها و عرف اجتماعی و نحوه تحقق آن‌ها، اقدامات و نظام تدبیر منسجم و پایداری شکل نگرفته است. لازمه این تغییر، شناسایی و تقویم صحیح ابعاد مختلف خسارت‌ها و پیامدهای منفی رویکرد موجود، شناخت علل اصلی و ریشه‌های آن‌ها و انجام بررسی‌ها و تحلیل‌های لازم برای تشخیص، باور به رویکرد جدید و راه‌حل‌های متناسب با آن و نهایتاً اطلاع‌رسانی و آموزش دستاوردهای این فرآیند است.

هدف‌گذاری، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی در نظام حکمرانی آب کشور

بخش مهمی از هدف‌های مؤثر تعیین‌شده برای بخش آب کشور در بسیاری از موارد به طور ضمنی و بیرون از بخش آب برای آن تعیین می‌شود. عمدتاً آب یک نهاده کشاورزی در نظر گرفته می‌شود که به عنوان یکی از مؤلفه‌ها در تأمین هدف‌های کمی و کیفی بخش کشاورزی (از نظر رشد اقتصادی، امنیت غذایی و ایجاد اشتغال) نقش خود را باید ایفاء نماید؛ بنابراین دیدگاه حاکم بر سازوکارها، یک دیدگاه ناقص و غیرقابل‌دفاع بر اساس معیارها و موازین توسعه پایدار به شمار می‌آید؛ زیرا از دیدگاه توسعه پایدار، باید به منابع آب به عنوان سرمایه نگاه شود که فرابخشی است و همه سیاست‌ها باید در جهت حفظ سرمایه برای پایداری توان و ظرفیت بهره‌دهی و بهره‌گیری آن برای رفع نیازهای مختلف در مناسبات درون نسلی و بین نسلی، هماهنگ شوند. رویه موجود، عملاً بخش آب را بلااختیار به دنبال برخی از گرایش‌های فراتر از ظرفیت‌های آمایش سرزمینی، گرفتار تعهدات متعدد و ناپایدار می‌کند. بخشی از هدف‌ها هم در شرایطی تعیین می‌شود که با گفتمان حاکم بر مدیریت بخش آب تناسب و سازگاری ندارد و به نوعی فهرستی از آرمان‌های سنجیده نشده دستگاه‌های فنی-اداری مرتبط می‌باشد. ضمن آنکه قواعد مشخص و سازوکار جدی و مؤثری برای پاسخگویی و نظارت بر هدف‌هایی که به تصویب قانونی می‌رسند، در نظر گرفته نشده است.



کارکردها و نحوه تقسیم منافع و نتایج، حاکم می‌باشد. این رویکرد و رویه‌های آن به ویژه در مدیریت تعارضات می‌تواند بسیار مؤثر و نقش آفرین باشد.

پیوستگی و متعادل شدن نظام تأمین مالی

نظام مالی مدیریت در حال حاضر به شدت در وضعیت دو قطبی و نامتعادلی بسر می‌برد. از یک سو در زمینه‌ی مهار آب‌های سطحی و اجرای طرح‌های مکمل آن، بخش خصوصی نمی‌تواند مشارکت کند یا فاقد انگیزه لازم برای مشارکت است. از سوی دیگر بخش خصوصی انگیزه و اشتیاق فراوانی در استحصال منابع آب زیرزمینی و اتمام ذخایر نسل‌های آینده و ذخایر ایستای منابع آب و پذیرش هزینه‌های جابجایی و کف‌شکنی‌های متعدد دارد. این استقبال تا بدان حد است که در بازارهای غیررسمی که برای این منظور تشکیل شده است، ارزش خرید و فروش چاه‌ها گاه سر به میلیاردها تومان نیز می‌زند. علی‌رغم سرمایه‌گذاری‌های سنگین برای مهار منابع آب سطحی و بهره‌برداری از آب زیرزمینی که منجر به خشک شدن تالاب‌ها، نشست زمین و شور شدن اراضی حاصلخیز و دیگر پیامدهای درازمدت زیست‌محیطی شده است، سرمایه‌گذاری طرح‌های تکمیلی برای انتقال و توزیع و بازچرخانی و استفاده مجدد آب استحصالی و مصرف صحیح آن در سطح مزرعه، مراکز جمعیتی و شهرک‌های صنعتی، به سرانجام مناسبی نرسیده است. به دلیل پیش‌بینی نادرست از ظرفیت منابع آبی، سرمایه‌گذاری ناقص و استهلاک بی‌رویه، اغلب طرح‌های در دست بهره‌برداری با فرسودگی زودرس و افت ظرفیت مواجه هستند. در بسیاری از مناطق کشور به دلیل اعمال سیاست‌های کوتاه‌مدت و ناکارآمد، تقاضا برای آب بسیار بیشتر از عرضه آن است و هزینه‌های تأمین خدمات به لحاظ مالی، اقتصادی و زیست‌محیطی رو به افزایش است که موجب گسترش محدودیت‌ها و افزایش مناقشات آبی شده است؛ بنابراین راهبرد مدیریت آب به ناگزیر باید با جابجایی اولویت‌ها در جهت پیشگیری و مدیریت مناقشات، افزایش کارایی اقتصادی آب، افزایش انگیزه‌های اقتصادی نظام‌های بهره‌برداری، تغییر ساختار سرمایه‌گذاری‌ها و استقرار نظام مدیریتی خدمت محور، پاسخگو و مشارکتی، تغییر مسیر دهد و برنامه‌های وسیع و مؤثر و متفاوتی را نسبت به گذشته در این حوزه‌ها به منصف ظهور برساند. در این صورت زمینه‌های بیشتری برای جلب سرمایه‌های بخش خصوصی نیز فراهم می‌شود. ●

استفاده از رویکردهای مشارکتی و تقویت نهاد بازار و نظام‌های بهره‌برداری و حکمرانی محلی آب

یکی از اقدامات اصلی در مسیر حکمرانی مؤثر، کاهش سرپیچی‌ها و مقاومت‌ها و استفاده از ظرفیت‌های بخش خصوصی و نهادهای مدنی (اعم از نهادهای علمی غیردولتی، جوامع محلی و غیره) است. مشارکت دو کارکرد مهم دارد:

- شکل‌دهی به تعاملات به منظور هماهنگی بین هدف‌ها، رسیدن به توافق جمعی و اجماع و ایجاد بستر همکاری در جهت نیل به هدف‌ها.

این اقدام تا حدود زیادی منوط به توانمندسازی حکمرانی محلی آب برای ایجاد و راهبری نهادهای مشارکت در سطوح کوچک و محلی و هموار کردن مسیر آن‌ها به سوی تعالی و تجمع در سطوح بالاتر حکمرانی آب است. این مؤلفه تأثیر زیادی در گسترش نظارت عمومی بر کارکرد دولت از نظر قانون‌مداری و مسئولیت‌پذیری و افزایش ظرفیت پذیرش جامعه در اجرای تصمیمات و همکاری بر اساس توافقات دو یا چندجانبه دارد.

سامانه‌های پژوهشی، ارتباطی و تولید اطلاعات حکمرانی آب کشور

گردش اطلاعات نادرست و نا به‌هنگام و عدم تقارن اطلاعاتی گردوران در امور مختلف حکمرانی آب، متناسب نبودن پژوهش‌ها با نیازهای واقعی و دارای اولویت نظام حکمرانی آب از عوامل مؤثر در برداشتهای نادرست، مقاومت‌ها و مناقشات و تعارضات می‌باشد. تشخیص شکاف‌های اصلی در این زمینه و تلاش نهادی برای ترمیم آن‌ها از تدابیر مهم برای توانمندسازی حکمرانی محلی و مشارکت نهادی جامعه محلی و سطوح مختلف دیگر حکمرانی محسوب می‌شود.

سرمایه‌های فرهنگی-اجتماعی و مدیریت تعارضات

توجه به ساختار فرهنگی، اخلاقی و اجتماعی گردوران در حکمرانی مؤثر آب بسیار حائز اهمیت است. اگر رویکردی برای اصلاح حکمرانی بخواهد بجای استفاده از رویکردهای وارداتی، از باورها و ارزش‌های جامعه و سرمایه فرهنگی موجود استفاده کند، این رویکرد می‌تواند به نتایج بهتری بیانجامد. روش‌های مبتنی بر این رویکرد اگر با درک بهتر گفت‌وگوها و روایت‌های شکل‌دهنده دیدگاه گردوران باشد، رویکرد مطالعاتی را غنی‌تر می‌کند. شکل‌گیری نهادها و گسترش اعتماد و همکاری میان آن‌ها نیز در گرو روشن شدن نقش هر یک از افراد و گروه‌ها و پذیرش قواعدی است که بر تصمیم‌گیری و



گزارش عملکرد شورای گفت‌وگوی

دولت و بخش خصوصی / استان کرمان تادی ماه ۹۶

فاطمه مهربانی *
دبیر اجرایی شورای گفت‌وگو



مقدمه

به منظور تبادل نظر دولت و بخش‌های خصوصی و تعاونی و تسهیل فعالیت‌های اقتصادی این بخش‌ها، بررسی و رفع موانع کسب‌وکار و اتخاذ تصمیم مؤثر برای اقدامات لازم در چهارچوب قوانین و مقررات موجود و ارائه پیشنهادهای راهکارهای اجرایی مناسب به مراجع ذی‌ربط و به استناد ماده ۷۵ قانون برنامه پنجم توسعه، ماده ۱۱ قانون بهبود محیط کسب و کار و بند (الف) ماده ۱۲ قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور، شوراهای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استانی با ترکیبی از نمایندگان سه قوه و به ریاست استاندار و دبیری اتاق بازرگانی و بر اساس دستورالعمل تعریف‌شده برای جلسات شورای گفت‌وگو، تشکیل گردیده است. ماحصل عملکرد شورا در استان به شرح زیر می‌باشد:

جدول جلسات تشکیل شده شورای گفت‌وگو دولت و بخش خصوصی استان کرمان

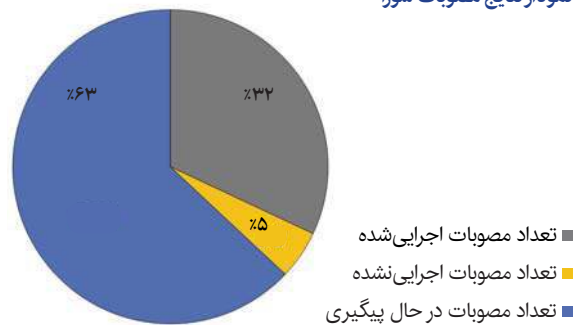
ردیف	تاریخ	موضوع	مهمانان ویژه
۱	۱۳۹۲/۰۹/۰۵	هماهنگی جهت نحوه و تشکیل جلسات شورا	-
۲	۱۳۹۲/۱۱/۰۸	مسائل و مشکلات بانکی	-
۳	۱۳۹۲/۱۱/۲۹	مسائل و مشکلات حمل و نقل	-
۴	۱۳۹۳/۰۲/۱۸	مسائل و مشکلات اقتصادی استان	اعضای محترم کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی
۵	۱۳۹۳/۰۵/۲۳	وضعیت، مسائل و مشکلات بخش معدن	جناب آقای دکتر سرفینی، معاون محترم معدنی وزارت صنعت، معدن و تجارت کشور
۶	۱۳۹۳/۰۸/۲۲	مسائل و مشکلات و موانع سرمایه‌گذاری	-
۷	۱۳۹۳/۰۹/۲۶	مسائل و مشکلات و موانع صادرات	جناب آقای دکتر افخمی، رئیس محترم سازمان توسعه تجارت کشور و جناب آقای رحیم پیری، عضو محترم هیات مدیره صندوق ضمانت صادرات ایران
۸	۱۳۹۳/۱۱/۰۹	مسائل و مشکلات برق به عنوان یکی از شاخص‌های کسب و کار	-
۹	۱۳۹۴/۰۲/۳۱	بررسی مسائل و مشکلات دسترسی به زمین	-
۱۰	۱۳۹۴/۰۵/۲۹	بررسی شاخص‌های اقتصاد مقاومتی در استان کرمان	-
۱۱	۱۳۹۴/۰۷/۳۰	بررسی مسائل و مشکلات گردشگری	-
۱۲	۱۳۹۴/۱۱/۱۵	گزارش عملکرد یک‌ساله شورا	-
۱۳	۱۳۹۴/۱۲/۱۳	معرفی طرح‌های سرمایه‌گذاری استان و روش‌های تأمین مالی آن در فضای به وجود آمده پس از اجرای برجام	جناب آقای دکتر خزاعی، معاون محترم وزیر و رئیس کل سازمان سرمایه‌گذاری کشور، قائم مقام صندوق توسعه ملی کشور و مدیر محترم تأمین اعتبارات ارزی بانک مرکزی کشور و هیات همراه

۱۴	۱۳۹۵/۰۱/۲۶	ستاد راهبردی اقتصاد مقاومتی، شورای گفت‌وگوی دولت با بخش خصوصی	جناب آقای دکتر طیب نیا، وزیر محترم امور اقتصادی و دارایی کشور و هیات همراه
۱۵	۱۳۹۵/۰۳/۲۰	بررسی مسائل و مشکلات فرش استان کرمان	-
۱۶	۱۳۹۵/۰۴/۱۳	جلسه فعالان اقتصادی بخش خصوصی با مقام عالی وزارت کشور	جناب آقای دکتر رحمانی فضلی، وزیر محترم کشور
۱۷	۱۳۹۵/۰۷/۱۸	بررسی مسائل و مشکلات پسته و خرما	جناب آقای دکتر شهید زاده، مدیرعامل محترم بانک کشاورزی کشور
۱۸	۱۳۹۵/۰۸/۱۳	بررسی مسائل و مشکلات سنگ‌های تزئینی، اکتشاف، استخراج معادن، فرآوری و توسعه صادرات آن	-
۱۹	۱۳۹۵/۰۹/۱۸	بررسی مسائل و مشکلات دسترسی به زمین به عنوان یکی از اصلی‌ترین مراحل شروع کسب‌وکار	-

جدول گزارش مصوبات شورا

سال	تعداد جلسات برگزار شده	تعداد مصوبات		تعداد مصوبات اجرایی		ملاحظات
		ملی	استانی	ملی	استانی	
بهمین ۹۲ الی ۹۶ دی	۲۹ جلسه	۸۱	۱۳۸	۲۱	۴۹	از جمع ۲۱۹ مصوبه ۱۳۹ مصوبه در حال پیگیری، ۷۰۰ مصوبه اجرایی شده و ۱۰ مصوبه اجرایی نشده است. (۳ مصوبه ملی، ۷ مصوبه استانی)

نمودار نتایج مصوبات شورا



* ۱۶۰ ابلاغیه به سازمان‌های استانی، رئیس مجمع نمایندگان مجلس استان، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، معاونت امور معادن و صنایع معدنی کشور، بانک کشاورزی کشور، بانک صنعت و معدن کشور، وزارت کشور، وزارت صنعت، معدن و تجارت کشور، وزارت دادگستری، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت راه و شهرسازی کشور، سازمان راه‌داری و حمل و نقل جاده‌ای کشور، سازمان امور مالیاتی کشور، شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران و شورای عالی مناطق آزاد ویژه اقتصادی ارسال شده است.
* ۴۸۹ مورد پیگیری ابلاغیه‌های فوق انجام شده است.

مصوبات ملی اجرایی شده در حوزه معدن	
ردیف	مصوبه
۱	تفویض وظایف شورا به شورای متناظر استانی از طریق شورای عالی معادن
۲	از طرق مختلف پیشنهاد تعدیل قیمت‌ها برای مواد معدنی در سال ۹۳ اعلام گردیده است. درخواست استمهال وزیر صنعت، معدن و تجارت برای مدت ۳ سال از پرداخت حقوق دولتی از سوی وزیر صنعت، معدن و تجارت از وزارت اقتصاد پیگیری و اجرایی شده است.

مصوبات ملی اجرایی شده در حوزه مالیات	
ردیف	مصوبه
۱	معافیت مالیاتی پسته تولیدی از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده
۲	استثناء محصولات کشاورزی در ثبت گزارش‌ها فصلی (فقط نام فروشنده کفایت می‌کند).
۳	کاهش ضریب درآمدی صادرکنندگان پسته به (۱ درصد) از (۶ درصد)
۴	تعدیل ضریب رشد درآمد مالیاتی استان توسط سازمان مالیاتی کشور در هنگام بررسی لایحه بودجه کل کشور در مجمع شورای اسلامی

در رابطه با مورد اختلاف بین ضرایب مالیاتی و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان، با توجه به اینکه ضرایب برای عمده‌فروشی، خرده‌فروشی، عاملین توزیع متفاوت می‌باشد اعلام ضریب یا درصد سود از سوی سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و سازمان نهادهای کل سازمان صنعت، معدن و تجارت به سازمان امور مالیاتی جهت جایگزینی حکم اول دفترچه ضرایب و اعمال آن	۵
پیگیری سازمان امور مالیاتی کرمان در خصوص تهاثر بدهی‌های مالیاتی با طلب از دولت با توجه به اختیاراتی که مجلس داده است (چنانچه بدهی قطعی دولت به اقشار مختلف از جمله پیمانکاران به تایید وزارت خانه مربوطه رسیده و در دفتر بدهی وزارت امور اقتصاد دارایی ثبت شده باشد، می‌تواند با مصوبه هیات وزیران، با بدهی مالیاتی به دولت تهاثر شود).	۶
کمک سازمان امور مالیاتی کشور به تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی در زمینه‌های تقسیت بدهی، بخشودگی جرائم مالیاتی، تمدید مهلت‌ها و رسیدگی‌ها به شرکای اقتصادی مالیات و تحقق درآمد تعریف شده.	۷

مصوبات ملی اجرایی شده در حوزه بانک

ردیف	مصوبه
۱	با توجه به این‌که اجرای طرح سپام باعث صدور ضمانت‌نامه بانک جهت شرکت واحدهای تولیدی و یا خدماتی در مناقصه‌ها گردیده است این موضوع از طریق اتاق بازرگانی ایران و شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی پیگیری و حل شد.
۲	اخذ مصوبه از هیات محترم وزیران مبنی بر استمهال بدون اخذ کارمزد و جریمه تأخیر صادرکنندگان به عراق
۳	صدور ضمانت‌نامه برای بنگاه‌های اقتصادی که دارای بدهی معوقه می‌باشند تا پایان سال ۱۳۹۵ (سامانه سپام)

مصوبات ملی اجرایی شده در حوزه کسب‌وکار

ردیف	مصوبه
۱	بررسی یک یا دو موضوع به صورت تخصصی در جلسات شورا حسب نظر وزیر محترم کشور
۲	طرح و تصمیم‌گیری اجرای طرح پارک ملی خیر توسط شرکت هواپیمایی ماهان در جلسه کمیته ملی طبیعت‌گردی سازمان حفاظت محیط‌زیست کشور
۳	بررسی و تصمیم‌گیری در خصوص طرح ارزیابی انعقاد موافقت‌نامه اجرای طرح‌های پتروشیمی فجر کرمان، پتروشیمی بافت و منطقه گردشگری خاص هنزا در سازمان حفاظت محیط‌زیست
۴	پیگیری ادامه روند توزیع ناعادلانه سهمیه‌بندی سولفور مولیبدن از طریق انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان مولیبدن در بورس کالا
۵	اجرایی نمودن تبصره ۱ ماده ۹ قانون معادن کشور درباره‌ی پذیرش پروانه‌های بهره‌برداری معادن به عنوان وثایق بانکی

مصوبات ملی اجرایی شده در حوزه تأمین مالی

ردیف	مصوبه
۱	مساعدت وزارت صمت در خصوص افزایش تسهیلات برای استان (بنگاه‌های کوچک و متوسط در بخش‌های صنایع تبدیلی کشاورزی و گردشگری)
۲	دریافت مصوبه در شورای سیاست‌گذاری صنعت سنگ تزئینی کشور مورخ ۹۶/۱۱/۱۱ در خصوص طرح مشترک تحقیقاتی و توسعه معادن سنگ تزئینی با دانشگاه و تجمیع ۱۰٪ حقوق دولتی معادن جهت این امر

مصوبات ملی اجرایی شده در حوزه زیرساخت

ردیف	مصوبه
۱	پیگیری و تسریع صدور مرز هوایی فرودگاه جیرفت و مساعدت ویژه وزارت کشور
۲	توسعه حمل و نقل جاده‌ای و ریلی استان کرمان؛ راه آهن کرمان-سیرجان، اصلاح خط بافق - زرنند و توسعه ناوگان حمل و نقل جاده‌ای در بخش کامیونی، واگنی و لوکوموتیو

مصوبات استانی اجرایی شده در حوزه بانک

ردیف	مصوبه
۱	ایجاد وحدت رویه در بانک‌های استان کرمان در راستای اجرای تمام و کمال ماده ۱۶ قانون برنامه بودجه سال ۹۲ در جهت تقسیت بدهی بانکی بدهکاران سیستم بانکی و پیگیری تمدید شرایط ماده ۱۶ در قانون بودجه سال ۹۳ از طریق استانداری، اتاق بازرگانی و نمایندگان محترم مجلس
۲	پیگیری درخواست لغو مصوبه بانک مرکزی در خصوص ممنوعیت پرداخت تسهیلات به بدهکاران سیستم بانکی توسط استانداری و اتاق
۳	پیگیری استاندار محترم و رییس اتاق بازرگانی کرمان جهت انعقاد موافقت‌نامه‌ای با مشارکت بانک‌های استان و مدیران شرکت‌های بزرگ معدنی استان مبنی بر تخصیص ۶۰ درصد از گردش مالی آن شرکت‌ها به بانک‌های استان

۴	شرکت نماینده بانک عامل یا مدیرعامل یا هر مقام مسئول تام‌الاجتبار در کارگروه موضوع بند ۶ صورت جلسه مورخ ۱۳۹۲/۱۱/۰۸ شورای گفت‌وگو تا تصمیم‌گیری در همان جلسه کارگروه جهت تسریع در رسیدگی به مسائل بانکی صورت پذیرد.
۵	برگزاری جلسه با حضور مدیران بانک‌ها، شرکت‌های بزرگ استان، ریاست و معاونت برنامه‌ریزی استانداری و اتاق بازرگانی جهت طرح متن موافقت‌نامه و اصلاح و اجرای آن
۶	ارائه نتیجه پیگیری مصوبات شورا (جلسه بررسی مشکلات بانکی) از سوی دبیرخانه شورا
۷	ادامه یافتن روند تشکیل جلسات چهارجانبه (بانک عامل، استانداری، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان، متقاضی) و همکاری بانک‌های عامل در خصوص اعمال بخشودگی جرائم و تقسیط بدهی‌های واحدهای تولیدی
۸	تمهیدات و همکاری لازم از سوی بانک‌های عامل برای امهال بدهی صادرکنندگان کالا و خدمات به منطقه کردستان و سایر مناطق کشور عراق حداقل به مدت یک سال
۹	ارائه گزارش عملکرد دبیرخانه شورای گفت‌وگوی استانی دولت و بخش خصوصی در خصوص عملکرد بانک‌ها در رابطه با بند ۱ و ۶ مصوبه جلسه مورخ ۱۳۹۲/۱۱/۰۸ شورای گفت‌وگوی استانی دولت و بخش خصوصی و ارزیابی میزان همکاری بانک‌ها در حل مشکلات واحدهای تولیدی
۱۰	پیگیری‌های لازم جهت راه‌اندازی عقد خرید دین برای محصولات صادراتی در بانک‌های استان.
۱۱	تمدید تسهیلات صادرکنندگان پسته و خرما با پرداخت سود در سررسید به درخواست متقاضی
۱۲	در نظر گرفتن خط اعتباری ویژه جهت صادرات پسته و خرما در بانک‌های استان برای کمک به صادرات در حفظ روابط بین بانک و مشتری
۱۳	توقف کلیه اقدامات برای صدور و پیگیری اجرائیه‌ها و تملک واحدهایی که در آن بانک بدهی معوق دارد برای مدت ۲ سال از سوی بانک کشاورزی جهت خروج از رکود و رفع موانع تولید
۱۴	تخصیص وام ارزی به صادرکنندگان پسته و خرما با حداقل کارمزد با نرخ بین‌المللی.
۱۵	پیگیری‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان برای اجرایی شدن مصوبه مجلس در خصوص بخشودگی سود و جرائم وام‌های کشاورزی کمتر از ۱۰۰ میلیون تومان

مصوبات استانی اجرایی شده در حوزه معدن	
ردیف	مصوبه
۱	بررسی فرایند طولانی و پیچیده دریافت مواد ناریه جهت انجام امور استخراج در معادن و هزینه بالای آن از سوی معاونت محترم سیاسی و امنیتی استاندار و برنامه‌ریزی و اقدام جهت تشکیل و اخذ مجوزها و استقرار برای انجام کلیه امور آتشیاری در معادن
۲	بررسی‌های لازم به منظور جلوگیری از ایجاد مزاحمت‌های محلی برای معدن‌کاران از سوی معاونت سیاسی امنیتی استانداری با همکاری شورای تأمین استان در شهرستان‌ها و تشکیل جلسه با حضور اعضا شورای گفت‌وگو، بخش معدن استان و قضات از همه شهرستان‌های کرمان و ارائه راهکاری برای رسیدگی جامع، تخصصی و سریع به شکایات در این مورد
۳	پیگیری‌های لازم جهت انجام فرایند اکتشاف توسط سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمان در مناطق امیدبخش استان به غیر از پهنه‌های تعریف شده

مصوبات استانی اجرایی شده در حوزه زیرساخت	
ردیف	مصوبه
۱	ارائه راهکار توسط کمیته‌ای متشکل از سازمان صنعت، معدن و تجارت، نظام مهندسی معدن، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، انجمن توسعه صادرات سنگ‌های تزئینی استان کرمان و دانشگاه شهید باهنر کرمان جهت بهره‌گیری صحیح و محتوایی از خدمات فنی و مهندسی برای تهیه طرح-های اکتشافی مناسب معادن سنگ‌های تزئینی استان
۲	استفاده بهینه از امکانات مؤسسات آموزش عالی و مدارس فنی و حرفه‌ای استان
حوزه زیرساخت - تأمین برق	
۳	مشخص شدن نحوه تأمین زیرساخت‌ها در مناطق آزاد و شهرک‌های صنعتی با توجه به قوانین فعلی
۴	تعیین نحوه تأمین زیرساخت در مناطق ویژه و شهرک‌های صنعتی و ... خارج از شهرک‌ها از سوی شرکت شهرک‌های صنعتی، سازمان صنعت، معدن و تجارت، شرکت‌های سهامی برق و آب منطقه‌ای و مناطق ویژه، تهیه دستورالعمل مشترک و عملیاتی نمودن آن
۵	تمهیدات لازم شرکت مینا جهت راه‌اندازی نیروگاه کهنوج برای اتمام هرچه سریع‌تر پروژه
۶	اجرای پروژه گازرسانی به نیروگاه سیکل ترکیبی کهنوج توسط شرکت تولید برق ماه‌تاب کهنوج و افتتاحیه با حضور جناب آقای دکتر جهانگیری

۷	فراهم نمودن شرایط شروع سریع پروژه عوامل دست‌اندرکار نیروگاه شهید کاظمی سیرجان (از جمله شرکت مینا به عنوان پیمانکار EPC و توزیع برق جنوب، بانک صنعت و معدن)
۸	واگذاری زمین‌های موردنیاز احداث پست‌ها و کلید خانه‌های نیروگاه بوتیا از سوی اداره کل منابع طبیعی، مدیریت امور اراضی
حوزه زیرساخت - حمل و نقل	
۹	پیگیری تهیه طرح جامع حمل و نقل که به مشاور ذیصلاح واگذار شده توسط اداره کل راه و شهرسازی
۱۰	هماهنگی لازم جهت تسهیل در توزیع سهم سوخت حمل و نقل از سوی شرکت پخش فرآورده‌های نفتی استان کرمان و اداره کل حمل و نقل پایانه‌های بار
۱۱	ارائه پروژه‌های موردنظر اداره کل راه آهن، اداره کل راه و شهرسازی اداره کل حمل و نقل و پایانه‌های بار، برای افزایش ظرفیت حمل و نقل استان در قالب مصوبات قانون بودجه ۹۳

مصوبات استانی اجرایی شده در حوزه سرمایه‌گذاری	
ردیف	مصوبه
۱	استقرار پنجره واحد در سازمان‌های صادرکننده مجوز مانند سازمان صنعت، معدن و تجارت، جهاد کشاورزی و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
۲	اقدام سریع دفتر آمار و اطلاعات استانداری نسبت به تکمیل اطلاعات و شبکه GIS با توجه به لزوم تسریع در اخذ پاسخ استعلامات و مجوزهای لازمه
۳	پیشنهاد راهکارهایی از سوی نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی و کارشناسان بخش ثبت شرکت‌ها و مالکیت‌های صنفی اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمان جهت اخذ نام و ثبت شرکت و تسریع در انجام امور ثبتی
حوزه سرمایه‌گذاری - واگذاری زمین	
۴	اقدامات لازم جهت تسهیل و تسریع در واگذاری زمین به منظور اصلاح آیین‌نامه شماره ۷۹۲۵۹/ت ۴۲۸۴۹ ه مورخ ۹۰/۰۴/۱۵ هیات وزیران به نحوی که واگذاری اراضی ملی صرفاً بر اساس میزان مندرج در موافقت اصولی و یا جواز تأسیس صادر شده باشد، مکاتبات لازم به منظور اصلاح آیین‌نامه فوق توسط مراجع ذیصلاح از سوی مدیریت امور اراضی کرمان

مصوبات استانی اجرایی شده در حوزه تأمین مالی	
ردیف	مصوبه
۱	از ۵۰ میلیارد دلاری که در بودجه به دولت برای تضمین فاینانس تخصیص داده شده، اختصاص سهم قابل‌توجهی به استان‌های آماده برای اجرای اقتصاد مقاومتی
۲	در نظر گرفتن برنامه‌ای از سوی دولت جهت تخصیص منابع از سوی بانک توسعه صادرات حداقل به مبلغ ۵۰۰ میلیارد تومان معادل یک دهم ارزش کالاهای صادراتی جهت رفع مشکل نقدینگی واحدهای تولیدی استان
۳	پرداخت حداقل مبلغ ۱۰۰ میلیارد تومان تسهیلات نیز تحت عنوان خط ویژه و از محل منابع داخلی بانک کشاورزی به صادرکنندگان پسته و خرما
۴	استفاده از تمامی امکانات موجود ام از فاینانس، ریفاینانس، تضامین صندوق‌های ضمانت برای خرید از تولیدکنندگان ماشین‌آلات داخلی و بهره‌مندی از سرویس‌های سازمان‌های بیمه‌ای بین‌الملل

مصوبات استانی اجرایی شده در حوزه کسب و کار	
ردیف	مصوبه
۱	تکلیف سازمان جهاد کشاورزی در خصوص ارائه برنامه اصلاح روش‌های داشت و برداشت و آبیاری پسته جهت افزایش راندمان تولید به شورای گفت‌وگو طی مدت ۳ ماه
۲	معاف شدن مالیات بر ارزش‌افزوده صنعت فرش، گلیم و صنایع دستی مشابه بخش کشاورزی
۳	تدوین برنامه عملیاتی توسعه سنگ استان کرمان بر مبنای آمارهای قابل اتکا
۴	حمایت از کنسرسیوم صادراتی استان
۵	ایجاد و حمایت مؤثر از تعاونی تخصصی در رابطه با صنعت سنگ
حوزه کسب و کار - مالیات	
۶	بخشودگی جرائم و تقسیط بدهی مالیاتی و مالیات بر ارزش‌افزوده در اختیار کامل مدیرکل استان‌ها
۷	پیمانکارانی که از دولت طلب دارند می‌توانند در صورت بدهی به سازمان امور مالیاتی این بدهی را با طلب تهاثر نمایند (مطابق قانون رفع موانع تولید) و بخشودگی جرائم از سوی سازمان امور مالیاتی

مصوبات استانی اجرایی شده در حوزه گردشگری	
ردیف	مصوبه
۱	افزایش وام‌های بوم‌گردی از مبلغ ۵۰۰ میلیون ریال به مبلغ ۱ میلیارد ریال و تفویض اختیار اعطای وام نیز به صندوق کارآفرینی امید استان داده شد.
۲	برگزاری جلسه و هماهنگی‌های لازم در خصوص بازدید هیات ۱۲ نفره (نماینده از بهداشت، دامپزشکی، اماکن و ... به همراه یکی از قضات محترم) از اماکن گردشگری، رستوران‌ها و تالارها که سختگیرانه عمل می‌کنند و اقدام به پلمپ اماکن می‌نمایند.

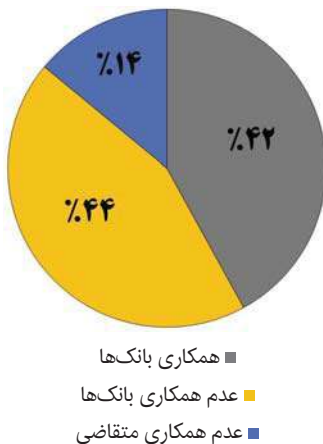
مصوبات استانی اجرایی شده در حوزه فرش	
ردیف	مصوبه
۱	برگزاری تورهای تخصصی گردشگری فرش دستباف برای تجار و رسانه‌های خارجی
۲	راه‌اندازی و تجهیز مرکز پژوهش و آموزش فرش دستباف کرمان

مصوبات استانی اجرایی شده در حوزه صادرات - تأمین اجتماعی	
ردیف	مصوبه
۱	ایجاد شرایط و تسهیلات لازم از سوی سازمان تأمین اجتماعی جهت رفع مشکلات صادرکنندگان با تأمین اجتماعی

مصوبات ملی اجرایی نشده در حوزه صادرات	
ردیف	مصوبه
۱	ایجاد خط ریل زاهدان- میرجاوه با ابعاد واگن‌های پاکستانی و امکان فراهم نمودن تمهیدات کرایه واگن‌های پاکستانی به منظور حمل مستقیم کالاهای صادراتی از مبادی در داخل کشور تا کویته پاکستان
۲	فراهم نمودن تسهیلات ویژه صادرات از مرز چاباه در خوزستان با اصلاح و تعمیر جاده، توسعه گمرک و ایجاد پایانه صادراتی منطقه مذکور.

مصوبات ملی اجرایی نشده در حوزه تأمین برق	
ردیف	مصوبه
۱	در برنامه ششم توسعه کشور، تخصیص بودجه و تأمین برق در شهرک‌ها و نواحی صنعتی جزو تعهدات شرکت برق منطقه‌ای و شرکت توزیع دیده شود.

نمودار کلی همکاری بانک‌ها:



گزارش عملکرد کارگروه بانکی ذیل شورای گفت‌وگوی استانی دولت و بخش خصوصی نیمه دوم اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۳ لغایت پایان اسفندماه ۱۳۹۵

کارگروه بانکی در راستای اجرای بند ۱ و ۶ مصوبات دومین جلسه مورخ ۱۳۹۲/۱۱/۰۸ شورای گفت‌وگوی استانی و دولت خصوصی تشکیل شده است.

اعضای کارگروه شامل: نماینده استانداری - نماینده شورا در کارگروه - نماینده ستاد سرمایه‌گذاری و امور اقتصادی و دارایی کرمان - نماینده بانکی - نماینده سازمان متولی - متقاضی برای این کارگروه ۹۱ جلسه برگزار و ۵۰۸ پرونده مطرح شده، ۳۳۴ پرونده بانکی مورد پیگیری قرار گرفت که:

- * ۱۴۱ مورد از پرونده‌های متقاضیان با همکاری بانک‌ها پیگیری و حل شد.
- * ۱۴۸ مورد از پرونده‌های متقاضیان به دلیل عدم همکاری بانک‌ها معوق مانده است و متقاضیان از عملکرد آن‌ها ناراضی بوده‌اند.
- * ۴۵ مورد از پرونده‌های متقاضیان به دلیل عدم حضور و عدم همکاری خود متقاضیان معوق مانده است.

لذا با توجه به گزارش ارائه شده و ارزیابی عملکرد شوراهای استانی گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی که توسط وزارت کشور و به صورت سالانه انجام شده است در سال ۹۵ استان کرمان بعد از استان البرز رتبه دوم عملکرد را در بین ۳۱ استان کسب کرده است لازم به ذکر است ارزیابی عملکرد شورا در سال ۹۶ در نیمه اول سال ۹۷ اعلام می‌شود.

شفافیت عملکردی در شبکه بانکی

< حسن امیری

دبیرکل اتاق بازرگانی کرمان



بودن، قابلیت اعتماد، قیاس پذیری و اهمیت در هریک از طبقات شش‌گانه باشد این طبقات به شرح ذیل هستند:

۱- عملکرد مالی بانکها: در این بخش بانکها باید اقدام به افشای اطلاعاتی کنند که عملکرد مالی بانک را تبیین کرده و برای فعالین بازار و نهادهای نظارتی مناسب باشد. اطلاعات سودمند شامل شاخص‌های ارسالی کمی و هزینه عملکرد مالی، طبقه‌بندی درآمدها و هزینه‌ها، موضوعات مالی و تجزیه و تحلیل عملکرد مالی می‌شود و به‌صورت جزئی‌تر در این بخش به افشای اطلاعاتی از سود و زیان اشاره می‌شود. بانک موظف است اطلاعاتی نظیر اقلام درآمد و هزینه، حق‌الزحمه و کارمزد، هزینه عملیاتی و سایر هزینه‌ها را در قالب سرفصل‌های مشخص با نسبت‌های سودآوری (مانند بازده سرمایه، بازده دارایی‌ها و نسبت هزینه به درآمد) افشا کند.

۲- وضعیت مالی بانک: در این بخش بانک باید اطلاعاتی را افشا کند که استفاده‌کنندگان از اطلاعات (اعم از هیئت‌مدیره، سهامداران، فعالان بازار و نهادهای ناظر) بتوانند بر اساس آن‌ها بانک را در خصوص توان پرداخت بدهی و تعهدات خویش و مدیریت نقدینگی ارزیابی کنند این اطلاعات بیشتر متمرکز بر داده‌های ترازنامه‌ای نظیر ماهیت، مقدار و طبقه‌بندی دارایی‌ها، بدهی‌ها و سرمایه بانک است.

۳- شیوه‌ها و استراتژی مدیریت ریسک بانک: بانکها باید در یادداشت‌های توضیحی خود درباره مدل‌سازی و راهبردهای مدیریت ریسک خود که عامل مهمی در ارزیابی عملکرد بانک

شفافیت عملکردی در شبکه بانکی برای فعالین اقتصادی و نهادهای نظارتی دارای اهمیت ویژه‌ای است و یکی از شاخص‌های اصلی ارزیابی سلامت بانکی می‌باشد گرچه شفافیت ذاتاً به‌صورت مستقیم بر عملکرد موفق یا ناموفق یک بانک تأثیر ندارد لیکن کارشناسان اقتصادی به نقش کلیدی شفافیت در تأثیر بر انضباط مالی و کارآمدی نظارت تأکید می‌کنند. از این‌رو بانک‌های مرکزی کشورهای جهان در فواصل معینی در طول سال اقدام به رتبه‌بندی بانکها برحسب میزان شفافیت می‌کنند و با افزایش میزان این شاخص امکان نظارت اثربخش و کارآمد بانک مرکزی در مدیریت و نظارت بازار پول افزایش یافته و اعتماد سپرده‌گذاران به این بازار نیز بیشتر می‌شود.

شفافیت بانکی در دنیا

در این خصوص ابتدا مقررات کمیته بال مطرح و سپس عوامل موجود در شبکه بانکی کشور به‌اختصار توضیح داده می‌شود.

کمیته بال (متشکل از نمایندگان ارشد بانک‌های مرکزی چندین کشور) تحت حمایت بانک تسویه بین‌المللی (BIS) در سال ۱۹۹۸ در سندی با عنوان بهبود شفافیت بانکی به تبیین جایگاه و اهمیت شفافیت در بانکها پرداخته است اگرچه کمیته بال دارای قدرت قانونی نیست ولی اکثر کشورهای جهان توصیه بانک تسویه بین‌الملل را مبنای کار خود قرار می‌دهند در سند مذکور این کمیته توصیه‌های بهبود شفافیت بانک را در ۶ طبقه دسته‌بندی کرده است که باید دارای ویژگی‌های جامعیت مرتبط و به‌موقع

مرکزی می‌باشد.

۵- انتخاب مدیران بانک‌های دولتی توسط دولت؛ بخش عمده‌ای از مقررات نظام بانکی اجرای خط‌مشی‌ها و ارزیابی آن‌ها در نظام بانکی تنها و تنها به‌وسیله دولت صورت می‌پذیرد. مدیران ارشد نظام بانکی به‌واسطه اینکه از سوی دولت انتخاب می‌شوند همواره درصد اجرای اولویت‌های ابلاغ‌شده دولت‌ها خواهند بود و نقش سایر سهامداران که صرفاً در بعضی از بانک‌ها وجود دارند کم‌رنگ است و توجه به سهامداران خرد کمتر است.

۶- میزان دیون و مطالبات مشکوک الوصول نظام بانکی از دولت و مشتریان کلان سیستم بانکی؛ اثرات این مطالبات بر سودآوری یا زیان و حتی ورشکستگی بانک‌ها چگونه محاسبه می‌شود و دولت چقدر خود را ملزم به تسویه این دیون می‌داند و میزان استقلال بانک مرکزی و نظام بانکی در مدیریت این دیون چگونه است. اولین و آخرین راه ما برای نجات از شرایط اقتصادی فعلی، در حوزه تولید بانک، تجارت، قاچاق کالا و هرچه به ذهن برسد شفاف بودن اقتصاد است. اگر اقتصاد ما شفاف بود خیلی از بانک‌های موجود نمی‌توانستند به وجود بیایند که بعد از به وجود آمدنشان بخواهیم بررسی کنیم که آیا ورشکسته‌اند یا نه؟

جمع‌بندی

نتیجتاً اگر اقتصاد شفاف بود خیلی از بانک‌ها موجودیت وجودی‌شان از بین می‌رفت ما در یک فضای غیر شفاف اقتصادی بسر می‌بریم که نمودش را در بانک‌ها مشاهده می‌کنیم صندوق‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری به‌ظاهر دارای مجوز از بانک مرکزی اما با عملکردی خلاف عملکردهای مجاز و در هیچ کشوری این تعداد بانک را مشاهده نخواهید کرد که دولت باید از حالت مداخله‌گرانه به یک دولت سیاست‌گذار تبدیل شود.

در حال حاضر ضرورت افزایش شفافیت در حوزه بانکی در ایران بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود چراکه به‌واسطه افزایش شفافیت احتمال وقوع بحران و هراس بانکی کاهش یافته و نهادهای نظارتی قادر به سیاست‌گذاری و نظارت مؤثر خواهند بود. ●

منابع:

میثم کریمی، ۱۸ فروردین، ۱۳۹۶ خبرگزاری ایبنا، کد خبر: ۱۷۸۹۲.
مسعود محمدخانی، ۲۵ دی ۱۳۹۵، روزنامه دنیای اقتصاد، کد خبر: ۱۰۸۶۷۴۹.

محمد اسحق سهرابی، ۲۶ شهریور ۱۳۸۵، روزنامه اعتماد، کد خبر: ۱۶۹۱۹.

عبدالمهدی ارجمندنژاد (مترجم)، آذر ۱۳۸۵، اصول ۲۵ گانه برای نظارت بانکی مؤثر، اداره مطالعات و مقررات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.

Baraljk.(2005) Health-up of commercial banks in the france work of CAMEL: A case study of joint wentare banks .in Nepal

است توضیحاتی ارائه کند این اطلاعات شامل ساختار مدیریت ریسک، مدل ارزش‌ها، فرایند اعتبارسنجی و ابزارهای کاهنده ریسک (پرتفوی و تائوق) می‌شود.

۴- مقدار منابع در معرض ریسک: با استفاده از اطلاعات این بخش ذینفعان و کاربران اطلاعات بانک خواهند توانست از مقدار منابع در معرض ریسک اطلاع پیدا کرده و نسبت به آینده بانک پیش‌بینی انجام دهند. اطلاعات این بخش باید به تفکیک دارایی‌های ترازنامه‌ای و خارج از ترازنامه باشد.

۵- رویه حسابداری موجود: افشای رویه‌های استفاده‌شده در گزارش صورت‌های مالی خواننده را به شیوه نگرش بانک آگاه کرده و این امکان را به وی می‌دهد که تعدیلات لازم برای مواردی که صورت‌های مالی تصریح نشده را انجام دهد. اطلاعات نیازمند این بخش مواردی نظیر اصول کلی حسابداری و مبنای گزارش‌گیری بانک در مواردی مانند تلفیق، شناسایی درآمد، شناسایی زیان، تعیین ذخایر، ارزش‌گذاری اوراق بهادار سرمایه‌گذاری شده، تعدیلات ارزی و غیره اشاره دارد.

۶- اطلاعات کاری، مدیریت و حاکمیت شرکتی: هدف از افشای این‌گونه اطلاعات، شناخت خواننده از وضعیت بانک در بازارهای موجود، استراتژی اخذشده و توان مدیریت بانک است. به‌صورت جزئی، شفافیت در مورد اطلاعاتی مانند ساختار هیئت‌مدیره، ساختار مدیران ارشد و ساختار صنفی موردنیاز است.

ضرورت ویژه شفافیت بانکی در ایران

ضرورت شفافیت در عملکرد بانک‌ها در ایران به دلیل ویژگی‌های خاص اقتصادی بیشتر است چراکه:

۱- تعامل با دنیا؛ بانک‌ها برای اینکه بتوانند با بانک‌های دنیا تعامل داشته باشند باید خودشان را با استانداردهای روز دنیا مطابقت دهد در این بین یکی از شاخص‌های استانداردسازی، شفافیت مالی در نظام بانکی است که باید رعایت شود و بایستی درآمد و هزینه کرد بانک‌ها کاملاً مشخص باشد و عملکرد قابل قبولی داشته باشد.

۲- شفافیت در پرداخت تسهیلات؛ اگر فعالیت بانک‌ها به‌گونه‌ای باشد که تسهیلاتی که پرداخت می‌شود با نظارت کامل و بر اساس پیشرفت فیزیکی طرح‌ها در زمان مشخص شده به بهره‌برداری برسند و به عبارتی تخصیص منابع بر اساس اصول صحیح و توجیه‌پذیری فنی، مالی و اقتصادی باشد باعث شفافیت عملکرد می‌شود.

۳- ساماندهی مؤسسات مالی و اعتباری؛ که وجود آن‌ها در سال‌های اخیر باعث بی‌انضباطی مالی و رقابت ناسالم در شبکه بانکی شده است و می‌طلبد با تشکیل کارگروهی متخصص از کارشناسان بانک مرکزی و وزارت اقتصاد نسبت به ادغام آن‌ها در شبکه بانکی پس از کار کارشناسی اقدام گردد.

۴- تخلف بعضی از بانک‌ها در رابطه با اعمال نرخ‌های سود بیش از مبلغ تعیین‌شده توسط بانک مرکزی و ارائه طرح‌هایی که باعث بی‌نظمی در نرخ‌های تعیین‌شده شورای پول و اعتباری بانک

مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی اتاق کرمان؛

نگاهی متمایز

مسعود رشیدی‌نژاد

رئیس مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی اتاق



«تدوین مدل تسهیل سرمایه‌گذاری در استان»، «تدوین مدل پایش فضای کسب و کار»، «تدوین مدل توسعه و تقویت تشکل‌های اقتصادی»، «ارزیابی اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی خانه‌های بومگردی» و چندین پروژه مطالعاتی دیگر بوده است. هدف سوم از طریق واحد آموزش به صورت شناسایی نیازهای آموزشی فعالان کسب و کار و ارائه آموزش‌های لازم به بهترین شیوه ممکن به ایشان انجام می‌شود و خروجی این اقدام تاکنون حدود نود هزار نفر ساعت آموزش بوده است. همچنین این هدف در واحد نشر از طریق معرفی و انتشار نتایج اقدامات مرکز در قالب فصلنامه‌های پژوهشی در حال انجام است و نهایتاً هدف چهارم از مسیر واحد آمار و با محوریت ایجاد، استقرار و به روز رسانی بانک آمار و اطلاعات مورد نیاز فعالان اقتصادی، ارائه تحلیل‌های مورد نیاز و پایش ملی محیط کسب و کار، شناسایی موانع کسب و کار استان به تفکیک بخش‌های صنعت، کشاورزی و خدمات و همچنین رشته فعالیت‌های اقتصادی در حال ساماندهی است.

همواره سعی پرسنل این مرکز وفاداری به ارزش‌های سازمانی بوده به طوری که همکاری، مشارکت، کار تیمی، صداقت، شفافیت، احترام متقابل، تعهد سازمانی، نظم و انضباط، خردورزی، یادگیری، دانش‌افزایی، خلاقیت و نوآوری فرهنگ غالب بر فضای کاری این مرکز می‌باشد.

نمونه‌ای از اقدامات مرکز مطالعات اتاق در همین شماره از فصلنامه به طور خلاصه آمده و امید است که درک تفکر زیربنایی این اقدامات،

راهگشای مسیر مطالعاتی مراکز تحقیقاتی سایر اتاق‌ها گردد. ●

مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی اتاق کرمان با هدف تقویت بخش خصوصی و کمک به فرایند توسعه اقتصادی استان در اسفندماه سال ۱۳۹۰ با تصمیم هیات ریسه محترم دور هفتم پایه‌گذاری شده و از سال ۱۳۹۱ به طور رسمی کار خود را آغاز نموده است. این مرکز همواره سعی کرده در راستای دستیابی به چشم‌انداز اتاق یعنی «ایفای نقش موثر در راهبری اقتصادی استان» سهم خود را ادا کند و در این راه استراتژی بهبود محیط کسب و کار و تقویت فرهنگ نوآوری، کارآفرینی و رقابت‌پذیری را در اولویت اقدامات خود قرار داده است. اهداف تعیین شده برای این مرکز به شرح زیر است:

۱. ایجاد بستر مناسب برای هدایت و تقویت تشکل‌های فکری و اقتصادی و بهره‌برداری موثر از ظرفیت‌های مراکز علمی و پژوهشی،
۲. ریشه‌یابی عدم توسعه کسب و کارهای استان و دستیابی به یک مدل کارآمد از طریق پژوهش‌های عملیاتی،
۳. ارتقا و به‌روزرسانی سطح آگاهی و دانش متولیان حوزه کسب و کار بخش خصوصی،
۴. تسهیل دسترسی به آمار و اطلاعات صحیح مورد نیاز حوزه کسب و کار بخش خصوصی.

این اهداف در قالب اقدامات برنامه‌ریزی شده توسط چهار واحد پژوهش، آموزش، آمار و نشر در حال پیگیری است. در بخش پژوهش هدف اول و دوم از طریق انجام پروژه‌های تحقیقات کاربردی و مهم متناسب با نیازهای فضای کسب و کار کشور و استان دنبال می‌شود و خروجی آن انجام پژوهش‌های «تدوین نقشه راه انرژی استان»،



{گزارش}

پایش محیط کسب و کار

محمد امین عبدالله نژاد
کارشناس آمار مرکز مطالعات و
پژوهش‌های اقتصادی اتاق



مقدمه

محیط کسب و کار را به مجموعه عواملی گفته می‌شود که بر عملکرد یا اداره بنگاه‌های اقتصادی مؤثرند اما تقریباً خارج از کنترل مدیران بنگاه‌ها قرار دارند؛ عواملی نظیر قوانین و مقررات، مالیات، تأمین مالی از بانک‌ها و... که در کشورها و مناطق جغرافیایی گوناگون، در هر رشته کاری و نیز در طول زمان متفاوت هستند. امروزه، بهبود محیط کسب و کار یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه اقتصادی هر کشور به شمار می‌رود و علاوه بر آن هرچه محیط کسب و کار یک کشور شرایط بهتری داشته باشد، بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بیشتر و هر چه بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در جامعه‌ای بیشتر باشد، عملکرد اقتصاد آن کشور و خلق ارزش و ثروت در آن جامعه نیز بیشتر می‌شود. با این حال بهبود محیط کسب و کار، نیازمند برنامه ریزی و سیاست‌گذاری مطلوب است، که دستیابی به این مهم نیازمند وجود فرایندی مستمر برای پایش و سنجش وضعیت محیط کسب و کار هر کشور است. با پایش مستمر محیط کسب و کار می‌توان موقعیت کنونی شرایط کسب و کار و عوامل مؤثر بر آن را شناخت و همچنین مشکلات و موانع کسب و کارها را جهت تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و رفع موانع استخراج کرد.

محیط کسب و کار عمدتاً در حوزه بنگاه‌های کوچک و متوسط بررسی و مطالعه می‌شود، زیرا بنگاه‌های بزرگ تا حدودی می‌توانند با صرف هزینه‌هایی مانند تبلیغات برای تغییر فرهنگ مصرفی و لابی کردن در محافل سیاستگذاری، عوامل خارجی مؤثر بر اداره و عملکرد بنگاه‌هایشان را مهار کنند، اما بنگاه‌های کوچک و متوسط چنین قابلیتی ندارند و به همین دلیل بهبود محیط کسب و کار برای بنگاه‌های کوچک و متوسط اهمیت زیادی دارد.

پیشینه طرح پایش ملی محیط کسب و کار

طرح پایش ملی محیط کسب و کار همسو با کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه برای اولین بار توسط مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در سال ۱۳۸۹ معرفی گردید. گروه مطالعات محیط کسب و کار مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در ابتدای

تشکیل در زمستان ۱۳۸۸ براساس تعریف جهانی محیط کسب و کار از حدود ۸۰ تشکل اقتصادی سراسر کشور شامل اتاق‌های بازرگانی، صنایع و معادن، انجمن‌های مدیران صنایع، شوراهای اصناف، خانه‌های صنعت و معدن و کانون‌های عالی کارآفرینی، درخواست کرد تا مجموعه عواملی که بر عملکرد و اداره بنگاه‌های زیر مجموعه خود مؤثرند اما خارج از کنترل مدیران بنگاه‌ها هستند را معرفی کنند. طی سه مرحله نظر خواهی مکرر از جامعه آماری یاد شده، در طول بهمن ماه ۱۳۸۸ تا خرداد ۱۳۸۹، مجموعاً ۲۳ عامل یا مؤلفه کسب و کار ایران شناسایی و بر آن‌ها اجماع حاصل شد. پس از تعریف ۲۳ مؤلفه استخراجی در قالب سوالات پرسشنامه به ۲۳۲ تشکل اقتصادی سراسر کشور ارسال و پس از جمع‌آوری آنها تحلیل‌های آماری بر روی آنها صورت گرفته شده است. از مهمترین ضعف‌های این طرح می‌توان این موضوع را بیان کرد که نتایج استخراجی دیدگاه تشکل‌های اقتصادی بوده و نمی‌توان آن را به دیدگاه فعالان اقتصادی سراسر کشور بسط داد و همچنین هیچ روش کنترل طرح آمارگیری و راستی‌آزمایی داده‌ها بر روی اطلاعات صورت نمی‌پذیرفت. نوسان شدید نمره کسب و کار ایران در طول سال‌ها و فصل‌های مختلف نشان دهنده عدم وجود پایایی در طرح آمارگیری می‌باشد. پس از تصویب قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار مجری طرح، شاخص آن و روش اجرا تغییر گردید.

قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار در سال ۱۳۹۰، توسط مجلس شورای اسلامی تصویب شد. در ماده ۴ این قانون، اتاق‌های بازرگانی، اصناف و تعاون موظفند شاخص‌های ملی محیط کسب و کار در ایران را تدوین و به‌طور سالانه و فصلی حسب مورد به تفکیک استان‌ها، بخش‌ها و فعالیت‌های اقتصادی سنجش و اعلام نمایند. مطابق با همین مأموریت، مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با همکاری اتاق‌های اصناف و تعاون ایران اقدام به برنامه ریزی برای جمع‌آوری اطلاعات و محاسبه شاخص ملی محیط کسب و کار ایران بر اساس ۷۰ مؤلفه پیمایشی و آماری کرده است که مؤلفه‌ها از

۱۶. ضعف نظام توزیع و مشکل در رساندن محصول به بازار
۱۷. عرضه کالاهای قاچاق و رقابت غیرمنصفانه محصولات خارجی و داخلی در بازار ایران
۱۸. فقدان یا نقص ارتباطات پسینی، پیشینی و خوشه های تولید
۱۹. قیمت گذاری و دخالت های غیرمنطقی نهادهای حاکمیتی در بازار
۲۰. کارگری عمومی و استقبال نیروی کار از تعطیلی روزهای کاری
۲۱. کمبود تقاضای مؤثر در بازار
۲۲. کمبود فناوری های مورد نیاز
۲۳. کمبود نیروی کار ماهر
۲۴. محدودیت های دسترسی به ارتباطات (تلفن همراه و اینترنت)
۲۵. محدودیت دسترسی به برق
۲۶. محدودیت دسترسی به سوخت (گاز، گازوئیل و...)
۲۷. مفاسد مالی و اداری در دستگاه های حکومتی
۲۸. موانع اداری کسب و کار (ادارات و دستگاه های اجرایی مرتبط با کسب و کار)
- ب : مؤلفه های آماری:**
- مؤلفه های آماری آن دسته از اطلاعات می باشد که ۲۳ دستگاه های اجرایی کشور بایستی گزارش دهند که به دو دسته محیط نهادی و محیط اقتصادی تقسیم می شوند.
- محیط نهادی :**
۱. محیط سیاسی (تأثیر عوامل سیاسی - امنیتی بر اداره بنگاه ها)
 ۲. محیط علمی - آموزشی (مهارت و تحصیلات نیروی انسانی)
 ۳. محیط فرهنگی (فرهنگ، رضایتمندی و فرهیختگی نیروی انسانی)
 ۴. فناوری و نوآوری
 ۵. محیط قانونی و حقوقی (حاکمیت قانون، تضمین های حقوق مالکیت و عملکرد دادگستری)
 ۶. ساختار و عملکرد دولت
- محیط اقتصادی :**
۷. محیط کلان (ثبات اقتصادکلان، ساختارهای اشتغال)
 ۸. محیط مالی (تأمین مالی)
 ۹. محیط جغرافیایی (زیرساخت ها، ظرفیت های اقلیمی و استانی)
 ۱۰. ساختار تولید (انحصار، خوشه ها، وابستگی به مواد اولیه)
- روش اجرای طرح پایش ملی محیط کسب و کار**
- همانطور که گفته شد پیرو قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار، اتاق های بازرگانی، تعاون و اصناف مجری طرح پایش و سنجش شاخص ملی محیط کسب و کار تعریف شده اند. از آنجایی که هدف این طرح پایش در دوره های زمانی فصلی و به تفکیک رشته فعالیت اقتصادی می باشد، اتاق بازرگانی ایران در پایان هر فصل براساس نمونه گیری چرخشی از حجم جامعه اعضای اتاق بازرگانی، تعاون و اصناف فعالان اقتصادی را انتخاب و لیست اسامی آن ها را به همراه اطلاعات تماس به اتاق های بازرگانی، تعاون و اصناف سراسر کشور جهت جمع آوری آمار و اطلاعات ارائه می نماید. در جدول زیر حجم نمونه در سطح کشور و استان کرمان ارائه شده است:

نتایج اجرای طرح مطالعاتی در همین خصوص به دست آمده اند. اطلاعات ۲۸ مؤلفه پیمایشی از روش تکمیل پرسشنامه با همکاری فعالان اقتصادی (تعیین شده با روش های نمونه گیری) به دست می آید و برای کسب اطلاع درمورد ۴۲ مؤلفه آماری از منابع اطلاعاتی و آمار رسمی کشور استفاده می شود و در نهایت، شاخص های ملی پایش محیط کسب و کار ایران به تفکیک ملی، استان، بخش های عمده و رشته فعالیت های اقتصادی محاسبه شده اند.

معرفی مؤلفه های طرح پایش

مطابق مدل ارائه شده برای بررسی محیط کسب و کار در ایران، شاخص ملی محیط کسب و کار از طریق انجام محاسبات بر روی ۷۰ نماگر که شامل ۲۸ مؤلفه پیمایشی و ۴۲ مؤلفه آماری که از عوامل مختلف و قابل احصای مؤثر بر اداره واحدهای تولیدی در ایران معرفی شده است، حاصل می شود. مؤلفه های پیمایشی و آماری این طرح به شرح ذیل می باشد :

الف : مؤلفه های پیمایشی:

اطلاعات مربوط به مؤلفه های پیمایشی از طریق پرسشنامه الکترونیکی که شامل ۲۸ سوال با طیف نمره ۱۰ می باشد جمع آوری می شود :

۱. عدم استقبال همکاران و مشتریان از نوآوری و ابتکار در ارائه خدمات و محصولات
۲. برداشت های سلیقه ای و غیرقابل پیش بینی مأموران (برق، گاز، محیط زیست، تأمین اجتماعی و...) از قوانین و مقررات
۳. بی تعهدی طرف های قرارداد (دولتی یا خصوصی) به ایفای تعهدات و وعده هایشان
۴. بی ثباتی سیاست ها، مقررات و رویه های اجرایی ناظر به کسب و کار
۵. بی ثباتی و غیرقابل پیش بینی بودن قیمت ها (مواد اولیه و محصولات)
۶. رویه های سختگیرانه در ادارات کار و بیمه برای مدیریت نیروی انسانی
۷. تمایل شهروندان به خرید کالاهای خارجی و بی رغبتی به خرید محصولات ایرانی
۸. تولید و عرضه نسبتاً آزاد کالاهای غیر استاندارد و تقلبی در بازار
۹. رقابت غیرمنصفانه شرکت ها و مؤسسات دولتی یا شبه دولتی در بازار
۱۰. رویه های غیرمنصفانه و ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات
۱۱. دشواری تأمین مالی از بانک ها
۱۲. فقدان یا شفاف نبودن اطلاعات مورد نیاز برای فعالیت اقتصادی
۱۳. ضعف زیرساخت های حمل و نقل (جاده ای، ریلی، هوایی، دریایی و بندری)
۱۴. ضعف دادگاه ها در رسیدگی به شکایات و پیگرد مؤثر متجاوزان به حقوق دیگران
۱۵. وجود انحصار، امتیاز یا هرنوع رانت به یک یا تعدادی از رقبا در بازار

حجم نمونه				
دوره آمارگیری	پاییز ۹۵	زمستان ۹۵	بهار ۹۶	تابستان ۹۶
حجم نمونه کشوری	۷۹۹۰	۴۰۲۷	۳۸۷۶	۳۶۶۴
حجم نمونه استان کرمان	۲۵۷	۱۴۱	۱۶۶	۱۶۰

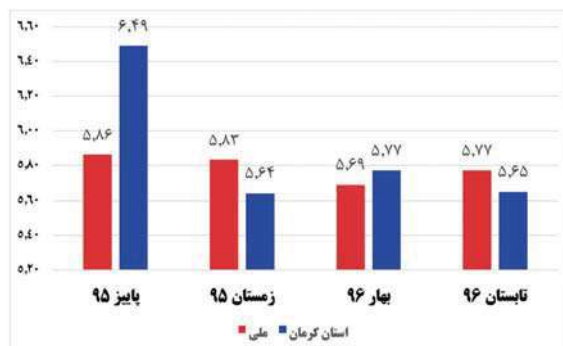
در ابتدای طرح به تمام فعالان اقتصادی حجم نمونه پیامکی با موضوع شرکت در طرح پایش ملی محیط کسب و کار ارسال و از آن ها خواسته می شود تا از طریق وبسایت این طرح و با رویکرد آمارگیری کامپیوتری (CAWI) نظرات خود را در خصوص سئوالات این طرح ثبت نمایند. پس از گذشت ۲ هفته از شروع طرح آمارگیری با فعالان اقتصادی که هنوز در این طرح شرکت نکرده اند تماس گرفته می شود و سئوالات با رویکرد آمارگیری تلفنی (CATI) از آنها پرسیده می شود. زمان اجرای این طرح ۳۰ روز کاری می باشد که پس از آن نتایج آن چاپ و برای فعالان اقتصادی و سیاستگذاران اقتصادی در سطح کشور و استان ارسال می شود.

تحلیل آماری:

نتایج و تحلیل های ۴ دوره (سال) طرح پایش ملی محیط کسب و کار در دو سطح ملی و استان کرمان استخراج گردیده است. برای مقایسه بهتر محیط کسب و کار در این دو سطح جغرافیایی، نتایج در کنار هم ارائه می شود. از آنجایی که این طرح پایشی از نوع نمونه گیری می باشد، برای بسط دادن آن به کل جامعه فعالان اقتصادی باید از اصول و آزمون های استنباط آماری استفاده شود.

بررسی شاخص ملی و استانی محیط کسب و کار

شاخص ملی و استانی محیط کسب و کار				
	پاییز ۹۵	زمستان ۹۵	بهار ۹۶	تابستان ۹۶
ملی	۵/۸۶	۵/۸۳	۵/۶۹	۵/۷۷
استان کرمان	۶/۴۹	۵/۶۴	۵/۷۷	۵/۶۵



فعالان اقتصادی منتخب در حجم نمونه در دوره اول اجرا یعنی پاییز ۹۵ به علت عدم آشنایی با این طرح و فواید آن، مشارکت قابل توجهی نداشته و این طرح نتوانست به سطح اطمینان لازم برسد به همین دلیل اختلاف فاحشی بین نتایج این دوره و دوره های بعدی وجود دارد. در دوره های بعدی اجرا یعنی زمستان ۹۵، بهار ۹۶، تابستان ۹۶ میزان مشارکت فعالان اقتصادی بطور چشمگیری افزایش یافت. بطور کلی شاخص محیط کسب و کار در سطح ملی و استان کرمان باهم اختلاف فاحشی ندارند و هر دو آنها از سطح میانگین کل یعنی عدد ۵ بالاتر است که نشان دهنده نامساعد بودن محیط کسب و کار برای فعالان اقتصادی می باشد.

تحلیل آماری:

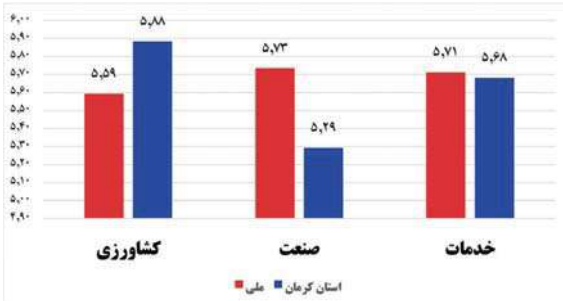
با توجه به اینکه این اطلاعات با روش نمونه گیری جمع آوری شده است و برای بسط دادن آن به کل جامعه فعالان اقتصادی بایستی از روش های استنباط آماری استفاده شود. آزمون آماری استفاده شده نشان دهنده این موضوع است که اختلاف معناداری چه برای شاخص ملی محیط کسب و کار و در دوره های مختلف و چه شاخص استانی محیط کسب و کار در دوره های مختلف وجود ندارد و میتوان دوره ها را یک دوره فرض کرد که میانگین شاخص نشان دهنده نمره محیط کسب و کار در طول این یکسال می باشد. در نتیجه می توان گفت شاخص ملی محیط کسب و کار نمره ۵/۷۸ و شاخص استانی محیط کسب و کار نمره ۵/۸۸ را کسب کرده است که نمره استانی این شاخص حدود ۲ درصد از ملی بالاتر است که نشان دهنده اوضاع نابسامان تر محیط کسب و کار استان کرمان نسبت به میانگین کشوری می باشد.

بررسی شاخص ملی و استانی محیط کسب و کار به تفکیک بخش های عمده اقتصادی

شاخص ملی و استانی محیط کسب و کار به تفکیک بخش های عمده اقتصادی			
	کشاورزی	صنعت	خدمات
ملی	۵/۵۹	۵/۷۳	۵/۷۱
استان کرمان	۵/۸۸	۵/۲۹	۵/۶۸

به منظور بررسی دقیق تر این شاخص و تفاوت معنادار در سطح ملی و استانی، این شاخص در سه بخش عمده اقتصادی یعنی کشاورزی، صنعت و خدمات مورد بررسی قرار گرفته است. اولویت های نامساعدترین محیط های کسب و کار در سطح ملی به شرح ذیل می باشد: در رتبه اول محیط کسب و کار در بخش صنعت با نمره ۵/۷۳، در رتبه دوم محیط کسب و کار در بخش خدمات با نمره ۵/۷۱ و در رتبه سوم محیط کسب و کار در بخش کشاورزی با نمره ۵/۵۹ قرار دارد. در سطح استان کرمان اوضاع جور دیگری است به طوری که نامساعدترین محیط کسب و کار در استان کرمان مربوط به بخش کشاورزی و سپس بخش خدمات و در آخر بخش صنعت می باشد.

1. Computer Assisted Web Interviewing
2. Computer Assisted Telephone Interviewing



تحلیل آماری:

به منظور بررسی وجود تفاوت معنادار در بخش های عمده اقتصادی این شاخص، از آزمون آماری استفاده شده است. نتیجه این آزمون نشان می دهد که در سطح ملی اختلاف معنادار وجود ندارد و هر سه بخش دارای شرایط محیطی یکسان می باشند. ولی در سطح استان کرمان نتیجه آزمون نشان می دهد که تفاوت معناداری بین سه بخش وجود دارد به طوریکه می توان بخش کشاورزی و خدمات را در دسته نامساعدترین محیط کسب و کار و بخش صنعت را در دسته مساعدترین محیط کسب و کار در نظر گرفت.

نکته قابل توجه، فراوانی بسیار زیاد فعالان اقتصادی بخش کشاورزی و خدمات می باشد به طوری که در بخش کشاورزی حدود ۲۵۰ هزار بهره برداری کشاورزی در سطح استان کرمان وجود دارد که این رقم حدود ۱۱۰ برابر فعالان اقتصادی بخش صنعت می باشد.

بررسی مهم ترین موانع کسب و کار بیان شده توسط فعالان اقتصادی

مهم ترین موانع کسب و کار بیان شده توسط فعالان اقتصادی			
بخش	اولویت	ملی	استان کرمان
کشاورزی	دشواری تأمین مالی بانکها	۷/۷۳	۸/۲۵
	بی ثباتی و غیرقابل پیش بینی بودن قیمت ها	۷/۰۶	۶/۸۳
	بی تعهدی طرف های قرارداد به ایفای تعهدات و وعده های شان	۶/۹۱	-
	فقدان یا شفاف نبودن اطلاعات مورد نیاز برای فعالیت اقتصادی	-	۷/۱
صنعت	دشواری تأمین مالی بانکها	۷/۴۹	۷/۱۸
	بی ثباتی و غیرقابل پیش بینی بودن قیمت ها	۷/۳۸	-
	رویه های غیرمنصفانه و ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات	۷/۰۷	-
	بی تعهدی طرف های قرارداد به ایفای تعهدات و وعده های شان	-	۶/۸
خدمات	دشواری تأمین مالی بانکها	۷/۵۱	۷/۴۵
	رویه های غیرمنصفانه و ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات	۷/۰۱	۶/۹۸
	بی ثباتی و غیرقابل پیش بینی بودن قیمت ها	۶/۹	-
	بی تعهدی طرف های قرارداد به ایفای تعهدات و وعده های شان	-	۷/۲

در بخش کشاورزی دشواری تأمین مالی از بانک ها و بی ثباتی و غیرقابل پیش بینی بودن قیمت ها در سطح ملی و استان کرمان مشترک می باشد، ولی فعالان اقتصادی بخش کشاورزی مانع فقدان یا شفاف نبودن اطلاعات مورد نیاز برای فعالیت اقتصادی را اولویت دوم خود می دانستند.

در بخش صنعت تنها، مانع دشواری تأمین مالی بانک ها در سطح ملی و استانی مشترک می باشد و فعالان اقتصادی صنعت در سطح ملی با موانعی همچون بی ثباتی و غیرقابل پیش بینی بودن قیمت ها و رویه های غیرمنصفانه و ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات مواجه هستند. در سطح استان کرمان اوضاع جور دیگری است به طوری که موانع بی تعهدی طرف های قرارداد به ایفای تعهدات و وعده های شان و رویه های سختگیرانه در ادارات کار و بیمه از موانع کسب و کار این بخش بیان شده است.

دشواری تأمین مالی از بانک ها و رویه های غیر منصفانه و ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات در بخش خدمات در سطح ملی و استان کرمان مشترک می باشند، ولی فعالان اقتصادی بخش خدمات کل کشور بی ثباتی و غیرقابل پیش بینی بودن قیمت ها را از موانع عمده کسب و کار خود می دانند. این در حالی است که فعالان اقتصادی این حوزه در سطح استان کرمان بی تعهدی طرف های قرارداد به ایفای تعهدات و وعده های شان را از موانع کسب و کار خود می دانند.

تحلیل آماری:

اگر بخواهیم نگاه دقیق تری به موانع کسب و کار در بخش های عمده اقتصادی (کشاورزی، صنعت و خدمات) داشته باشیم به ۶ مانع اصلی برخورد می کنیم: ۱- دشواری تأمین مالی از بانک ها ۲- رویه های غیر منصفانه و ناعادلانه ممیزی و مالیات ۳- فقدان و عدم شفافیت اطلاعات برای فعالان اقتصادی ۴- بی ثباتی و غیرقابل پیش بینی بودن قیمت ها ۵- بی تعهدی طرف های قرارداد به ایفای تعهدات و وعده های شان ۶- رویه های سختگیرانه

در ادارات کار و بیمه، در ذیل به تحلیل ۳ تا از مهم‌ترین موانع کسب و کار استان می‌پردازیم:

- **دشواری تأمین مالی از بانک‌ها:** این مؤلفه و مانع در تمام بخش‌های اقتصادی کشور و استان مشترک می‌باشد. نمره این مؤلفه برای بخش کشاورزی استان کرمان بسیار بالاتر از بخش صنعت و خدمات می‌باشد. از آنجایی که تأمین مالی پاشنه آشیل هر بنگاه اقتصادی می‌باشد این مانع موجب سوق بخش کشاورزی به سمت ورشکستگی است. در رتبه بعد بخش خدمات وجود دارد که با توجه به وجود دو مانع کسب و کار دیگر یعنی رویه ناعادلانه مالیات و عدم پابندی طرف‌های قرارداد به وعده‌هایشان این بخش نیز با ورشکستگی بخاطر مشکل تأمین مالی بطور جد مواجه است. نمره دشواری تأمین مالی از بانک‌ها در بخش صنعت به مراتب مساعدتر از سایر بخش‌ها می‌باشد ولی تا شرایط مناسب این مؤلفه فاصله بسیاری وجود دارد.
- **بی‌تعهدی طرف‌های قرارداد به ایفای وعده‌هایشان:** این مؤلفه در بخش صنعت و خدمات دارای رتبه دوم از نظر مانع کسب و کار است. این دو بخش اقتصادی به علت اینکه عمدتاً کالا و خدمات را بصورت سفارشی طراحی و تولید می‌کنند با عقد قراردادهای کاری و تنظیم وعده‌ها فعالیت می‌کنند. عدم پابندی طرف‌های قرارداد به وعده‌های خود باعث نامساعد ساختن محیط کسب و کار این بخش‌ها شده است.
- **رویه غیرمنصفانه و ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات:** نمره این مؤلفه در بخش کشاورزی به علت معاف بودن این بخش از پرداخت مالیات بسیار مساعد است ولی در بخش صنعت و خدمات اوضاع جور دیگری است. این مانع در رتبه دوم موانع کسب و کار استانی قرار دارد و مشکلات بسیار زیادی را برای فعالان اقتصادی استان بوجود آورده است. به طوری که طبق پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده بعضی از فعالان اقتصادی استان را تا مرز ورشکستگی کشانده است.

بررسی شاخص ملی و استانی محیط کسب‌وکار به تفکیک رشته فعالیت‌های اقتصادی

شاخص ملی	رشته فعالیت	شاخص استانی
۶۰۴	آموزش	۵۲۲
۵۹۳	ساخت‌ها	۵۲۱
۵۸۹	اداری و خدمات پشتیبانی	۵۶۲
۵۸۳	مالی و بیمه	۴۷۸
۵۷۹	حمل و نقل و انبارداری	۵۲۱
۵۷۴	تولید صنعتی	۵۲۶
۵۷۳	صادرات و واردات (عمده فروش و خریده فروشی)	۵۸۱
۵۶۸	فعالیت حرفه‌ای، علمی و فنی	۴۸۱
۵۶۷	استخراج معدن	۵۳۱
۵۶۷	سلامت انسانی و مددکاری اجتماعی	
۵۵۹	کشاورزی (جنگل داری و ماهیگیری)	۵۸۹
۵۵۲	هنر، سرگرمی و تفریح	۵۱۵
۵۴۸	اطلاعات و ارتباطات	۵۲۱
۵۴۷	آبرسانی، مدیریت پسماند، فاضلاب و تصفیه	۵۶۱
۵۲۴	املاک و مستغلات	
۵۲۱	خدمات مربوط به تأمین جا و غذا	۵۹۸
۵۷۷	میانگین	۵۶۵

در سطح ملی مساعدترین محیط کسب و کار مربوط به رشته فعالیت‌های خدمات مربوط به تأمین جا و غذا، املاک و مستغلات و آبرسانی و مدیریت پسماند می‌باشد این درحالی است که نامساعدترین محیط کسب و کار مربوط به آموزش، ساختمان و اداری و پشتیبانی می‌باشد.

در سطح استان کرمان فعالان اقتصادی حوزه فعالیت‌های حرفه‌ای و فنی حرفه‌ای، هنر، سرگرمی و تفریح و حمل و نقل و انبارداری دارای مساعدترین محیط کسب و کار می‌باشند. نامساعدترین محیط کسب و کار استان مربوط به فعالان اقتصادی حوزه خدمات مربوط به تأمین جا و غذا، کشاورزی جنگلداری و ماهیگیری و عمده فروشی و خریده فروشی حوزه صادرات و واردات می‌باشد.

تحلیل آماری:

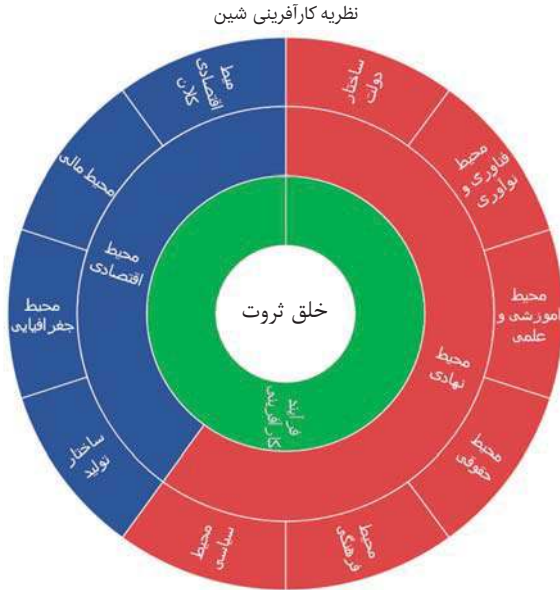
با بررسی‌های صورت گرفته بر روی محیط کسب و کار به تفکیک رشته فعالیت‌های اقتصادی استان، فعالیت‌های خدماتی مربوط به تأمین جا و غذا، کشاورزی، جنگلداری و

ماهیگیری، عمده فروشی و خریده فروشی (صادرات و واردات) نامساعدترین رشته فعالیت‌ها ارزیابی شده است. در ذیل به تحلیل موانع آنها می‌پردازیم:

- **خدمات مربوط به تأمین جا و غذا:** بنگاه‌های اقتصادی فعال در این رشته فعالیت دارای مشکلات و موانع کسب و کار متعددی هستند که ۳ مانع کسب و کاری که بالاترین نمره را در این طرح پایشی کسب کرده‌اند به ترتیب: - دشواری تأمین مالی از بانک‌ها - عدم استقبال همکاران و مشتریان از نوآوری و ابتکار - کمبود فناوری‌های مورد نیاز عنوان شده‌اند.

- **کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری:** این رشته فعالیت تمام فعالان اقتصادی حوزه کشاورزی و پرورش حیوانات را دربر می‌گیرد. ۳ تا از مهم‌ترین موانع کسب و کار ارزیابی شده به ترتیب: - دشواری تأمین مالی از بانک‌ها - فقدان اطلاعات مورد نیاز - بی‌تعهدی طرف‌های قرارداد به ایفای وعده‌های خود است.

- **عمده فروشی و خریده فروشی (صادرات و واردات):** رشته فعالیت عمده فروشی و خریده فروشی، تعمیر وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت، بنگاه‌های اقتصادی زیادی را دربر می‌گیرد ولی در این طرح پایشی بنگاه‌های فعال در حوزه صادرات و واردات مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این بنگاه‌ها نیز همچون دو رشته فعالیت قبل با مشکل تأمین مالی از بانک‌ها مواجه هستند ولی دو مانع جدید در این بخش شناسایی شده است که نمره بسیار بالایی نیز به خود اختصاص داده‌اند. رویه‌های غیرمنصفانه و ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات و همچنین موانع اداری کسب و کار در دستگاه‌های اجرایی دولتی به عنوان مانع کسب و کار این رشته فعالیت اقتصادی شناسایی شده‌اند.

محیط کارآفرینی

یکی دیگر از اهداف این طرح، بررسی محیط کارآفرینی و سهولت کارآفرینی در سطح ملی و استانی است. بدین منظور از شاخص های نظریه کارآفرینی شین استفاده شده است.

نظریه کارآفرینی شین: فرآیند کارآفرینی شامل کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها به منظور معرفی محصولات و خدمات، روش های سازماندهی، بازارها، فرآیندها و مواد اولیه جدید، از طریق تلاش های سازمان یافته ای است که قبلاً صورت نگرفته است.

عوامل کارآفرینی: به منظور ظهور کارآفرینی در یک کشور یا منطقه در نقطه ای از زمان به سه مجموعه از عوامل نیاز است.

الف) ویژگی های فردی افراد: جنبه های متمایز شخصیتی کارآفرینان،
ب) محیط اقتصادی: شرایط بازار مالی و صنعتی که انگیزه ایجاد کرده و فعالیت کارآفرینانه را ممکن می سازد،

ج) محیط نهادی و ارزش های جامعه.

دو محیط اقتصادی و نهادی خود دارای نماگرها و مؤلفه هایی می باشد که در نمودار کارآفرینی شین بطور کامل آمده است.

شاخص محیط کسب و کار براساس شاخص محیط نظریه کارآفرینی شین				
محیط	شاخص ملی محیط	شاخص کل ملی	شاخص استانی محیط	شاخص کل استانی
نهادی	۵/۹۸	۵/۹۲	۶/۳۹	۶/۷۵
اقتصادی	۵/۸۴		۷/۲۷	

بر اساس نظریه کارآفرینی شین، شاخص ملی محیط کسب و کار عدد ۵/۹۲ (عدد ۱۰ بدترین ارزیابی است) را نشان می دهد. به طوری که میانگین ارزیابی محیط نهادی (شامل محیط سیاسی، محیط آموزشی و علمی، محیط فرهنگی، محیط فناوری و نوآوری، محیط حقوقی و ساختار دولت) عدد ۵/۹۸ و میانگین ارزیابی محیط اقتصادی (شامل محیط اقتصاد کلان، محیط مالی، محیط جغرافیایی و ساختار تولید) عدد ۵/۸۴ را نشان می دهد. در بررسی استانی شاخص محیط کسب و کار نظریه کارآفرینی شین رقم ۶/۷۵ می باشد به طوری که رقم ۶/۳۹ معرف محیط نهادی و رقم ۷/۲۷ معرف محیط اقتصادی می باشد. هر دو شاخص محیط نهادی و اقتصادی از میانگین کشوری بالاتر می باشند و نکته قابل توجه، محیط اقتصادی می باشد که از شاخص ملی ۲۵٪ بیشتر است و این نشان دهنده اهمیت این شاخص و نامساعد بودن آن در سطح استان کرمان می باشد.

بطور کلی شاخص کارآفرینی شین در سطح استان کرمان نسبت به سطح ملی بسیار بالاتر است و با بررسی صورت گرفته در سطح متغیرهای این شاخص، مانع محیط مالی به عنوان اصلی ترین عامل پدیدآورنده این اختلاف استخراج گردیده است. محیط مالی در استان کرمان عدد ۹/۷ می باشد که این رقم اگر به عدد ۱۰ برسد نشان دهنده این موضوع است که در آینده اکثر کارآفرینی های صورت گرفته از طریق مشکلات مالی ورشکست خواهند شد. نتیجه گیری: همانطور که گفته شد شاخص محیط کسب و کاری از مهم ترین شاخص ها در سطح بین املی، کشور ایران و همچنین استان کرمان می باشد. این شاخص از دو جهت دارای اهمیت می باشد. اولاً سرمایه گذاران خارجی و داخلی برای شناخت محیط کسب و کار و عوامل موثر بر محیط کسب و کار مدنظر خود این شاخص را تجزیه و تحلیل می کنند و بر اساس این شاخص، مساعد و یا نامساعد بودن کشور و استان مورد هدف را مورد ارزیابی قرار می دهند. ثانیاً، کاربرد دیگر این شاخص برای رصد فضای کسب و کار و شناخت موانع کسب و کار توسط مسئولین و سیاستگذاران می باشد. طبق بررسی های صورت گرفته در دو سطح کشور ایران و استان کرمان تقریباً نتایج یکسانی بدست آمده است. بطور خلاصه می توان دشواری تأمین مالی از بانک ها، رویه های غیرمنصفانه و ناعادلانه مالیات، بی ثباتی قیمت ها، وجودبازار کالاهای غیر استاندارد در کشور، بی تعهدی طرف های قرارداد به وعده هایشان و همچنین عدم وجود آمار و اطلاعات مورد نیاز فعالان اقتصادی را مهم ترین موانع کسب و کار چه در سطح ملی و چه در سطح استان کرمان در نظر گرفت. دشواری تأمین مالی به عنوان بزرگترین چالش در کشور برای فعالان اقتصادی شناخته شده است. عدم آشنایی فعالان اقتصادی با انواع روش تأمین مالی و عدم وجود طرح های حمایتی کاربردی برای آنها باعث بوجود آمدن این موانع کسب و کار شده است.

از آنجایی که شفاف سازی راه جلب اعتماد مردم و فعالان اقتصادی می باشد اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی در صدد راه اندازی بانک آمار و اطلاعات اقتصادی استان کرمان می باشد که می تواند مشکلات قابل توجهی از فعالان به ویژه موانع عدم وجود آمار و اطلاعات برای آنها را حل و فصل کند. با توجه به مشخص شدن موانع کسب و کار استان کرمان و همچنین مشکلات و معضلات فعالان اقتصادی استان امید است مدیران ارشد استان و

دستگاه های اجرایی نسبت به رفع این موانع تدابیر لازم را بیاندیشند.

شاه‌کلید تسهیل فرایند سرمایه‌گذاری در استان کرمان

< بتول علیزاده

کارشناس پژوهش مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی اتاق



- تسهیل تبادل اطلاعات و هماهنگی میان سرمایه‌گذار و مؤسسات درگیر پروژه و سازمان‌های دولتی مرتبط،
- شناسایی و معرفی فرصت‌ها و پتانسیل‌ها سرمایه‌گذاری به صورت کلی.

جزء دوم: مرکز مشاوره تخصصی؛ مرکزی متشکل از کارشناسان مجرب و باسابقه بخش‌های دولتی و خصوصی، رؤسای کمیسیون‌های تخصصی اتاق‌های بازرگانی، کارشناسان مجرب تشکلهای اقتصادی، خبرگان اقتصادی و متخصصین حوزه‌های حقوقی، تأمین مالی، امور بیمه‌ای، مالیاتی، زیست‌محیطی و حتی مسائل فنی و تولیدی که در زمینه‌های مختلف به فعالان اقتصادی و کسانی که قصد ورود به عرصه کسب‌وکار را دارند، مشاوره تخصصی ارائه می‌کنند.

جزء سوم: مرکز آمار و اطلاعات سرمایه‌گذاری؛ این مرکز مشابه با دفتر آمار و اطلاعات سازمان مایدا در مالزی با گردآوری آمار و اطلاعات مکتوب و مستند از مراکز آماری معتبر کشور و استان، مؤسسات تحقیقاتی و پژوهشی، تشکلهای اقتصادی، سازمان‌های دولتی، دانشگاه‌ها و سایر مراکز مرتبط، گزارش‌های موثق و کارشناسی شده موردنیاز فعالان اقتصادی را فراهم می‌کند و در اختیار ایشان می‌گذارد.

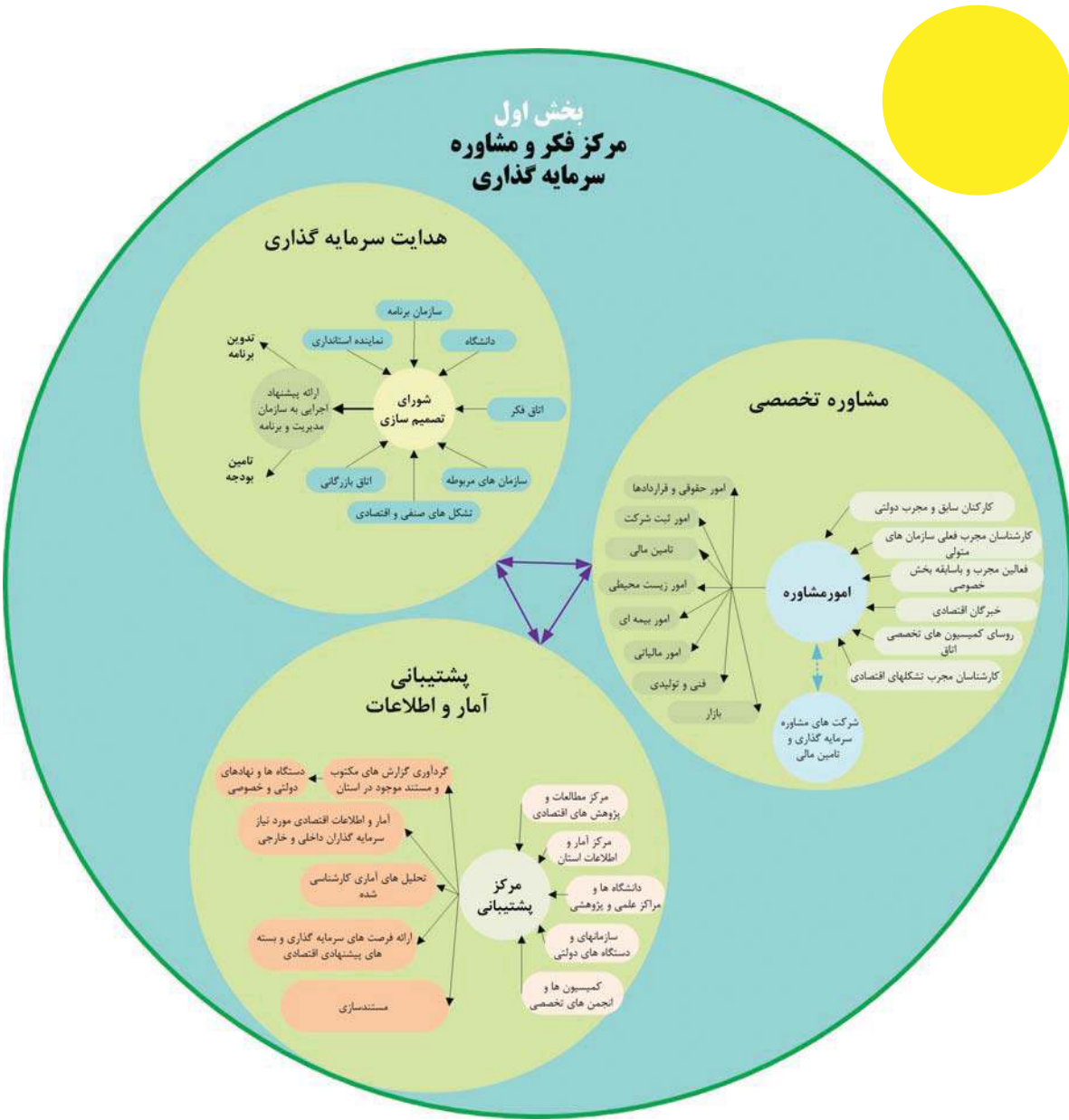
در مورد اجرایی شدن این بخش الزاماتی باید مدنظر قرار گیرد، من جمله این‌که دولت باید به‌طور جدی در شکل‌گیری آن مشارکت داشته و حامی آن باشد، به‌طوری‌که سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی ملزم به لحاظ توصیه‌های سیاستی این مرکز در برنامه و بودجه سازمان‌ها و دستگاه‌های مربوطه باشد.

پروژه «تدوین مدل تسهیل فرایند سرمایه‌گذاری در استان» از ابتدای سال ۱۳۹۵ در دستور کار مرکز مطالعات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان قرار گرفت. هدف از تدوین این مدل افزایش شفافیت و سهولت دسترسی به اطلاعات و تسریع اخذ مجوزها در فرایند سرمایه‌گذاری در استان بود. مدل پیشنهادی با مطالعه دقیق فرایند سرمایه‌گذاری کشوری همچون مالزی و عمان و بازدید و بررسی مدل‌های در حال اجرا در داخل کشور از جمله استان‌های آذربایجان شرقی، یزد، زنجان و... تدوین شد و سه مرحله شروع سرمایه‌گذاری، بهره‌برداری و بهبود کسب‌وکار را پوشش می‌دهد. بخش‌های مدل پیشنهادی به شرح زیر است:

بخش اول: ایجاد مرکز فکر و مشاوره سرمایه‌گذاری که شامل سه جزء به شرح زیر است:

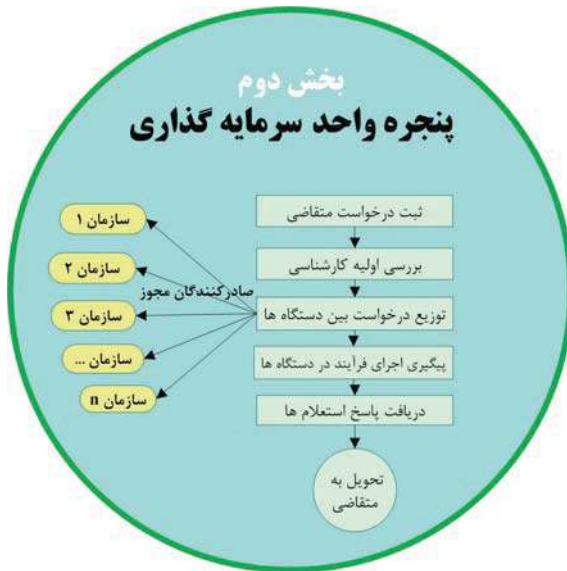
جزء اول: هدایت سرمایه‌گذاری؛ یک شورای تصمیم‌سازی متشکل از صاحب‌نظران و نخبگان بخش دولتی، فعالان اقتصادی بخش خصوصی و خبرگان علمی و دانشگاهی که با تحلیل و بررسی جهت‌گیری کلی مسیر سرمایه‌گذاری در استان، تحلیل وضعیت زیرساخت‌های موجود و موردنیاز و تحلیل ساختار فعلی و آینده استان، برنامه‌ریزی و سیاست‌هایی از جمله موارد زیر پیشنهاد می‌کند:

- بررسی کارشناسی و ارائه توصیه‌های سیاستی و برنامه به دستگاه‌ها،
- معرفی مشوق‌ها و بسته‌های حمایتی برای جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی،
- بررسی و بهبود مستمر فرایندها و مجوزهای موردنیاز سرمایه‌گذاری،



مشخصی است که دستگاه اصلی ارائه دهنده مجوزها باید ایجاد کند تا در وهله اول ارائه خدمات به متقاضیان، متمرکز و یکپارچه شود و در وهله دوم امکان رهگیری تقاضا توسط خود متقاضی ممکن شود. به بیان ساده تر پنجره واحد به مثابه درگاهی است که در آن، تمامی اسناد و مدارک مورد نیاز برای سرمایه گذاری در یک نقطه که همان دستگاه اصلی است تحویل گرفته می شود، تمامی مجوزها و استعلام های مورد نیاز از دستگاه های فرعی با مرکزیت این مجرا اخذ می شود و نهایتاً مجوز نهایی صادر و تحویل متقاضی می شود، بدون این که در این فرایند متقاضی هیچ ارتباط مستقیمی با دستگاه های فرعی داشته باشد. به عبارت ساده تر

بخش دوم سیستم صدور مجوزهای سرمایه گذاری (پنجره واحد): فضای مناسب کسب و کار و تسریع فرایند سرمایه گذاری مهم ترین عوامل جذب سرمایه گذار در دنیا هستند. اگر کشورهای دارای رتبه بالا در فضای کسب و کار را بررسی کنیم ویژگی مشترکی که در همه آنها به چشم می خورد شکل گیری و توسعه سازوکاری به نام پنجره واحد سرمایه گذاری (Single Window) است که غالباً مبتنی بر سیستم فناوری اطلاعات و ارتباطات ایجاد شده است. این سیستم زمان لازم برای صدور مجوزهای سرمایه گذاری را به حداقل می رساند و بروکراسی های پیچیده را از بین خواهد برد. به بیان قانون، پنجره واحد، سامانه الکترونیکی و یا واحد اداری



می‌توان گفت، شکل‌گیری پنجره واحد به سرمایه‌گذار یا متقاضی کمک می‌کند تا فرایند دریافت مجوزها و استعلام‌های موردنیاز سرمایه‌گذاری در مدت‌زمان کوتاه‌تر و به صورت سیستماتیک انجام شود.

شکل‌گیری پنجره واحد می‌تواند به‌صورت فیزیکی و یا مجازی انجام گیرد، در حالت فیزیکی، پنجره واحد به مکانی اطلاق می‌شود که تعدادی کارشناس، مسئول پیگیری مجوزها می‌باشند؛ به این ترتیب که متقاضی به آن مرکز مراجعه می‌کند و درخواست خود را اعلام می‌نماید، کارشناس مسئول، مدارک موردنیاز را از متقاضی دریافت نموده و برای صدور مجوز با سازمان‌های متولی ارتباط می‌گیرد و پس از دریافت تمامی مجوزهای موردنیاز، متقاضی را فرامی‌خواند و تمامی مجوزها را یک جا به وی تحویل می‌دهد؛ اما در حالت پنجره واحد مجازی، تمامی این فرایند توسط سیستم و با کمک یک برنامه نرم‌افزاری قابلیت اجرایی می‌یابد.

از آن‌جا که برخی از مشکلات فرایند سرمایه‌گذاری به فرآیندهای اجرایی سازمان‌ها و شیوه‌نامه‌ها و دستگاه‌های پشتیبان ایشان مرتبط می‌شود و برخی به آیین‌نامه‌ها و مقررات مرکزی کشور، این دسته از مشکلات در این فاز کنار گذاشته شدند و بیشتر بر مشکلات ناشی از تعاملات بین سازمانی تأکید شده و بر بهبود و اصلاح این دسته از گلوگاه‌ها تمرکز شده است؛ اما پس از راه‌اندازی سیستم، از طریق نظارت و پایش منظم دوره‌ای به‌مرور مشکلات داخلی سازمان‌ها نمود پیدا خواهند کرد و به‌طور مستمر و تدریجی اصلاح خواهند شد.

۶. تدوین نظام‌نامه سامانه الکترونیکی پنجره واحد: این نظام‌نامه هدف، محدوده، تعاریف پایه و مراحل استقرار پنجره واحد و وظایف و مسئولیت‌های هر یک از مرکز مسئولیت را تعریف می‌کند.

۷. تهیه نرم‌افزار سامانه پنجره واحد

از مهم‌ترین مزایای این سامانه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- سیستم به شیوه‌ای طراحی شده است تا ورود کاربران اعم از کاربران عادی، کاربران دستگاه‌ها و ناظران به ثابته ثبت می‌شود و از طریق انواع گزارش‌گیری به‌راحتی قابل رصد است،
- سامانه، قابلیت اطلاع‌رسانی آیین‌نامه‌ها، قوانین مربوطه و راهنمایی‌های لازم به متقاضیان را دارد به‌طوری‌که با تکمیل شناسنامه‌های خدمت و آپلود آن‌ها در سایت در مورد صدور مجوزها و استعلام‌ها و مدارک موردنیاز، ابهامی باقی نخواهد گذاشت. این امر برای از بین بردن انحصار اطلاعات؛ ارائه اطلاعات شفاف و دقیق‌تر به سرمایه‌گذاران ضروری به نظر می‌رسد،
- این سیستم، قابلیت ارسال استعلام‌ها به‌صورت موازی توسط دستگاه‌های صادرکننده مجوز و یا بنا به ضرورت اخذ یک استعلام به‌صورت شخصی توسط خود متقاضی را دارد؛ که در مورد دوم باید در استان تصمیم‌گیری شود که آیا متقاضیان می‌توانند به‌صورت

در همین راستا مرکز مطالعات اتاق بازرگانی فاز دوم پروژه مدل سرمایه‌گذاری؛ یعنی پیاده‌سازی مدل پیشنهادی را با اولویت اجرایی شدن پنجره واحد مجازی در دستور کار قرارداد و با پیگیری‌های استاندارد و همکاری سازمان‌های دولتی در حال انجام آن است.

در ابتدای این فاز پس از ارائه مدل پیشنهادی به مدیران عالی‌رتبه استان و دستگاه‌های اجرایی مرتبط در مدل، بازخوردها دریافت و مدل ویرایش شد. سایر اقدامات انجام‌شده توسط مرکز مطالعات در این فاز به شرح زیر است:

۱. برگزاری جلسه‌ای با حضور مدیران سازمان‌های اجرایی مرتبط با پروژه و با حضور استاندار محترم: این جلسه با هدف نمایش حمایت و اراده استاندار بر انجام کار و بیان اهمیت موضوع و تأکید بر ضرورت همکاری سازمان‌ها در اجرایی شدن پنجره واحد الکترونیکی انجام شد.
۲. برگزاری جلسه توجیهی برای مدیران و کارشناسان سازمان‌های اجرایی مرتبط حوزه سرمایه‌گذاری
۳. انتخاب مجوزها و استعلام‌های اولویت‌دار و استخراج فلوچارت این فرایندها: انتخاب مجوزها بر مبنای جایگاه آن‌ها در پروسه سرمایه‌گذاری و میزان تأثیر در راهبردهای توسعه استان انجام شد، سعی شد مواردی که بیشتر توجه فعالان اقتصادی بودند و به‌عنوان کاستی‌های آشکار فرایند سرمایه‌گذاری شناخته شده بودند انتخاب شود.
۴. ارسال فرایندها به دستگاه‌ها جهت تایید، صحت سنجی و در صورت نیاز اصلاح
۵. گروه‌بندی سازمان‌ها و برگزاری جلسات گروهی به‌منظور شناسایی تعاملات بین سازمانی و گلوگاه‌هایی که موجب طولانی شدن ارائه خدمت به سرمایه‌گذاران می‌شود

فضای مناسب کسب و کار و تسریع فرایند سرمایه‌گذاری مهم‌ترین عوامل جذب سرمایه‌گذار در دنیا هستند. اگر کشورهای دارای رتبه بالا در فضای کسب و کار را بررسی کنیم ویژگی مشترکی که در همه آن‌ها به چشم می‌خورد شکل‌گیری و توسعه سازوکاری به نام پنجره واحد سرمایه‌گذاری (Single Window) است که غالباً مبتنی بر سیستم فناوری اطلاعات و ارتباطات ایجاد شده است. این سیستم زمان لازم برای صدور مجوزهای سرمایه‌گذاری را به حداقل می‌رساند و بروکراسی‌های پیچیده را از بین خواهد برد.

دستگاه‌های تساهل‌کننده و عدول‌کننده از زمان مقرر در پاسخگویی و صدور مجوز از طریق این گزارش‌ها شناسایی و نظارت می‌شوند. سازمان‌های نظارتی مانند استانداری، فرمانداری‌ها و در صورت نیاز مدیران دستگاه‌های اجرایی و همچنین اتاق نیز به‌عنوان نماینده بخش خصوصی دسترسی نظارتی بر چگونگی اجرا خواهند داشت. هر ماه گزارش‌های مکتوب تأخیرها به استاندار ارائه می‌شود و استاندار از طریق دستگاه‌های تابعه پیگیر حل مشکلات احتمالی، خصوصاً در مورد رفع تأخیر سازمان‌ها می‌باشد. در این بین جلسات شورای گفت‌وگو می‌تواند به‌عنوان یک بازوی قوی بسیار مؤثر واقع شود. به طوری که اولین دستور جلسه هر دو ماه یک‌بار شورای گفت‌وگو، بررسی روند اجرای پنجره واحد و مشکلات متعاقب آن با سازمان‌های مربوطه قرار می‌گیرد. همچنین می‌بایست طی مکانیزمی نحوه همکاری سازمان‌ها در اجرای این سامانه در شاخص ارزیابی عملکرد سازمان‌ها تأثیر داشته باشد.

سخن آخر:

به نظر می‌رسد راهکار اجرایی شدن هر چه زودتر این پروژه، اجتناب از ایده‌آل‌گرایی برای رسیدن به دستاوردهای کوتاه‌مدت است؛ چراکه نگاه صفر و صدی و ایده‌آل‌گرایی دلیل طولانی شدن چنین طرح‌های بزرگی می‌شود. متولیان پنجره واحد، باید با تعریف اهداف کوتاه‌مدت محدود کار خود را تعیین کرده و برای بهبود و ارتقای آن تا رسیدن تدریجی به آرمان بلندمدت که همانا استقرار کامل پنجره واحدی که تمامی فرآیندهای سرمایه‌گذاری در همه حوزه‌ها را پوشش دهد و مراجعه متقاضی به دستگاه‌ها را به

- صفر برساند است، تلاش و پیگیری مستمر داشته‌اند.

فردی درخواست استعلامی به سازمان‌ها داشته باشند یا خیر، سامانه، به مثابه یک اتوماسیون امکان انجام مکاتبات بین کارشناسان، کاربران عادی و ناظرین را فراهم کرده و در هر مرحله توضیحات کارشناسان، ضرورت ارائه مدارک تکمیلی و یا در صورت رد پرونده، دلایل آن به متقاضیان اطلاع‌رسانی می‌شود. همچنین امکان رهگیری و مشاهده وضعیت پرونده‌ها به‌صورت آنلاین وجود دارد.

● یکی از ویژگی‌های کلیدی این سامانه طراحی مبتنی بر درخت استعلام است؛ به‌طوری پاسخ تمامی استعلام‌های اخذشده، در یک ساختار نظام‌یافته با جزئیات کامل برای همه دستگاه‌های مرتبط قابل‌رؤیت است بدین ترتیب از تکرار مجدد استعلام‌های مشابه جلوگیری می‌شود.

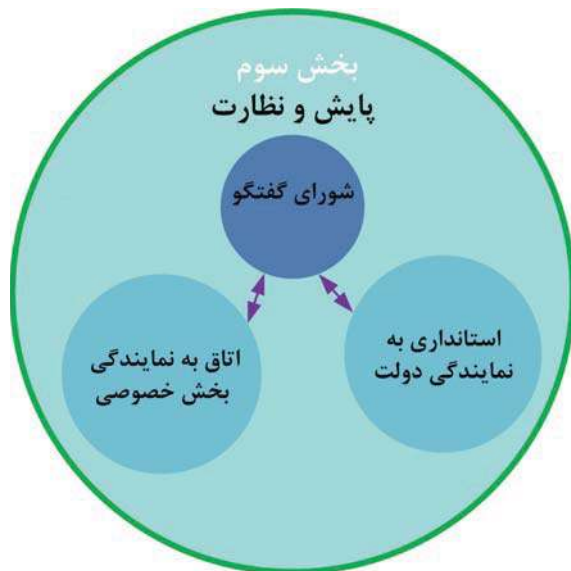
● در سیستم امکان ارسال پیام کوتاه تعبیه شده که در هر مرحله از فرایند به متقاضیان وضعیت پرونده را اعلام می‌کند.

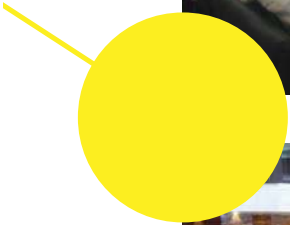
۸. آموزش نرم‌افزار به سازمان‌های اجرایی

۹. ورود داده‌ها و اطلاعات به سامانه: در زمان تدوین گزارش در این مرحله از اجرا قرار داریم.

بخش سوم) نظارت: نظارت توسط بخش خصوصی و دولتی از طریق شورای گفت‌وگو انجام می‌شود.

مهم‌ترین مزیت سامانه پنجره واحد، مدیریت زمان فرایند سرمایه‌گذاری است؛ به طوری که اگر در قانون سقفی برای فرآیندها تعیین نشده باشد، سازمان‌های اجرایی زمان لازم برای انجام فرآیندهای تعریف‌شده در سامانه (صدور مجوز یا پاسخ به استعلام) را معین و روی این مهلت‌های زمانی توافق می‌کنند. در صورت تعدی سازمان‌ها از زمان‌های تفاهم شده، سامانه به‌صورت خودکار هشدار می‌دهد. این تأخیرها قابل گزارش‌گیری است،





آموزش در اتاقِ کرمان

< **مرضیه ایرانمنش**
مسئول آموزش مرکز مطالعات اتاق



مقدمه

از ابتدای آفرینش انسان، عطش یادگیری علوم جدید در ذات بشر نهفته شده است این نیاز انسان پایه و اساس پیشرفت انسان‌ها است. با گذشت زمان، نیاز انسان‌ها برای آموزش و کسب مهارت‌های جدید روز به روز افزایش پیدا کرد ولی آموزشی برای انسان‌ها اهمیت دارد که راه رسیدن به موفقیت و کسب اهداف را هموار کند. آموزش تخصصی و حرفه‌ای را می‌توان محرک پیشرفت انسان‌ها بیان کرد.

پهنه علم آموزش و گستردگی آن در علوم مختلف بسیار وسیع است به طوری که در هر علم و حرفه‌ای که به ذهن می‌رسد آموزش مهم‌ترین عامل تأثیرگذار معرفی می‌شود. اهمیت آموزش و تأثیرگذاری آن در بهبود فعالیت‌ها بر هیچ کس پوشیده نیست. بسیاری از کشورهای پیشرفته دنیا همواره کمیت‌های از برجسته‌ترین متخصصان رشته‌های برنامه‌ریزی آموزشی و رشته‌های مرتبط با آن را مأمور می‌کنند که نظام آموزشی کشور خود را با توجه به نیاز روز اقتصاد، سیاست، فرهنگ و اجتماع خود تغییر دهند زیرا آن‌ها به این باور رسیده‌اند که آموزش تأثیرگذار و کاربردی پشتوانه شکوفایی علمی و حل مشکلات عملی است. توجه به این اهم می‌تواند مسائل مربوط به ثروت و اقتصادش نیز حل خواهد شد زیرا فقر و بی‌سوادی بالاترین پیوند علی و معلولی را دارا هستند.

با رویکرد جدید اقتصادی در کشور و همچنین ورود رقبای خارجی به بازارهای ایران و حتی اهمیت حضور شرکت‌ها و صنایع کشور در بازارهای بین‌المللی، هر روز بیش‌ازپیش بازارهای کشور به سمت علمی و حرفه‌ای شدن پیش می‌رود و عرصه بر فعالین اقتصادی و تجاری که با این اصول آشنا نیستند تنگ‌تر می‌شود امروز بیش از هر زمان دیگری نیاز به آموزش‌های علمی و تخصصی در کشور احساس می‌شود. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران پیرو ماده ۵ قانون تأسیس اتاق بازرگانی، زمینه لازم را جهت آموزش بازرگانان، تجار

و فعالان اقتصادی در بخش‌های مختلف اقتصادی را فراهم کرده است و آموزش‌های لازم با توجه به نیاز روز فعالان اقتصادی در هر حوزه ارائه می‌گردد.

ارزیابی و سنجش اثرگذاری برنامه‌ریزی آموزشی از اهمیت زیادی برخوردار است به عبارت دیگر یکی از لوازم کارآمدی و موفقیت برنامه آموزشی ارزیابی علمی آن در دوره‌های معین می‌باشد. بخش آموزش مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان با در نظر گرفتن نیاز روز فعالان اقتصادی، تجار و بازرگانان با استفاده از اساتید مطرح و حرفه‌ای در زمینه‌های مختلف اقتصادی و همچنین توجه به بحث ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی توانسته است به مدت ۴ سال رتبه برتر را در میان سایر اتاق‌های بازرگانی سراسر کشور کسب نماید. در ادامه گزارش مختصری از فعالیت‌های بخش آموزش به همراه نمونه ارزیابی اثربخشی صورت گرفته ارائه می‌شود.

روند اجرایی آموزش

مطابق ماده ۱ قانون تشکیل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران (مصوب ۱۳۶۹ با اصلاحات ۱۳۷۳) هدف از تأسیس اتاق کمک به فراهم آوردن موجبات رشد و توسعه اقتصاد کشور، تبادل افکار و بیان آراء و عقاید مدیران صنعتی، معدنی، کشاورزی و بازرگانی اعلام کرده است. به نظر می‌رسد مهم‌ترین پیش‌نیاز رشد و توسعه اقتصاد کشور توانمندسازی فعالان اقتصادی است و درست همین‌جاست که نقش آموزش اهمیت ویژه می‌یابد. به‌طورکلی می‌توان گفت آموزش یکی از مهم‌ترین وظایف اتاق‌ها برای انجام مأموریت‌های قانونی‌شان است. قانون‌گذار در ماده ۵ قانون تأسیس اتاق ایران وظایف و اختیارات ایشان را در چهارده بند بیان کرده است؛ که به استناد همین وظایف می‌توان مخاطبان، ذی‌نفعان و محدوده کار اتاق را به‌ویژه در بخش آموزش تعیین کرد. جدول ۱ بندهای مربوطه را نشان می‌دهد.

بند قانونی (ماده ۵ قانون تأسیس اتاق)	ذی نفعان	نیاز آموزشی
الف - ایجاد هماهنگی و همکاری بین بازرگانان و صاحبان صنایع و معادن و کشاورزی در اجرای قوانین مربوطه و مقررات جاری مملکتی.	بازرگانان و صاحبان صنایع و معادن و کشاورزی	قوانین و مقررات کشور
ب - ارائه نظر مشورتی در مورد مسائل اقتصادی کشور اعم از بازرگانی، صنعتی و معدنی و مانند آن به قوای سه‌گانه.	قوای سه‌گانه	توانمندسازی بدنه کارشناسی اتاق
ج - همکاری با دستگاه‌های اجرایی و سایر مراجع ذی‌ربط به منظور اجرای قوانین و مقررات مربوط به اتاق.	دستگاه‌های اجرایی	قوانین و مقررات اتاق
د - ارتباط با اتاق سایر کشورها و تشکیل اتاق‌های مشترک و کمیته‌های مشترک با آن‌ها بر اساس سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران.	اتاق‌های سایر کشورها	زبان خارجه
ز - تشویق و ترغیب سرمایه‌گذاری داخلی در امور تولیدی بالأخص تولید کالاهای صادراتی که دارای مزیت نسبی باشند.	سرمایه‌گذاران	آموزش‌های مدیریتی آموزش‌های با رویکرد معرفی کالاهای صادراتی با مزیت (از طریق انتشارات آموزشی) قوانین و مهارت‌های مربوط به تجارت بین‌الملل
ل - دائر کردن دوره‌های کاربردی در رشته‌های مختلف بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدماتی متناسب با احتیاجات کشور.	فعالان بخش‌های مختلف بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدماتی	دوره‌های کاربردی در رشته‌های مختلف بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدماتی

مخاطبان آموزش اتاق

تعیین جامعه مخاطبین علاوه بر این که نیازسنجی بهتر را ممکن می‌سازد با تمرکز منابع و امکانات، امکان مدیریت اثربخش فرایند آموزش و پیگیری و ارزشیابی دقیق‌تر را فراهم می‌کند. البته باید به این نکته توجه کرد که مشخص شدن دامنه مخاطبین به معنای عدم توجه و نادیده گرفتن سایرین نیست بلکه به معنای تمرکز سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌ها بر دامنه مخاطبین برای رسیدن به نتیجه بهتر است ضمن این که مانعی برای بهره‌سازین از این دوره‌ها و امکانات وجود ندارد.

از آنجاکه سیاست کلی اتاق‌ها، تشویق، تقویت و توانمندسازی فعالان اقتصادی برای دنیای تجارت بین‌الملل است، اتاق کرمان جامعه مخاطبین آموزش را فعالان اقتصادی که به نوعی به تجارت خارجی مرتبط هستند قرار داده است به طوری که در فاز نخست به طور خاص بر تجار بالفعل تمرکز شود و در فاز توسعه تا سطح تجار بالقوه گسترش و بسط داده شود؛ اما ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و محدودیت‌های فعلی ایجاد می‌کند که آموزش اتاق کرمان بر اعضا تشکلی‌ها و کارکنان اتاق کرمان که در اولویت تقویت و توانمندسازی قرار می‌گیرند متمرکز شود و در مورد سایر فعالان اقتصادی و کسانی که قصد ورود به کسب‌وکار را دارند به سیاست‌های تشویقی و ترویجی از جمله معرفی عرصه‌های دارای پتانسیل اقتصادی، معرفی اتاق و خدمات آن در قالب سمینارها و همایش‌ها اکتفا شود.

بر این اساس گروه مخاطبان آموزش اتاق کرمان و سیاست پیش رو برای هر گروه را به شرح جدول زیر است:

ردیف	گروه مخاطب	سیاست آموزشی پیش رو	توضیحات
۱	فعالان بالفعل عضو و غیر عضو	برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی	با ارائه تسهیلات و تخفیفات ویژه اعضا
۲	فعالان اقتصادی بالقوه	انجام کارهای تشویقی و ترویجی	شامل سمینارها و همایش‌های آشنایی با اتاق و آموزش مفاهیم کلی اقتصادی
۳	مخاطبین خاص مثل مدیران دستگاه‌های اجرایی	آموزش و آشنایی با مسائل خاص روز و آگاهی بخشی در مورد اقدامات انجام شده در راستای بهبود محیط کسب‌وکار در کشورهای پیشرو	از طریق انتشارات و دوره‌های هدفمند محیط کسب‌وکار
۴	پرسنل اتاق بازرگانی	ارتقا عملکرد کارکنان و آشنایی با علوم روز	برگزاری کلاس‌های آموزشی ضمن خدمت به منظور بهبود عملکرد پرسنل

نیازسنجی

نیازسنجی مهم‌ترین بخش برنامه‌ریزی آموزشی می‌باشد زیرا در این گام نیاز فعالان اقتصادی با توجه به مشکلات پیش آمده استخراج می‌شود که نتیجه آن در برنامه‌ریزی آموزشی موردتوجه قرار می‌گیرد. در این مسیر به اصول تداوم، جامعیت، مشارکت، واقع‌بینی و ملاحظات فرهنگی در سه سطح فرهنگ اجتماعی، فرهنگ سازمانی و فرهنگ آموزشی پایبند است. در این راستا علاوه بر دوره‌های روتین اتاق از جمله دوره‌های ضروری برای دریافت کارت بازرگانی که پیش‌فرض‌های لازم برای ورود افراد به دنیای کسب‌وکار هستند با تعبیه کانال‌های نیازسنجی متناسب با هر گروه مخاطب سعی در شناسایی صحیح و دقیق نیازهای آموزشی مخاطبان خود دارد. از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- مصاحبه با خبرگان (داخل و خارج از اتاق) برای یافتن نیازهای روز و آینده جامعه فعالان اقتصادی به تفکیک حوزه کاری
- مصاحبه حضوری و کتبی با گروه‌های مخاطبان از طریق نمونه‌برداری‌های علمی و آماری از حوزه‌های مختلف فعالیت‌های اقتصادی
- نیازهای برآمده از انجام پروژه‌های عارضه‌یابی انجام‌شده در استان
- بحث‌های گروهی کارشناسان متخصص

در نیازسنجی انجام‌شده در سال ۹۶ مخاطبان عناوین گروه دوره‌ها موردنظر سنجی قرار گرفت و نتایج به شرح زیر است:

در مرتبه اول اکثر فعالان اقتصادی عضو اتاق بازرگانی خواهان برگزاری دوره آموزشی با موضوع تجارت و راهکارهای افزایش صادرات و رقابت در بازار کشورهای هدف شده‌اند. در رتبه بعد آن‌ها نیاز خود را دوره‌های اصول تجارت با کشورهای مختلف و آشنایی با قوانین و مقررات صادرات و واردات در کشورهای هدف اعلام کرده‌اند. دوره‌های حقوقی، دوره‌های فضای کسب‌وکار و دوره‌های مدیریت و تولید به ترتیب رتبه سوم، چهارم و پنجم در طرح نیازسنجی آموزشی از اعضای اتاق بازرگانی قرار دارند.

برگزاری دوره‌ها:

آموزش‌های واحد آموزش اتاق کرمان از طریق روش‌های زیر انجام می‌شود:

۱. دوره‌های آموزشی: با تناوب زمانی معمولاً هفتگی یا ماهانه که به دلیل زمان طولانی دوره، مجموعه اطلاعات کاملی در مورد یک حوزه خاص به شرکت‌کنندگان منتقل می‌کند و به دلیل وجود وقفه بین کلاس‌ها امکان استفاده از مهارت‌های کسب‌شده و بحث و تفهیم کامل مباحث ایجاد می‌شود.
۲. کارگاه‌های آموزشی: با به‌کارگیری مهارت‌های عملی امکان بحث‌های عمیق‌تر و تخصصی‌تر را فراهم می‌کند.
۳. سمینار و همایش‌های آموزشی: با هدف تقویت، آموزش و ارتقای مهارت افراد شرکت‌کننده، مخاطبان عام‌تر و هم سلیقه در مورد یک موضوع خاص و مشترک را جذب می‌کند.

دوره‌های برگزارشده در سال ۹۵

هدف	تعداد دوره	نفر ساعت
آموزش اصول تجارت و رقابت در بازارهای هدف	۱۵	۷۴۸۰
آموزش راهکارهای بهبود فضای کسب‌وکار در بنگاه‌ها	۱۲	۵۳۸۶
آموزش مسائل حقوقی و راهکارهای آن	۳	۲۶۴
آموزش دوره‌های مدیریتی و توسعه فردی	۳	۲۸۰
مجموع		۱۳۴۱۰

دوره‌های برگزارشده در سال ۹۶

هدف	تعداد دوره	نفر ساعت
آموزش اصول تجارت و رقابت در بازارهای هدف	۱۶	۷۴۵۴
آموزش راهکارهای بهبود فضای کسب‌وکار در بنگاه‌ها	۱۹	۶۶۹۸
آموزش مسائل حقوقی و راهکارهای آن	۳	۱۰۰۵
آموزش دوره‌های مدیریتی و توسعه فردی	۶	۱۸۴۰
مجموع		۱۶۹۹۷

ارزیابی اثربخشی

هرگز نمی‌توان ادعا کرد که آموزش به‌خودی‌خود سودمند است، مگر از آموزش‌های ارائه‌شده ارزشیابی به عمل آید. در این راستا واحد آموزش اتاق کرمان با همکاری واحد آمار از طریق فرم‌های استاندارد پس از برگزاری هر دوره ارزشیابی در مورد کیفیت مطالب ارائه‌شده، امکانات آموزشی و مدرس دوره ارزشیابی انجام می‌گیرد و بازخوردهای لازم جهت استفاده در دوره‌های آینده ثبت و ضبط می‌گردد.

مثالی از این ارزشیابی به شرح زیر است:

دوره آموزشی: افزایش فروش در رکود بازار با نگاه ویژه به استان کرمان

تعداد شرکت‌کنندگان در این دوره آموزشی ۲۱۰ نفر گزارش شده است. بیشترین فراوانی جنسیت شرکت‌کنندگان را مردان با ۸۰ درصد مشارکت و بیشترین فراوانی مربوط به بازه سنی شرکت‌کنندگان را گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال با ۵۰ درصد مشارکت تشکیل می‌دهند. حدود ۸۰ درصد شرکت‌کنندگان در این دوره آموزشی دارای مدرک تحصیلی کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری بوده‌اند و همچنین ۸۲ درصد شرکت‌کنندگان در رشته تحصیلی علوم پایه و علوم مهندسی تحصیل کرده‌اند. ۵۶ درصد از افراد حاضر در این دوره آموزشی، سمت مدیریتی (مدیرعامل، مدیر داخلی، مدیر تولید و ...) را داشته‌اند. با تحلیل نمونه‌ای صورت گرفته بر روی شرکت‌کنندگان این دوره آموزشی، اکثریت سطح رضایت از مطالب آموزشی ارائه‌شده، امکانات آموزشی و همچنین مدرس دوره را خوب و خیلی خوب ارزیابی کرده‌اند. با استفاده از تکنیک دلفی صورت گرفته بر روی نظرات شرکت‌کنندگان حدود ۳۵ درصد مطالب آموزشی ارائه‌شده را کلی و غیرکاربردی ارزیابی کرده و حدود ۳۴ درصد از نحوه اجرا دوره آموزشی و سخنرانی سایر افراد ناراضی بوده‌اند. اکثریت شرکت‌کنندگان (حدود ۸۲ درصد) خواستار ادامه این دوره آموزشی با هدف افزایش فروش در رکود فعلی بازار در کنار تقویت مطالب کاربردی و اجرایی ارائه‌شده می‌باشند.

بزرگترین ابتکار در تاریخ بانکداری ایران

دریافت پول

با سیستم کامپیوتری

در ۱۰ ثانیه

از بانه های اتوماتیک

بانک بیمه بازرگانان

در ۲۴ ساعت شبانه روز و ۷ روز هفته، بدون وقفه



امتیاز بزرگ بانه اتوماتیک

شماره حساب کارت اعتباری

حساب پس انداز

حساب سبده ثابت

حساب جاری

حساب اعتباری

در بانک بیمه بازرگانان
میخواهید در ۱۰ ثانیه پول خود را
و ۲۴ ساعته و ۷ روز هفته و بدون وقفه
از بانک بیمه بازرگانان دریافت کنید
و با استفاده از کارت اعتباری
اتوماتیک، در ۱۰ ثانیه پول خود را
از بانک بیمه بازرگانان دریافت کنید
این امر با استفاده از کارت اعتباری
اتوماتیک، در ۱۰ ثانیه پول خود را
از بانک بیمه بازرگانان دریافت کنید
و ۲۴ ساعته و ۷ روز هفته و بدون وقفه
از بانک بیمه بازرگانان دریافت کنید
و با استفاده از کارت اعتباری
اتوماتیک، در ۱۰ ثانیه پول خود را
از بانک بیمه بازرگانان دریافت کنید

برای دریافت کارت اعتباری نقدی مراجعه کنید

کسی که حساب بانکی
بیمه بازرگانان در شهر تهران
تعمیرات بانکی را به صورت
انتخابی میسر است:
شما بنا بر آنکه به شعب بانک بیمه
بازرگانان میسر است، از طریق
مربوط به کارت اعتباری نقدی
را جهت تکمیل مدارک دریافت کنید.



بانک بیمه بازرگانان، بانک مبتکر، پیشرو و نخستین ارشد، دست به اقدام جسارت آمیزی
زده که بزرگترین ابتکار، در تاریخ بانکداری ایران است.
شما خوب میدانید چقدر کادر نیست، نیازهای فوری و اضطراری خود را، همیشه
پیش بینی کنید. ممکن است شما در بانک بیمه شب، در بانک روز تعطیل، یا حتی چند
دقیقه پس از بسته شدن بانک، به پول نقد احتیاج پیدا کنید....
ما، به این مشکل شما فکر کردیم و این بانک با خود توان ارائه میسر است که پس از این،
شما در گرفتن پول مورد نیاز از بانک خود، مشکلی بنام «تعطیل» یا «سرف وقت»
نخواهید داشت.

بانه های اتوماتیک، که برای اولین بار در ایران توسط بیمه بازرگانان دایر
میگردد، از لحاظ آغاز کار، برای همیشه، بدون وقفه و تعطیل باز خواهد بود و شما در
۲۴ ساعت شبانه روز و ۷ روز هفته، می توانید به حساب اعتباری خود، پول نقد بزرگترین بانه
اتوماتیک مراجعه کنید و با استفاده از کارت اعتباری نقدی بانک بیمه بازرگانان پول مورد
نیاز خود را، بطور اتوماتیک و فقط در ۱۰ ثانیه دریافت دارید.

گسترش سیستم اتوماتیک بانک بیمه بازرگانان، حتی در آمریکا و اروپا، یک پدیده کاملا جدید است و
بانک بیمه بازرگانان خوشنود است که برای نخستین بار در ایران، در چند روز گذشته
بانکهای جهان، این پدیده جدید را به خدمت میگیرند و در این کشور امکان میدهد که:

بانک شما، بانکی است که پایتخت ایران پیش میرود.
شما همیشه می توانید به بانک بیمه بازرگانان منکی بایستید و با اطمینان پول بابت:
بانک بیمه بازرگانان
بانک فرامان من ب. ب. بانک

بانه اتوماتیک بانک بیمه بازرگانان

اولین بانه اتوماتیک در ایران

بنگاه‌های حیدری، بانک‌های نعمتی!



< سید حسین مهاجرانی
رئیس هیئت‌مدیره انجمن سنگ

و گیر و دارمان، صرف نظر از بندبازی‌های به ناچارمان در دادوستد بین‌الملل، با سازمان‌های ریز و درشت دولتی از یک طرف و مواجهه با مشکلات کارکنان و کشاکش‌های داخل بنگاه در رعایت اصولی که با کمترین لغزشی تو را طعمه گرداب‌های نافرجام می‌کنند از طرف دیگر، دنیايمان را کرده است آخرت یزید!

چنین فرض شده است که اقبال بانک‌ها به‌عنوان مؤسسات اقتصادی بسیار بلند است که در دوران رکود، با عرضه کالایی پر تقاضا به اسم "پول"، رونق بیشتری نصیبشان می‌شود و همه عروسی‌ها تنوی کوچه آن‌هاست! این فرض درست هم که باشد این واقعیت را نمی‌شود نادیده گرفت که همه ما ساکن یک‌خانه‌ایم و خوب که نگاه کنیم شب سمور آن‌ها و لب تنور ما زیر یک سقف است و سقف که بریزد خاک‌وخل و آوار ریخته بر سر هر دو از یک جنس و از یک رنگ است!

تا روشن کنم که قصدم تنها و پوشیده در ردای مظلومیت به سرای قاضی رفتن و حمله‌ور شدن به لشکر بانکداران نیست، اول این سؤال‌ها را از خودمان می‌پرسم:

۱- انصاف چقدر به‌واقع گرایشی طرح‌های توجیهی که به قصد مجاب کردن بانک‌ها برای دریافت تسهیلات می‌نویسیم (اگر بنویسیم!) و ارائه می‌کنیم اطمینان داریم؟

۲- چقدر از تسهیلات دریافتی را (اگر دریافت کردیم!) همان‌جایی مصرف می‌کنیم که وعده‌اش را داده‌ایم و چقدرش، به خیال رسیدن فرجی که خیال می‌کنیم جایی بین این ستون و آن

کاملاً پیداست که زاویه‌ی بین فعالین اقتصادی در بخش خصوصی و بانک‌های تجاری در فضایی غبارآلود هر روز بازتر می‌شود و این اصلاً اتفاق خوشایندی نیست! من هم به‌عنوان کسی که درد و داغ وطن دارد و خیلی تمایل دارد از عبارت "منافع ملی"، فراتر از یک شعار باسماه‌ای، برای خودش یک خط رسم مشخص داشته باشد، گمان می‌کنم درک ملی داشتن، بعد از احساس هویت ملی است و هویت ملی، بعد از درک درست، لابد آن‌قدر ارزش دارد که قلمرو منافع شخصی را برای آن گردتر کنیم و اجازه بدهیم منافع ملی در فضایی روشن و بی تنش بالاتر از همه پیش چشممان بدرخشد.

کاملاً پیداست که ما همان‌قدر که در صحنه اجتماعی و عرصه‌ی سیاسی به آشتی محتاجیم همان‌قدر هم در صحنه‌ی اقتصادی باید در جستجوی وفاق و آشتی باشیم. گرچه دامنه‌ی این ترک مخاصمه گسترده‌تر از آن است که درازایش به قصه "اره دادن و تیشه گرفتن" بین ما و بانک‌ها خلاصه شود؛ اما عجالتاً از حکایت تلخ آسیب‌های اقتصادی ناشی از "گسستگی درون صنفی" که تحفه خود ماست می‌گذرم و به‌رسم روزگار شکاف درجه و نوک مگسک را میزان می‌کنم روی سیبل مؤسسات پولی مالی که هم از فیض موج بی‌بهره نمانم و هم احیاناً در این آب‌انبار شلوغ از تنه رفقای عصبانی کاسه کوزه‌ام بیخود نشکند!

این واقعیتی است که به این روزگار، ما به‌عنوان صنعتگران و معدنکاران و کشاورزان و بازرگانان در یک وضعیت دست به دهان و ناتوان از تأمین منابع مالی، با کمیتی لنگ طی طریق می‌کنیم

عالمید به رابطه‌ی خلاقانه و سازنده بین بانک و مشتری هم آگاهی؟

۲- همان قدر که نگران مطالبات مشکوک الوصول و نرخ سهام بانک متبوع خود در بازارهای سرمایه‌اید متوجه نرخ رشد اقتصادی کشور هم هستید؟

۳- همان قدر که برای پیچانیدن متقاضی تسهیلات اشتیاق دارید برای راستی آزمایشی مطالبه او هم شوق دارید؟

۴- همان قدر که از وام‌های تکلیفی می‌نالید به تکلیف ملی خود در اعطای وام‌های سازنده هم توجه دارید؟

۵- همان قدر که از راه‌های دور زدن قانون و جستن دررو و ترفندهای افزایش سود بانک، (با اجبار وام‌گیرنده به سپرده‌گذاری یا اعطای وام یک‌ماهه با این یقین که وام از سررسید خواهد گذشت و خدا به جریمه شش‌صدی برکت دهاد!) با خبرید، از راه‌های رفع موانع دربار‌ه‌ی یاری‌کردن مولدین راست‌کردار هم چیزی یادتان هست؟

۶- اینکه در جلسات کارگروه رفع موانع تولید با ملاحظه هزینه حضور و صرف وقت مدیران ارشد استان حاضر می‌شوید و طرح‌هایی را (لاید با بررسی کافی و شناخت وافی!) تصویب می‌کنید و بعد همان مصوبه را اجرا نمی‌کنید نشانه‌ی چیست؟

۷- اگر العیاذ باللہ برای اتاق بازرگانی ایران امکانی فراهم شود که یک بانک خصوصی به معنای تمام را برای خود تأسیس کند؛ و دعوت او از تمام اعضاء جامعه‌ی اقتصادی ایران برای نقل‌گردش حساب واحدهایشان، با هدف خودانگاشی در تأمین مالی بخش خصوصی، اجابت شود؛ حال شما بهتر می‌شود؟!

تصور می‌کنم این تعارض بی‌سبب که امروز تقدیر ما و بانک‌هاست، ضمن آنکه در نهایت هیچ برنده‌ای ندارد اما یک بازنده بزرگ دارد که در کمیت‌های کلان اقتصادی قابل معرفی است! به گمان من "اقتصاد مقاومتی" در بطن خود پیش از آنکه نگاهش به مهاجمی باشد که بیرون از مرزهای ماست، حکایت از وضعیتی دارد که باید بین ما حاکم باشد. من خود به‌تنهایی اصلاً چه هستم که مقاومت‌م چه باشد! مقاومت وقتی معنا پیدا می‌کند و وقتی مؤثر است که در هیئت یک شبکه در جان یک جامعه‌ی بزرگ جریان پیدا کند. آیا به‌راستی ما چنینیم؟!

اگر هستیم هرچه برکت گوارای وجود ما و اگر نیستیم چرا مثل آن عروسی که حرکات موزون بلد نیست همه‌ی تقصیرها را به گردن کجی زمین و اوضاع زمان ببندازیم؟!

به گمانم تعریف الگوی آشتی و ایجاد یک زبان مشترک و یک رویه‌ی روشن در ارزیابی تقاضای تسهیلات واحدهای اقتصادی بین ما و مؤسسات پولی مالی وظیفه‌ی کمیسیون بانک اتاق است که علی‌الاصول نمایندگان بانک‌ها هم در آن عضویت دارند. ●

ستون دور از چشم ما پنهان است، صرف پر کردن چاله‌های فعلی و مصارف دیگر می‌شود؟

۳- اصلاً چقدر از ناکارآمدی بنگاه‌های ما به ضعف مزمن مدیریت، سیستم‌گریزی، فاصله‌ی عجیب از بهره‌وری و بی‌برنامگی و روزمرگی خود ما مربوط می‌شود و چقدر به کمبود نقدینگی و کسر سرمایه در گردش و معطل ماندن طرح‌های توسعه‌ای؟

۴- چه اندازه از اسنادی که به بانک‌ها برای تکمیل پرونده‌ی اعتباری ارائه می‌کنیم اصیل است و چقدر ساختگی؟

۵- این را هم جسارتاً می‌پرسم که وجداناً همان قدر که بانک داران را رباخوار می‌شماریم و آن‌ها را به آیه "ی‌محق الله الربا" انذار بدهیم برای خودمان هم از "ویل لالمطفین" هیچ یاد می‌کنیم؟!

این‌ها را به دو دلیل پرسیدم:

اول- تا از پاسخ‌های صادقانه و بزک نشده‌ای که کاملاً محرمانه به خودمان می‌دهیم دستگیرمان شود که خداوکیلی تیزی و تندی و پریدن آن تیرها که از زمین و زمان به سرمان می‌بارد، از پر خود ما هم هست؟

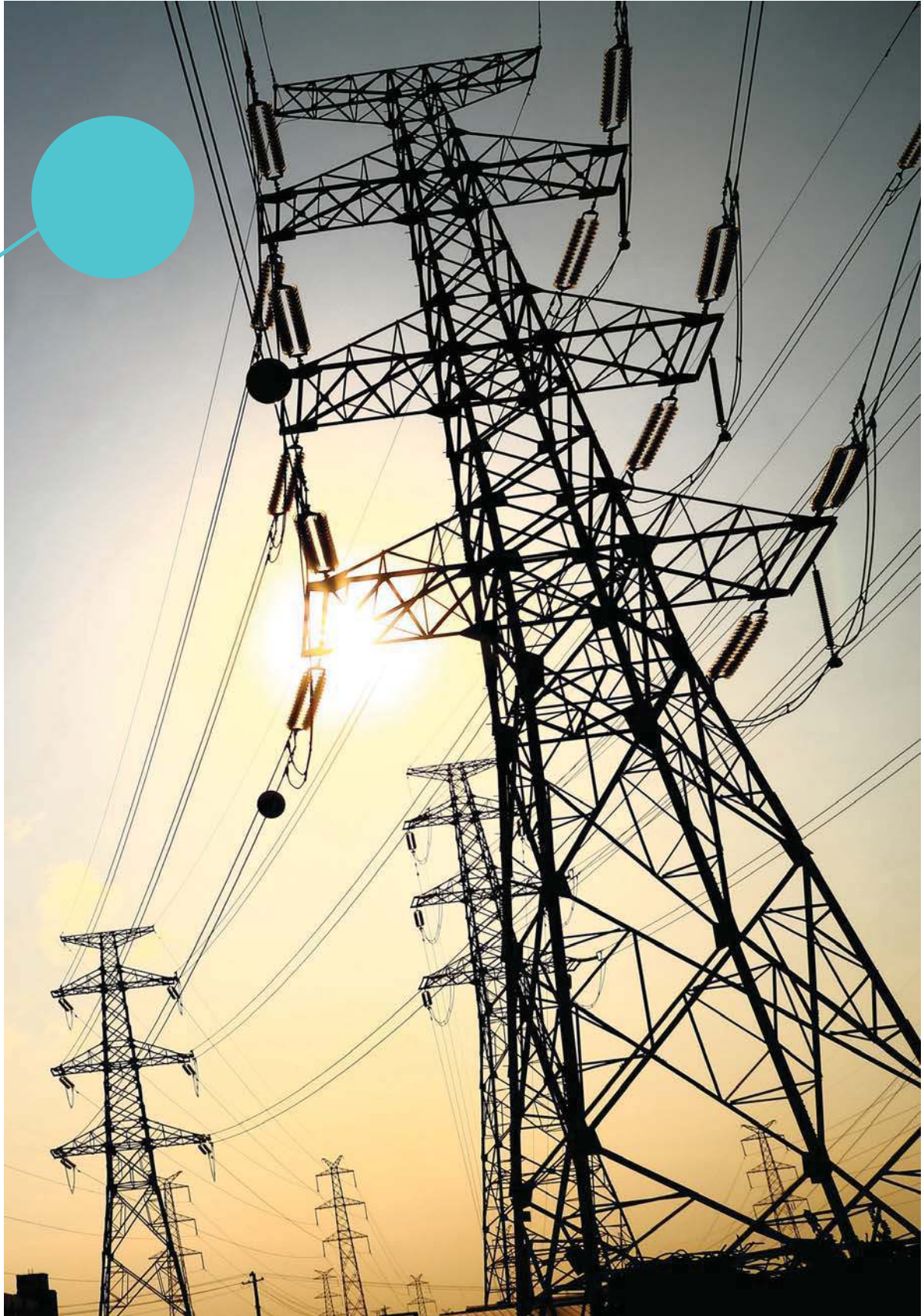
دوم- تا بعد از سوزنی که به خودمان زدم در زدن جوال‌دوز به بانک‌ها کم نگذارم و از ایشان بپرسم؛

۱- همان قدر که به علم فرستادن ارباب‌رجوع پی نخود سیاه

تصور می‌کنم این تعارض بی‌سبب که امروز تقدیر ما و بانک‌هاست، ضمن آنکه در نهایت هیچ برنده‌ای ندارد اما یک بازنده بزرگ دارد که در کمیت‌های کلان اقتصادی قابل معرفی است! به گمان من "اقتصاد مقاومتی" در بطن خود پیش از آنکه نگاهش به مهاجمی باشد که بیرون از مرزهای ماست، حکایت از وضعیتی دارد که باید بین ما حاکم باشد. من خود به‌تنهایی اصلاً چه هستم که مقاومت‌م چه باشد! مقاومت وقتی معنا پیدا می‌کند و وقتی مؤثر است که در هیئت یک شبکه در جان یک جامعه‌ی بزرگ جریان پیدا کند. آیا به‌راستی ما چنینیم؟!

صنعت ومعدن

- برنامه‌ریزی بهینه جامع انرژی با تکیه بر مفهوم نقشه راه انرژی
- گفت‌وگو با «عباس جبالبارزی» عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی کرمان و ایران و رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق کرمان / کمیسیون صنعت و معدن اتاق کرمان؛ عزمی راسخ، تلاشی مستمر
- کمیسیون بانک، بیمه و مالیات اتاق کرمان؛ راه‌گشای مهم‌ترین معضلات فضای کسب‌وکار
- اقتصاد دانش محور
- صنعت سنگ؛ بایدها و ضرورت‌های توسعه
- بازاریابی سنگ به سبک آلن گیل
- گفت‌وگو با «مهدی حسینی‌نژاد» رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمان / کرمان؛ بهشت معادن ایران
- بررسی میزان صادرات و واردات سنگ‌های تزئینی در کشورهای جهان
- کنسرسیوم‌ها و شرکت‌های هولدینگ، هم‌افزایی و ارزش آفرینی
- معرفی چند مجله معتبر بین‌المللی در حوزه سنگ
- گفت‌وگو با «سیدمهران عالم‌زاده» شهردار کرمان و «محمدجواد کامیاب» رئیس انجمن خدمات فنی و مهندسی / نخبگان باید نقش مشاور آگاه را برعهده بگیرند
- ظرفیت خدمات فنی و مهندسی استان کرمان
- نمونه‌ای از اقدامات انجمن خدمات فنی و مهندسی استان کرمان
- انجمن آزمایشگاه‌های همکار آزمون و کالیبراسیون اتاق کرمان
- مروری بر استاندارد



برنامه ریزی بهینه جامع انرژی با تکیه بر مفهوم نقشه راه انرژی

این نوشتار تلخیصی است از پروژه پژوهشی با همین عنوان که در مرکز مطالعات اتاق بازرگانی کرمان به سفارش کمیسیون امور زیربنایی و سرمایه گذاری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان انجام شده است.

< حمید عزت آبادی
عضو هیئت رئیسه و رئیس کمیسیون
امور زیربنایی و سرمایه گذاری اتاق کرمان

< مسعود رشیدی نژاد
عضو هیئت علمی دانشگاه شهید
باهنر کرمان

< مزگان ملاحسنی *
عضو هیئت علمی دانشگاه سیستان
و بلوچستان



انرژی و گسترش آنها دست بزنیم. از این حیث، همانگونه که مطالعه رهیافتها و استراتژیهای بکار گرفته شده در کشورهای پیشرفته نشان می دهد، تدوین نقشه راه انرژی به منظور برنامه ریزی هرچه بهتر تولید، انتقال، مصرف، و همچنین تبدیل و بازگردانی صورتهای انرژی به یکدیگر، امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. به بیانی کامل تر، تدوین نقشه راه انرژی، انجام برنامه ریزی بهینه بصورت جامع و با در نظر داشتن طیف وسیعی از شاخصهای موثر و سایر زمینههای مرتبط با انرژی است. از جمله کاربردهای نقشه راه که از ضرورت تدوین آن رونمایی می کنند، می توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- **برنامه ریزی تقاضا با توجه به سایر پارامترهای مؤثر مربوطه و نایقینی های مختلف:** بدیهی است برنامه ریزی در سایر بخشهای انرژی، مستلزم تخمین هرچه دقیق تر میزان مصرف یا تقاضای یک افق بلند مدت، با در نظر گرفتن سایر عوامل موثر می باشد. در این میان، مادامی که نقشه راه انرژی می تواند چگونگی و میزان بهره برداری از منابع انرژی را بصورت گرافیکی ارائه دهد، ارزیابی پاسخگویی تجهیزات فعلی در برابر مصرف روبه رشد و نیز بررسی گزینههای موجود برای توسعه ساده تر خواهد بود.
- **تعیین مسیرهای بهینه عرضه انرژی:** در عمل، با دقت به پیرامون خود، در می یابیم که همواره برای ایجاد دسترسی به صورتهای مختلف انرژی در یک مکان مشخص، توسط نهادهای ذی ربط تلاش شده است؛ حال آنکه امکان تبدیل صورتهای انرژی به یکدیگر،

مقدمه

انرژی در حیات اقتصاد صنعتی جوامع، نقش زیربنایی را ایفا می کند؛ به گونه ای که توسعه اقتصادی و به تبع رشد اجتماعی، ارتقاء سطح فرهنگ و آموزش، و مهم تر از آن، فراهم نمودن رفاه، همه و همه، به نوعی منوط بر امکان دسترسی به انرژی به مقدار کافی است. با نگاه به تاریخ گذشته می توان دریافت که همواره رقابتهای بزرگی در سطح جهانی بر سر تصاحب انرژی، متأثر از وابستگی امنیت ملی و پایداری نظامهای حکومتی به منابع انرژی، وجود داشته است. خوشبختانه ایران از نظر دارا بودن منابع و ذخایر متنوع انرژی از ثروتمندترین کشورهای جهان به حساب می آید. این منابع در کشور ما با قیمتهایی به مراتب نازل تر از سایر کشورها و با سهولت بیشتری به مصرف کننده عرضه می شود. اما جای بسی تأسف است که میزان مصرف و اتلاف انرژی به مراتب بالاتر از کشورهای صنعتی است و وضعیت مصرف انرژی در کشور ما با اصول مربوط به ارتقاء بهره روری و بازدهی انرژی در جهان، مغایرت دارد. آیا این بهره برداری تا بی نهایت ادامه خواهد یافت؟ و آیا این سفره طبیعت و نعمتهای خدادادی برای ما همیشه گسترده خواهد بود؟ مسلماً این منابع انرژی را نیز، مانند تمامی پدیدههای طبیعی دیگر، روزی پایان خواهد پذیرفت و از آنجایی که دیگر حتی تصور زندگی عادی انسان امروزی بدون استفاده از منابع انرژی ممکن نیست، این بحران را قبل از وقوع باید علاج کنیم و همزمان با توسعه تکنولوژیهای نوین به سرمایه گذاری در روشهای استفاده بهینه از

جامع‌تر انرژی می‌افزاید، روند رو به رشد تقاضای انرژی در دنیا، متأثر از عوامل متعددی چون رشد تکنولوژی و فناوری (مانند ظهور تلفن‌های همراه و خودروهای برقی)، رشد جمعیت، تغییرات شرایط آب و هوایی، و غیره، می‌باشد. به بیانی کامل‌تر، روند رو به رشد مصرف انرژی و کاهش سطح منابع فسیلی، تدارک و تأمین انرژی را به یکی از موضوعات چالش برانگیز حال حاضر جوامع بشری مبدل ساخته است؛ از طرفی همانطور که اشاره شد، تدارک انرژی ایمن و قابل اعتماد در هر منطقه، متضمن رشد اقتصادی آن منطقه می‌باشد. لذا وابستگی غیر قابل انکار فعالیت‌های بشری، به‌ویژه فعالیت‌های اقتصادی، به صورت‌های مختلف انرژی، خصوصاً انرژی الکتریکی، و به دنبال آن، به سیاست‌های انرژی و سیاست‌های اقتصادی، به تنگاتنگی پیوند بین آن‌ها می‌انجامد. در این راستا، تدوین نقشه راه انرژی می‌تواند در برقراری ارتباطی مناسب بین سیاست‌های انرژی و سیاست‌های اقتصادی، در تضمین تأمین انرژی مورد نیاز فعالیت‌های اقتصادی مفید می‌باشد. بدیهیست وسعت اطلاعات ورودی مؤثر در تدوین نقشه راه انرژی، منجر به وابستگی استراتژی‌های توسعه و برنامه‌ریزی حاصله از آن به شرایط مختلف اقلیمی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و... می‌شود؛ از این‌رو، مطالعات نقشه راه انرژی در کشورهای مختلف یا مناطق مختلف از یک کشور می‌تواند با توجه به نیازها و اهداف دنبال‌شده، خروجی‌های متفاوتی را به دنبال داشته باشد. در بخش بعد، به تفصیل به بررسی تعدادی از نقشه راه‌های مدون انرژی در مناطق مختلف پرداخته می‌شود.

مطالعات موفق نقشه راه‌های مدون انرژی الکتریکی

تاکنون نقشه راه انرژی الکتریکی در افق‌های زمانی میان‌مدت تا بلندمدت در مقیاس قاره‌ای، اروپا [۱]، تا مقیاس‌های کوچک‌تر شهری در بسیاری از کشورها و شهرهای اروپایی و آسیایی از جمله هلند [۲]، می‌سی‌سی‌پی [۳]، سن‌دیگو [۴]، ژاپن [۵]، کره‌جنوبی [۶] و ... تدوین شده‌است. محوریت کلی تمامی نقشه راه‌های مدون شامل موارد زیر است:

- فراهم نمودن منبع انرژی ایمن و اقتصادی
 - بکارگیری برنامه‌های مدیریتی کارآمد در بخش‌های مختلف جامعه به منظور بهینه‌سازی مصرف انرژی
 - توجه به اصل تنوع در سبد انرژی
 - رفع نواقص و مشکلات زیرساخت‌های فعلی و ارتقا کیفیت آنها در برنامه‌های توسعه آتی
- در هریک از نقشه‌راه‌های مدون در مناطق مختلف با توجه به موقعیت منطقه از جنبه اقتصادی، آب‌وهوایی، سیاسی و اجتماعی، تمرکز بر روی راهکاری خاص صورت می‌پذیرد. علاوه بر این، به منظور ارائه استراتژی‌هایی عملی و کاربردی، لازم است تا شناخت دقیق و جامعی از وضعیت موجود انرژی در آن منطقه صورت پذیرد. در نقشه‌راه اروپا [۱]، با ارائه راهکارهایی از جمله افزایش بازده تبدیل انرژی، افزایش منابع تولید پراکنده و منابع انرژی‌های نو و کاهش منابع انرژی هسته‌ای؛ در پی دستیابی به اهداف «کربن‌زدایی»

می‌تواند در مواردی مانع از عملیات احداث و مهیاسازی گردد. نصب دکل و پایه و احداث پست‌های برق به منظور برق‌رسانی به مناطق دور افتاده یا روستایی توسط شرکت‌های برق منطقه‌ای از یک سو، و احداث خط لوله‌های گاز برای گازرسانی به آنها توسط پیمان‌کاران شرکت گاز از سوی دیگر، مثال درخور توجهی برای این موضوع می‌باشد؛ پاسخ به این سؤال که آیا استفاده از برق برای مصارفی چون تولید گرمایی در زمستان و یا آشپزی در مقایسه با استفاده از گاز در چنین محل‌های مقرون به‌صرفه‌تر است یا خیر، می‌تواند در روشن‌تر شدن هرچه بیشتر موضوع مؤثر واقع گردد. در این راستا نیز، همان‌طور که در بالا اشاره شد، نقشه راه با ارائه مسیرهای فعلی سایر حامل‌های انرژی و صورت‌های تبدیل یافته آنها، می‌تواند در تبیین مسیرهای بهینه انرژی، از استخراج و تولید، تا تبدیل و مصرف، متمرکز باشد.

● **تعیین نقطه تعادل بهینه عرضه و تقاضا در شبکه انرژی:** ارتباط صورت‌های مختلف انرژی به یکدیگر، در تأمین تقاضاهای مختلف انرژی که عمدتاً به صورت انرژی الکتریکی، گاز، یا بخار می‌باشد، نیاز به در نظرگیری یک تعادل کلی در شبکه انرژی را ایجاد می‌کند؛ به گونه‌ای که برقراری تعادل بین تولید و تقاضا انرژی الکتریکی منوط بر برقراری تعادل بین تقاضای گاز یا سوخت مورد نیاز نیروگاه‌ها، با میزان عرضه توسط شرکت نفت و با گاز است. از طرفی قابل استحصال بودن یک صورت از انرژی (مانند انرژی گرمایی)، از صورت‌های مختلف دیگر (مانند برق، گاز، و یا بخار) ممکن است منتج به تأمین تقاضا آن صورت از انرژی مورد نظر، توسط ترکیبی از صورت‌های مختلف گردد. یافتن نقطه تعادل بهینه بین صورت‌های مختلف انرژی در دسترس به منظور تأمین تقاضا، ضمن در نظر داشتن پارامترهای اقتصادی و زیست‌محیطی (مانند قیمت سوخت‌های فسیلی و یا پتانسیل منطقه از حیث منابع انرژی تجدیدپذیر مانند باد و خورشید)، از جمله دیگر مواردی است که به کمک نقشه راه انرژی میسر می‌گردد.

● **ارزیابی جامع اقتصادی، فنی، و زیست‌محیطی در برنامه‌ریزی‌های بلندمدت:** از آنجا که در تدوین نقشه راه انرژی، تمامی سیاست‌ها (مانند سیاست‌های مربوط به تأمین انرژی الکتریکی با بکارگیری منابع انرژی تجدیدپذیر)، قوانین (مانند قوانین مربوط به کاهش انتشار آلاینده‌های زیست‌محیطی در کشورهای متعهد به مصوبات بین‌المللی چون پیمان کیوتو)، محدودیت‌ها (مانند محدودیت‌های اقتصادی و یا تحریم‌ها) و راهکارها (مانند راهکارهایی چون تشویق مصرف‌کنندگان در کاهش و یا صرفه‌جویی انرژی و استراتژی‌های R&D)، در نظر گرفته می‌شوند، بی‌شک نتایج بدست‌آمده برای تعیین سناریوهای برنامه‌ریزی توسعه، تولید، انتقال، و مصرف انرژی به نوعی بیانگر میزان بودجه و یا نیروی انسانی مورد نیاز، نوع و تجهیزات مورد نیاز، و خسارات زیست‌محیطی به بار آمده از فرایندهای مربوطه می‌باشد.

گذشته از زمینه‌هایی که در خصوص لزوم تدوین نقشه راه در بالا به آنها اشاره شد، موضوع دیگری که بیش از همه به اهمیت و ضرورت تدوین نقشه راه به منظور برنامه‌ریزی هرچه بهینه‌تر و

و نامناسب تدارک انرژی می‌تواند مشکلات جدی و تلفات مالی عظیمی را به دنبال داشته باشد. از سوی دیگر موفقیت‌های به دست آمده از نقشه راه‌های مدون در کشورها و شهرهای متعدد آسیایی و اروپایی، می‌تواند دلیلی بر متمرکز بودن ترسیم و تدوین نقشه راه انرژی در استان باشد؛ مادامی‌که نقشه راه انرژی الکتریکی، امکان برنامه‌ریزی دقیق‌تر و بهینه‌تر فعالیت‌های مربوطه را ممکن می‌نماید. ترسیم نقشه راه منسجم و هماهنگ نه تنها می‌تواند در پیشبرد سریع‌تر برنامه‌های توسعه اقتصادی استان مؤثر واقع شود، بلکه مانع از انجام تحقیقات و مطالعات موازی در نهادهای مربوط به بخش انرژی نیز می‌شود.

از جمله دستاوردهای مورد انتظار از نقشه راه انرژی استان، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱. نمایش چگونگی هماهنگی‌های لازم بین سایر نهادهای ذی‌ربط بخش انرژی

- عدم نیاز به احداث تاسیسات گازرسانی در صورت سرمایه‌گذاری بر روی بخش انرژی الکتریکی در مناطق دور افتاده

- برنامه‌ریزی بهتر بخش گاز و بخش انرژی الکتریکی ناشی از وابستگی بخش الکتریکی به بخش گاز

۲. کاهش هزینه‌های سرمایه‌ای

- به تعویق افتادن برنامه‌ریزی‌های توسعه نیروگاه‌های حرارتی در نتیجه پتانسیل بالای استان در بکارگیری واحدهای تولیدی مبتنی بر منابع انرژی تجدیدپذیر

- به تعویق افتادن سرمایه‌گذاری توسعه شبکه انتقال ناشی از امکان تامین بارهای دور افتاده با استفاده از منابع تولید پراکنده
۳. ایجاد قابلیت تشخیص و پایش بخش‌های مناسب برای اعمال برنامه‌های مربوط به مصرف بهینه انرژی

- مشخص شدن پتانسیل نهادهای مختلف در صرفه‌جویی در مصرف انرژی با توجه به اختیارات و وظایف آنها، بعنوان مثال بخش کشاورزی، صنایع و معادن، اداره‌جات دولتی، به ترتیب از حیث، برقی شدن چاه‌های آب یا زمان ورود آنها به شبکه، خازن‌گذاری، و روشنایی هوشمند.

۴. ...

چنین دستاوردهای خود می‌تواند پیامدهای مفید دیگری را به دنبال داشته باشد؛ از آن جمله:

● کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای از طریق بهینه‌سازی مصرف در بخش‌های مختلف

● افزایش بهره‌وری انرژی در سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی و عمومی

● کمک به وضع قوانین و طرح‌های حمایتی و تشویقی با توجه به حوزه اختیاراتی نهادها و سازمان‌های ذی‌ربط

● توجیه‌پذیری افزایش سهم تولید منابع تولید پراکنده و منابع تجدیدپذیر با توجه به مشکل کم آبی استان

● تشویق بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در تدارک انرژی

● ...

لازم به ذکر است تحقق اهداف فوق‌الذکر نیازمند همکاری کلیه سازمان‌ها و نهادهای ذی‌ربط بخش خصوصی و دولتی می‌باشد؛ که

و «تأمین امنیت انرژی» می‌باشد. بر طبق مصوبات این طرح، اتحادیه اروپا ملزم به کاهش بیش از ۸۰٪ گاز دی‌اکسیدکربن منتشرشده تا سال ۲۰۵۰ و افزایش سهم منابع تجدیدپذیر از ۸/۵٪ در سال ۲۰۰۷ به ۲۰٪ در سال ۲۰۲۰ می‌باشد. در نقشه‌راه انرژی هلند [۲]، هدف اصلی تمرکز بر «بهره‌وری انرژی» می‌باشد؛ در حالی که «کاهش گازهای گلخانه‌ای» و «بکارگیری انرژی تجدیدپذیر» جزو اهداف جانبی این نقشه راه مد نظر قرار گرفته شده‌اند. با توجه به مدیریت صحیح مصرف، میانگین شاخص بهره‌وری انرژی در بخش صنعتی، خانگی و حمل‌ونقل بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ به میزان ۱۶٪ بهبود یافته است؛ بالاترین ارتقاء مربوط به بخش صنعت (۲۱٪) و بخش خانگی (۲۰٪) می‌باشد و کمترین مقدار در بخش حمل‌ونقل (۷٪) می‌باشد. در نقشه‌راه سن دیگو [۴]، تمرکز بر «بهره‌وری انرژی» می‌باشد؛ این امر با کاهش هزینه تأمین انرژی الکتریکی ارگان‌های دولتی از طریق بهبود وضعیت روشنایی، نصب کنترلرها و سنسورها؛ کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای از طریق مدیریت سیستم حمل‌ونقل؛ تشویق بخش خصوصی به منظور سرمایه‌گذاری در طرح‌های بهینه‌سازی مصرف انرژی، تشویق به استفاده از فناوری‌های جدید و انرژی‌های نو، آموزش در زمینه مصرف انرژی برنامه‌ریزی شده است. هدف تمامی راهکارهای ارائه شده در نقشه راه انرژی ژاپن [۵]، «صرفه‌جویی در مصرف انرژی» از طریق اعمال قوانین و مقررات در بخش‌های مختلف در قالب برنامه‌های برچسب انرژی و Top Runner، و برنامه‌های حمایتی و تشویقی مانند R&D و یا یارانه‌های نقدی می‌باشد. با به‌کارگیری راهکارهای ارائه شده مرتبط با بهره‌وری انرژی، شاخص مصرف سرانه انرژی در بخش‌های اداری و صنعتی از ۶۵/۵٪ در سال ۱۹۷۳ به ۴۵/۶٪ در سال ۲۰۰۷ رسیده است. به عنوان مثال بر طبق برنامه Top Runner، بیش از ۲۰ محصول از جمله خودروها، سیستم‌های تپوئه، کامپیوترها، لوازم خانگی از قبیل تلویزیون و یخچال و غیره، بصورت اجباری توسط شرکت‌های سازنده می‌بایست طی یک دوره بلندمدت (۱۰ ساله) از حیث راندمان انرژی ارتقا یابند. نقشه‌راه انرژی منابع تجدیدپذیر [۷]؛ با سرپرستی آژانس بین‌المللی انرژی در سال ۲۰۱۱ و همکاری ۲۶ کشور اروپایی با هدف دستیابی به «دو برابر شدن سهم منابع تجدیدپذیر»، «دسترسی به خدمات انرژی مدرن» و «کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی» در بازه زمانی توافق شده؛ به ارائه راهکارهای مناسب پرداخته است. از جمله راهکارهای ارائه شده افزایش سهم منابع انرژی تجدیدپذیر به ۳۶-۳۰٪ کل ظرفیت تا سال ۲۰۳۰ می‌باشد. در سال ۲۰۱۳، نقشه راه انرژی وانواتو [۸]، با هدف دسترسی به انرژی ایمن و باکیفیت، قابل‌دسترس و مقرون به‌صرفه در بازه زمانی هفت سال تدوین شده است. از جمله راهکارهای پیشنهادی می‌توان به توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر و بهبود بهره‌وری سمت تقاضا اشاره نمود.

اهمیت تدوین نقشه راه انرژی در استان

نظر به این‌که مصرف انرژی و تمایل به سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصادی در استان رو به رشد می‌باشد، برنامه‌ریزی ناکارآمد

هر یک با توجه به حوزه اختیاراتی خود می‌تواند سهم به‌سزایی در پیشرفت کار و توسعه اقتصادی استان ایفا نماید. به بیانی کامل‌تر، دولت، دانشگاه، و بخش خصوصی می‌توانند بعنوان سه راس مثلث پیشرفت در دستیابی به توسعه پایدار در تمام زمینه‌های مرتبط با انرژی نقش بسزایی ایفا کنند که خود در گرو برقراری ارتباط مناسب و فراهم‌آوردن زمینه‌های همکاری تنگاتنگی مابین این رؤس می‌باشد.

ارزیابی اقتصادی مصرف انرژی در استان کرمان

استان کرمان به عنوان بزرگ‌ترین استان کشور، دارای ویژگی‌های منحصر به فرد در بخش‌های گوناگون بوده و با توجه به میزان سرانه مصرف انرژی ۸۰۱۱ کیلووات ساعتی در سال ۱۳۹۴ و مقایسه این رقم با سرانه مصرف کشور (۶۹۳۰ کیلووات)، افزایش بهره‌وری و بهینه‌سازی مصرف انرژی در استان امری ضروری می‌باشد. در ادامه، به اختصار، به ویژگی‌ها و پتانسیل‌های بالقوه استان در بخش‌های عمده مصرف انرژی الکتریکی اشاره می‌گردد.

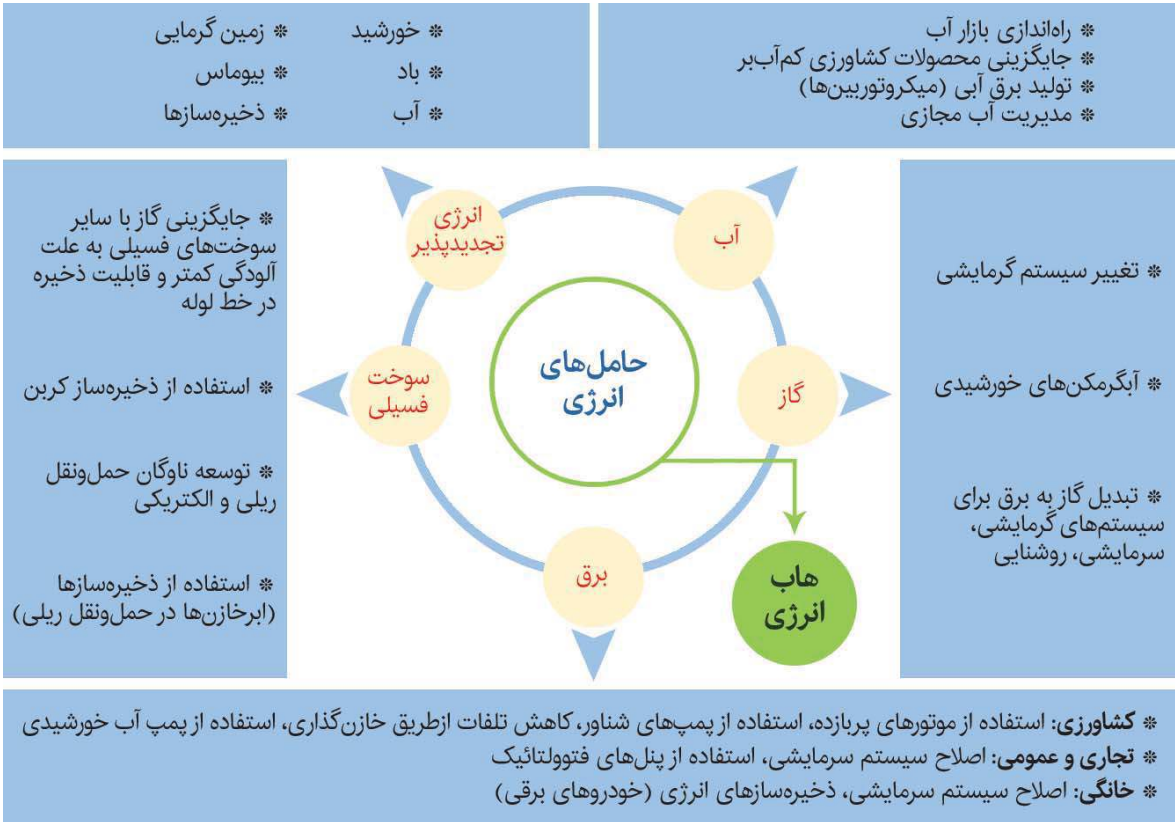
- **وجود معادن و صنایع مختلف:** استان کرمان یکی از استان‌های غنی کشور از لحاظ برخورداری از معادن و صنایع می‌باشد. بخش عظیمی از معادن ارزشمند مس و سنگ آهن در این استان واقع شده است. همچنین صنایع مختلف از جمله صنایع فولاد و صنایع وابسته به آن، صنایع مس، صنایع سیمان و ده‌ها کارخانه دیگر در این استان موجب گردیده است تا از صنعت غنی برخوردار گردد.
- **موقعیت جغرافیایی و سبک شهرسازی:** استان کرمان در منطقه گرم و خشک واقع شده است؛ لذا مصرف انرژی در ساختمان‌ها هم در فصول سرد به علت سرمای شدید، و هم در فصول گرم، به علت گرمای زیاد، از حد استاندارد بالاتر می‌باشد. از سوی دیگر، عموماً سبک شهرسازی استان، به صورت پراکنده و ویلایی می‌باشد که، به نوبه خود منتج به افزایش مصرف انرژی، و هدر رفت بیشتر، می‌گردد.
- **پیشرو بودن در بخش کشاورزی:** یکی دیگر از ویژگی‌های منحصر به فرد استان، وجود پتانسیل‌های فراوان در بخش کشاورزی می‌باشد. وجود باغات پسته، خرما، مرکبات و ... موجب توسعه کشاورزی استان گردیده است. انرژی مورد نیاز برای تامین این بخش از طرق مختلف و عموماً از روش‌های غیربهره‌بردار آورده شده است که لازم است مورد بازنگری قرار گیرند.
- **وسعت زیاد و پراکندگی:** وسعت زیاد، پراکندگی شهرها و روستاهای استان، منتج به تحمیل هزینه‌های هنگفت در راستا برق‌رسانی به نواحی دور افتاده می‌گردد. حال آن که با توجه به پتانسیل بالا استان، در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر از جمله انرژی خورشیدی، می‌توان تا حدودی این مشکلات را مرتفع نمود.

در این میان، وضعیت نامناسب مصرف انرژی در کشور از جمله استان کرمان، و مغایرت با اصول مربوط به ارتقاء بهره‌وری و بازدهی انرژی در جهان، منتج به هدر رفت سرمایه‌های ملی می‌گردد. مصرف انرژی در کشور، تقریباً شش برابر مصرف انرژی در اتحادیه اروپا و سه برابر مصرف جهانی می‌باشد، این امر حاکی از بهره‌وری بسیار پایین انرژی در کشور می‌باشد؛ براساس آخرین آمارهای اعلام شده، رتبه ایران در میزان شدت مصرف انرژی در جهان بیست‌و‌چهارم می‌باشد که، نشان‌دهنده کارایی پایین انرژی در کشور است. حال آن که، وضعیت بهره‌وری و شدت انرژی مصرفی استان در مقایسه با وضعیت کشور، از شرایط نامناسب‌تری برخوردار است. در جدول ۱، سرانه مصرف انرژی استان در مقایسه با متوسط کشوری در بخش‌های مختلف آورده شده است. همان‌گونه که در جدول مشخص است، سرانه کلی مصرف انرژی در استان در مقایسه با میانگین کشوری به میزان ۱۵/۶٪ بیشتر می‌باشد. لازم به ذکر است که سرانه مصرف انرژی در بخش کشاورزی ۲/۷۵ برابر سرانه تعرفه مشابه در متوسط کشوری می‌باشد که این امر به علت اقلیم خاص استان صورت می‌پذیرد (قریب به ۴۰٪ انرژی کل مصرفی در استان کرمان در بخش کشاورزی می‌باشد).

جدول ۱. سرانه مصرف (کیلووات ساعت) به تفکیک تعرفه در سال ۱۳۹۴

ناحیه تحت پوشش	خانگی	عمومی	کشاورزی	صنعتی	سایر مصارف	روشنایی	جمع
ایران	۲۸۵۶	۱۵۱۱۵	۹۵۵۴۵	۳۳۴۷۵۰	۴۰۱۳	۳۱۳۵۵	۶۹۳۰
کرمان	۲۹۴۸	۲۵۸۷۳	۲۶۲۸۱۲	۱۷۰۱۹۳	۴۳۶۶	۱۸۳۱۹	۸۰۱۱

بنابراین با توجه به وضعیت نامناسب سرانه مصرف انرژی در کشور و استان، برنامه‌ریزی هرچه بهتر تولید، انتقال، مصرف، و همچنین تبدیل و بازگردانی صورت‌های انرژی به یکدیگر، امری ضروری و اجتناب ناپذیر است. در این راستا، لازم است قبل از برنامه‌ریزی توسعه سیستم، اصول مربوط به بهینه‌سازی مصرف و افزایش بهره‌وری انرژی رعایت گردد. در شکل ۱، شماتیکی از اصول بهره‌وری انرژی نشان داده شده است که، می‌بایستی در تمامی سطوح حامل‌های انرژی (برق، آب، گاز، سوخت‌های فسیلی، و منابع انرژی تجدیدپذیر) مد نظر قرار گیرد. همچنین در این برنامه‌ریزی، ارتباط بهینه بین حامل‌های انرژی که از آن به درگاه انرژی (هاب انرژی) یاد می‌شود، می‌بایستی مد نظر قرار گیرد. شایان ذکر است که بهره‌وری انرژی یک شاخص مهم در تعیین عملکرد یک سیستم می‌باشند؛ بهره‌وری انرژی از تقسیم میزان تولید ناخالص داخلی به مقدار انرژی مصرفی حاصل می‌شود.



شکل ۱. برنامه‌ریزی بهینه سیستم انرژی با توجه به اصول بهره‌وری انرژی

انرژی کل مصرفی استان در سال ۱۳۹۴ در حوزه شمال و جنوب استان در بخش‌های مختلف معادل با ۸/۶ میلیون مگاوات ساعت می‌باشد. مجموع درآمد حاصل از فروش این میزان از انرژی با توجه به تعرفه مربوطه در هر بخش معادل با ۵۰۳۳ میلیارد ریال می‌باشد که به تفکیک در جدول ۲ آورده شده است. حال آن‌که، با توجه به هزینه‌ی تمام شده‌ی ۲۴۰۰ ریالی، تولید یک کیلووات ساعت انرژی الکتریکی در سال ۱۳۹۴، هزینه‌ی تولید انرژی مصرفی در استان معادل با ۲۰۶۲۰ میلیارد ریال می‌باشد. از سوی دیگر، با توجه به قابلیت تولید ۳ کیلووات ساعت انرژی الکتریکی از طریق مصرف یک لیتر گازوئیل، هزینه تولید انرژی مصرفی در استان با این فرض معادل با ۶۰۶۳۰ میلیارد ریال می‌گردد. به منظور درک بهتر این موضوع، در شکل ۲، دیاگرام تعادل مالی فروش و تولید انرژی الکتریکی در استان در سال ۱۳۹۴ در بخش‌های مختلف ترسیم شده است. براساس استاندارد داخلی (۲۴۰۰ ریال)، سالیانه رقمی معادل با ۱۵۰۲۸ میلیارد ریال کمک هزینه از سوی دولت در بخش‌های مختلف مصرف به مشترکین پرداخت می‌گردد. این رقم براساس محاسبات استاندارد خارجی (۷۰۵۰ ریال) برابر با ۵۳۹۰۰ میلیارد ریال می‌باشد.

جدول ۲. درآمد حاصل از فروش انرژی الکتریکی در استان به تفکیک تعرفه در سال ۱۳۹۴

بخش مصرف	میزان مصرف (MWh × 10 ⁶)	متوسط نرخ فروش انرژی (R/kWh)	فروش انرژی (R × 10 ⁹)
کشاورزی	۳/۷	۱۷۴	۶۴۳/۸
خانگی	۲/۶۷	۷۸۷	۲۱۰۱/۳
صنعتی	۰/۷۷	۷۸۴	۶۰۳/۷
عمومی	۰/۷۶	۷۵۲	۵۷۱/۶
تجاری	۰/۴۶	۲۴۱۸	۱۱۱۲/۳
روشنایی	۰/۲۴	-	-



شکل ۲. دیاگرام تعادل مالی فروش و تولید انرژی الکتریکی در سال ۱۳۹۴ در استان کرمان

اشاره نمود. با توجه به وجود ۱۲۰۰۰ حلقه چاه برقی در استان، میزان صرفه‌جویی الکتریکی با توجه به دبی و هد چاه، ناشی از تعویض هر حلقه چاه معادل با ۷ الی ۳۰ کیلووات می‌باشد که بازگشت سرمایه آن با توجه به در نظرگیری قیمت‌های واقعی برق در بازه زمانی ۳ الی ۶ سال صورت می‌پذیرد. در بخش خانگی نیز، اصلاح تکنولوژی به کار رفته در بخش سرمایشی نیز از جمله راهکارهای مؤثر می‌باشد. تعویض موتورهای متداول کولرهای آبی با موتورهای پربازده در حوزه شمال استان، به طور متوسط منتج به کاهش ۱۴٪ کیلوواتی در انرژی مصرفی می‌گردد. با فرض اصلاح بخش سرمایشی در ۵۰٪ از مشترکین حوزه شمال (۲۳۵۰۰۰ مشترک)، به میزان ۳۳ مگاوات از پیک مصرفی کاسته می‌شود. علاوه بر این، جایگزینی کولرهای گازی فرسوده با اسپلیت‌های کم مصرف در حوزه جنوب استان، منتج به کاهش ۱۸٪ کیلوواتی انرژی مصرفی به ازای یک تن تبرید می‌گردد. استفاده از این راهکار در نیمی از مشترکین حوزه جنوب استان (۲۱۰۰۰۰ مشترک)، منتج به کاهش ۳۸ مگاواتی پیک مصرف می‌گردد.

شایان ذکر است، علاوه بر انگیزه‌های اقتصادی که در بالا به آن‌ها اشاره شد، فاکتورهای دیگری بر ضرورت بهینه‌سازی مصرف انرژی در کشور تاکید می‌نمایند:

- استفاده بی‌رویه از منابع فسیلی و به تبع آن افزایش آلودگی‌های زیست‌محیطی
- بالا بودن رشد جمعیت و تقاضای روزافزون انرژی
- محدودیت منابع انرژی به دلیل تجدیدناپذیر بودن آن
- رشد بالای مصرف انرژی به دلیل الگوی ناصحیح مصرف انرژی
- عدم وجود سیستم بازیافت انرژی
- وجود صنایع و کارخانجات فرسوده
- متکی بودن اقتصاد ملی به درآمدهای نفتی
- افزایش گازهای گلخانه‌ای و باران‌های اسیدی

همان‌گونه که در شکل ۲ واضح است، بیشترین میزان خسارت تحمیل شده به صنعت برق در استان، به علت تعرفه پایین و همچنین مصرف بالای انرژی (۷۵٪ کل انرژی مصرفی استان) در بخش‌های کشاورزی و خانگی رخ می‌دهد. بنابراین به کارگیری راهکارهای مناسب با توجه به اقلیم استان در راستای افزایش بهره‌وری انرژی مصرفی ضروری می‌باشد. از جمله راهکارهای مناسب در بخش کشاورزی می‌توان به تعویض موتورهای شفت غلافی با الکتروموتورهای شناور پربازده

وضعیت نامناسب مصرف انرژی در کشور از جمله استان کرمان و مغایرت با اصول مربوط به ارتقاء بهره‌وری و بازدهی انرژی در جهان، منتج به هدر رفت سرمایه‌های ملی می‌گردد. مصرف انرژی در کشور، تقریباً شش برابر مصرف انرژی در اتحادیه اروپا و سه برابر مصرف جهانی می‌باشد، این امر حاکی از بهره‌وری بسیار پایین انرژی در کشور می‌باشد؛ براساس آخرین آمارهای اعلام شده، رتبه ایران در میزان شدت مصرف انرژی در جهان بیست و چهارم می‌باشد که نشان‌دهنده کارایی پایین انرژی در کشور است. حال آن که، وضعیت بهره‌وری و شدت انرژی مصرفی استان در مقایسه با وضعیت کشور، از شرایط نامناسب‌تری برخوردار است.

مراجع

- [1] Roadmap 2050, A practical Guide to a Prosperous Low .Carbon Europe, 2010
- [2] Energy Efficiency Policies and Measures in the Netherlands, 2012
- [3] G. P. Bryant, Mississippi's Energy Roadmap, 2013 City of
- [4] Coronado Energy Roadmap, 2012
- [5] K. Osaki, C. Shinagawa, Top Runner Program, Developing the World's Best Energy-Efficiency Appliances, Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) Agency, .Recycled Paper, 2010
- [6] www.saba.org.ir
- [7] International Renewable Energy Agency, REmap 2030 A .renewable energy Roadmap Summary of Findings, 2014
- [8] Vanuatu National Energy Roadmap, 2013

جمع‌بندی

روند رو به رشد مصرف انرژی و کاهش سطح منابع فسیلی، تدارک و تأمین انرژی را به یکی از موضوعات چالش برانگیز حال حاضر جوامع بشری مبدل ساخته است. در این میان، تدوین نقشه راه انرژی در راستای هدایت بهینه و کارآمد فعالیت‌های اقتصادی، افزایش بهره‌وری و دستیابی به طرح‌های توسعه پایدار، ضروری می‌باشد. امکان‌پذیر بودن تدوین نقشه راه در مقیاس‌های کوچکتر ناحیه‌ای، متناسب با ویژگی خاص هر ناحیه در هر کشور، از یکسو و افزایش چشمگیر مصرف انرژی استان کرمان در طی دهه اخیر، بالاخص در بخش صنعت و معدن، از سوی دیگر، انجام برنامه‌ریزی‌های بهینه در چهارچوب یک نقشه راه جامع در راستای دستیابی به اهداف مختلف در زمینه انرژی، مانند بهینه‌سازی مصرف صورت‌های مختلف انرژی، تبیین راهکارهایی برای ارتقاء بهره‌وری، تعیین بهترین ترکیب تولید در بخش انرژی الکتریکی و استفاده از منابع انرژی تأمین جدید (منابع انرژی تجدیدپذیر) امری اجتناب ناپذیر می‌باشد. ●

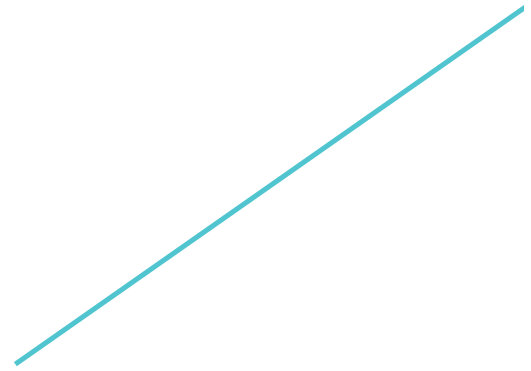




گفت‌وگوبا «عباس جبالبارزی» عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی کرمان و ایران و رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق کرمان

کمیسیون صنعت و معدن اتاق کرمان؛ عزمی راسخ، تلاشی مستمر

کمیسیون صنعت و معدن اتاق کرمان به‌عنوان یک کمیسیون فعال و پیشرو سال‌هاست که در حل مشکلات فضای کسب‌وکار و فعالان اقتصادی در تلاش است. در همین راستا برای اطلاع از مهم‌ترین اقدامات انجام‌شده توسط این کمیسیون، گفت‌وگویی صمیمانه داشته‌ایم با عباس جبالبارزی رئیس کمیسیون و از نتایج راهگشای این اقدامات جویا شده‌ایم.



می‌کنند را پیگیری و حل نماید، از این جمله می‌توان به پیگیری در خصوص وارد مدار کردن ترانس برق شماره ۲ شهرک صنعتی ۲ کرمان (خضرا) که نزدیک به ۵ سال متوقف بود و به دلیل کمبود ظرفیت، مشکلاتی را برای واحدهای صنعتی به وجود آورده بود، اشاره کرد. از مهم‌ترین اقداماتی که در کمیسیون با هدف رفع مشکلات کسب‌وکارها انجام شده می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- پیگیری و حل مسائل مالیاتی و مسائل تأمین اجتماعی واحدهای تولیدی با همکاری کمیسیون بانک بیمه و مالیاتی،
 - برگزاری جلسه با مدیریت شرکت گاز در خصوص تقسیط قبوض گاز بنگاه‌های تولیدی مشکل‌دار و همچنین اخذ مصوبه از کارگروه رونق تولید برای جلوگیری از قطع گاز کارخانه‌های سیمان مگر در مواردی که شورای تأمین به دلیل مشکلات کمبود گاز در فصل زمستان مصوبه بدهد،
 - پیگیری در خصوص تغییر تعرفه برق روشنایی معابر شهرک‌های صنعتی از تجاری به صنعتی،
 - حمایت و انجام اقدامات لازم با همکاری انجمن صنفی کارفرمایان در خصوص راه‌یابی نمایندگان بخش صنعت به هیئت‌های حل اختلاف تشخیص و تجدیدنظر سازمان تعاون و کار و رفاه اجتماعی،
 - پیگیری اخذ مجوز و تخصیص زمین نیروگاه مکران که با مشارکت سرمایه‌گذار خارجی در دست احداث است،
- و بسیاری موارد دیگر که امکان برشمردن تمامی آن‌ها نمی‌باشد. در راستای ارائه مشاوره نیز به همه دستگاه‌های اجرایی اعلام کرده‌ایم که کمیسیون صنعت و معدن اتاق کرمان آمادگی دارد در زمینه‌های مختلف سرمایه‌گذاری مشاوره ارائه دهند. در کشور ما

جناب آقای مهندس، کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی کرمان به دنبال تحقق چه مأموریت و اهدافی تشکیل شده و فعالیت می‌کند؟

به‌طورکلی کمیسیون‌های اتاق بازرگانی از نظر قانونی در جایگاه مشورتی هستند و وظیفه ارائه مشاوره در حوزه تخصصی کار کمیسیون به هیئت نمایندگان و هیئت‌رئیس دارند، اما کمیسیون صنعت و معدن اتاق کرمان با توجه به مشکلات متعدد تولید به اجبار وارد کار اجرایی و پیگیری حل مسائل و مشکلات فعالان این حوزه شده است. در این راستا اهداف و برنامه‌های این کمیسیون را می‌توان در چهار محور اصلی برشمرد:

۱. پیگیری حل مسائل و مشکلات جاری بنگاه‌های صنعتی و معدنی
۲. طرح مشکلات مربوط به قوانین، مقررات و بخشنامه‌های مزاحم در سطح ملی و اتاق ایران و تلاش برای اصلاح آن‌ها
۳. ارائه مشاوره در خصوص سرمایه‌گذاری و سایر موارد به فعالان حوزه صنعت و معدن
۴. انجام اقدامات لازم در خصوص ارتباط بهینه و کارا بین صنعت و دانشگاه

تا چه میزان به این اهداف کمیسیون دست‌یافته‌اید؟

طبق آخرین نظرسنجی انجام‌شده از اعضای گروه تلگرامی عضو کمیسیون، ۸۵ درصد رضایت از عملکرد کمیسیون به‌دست‌آمده است. در حوزه پیگیری حل مسائل و مشکلات جاری بنگاه‌های صنعتی و معدنی، کمیسیون همواره سعی کرده تا در حد توان و اختیارانش مشکلات واحدهای تولیدی که مدیران آن‌ها به کمیسیون مراجعه

● معافیت مالیاتی افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی دارایی‌های ثابت که در سطح ملی از طریق شورای گفتگوی کشوری پیگیری شد و خوشبختانه در قانون بودجه ۹۷ مصوب شد و امیدواریم به‌زودی با تأیید شورای نگهبان به قانون تبدیل شود. بنگاه‌های زیان‌ده با استفاده از این امتیاز قانونی می‌توانند با تجدید ارزیابی دارایی‌های ثابت، مازاد آن را به حساب افزایش سرمایه منظور کنند و از تسهیلات بانکی برای فعالیت بنگاه‌های خود استفاده کنند.

● پیگیری و اجرایی کردن ماده ۳۹ قانون رفع موانع تولید در خصوص ایجاد سامانه برخط استعلام تأمین اجتماعی از طریق اتاق ایران که خوشبختانه اجرایی شده و از این‌پس فعالان اقتصادی که بدهی قطعی شده نداشته‌اند، نیازی به مراجعه حضوری به این سازمان برای اخذ استعلام ندارند.

● توافق با ریاست محترم دانشگاه باهنر در خصوص انتخاب و انتصاب مدیر ارتباط صنعت و دانشگاه از بخش خصوصی که مدیر فوق توسط کمیسیون معرفی و مشغول به کار شده است. در اولین قدم با همکاری واحدهای صنعتی طرح کارورزی دانشجویان رشته‌های مهندسی برای آموختن آموزش‌های کاربردی آغاز شده و تاکنون نزدیک به ۳۰۰ دانشجو در این دوره‌ها شرکت کرده‌اند. کمیسیون عمیقاً معتقد است که دانشگاه‌ها باید برای مشارکت با صنعت در سود و زیان پروژه‌ها سهیم باشند و به واحد تحقیق و توسعه بخش صنعت و معدن تبدیل شوند.

● پیگیری و برگزاری و شرکت در جلسات مختلف برای اصلاح قیمت زغال‌سنگ. خوشبختانه با مساعدت نمایندگان محترم مجلس و استاندار محترم و وزیر محترم صنعت طی دو مرحله افزایش قیمت داده شده که تا حدودی مشکلات شرکت‌های زغالی را کاهش داده است. البته مسئله پرداخت دیر هنگام مطالبات فعالان این بخش توسط شرکت ذوب‌آهن و همچنین واردات زغال کماکان از مشکلات اصلی این حوزه می‌باشد که امیدواریم با فعال شدن انجمن زغال‌سنگ استان در ابتدای سال ۹۷ بتوانیم نسبت به حل این مشکلات نیز اقدام اساسی انجام دهیم.

● شناسایی مشکلات و مسائل ایمنی معادن و ارائه راهکار جهت بالا بردن موارد ایمنی برای به حداقل رساندن آسیب‌ها. در این مورد یکی از اصلی‌ترین خواسته‌های ما از دولت محترم و نمایندگان مجلس تخصیص حداقل ۱ درصد از سهم مالیات بر ارزش افزوده دریافتی از بخش معدن برای بالا بردن ایمنی معادن می‌باشد.

● جنابعالی به‌عنوان یکی از صاحب‌نظران حوزه صنعت و معدن مشکلات اصلی این حوزه را چه می‌دانید.

اول: نرخ بهره بانکی بالا که عملاً برای بخش تولید توجیه اقتصادی ندارد.

دوم: قبول اظهارنامه مالیاتی بنگاه‌های کوچک و متوسط بدون رسیدگی که از خواسته‌های اصلی بخش تولید است. ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی در سال ۹۴ بخشنامه‌ای صادر کرد مبنی بر این‌که سازمان امور مالیاتی اظهارنامه مالیاتی بنگاه‌های کوچک و متوسط را بدون رسیدگی قبول و برگه مالیاتی قطعی را صادر کند که

متأسفانه بسیاری از افراد بدون توجه به وضعیت بازار محصول خود، اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کنند و در مرحله بعد به دنبال بازاریابی و فروش محصول تولیدی هستند، طبیعتاً نتیجه این می‌شود که بسیاری از این بنگاه‌ها به دلیل اشباع بازار و یا در نظر نگرفتن سایر پارامترها و الزامات بازار با شکست مواجه می‌شوند، به جرأت می‌توان گفت بیش از ۴۰ تا ۵۰ درصد واحدهایی که با مشکل مواجه هستند بدون مطالعه بازار، کار خود را آغاز کرده‌اند. تلاش ما در کمیسیون بر این است که برای پیشگیری از این موضوع حتی‌الامکان به مراجعینی که قصد سرمایه‌گذاری دارند مشاوره‌های لازم را ارائه دهیم. در همین خصوص ۲۳ نفر از کارآفرینان باسابقه و موفق در کسب‌وکار که عضو کمیسیون می‌باشند آمادگی دارند در بخش‌های مختلف صنعت و معدن به متقاضیان ارائه مشاوره داشته باشند. متقاضیان می‌توانند برای استفاده از خدمات مشاوره با دبیر کمیسیون صنعت و معدن اتاق کرمان هماهنگ نمایند.

● لطفاً چند مورد از اقدامات مهمی که تاکنون توسط جنابعالی در دوره هشتم اتاق‌ها انجام شده است بفرمایید.

اقدامات زیادی انجام شده که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

● درخواست از وزیر محترم تعاون کار و رفاه اجتماعی مبنی بر تعیین نمایندگان خود در هیئت‌های بدوی و تجدیدنظر سازمان اجتماعی خارج از سازمان فوق که خوشبختانه از بهمن‌ماه امسال اجرایی شده و با این اقدام هیئت‌ها از ترکیب یک‌طرفه خارج شده و آرای صادره عادلانه‌تر خواهد بود.

در کشور ما متأسفانه بسیاری از افراد بدون توجه به وضعیت بازار محصول خود، اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کنند و در مرحله بعد به دنبال بازاریابی و فروش محصول تولیدی هستند، طبیعتاً نتیجه این می‌شود که بسیاری از این بنگاه‌ها به دلیل اشباع بازار و یا در نظر نگرفتن سایر پارامترها و الزامات بازار با شکست مواجه می‌شوند، به جرأت می‌توان گفت بیش از ۴۰ تا ۵۰ درصد واحدهایی که با مشکل مواجه هستند بدون مطالعه بازار، کار خود را آغاز کرده‌اند. تلاش ما در کمیسیون بر این است که برای پیشگیری از این موضوع حتی‌الامکان به مراجعینی که قصد سرمایه‌گذاری دارند مشاوره‌های لازم را ارائه دهیم.



برنامه کمیسیون برای سال ۹۷ چیست؟

اصلی‌ترین برنامه‌های کمیسیون برای سال ۹۷ عبارتند:

- پیگیری و تلاش جهت حل مشکلات بنگاه‌های تولیدی استان که به کمیسیون مراجعه می‌کنند،
- انجام اقدامات لازم برای تشکیل انجمن خانه معدن کرمان و ثبت آن در اتاق ایران با همکاری واحد امور تشکل‌های اتاق،
- کمک به تشکیل و راه‌اندازی سیستم پیمانکاری فرعی (spc) با همکاری شرکت شهرک‌ها و سازمان صنایع کوچک و با استفاده از ظرفیت یونیدو،
- پیگیری در خصوص اخذ بخشنامه از ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی برای قبول کردن اظهارنامه مالیاتی بنگاه‌های کوچک و متوسط توسط سازمان مالیاتی از طریق اتاق ایران و سایر مراجع،
- پیگیری در خصوص تخصیص حداقل ۳۰ درصد از سهم مالیات ارزش‌افزوده پرداختی واحدهای مستقر در شهرک‌های صنعتی به شرکت‌های خدماتی اداره‌کننده شهرک‌ها،
- پیگیری در خصوص پرداخت سهم تولید از یارانه آزادسازی قیمت حامل‌های انرژی و یارانه وام‌های پرداختی طرح رونق تولید که در سال ۹۶ به بنگاه‌های تولیدی پرداخت شده است،
- پیگیری لازم در خصوص ایفای نقش صندوق‌های ریسک‌پذیر به‌صورت کاملاً واقعی برای کمک به بنگاه‌های کوچک و متوسط در استفاده از خدمات این صندوق‌ها. ●

متأسفانه به دلیل ابلاغ دیرنگام اجرایی نشد و برای سال ۹۵ نیز تمدید نگردید و در نتیجه تاکنون عملیاتی نشده است، اکنون درصدد هستیم تا برای سال ۹۶ و ۹۷ این مسئله ابلاغ گردد. امیدواریم از ابتدای سال ۹۸ با اجرای طرح جامع مالیاتی و اجرای کامل قانون جدید مالیات‌ها این مشکل برای همیشه حل شود و موضوع مالیات بر مبنای ریسک جای خود را به رسیدگی‌های فعلی دهد. **سوم:** عرضه بیشتر از تقاضا و مشکل فروش بنگاه‌های تولیدی کوچک و متوسط که بایستی سازمان توسعه و تجارت با همکاری سازمان صنایع کوچک با ایجاد شرکت‌های مدیریت صادرات با مشارکت فعالان بخش خصوصی و حمایت از این شرکت‌ها و همچنین ایجاد دفاتر صادراتی در کشورهای هدف به حل این معضل کمک کند. در غیر این صورت برخی از این واحدها به دلیل مشکل فروش در سال‌های آینده تعطیل خواهند شد.

چهارم: فضای نامناسب کسب‌وکار کشور. رتبه ۱۲۴ کشور در مطالعات فضای کسب‌وکار بانک جهانی، عملاً نشانه‌ای از وجود مشکلات فراوان در مسیر تحقق رشد اقتصادی ۸ درصدی می‌باشد و رساندن این رتبه به دورقمی زیر ۵۰ از اصلی‌ترین درخواست‌های بخش خصوصی است. **پنجم:** تأمین مالی نامتناسب با ماهیت بنگاه‌های کوچک و متوسط **ششم:** ضعف سرمایه‌گذاری و حمایت دولت از اکتشافات معدنی و فقدان شرایط مناسب برای جذب شرکت‌های معتبر خارجی در این خصوص.

کمیسیون بانک، بیمه و مالیات اتاق کرمان؛

در تکاپوی تسهیل فضای کسب و کار



< جلیل کاربخش راوری / عضو هیئت نمایندگان اتاق ایران و کرمان *

مرتبط در حال انجام است. احصاء مشکلات و خواسته‌های بخش خصوصی در حوزه‌های سه‌گانه برای لحاظ کردن در برنامه ششم توسعه و آسیب‌شناسی عقود موجود در سیستم بانکی با تأکید بر موارد مصداقی از دیگر اقدامات کمیسیون است. دیگر سرفصل‌های این بخش نیز آسیب‌شناسی سیستم اعتبار سنجی بانکی به‌منظور تسهیل شرایط اخذ تسهیلات برای اعضای اتاق، آسیب‌شناسی عدم قدرت‌پذیری صنعت بیمه به‌منظور ارائه خدمات متنوع به فعالان اقتصادی و چگونگی حل مشکلات سرمایه در گردش بنگاه‌های اقتصادی از طریق سیستم بانکی است.

همان‌طور که می‌دانید؛ طبق ماده چهار قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار، اتاق‌ها موظف به پایش محیط کسب و کار شدند. از این رو در ابتدای سال ۹۶ برای اولین بار پایش فضای کسب و کار با محوریت اتاق بازرگانی انجام شد. طبق اطلاعات به‌دست‌آمده در این مرحله و نیز دو مرحله بعد، تأمین مالی به‌عنوان اولین و اصلی‌ترین مشکل فضای کسب و کار مطرح شد. دومین مشکل در حوزه مالیات‌ها و مشکل سوم در بخش بیمه بود؛ یعنی مشکلات اصلی فضای کسب و کار به حوزه مأموریت این کمیسیون برمی‌گردد و نشان از اهمیت عملکرد آن دارد. پس از آن با عزمی راسخ‌تر به جمع‌آوری مشکلات تخصصی اعضا و بررسی کارشناسی و پیگیری رفع آن‌ها به‌صورت موردی، جمعی در اتاق و یا در نشست اعضای هیئت نمایندگان پرداختیم و در مواردی که نیاز به تغییر قوانین، بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌ها برای حل مشکل بود، آن را به شورای گفت‌وگو و قانون برنامه پنجم (کمیته ماده ۷۶

در میانه‌های فعالیت دوره هفتم هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی (شهریور ۹۱) به جمع اعضای هیئت نمایندگان این مجموعه راه یافتیم و از ابتدای دوره هشتم (سال ۹۴) به‌عنوان رئیس کمیسیون بیمه، بانک و امور مالیاتی اتاق کرمان و همچنین نایب‌رئیس کمیسیون مالیات، کار و تأمین اجتماعی در اتاق ایران فعالیت می‌کنم. مأموریت اصلی این کمیسیون بررسی، کارشناسی و نقد و تحلیل موضوعات مرتبط با مسائل بانکی، بیمه‌ای و مالیاتی از نگاه بخش خصوصی به‌منظور کمک به توسعه اقتصادی استان است. در این راستا برنامه‌های کمیسیون در سه بخش بررسی امور ساختاری (قانونی)، بررسی امور اجرایی دستگاه‌ها و نهادها و بررسی کارشناسی مسائل بانکی، بیمه‌ای و مالیاتی در سطح استانی و ملی (بر اساس سرفصل‌های پیشنهادی) تعریف شده است. همواره سعی داشته‌ایم در راستای مأموریت کمیسیون گام برداریم و البته در برخی موارد حتی از برنامه هم جلوتر بودیم.

در زمینه‌ی بررسی امور ساختاری، اقداماتی مانند شناسایی و احصاء ظرفیت‌های قانونی و مقرراتی اسناد بالادستی، آیین‌نامه‌ها، بخش‌نامه‌ها، شناسایی و احصاء قوانین و مقررات مخل و مزاحم فعالان اقتصادی، بررسی کارشناسی و ارائه راهکار و پیشنهاد، تصویب قوانین و مقررات در دستور کار کمیسیون قرار می‌گیرد. همچنین بررسی امور اجرایی دستگاه‌ها و نهادها از طریق شناسایی و احصاء ظرفیت‌های دستگاه‌ها و نهادها مرتبط با حوزه بانکی، بیمه‌ای و مالیاتی، ارائه راهکار و پیشنهاد مناسب در زمینه‌ی نحوه عملکرد دستگاه‌ها و نهادها

* نایب‌رئیس کمیسیون مالیات، کار و تأمین اجتماعی اتاق ایران و رئیس کمیسیون بانک، بیمه و امور مالیاتی اتاق کرمان و عضو هیئت امنای انجمن پسته ایران

ارجاع دادیم.

گردیدند.

● با اداره امور شعب بانک ملی کرمان در خصوص مشکلات نرخ مبادله تبدیل روبل به ریال که مبنای تبدیل ارز با سامانه سنا را ملاک عمل قرار نمی‌دهند مکاتبه و خواستار پیگیری موضوع برای حل مشکل صادرکنندگان شدیم.

● مکاتبه با قائم‌مقام دبیر کمیته ماده ۷۶ قانون برنامه پنجم توسعه در خصوص پیگیری مشکل شرکت‌هایی که در زمینه‌ی عدم اجرای دستورالعمل چگونگی رسیدگی به ایفای تعهدات ارزی گذشته بانک مرکزی مشکل دارند.

● رایزنی با رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی و رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق ایران در خصوص بررسی پیشنهاد الحاقی به لایحه بودجه سال ۹۵ و اصلاح ماده ۲۰ قانون رفع موانع تولید که بر اساس این مصوبه، دولت موظف است نسبت به تعیین تکلیف فرآیند تسویه بدهی ارزی از محل حساب ذخیره ارزی به دولت اعم از موارد تهاثر شده با بانک‌های ملت، تجارت، رفاه کارگران و صادرات ایران پس از تصویب این اصلاحیه اقدام کند، مکاتبه گردید.

● جلسه‌ای با حضور دبیر شورای هماهنگی بانک‌ها، رئیس سازمان صنعت و معدن، نماینده شرک شهرک‌ها، روسای سایر بانک‌ها و رئیس اتاق برگزار و مقرر شد: تبصره ۱ ماده ۹ قانون معادن کشور اجرایی گردد و کنسرسیوم بانکی تشکیل شود، یوزانس به مدت سه سال تضمین شود، ماهانه گزارشی از عملکرد بانک‌ها برای اتاق کرمان ارسال شود

● بررسی پیش‌نویس لایحه پیشنهادی برنامه ششم توسعه و آخرین ویرایش بسته مقررات زدایی کمیته فنی توسط اعضاء کمیسیون و ارسال نظرات اصلاحی به ریاست اتاق ایران.

● با پیگیری‌های این کمیسیون از طریق معاونت امور بازرگانی و توسعه تجارت سازمان صنعت و معدن و تجارت استان، فعالین حوزه صادرات عضو اتاق (دارندگان کارت بازرگانی) دیگر ملزم به دریافت جواز کسب از اتاق اصناف نمی‌باشند.

در حوزه تأمین اجتماعی:

● بیش از ۲۰۰ مورد از فعالان اقتصادی استان کرمان برای بهره‌مندی از مصوبه شماره ۳۹۹۲/ت/۵۳۱۹۱ ه مورخ ۲۲ خرداد ۱۳۹۵ هیئت‌وزیران با موضوع آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۳ قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدمات در تأمین نیازهای کشور و تقویت آن‌ها در امر صادرات به سازمان تأمین اجتماعی کرمان معرفی و از بخشنامه بهره‌برداری کرده‌اند.

● طبق ماده ۴۴ و ۴۳ قانون تأمین اجتماعی یک نفر به‌عنوان نماینده کارفرما به انتخاب اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در مورد بازرگانان و صاحبان صنایع در هیئت‌های تشخیص مطالبات سازمان تأمین اجتماعی به‌منظور بررسی پرونده‌های کارفرمایان حضور می‌یابد که در این خصوص سعی شده با گزینش افراد متخصصی در علم حسابداری و در حد کفایت آشنا به قوانین به‌عنوان نمایندگان اتاق در هیئت‌های مزبور برای رسیدگی به تخلفات میان کارفرمایان و سازمان تأمین اجتماعی حضور یابند.

● پیگیری‌های متعدد انجام شد تا در نهایت ستاد فرماندهی اقتصاد

کمیسیون بیمه، بانک و امور مالیاتی مشکلات فعالان اقتصادی را در چند بخش مختلف پیگیری کرده است. به‌عنوان مثال کرمان یک استان صادراتی است و باید برای تأمین مالی صادرات محصولات برنامه خاصی داشته باشد که در این زمینه کمیسیون از سه سال پیش به بخش تأمین مالی برای صادرات محصولات بخصوص تأمین مالی محصولات کشاورزی ورود کرده است و موفق شدیم با رایزنی با سازمان جهاد کشاورزی، منابعی از محل صندوق توسعه ملی را برای صادرات محصولات پسته و خرما اختصاص دهیم که فعالان اقتصادی با معرفی این کمیسیون و محوریت جهاد کشاورزی از بانک‌های کشاورزی و توسعه صادرات، تسهیلات لازم را دریافت کردند.

همچنین حسابرسی تأمین اجتماعی که برای فعالان اقتصادی مشکل‌ساز بود به شورای گفت‌وگو ارجاع شد و چنان بازتاب خوبی داشت که منجر به مصوباتی در سطح ملی شد. به‌عنوان مثال مشکل حسابرسی تأمین اجتماعی که قبلاً تا ۱۰ سال ورود می‌کرد از انتهای سال گذشته با مصوبه‌ای که در شورای گفت‌وگوی استانی در ابتدای سال ۹۵ داشتیم و به مصوبه شورای گفت‌وگوی کشور و ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی نیز رسید، برطرف شد.

در ادامه برخی از توفیقات کمیسیون بانک، بیمه و امور مالیاتی اتاق کرمان در قالب گزارش عملکرد این کمیسیون خواهد آمد.

در حوزه بانک:

● پیگیری‌ها و مکاتبات متعدد برای تخصیص خط اعتباری ویژه به صادرکنندگان محصولات کشاورزی استان که با مساعدت وزارت جهاد کشاورزی، استانداری کرمان و سازمان جهاد کشاورزی بدین شرح مصوب شد:

● سال ۹۴، ۲۰۰۰ میلیارد ریال با عاملیت بانک‌های کشاورزی، توسعه صادرات و توسعه تعاون مصوب شد.

● سال ۹۵، ۲۰۰۰ میلیارد ریال با عاملیت بانک کشاورزی و توسعه صادرات مصوب شد.

● سال ۹۶، ۲۰۰۰ میلیارد ریال از محل منابع تلفیقی بانک کشاورزی و صندوق توسعه ملی مصوب شد.

● سال ۹۶، ۱۰۰۰ میلیارد ریال از محل منابع تلفیقی بانک توسعه صادرات و صندوق توسعه ملی مصوب شد که برای سال ۹۶ تاکنون ۱۲۰ نفر برای دریافت این تسهیلات به بانک کشاورزی و ۶ نفر به بانک توسعه صادرات معرفی شده‌اند که روند پرداخت آن از طریق کمیته‌ای متشکل از نماینده استانداری، نماینده جهاد، نماینده بانک‌های عامل و اتاق در دست بررسی هست و تاکنون بانک کشاورزی حدود ۸۰۰،۰۰۰ میلیون ریال پرداخت و بانک توسعه صادرات حدود ۵۰۰،۰۰۰ میلیون ریال پرداخت نموده است.

● پیگیری دریافت جواز صادراتی به صادرکنندگان استان تا حصول نتیجه به‌منظور بهره‌مندی صادرکنندگان استان از یارانه کمک سود تسهیلات از محل منابع مشوق‌های غیرمستقیم.

● پیگیری رفع مشکلاتی که صادرکنندگان خرما و پسته در زمینه‌ی انتقال ارز با بانک ملی مسکو دارند مکاتبه گردید و برای پیگیری این مسائل ریاست کمیسیون به مدیرعامل بانک ملی ایران معرفی

مقاومتی مصوبه حسابرسی یکساله تأمین اجتماعی را صادر نمود.

● در خصوص عدم اجرای مفاد بخشنامه شماره ۱۰۰۰/۹۶/۱۰۱۷ مورخ ۹۶/۰۲/۰۴ (با موضوع ملاک حسابرسی دفاتر و اسناد قانونی شرکتها تا آخر سال مالی می‌باشد) از طریق ریاست سازمان تأمین اجتماعی کشور پیگیری و در دست بررسی است.

● پیگیری حذف عبارت پیمان از مصوبه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی (حسابرسی تأمین اجتماعی) از طریق درخواست بازنگری در مصوبه شورای گفت‌وگویی دولت و بخش خصوصی و ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی

● پیگیری دستور وزیر و رئیس سازمان تأمین اجتماعی در زمینه‌ی بازنگری در ترکیب هیئت‌های تشخیص مطالبات تأمین اجتماعی مبنی بر جایگزینی نماینده شورای عالی تأمین اجتماعی در هیئت‌های تجدیدنظر تشخیص مطالبات سازمان تأمین اجتماعی که مقرر شده مدیرکل اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی به‌عنوان نماینده حضور یابند.

● ریاست کمیسیون به‌عنوان نماینده دارای حق رأی و امضاء در ستاد بیمه محصولات کشاورزی استان معرفی شدند. از عمده موارد پیگیری شده در این جلسات دلایل عدم پرداخت خسارات بر مبنای تعهدات بیمه به کشاورزان و سایر مطالبات آن‌ها و همچنین پیگیری پرداخت غرامت به‌موقع و متناسب با خسارت وارده به زیان‌دیدگان را تاکنون داشته باشیم.

● مشکلات فعالین اقتصادی در حوزه تأمین اجتماعی تاکنون از طریق تشکیل جلسات متعدد با مدیران اداره کل تأمین اجتماعی استان، مکاتبه و یا مذاکره مرتفع گردیده است.

● از سازمان صنعت و معدن و تجارت کرمان درخواست گردید که در خصوص ماده ۳۹ قانون رفع موانع تولید لیست دستگاه‌هایی که دارای بدهی قطعی می‌باشند را به‌صورت برخط در اختیار دستگاه‌هایی که مستلزم به استعلام از این سازمان هستند قرار دهند.

در حوزه مالیاتی:

● اصلاحات و تغییرات پیشنهادی ضرایب مالیاتی مصوب کمیسیون بند (ب) ماده ۱۵۴ قانون مالیات‌های مستقیم استان کرمان در سال‌های ۹۴، ۹۵ و ۹۶ (برای عملکرد سال‌های ۹۳، ۹۴ و ۹۵) با حضور ریاست این کمیسیون، نماینده سازمان نظام پزشکی، نماینده اتاق اصناف کرمان، نماینده بانک ملی کرمان و نماینده اداره کل امور مالیاتی کرمان انجام و به سازمان مالیاتی کشور ارسال گردیده که از سال ۹۵ با عضویت و حضور مؤثر ریاست این کمیسیون در کمیته تعیین ضرایب مالیاتی کشور به‌عنوان نماینده اتاق ایران منجر به کاهش بی‌سابقه ضرایب مالیاتی بدین شرح گردید:

● ضرایب مالیاتی عملکرد بعد از سه سال متوالی ثبات تعدیل گردید، کاهش ضریب عمده‌فروشی از ۵ به ۳/۵ و ضریب ۱٪ برای حقالعمل کاران، ضرایب حوزه تولید به نحو مطلوبی کاهش یافتند (سال ۹۴)

● ۹۵٪ از فعالیتهای تولیدی، ۷۰٪ از فعالیتهای عمده‌فروشی و ۱۰٪ از فعالیتهای خرده‌فروشی کالاها و ۱۶٪ از فعالیتهای خدماتی و واردات کالا اصلاح گردیده است (سال ۹۵).

● در حال پیگیری نحوه استرداد مالیات ارزش افزوده از طریق کمیسیون مالیات، کار و تأمین اجتماعی اتاق ایران و کمیته ماده ۷۶ هستیم.

● بعد از طرح سهم ۲۷۰۰ میلیاردی مالیات استان (تقریباً ۳۱٪ کل کشور) بلافاصله گروه مشاوره‌ای برای حل این مشکل تشکیل جلسات و پیگیری‌ها و گزارش‌های متعدد از وضعیت اقتصادی استان مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت و نتایج نهایی آماده و در جلسه ۹۵/۱۰/۱۸ با حضور آقای تقوی نژاد رئیس سازمان مالیاتی کشور، معاونین ایشان و مجمع نمایندگان استان طرح و در نتیجه سهم مالیات استان از ۳۱٪ کل کشور به ۱۰٪ کاهش یافت.

● با پیگیری‌های این اتاق و کمیسیون بانک، بیمه و امور مالیاتی سازمان امور مالیاتی کشور نیز تأکید نمودند به استناد ماده ۱۱ آیین‌نامه اجرایی موضوع تبصره ۳ ماده ۱۶۹ قانون مالیات‌های مستقیم اصلاحی مصوب ۹۴/۰۴/۳۱ مشمولین ارسال فهرست معاملات در موارد خرید کالا، خدمت یا دارایی از اشخاص حقیقی موضوع ماده ۸۱ قانون مالیات‌های مستقیم - الزامی به درج شماره اقتصادی (کد ملی) فروشنده در فهرست معاملات ارسالی نخواهند داشت و می‌توانند این‌گونه خریدها را به‌صورت مجموع اعلام نمایند.

● مشکل سامانه TAX (عدم پذیرش گزارش خریدوفروش فصلی مؤدیان) از طریق سازمان امور مالیاتی کرمان پیگیری و مرتفع شد.

● از طریق کمیته ماده ۷۶ قانون پنجم توسعه در خصوص بند ۳ بخش‌نامه شماره ۵۳۸۸۷/۱۲۵۶۱۲ مورخ ۹۵/۱۰/۱۲ هیئت دولت که موجب سردرگمی و دغدغه صادرکنندگان محصولات غیرنفتی استان کرمان شده است پیگیری شد تا مصوبه‌ای صادر شود که صادرات غیرنفتی از این بخش‌نامه مستثنا گردد.

● مکاتبه با دبیر کمیته ماده ۷۶ قانون پنجم توسعه و دبیر شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی در خصوص پیگیری معافیت صنایع بازیافتی سلولزی از ضایعات ماده اولیه استفاده می‌کنند از مشمولیت دستورالعمل استفاده از شماره اقتصادی موضوع ماده ۱۶۹ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم اصلاحی مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۲۷ معاف کردند و امکان ارائه آمار تجمیع شده فراهم شود.

● پیگیری از طریق مدیرکل دفتر فنی سازمان امور مالیاتی کشور در خصوص اصلاح یا حذف بند ۴ نامه شماره ۲۲۵/۱۲۷۴/د مورخ ۹۶/۰۳/۱۷ که بسیار فوری و با اهمیت به مدیران کل امور مالیاتی استان‌ها ابلاغ گردید که گزارش امتناع در عملکرد ۱۳۹۶ حذف شده است که این امر به شدت موجب نگرانی و سردرگمی این فعالان اقتصادی شده است.

● در خصوص صحت‌وسقم اقرارنامه سازمان مالیاتی که از مؤدیان دریافت می‌شد بررسی‌های لازم به عمل آمد و مشخص گردید که دریافت این اقرار توسط اداره ۱۸۰۷ انجام می‌شود که در پاره‌ای از موارد افراد موظف می‌شوند تا اقرارنامه را در دفترخانه تنظیم نمایند و برای بررسی‌های بیشتر این موضوع به مرکز داوری اتاق ارسال شد

● با پیگیری‌های کمیسیون جلسه‌ای درخصوص بررسی بخشودگی جرائم مالیاتی ماده ۱۶۹ ق.م.م با حضور معاون اقتصادی و توسعه منابع استانداری، بازرس کل، مدیرکل سازمان مالیاتی، رئیس اتاق و رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق برگزار و مصوب شد در موارد زیر جرائم مربوط به ماده ۱۶۹ بخشیده شود:

۱- ثبت اطلاعات مطابق قانون سال مربوطه توسط مؤدی ولو اینکه

متوسط از سوی سازمان امور مالیاتی برای عملکرد سال ۹۴ و ۹۵ از طریق تصویب در ستاد اقتصاد مقاومتی

- پیگیری‌ها و جلسات متعدد برای حضور قضاات در هیئت‌های حل اختلاف سازمان امور مالیاتی و تشخیص مطالبات سازمان تأمین اجتماعی که تاکنون نتیجه مطلوب حاصل نگردیده ولی متوقعیم که با همراهی استانداری محترم این خواسته به حق فعالین اقتصادی استان و اتاق به زودی محقق شود.

- مشکل مالیات بر ارزش افزوده پسته تولیدی پیگیری گردید تا نهایتاً بخشنامه معافیت در سال ۹۳ صادر گردید.

اقدامات کلی:

- با پیگیری‌های متعدد کارگروه تعیین ارزش گمرکی کالاهای صادراتی در جلسه مورخ ۹۵/۰۹/۲۱ مصوب نمود: ارزش صادراتی هر کیلو مغز پسته سبز (مغز دوم) معادل ۲۵ دلار و مغز پسته معمولی ۱۵ دلار در پرتال ارزش گمرکی ایران ثبت گردد.

- با همکاری کمیسیون بازرگانی صادرکنندگان نمونه و فعال استان که صادرات به روسیه دارند برای استفاده از مزایای کانال کریدور سبز به وزارت جهاد کشاورزی معرفی شدند و پیگیری‌های بعدی توسط رئیس کمیسیون از طریق دفتر وزارت صورت گرفت.

- دلایل رکود در بازار صادرات پسته و پیشنهادات خروج از آن به شرح ذیل به انجمن پسته ایران ارائه شد. دلایل رکود شامل: کاهش تقاضای بازار، بالا بودن تعرفه ورود به کشورهای مقصد، عدم همکاری بانک‌ها، کمبود امکانات حمل‌ونقل و قطع مشوق‌های سازمان توسعه تجارت و پیشنهادات خروج از رکود شامل: تعرفه ترجیحی نرخ صفر، خط ویژه اعتباری ربالی، پرداخت مشوق‌ها، تجدیدنظر در بسته پیشنهادی دولت جهت حمایت از صادرات، ایجاد خطوط کشتیرانی مستقیم، ورود یک دستگاه دولتی جهت نمونه‌برداری.

- توافقنامه‌ای که در تاریخ ۹۵/۱۰/۲۷ فی‌مابین وزارت امور اقتصادی و دارایی و سازمان تأمین اجتماعی که با اهداف مشترک از جمله ارائه به‌موقع خدمات به بیمه‌شدگان شاغل در قراردادهای منعقد و رفع مشکل پیمانکاران و پرداخت مطالبات سازمان تأمین اجتماعی با استفاده از ظرفیت اسناد خزانه اسلامی تنظیم گردیده برای ریاست سازمان تأمین اجتماعی ارسال گردید تا با بهره‌برداری از آن مشکلات آن دسته از اعضاء اتاق که مرتبط است مرتفع گردد.

- با هماهنگی و پیگیری به عمل آمده با مدیر حفظ نباتات جهاد کشاورزی استان مقرر شد پنج‌شنبه هر هفته نمونه‌برداری حفظ نباتات کشاورزی در سیرجان انجام شود.

- تشکیل دو کارگروه به‌منظور بررسی مسائل تأمین اجتماعی و دیگری بررسی مشکلات مالیاتی به‌منظور لحاظ شدن در پیش‌نویس ماده ۲۸ قانون بهبود مستمر فضای کسب‌وکار و آیین‌نامه‌های اجرایی این ماده.

- تاکنون ۱۳ کارگاه‌های آموزشی مالیاتی برای آموزش نمایندگان اتاق در هیئت‌های حل اختلاف سازمان امور مالیاتی و همچنین بهتر شدن روند دادرسی‌های مالیاتی و ۶ کارگاه آموزشی بیمه برای آموزش نمایندگان اتاق در هیئت‌های تشخیص مطالبات سازمان تأمین اجتماعی و چندین نشست و جلسه برای همفکری و همراهی بیشتر این نمایندگان برگزار گردیده است. •

به‌موقع نباشد.

۲- در مواردی که مؤدی واجد شرایط بخشودگی، از سازمان مالیاتی طلبکار باشد، بخشودگی به قوت خود باقی است.

۳- بررسی محاسبه جرائم، خریدوفروش کالا یا خریدوفروش خدمات و لا غیر ملحوظ گردد. در مورد علی‌رأس‌ها ملاک جرائم اظهارنامه و سامانه TTMS هست.

۴- مقرر گردید مدیرکل مالیاتی استان مدیران شهرستان‌ها توجیه نمایند.

۵- مقرر گردید رسیدگی به اظهارنامه‌های واحدهای کوچک و متوسط به نحوی انجام شود که مصوبات ستاد اقتصاد مقاومتی کشور در مورد مالیات سال‌های ۹۴ و ۹۵ این واحدها به‌ویژه در استان کرمان به‌عنوان پابلوت اقتصاد مقاومتی قابل استفاده و اجرا باشد.

- طبق بند ۳ ماده ۲۴۴ قانون مالیات‌های مستقیم معرفی نمایندگان برای حضور در هیئت‌ها و بررسی نهایی صدور آراء متقن هست که در این خصوص سعی شده از سال ۹۴ تاکنون با گزینش افراد متخصص در علم حسابداری و در حد کفایت آشنا به قوانین به‌عنوان نمایندگان اتاق در هیئت‌های مزبور برای رسیدگی به تخلفات میان مؤدیان و سازمان مالیاتی حضور یابند.

- با عنایت به اینکه رئیس این کمیسیون نائب رئیس کمیسیون مالیات، کار و امور اجتماعی اتاق ایران نیز هست:

- حضور در جلسات بررسی لایحه مالیات بر ارزش افزوده سازمان امور مالیاتی به‌عنوان نماینده اتاق ایران از تدوین تا بررسی لایحه در صحن علنی مجلس و کمیته مالیاتی کمیسیون اقتصادی مجلس، کمیسیون‌های فرعی و اصلی مجلس و کمیسیون اقتصادی مجلس.

- حضور در جلسات تدوین لایحه اصلاحی مالیات در کمیسیون‌های اقتصادی وزارت صمت و دولت و پس از تقدیم لایحه به مجلس مشارکت در بررسی آن در مرکز پژوهش‌های مجلس، ۲۱ جلسه و کمیسیون‌های فرعی مجلس و همچنین کمیته مالیاتی کمیسیون اقتصادی مجلس بیش از ده جلسه و نهایتاً با توجه به اینکه این قانون مطابق اصل ۸۵ قانون اساسی تنها مورد تصویب کمیسیون اقتصادی قرار می‌گیرد حضور در این جلسات به‌عنوان نماینده اتاق ایران.

- حضور در پیش‌جلسات و جلسات کمیته ماده ۷۶ قانون برنامه پنجم کمیته ماده ۱۲ قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور و هیئت مقررات زدایی به‌منظور اصلاح بخش‌نامه‌های تأمین اجتماعی و مالیاتی و از نتایج حضور در این جلسات:

- اصلاح تبصره ۱ ماده ۱۸۶ قانون مالیات‌های مستقیم
- اصلاح تبصره ۱ ماده ۱۴۹ قانون مالیات‌های مستقیم
- اصلاح تبصره ۲ و ۳ ماده ۱۴۷ قانون مالیات‌های مستقیم در راستای جلوگیری از تضییع حقوق مؤدیان مالیاتی
- اصلاح و بهبود ماده ۷۷ و ماده ۵۹ قانون مالیات‌های مستقیم در راستای کمک به تولید مسکن و ساخت‌وساز و یا ابلاغ بخشنامه کاهش دامنه شمول که بخشی از آن به نتیجه رسیده است.
- پذیرش و افزایش دامنه شمول ماده ۱۳۲ قانون مالیات‌های مستقیم (معافیت‌های دوره‌ای و منطقه‌ای)

- پیگیری در پذیرش اظهارنامه‌های مالیاتی شرکت‌های کوچک و



اقتصاد دانش محور



عماد جمعهزاده
رئیس انجمن شرکتهای دانش بنیان
استان کرمان

شرکتهای دانش بنیان، با توجه به ویژگیهای خود و پویایی و تطبیق با شرایط محیط پیرامونی و انعطافپذیری بالا، ظرفیت مناسبی برای روبهرو شدن با شرایط فعلی را دارا هستند. با توجه به این که یکی از عوامل اساسی رشد تولید سرانه ملی، اقتصادمحور و بنگاههای اقتصادی دانش بنیان است، راهکار اساسی خودکفایی پایدار در محصولات استراتژیک، ارتقای فناوری و افزایش بهره‌وری عوامل تولید از طریق دانش بنیان نمودن اقتصاد و توسعهی شرکتهای دانش بنیان است. اساسی‌ترین زیرساخت اقتصاد دانش بنیان و پیش‌نیاز تحقق استراتژی شرکتهای دانش بنیان، سرمایه‌ی انسانی خلاق، نوآور و دانشی است که با توجه به ترکیب جمعیتی استان کرمان و جمعیت بالای جوانان تحصیل کرده و نیروی انسانی به‌عنوان بزرگ‌ترین و باارزش‌ترین سرمایه‌ی کشور، باید موردتوجه قرار گیرد و بدین ترتیب، با توانمند نمودن و تشویق و زمینه‌سازی فعالیت آنان در قالب شرکتهای دانش بنیان، رشد و توسعه پایدار استان و به طبع آن کشور با سرعت بیشتر انجام گیرد.

جایگاه شرکتهای دانش بنیان در کشور و استان کرمان

با توجه به گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) یکی از عوامل اساسی رشد و توسعه پایدار کشورهای پیشرفته حرکت در مسیر استفاده از دانش و نوآوری در اقتصاد یا همان هموارسازی رشد شرکتهای دانش بنیان است. شرکتهای دانش بنیان به‌منظور هم‌افزایی علم و ثروت و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه در حوزه فناوریهای برتر و باارزش افزوده فراوان فعالیت دارند. طی سالهای اخیر ایجاد و توسعه این‌گونه شرکتهای و مؤسسات در ایران از طریق بسترهای قانونی و حمایت‌های دولتی موردتوجه قرار گرفته است. علاوه بر تأکید اقتصاد دانش بنیان در چارچوب سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، اهمیت صنایع دانش بنیان در اسناد بالادستی از جمله سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور نیز مورد تأکید قرار گرفته است. در همین راستا قانون حمایت از شرکتهای دانش بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات در سال ۸۹ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید و آیین‌نامه اجرایی آن در ۲۱ آبان ۱۳۹۱ ابلاغ گردید. بر اساس معیارهای آیین‌نامه تشخیص صلاحیت شرکتهای دانش بنیان، کالا و خدماتی که در

امروزه حرکت در مسیر توسعه پایدار بر صنعتی مبتنی بر دانش و فناوری بنا شده است و میزان محصولات دانش بنیان تولیدشده در یک منطقه به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های تحقق اقتصاد دانش محور و شاخص دستیابی به فناوری تعیین می‌گردد. حجم سرمایه و اندازه بازار هم‌اکنون در توسعه اقتصادی ملل نقش اساسی نداشته بلکه این نقش را دانش و فناوری ایفا می‌کند. در تئوری‌های جدید رشد علاوه بر سرمایه و مواد اولیه و نیروی کار، دانش نیز به‌عنوان یکی از محرک‌های رشد پایدار شناخته می‌شود. اقتصاد دانش بنیان به‌عنوان اقتصادی درون‌زا، برون‌گرا و بر پایه علم و فناوری در پی آن است تا مسیر منبع محور به دانش محور تغییر یابد. با نگاهی به رشد کشورهای توسعه‌یافته می‌توان به این نتیجه رسید که موفقیت کشورها مرهون توانایی آن‌ها در خلق و استفاده از اطلاعات جدید برای خلق شایستگی‌های فناورانه و کسب‌وکار است. به همین دلیل بسیاری از کشورها سرمایه‌گذاری در توسعه دانش فنی را در دستور کار خود قرار داده‌اند و تعهد و پافشاری به اجرا برنامه‌های این حوزه بر اساس سیاست‌های بلندمدت دارند. کره جنوبی یکی از کشورهایی است که در ۴ دهه اخیر با پیروی از برنامه‌های توسعه‌ای خود توانسته دومین رشد سریع اقتصادی در دنیا را داشته باشد. در واقع این کشور با تشکیل یک کانون تفکر مستقل به نام سازمان توسعه کره (KDI) در سال ۱۹۷۰ با استفاده از توان نخبگان و سازمان‌های راهبری قوی، نقشه راه توسعه و سیاست‌های اقتصادی را بر اساس دستیابی به تکنولوژی تهیه نمود. بر اساس مسیر این سند و با جذب سرمایه‌گذاران جدید و تعامل سازنده با بخش خصوصی و دخالت هوشمندانه در مسیر توسعه فناوری و نوآوری توانست به رشد پایدار دست یابد به‌گونه‌ای که تولید ناخالص داخلی خود را که در سال ۱۹۷۰ نصف ایران بود را هم‌اکنون نزدیک به ۶ برابر کشورمان برساند.

درواقع رشد روزافزون تکنولوژی و ارتقاء سطح فناوری باعث تغییر فضای کسب‌وکار در داخل کشور شده است به‌گونه‌ای که توسعه و ماندگاری بنگاه‌ها نیازمند کسب دانش فنی و استفاده از تکنولوژی در ارائه خدمات و تولید محصولات است. با توجه به تعریف و کارکردهای شرکتهای دانش بنیان، این شرکتها، به‌عنوان بنگاههای اقتصادی، می‌توانند نقش محوری در ساختار اقتصادی کشور ایفا نمایند.

انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان استان کرمان

لزوم حضور پررنگ بخش خصوصی نوآور و خلاق جهت تسهیل امور، ارائه‌ی مشورت و هدایت منابع حمایتی به بخش‌های مولد و کارا را موجب خواهد شد. وجود انجمنی متناظر این موضوع در استان کرمان می‌تواند زمینه‌ی مناسبی در جهت هم‌افزایی و استفاده از پتانسیل‌های مشترک را فراهم آورد. در راستای تحرک بیشتر در جهت کسب‌وکار دانش‌بنیان، انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان استان کرمان در شهریورماه امسال توانست موافقت اصولی خود را از اتاق ایران اخذ نماید. این انجمن که اعضاء آن را شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور استان تشکیل می‌دهند به‌منظور نقش‌آفرینی بیشتر در مسائل فناوری استان و برنامه‌ریزی جهت رفع محدودیت‌های موجود در این زمینه تشکیل گردیده است.

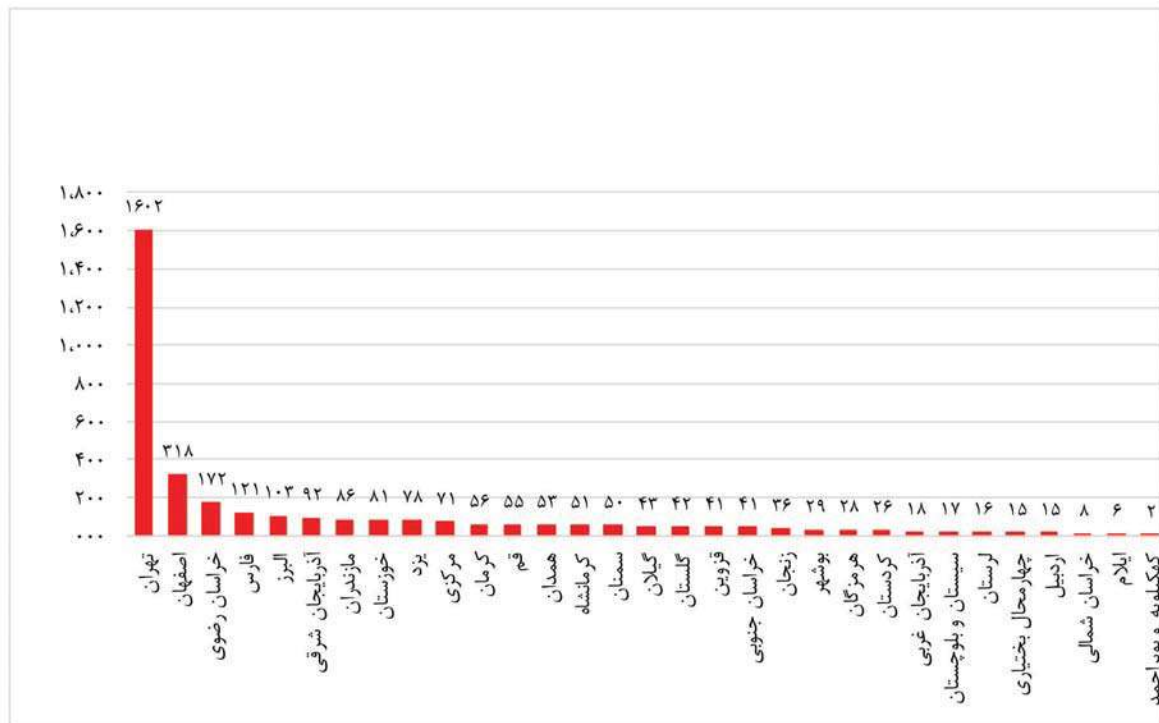
مجمع عمومی مؤسسین انجمن مذکور در روز سه‌شنبه مورخ ۱۴ آذرماه سال ۱۳۹۶ در سالن شماره ۲ اتاق بازرگانی کرمان برگزار شد و از میان ۱۰ کاندید هیئت‌مدیره طبق رأی‌گیری، آقایان عماد جمعه زاده، عابد شیخ بهایی، مجید نورانی، سید احمد سیف الحسینی و مرتضی ایرافمنش به‌عنوان اعضاء هیئت‌مدیره و خانم سعیده صادقی به‌عنوان بازرس انتخاب شدند. همچنین از میان کاندیدهای پست دبیری، پس از مصاحبه خانم مهندس شایما هلاکویی به‌عنوان دبیر انجمن تعیین شد.

از اهداف اصلی انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان استان کرمان می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

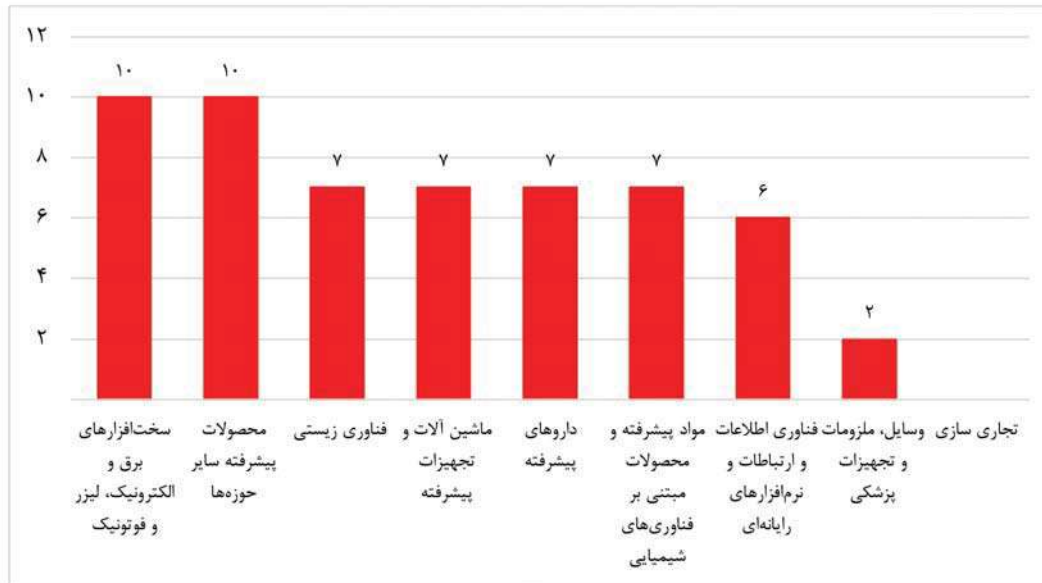
- نقش‌آفرینی در تصمیم‌گیری‌های امور فناوری و مشارکت گروهی در

حوزه سطوح فناوری متوسط به بالا باشند به‌گونه‌ای که به‌سختی قابل‌کپی‌برداری باشند و همچنین طراحی و تولید مبتنی بر تحقیق و توسعه داشته باشند و به تأیید کارگروه ارزیابی و تشخیص شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان برسند به‌عنوان کالا و خدمات دانش‌بنیان معرفی می‌شوند. زمینه فعالیت سطوح فناوری‌های متوسط به بالا به تفکیک نوع فناوری شامل موارد زیر می‌باشند:

۱. فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای رایانه‌ای ۲. سخت‌افزارهای برق و الکترونیک، لیزر و فوتونیک ۳. مواد پیشرفته و محصولات مبتنی بر فناوری‌های شیمیایی ۴. ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته ۵. فناوری زیستی ۶. داروهای پیشرفته ۷. وسایل، ملزومات و تجهیزات پزشکی ۸. خدمات تجاری‌سازی ۹. محصولات پیشرفته سایر حوزه‌ها.
- همچنین با توجه به نوع کالا و خدمات و درصد میزان فروش دانش‌بنیان به‌کل فروش، شرکت‌ها در چهار دسته نوپا نوع ۱، نوپا نوع ۲، تولیدی نوع ۱ و تولیدی نوع ۲ تقسیم‌بندی می‌شوند.
- در زمان نگارش این مطلب، تعداد ۳۳۷۱ شرکت دانش‌بنیان توسط کارگروه تأیید صلاحیت شده که سهم استان کرمان از این تعداد ۵۶ شرکت (۱/۷ درصد کل کشور) است. ۴۱ شرکت دانش‌بنیان استان کرمان در رده‌ی شرکت‌های نوپا تأیید شده‌اند که با توجه به وجود ظرفیت‌های متعدد در استان کرمان و تعداد نیروهای دانشگاهی موجود، پتانسیل برای توسعه کمی و کیفی این شرکت‌ها وجود دارد. هم‌اکنون استان کرمان از نظر تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان در رده یازدهم قرار دارد که مقایسه کمی با شهرهای دیگر در شکل ۱ نشان داده شده است. همچنین زمینه فعالیت این ۵۶ شرکت دانش‌بنیان استان کرمان در شکل ۲ آورده شده است.



شکل ۱. تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان به تفکیک هر استان



شکل ۲. تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان استان کرمان به تفکیک حوزه فناوری

- تمرکز دانشگاه‌ها بر آموزش و ناهمخوانی محتوای برنامه‌ریزی پژوهشی و محتوای دروس دانشگاهی با مقتضیات صنعت و بازار کار و عدم توجه به دانشگاه‌های نسل سوم که دانشگاه‌های آموزشی، پژوهشی و فناوری هستند.
- عدم وجود مهارت‌های لازم در بازار کار (عدم کارایی مراکز فنی و حرفه‌ای و عدم وجود آموزش و مهارت‌های شغلی)
- بی‌توجهی به تحقیق و توسعه در واحدهای صنعتی (ناکارآمد بودن واحدهای R&D)
- عدم تعیین نیازهای اساسی استان بر اساس قابلیت توسعه‌ای آن‌ها
- عدم شناخت صحیح از شرکت‌های دانش‌بنیان در سطح استان
- کمبود منابع مالی با سود متناسب حتی در صندوق نوآوری و شکوفایی
- عدم وجود حق مالکیت معنوی در کشور
- عدم وجود سرمایه‌گذارهای خطرپذیر
- ناتوانی در بازاریابی و تجارت محصولات توسط شرکت‌های دانش‌بنیان

توسعه و رشد شرکت‌های دانش‌بنیان نیازمند بسترسازی و ایجاد عوامل مختلفی است که شناسایی و تقویت آن‌ها در موفقیت و تحقق اهداف شرکت‌های دانش‌بنیان بسیار اثرگذار است. لذا انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان استان کرمان تمام اهتمام و سعی خود را بر این اساس می‌گذارد که مسیر محقق شدن این اهداف را برای شرکت‌های یادشده هموار سازد و با ریل‌گذاری برای شرکت‌ها در مسیر فناوری، آن‌ها را به آرمان‌های خود نزدیک کرده و از طریق همگرایی با شرکت‌ها دستیابی به مقاصد والا را امکان‌پذیر سازد.

تمامی شرکت‌های دارای مجوز دانش‌بنیان و شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری می‌توانند با مراجعه به سایت www.daneshbonyan-kr.ir در انجمن مذکور ثبت‌نام نمایند و از خدمات آن بهره‌مند شوند. ●

- سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌ها
- تلاش جهت ساماندهی امور و بهبود فضای کسب‌وکار دانش‌بنیان بر اساس نقشه راه عملیاتی
- هم‌افزایی علم و ثروت از طریق بسترسازی و ارتباط مؤثر سرمایه‌گذاران و صاحبان فناوری
- تهیه و تنظیم پیشنهادهای مرتبط با تولید و صادرات کالاها و خدمات دانش‌بنیان و ارائه به مراجع ذی‌ربط
- ایجاد پایگاهی مشورتی جهت کمک به ایجاد کسب‌وکار دانش‌بنیان، رشد و توسعه فناوری و تکنولوژی در استان
- ایجاد ارتباط با بانک‌ها و نهادهای مالی و اعتباری جهت گسترش و ارائه خدمات در چهارچوب قوانین حمایتی دانش‌بنیان
- تلاش برای استفاده حداکثری از کلیه قوانین، معافیت‌ها و تسهیلات گمرکی، مالیاتی، بیمه‌ای و ... مربوط به شرکت‌های دانش‌بنیان
- ایجاد صندوق‌های مالی و اعتباری جهت ارائه تسهیلات به اعضا
- ایجاد بانک اطلاعاتی در زمینه‌های مرتبط با اهداف و وظایف
- ارتباط با کمیسیون‌ها، انجمن‌ها و شرکت‌های عضو اتاق بازرگانی جهت ارتقاء آن‌ها به سمت ایجاد تکنولوژی و ارائه محصولات دانش‌بنیان
- آموزش و هدایت شرکت‌های متقاضی جهت اخذ مجوزهای دانش‌بنیان و استفاده از تسهیلات آن
- مهم‌ترین موانع و مشکلات در جهت نیل به توسعه فناوری را می‌توان به‌صورت زیر خلاصه کرد:
- عدم وجود مکانیزم مشخص جهت نقش‌آفرینی شرکت‌های فناور در تصویب قوانین
- موازی کاری و جزیره‌ای عمل کردن سازمان‌های ذی‌ربط به دلیل نبود برنامه جامع فناوری در استان که در آن اقدامات اساسی هر دستگاه مشخص باشد



صنعتِ سنگ؛ بایدها و ضرورت‌های توسعه

< صادق نخعی

مسئول کمیسیون بازرگانی انجمن
سنگ استان کرمان



جهانی معنا می‌یابد آمارها می‌گویند که ظرف پنج سال گذشته صادرات سنگ ۴۰۰ درصد رشد داشته است. صادرات علت اول رشد این رشته صنعتی در کشور و اولین بند مشکل این صنعت است. دست‌اندرکاران عقیده دارند که اگر برخی مشکلات نبود صادرات ما در این مدت به رشد ۵۰۰ درصدی نیز می‌رسید، اما نگاهی به وضع رقبای قدرتمند ما در صادرات سنگ خام و فرآوری شده مانند ترکیه، هند، ایتالیا و بالاخره چین بیانگر این مطلب است که ما به‌رغم داشتن سابقه و عنوان پیش‌قدمی تاریخی در این رشته هنوز ایجادخوانی می‌کنیم! و بازگشایی این گره، در وهله اول بر دوش نزدیک‌ترین سطوح تخصصی صنعت سنگ، به سنگ است. فعالان صنعت سنگ عقیده دارند که صادرات بی‌رویه سنگ خام با رشد بیش از ۲۰۰ درصد، بزرگ‌ترین مانع رشد کمی و کیفی بخش صادرات سنگ است؛ و رشد بی‌رویه هزینه‌های استحصال و تولید در این رشته مانند افزایش دستمزد کارگر و هزینه گمرکات و بهره بانکی بالا در کنار تحریم‌ها را نیز از عوامل مهم کندی رشد صادرات سنگ در کشور برمی‌شمارند. ایران به لحاظ میزان ذخایر سنگ‌های تزئینی و نما جزوه ۱۰ کشور دارنده معادن مرغوب سنگ در جهان است. تولید سنگ تزئینی در ایران در سال‌های اخیر به

یک ضرب‌المثل قدیمی می‌گوید: «مرد سنگ به خانه ببرد، بهتر است تا...!» که به طور ضمنی اشاره‌ای به کم‌بهای یا بی‌بهای سنگ داشته است، اما این ضرب‌المثل مربوط به وقتی است که سنگ تا این مقدار با مقوله ارزش‌افزوده اقتصادی ارتباط پیدا نکرده بود، چراکه امروزه صدها هزار تن از مردان این سرزمین و البته مردان کشورهای دیگر، به‌ویژه مردان کشور چین، درواقع سنگ به خانه می‌برند؛ یعنی از درآمد حاصل از سروکله زدن با سنگ بیابان امرامعاش می‌کنند؛ به‌اصطلاح از روی بخت، سنگی به نشانه می‌زنند. امروزه دستگاه‌های عظیم، اما دقیق و سریع برش سنگ از کوه، ماشین‌های سایش و برش نهایی و ماشین‌افزارهای رایانه‌ای ابزارزنی و نقش نگاراساز با هزاران کارگر و مهندس متخصص معدن و صنعت و محیط‌زیست و غیره و همچنین صدها خیره سنگ‌شناس و خاک‌شناس، زمین‌شناس و امثالهم، در کنار یک سازوکار پیچیده تجاری و سامانه‌های کارآمد اداری در کارند تا چرخ‌های سنگین یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی کشور یعنی صنعت سنگ به‌درستی بچرخد تازه آن هم با حضور رقبایی بین‌المللی و رشد دمامد فناوری‌های جنبی در تمام زمینه‌ها. جان‌مایه حیات صنعت سنگ، صادرات است که با سازوکار پیچیده فوق‌الذکر در بازار

به نتیجه برسانند. با این همه به نظر می‌رسد که صنعت سنگ با افزایش شمار دست‌اندرکاران متخصص در این رشته با آهنگ رشد شتابان در حال غلبه بر مشکلات سنتی و صنعتی خود است و دور نیست که در آینده نزدیک صنعتگران و بازرگانان هوشمند ایرانی با محو نقاط ضعف این سازوکار و تقویت بنیه علمی، تکنولوژیکی و اقتصادی صنعت سنگ این رشته را در مرتفع‌ترین جایگاه خود بنشانند.

ستون‌های برافراشته، طاق‌های متعدد و بیکره‌های عظیم سنگی در نقاط مختلف کشور حکایت از آشنایی ایرانیان دوران باستان با نحوه به‌کارگیری ماهرانه سنگ در ساخت‌وساز بناها و تندیس‌ها دارد. از سوی دیگر این امر نشان‌دهنده این است که ذخایر غنی و پربار انواع سنگ‌های تزئینی در این کشور وجود دارد. در عصر حاضر، هم‌زمان با ارائه تعاریف جدیدی از کشف، بهره‌برداری، فرآوری و نوع استفاده و فروش سنگ‌های معدنی در جهان، فعالان این عرصه در ایران نیز با این نوع روابط درگیر شده‌اند و ناچارند با افزایش سرعت در فعالیت‌ها فاصله خود را با قافله جهانی این صنعت کم کنند. بدیهی است اگر دست‌اندرکاران تولید، فرآوری و صدور سنگ‌های معدنی در ایران به‌جای صادرات قطعات خام و کار نشده زمینه صادرات سنگ‌های فرآوری شده با کیفیت عالی را گسترش دهند با ایجاد ارزش افزوده و افزایش درآمد ارزی برای کشور نقش عمده‌ای را در ایجاد اشتغال ایفا خواهند کرد. ایران به لحاظ تنوع رنگ و جنس سنگ و ذخایر قابل توجه آن موقعیت ویژه‌ای نسبت به دیگر کشورها در برخی نقاط دنیا دارد. طبق آمار رسمی سال ۱۳۹۵ در حال حاضر ذخیره ۴/۵ میلیارد تنی انواع سنگ قواره‌ای در کشور شناسایی شده که حدود ۵۳ درصد آن مرمریت، ۳۵ درصد گرانیت، ۱۰/۵ درصد تراورتن و حدود کمتر از یک درصد آن مرمر است. بر این اساس ذخیره مرمریت حدود ۱۶۵۰۲ میلیارد تن، گرانیت حدود ۵۰۱ میلیارد تن، تراورتن حدود ۴۵۰ میلیون تن و مرمر ۴۴ میلیون تن برآورده شده است. در سال‌های اخیر استخراج از معادن شتاب گرفته و منابع جدید نیز در دست اکتشاف می‌باشد.

حدود ۷ میلیون تن بلوک استخراجی رسیده است در زمینه تولید سنگ خام، ایران جزو سه کشور بزرگ تولیدکننده بزرگ در جهان (در کنار چین و ایتالیا) به شمار می‌رود، اما کل صادرات سنگ تزئینی ما حداکثر پنج درصد تولید مزبور است. علاوه بر علل ذکرشده دو عامل روش‌های استخراج نامناسب و عدم آموزش کافی کارگران این رشته موجب ناکامی این صنعت در کیفیت و لاجرم صادرات آن است. باید متذکر شد که کشورهای صاحب‌نام در بازار سنگ‌های تزئینی در استخراج از تکنولوژی بالایی بهره‌مند هستند. برتری فناوری مزبور ضایعات بسیار کمتر سنگ‌های استخراج‌شده را به دنبال دارد. در کشور ما هنوز بهره‌برداری از معادن سنگ همراه با ضایعات فراوان و بهره‌وری اندک صورت می‌گیرد. آمار ضایعات بیش از ۵۰ درصد از این زمینه قابل تأمل است. فقدان آموزش کافی در نزد کارگران این رشته عامل محدودکننده مهمی است. البته این مشکل به طور اصولی در تمامی رشته‌ها گریبان‌گیر صنعت ماست. اگرچه در برخی رشته‌ها تعداد معدودی از مراکز آموزشی برای تربیت کارگر ماهر فعالیت می‌کنند، رشته معدن به‌ویژه سنگ کمترین بهره را از این موضوع دارد؛ درحالی‌که صنعت سنگ شاید بیش از هر حرفه دیگری نیازمند مهارت‌های فنی و قدرت بدنی در نزد کارگران است. نتیجه این محرومیت در افزایش ضایعات، وقوع حوادث ناشی از کار، کیفیت نازل برخی تولیدات و نهایتاً بهره‌وری اندک در این رشته کاملاً مشهود است. بخش صنایع تکمیلی در صنعت سنگ اهمیت ویژه‌ای دارند. تولید سنگ‌های تزئینی با ابعاد استاندارد و در سطح انبوه، تولید با استانداردهای خاص برای موارد ویژه، تولید فرآورده‌های موسوم به «آنتیک»، تولیدات ناشی از پودر سنگ و تولید سرامیک‌های ویژه از مواردی هستند که کمیت آن در صنعت سنگ ما به اصطلاح لنگ است. امر بازاریابی به‌درستی انجام نمی‌پذیرد و رشد صادرات سنگ خام مؤید این نکته است که صادرکنندگان در این زمینه رسالتی برای خود قائل نیستند و بیشتر به دنبال بازارهای سهل‌الوصول هستند تا با تلاش کمتر و البته سود کمتر کار را در زمان اندکی



ما در حال حاضر اطلاعات جسته‌وگریخته‌ای داریم که نمی‌توان به آن‌ها تکیه کرد. هیچ نهادی به دنبال جمع‌آوری و انجام بررسی‌های کارشناسانه روی بازار نیست. به این ترتیب واضح است که توان خود را در صادرات از دست بدهیم. در گروه سنگ‌های ساختمانی حتی یک سایت اینترنتی نداریم که کالای خود را معرفی کنیم. در پی اطلاع‌رسانی و بازاریابی است که می‌توان بر سرقیمت و کیفیت با خریدار خارجی به تفاهم رسید. اگر خرید قابل توجهی انجام شود می‌توان سرمایه‌گذاری مجدد کرد و فعالیت را توسعه داد اما وقتی هیچ اطلاعی از بود یا نبود مشتری وجود ندارد چطور می‌توان به توسعه فعالیت‌ها فکر کرد.

در ایران اطلاع‌رسانی محدود به ارتباطات موردی، منقطع و پراکنده صادرکنندگان و تولیدکنندگان در داخل و گاه واردکنندگان خارجی است. شکل‌های مربوطه از قبیل اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات معدنی ایران، انجمن سنگ ایران و انجمن‌های استانی سنگ، اتحادیه‌های محلی صنفی سنگ‌بری‌ها و معدن کاران اطلاع‌رسانی محدودی دارند. در حال حاضر بهترین مرجع راهنما در نمایشگاه‌های تخصصی بین‌المللی است که در نقاط مختلف دنیا برگزار می‌شود که با توجه به پتانسیل‌های موجود شاهد برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی بین‌المللی مؤثر و کارآمد در ایران نبوده‌ایم. در ضمن حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی خارج از کشور برای شرکت‌های ایرانی هزینه‌های سرسام‌آوری دارد. وقتی هیئتی متشکل از تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ برای معرفی سنگ ایران به یک نمایشگاه خارجی بروند با سرشکن کردن هزینه‌ها می‌توان بیشترین بازدهی را ایجاد کرد، اما متأسفانه به خاطر نبود فرهنگ کار گروهی، همه شرکت‌ها به صورت انفرادی عمل می‌کنند، ضمن اینکه تاکنون حمایت درستی از طرف دستگاه‌های متولی توسعه صادرات مشاهده نکرده‌ایم.

آلن گیل بزرگ‌ترین مشاور فروش و بازاریابی سنگ ساختمانی دنیا با تخصص در صنایع ساخت‌وساز می‌باشد وی بیش از یک دهه در بخش بازاریابی و فروش سنگ فعالیت کرده است او در مطلبی حاصل تجربیات خود را با چند توصیه در خصوص نحوه صحیح بازاریابی سنگ این‌گونه بیان می‌دارد: بازاریابی سنگ ساختمانی یکی از گلوگاه‌های اصلی تجارت سنگ می‌باشد که با اجرای صحیح آن تضمین تولید سنگ را به همراه خواهد داشت و در شرایط رکود، تولیدکنندگانی موفق هستند که دارای تیم تخصصی و آموزش‌دیده‌ای در بازاریابی سنگ می‌باشند. ●

بر پایه این آمار، استخراج از معادن سنگ ایران از حدود ۴ میلیون تن در ده سال گذشته به حدود ۳۴۲.۸ میلیون تن رسیده است که رقمی در حدود ۷ درصد تولید جهانی است. شرکای تجاری عمده در زمینه صادرات سنگ ایران به ترتیب چین، ایتالیا، کشورهای حوزه خلیج‌فارس، عربستان، امارات متحده عربی، کویت، قطر، کشورهای مستقل مشترک‌المنافع به‌ویژه اکراین و آذربایجان و برخی کشورهای خاور دور و اروپایی هستند. پیرامون میزان شناخت خریداران سنگ ایران می‌توان گفت که خریداران چینی شناخت خاصی نسبت به معادن ایران دارند و عمدتاً با انتخاب سفارش می‌دهند. سنگ مرمریت استان فارس در اولویت انتخاب این افراد قرار دارد. واردکنندگان ایتالیایی هم با شناخت کامل از نوع و کیفیت سنگ‌های ایران، سفارش‌های ویژه خود را دارند. بقیه کشورها نیز بنا به سلیقه و تقاضاهای متنوع و قیمت سنگ خرید می‌کنند که روند ثابتی مشاهده نمی‌شود و در موارد مختلف، متفاوت است. از سوی دیگر با توجه به روند رو به رشد صادرات سنگ ایران، صادرکنندگان باتجربه ایران باید اطلاعات کاملی از وضعیت بازار سنگ کشورهای هدف داشته باشند و متناسب با تغییر شرایط، خریداران را در سطح دنیا شناسایی کنند. بازار چین، ایتالیا و حوزه خلیج‌فارس برای اکثر صادرکنندگان ایرانی شناخته شده است. در مورد سایر کشورها تعدد سلیقه، تنوع سنگ‌های سفارش شده، تغییر و جابجایی مداوم مشتریان موجب شده که روش آزمون و خطا در ارزش و حجم صادرات نوسان ایجاد کند.

درحالی‌که تجربه می‌تواند عامل مهمی در برقراری ارتباط با طرف‌های تجاری باشد، اما در شرایط فعلی اقتصاد بین‌الملل که مناسبات به شدت در حال تغییر است وجود یک پایگاه جامع و کامل اطلاع‌رسانی الزامی به نظر می‌رسد. به‌عنوان یک کارشناس بازار بین‌الملل باید گفت: ما در حال حاضر اطلاعات جسته‌وگریخته‌ای داریم که نمی‌توان به آن‌ها تکیه کرد. هیچ نهادی به دنبال جمع‌آوری و انجام بررسی‌های کارشناسانه روی بازار نیست. به این ترتیب واضح است که توان خود را در صادرات از دست بدهیم. در گروه سنگ‌های ساختمانی حتی یک سایت اینترنتی نداریم که کالای خود را معرفی کنیم. در پی اطلاع‌رسانی و بازاریابی است که می‌توان بر سرقیمت و کیفیت با خریدار خارجی به تفاهم رسید. اگر خرید قابل توجهی انجام شود می‌توان سرمایه‌گذاری مجدد کرد و فعالیت را توسعه داد اما وقتی هیچ اطلاعی از بود یا نبود مشتری وجود ندارد چطور می‌توان به توسعه فعالیت‌ها فکر کرد. پایگاه اطلاع‌رسانی منظم و منسجم و فراگیر و رسمی در ایران در زمینه تولید و صدور فرآورده‌های سنگی وجود ندارد. به علت بودن واحدهای تولیدی در کوهستان، بیابان و شهر، برقراری ارتباط بین فعالان چندان آسان نیست. ضمن آنکه انواع تولیدات با استانداردهای متفاوت و تنوع زیاد در بازار موردتوجه‌اند. لذا نامعلوم بودن وضعیت مبادله سنگ در کشور ناشی از ماهیت خاص این حوزه از فعالیت‌های اقتصادی که خاص ایران هم نیست. در کشوری مثل ایتالیا به دلیل قدمت فعالیت‌های شبکه منظم اطلاع‌رسانی برای ارتباط واحدهای تولیدی و صادراتی وجود دارد.

بازاریابی سنگ به سبک آلن گیل

< صادق نخعی

مستول کمیسیون بازرگانی انجمن
سنگ استان کرمان

جونز با تفنگ به حریفش که شمشیر داشت شلیک کرد. مرد با مهارت قابل توجه چرخید و شمشیرش را پرتاب کرد اما او شمشیر را به جنگ تفنگ آورده بود. قطعاً او شکست خورد و تنها اشتباه او این بود که ایندیانا با خودش تفنگ آورده بود و او تنها اسلحه‌اش شمشیرش بود! در مبارزه، تفنگ شمشیر را شکست می‌دهد و شمشیر چاقو را. در تجارت و بازاریابی سنگ ارتباط رودرو، تماس‌های تلفنی و پیام‌های نوشتاری (شامل نامه، ایمیل، پیامک و موارد مشابه) را شکست می‌دهد. در این مورد نکات زیر را به یاد داشته باشید: ۱- در بازاریابی سنگ، برای هر مشتری کانال مخصوص به خودش را انتخاب کنید، یعنی روشی را برای ارتباط با وی برگزینید که رضایت بیشتری دارد و احساس راحتی بیشتری می‌کند اگر او برای استعلام قیمت سنگ به شما پیامک زد شما نیز در پاسخ با پیامک به وی پاسخ دهید چون با این کار او احساس راحتی بیشتری می‌کند و به او اجازه دهید که از این طریق با شما ارتباط برقرار کند. اگر ارتباط ایمیلی را می‌پسندد؛ با ایمیل پاسخ بدهید، ولی هرگز پاسخ کسی که با شما تماس می‌گیرد را با پیامک ندهید. این دقیقاً به معنی از دست دادن ارتباط صحیح با مشتری و یکی از مهلک‌ترین اشتباهات یک بازاریاب سنگ است، ۲- در بازاریابی سنگ توجه داشته باشید، پیامی که قصد دارید برای مشتری خود ارسال کنید دارای جزئیات هرچه بیشتری باشد؛ در انتخاب روش ارتباطی نیز می‌بایست بیشتر دقت کرد، ارتباط‌های نوشتاری به راحتی اشتباه درک می‌شوند. در تماس‌های تلفنی شما از طرز صحبت کردن و تن صدای طرف مقابل می‌توانید رفتارها و نگرش‌های وی را حدس بزنید. در صورتی که در ارتباط‌های نوشتاری هرگز چیزی مشابه این را نخواهید دید. در ارتباط‌های چهره به چهره نیز شما می‌توانید زبان بدن و رفتارهایی غیر صحبت کردن را نیز

آلن گیل از سال ۱۹۹۳ میلادی در صنعت ساخت‌وساز و در بخش بازاریابی و فروش سنگ کار کرده است. کارنامه فوق‌العاده او در همکاری با کارخانه‌های انگلیسی باعث شد تا او بیش از ده سال در بخش بازاریابی سنگ به خدمت‌رسانی مشغول باشد. حال او مدیریت شرکت بازاریابی ساخت‌وساز Keystone را بر عهده دارد و متخصص بازاریابی آژانس ساخت‌وساز است. این آژانس با افرادی که در زمینه ساخت‌وساز فعال هستند کار کرده و در بعضی موارد تأمین‌کننده آن‌ها بوده و با بازاریابان تخصصی خود به آن‌ها کمک می‌کند که فروش و سود ناخالص خود و شرکت‌های زیرمجموعه خود را افزایش دهند. آلن تعریف می‌کند، هفته پیش زمانی که از کنار پیاده‌رو در شهر لندن قدم‌زنان پیش می‌رفتم، یک پوستر بر روی پنجره ساختمان جامعه‌های محلی توجه من را به خودش جلب کرد. تیترو پوستر به این شکل بود: ما به سرمایه‌گذاری در تیم بازاریاب حرفه‌ای خود ادامه می‌دهیم چون مواجهه رودرو بهتر است. این جمله من را به این فکر انداخت که ما راه‌های زیادی برای ارتباط با مشتریانمان داریم. در بازاریابی سنگ، سال‌ها کانال ارتباط فروشندگان با مشتریان از طریق نامه، تماس تلفنی و یا ملاقات حضوری بوده ولی اکنون در عصر انقلاب دیجیتالی می‌توانیم ایمیل بزنیم، از تلگرام و شبکه‌های اجتماعی دیگر استفاده کنیم و چهره یکدیگر را ببینیم و تصویر نمونه‌های سنگ را به صورت آنلاین ارسال کنیم. حتی من پیش‌بینی می‌کنم در آینده گزینه‌های دیگری نیز برای انتخاب نحوه برقراری ارتباط وجود داشته باشد.

بنابراین برای موفقیت در بازاریابی سنگ اسلحه خودتان را با دقت انتخاب و مطمئن شوید که با چاقو به جنگ تفنگ نرفته باشید! آیا فیلم مهاجمان کشتی گم‌شده را دیده‌اید؟ در صحنه‌ای از آن ایندیانا

در انتخاب روش ارتباطی می‌بایست بیشتر دقت کرد، ارتباط‌های نوشتاری به راحتی اشتباه درک می‌شوند. در تماس‌های تلفنی شما از طرز صحبت کردن و تن صدای طرف مقابل می‌توانید رفتارها و نگرش‌های وی را حدس بزنید. در صورتی که در ارتباط‌های نوشتاری هرگز چیزی مشابه این را نخواهید دید. در ارتباط‌های چهره به چهره نیز شما می‌توانید زبان بدن و رفتارهایی غیرصحت کردن را نیز ببینید که هرگز در تماس تلفنی معلوم نخواهند شد. در سال‌های اخیر شبکه‌های اجتماعی به کمک ما بازاریابان آمده‌اند و به ما فرصت استثنایی برای جذب مشتری بیشتر را می‌دهند...

هدف بازاریابی چه چیزی است؟

من به شما دو گزینه را پیشنهاد می‌کنم گزینه اول زمان بیشتری را از شما خواهد گرفت، اما قطعاً بازه بیشتری خواهد داشت. در این گزینه سعی کنید همواره اهداف کسب‌وکار خودتان را آپدیت کنید. مطمئن شوید که اهداف بازاریابی شما از قاعده S.M.A.R.T برای تجارت و کسب‌وکاران پیروی می‌کند. اگر شما یک برنامه مشخص برای کسب‌وکاران نداشتید و یا برای به‌روز کردن اهدافتان دنبال نسخه‌ای با زحمت کمتری هستید باید گزینه دوم را در پیش بگیرید، در این روش یک هدف بازاریابی که از لحاظ مالی قابل‌سنجش باشد و از قاعده S.M.A.R.T هم پیروی کند؛ را مشخص کنید. چیزهای ساده‌ای مثل فروش را ده درصد افزایش و یا سود ناخالص را در حدود ۳ درصد افزایش دهید. یا حتی می‌توانید بر روی پیشرفت یک بخش یا یک خط تولید از کسب‌وکاران تمرکز کنید.

چطور به اهداف بازاریابی خود برسیم؟

وقتی شما خود را برای رسیدن به یک هدف آماده کرده‌اید، به راحتی می‌توانید بفهمید که آن را چطور شروع کنید، زیرا آن را قبلاً در ذهن خود انجام داده‌اید.

اگر برای شما مشخص کردن اهداف بازاریابی مطابق مراحل فوق مشکل است می‌توانید از مدل S.M.A.R.T استفاده کنید اما حتماً سه تا شش هدف را برای خود در مورد اینکه "چرا" می‌خواهید به آن‌ها برسید؛ بنویسید. همچنین یک برنامه بریزید، مهم نیست که چقدر اولیه و ابتدایی باشد.

برای آخرین سخن یک نقل‌قول از خلبان فرانسوی و نویسنده مشهور، آنتوان دوسنت آگروپری است که می‌گوید:

"یک هدف، بدون برنامه‌ریزی، فقط یک آرزوست."

ببینید که هرگز در تماس تلفنی معلوم نخواهند شد. شما را از استفاده از کانال‌های دیجیتالی منع نمی‌کنم؛ خود من نیز روزانه از آن‌ها استفاده می‌کنم. این شبکه‌ها به کمک ما بازاریابان آمده‌اند و به ما فرصت استثنایی برای جذب مشتری بیشتر را می‌دهند، ولی این شبکه‌ها بیشتر برای نگه‌داشتن مشتریان موجود مناسب می‌باشند تا جذب مشتری‌های جدید؛ مخصوصاً زمانی که موفق شده باشید محموله‌ای از سنگ را به یک مشتری بفروشید و به آن‌ها قول خدمات طولانی‌مدت داده باشید، در این حالت با حفظ ارتباط از طریق شبکه‌های اجتماعی به آن‌ها احساس دلگرمی می‌دهید، او شما را در کنار خود احساس می‌کند و برای خریدهای بعدی، شما اولین گزینه‌ای هستید که در ذهنش تداعی می‌شود. حفظ ارتباط از طریق کانال‌های شبکه اجتماعی و یا تبلیغ در سایت‌های تخصصی که اطمینان دارید که روزانه افراد متخصص زیادی از آن بازدید می‌کنند، کمک شایانی جهت افزایش احتمال موفقیت شما در بازاریابی سنگ ایجاد می‌کند.

اگر با مشتریان معروف و به نامی سروکار دارید که روزانه بازاریاب‌های متعدد سنگ به آن‌ها مراجعه می‌کنند، حتی اگر موفق به فروش سنگ به آن‌ها شده باشید بدون توجه به تکنولوژی‌های جدید و کانال‌های برقراری ارتباط دیجیتالی همچون شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات در سایت‌های اینترنتی پر بازدید در آینده نزدیک، در بین بازاریابان متعدد دیگر فراموش خواهید شد و هیچ تضمینی برای ادامه مراد شما با این افراد وجود نخواهد داشت. ولی باید توجه داشت که در بازاریابی سنگ تبلیغ در سایت‌های تخصصی پر بازدید و شبکه‌های اجتماعی به‌تنهایی مثر ثمر نیستند و اگر با مشتریانان رابطه نزدیک و خوبی دارید؛ با ارتباط‌های گاه‌به‌گاه اما رودرو می‌توانید این رابطه را قوت ببخشید که تأثیر بسیار زیادی در موفقیت بازاریابی شما دارد. وی درجایی دیگر با استفاده از قانون مرور اهداف بازاریابی در صنعت سنگ می‌گوید: من در بازاریابی سنگ خیلی طرفدار این‌همه رسمی بودن نیستم اما خیلی از افراد آن را جدی می‌گیرند و آن را ول نمی‌کنند! در عوض من از طرفداران پروپاقرص تعیین اهداف در بازاریابی سنگ هستم. بهتر است که بگویم اهداف هوشمندانه (S.M.A.R.T) که به پنج بخش: خاص (Specific)، قابل اندازه‌گیری (Measurable)، حرکت فعالانه (Action-oriented)، نگاه واقع‌گرایانه (Realistic) و ملزم کردن خود از لحاظ زمانی (Time-bound) تقسیم می‌شوند. من به بررسی اهداف بازاریابی مطابق با این آیتم‌ها بسیار علاقه‌مندم.

در این رابطه پاسخ به سؤال‌های زیر بسیار ضروری به نظر می‌رسد:

چرا باید اهداف بازاریابی را تعریف کنیم؟

تعیین اهداف جدید برای بازاریابی کسب‌وکار شخصی خودتان و یا برای کسب‌وکار یک شرکت یک بازی برد برد است. اگر به اهدافتان برسید همه به شما تبریک خواهند گفت. احسنت که به اهداف رسیدید! اگر هم به اهداف خود نرسیدید؛ این یک بازی برد "کسب تجربه و یادگیری برنده شدن" خواهد بود. شما باید آیتم‌هایی که برای رسیدن به هدف درست انجام نشده‌اند و ضعف داشته‌اید را شناسایی و آن‌ها را بهبود ببخشید تا دفعه بعد شانس شما برای موفقیت بالاتر برود و سپس دوباره تلاش کنید. در این صورت کسب‌وکار شما پیشرفت خواهد کرد.

با توجه به بحث اختیارات سازمان صنعت، معدن و تجارت استان در خصوص حقوق دولتی معادن، در حال حاضر چه موانعی برای تجمیع یا معافیت این حقوق وجود دارد؟

استان کرمان بزرگ‌ترین استان معدنی کشور است و جهت اطلاع مخاطبان مختصری از فعالیت‌های معدنی در استان در اینجا شرح داده می‌شود، در استان کرمان ۶۳ میلیون تن انواع مواد معدنی استخراج می‌شود که سهم ۲۱ درصدی از استخراج کل کشور را داریم. ۳۶ درصد حقوق دولتی کشور و در مجموع ۳۰ درصد فعالیت‌های معدنی کل کشور در استان کرمان صورت می‌گیرد. به استناد تبصره ۶ ماده ۱۴ قانون معادن، مقرر شده است که ۱۵ درصد حقوق دولتی به استانی که معدن در آنجا وجود دارد برگردد و بر طبق گزارش دیوان محاسبات، میانگین برگشت حقوق دولتی استان فقط ۰/۰۵ درصد است. این یکی از موانع و چالش‌های استان است که مواد معدنی در استان برداشت می‌شود ولی سهم حقوق دولتی معادن به نحو شایسته‌ای به استان برگشت داده نمی‌شود و این سهم وارد خزانه می‌شود. برای حل این موضوع، از سال ۱۳۹۳ توسط سازمان، پیگیری‌های متعددی جهت بحث تفویض اختیارات شورای عالی معادن به استان انجام شد، زیرا شورا حق دخل و تصرف در حقوق دولتی معادن و تغییر نرخ پایه حقوق دولتی را دارد و مطابق ماده ۴۳ برنامه ششم این اختیارات می‌تواند به استان‌ها واگذار شود که با تلاش‌های صورت گرفته این امر محقق شد. در حال حاضر به استناد ماده ۴۳ اختیار تعیین و تکلیف ۲۰ درصد از حقوق دولتی به شورای معادن استان تفویض شده است.

به نظر شما نظام‌مهندسی معدن استان چه تأثیری بر روند پیشرفت امور معدنی در استان کرمان دارد؟

۱/۳ درصد GDP کشور متعلق به حوزه معدن است و ۴۰ درصد از آن مربوط به استان کرمان است به طوری که بر اساس آمار مربوطه ۹۹/۶ درصد GDP استان مربوط به ۵ معدن بزرگ ماست و سهم مابقی معادن که ۴۳۵ معدن می‌باشند حدود ۰/۰۴ درصد است همچنین بیش از ۹۰ درصد استخراج مواد معدنی مربوط به این ۵ معدن بزرگ است و ۹۵ درصد اشتغال نیز در این معادن می‌باشد. نظارت بر معادن استان بر عهده سازمان صنعت، معدن و تجارت استان است و برای اینکه در این زمینه رصد خوبی انجام گیرد نیاز به یک سری ابزار است که عموماً سازمان‌های دولتی چون از نظر تجهیزات در این مسیر دچار مشکل هستند به استناد قانون از سازمان‌های نظام‌مهندسی معدن و بهره‌گیری از مسئولین فنی معادن جهت رصد برداشت و نظارت و جلوگیری از تضییع مواد معدنی در استان کمک گرفته می‌شود. همچنین برای اولین بار در کشور سیستم پهپاد در استان کرمان جهت نظارت بر برداشت از معادن استفاده می‌شود. این روش دو مزیت دارد: اول این‌که برداشت‌های مواد معدنی به‌وسیله تکنولوژی جدید کارشناسی می‌شود و دوم این‌که زمان برداشت کوتاه می‌شود.

با وجود اهمیت نقش نظارت بر معادن، به نظر می‌رسد در حال حاضر این نقش در معادن استان بسیار کم‌رنگ شده است، سازمان در این خصوص چه برنامه‌هایی دارد؟



گفت‌وگوبا «مهدی حسینی نژاد»
رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمان

کرمان؛ بهشتِ معادن ایران

< احمدرضا نیک‌طبع اطاعتی
< نرگس مهدوی‌نیا

اشاره: مهندس حسینی نژاد یکی از فعالان حوزه معدن استان است که طی مدت ۲۰ سال فعالیت مستمر در این بخش، مسئولیت‌های مختلفی در این زمینه، از جمله معاونت امور معادن و صنایع معدنی استان و ریاست پروژه‌های معدنی مختلفی را در استان بر عهده داشته و در حال حاضر در مقام ریاست سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مشغول به فعالیت می‌باشد. در اولین شماره سپهر اقتصاد با هدف بررسی بیشتر وضعیت بخش معدن و سنگ استان با ایشان به گفتگو نشستیم که ماحصل این گفت‌وگورا در ادامه می‌خوانیم.

مشکل توجه ویژه شود. اگر منابع و مصارف بانکها را افزایش دهیم به بهبود شرایط کمک می‌نماید به همین دلایل در شورای عالی معادن این موضوع دیده شد و مصوب شد که گردش‌های مالی شرکت‌های بزرگ و واحدهای صنعتی و معدنی به‌صورت قانونی به استان منتقل شود که این امر منجر به افزایش منابع بانکها شده و به بانکها کمک می‌کند تا امکانات تسهیلی با نرخ ترجیحی به تولیدکنندگان دهند و در سطح کلان‌تر می‌توان به موضوع صندوق تولید به‌عنوان یک برنامه جهت ارائه تسهیلات به واحدهای کوچک و خرد اشاره نمود که حتی با عدم پذیرش پروانه‌های بهره‌برداری به‌عنوان وثایق بانکی، این موضوع حل می‌گردد.

با توجه به بحران کم‌آبی در کشور و بالأخص استان کرمان برنامه‌های سازمان جهت سرمایه‌گذاری و جذب منابع از بخش کشاورزی به بخش صنعت و معدن استان چیست؟

باید اشاره نمود که جذب سرمایه‌گذاری از بخش کشاورزی به صنعت و معدن سیاستی است که استان در سال جاری دنبال نموده و می‌نماید و برخلاف ۴۰ سال گذشته که ۸۷ درصد بودجه‌های رشد و توسعه استان از محل اعتبارات دولتی و ۱۳ درصد بخش خصوصی بود در حال حاضر برعکس شده است. با توجه به نرخ رشد ۸/۵ درصد در استان، تأمین منابع ۲/۷ درصد از محل بهره‌وری و ۵/۸ درصد از محل سرمایه‌گذاری جدید دیده شده است. در حال حاضر پروژه‌هایی به مبلغ حدود ۳۶۰۰۰ میلیارد تومان در دست اجرا می‌باشد که ان شا الله تا افق ۱۴۰۴ به بهره‌برداری کامل می‌رسند. معضل آب مشکل اصلی استان است، به وزیر نیرو پیشنهاد شده است که با توجه به این‌که راه رشد و توسعه استان، صنایع معدنی است جهت تأمین آب صنعت، دستورات لازم را صادر و برای حمایت از این بخش برنامه‌ریزی نمایند.

با توجه به وجود تشکلهای همگن در بخش معدن و سنگ در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان و نیز وجود تشکلهای مشابه در اتاق بازرگانی کرمان، به نظر شما آیا موازی کاری صورت نمی‌گیرد و به نظر شما نایبستی تمامی این تشکلهای در اتاق بازرگانی متمرکز باشند؟

در حال حاضر تشکل دولتی به‌هیچ‌عنوان در حوزه صنعت و معدن نداریم و اتاق بازرگانی به‌عنوان بازوی وزارتخانه ماست. اتاق اصناف، خانه صنعت و معدن، نظام‌مهندسی معدن و خانه معدن هم زیرمجموعه وزارتخانه ما هستند و هرکدام از این مراکز قانون و دستورالعمل جداگانه دارند. اتاق بازرگانی با توجه به ضوابط، انتخابات تشکلهای را دارد و به همین شکل خانه معدن، خانه صنعت و معدن و اتاق اصناف و ... در استانی مانند استان کرمان، با توجه به معدنی بودن این استان باید از همه بخش‌ها جهت کارشناسی درست یک موضوع نظرخواهی نمود. با توجه به اینکه در حال حاضر می‌توانیم از ۲۰ درصد حقوق دولتی معادن استفاده نماییم باید این موضوع هدفمند پیگیری شود و باید همه تشکلهای با یکدیگر همگرایی داشته باشند که اگر همه این تشکلهای قوی باشند نتیجه آن در نهایت به نفع استان است. ●

نحوه برداشت و ایمنی در معادن بسیار مهم است. در قانون پیشنهادی جدید نظام‌مهندسی معدن تمام مسائلی که در معدن اتفاق می‌افتد بر عهده مسئولین فنی است که عضو نظام‌مهندسی معدن هستند و این افراد موظف به ارائه گزارش صحیح از نحوه استخراج در معادن می‌باشند. بر اساس طرح بهره‌برداری هر معدنکار می‌تواند استخراج انجام دهد و در صورت برداشت مازاد از طرح، بایستی سه برابر حقوق دولتی جریمه پرداخت نماید و اگر بخواهند از طریق قانونی اضافه برداشت داشته باشد بایستی در طرح بهره‌برداری اصلاح صورت گیرد.

نقش سازمان صنعت، معدن و تجارت در تسهیل‌گری امور معدنکاران بالأخص معدنکاران سنگ‌های تزئینی و بهبود فضای معدنکاری در استان در چند سال اخیر چگونه بوده است؟

از سال ۱۳۹۰ نزدیک به ۶۰۰۰ درخواست ثبت محدوده معدنی در کالک معدنی سازمان ثبت شده است و از مساحت ۱۸۱۰۰۰ کیلومترمربع در استان، بالای ۸۰ درصد محدوده‌ها ثبت شده است؛ در حالی که بیش از ۹۰ درصد این افراد توانایی انجام فعالیت معدنی نداشتند ولی شرایط قانونی جهت ثبت محدوده معدنی را دارا بودند و این یک چالش بزرگ در استان بود. نقش سازمان در ۲/۵ سال گذشته اجرای سیاست جدیدی در قالب چارچوبی مشخص و قانونی بود که ۲۵ پهنه برای ۴۶۰۰۰ کیلومترمربع تعریف گردد تا شرکت‌های توانمند در این مورد کار اکتشافی انجام دهند و با ایجاد سایت کاداستر و همچنین تعریف پهنه‌ها در استان، ۴۷۰۰ محدوده از ۶۰۰۰ محدوده تعیین تکلیف شد.

با توجه به اینکه قانون رفع موانع تولید و بهبود فضای کسب‌وکار در دستور کار سازمان‌ها است، نقش تشکلهای را در اجرای این قانون‌ها چه می‌دانید؟

در این خصوص باید به ارتباط صنعت و دانشگاه توجه ویژه‌ای شود. اعتماد به تشکلهای از ضرورت‌های جامعه ماست و برای عملیاتی نمودن ماده ۳۱ و ۳۵ قانون رفع موانع تولید و ماده ۴۳ قانون برنامه ششم و بحث شورای عالی معادن و استفاده از حقوق دولتی معادن نیاز به کمیته‌های تخصصی است. در این کمیته‌ها تشکلهای عضو هستند و قبل از ورود به شورا همه تشکلهای حق رأی دارند و کاملاً موضوع به لحاظ کارشناسی بررسی می‌شود و سپس به شورا ارجاع می‌شود.

با توجه به تبصره ۱ ماده ۹ قانون معادن در خصوص بهره‌گیری از پروانه‌های بهره‌برداری معادن جهت وثایق بانکی، چرا تاکنون این قانون در بانک‌های استان اجرایی نشده و موانع این موضوع چه هستند؟

نقش بانکها در طرح رونق تولید برای واحدهای تولیدی بسیار کم‌رنگ بوده است و فقط ۳۰ درصد در بخش‌های کشاورزی، صنعت، معدن و جدیداً گردشگری بوده است. مطابق قانون و مصوبه هیئت‌وزیران در سال ۹۳ بانکها بایستی پروانه بهره‌برداری معادن را به‌عنوان وثیقه بانکی بپذیرند ولی این موضوع عملیاتی نشد. در طرح رونق، بهره‌گیری از منابع داخلی بانکها مدنظر بوده است و بودجه دولتی برای این موضوع وجود نداشته است و باید به این

بررسی میزان صادرات و واردات سنگ‌های تزئینی در کشورهای جهان

< انجمن سنگ استان کرمان

عملیات تکمیل سطح و یا عدم انجام آن به‌عنوان محصول نهایی تولید و به بازار عرضه می‌گردد.

واردات و صادرات:

میزان واردات و صادرات سنگ در ۲۲۰ کشور جهان با استفاده از داده‌های بخش آمار سازمان ملل متحد استخراج و محاسبه گردیده و ۱۰ کشور اصلی در صنعت سنگ از لحاظ واردات و صادرات سنگ‌های ساختمانی و تزئینی در دوره ۲۰۱۶-۲۰۰۷ مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

رتبه ایران از واردات سنگ‌های ساختمانی و تزئینی کارشده و نشده از لحاظ دلاری، وزنی و درصد سهم بازار به ترتیب ۴۲،۵۴،۴۲ می‌باشد. ایالات متحده آمریکا با سهمی برابر ۱۹/۹ درصد، بیشترین واردات سنگ‌های ساختمانی و تزئینی را در طول دوره بر اساس ارزش دلاری به خود اختصاص داده است. کشورهای چین، جمهوری کره، ژاپن، انگلستان، آلمان، فرانسه ویتنام، امارات متحده عربی و هندوستان هریک بعد از آمریکا بزرگ‌ترین واردکنندگان سنگ‌های ساختمانی و تزئینی کارشده و کارنشده می‌باشند.

در مورد سنگ‌های کار نشده، ایران شرایط خوبی نداشته و تنها ۰/۱ درصد از کل واردات سنگ کار نشده را به خود اختصاص داده است که این رقم بسیار ناچیز است. کشور چین و ایتالیا که بزرگ‌ترین صادرکنندگان سنگ‌های ساختمانی و تزئینی جهان می‌باشند، بزرگ‌ترین واردکنندگان سنگ کار نشده جهان نیز هستند و بعد از آن‌ها هندوستان و انگلستان قرار دارند. رتبه ایران از واردات سنگ‌های ساختمانی و تزئینی کار نشده از لحاظ دلاری، وزنی و درصد سهم بازار ۶۱،۶۱،۶۶ می‌باشد.

امروزه درک ساختار و تحولات بازارهای بین‌المللی، برای بنگاه‌های اقتصادی، امری ضروری تلقی می‌گردد. مطالعه بازار، جمع‌آوری، ثبت، تجزیه و تحلیل نظام‌مند داده‌های مرتبط با بازار کالاها و خدمات است که وظیفه تبیین، تشریح و طبقه‌بندی بازار فعلی و آتی را برعهده دارد.

تعریف انواع سنگ:

بر اساس تعاریف نظام هماهنگ کد کالا (HS CODE)، انواع سنگ از نظر شکل و ماهیت در دو گروه کد ۲۵ و کد ۶۸ به شرح زیر طبقه بندی شده‌اند:

گروه کد ۲۵ از نظر ماهیت به دو دسته ۲۵۱۵ (مرمر، مرمریت و تراورتن) و ۲۵۱۶ (گرانیت ها) تقسیم‌بندی می‌شوند.

- سنگ خام (Crude Stone):

عبارت است از بلوک و یا اسلبی که از سنگ معدن به روش انفجاری با استفاده از پرفراتور (پارس و قوه)، مواد منبسط شونده و ... استخراج شده، دارای شکل هندسی منظم نبوده و لبه‌های نامنظم و سطوح ناصاف داشته و روش استخراج آن قابل تشخیص می‌باشد.

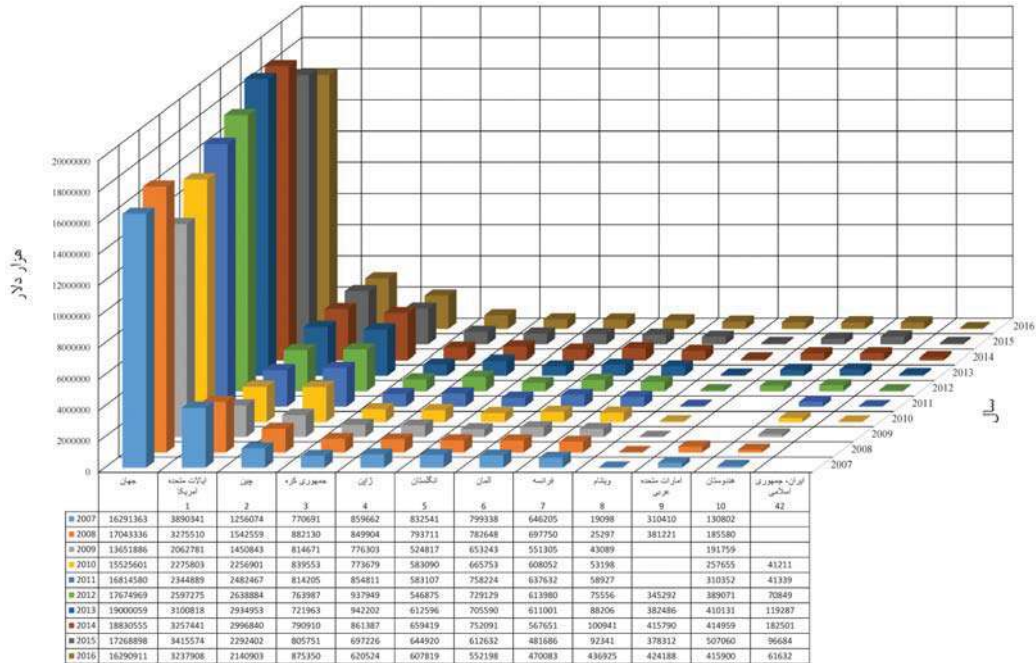
- سنگ تا حدودی کارشده یا نیمه فرآوری شده (Very slightly worked and roughly trimmed):

عبارت است از بلوک و یا اسلبی که با اره و یا هر روش دیگر به شکل هندسی منظم مکعب و یا مکعب مستطیل از سنگ معدن بریده شده و دارای سطوح صاف و هموار می‌باشد.

- سنگ فرآوری شده:

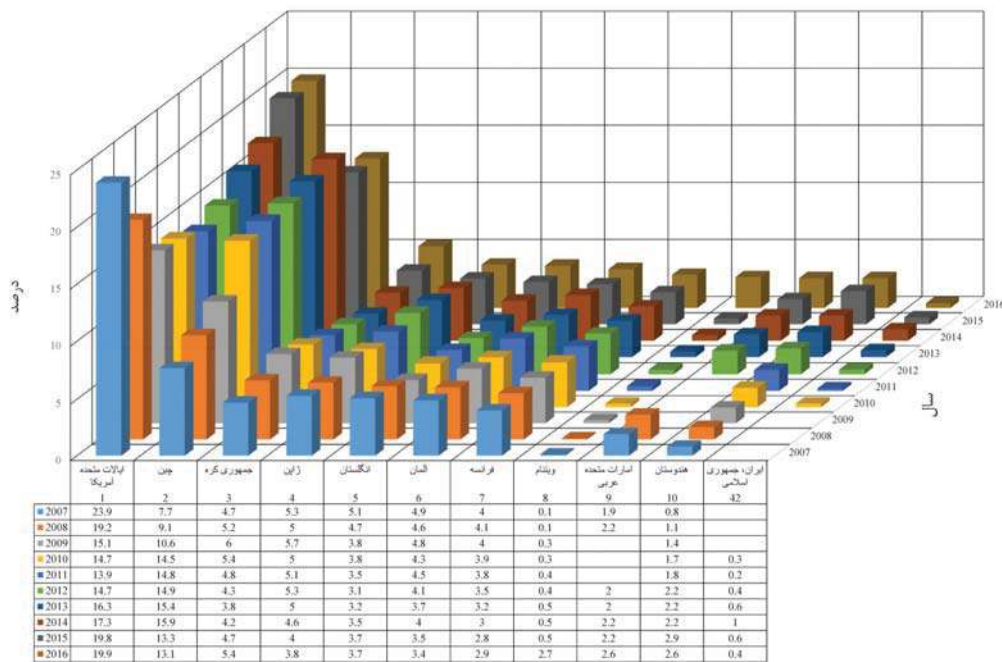
منظور از سنگ فرآوری شده (کارشده) سنگی است که در واحدهای فرآوری متناسب با نوع کاربرد، به اندازه‌ها، اشکال و ضخامت‌های مختلف، با برش دادن سنگ بلوک یا اسلب نیمه فرآوری شده و انجام

میزان واردات ۱۰ کشور اول جهان در بازه زمانی ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۶ براساس هزار دلار
کد تعرفه ۲۵ و ۶۸



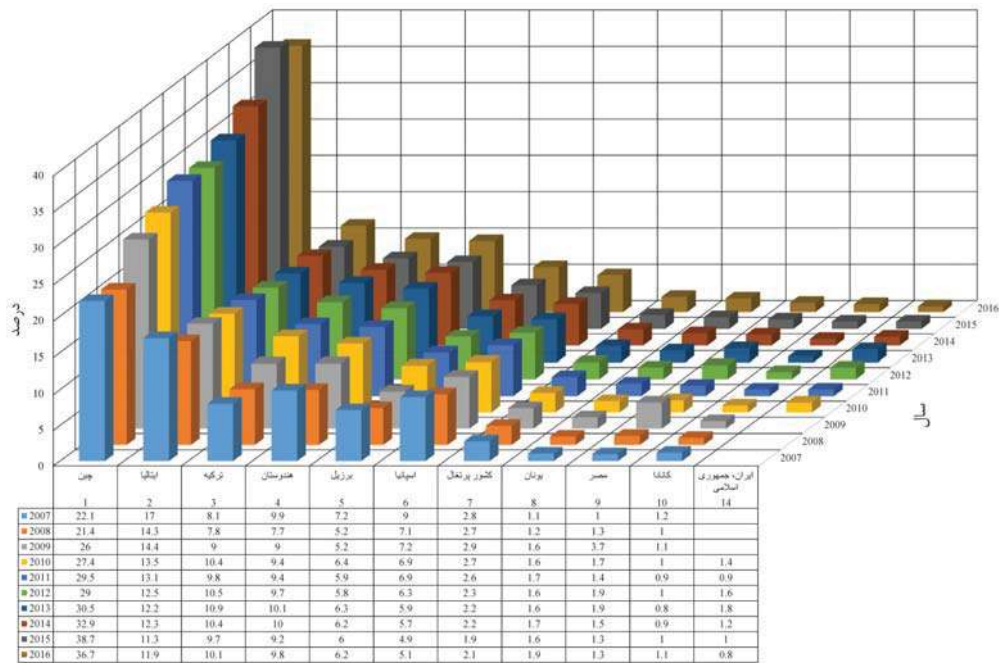
رتبه

میزان واردات ۱۰ کشور اول جهان در بازه زمانی ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۶ براساس درصد سهم بازار
کد تعرفه ۲۵ و ۶۸



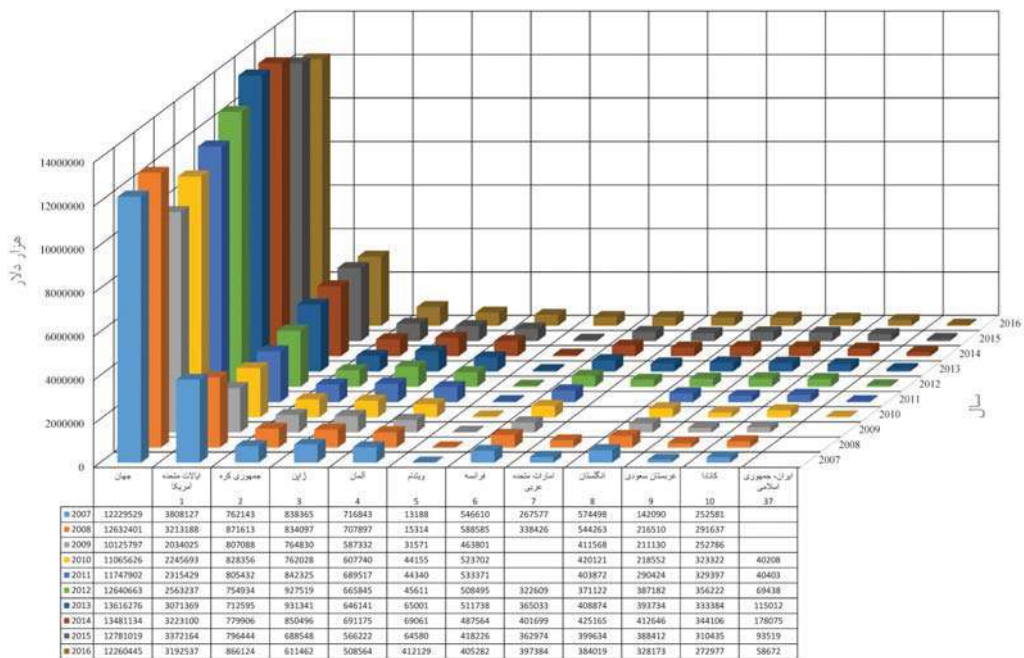
رتبه

میزان صادرات ۱۰ کشور اول جهان در بازه زمانی ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۶ براساس درصد سهم بازار
کد تعرفه ۲۵ و ۶۸



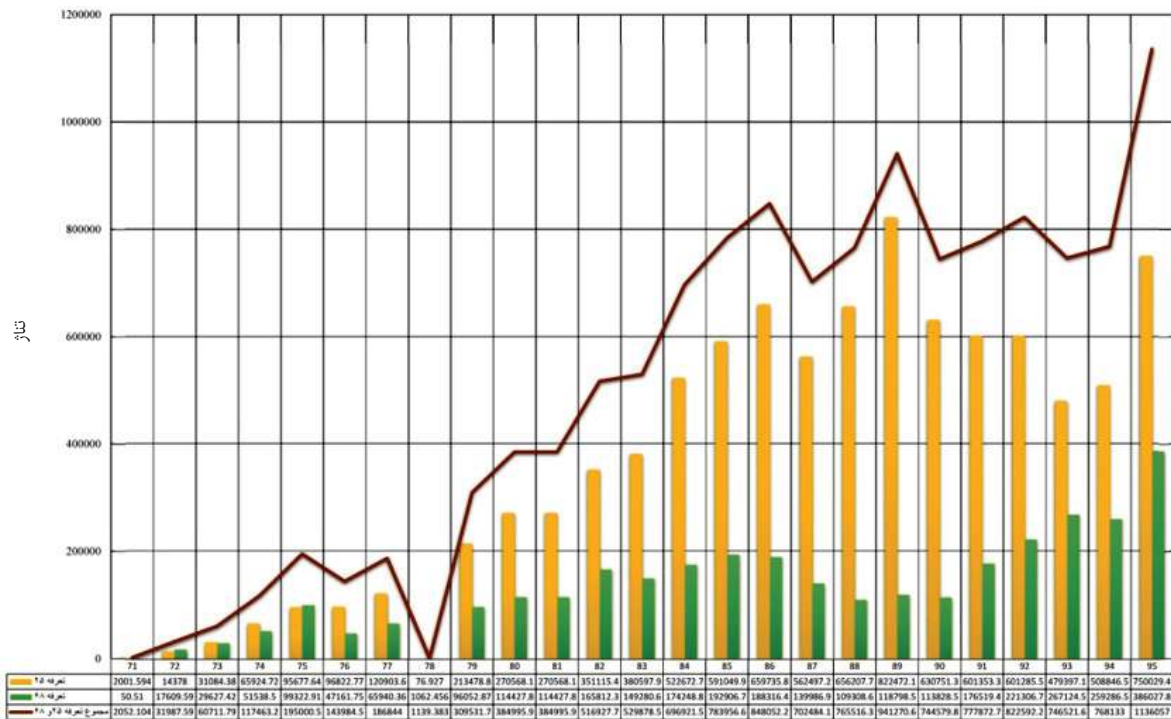
رتبه

میزان واردات ۱۰ کشور اول جهان در بازه زمانی ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۶ براساس هزار دلار
کد تعرفه ۶۸



رتبه

صادرات سنگ بریده‌شده و خام در بازه زمانی ۱۳۷۱ تا ۱۳۹۵ براساس تناژ



سال

نتیجه‌گیری:

بررسی آمار صادرات سنگ کشور همان‌گونه که نشان می‌دهد حکایت از آن دارد که صادرات سنگ تزئینی ایران به ۱۳۵ کشور انجام شده، اما در بررسی طی ۲۵ سال گذشته تداوم در بازارهای صادراتی در بیشتر کشورها وجود ندارد. این موضوع بیانگر این است که صادرکنندگان در این بخش با تمام تلاشی که برای ورود به بازارهای بین‌المللی انجام داده و می‌دهند متأسفانه نتوانسته‌اند بازارهای به‌دست‌آمده را حفظ نمایند. موضوعات مهمی را که با مشاهده ارقام می‌توان دریافت عبارت‌اند از:

- ۱- وجود نوسانات و افت‌وخیز بسیار شدید در میزان صادرات طی دوره ۱۳۷۱-۱۳۹۵ که ناشی از عدم وجود برنامه‌ای منسجم و مستمر برای صادرات سنگ کشور می‌باشد.
 - ۲- پراکندگی و تعداد زیاد کشورهای هدف صادرات (۱۳۵ کشور) و عدم انتخاب کشورهای عمده و تمرکز بر آن‌ها که دلیل آن عدم انجام مطالعات بازار و عدم شناخت بازارهای هدف است.
- از مجموع کل صادرات سنگ در این بازه زمانی ۶۷،۹۹ درصد سنگ خام و حدود ۳۲،۰۱ درصد سنگ صیقل داده شده بوده است که نشان می‌دهد این صنعت علیرغم داشتن امکانات کافی برای برش و صیقل دادن سنگ‌های خام و صادرات آن‌ها و در نهایت ایجاد ارزش‌افزوده بیشتر برای محصولات خود تلاش کافی را برای این موضوع انجام نداده است. ●

منبع:

ضمیمه علمی هجدهمین کتاب راهنمای سنگ ایران-دانش سنگ

در زمینه سنگ کارشده، وضع به گونه دیگری می‌باشد. کشور ایالات متحده آمریکا، جمهوری کره، ژاپن و آلمان بزرگ‌ترین واردکنندگان سنگ کارنشده بوده و ویتنام، فرانسه، امارات متحده عربی، انگلستان و عربستان سعودی در رده‌های بعدی قرار دارند. نکته جالب در این باب این است که ۷ کشور اول، کشورهای پیشرفته بوده و با توجه به نیاز داخلی، واردات سنگ داشته‌اند. همین کشورها در زمینه صادرات سنگ‌های کارشده نیز رتبه خوبی در جهان دارند. مطالعه این روند می‌تواند بر سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان در این بخش اثرگذار باشد.

مقایسه میزان صادرات کشورها نشان می‌دهد که ایران با سهمی برابر ۰/۸ درصد از کل صادرات سنگ‌های ساختمانی و تزئینی در دهه موردبررسی در میان کشورهای صادرکننده این صنعت رتبه چهاردهم را داشته است. ۸۶ درصد صادرات سنگ‌های ساختمانی و تزئینی جهان را کشورهای چین، ایتالیا، ترکیه، هندوستان، برزیل، اسپانیا در دست دارند. حجم درآمد میانگین صادرات سنگ کارشده و نشده جهان در طول دوره ۲۰۱۶-۲۰۰۷ بیش از ۱۷/۵ میلیارد دلار آمریکا می‌باشد.

ارقام و نمودارها نشان می‌دهد که ایران در سال آخر دوره موردبررسی از لحاظ وزنی ۲۰،۲ درصد و دلاری سهمی برابر ۴،۳ درصد از صادرات سنگ‌های ساختمانی و تزئینی کارنشده را در اختیار دارد. با توجه به میزان تولید و مصرف نسبتاً بالای کشور، ایران همچنان در امر صادرات موفق نبوده است به‌خصوص میزان صادرات سنگ‌های کارشده آن بسیار کمتر از صادرات سنگ‌های کارنشده می‌باشد.

بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده، ایران در صادرات سنگ کارشده رتبه ۲۵ را در بین کشورهای منتخب به خود اختصاص داده است.

کنسرسیوم‌ها و شرکت‌های هولدینگ، هم‌افزایی و ارزش‌آفرینی

< احمدرضا نیک طبع اطاعتی

مدیرعامل شرکت بازرگانی بین‌المللی
نقش کریمان، عضو انجمن سنگ کرمان

مقدمه

پیچیدگی و عدم پایداری و رقابت شدید در تولید، کسب‌وکار و تجارت، پیویایی صنعت و تغییرات سریع فرآوری، فقدان نگرش استراتژیک و مشکلات متعدد ساختاری در سازمان‌های بزرگ، ضرورت ایجاد سازمان‌هایی را به دنبال داشته است که علاوه بر ویژگی‌های شرکت‌های بزرگ از قبیل دسترسی به قابلیت‌های گسترده، به اشتراک گذاشتن منابع، شهرت و اعتبار، ویژگی و زیبایی‌های شرکت‌های کوچک مانند خلاقیت، صرفه‌جویی، علاقه مالکانه، سرعت و انعطاف‌پذیری را نیز داشته باشند.

هم‌افزایی (cynergy)

پرواز گروهی V شکل غازه‌ای وحشی به هنگام مهاجرت و یا حرکت دسته‌جمعی پشت سر هم دوچرخه‌سواران را در یک جاده در نظر بگیرید که همه اعضاء گروه در این دو مثال جهت غلبه بر نیروی اصطکاک موجود و استفاده بهینه از نیروی مجزای همه اعضاء چگونه با گرفتن آرایش مناسب به هنگام حرکت و جابجایی به‌موقع بین خود موجب تأثیرگذاری مثبت و صحیح بر یکدیگر شده و بدون اینکه خللی در حرکت گروه به وجود آید با صرف انرژی و زمان کمتر و با سرعت بیشتر به هدف موردنظر خود نائل می‌شوند. نحوه جاگیری اعضاء گروه در هنگام حرکت به‌گونه‌ای است که بدون اینکه مانع دید و حرکت دیگران شوند تأثیر خود را در حرکت جمعی به بهترین نحو از انحاء ممکن گذاشته و در کل مجموعه اثری ایجاد می‌کنند که بسیار

بیشتر از مجموع تأثیر ناشی از حرکت تک‌تک اعضا به‌تنهایی است. در این حالت هم‌افزایی صورت گرفته است، پس می‌توان سینرژی را چنین تعریف کرد:

هرگاه چند عامل یا چند عنصر تأثیرگذار در اجرای مشترک یک پروژه بتوانند با همکاری هم در کل تأثیری بیشتر از مجموع تأثیر تک‌تک اعضا به‌تنهایی ایجاد کنند، هم‌افزایی صورت گرفته است؛ و یا به زبان ریاضی می‌توان گفت هم‌افزایی زمانی ایجاد می‌شود که:

$R(A,B) > R(A) + R(B)$ یعنی راندمان کل ناشی از اشتراک دو عنصر بیشتر از جمع راندمان‌های آن‌ها به‌طور مجزا باشد و $C(A,B) < C(A) + C(B)$ یعنی هزینه کل انجام‌شده ناشی از اشتراک دو عنصر کمتر از جمع هزینه‌های انجام‌شده آن‌ها به‌طور مجزا باشد.

اندازه هم‌افزایی را هم می‌توان از فرمول باکمینستر فولر (Buckminster Fuller) به صورت زیر دست آورد:

$$1/2 \{ (\text{تعداد اعضا})^2 - (\text{تعداد اعضا}) \} = \text{سینرژی}$$

به‌طور مثال هم‌افزایی به‌دست‌آمده از حاصل همکاری مؤثر ۱۰ عامل برابر است با عدد ۴۵.

باید توجه داشت در بسیاری از مواقع وقتی انسان‌ها در جمع قرار می‌گیرند رفتار آن‌ها تغییر می‌کند و رفتاری از آن‌ها سر می‌زند که در تنهایی از آن‌ها سر نمی‌زند و هیجان گروهی ناشی از این تغییر رفتار وقتی همراه با انرژی باشد باعث تشدید اثر گردیده و در نتیجه سینرژی صورت می‌پذیرد؛ بنابراین ایجاد سینرژی فقط محدود به تعداد اعضاء یک گروه و کثرت آن‌ها نیست.



شرایط و عوامل بروز هم‌افزایی و ضرورت وجود آن

داشتن هدف و هویت ارزشی و فرهنگی مشترک، وجود وحدت نظر در یک هدف واحد، تعامل و همبستگی گروهی و وجود ویژگی‌های خاصی که تعیین‌کننده ایجاد قوانین اجتماعی گروه می‌باشد از مهم‌ترین شرایط و عوامل بروز هم‌افزایی است. به‌طور مثال در یک معدن سنگ‌های تزئینی بخشی از بلوک‌های سنگ تولیدشده برای فرآوری به کارخانه‌های سنگ‌بری داخلی فروخته شده و بخشی دیگر با واسطه یا بی‌واسطه به خارج از کشور صادر می‌شوند. این معدن در صورتی که بخواهد در فروش تولیدات خود موفق باشد بایستی با ایجاد دپارتمان فروش در واحد تولیدی خود و با صرف هزینه‌های زیاد، امور مربوط به بازاریابی خود را در داخل و خارج کشور انجام دهد. بدیهی است که پرداخت این هزینه‌ها برای یک معدن به‌تنهایی غیرممکن است و در صورت انجام این هزینه‌ها قیمت تمام‌شده تولیدات این معدن بالا رفته به‌طوری که دیگر قابل‌رقابت نبوده و برای فروش آن‌ها دچار مشکل خواهند شد. در نتیجه این معدن در فروش تولیدات خود ناموفق بوده و همیشه بخش قابل‌توجهی از تولیداتش استوک می‌شود و پس از مدتی منجر به کاهش تولید و در نتیجه افزایش مجدد قیمت تمام‌شده و در نهایت توقف تولید در معدن خواهد شد.

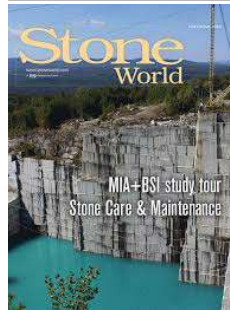
هم‌زمان در یک کارخانه سنگ‌بری بلوک‌های سنگ از معادن مربوطه خریداری و با ماشین‌آلات مناسب و با بهترین کیفیت فرآوری می‌شوند. این کارخانه برای خرید سنگ خام موردنیاز خود متحمل هزینه‌های زیادی می‌شود و همیشه برای اطمینان از عدم وقفه در تولید مقادیر قابل‌توجهی بلوک سنگ را خریداری و در انبار خود دپو می‌کند و در نتیجه بخشی از سرمایه خود را به این امر اختصاص داده است. این کارخانه علیرغم ایجاد یک دپارتمان فروش مجزا و

صرف هزینه‌های زیاد جهت بازاریابی و فروش محصولات خود در داخل و خارج کشور در فروش محصولات خود چندان موفق نبوده است زیرا علاوه بر غیررقابتی بودن قیمت محصولات این کارخانه به علت هزینه‌های بالای تولید و فروش و همچنین عدم تخصص و تجربه کافی در امر بازاریابی و فروش، علیرغم صرف هزینه زیاد نتوانسته این وظیفه را به‌درستی انجام دهد.

در چنین شرایطی یک شرکت بازرگانی در تجارت داخلی و خارجی فرآورده‌های سنگی مشغول فعالیت است و با صرف هزینه‌های زیاد و مطابق با اصول علمی بازاریابی و متناسب با وضعیت بازار در هر منطقه جغرافیایی و با انجام اقداماتی از جمله ایجاد شعبه و فروشگاه (داخلی و خارجی)، دریافت و اعطای نمایندگی (داخلی و خارجی)، استخدام کارمندان بومی، انجام انواع تبلیغات، حضور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی و... تلاش می‌نماید تا با بازاریابی و بازاریابی مناسب برای کالاهای خود سهم قابل‌توجهی از بازار سنگ (خام و فرآوری شده) دنیا را از آن خود کند درحالی‌که این شرکت همیشه دغدغه تأمین کالایی را دارد که برای فروش آن تلاش و هزینه می‌نماید و همیشه بخش قابل‌توجهی از سرمایه این شرکت جهت اطمینان از تأمین کالای موردنیاز و دیپوی آن راكد است. بنابراین مشخص است که شرایط و عوامل لازم برای ایجاد هم‌افزایی در این مثال وجود دارد. لذا می‌توان با تشکیل یک سازمان و توزیع متناسب و متعادل مسئولیت‌ها بین همه اعضا و با توجه به توانایی و تخصص هر عضو، ایجاد هم‌افزایی نمود و در نتیجه با تشدید امید و انگیزه و همبستگی مضاعف در بین همه اعضا ضمن جلوگیری از بروز بحران و شکست فعالیت‌ها، توان و بازده کلی را افزایش داد و همه این عوامل و آثار ضرورت ایجاد هم‌افزایی را مشخص می‌نماید. ●

ادامه دارد...

معرفی چند مجله معتبر بین المللی در حوزه سنگ



۱- نام مجله: STONE WORLD

کشور: ایالات متحده آمریکا

موضوع: استخراج، فرآوری و موارد مصرف سنگ‌های گرانیت، مرمریت، لایم استون، سنگ‌های ورقه‌ای و کفپوش‌های سنگی و ...

دوره چاپ: ماهنامه

آدرس وبسایت: WWW.STONEWORLD.COM



۲- نام مجله: CONTEMPORARY STONE AND TILE DESIGN

کشور: ایالات متحده آمریکا

موضوع: سنگ و سرامیک در طراحی و معماری داخلی

دوره چاپ: سه شماره در سال

آدرس وبسایت: WWW.STONEWORLD.COM/

CSTD-MAGAZINE-۲۳۳۷/TAXONOMIES



۳- نام مجله: DIAMANTE APPLICAZIONI & TECNO

کشور: ایتالیا

موضوع: الماس‌های صنعتی، ساینده‌های جدید ماشین‌آلات برش الماسه در صنعت سنگ

دوره چاپ: سه شماره در سال

آدرس وبسایت: WWW.GMASSDIAMANTE.COM



۴- نام مجله: TILE

کشور: ایالات متحده آمریکا

موضوع: بررسی جدیدترین راهکارها و تکنولوژی‌ها در صنعت سنگ

دوره چاپ: شش شماره در سال

آدرس وبسایت: WWW.TILEMAG@HALLDATA.COM



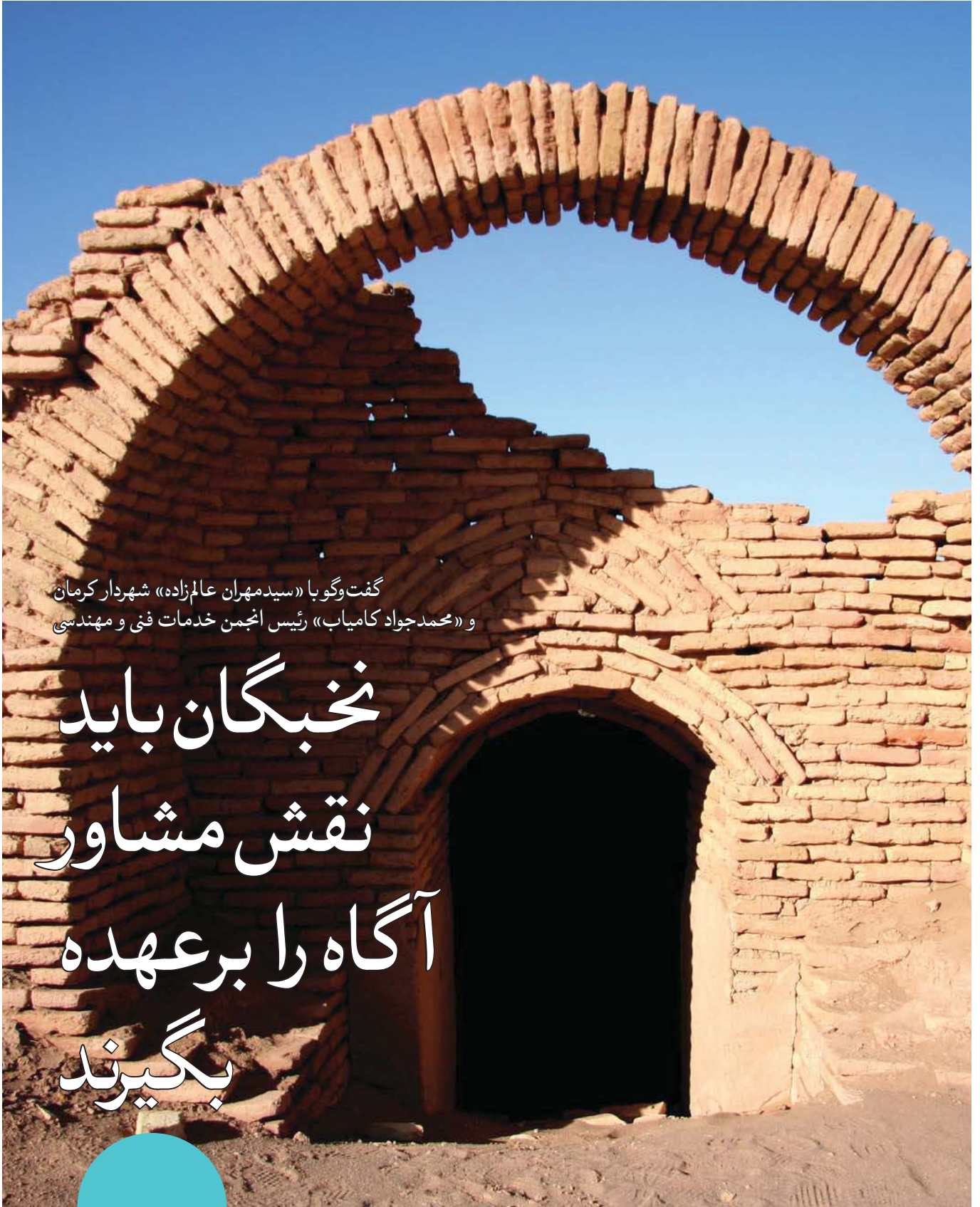
۵- نام مجله: STONE PANORAMA

کشور: هند

موضوع: بررسی ابعاد صنعت سنگ، ماشین‌آلات فرآوری سنگ و تجهیزات وابسته، سگمنت و ابزار برش سنگ گرانیت و مرمریت

دوره چاپ: چهار شماره در سال

آدرس وبسایت: WWW.STONEPANORAMA.COM



گفت وگوبا «سیدمهران عالمزاده» شهردار کرمان
و «محمدجواد کامیاب» رئیس انجمن خدمات فنی و مهندسی

نخبگان باید نقش مشاور آگاه را برعهده بگیرند





< لیلی نژادزمانی

انجمن خدمات فنی و مهندسی
استان کرمان

به گفته آقای کامیاب نیاز به حضور نخبگان در لایه های مختلف مدیریت کشور این روزها بیش از هر زمان دیگری احساس می شود. چراکه در بسیاری از موارد عدم حضور نخبگان در تصمیم گیری ها، منجر به بروز نتایج تأسف باری می شود که آثار زیان بارش در همه ارکان جامعه مشاهده می شود. علیرغم اذعان همه مسئولین با گرایش های فکری و سیاسی مختلف به اهمیت حضور متخصصین در نظام مدیریتی، همچنان یکی از جدیترین چالش های مدیریتی در ایران، عدم فراهم بودن بستر مناسب برای حضور نخبگان است.

ایشان همچنین بیان کردند تجربه سه دهه گذشته نشان می دهد که همواره همه نگاه ها معطوف به جناح های سیاسی، گروهی و حتی ایدئولوژیک، برای تعیین مدیران است. بدیهی است با علم به وضعیت موجود، نخبگان نمی توانند جایگاه مناسبی در مدیریت ها داشته باشند. به گفته ایشان یکی از مهم ترین موانع برای حضور نخبگان، مدیریت ناپایدار در کشور ماست. مدیریتی که پس از هر انتخابات و تغییر شخص اول اجرایی، به کلی تغییر می یابد.

از سوی دیگر با نگاهی به شیوه جذب نیرو، برای تشکیل لایه های دیگر نظام اداری و سیاسی می توانیم دلایل ناکارآمدی نظام اداری را دریابیم. شاهد این مدعی، شیوه تقابل ما با اتفاقات طبیعی مانند زلزله می باشد.

در همه کشورهایی که به لحاظ ساختار زمین شناسی و گسل های زمین، وضعیتی مشابه ایران دارند، پس از وقوع هر زلزله پر قدرت، مجموعه ای از شرکت های متخصص خصوصی در کنار متولیان دولتی قرار می گیرند. نتیجه این همدلی را می توانیم در زلزله های دوم و سوم در مناطق مذکور

غرش های وقت و بی وقت زمین در چهار گوشه کشورمان بهانه ی گفت و گوی مشترک ما با ریاست انجمن آقای مهندس کامیاب و شهردار محترم کرمان آقای مهندس عالم زاده شد.

آقای کامیاب در این رابطه بیان کرد: زلزله های بزرگ هر از چند گاهی بخشی از کره زمین را به لرزه در آورده و موجب خسارات جانی و مالی فراوان می گردند. آنچه که در این میان نگران کننده است این است که کشور ایران بر روی کره بند زلزله آلپ هیمالیا واقع شده و بیش از ۹۰ درصد از خاک ایران زلزله خیز است و اکثر شهرهای ایران را خطر وقوع زلزله های شدید تهدید می کند. آمارها نشان می دهند که به طور متوسط در هر دهه، زلزله های با قدرت بالای ۷ ریشتر در ایران رخ می دهد و در سه دهه اخیر، افزون بر ۱۰۰ هزار نفر از هموطنانمان بر اثر زلزله جان خود را از دست داده اند.

ایشان تصریح کردند طیف مردمی و مهندسی کشور ما باید به این نقطه برسند که مقاوم سازی سازه های کشور در برابر زلزله تنها راه حل قابل اتکا در کشور لرزه خیزی چون ایران نیست. مدیریت کار آمد بحران در زلزله، حقیقتاً باید خیلی پیش تر از زمان وقوع آن، یعنی در هنگام برنامه ریزی های خرد و کلان شهری و هنگام تهیه طرح های فنی و مهندسی ساخت بناها و فضاها صورت پذیرد، تا خسارت این پدیده طبیعی را به حداقل خود برساند. به طور مثال ژاپن، کشوری است که هر ساله در حدود ۱۵۰۰ مورد زلزله در آن اتفاق می افتد. این کشور یکی از پیشگامان مدیریت بهینه بحرانی از نوع زلزله است. شهروندان این کشور اغلب در جستجوی راه حل های نوین برای مقابله با این بلای طبیعی هستند.

در کشورهای که به لحاظ ساختار زمین‌شناسی، وضعیتی مشابه ایران دارند، پس از وقوع هر زلزله پرقدرت، مجموعه‌ای از شرکت‌های متخصص خصوصی در کنار متولیان دولتی قرار می‌گیرند. نتیجه این همدلی را می‌توانیم در زلزله‌های دوم و سوم در مناطق مذکور به راحتی مشاهده کنیم. سطح تخریب و تعداد آسیب‌دیدگان به صورت چشمگیری کاهش می‌یابد. اما در ایران، با وقوع هر زلزله نسبتاً شدید، متولیان به‌گونه‌ای عمل می‌کنند که انگار این اتفاق برای اولین بار حادث شده است. دیگر وقت آن رسیده که جمعی از نخبگان فارغ از نگرش‌ها در کنار مدیریت کلان کشور، نقش مشاوره آگاه و مجری کاربلد را برعهده بگیرند.

شهردار محترم کرمان نیز طراحی ساختمان در کرمان را نسبتاً خوب ارزیابی می‌کند و می‌گوید به دلیل اتفاقاتی که در هنگام زلزله بم در استان رخ داد، توجه سازمان نظام مهندسی ساختمان به بحث سازه بیشتر معطوف شد و عملاً بخش‌های دیگر در حاشیه قرار گرفتند علی‌الخصوص بخش معماری که نیاز است که در این حوزه بصورت جدی کار شود و ساختمان‌ها در حوزه معماری متناسب با فرهنگ، اقلیم و بافت تاریخی شهر توجه اساسی شود. آقای عالم زاده در رابطه با دلایل ناهمگونی در نماهای بصری شهر کرمان می‌گوید: علی‌رغم تأکید وزارت راه و شهرسازی و ابلاغی که این وزارت در بحث سیما و منظر شهری داشته متأسفانه این کمیته هنوز شکل نگرفته و ضوابط سیما و منظر شهری در شهر کرمان تدوین نشده است. وی در ادامه می‌گوید نه سازمان نظام مهندسی ساختمان و نه شهرداری کرمان در این رابطه وارد نشده‌اند و این موضوع می‌تواند یکی از دلایل آشفتگی باشد که ما در حوزه منظر شهری می‌بینیم. طی بررسی‌های بعمل آمده و ضوابط در حال تنظیم نیاز است که به این موضوع کارشناسانه تر نگاه شود، که در صورت مصوب شدن ضوابط هم سازمان نظام مهندسی ساختمان و هم شهرداری کرمان باید به صورت جدی تر در بحث نظارت بر سیما و منظر ساختمان اقدام کنند.

البته بحث سیما و منظر شهری فقط به ساختمان‌ها اختصاص نمی‌یابد و همه ی تابلوها، مبلمان شهری و فضاهای سبز شهر را نیز باید مورد توجه قرار داد که در این حوزه نیاز به تدوین ضوابط و مقررات و نهایتاً تصویب آنها می‌باشد. آقای عالم زاده با تأکید بر اینکه انجمن خدمات فنی و مهندسی با کمک از مهندسین معمار و شهرسازی در بحث تهیه ضوابط و مقررات سیما و منظر شهری می‌تواند نقش بسزایی در بهبود این شرایط داشته باشد گفت: تدوین و ارائه این ضوابط و مقررات با اخذ نظر از همه جامعه ی متخصص حوزه شهری کرمان امکانپذیر می‌باشد. ●

به راحتی مشاهده کنیم. سطح تخریب و تعداد آسیب‌دیدگان به صورت چشمگیری کاهش می‌یابد. اما در ایران، با وقوع هر زلزله نسبتاً شدید، متولیان به‌گونه‌ای عمل می‌کنند، که انگار این اتفاق برای اولین بار حادث شده است. دیگر وقت آن رسیده است که جمعی از نخبگان فارغ از نگرش‌های فکری، سیاسی و حتی مذهبی در کنار مدیریت کلان کشور، نقش مشاوره آگاه و مجری کاربلد را برعهده بگیرند.

ایشان با تأکید بر نقش انجمن خدمات فنی و مهندسی، بعنوان تشکیلی از شرکت‌ها و متخصصین علوم فنی و مهندسی، در بطن اتاق بازرگانی بیان کردند که انجمن بواسطه ساختار غیر سیاسی خود فارغ از تغییرات مدیریت کلان کشور می‌تواند بعنوان بازوی متخصص در کنار این مدیران قرارگیرد. بی شک در سایه چنین مشارکت و همدلی می‌توانیم امیدوار باشیم که خلاقیت و نوآوری از مرز شعار فراتر رود و نتایج آن در همه نقاط کشور دیده شود. به گفته ایشان بخش خصوصی فارغ از تغییرات مدیران دولتی می‌تواند با تعیین نقشه راه میان مدت برای حداقل یک دهه، تمام ظرفیت علمی و تخصصی خود را به کار گیرد، برای رسیدن به این امر، اولین گام، تعیین و تعریف منافع مشترک است. منافعی که بسیاری از شرکتهای بخش خصوصی در آن سهیم خواهند بود.

به امید روزی که در جامعه مهندسی ایران شاهد رشد ساخت و سازهایی باشیم که مبحث مدیریت زلزله در هنگام طراحی و ساخت آنها در نظر گرفته شده باشد تا در هنگام زلزله افراد ساکن در سازه‌ها تنها به فکر پرت نشدن وسایل کار از روی میز شخصی‌شان باشند.

●●●
و اما شهردار کرمان بافت فرسوده شهر و زلزله‌های اخیر در استان را مورد بررسی قرار داد و این‌گونه گفت: وضعیت موجود شهر در برابر زلزله باید به سرعت ارزیابی شود تا بدانیم بناهای عمومی از جمله ادارات، بیمارستان‌ها و مدرسه‌ها چه وضعیتی دارند. مهندس سیدمهران عالم‌زاده با اشاره به مطالعات انجام شده افزود: اما این مطالعات باید به‌روز رسانی و جمع‌بندی و در قالب یک سند ارائه شود تا آسیب‌شناسی صورت گیرد؛ سپس دستگاه‌های متولی باید ضعف‌های حوزه‌ی خود را رفع کنند.

وی با بیان این که کرمان باید سهم خود را از کشور به صورت خاص بگیرد گفت: خطر زلزله برای کرمان یک چالش اساسی است؛ کرمان باید بسیار ویژه دیده شود. شهردار کرمان ارزیابی وضع موجود در کوتاه‌مدت را ضروری عنوان و تأکید کرد: شهرداری اماکن عمومی غیرمقاوم را شناسایی می‌کند، اما خود دستگاه‌ها باید دنبال مقاوم سازی بروند و نواقص را رفع کنند. وی با بیان این که ممکن است حتی با ستاد بحران استان به این نتیجه برسیم که بعضاً اماکن عمومی فاقد استاندارد لازم تعطیل شوند اظهار داشت: دلیلی ندارد جان مردم در بیمارستان یا مدرسه‌ای که امنیت ندارد به خطر بیفتد؛ همه‌ی این بناها باید مقاوم و استاندارد باشند. عالم‌زاده کنترل و پیشگیری از آسیب مدارس غیرانتفاعی و بیمارستان‌های خصوصی را ضروری عنوان و تأکید کرد: شهرداری ابزار لازم را در اختیار ندارد و در امر نوسازی بافت‌های فرسوده و مقاوم کردن بناهای تاریخی، ارایه تسهیلات از سوی وزارت راه و بانک مسکن یک ضرورت برای کشور و به ویژه برای کرمان است. وی با اشاره به وظیفه شهرداری در این امر افزود: شهرداری هم می‌تواند روند را تسهیل کند و برای نوسازی ساختمان‌ها، در زمینه‌ی دریافت عوارض شرایطی فراهم شود که ترغیب‌کننده باشد.

ظرفیت خدمات فنی و مهندسی استان کرمان

< انجمن خدمات فنی و مهندسی استان کرمان

دو بخش شهرداری و سازمان امور مالیاتی دریافت می شود مستقیماً به حساب درآمد استان منظور شده و موجب تقویت زمینه آبادانی شهری و افزایش سهم بودجه استان خواهد شد.

غیر از دو مورد بديهی یاد شده، که هر یک به تنهایی دلیل کافی برای جذب فعالین اقتصادی بومی می باشد، دلیل دیگری که ناشی از شرایط اقتصادی حاضر می باشد این است که بسیاری از شرکت ها برای ادامه بقاء خود اقدام به ارائه پیشنهادات غیر قابل اجرا در مناقصات می کنند و با علم و آگاهی به عدم امکان اجرای پروژه با شرایط پیشنهادی، تلاش برای ورود به پروژه و به چالش کشیدن کارفرما و منافع پروژه می کنند تا شاید با بهبود شرایط، منافعی کسب کنند. براساس تجربه پیمانکاران به لحاظ تعصب خود نسبت به شهر و دیارشان هم به لحاظ این که به فعالیت بلند مدت در استان می اندیشند کمتر با قیمت های پایین به پروژه ها ورود می کنند و در صورتی که به هر دلیلی پروژه های با مشکلاتی مواجه شد تعامل بهتری با کارفرما دارند و سعی بر حل مسأله می نمایند و مشکلات می نمایند و کمتر وارد پیگیری های قضایی می شوند.

استان کرمان دارای حدود ۱۲۶۱ شرکت (جدول شماره ۱) با رتبه بندی معتبر در رشته های ساختمان، آب، راه و ترابری، صنعت و معدن، نیرو، تأسیسات و تجهیزات، کاوش های زمینی، کشاورزی، ارتباطات، مرمت آثار باستانی و نفت و گاز و در حدود ۵۰ (جدول شماره ۲) شرکت مشاور با رتبه بندی در رشته های شهرسازی، مهندسی آب، راه و ترابری، صنعت و معدن، انرژی، کشاورزی می باشد.

در استان پهناور کرمان به رغم ظرفیت هایی که برای رونق اقتصادی وجود دارد نقش فعالین اقتصادی بومی در چرخه اقتصاد به تناسب استان های دیگر کمتر می باشد. شرکت های پیمانکاری و مشاوره توانمند و دارای صلاحیت حرفه ای که در حقیقت بازوی توسعه و آبادانی این استان می باشند در شرایط اخیر به دلیل بیکاری و یا عدم امکان وصول مطالبات یکی پس از دیگری از چرخه فعالیت خارج می شوند، و این در حالی است که بسیاری از پروژه ها به شرکت هایی از خارج از استان سپرده می شود. در شرایط رکود اقتصادی و در حالی که بودجه طرح های عمرانی و سایر طرح های استان به شدت کاهش پیدا کرده است توجه به تقسیم کارهای موجود در داخل استان امری حیاتی است و موجب بقاء شرکت های مزبور می باشد. شرکت هایی که در طول سالیان با زحمت و تلاش زیادی شکل گرفته و ذره ذره رشد کرده اند، حالا به یکباره از صحنه اقتصادی حذف می شوند.

شرکت هایی که راه اندازی دوباره آنها سال ها به طول خواهد انجامید. یعنی در حقیقت بازوهای توسعه و آبادانی را از دست می دهیم و اگر زمانی با بهبود شرایط اقتصادی منابع لازم را هم داشته باشیم نمی توانیم محصول نهایی را داشته باشیم. بديهی است از منظر اشتغال، فعالیت یک شرکت بومی به لحاظ تأمین نیروی انسانی مستقیم و همچنین تأمین مواد، مصالح و تجهیزات از داخل استان و در نتیجه اشتغال نیروی انسانی به صورت غیر مستقیم به نفع استان است. به لحاظ چرخه مالی نه تنها درآمد حاصل از پروژه ها مجدداً به داخل استان برمی گردد بلکه کسورات قانونی پروژه ها نظیر مالیات تکلیفی و مالیات ارزش افزوده که خود در

جدول ۱: تعداد شرکت های پیمانکاری در سطح استان کرمان (سه ماه اول سال ۹۶)

تعداد و پایه	پایه پنج	پایه چهار	پایه سه	پایه دو	پایه یک	جمع
ساختمان	۳۶۳	۲۵	۷	۴	۳	۴۰۲
آب	۱۸۶	۵	۲	۱	۲	۱۹۶
راه و ترابری	۱۹۰	۷	۴	۶	۱۱	۲۱۸
تأسیسات و تجهیزات	۱۷۱	۶	۴	۱	۰	۱۸۲
نیرو	۱۷۱	۶	۶	۰	۰	۳۱۸
کشاورزی	۲۲	۰	۰	۰	۰	۲۲
صنعت و معدن	۱۰	۰	۲	۱	۲	۱۵
ارتباطات	۵	۱	۰	۰	۰	۶
کاوش های زمینی	۴	۰	۱	۰	۶	۱۱
مرمت آثار باستانی	۲	۰	۰	۰	۰	۲
نفت و گاز	۲۰	۰	۳	۰	۱	۲۴
جمع	۱۱۴۴	۵۰	۲۹	۱۳	۲۵	۱۱۲۶

جدول ۲: تعداد شرکت های مشاور در سطح استان کرمان (سال ۹۵)

ردیف	رشته های مشاور	شرکت های پایه ۱	شرکت های پایه ۲	شرکت های پایه ۳	جمع
۱	شهرداری	-	۱	۱۰	۱۱
۲	راه و ترابری	-	۳	۱۵	۱۸
۳	مهندسی آب	-	۱	۱۱	۱۲
۴	کشاورزی	-	-	۲	۲
۵	انرژی	-	-	۳	۳
۶	صنعت و معدن	-	-	۱	۱
	جمع	-	۵	۴۲	۴۷

بررسی ها نشان می دهد حداکثر ظرفیت اجرایی پیمانکاران حقوقی در سه ماه اول سال ۱۳۹۶ در استان کرمان بالغ بر ۱۵۱ هزار میلیارد ریال (جدول شماره ۳) بوده است که به دلیل رکود حاکم بر صنعت احداث، متأسفانه تنها ۷٪ از این ظرفیت عظیم مورد بهره برداری قرار گرفته است بدیهی است که با ایجاد رونق کسب و کار این توانایی در خدمت را به استان و کشور قرار خواهد گرفت.

جدول ۳: حداکثر ظرفیت اجرایی پیمانکاران حقوقی در سه ماهه اول ۹۶ استان کرمان

تعداد و ظرفیت	پایه پنج	پایه چهار	پایه سه	پایه دو	پایه یک	جمع
ساختمان	۲۱,۱۹۱,۹۴۰	۴,۱۵۹,۵۷۵	۲,۳۲۹,۳۶۲	۲,۶۵۶,۲۹۲	۳,۹۸۴,۴۳۵	۳۴,۳۲۱,۶۰۴
آب	۱۶,۲۸۸,۰۲۰	۱,۲۴۷,۸۷۵	۱,۴۹۷,۴۴۷	۹۹۶,۱۰۹	۳,۹۸۴,۴۳۶	۲۴,۰۱۳,۸۸۷
راه و ترابری	۱۶,۶۳۸,۳۰۰	۱,۷۴۷,۰۲۵	۱,۹۹۶,۵۹۶	۵,۹۷۶,۶۵۴	۲۱,۹۱۴,۳۹۸	۹۷۳۲۷۲,۴۸
تاسیسات و تجهیزات	۶,۹۸۸,۰۸۶	۶۹۸,۸۰۸	۹۳۱,۷۴۴	۴۶۴,۸۵۱	۰	۹,۰۸۳,۴۸۹
نیرو	۱۴,۹۷۴,۴۷۰	۱,۴۹۷,۴۵۰	۲,۹۹۴,۸۹۴	۰	۰	۱۹,۴۶۶,۸۱۴
کشاورزی	۵۱۳,۷۴۴	۰	۰	۰	۰	۵۱۳,۷۴۴
صنعت و معدن	۸۷۵,۷۰۰	۰	۹۹۲,۸۹۸	۹۹۶,۱۰۹	۳,۹۸۴,۴۳۶	۱۴۳,۴۹۶,۸
ارتباطات	۲۰۴,۳۳۰	۱۱۶,۴۶۸	۰	۰	۰	۸۱۶۳۲۰
کاوش های زمینی	۹۳,۴۰۸	۰	۱۳۳,۱۰۶	۰	۳,۱۸۷,۵۴۸	۳,۴۱۴,۰۶۲
مرمت آثار باستانی	۴۶,۷۰۴	۰	۰	۰	۰	۴۶,۷۰۴
نفت و گاز	۱,۷۵۱,۴۰۰	۰	۱,۴۹۷,۴۴۷	۰	۱,۹۹۲,۲۱۸	۵,۲۴۱,۰۶۵
جمع	۷۹,۵۶۶,۱۰۲	۹,۴۶۷,۲۰۱	۱۲,۳۷۳,۴۹۴	۱۱,۰۹۰,۰۱۵	۳۹,۰۴۷,۴۷۱	۳۰۱,۵۴۱,۵۱

بر خلاف وجود طیف گسترده ای از جوامع مهندسی توانمند، در استان کرمان متأسفانه صدور خدمات فنی و مهندسی به خارج از استان چندان مطلوب نیست. به گمان این انجمن حمایت دولت در تکلیف به دستگاه های اجرایی در ارجاع کار به شرکت های بومی می تواند در توانمندسازی آنها در شرایط موجود کمک کند و آنها را در جهت صادرات خدمات فنی و مهندسی ترغیب نماید.

نمونه ای از اقدامات انجمن خدمات فنی و مهندسی استان کرمان

برخوردار شد. همچنین این انجمن به منظور اعتلای سطح فرهنگی و دانش مدیریتی مدیران استان کرمان و با همکاری مرکز مطالعات و پژوهش های اتاق بازرگانی اقدام به برگزاری دومین دوره از سمینارهای مذکور با عنوان اصول فروش حرفه ای و مدیریت کسب و کار با سخنرانی دکتر محمود محمدیان نمود و برگزاری همایش توانمندی های فنی و مهندسی استان کرمان را نیز در برنامه دارد.

انجمن خدمات فنی و مهندسی کرمان پس از بررسی و عارضه یابی بنگاه های اقتصادی تصمیم به برگزاری یک سلسله همایش های آموزشی با عنوان "مدیر موفق" با همکاری مرکز مطالعات و پژوهش های اقتصادی اتاق بازرگانی گرفت. دور اول از این سمینارهای آموزشی با عنوان افزایش فروش در رکود بازار با نگرش بازار کرمان در تاریخ ۹۶/۰۴/۱۲ در سالن زنده یاد کامیابی اتاق بازرگانی کرمان و با سخنرانی دکتر یحیی علوی برگزار و از استقبال مناسبی (بیش از ۲۸۰ نفر شرکت کننده) نیز

انجمن آزمایشگاه‌های همکار آزمون و کالیبراسیون اتاق کرمان

لازم به ذکر است که در خصوص صنعت کشاورزی از جمله پسته و خرما تمامی امور بازرسی، نمونه‌برداری و آزمون توسط آزمایشگاه‌های همکار و در بخش خصوصی صورت می‌گیرد و پس اعلام نتیجه آزمون به اداره کل استاندارد، گواهینامه صادراتی صادر می‌گردد.

اقدامات اجرایی زیر در برنامه سال ۱۳۹۶ انجمن پیش‌بینی شده است که امید است با حمایت اداره کل استاندارد استان، اتاق بازرگانی کرمان و سایر سازمان‌های ذی‌ربط انجام شود.

۱- همکاری در تأیید صلاحیت و صدور مجوز آزمایشگاه‌های همکار استاندارد.

۲- همکاری و مشارکت در تدوین استانداردهای ملی و بین‌المللی،

۳- همکاری و اعلام نظر در خصوص تعرفه‌های آزمایشگاهی،

۴- همکاری و ارتباط آزمایشگاه‌های همکار واحدهای تولیدی با اتاق بازرگانی،

۵- رسیدگی به شکایات از سوی هر سازمانی،

۶- مشاوره و پیاده‌سازی انواع ایزوها در آزمایشگاه‌های همکار و هر صنفی،

۷- ارزیابی عملکرد آزمایشگاه‌ها و شناسایی آزمایشگاه‌های نمونه استانی،

۸- نیازسنجی و برگزاری دوره‌های آموزشی، سمینار و همایش‌های مرتبط،

۹- استفاده از کارشناسان استاندارد،

۱۰- تشکیل کمیته‌های تخصصی در راستای فعالیت‌های انجمن استانی. ●

انجمن آزمایشگاه‌های همکار آزمون و کالیبراسیون به‌منظور سامان‌دهی خدمات در امور آزمایشگاه‌های همکار سازمان ملی استاندارد ایران و فراهم کردن امکان بهره‌برداری بیشتر از سرمایه‌گذاری و همچنین انتقال تجربیات علمی و عملی دست‌اندرکاران این رشته و به هنگام نمودن آن برای نیل به اهداف قانونی توسعه در این‌گونه موارد و دفاع از منافع مشروع اشخاص عضو به استناد بند (ک) ماده (۵) قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران تشکیل شده است. از جمله اهداف انجمن حصول اطمینان از عملکرد صحیح آزمایشگاه‌های همکار انجمن، دفاع قانونی از اعضا، هم‌اندیشی در تهیه دستورالعمل‌های نظارت بر عملکرد آزمایشگاه‌ها با استفاده از رویکرد نوین استانداردسازی، تحصیل حمایت‌های مؤثر سازمان ملی استاندارد از آزمایشگاه‌های همکار و واگذاری کارها و امور، نظارت به انجمن و فرهنگ‌سازی در امر بسیار مهم استاندارد در جامعه می‌باشد.

در حدود ۲۱۰۰ آزمایشگاه همکار استاندارد در کشور وجود دارد که نزدیک به ۴۰ واحد آن‌ها در استان کرمان و در رشته‌های مواد معدنی، صنایع شیمیایی و پلیمر، خوراک و فرآورده‌های کشاورزی، پوشاک و فرآورده‌های نساجی و ییاف، خودرو و نیرومحرکه، چوب و فرآورده‌های چوبی، سلولزی و کاغذ، اوزان و مقیاسات، مهندسی پزشکی، میکروبیولوژی، چرم، پوست و پای‌پوش، مصالح ساختمانی، بسته‌بندی و سلولزی، بسته‌بندی، مخابرات و مکانیک و فلز شناسی فعالیت دارند.

مروری بر استاندارد

< ستوده نقوی

عضو هیئت‌مدیره انجمن آزمایشگاه‌های
آزمون و کالیبراسیون و کارشناس استاندارد



اهمیت استاندارد

آنچه مسلم است، از ابتدای پیدایش یک سیستم تولید محصول در یک مجموعه تولیدی یا خدماتی تا دستیابی به فرآیندهای خودکارسازی (خودکارسازی) و فنون تولید تجاری محصولات، باید از یک سری استانداردها و یا مقررات برای تضمین کیفیت و سلامت سیستم تولید و همچنین محصول پیروی نمود. استانداردسازی اغلب یک عامل ضروری و مهم در پیشرفت دانش و همچنین سازوکارهای تولید است. به‌طور کلی هدف از استانداردسازی، دستیابی به درجه مطلوبی از نظم در یک حوزه خاص است. تناسب محصولات، خدمات و فرآیندها، ایمنی و حفاظت از سلامت محیط زیست و ساده‌سازی تبادلات تجاری از اهداف استانداردسازی است. در مورد فناوری‌های نوین با توجه به نوع تولید و ویژگی‌های منحصر به فرد محصولات، رعایت استانداردها و مقررات تأیید و تضمین کیفیت سیستم تولید محصول و یا خود محصول و برقراری روش‌های نظام‌مند بازرسی و کنترل از اهمیت ویژه برخوردار است. به عبارتی، استانداردسازی به‌عنوان ابزاری ضروری برای افزایش بهره‌وری و حصول اطمینان از کیفیت پایدار و سلامت محصول لازم است. از سوی دیگر، رعایت استانداردها به صنایع مرتبط گوناگون کمک می‌کند تا تلاش‌های خود را برای به حداکثر رساندن کارایی و بهره‌وری و بهبود شرایط رقابت‌پذیری در سطح بین‌المللی هماهنگ کنند. به‌رحال رشد روزافزون علوم و فناوری در سطح کشور، ضرورت نگاه صادراتی در توسعه صنایع به‌ویژه در عرصه صنایع نوین و توجه به الزامات ناشی از موضوع جهانی‌سازی تجارت و بازار، ضرورت توجه به توسعه نظام استانداردهای ملی در این حوزه‌ها و ازجمله زیست‌فناوری را در کشور بیشتر می‌نماید. استانداردهای ملی در واقع، ابزار کارآمدی برای ارتقای کیفیت محصولات داخلی، اجتناب از واردات محصولات باکیفیت پایین و بالا بردن سطح صادرات به شمار می‌آیند. علاوه بر آن در برخی موارد، پژوهشگران و تولیدکنندگان داخلی به موفقیت‌های چشمگیری در زمینه‌ی تولید محصولات کالاها یا خدمات زیست‌فناوری دست‌یافته‌اند که به دلیل نبود مقررات و یا استانداردهای مربوطه با مشکلاتی توسط دستگاه‌های ذی‌ربط مواجه می‌شوند؛ به‌طوری‌که یا قادر به ارائه آن‌ها در بازار داخل نیستند و یا آنکه به دلیل فقدان تأییدیه‌های لازم از حجم بازار مورد انتظار برخوردار نمی‌باشند. با توجه به موارد یادشده، دستیابی و رعایت استانداردهای ملی و بین‌المللی، شرط اساسی پیشبرد رقابت‌پذیری در سطح ملی و بین‌المللی است. به عبارتی، پذیرش و دستیابی به استانداردهای بین‌المللی می‌تواند پیش‌شرایط مناسبی برای نزدیک شدن به

ایده تجاری‌سازی و برندسازی محصولات ایرانی در سطح بین‌المللی باشد. اهمیت استانداردها در تجارت بین‌المللی به حدی است که سازمان تجارت جهانی به‌منظور پیشگیری از ایجاد موانع برای تجارت و تسهیل در مبادلات بین‌المللی، استانداردهای سازمان را به‌عنوان پایه برای استانداردهای ملی اجباری و اختیاری شناخته‌شده است.

تعاریف:

استاندارد (Standard): مدرکی است دربرگیرنده قواعد، راهنمایی‌ها یا ویژگی‌هایی برای فعالیت‌ها یا نتایج آن‌ها به‌منظور استفاده عمومی مکرر که از طریق اجماع و همراهی فراهم و به‌وسیله سازمان شناخته‌شده‌ای تصویب‌شده باشد و هدف از آن دستیابی به میزان مطلوبی از نظم در یک زمینه خاص است. استاندارد باید مبتنی بر نتایج علوم، فنون و تجربیات استوار باشد. بیشترین کاربرد استانداردها در رابطه با تعیین ویژگی‌های فنی و عملکردی توافق شده به‌خصوص برای ارزیابی انطباق محصول می‌باشد. به صورتی که دیدگاه اصلی استانداردسازی نیز روی این ویژگی‌های فنی و عملکردی متمرکز است.

استانداردسازی (Standardization): استانداردسازی، فعالیت ایجاد معیارهایی در ارتباط با مسائلی بالفعل یا بالقوه و باهدف دستیابی به نظمی بهینه در مقوله موردبحث برای استفاده عمومی و مستمر می‌باشد. بومی‌سازی درجایی مطرح می‌شود که نیاز به آن وجود دارد و این نیاز می‌تواند اجباری، فرهنگی و یا مربوط به منطقه جغرافیایی باشد. بومی‌سازی یک روش تطبیقی با شرایط کاربردی یک منطقه، کشور و یا یک کارخانه بوده که در هر سطحی می‌تواند مطرح شود.

سطوح مختلف استانداردسازی در چهار سطح انجام می‌شود:

استانداردهای کارخانه‌ای: این استانداردها توسط کارخانه‌ها و یا تولیدکنندگان به‌منظور استفاده در همان واحد تدوین می‌شوند. البته در کشورهای توسعه‌یافته استانداردهای کارخانه‌ای از کیفیت و کارایی بالایی برخوردارند و توسط سازمان ملی استاندارد کشور ذی‌ربط به‌عنوان استاندارد ملی پذیرفته می‌شوند.

استانداردهای منطقه‌ای: در هر منطقه‌ای از جهان ممکن است چند کشور هم‌جوار برای ایجاد تسهیلات در امر صادرات و واردات خود اقدام به تدوین استانداردهای مشترک نمایند؛ مانند استانداردهای اتحادیه اروپا که توسط کشورهای عضو اتحادیه اروپا تدوین می‌شوند و قابل قبول برای همه این کشورها هستند.

استانداردهای ملی: استانداردهایی هستند که در هر کشور توسط سازمان متولی استانداردسازی تدوین می‌شوند. در تدوین این استانداردها، تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان، صادرکنندگان، واردکنندگان، نمایندگان مراکز دولتی و تجاری، مراکز پژوهشی، دانشگاه‌ها، مراکز ارزیابی انطباق مرتبط با موضوع استاندارد مشارکت می‌نمایند. استانداردهای ملی باید تأمین‌کننده حداقل کیفیت قابل قبول برای یک فرآورده یا خدمت باشند. استانداردهای بین‌المللی: استانداردهایی هستند که توسط سازمان‌های بین‌المللی استاندارد جهت سهولت ارتباط و رفع مشکلات فنی تهیه و تدوین می‌شوند. در تدوین این استانداردها، تمامی کشورها مشارکت دارند.

سازمان ملی استاندارد:

سازمان ملی استاندارد در سال ۱۳۳۹ با تصویب قانون تأسیس مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، کار خود را در چارچوب هدف‌ها و مسئولیت‌های تعیین‌شده آغاز نمود و در همان سال، به عضویت سازمان بین‌المللی استاندارد ISO درآمد. سازمان ملی استاندارد ایران همچنین در کمیسیون بین‌المللی الکترونیک IEC، کمیسیون بین‌المللی کدکس مواد غذایی CODEX، سازمان بین‌المللی اندازه‌شناسی OIML، انجمن جهانی سازمان‌های تحقیقات صنعتی و فنی WAITRO، مجمع بین‌المللی تأیید صلاحیت IAF، بنیاد مدیریت کیفیت اروپا EFQM و سازمان بین‌المللی همکاری آزمایشگاه‌های اکرديته ILAC عضویت دارد.

سازمان ملی استاندارد ایران در سه دوره سه‌ساله عضو شورای سازمان بین‌المللی استاندارد ISO بوده مضافاً اینکه در یک دوره سه‌ساله ۱۹۶۹-۱۹۶۷ نایب‌رئیس‌ی شورا را نیز بر عهده داشته است. همچنین پس از پیروزی انقلاب اسلامی، سازمان ملی استاندارد ایران برای یک دوره دوساله ۲۰۰۵-۲۰۰۶ به‌عنوان عضو شورای مذکور انتخاب گردیده است.

سازمان ملی استاندارد در حال حاضر با عضویت در سازمان‌های بین‌المللی IEC، ISO، OIML، BIPM و سازمان‌های منطقه‌ای RISCAM و SMIC در فعالیتهای تدوین استاندارد این سازمان‌ها مشارکت می‌نماید. نحوه مشارکت در این فعالیت‌ها، از طریق تشکیل کمیته‌های فنی متناظر با کمیته‌های بین‌المللی و سامان‌دهی مشارکت گروه‌های ذی‌نفع و ذی‌ربط انجام می‌گیرد. این کمیته‌ها تحت نظارت سازمان ملی استاندارد ایران فعالیت می‌نمایند و وظیفه اصلی آن‌ها بررسی و اظهارنظر در مورد پیش‌نویس استانداردهای بین‌المللی در مراحل مختلف تدوین و پیشنهاد تدوین استاندارد بین‌المللی با توجه به مزیت‌های ملی و پتانسیل کشور است.

اهداف استانداردسازی:

- کسب پایگاه جهانی در سطح بین‌المللی
- نوآوری در زمینه فن‌آوری
- ایجاد زمینه برای پذیرش مواضع ملی کشورها
- حفظ توازن و تعادل بین منافع تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان
- مبتنی شدن مقررات بر استانداردها

منافع استانداردسازی:

سازمان‌هایی که به پیاده‌سازی استانداردها می‌پردازند، می‌توانند از طریق آگاهی یافتن از نیازهای کار و محصول و بازار، عملکرد خود را بهبود بخشیده و در نتیجه سهم خود را نیز در بازار افزایش دهند.

- منافع برای مصرف‌کننده: مصرف‌کنندگان، محصولات استانداردشده را با کیفیت و قیمت بهتر و اطمینان بیشتر از مؤلفه‌های مختلفی که برایشان کاربرد دارد، استفاده می‌کنند. لذا نه تنها کیفیت خود محصول استانداردشده، بلکه نگهداری و خدمات پس از فروش آن نیز برای مصرف‌کننده از اهمیت بالایی برخوردار است. همچنین کاهش ریسک عدم شناخت محصول از دیگر منافع استانداردسازی می‌باشد.
- منافع برای جامعه: حفظ سلامت و بهداشت جامعه، استفاده بهینه، اثربخشی و کارایی، یکی دیگر از تأثیرات استانداردسازی بوده که منافع آن متوجه جامعه می‌باشد. همچنین موازین زیست‌محیطی و پیشگیری از آلودگی از مقوله‌هایی هستند که در هر استاندارد مرتبط با محصول دیده می‌شود.

ختمشی و هدف از استانداردسازی توسط سازمان بین‌المللی استاندارد (ISO):

این ختمشی در جهت ارتقاء مؤلفه‌های زیر می‌باشد:

- * کیفیت Quality
- * ایمنی Safety
- * کارایی Efficiency
- * قابلیت اطمینان Reliability
- * تعویض‌پذیری Interchangeability
- * سازگاری Compatibility

انواع استاندارد:

برحسب تعریف دو نوع استاندارد به شرح زیر تعریف شده و به اجرا درمی‌آید. استاندارد اجباری: تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان اقلامی که اجرای استاندارد آن‌ها به‌موجب قانون اجباری اعلام می‌شود، موظف‌اند محصولات خود را مطابق با استاندارد بین‌المللی یا ملی ذی‌ربط تولید و عرضه کنند. استاندارد تشویقی: محصولی که مشمول استانداردهای اجباری نباشد، می‌تواند با رعایت استاندارد ملی تولید یا عرضه شود و تولیدکنندگان آن پس از کسب مجوز از موسسه، از علامت استاندارد تشویقی استفاده کنند. ●

منابع و مراجع:

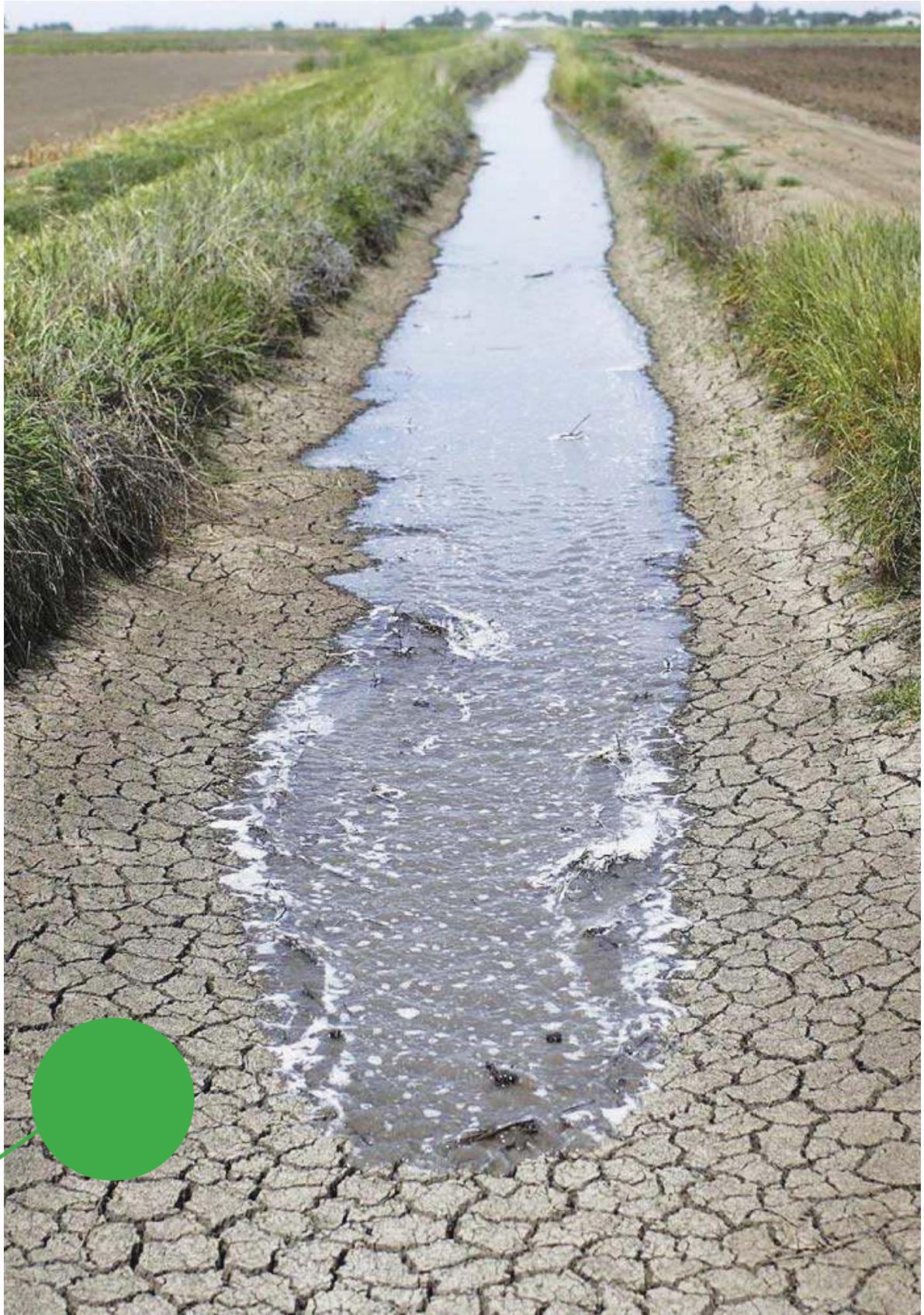
- <http://www.isiri.gov.ir/portal/Home>
- <http://www.iso.org>
- www.iec.ch
- <https://www.oiml.org>



لوگوی سازمان ملی استاندارد ایران و برخی سازمان‌های بین‌المللی استانداردسازی

کشاورزی

- بحران آب! چه باید کرد؟
- حمایت از تولید ملی و صادرات
- معرفی انجمن خرمای استان کرمان
- دلایل عدم موفقیت بورس خرما در شرایط موجود
- بازدید از نمایشگاه مواد غذایی Morocco Food Expo ۲۰۱۷ و باغ‌های و واحدهای فرآوری خرما
- روش امکان‌سنجی و تحلیل اثربخشی توسعه خوشه‌های صنعتی خرمای کشور
- فاکتورهای مؤثر تغذیه، آبیاری، تکریب و هرس در عملکرد درختان خرما
- تجارت خرمای ایران به روایت آمار
- تحلیل زنجیره ارزش و بررسی مزایای رقابتی خرمای کشور تونس و پیشنهادهایی برای خرمای ایران
- ضرورت حمایت از تولید
- اهمیت کشاورزی در حفظ معیشت محلی و منطقه‌ای
- ضرورت توجه به توسعه اقتصادی مبتنی بر کشاورزی در استان کرمان
- اهمیت صنایع تبدیلی کشاورزی در اقتصاد ملی
- مشکلات کشاورزی استان و راهکارهای پیشنهادی



بحران آب! چه باید کرد؟

< محسن رشیدفرخی

عضو هیئت‌رئیس اتاق کرمان و رئیس
انجمن ملی خرمای ایران و کرمان



اندکی از بحران را کنترل کرد و سپس دولت برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت پیشنهاد شده از طرف کمیسیون آب و محیط‌زیست اتاق ایران و اندیشکده آب را در دستور کار خود قرار دهد.

البته طی سال‌های اخیر با جایگزین کردن آبیاری مدرن و تحت‌فشار به جای آبیاری غرقابی، تقریباً در مصرف آب دوسوم صرفه‌جویی داشته‌ایم؛ اما با وجود مکانیزه و مدرن شدن آبیاری، متأسفانه کشاورزان کشت خود را در واحد سطح افزایش داده‌اند و همین عامل موجب به وجود آمدن مشکلاتی شده است.

افزایش کشت در واحد سطح نباید اتفاق بیفتد بلکه باید سعی شود با انجام تحقیقات لازم، بهره‌وری را افزایش داد. با افزایش ندادن واحد سطح و در مقابل بالا بردن بهره‌وری می‌توان باغ‌ها را ترمیم و اصلاح کرد و سپس شیوه‌های آبیاری نوین مانند آبیاری تحت‌فشار را اجرایی کرد. در واقع معیار تولید هر محصول، باید میزان مترمکعب آب مصرفی برای آن باشد. باید حجم زیاد آب از دست‌رفته برای تولید محصولات مختلف را برآورد و نظارت ویژه را اعمال کرد.

اکنون برای همگان از جمله کشاورزان، باید امنیت آبی کشور بسیار مهم‌تر از صادرات باشد. من معتقدم در آینده‌ای نزدیک، امنیت آبی بسیار مهم‌تر از امنیت غذایی خواهد بود. وقتی مباحث مربوط به محصولات و خودکفایی مطرح می‌شود همه دست‌اندرکاران به درستی بحث امنیت غذایی را مطرح می‌کنند، اما باید بدانیم که امنیت آبی کشور ارجح از امنیت غذایی است.

آب، یعنی زندگی و بحث بودن و نبودن آب، بحث بودن و نبودن یک تمدن است. همه مسئولان و تصمیم‌گیران باید سعی کنند خارج از هرگونه تعصبات سیاسی، گروهی و یا فرقه‌ای، بر روی بحث آب تمرکز کنند. شاید بتوان گفت اکنون هیچ دشمن خارجی، کشور ما را به اندازه بحران آب تهدید نمی‌کند و هیچ مشکل داخلی به اندازه آب برای ما مهم نخواهد بود. پس باید برای این موضوع وقت و سرمایه بگذاریم، حتماً مصمم به عمل باشیم و شعارها در حد صحبت باقی نمانند.

مطمئناً مسئولان ما مدیران قابلی هستند، اما باید سعی کنند در سال ۹۷ برای اجرای برنامه‌های مرتبط با کاهش مصرف آب مصمم باشند و آن‌ها را در اولویت قرار دهند و مطمئن باشید بخش خصوصی نیز در این امر شرکت خواهد کرد. یکی از پیشنهادهای بخش خصوصی در این زمینه این است که ۱۰۰ درصد مخارج آبیاری‌های تحت‌فشار از طریق بانک‌ها بصورت ۸۰ درصد بلاعوض و ۲۰ درصد تسهیلات با بهره کمتر از ۱۰ درصد تأمین شود. در این صورت می‌توان کشاورزان را به صرفه‌جویی در مصرف آب تشویق کرد. ●

طی سال‌های اخیر هرکجا مسئولیتی داشتم؛ از هیئت‌رئیس اتاق کرمان تا انجمن خرمای کشور و نیز کمیسیون آب و محیط‌زیست اتاق ایران، یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌ها و مواردی را که در دستور کار آن مجموعه قرار می‌دادم موضوع آب بود. متأسفانه وضعیت آب کشور به شدت غبارآلود است. ذخایر آب به شدت با بحران روبروست و متأسفانه در برخی نقاط از جمله دشت‌های رفسنجان وضعیت از بحران گذشته و تقریباً به مرز بی‌آبی رسیده است. سفره‌های آب زیرزمینی طی سال‌های گذشته به‌طور روزافزونی پایین رفته و کاهش پیدا کرده است؛ در استان کرمان هر سال بیش از ۱۲ هزار هکتار باغ در حال خشک شدن است. بسیاری از مناطق کشور که عمده اقتصاد آن‌ها از راه کشاورزی تأمین می‌شود دچار بحران کم‌آبی و بدآبی شده‌اند. طبق شنیده‌ها تراز منفی آب در کشور ۱۶ درصد است.

به دلیل مدیریت‌های غیرصحيح و عجولانه، در سال‌های اخیر بی‌تدبیری در مدیریت آب به اوج رسیده است. کمبود ذخایر آب، قبل از هر چیز ناشی از عدم مدیریت صحیح در کنترل و هدایت آب‌هاست. سدهای بسیاری که سال‌های قبل احداث شد فاجعه بود، بسیاری معتقدند احداث سد گنوند، شاید از غیرکارشناسی‌ترین سدها و راه‌های ذخیره آب بود که بارها این موضوع را به متخصصان حوزه آب تذکر دادیم، اما دولت قبل، با نگاهی سریع از آن عبور کرد که این موضوع یکی از دلایل شور شدن زمین، بیابان‌زایی و در نتیجه وجود ریزگردها است. متأسفانه نزدیک به نیمی از چاه‌های استان و کشور غیرمجازند و مسئولان به جای جلوگیری از اقدامات غیرقانونی همیشه عادت کرده‌اند به بی‌قانونی جایزه دهند! مثلاً کنتور آب را بر سر راه چاه‌های مجاز قرار می‌دهند، اما چاه‌های غیرمجاز بدون کنتور هستند.

اما چاره چیست؟ اکنون چه باید کرد؟ پاسخ این سؤال چندان مشکل نیست. از آنجا که ۹۳ درصد مصرف آب در حوزه کشاورزی است که اگر بتوان در این بخش تنها ۱۶ درصد صرفه‌جویی کرد تراز منفی آب در حد فعلی نگه داشته می‌شود و بعد می‌توان برای آینده چاره‌ای اندیشید. این راه آسان‌تر از انتقال آب و انتقال‌های حوزه به حوزه به‌ویژه از کشورهای همسایه است، زیرا نمی‌توان مطمئن بود که در آینده همیشه روابط سیاسی پا برجا بماند.

در زمینه صرفه‌جویی نیز باید از رفع نقاط ضعفی که در سال‌های گذشته وجود داشته است کار را آغاز کنیم. به نظر می‌آید ما می‌توانیم با مدیریت صحیح و ایجاد آبیاری‌های مدرن به گونه‌ای عمل کنیم که عمق فاجعه از این بیشتر نشود. باید برنامه‌های کوتاه‌مدتی برای جلوگیری از هدررفت آب تدوین و اجرا کنیم تا بتوان

حمایت از تولید ملی و صادرات

< محمدحسین اکبری*

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی کرمان،
دبیر هیئت رئیسه انجمن ملی خرمای ایران



برداشتن قوانین مزاحم و دست و پاگیر، بسترسازی در جهت تولید کالاهایی که در آن‌ها مزیت نسبی داریم (نظیر بعضی محصولات کشاورزی مثل پسته و خرما).

در مقوله حمایت از رونق صادرات باید این موضوع مد نظر قرار گیرد که در بعضی کالاها طبق آمار حدود ۴۰ درصد افزایش تولید داریم و چنانچه برای صادرات این محصولات گام برداریم، دیری نخواهد پایید که تولیدکنندگان این کالاها در معرض ورشکستگی قرار خواهند گرفت. دولت با پرداخت هزینه‌های بازاریابی یا هزینه حمل‌ونقل و همچنین ایجاد خانه تجار در کشورهای مقصد می‌تواند به رونق صادرات کمک نماید؛ که نتیجه آن افزایش درآمد ارزی کشور و نهایتاً افزایش میزان تولید ناخالص داخل خواهد بود.

سومین گروهی که می‌توانند به تولید ملی کمک کنند، صادرکنندگان کالا و خدمات هستند. در حال حاضر به دلیل وجود نا به سامانی در صادرات در خیلی از محصولات ارزش افزوده مناسب را مشاهده نمی‌کنیم. صادرکنندگانی که نه تخصص لازم را دارند و نه رعایت اخلاق تجارت را می‌کنند نه تنها کمک به تولید ملی نمی‌کنند بلکه به‌عکس به تولید ملی ضربه خواهند زد.

چهارمین گروه حامی تولید ملی مردم می‌باشند که باید فرهنگ خرید کالای خارجی را کنار گذاشته و فرهنگ حمایت از تولید داخلی را جایگزین نمایند.

اگر خواستار ایرانی توسعه‌یافته هستیم چاره‌ای نداریم جز آنکه تولیدکنندگان، دولت، صادرکنندگان و مردم همه در راستای حمایت از تولید ملی گام برداریم. ●

این روزها در همه محافل سخن حمایت از تولید ملی است، رسانه‌ها به‌ویژه صدا و سیما به واسطه نام‌گذاری سال جدید برنامه‌های متنوعی در جهت حمایت از تولید ملی دارند که کار بسیار شایسته و قابل تقدیری است.

یکی از شاخص‌های تعیین‌کننده وضعیت اقتصادی هر کشور درآمد سرانه است. درآمد سرانه مشخص‌کننده میزان سهم هر شهروند از تولید ناخالص داخلی است؛ بنابراین ناگفته پیداست کمک به افزایش تولید ناخالص داخلی (تولید ملی)، کمک به افزایش سهم ما از درآمد ملی است، به عبارت دیگر فردی که به حمایت از تولید ملی برخیزد، به حمایت از افزایش درآمد خود برخاسته است؛ یعنی وقتی هر فردی نیاز خود را از تولیدات داخلی تامین کند به طور مستقیم به خود کمک کرده تا ثروتمندتر شود. کاهش میزان بیکاری، افزایش میزان امنیت، رونق بازار و ... از نتایج دیگر حمایت از تولید ملی است. اولین کسی که به تولید ملی کمک می‌کند، تولیدکننده کالا یا خدمات است. بدین معنی که تولیدکننده کالایی تولید کند که به لحاظ کیفیت، قیمت و خدمات پس از فروش در مقابل کالای مشابه خارجی حرفی برای گفتن داشته باشد و برای تحقق این مهم، او باید مزیت نسبی را مد نظر داشته باشد. اصرار بر تولید کالایی که تکنولوژی روز آن در اختیار نیست و مزیت نسبی در تولید آن کالا نداریم، دور ریختن سرمایه ملی است (مثلاً خودروها). دولت دومین رکنی است که با ابزارهایی که در دست دارد می‌تواند کمک بزرگی برای تولید ملی باشد. این ابزارها عبارتند از سیاست‌های اقتصادی، سیاست‌های پولی، هدفمند کردن بازارها به سمت تولید،

معرفی انجمن خرمای استان کرمان

تاریخچه انجمن

در برنامه‌های کلان مدیریتی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان سعی بر آن شده است که با ایجاد تشکلهای (انجمن‌ها) و کمیسیون‌ها به انتقال تصدی‌گری‌ها از بخش دولتی به بخش خصوصی کمک شود.

یکی از این انجمن‌ها، انجمن خرما است که از سال ۱۳۸۸ با هدف گرد هم آوردن و اتحاد فعالان و دلسوزان این محصول تشکیل شده است و به دنبال ساماندهی تولید و تجارت خرما و فرآورده‌های آن، ایجاد ارتباط با بانک‌ها و سازمان‌های اعتباری کشور، تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری در زمینه تولید ملی، مشارکت در تدوین استانداردهای ملی و همچنین برگزاری دوره‌های آموزشی و تورهای صنعتی و تجاری ویژه اعضا بوده است.

کمیته‌های تخصصی انجمن

انجمن در جهت عارضه‌یابی و ارائه راه‌کارهایی در زمینه تولید، بسته‌بندی، خدمات و صادرات خرما با تشکیل کمیته‌های تخصصی سعی بر تسریع ریشه‌یابی معضلات موجود نموده است. این کمیته‌های تخصصی شامل کمیته باغبانی، کمیته خدمات و صنایع



تبدیلی، کمیته بازرگانی داخلی و خارجی می‌باشند. علاقه‌مندان می‌توانند مشکلات خود را در زمینه‌های فوق‌الذکر به دبیرخانه انجمن انتقال دهند که بعد از بررسی در کمیته تخصصی مربوطه مطرح شود.

تعداد اعضای انجمن

انجمن خرمای استان کرمان در حال حاضر دارای ۴۳۵ عضو می‌باشد که از این تعداد ۳۲۱ عضو پیوسته و ۱۱۴ عضو وابسته می‌باشند.

اهداف و وظایف انجمن عبارت‌اند از:

- سامان‌دهی تولید و تجارت (صادرات و واردات) خرما و فرآورده‌های آن.
- ایجاد ارتباط با بانک‌ها و سازمان‌های اعتباری کشور و همچنین سازمان‌های مالی و پولی بین‌المللی در چارچوب قوانین جمهوری اسلامی و فراهم‌سازی زمینه تسهیلات و اعتبارات مالی در جهت توسعه فعالیت‌های اعضا.
- تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری در زمینه تولید و تجارت (صادرات و واردات) و فرآورده‌های حاصل از خرما.
- تلاش برای افزایش دسترسی به بازارهای جهانی خرما و ایجاد فرصت‌های مناسب برای همه اعضا جهت ورود به این بازارها
- مشارکت در تدوین استانداردهای ملی و بین‌المللی ذی‌ربط برای ارائه به مؤسسات ملی و بین‌المللی ذی‌ربط و اجرای استانداردهای مزبور از طریق شرکت‌های بازرسی.
- برگزاری دوره‌های آموزشی و انجام تحقیقات علمی، صنعتی و تجاری موردنیاز اعضا و برگزاری همایش‌های تخصصی و میزگردها و همچنین حضور در همایش‌های مختلف داخلی و خارجی و تألیف و ترجمه مقالات علمی در زمینه موضوع فعالیت انجمن.
- بازاریابی مستمر با کسب اطلاعات مربوط به عرضه و تقاضا، قیمت، بازارهای مصرف و تولید برای ارائه به اعضا.
- مشارکت گروهی در تصمیم‌سازی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها و تهیه و تنظیم پیش‌نویس قوانین و مصوبات مرتبط با تولید و صادرات خرما و فرآورده‌های حاصل از آن.
- ایجاد بانک اطلاعاتی در زمینه‌های مرتبط با اهداف و وظایف انجمن، فعالیت‌های تولیدی و تجاری (صادراتی و وارداتی) اعضا و اطلاع‌رسانی از طریق ایجاد شبکه اطلاع‌رسانی و نشر کتب، مجلات و بروشورهای تخصصی.
- فعالیت برای جذب و مشارکت اشخاص حقیقی و حقوقی واجد شرایط جهت عضویت در انجمن.
- ارتقای اعتبار و حیثیت اعضای انجمن از طریق سامان‌دهی و ایجاد روابط مناسب بین واحدهای عضو.
- انجام هر گونه فعالیت‌های عملی و تحقیقاتی در داخل و خارج کشور در چارچوب قوانین موضوعه برای نیل به اهداف انجمن.
- کمک به تحقق هدف‌های کمی و کیفی تعیین‌شده برای تولید و تجارت (صادرات و واردات) کالاهای موضوع فعالیت انجمن.
- حمایت از منافع مشترک اعضا و ارائه خدمات حقوقی و مشورتی

ایشان.

• جلوگیری از رقابت‌های ناسالم اعضا در بازارهای هدف صادراتی از طریق اعمال ضوابط کمیته انضباطی اتاق ایران و سایر مراجع قانونی ذی‌ربط.

• ارائه مشاوره به وزارتخانه‌ها و سازمان‌های ذی‌ربط در زمینه مربوطه.

• کوشش در جهت رفع اختلافات فی‌مابین اعضا و عنداللزوم از طریق حکمیت مرکز داوری اتاق ایران.

• معرفی اعضا به وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلف جهت استفاده از خدمات و تسهیلات موردنیاز.

• ایجاد بستر و سازوکار لازم جهت پذیرش وظایف اجرایی دولت که در اجرای قانون اصلاح مواد از قانون برنامه چهارم توسعه و اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به انجمن تفویض می‌شود.

• ارائه پیشنهادها و اجرایی جهت رفع مشکلات تولید و تجارت (صادرات و واردات) گروه کالایی موضوع فعالیت مربوط به نهادها و سازمان‌ها و وزارتخانه‌های ذی‌ربط.

• برگزاری و یا حضور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی مرتبط با وظایف انجمن.

• ایجاد هماهنگی و همکاری بین تولیدکنندگان، صاحبان صنایع و بازرگانان خرما و فرآورده‌های حاصله.

• ایجاد ارتباط با دست‌اندرکاران و برنامه ریزان و تلاش در جهت تأثیرگذاری بر برنامه‌ریزی‌های مدون کشور.

• تلاش در جهت برقراری پوشش بیمه‌های تضمینی برای باغات، محصول و صنایع فرآوری خرما به‌منظور حمایت از تولیدکنندگان و صاحبان صنایع در مقابل خسارات احتمالی.

• برنامه‌ریزی لازم در جهت ایجاد رقابت سالم برای قیمت و کیفیت خرما و فرآورده‌های خرما با حفظ استانداردهای کیفی و بهداشتی محصول.

• فراهم شدن امکان انتقال اطلاعات و تجربیات علمی از خارج در زمینه فرآوری، بسته‌بندی، سورتینگ، طبقه‌بندی و درجه‌بندی خرما.

• تشکیل صندوق حمایت از تولید و تجارت خرما و نیز فعالیت‌های علمی اعضا.

• تلاش برای معرفی انجمن ملی خرمای ایران به نهادها و سازمان‌های بین‌المللی متناظر به‌عنوان تنها مرجع رسمی بخش خصوصی خرمای ایران.

در راستای رسیدن به این اهداف کلیه تولیدکنندگان، صاحبان صنایع فرآوری و بسته‌بندی خرما، بازرگانان (صادرکنندگان و واردکنندگان) خرما و فرآورده‌های آن، مراکز علمی و دانشگاهی، محققین، اساتید

و کارشناسان نهال، میوه خرما و فرآورده‌های حاصل از خرما اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی که می‌توانند به عضویت انجمن درآیند.

همچنین در جهت ارتقای توانمندی انجمن در نیل به اهدافش وظیفه اطلاع‌رسانی، آگاه‌سازی و یاری‌رساندن به اعضای انجمن

تاکنون ۴۸ شماره از خبرنامه انجمن به چاپ رسیده است. •

دلایل عدم موفقیت بورس خرما در شرایط موجود

محمدحسین اکبری

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی کرمان،
دبیر هیئت‌رئیس انجمن ملی خرمای ایران

نبود زیرساخت، تعدد تولیدکنندگان و نبود مشوق‌هایی برای سوق دادن کشاورزان به سوی بازار سرمایه از دیگر دلایل عدم موفقیت بورس خرما می باشد، هم چنین منهای شرایط دستوری که دولت ابلاغ می کند یکی از دلایلی که باعث شده سهم کشاورزی از بورس کالا یک تا سه درصد باقی بماند، تکثر تولیدکنندگان و نبود امکان ساماندهی آنها و سوق دادنشان به سوی این بازار است. به عبارت دیگر قطعاً چند تولیدکننده انگشت‌شمار فلزات که اغلب آنها هم دولتی یا شبه‌دولتی هستند، چاره‌ای جز پذیرش دستور برای عرضه محصولاتشان در بورس کالا ندارند، اما چند هزار تولیدکننده بخش خرما که اتفاقاً بیشتر آنها تولیدکننده خرد به‌شمار می‌آیند را با چه تدبیری می‌توان به تالار بورس کشاند و اصولاً با چه راهکاری می‌توان این محصولات متنوع با منشاء تولید پرانگنده را در یک بازار منسجم عرضه کرد؟

برخی از مشکل و ابهامات در بورس خرما از جمله عدم شناخت در خصوص مکانیسم و نحوه خریدهای تضمینی در بورس کالا، عدم شناخت در خصوص مکانیسم و نحوه خریدهای نوافقی در بورس کالا، عدم شناخت در خصوص مکانیسم و نحوه انجام مزایده‌ها و مناقصه‌ها، چالش‌های خرید و فروش‌های تضمینی، نوافقی و مناقصه‌ها و مزایده‌ها، عدم تعیین کیفیت و استاندارد مشخص در خصوص محصولات مشمول خریدهای تضمینی، چگونگی نحوه حمایت دولت به صورت هدفمند و شفاف برخی از موانع اجرایی شدن قوانین این بخش شده است.

افزایش بهره‌وری در زراعت، آب بهینه و ترویج در نخلستان‌ها، بهره‌مند کردن باغداران از سردخانه با ظرفیت متناسب تولیدشان در واحدهای بسته‌بندی و فراوری نوسازی ماشین‌آلات، کاهش هزینه تمام‌شده، رفع موانع کسب‌وکار و تسهیل نرخ‌های تأمین اجتماعی و مالیاتی از جمله راهکارهایی است که می‌تواند وضعیت موجود را بهبود بخشد هم چنین برای داشتن صادرات مطلوب نیاز مبرمی به حضور شرکت‌های هلدینگ و بزرگ است. ●

بورس کالای کشاورزی در ایران در سال ۱۳۸۳ برای دستیابی به اهدافی همچون افزایش سرعت انتقال اطلاعات بازار به تولیدکننده و مصرف‌کننده، کاهش هزینه معاملات، مدیریت بحران ناشی از نوسان عرضه و تقاضای محصولات کشاورزی، کاهش ریسک قیمت برای تولیدکننده و مصرف‌کننده محصولات کشاورزی، ایجاد زمینه برای گسترش تحقیقات بازار و توسعه صادرات محصولات کشاورزی تشکیل شد. در حال حاضر با گذشت هفت سال از ایجاد بورس کالاهای کشاورزی باید گفت که درصد بسیار اندکی از کالاهای معامله شده در بورس کالا، مربوط به محصولات کشاورزی است و این در حالی است که ۱۷ محصول در فهرست کالاهای پذیرش شده رینگ محصولات کشاورزی بورس کالای ایران وجود دارند.

ناکامی معاملات رینگ کشاورزی بورس کالا را می‌توان به سه گروه عمده عوامل کلان دولتی، عوامل مربوط به بورس کالا و عوامل ساختاری بخش کشاورزی مرتبط دانست، هر گروه شامل چندین مؤلفه مجزا است. رونق معاملات در رینگ کشاورزی نیازمند ارائه راهکارها و اجرای سیاست‌هایی جهت رفع هر یک از عوامل زیرگروه ارائه شده است.

خرما هم در تمام این سال‌ها گرفتار همین مشکلات بوده و هست. اصولاً وجود همین مشکلات و از جمله عدم شفافیت اطلاعات، رفتار ریسک‌گریز کشاورزان، کمبود منابع مالی و سرمایه‌گذاری، ساختار سنتی بازار، وجود لایه‌های مضاعف در توزیع، سهم کم تولیدکننده از قیمت نهایی مصرف‌کننده کالا، افزایش ضایعات، کوچک بودن بازار و رعایت نشدن استاندارد محصولات بازار محصولات کشاورزی را بازاری نه چندان کارآمد تبدیل کرده و برای رفع این مشکلات راه برای بررسی شدن این محصولات باز شد، اما در بورس کشاورزی و بعدها در بورس کالا هم محصولات کشاورزی آن‌طور که انتظار می‌رفت موفق ظاهر نشدند به همین دلیل هم سال‌هاست که بورس کالا روی شاخص دو صنعت پتروشیمی و فلزات می‌چرخد و خبری از حضور موفق محصولات کشاورزی نیست.



بازدید از نمایشگاه مواد غذایی Morocco Food Expo 2017 و باغ‌ها و واحدهای فراوری خرما

< انجمن خرمای استان کرمان

مدیترانه و جنوب تنگه جبل الطارق و نزدیکی به اروپا (نزدیک‌ترین کشور آفریقایی به اروپاست)، این کشور در مجاور اقیانوس اطلس است، اندوخته عظیم ماهیان گوناگون در آب‌های نزدیک به این سرزمین قرار دارد. دسترسی به دریای آزاد و وجود منابع عظیم فسفات و دیگر مواد کانی بر اهمیت مراکش می‌افزاید و چنانچه صحرای غربی را به‌عنوان بخشی از این کشور در نظر بگیریم بر امکانات راهبردی آن افزوده می‌گردد چراکه صحرای غربی دارای ذخایر نفتی، فسفات و گاز است و ذخایر ماهیان

اقیانوس اطلس در آب‌های مجاور صحرای غربی بسیار غنی است. بخش کشاورزی کشور مراکش یکی از ارکان اصلی اقتصاد این کشور محسوب شده که حداقل ۱۴ درصد از تولید ناخالص داخلی ملی این کشور را شامل می‌شود. مسئولان دولتی مراکش انتظار دارند تا امسال اقتصاد این کشور با توجه به چشم‌انداز خوبی که در کشاورزی دارد، به رشد ۵٫۴ درصد برسد. این میزان رشد اقتصادی در مقایسه با رشد ۱٫۶ درصدی سال ۲۰۱۶ افزایش خوبی تلقی می‌شود، چراکه در سال گذشته به دلیل خشک‌سالی رشد اقتصادی با کندی مواجه شده بود. اخیراً مسئولان دولتی کشور مراکش قصد دارند در جهت حمایت از رشد تولیدات کشاورزی این کشور و رسیدن به رشد اقتصادی مذکور، اعتباری معادل ۲۶۸ میلیون دلار را به این بخش اختصاص دهند.

اجرای ۹۲ پروژه کشاورزی در ۴ سال

گفتنی است مقامات این کشور قصد دارند با توسعه ۹۲ پروژه کشاورزی در منطقه‌ای بنام «لاوون ساکیا الحمرا» در این کشور در دوره زمانی ۴ ساله و حداقل سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۲۰ رشد بخش کشاورزی این کشور را افزایش داده تا منجر به رشد اقتصادی این کشور شود. اولویت سرمایه‌گذاری‌های در دست اجرا بیشتر برای تولید محصولات کشاورزی با ارزش افزوده اختصاص خواهد یافت.

در این راستا اداره زراعت مراکش اعلام کرده است ۹۲ پروژه اعلامی بخش

مراکش یا مغرب کشوری است که در دورترین قسمت شمال غربی قاره آفریقا واقع شده است. از شمال به دریای مدیترانه و جبل الطارق (۴۶۸ کیلومتر) و از غرب به اقیانوس اطلس (۲۷۰۰ کیلومتر) منتهی می‌شود. این کشور از شرق با الجزایر (۱۵۵۹ کیلومتر) و از جنوب با سرزمین مورد اختلاف صحرای غربی (۴۴۳ کیلومتر) هم‌مرز است. بر اساس نظر دولت و مردم مراکش که صحرای غربی را به‌طور تاریخی از آن خود می‌دانند، این کشور در جنوب با موریتانی هم‌مرز می‌گردد.

به‌طور کلی مراکش دارای آب‌وهوایی معتدل و بارانی است. این کشور در مناطق شمالی تحت تأثیر آب‌وهوای مدیترانه‌ای و در مناطق غربی و شمال غرب متأثر از آب‌وهوای اقیانوس اطلس است. در مناطق داخلی، مراکش دارای آب‌وهوای قاره‌ای بوده و در رشته‌کوه‌های اطلس بارش برف و باران بیشتر می‌شود. مناطق جنوبی دارای آب‌وهوای گرم و بیابانی است.

جغرافیای انسانی

جمعیت مراکش (با احتساب صحرای غربی) حدود ۳۱ میلیون نفر است که ۸/۴۹ درصد را مردان و ۲/۵۰ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. از این تعداد جمعیت، ۴۳ درصد در مناطق روستایی و ۵۷ درصد در مناطق شهری زندگی می‌کنند. تراکم جمعیت در هر کیلومترمربع ۴۱ نفر، میانگین نفرت خانوار ۵/۴ و نرخ رشد سالیانه جمعیت ۱/۶۴ درصد است. میزان بی‌سوادی در کشور نیز حدود ۵۰ درصد جمعیت است که نرخ بی‌سوادی در زنان ۶۲ درصد و در مردان حدود ۳۸ درصد است. نرخ بیکاری در این کشور بالغ‌بر ۲۲ درصد جمعیت فعال است.

جغرافیای سیاسی

مراکش در ساحل جنوبی دریای مدیترانه و جنوب تنگه جبل الطارق قرار دارد که توسط آن ارتباط میان دریای مدیترانه و اقیانوس اطلس فراهم می‌شود. از سویی مراکش از جایگاهی راهبردی در میان کشورهای شمال آفریقا برخوردار است، چراکه علاوه بر واقع‌شدن در حوزه جنوبی دریای

کشاورزی به دو قسمت اصلی تقسیم می‌شود.

طبق گزارش اعلامی این نهاد، بخش نخست پروژه‌ها شامل ۴۹ پروژه اجرایی است که به تولید محصولات کشاورزی با ارزش افزوده بالا توسط بخش خصوصی می‌پردازد.

همچنین بخش دوم این پروژه‌ها شامل ۳۳ پروژه برای تولیدات کشاورزی نیازمند حمایت و کمک بوده که قرار است با اولویت تولیدکنندگان کوچک کشاورزی تخصیص پیدا کند. طبق گفته مقامات کشاورزی مراکش، این طرح‌ها شامل ساخت ۱۹ واحد تولیدی شیر و محصولات محلی لبنیاتی و همچنین تولید گوشت قرمز است که در دست پیگیری این کشور قرار دارد. همچنین در بین این پروژه‌ها قرار است ۲۹۲ نقطه تأمین آب برای ایجاد آبیاری به روش نوین و همچنین برای ایجاد حلقه‌های آبیاری مشخص شود.

«تفیلالت» یکی از بزرگ‌ترین واحدهای صحرای مراکش است. امروز خطر تغییرات آب‌وهوایی، این سرزمین سبز و خرم در دل کویر را تهدید می‌کند. مراکش برای مبارزه با این خطر، سه هدف پیش رو دارد: بررسی مشکلات مرتبط با تغییرات اقلیمی، حفاظت از واحدها و توسعه آن‌ها بر اساس یک مدل منحصربه‌فرد.

خشک‌سالی، فرسایش زمین و شهرنشینی، بخشی از خطرهایی است که این سرزمین‌های سبز در کویر را تهدید می‌کند. برای حمایت از واحدهای کشور، دولت مراکش دست به ابتکار جدیدی زده است. مشاور وزیر کشاورزی و ماهیگیری مراکش می‌گوید: «برنامه بسیار گسترده‌ای در سطح کشور داریم که هدفش حفاظت از محیط‌زیست و توسعه میراث فرهنگی معماری و ایجاد شغل است. رهیافت ما در این برنامه، توسعه پایدار است». این برنامه «مراکش سبز» نام دارد. استراتژی «مراکش سبز»، یا مراکش «سازگار با محیط‌زیست» در نظر دارد در «شبه‌وهای زراعت» تغییر ایجاد کند. مدیریت منابع آب و استفاده کارآمد از تمامی امکانات موجود برای آبیاری، از کارهایی است در این برنامه انجام می‌شود.

درخت خرما در مناطق خشک و نیمه‌خشک که دارای تابستان‌های گرم و کم و بدون بارش هستند، رشد می‌کند؛ که این شرایط آب‌وهوایی در جنوب مراکش بعد از گذر از رشته‌کوه‌های اطلس و در مجاورت صحرای مغربی وجود داشته و اکثر باغات خرما مراکش نیز در شهرهای ورزات، ارفود، زاگورا و تنقیر و روستاهای مجاور بوده اما مزیت و تفاوت خاصی از لحاظ کشاورزی و آبیاری در باغات این کشور مشاهده نگردید.

واریته‌های خرما مراکش از نوع خشک و نیمه‌خشک با درصد رطوبت پایین و بافت سفت و شیرینی کم می‌باشند که شرایط استفاده از دستگاه‌های تمام اتوماتیک را زمینه‌ی درجه‌بندی و بسته‌بندی فراهم می‌آورد انواع واریته‌های خرما این کشور در تصویر ذیل مشاهده می‌کنید:

برای بازسازی و گسترش نخلستان‌های مراکش، به گیاهان جدیدی نیاز هست. آزمایشگاه موسوم به «خرمای مراکش» آزمایشگاه تولید میوه و توسعه کشاورزی در مناطق نیمه‌خشک در جنوب کشور، واقع در منطقه سوس ماسه درعه است. کارشناسان مشغول بارآوردن نخل‌های خرما مقاوم‌تر هستند که محصولات باکیفیت‌تری تولید کند.

مدیر این آزمایشگاه می‌گوید: «اینجا به‌طور عمده، نخل خرما می‌کاریم. ظرفیت تولید سالانه‌مان، حدود یک‌صد هزار نخل است. خرماهایی که

تولید می‌کنیم از نوع خرما میجول و انواع خرماهای محلی مراکش است».

از زمان اجرای استراتژی «مراکش سبز» تولید خرما در مراکش ۱۶ درصد افزایش داشته است. قرار است تا سال ۲۰۱۸ سه میلیون نخل خرما در سراسر کشور کاشته شود.

نکته قابل تأمل در مدیریت خرده مالکی باغات و مزارع کشاورزی کشور مراکش مدیریت یکپارچه زمین‌های کشاورزی درزمینه آبیاری، تسطیح زمین و درنهایت کشت و داشت و برداشت محصول می‌باشد که با حمایت وزارت جهاد کشاورزی و سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد unido انجام می‌گیرد به این صورت که بیش از ۸۵ درصد زمین‌های کشاورزی کشور مراکش به صورت خرده مالکی و کمتر از یک هکتار می‌باشد که با حفظ مالکیت هر شخص بر زمین و محصول به‌صورت مدیریت واحد توسط شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات رسیدگی می‌شود و این امر باعث کاهش قیمت تمام‌شده محصول اولیه گردیده و درنهایت شرکت‌های تعاونی که بعضاً با بیش از ۱۰۰ عضو اقدام به راه‌اندازی واحدهای فرآوری شامل درجه‌بندی و بسته‌بندی محصولات در شرایط کاملاً بهداشتی و تحت نظارت سازمان کشاورزی مراکش کرده و پس از فروش کالا در بازارهای داخلی و خارجی سود حاصل از این فعالیت گروهی به نسبت سهام توزیع می‌گردد؛ این نکته راز بقا و توجیه اقتصادی بسیاری از محصولات کشاورزی این کشور می‌باشد.

مزیت دیگر عدم نیاز به اخذ مجوزهای گوناگون از سازمان‌های دولتی متعدد جهت تولید و فرآوری محصولات کشاورزی می‌باشد و ارائه تسهیلات دولتی با بهره مناسب جهت بهسازی و توسعه این بخش است که باعث بهبود فضای کسب‌وکار در این حوزه شده است.

شایان‌ذکر است که مکانیزاسیون کشاورزی در کشور مراکش نسبت به ایران چندان پیشرفته‌تر نبوده ولی رعایت همین نکات ساده و البته سخت مدیریتی و فرهنگ انجام فعالیت‌های گروهی منجر به کاهش قیمت تمام‌شده‌ی کالا و حمایت خریداران اروپایی با علم به این موضوع شده است.

از دیگر نکات قابل توجه در کشور مراکش می‌توان به کشت گیاه کاکتوس جهت استفاده بهینه از بارندگی‌های فصلی و ایجاد ارزش افزوده از بیابان‌های این کشور اشاره کرد که علاوه به استفاده در لوازم آرایشی و بهداشتی در مواردی به‌عنوان پرچین باغات نیز مورد استفاده قرار گرفته و روغن استخراجی از میوه این گیاه و رنگ طبیعی قرمز آن جهت استفاده در شرکت‌های معتبر داروسازی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

واحدهای فرآوری خرما کشور مراکش با مدیریت و نظارت سازمان‌های بین‌المللی راه‌اندازی شده و در شرایط کاملاً بهداشتی فعالیت می‌نمایند و از مزیت‌های آن‌ها نسبت به بسیاری از واحدهای داخل کشور می‌توان به وجود چندین اتاق گاز مجهز به سنسورهای حساس تشخیص درصد گاز و کنترل دما و رطوبت به‌صورت کاملاً دیجیتال اشاره کرد که ضد عفونی کردن خرما با گاز فسفین در شرایط کاملاً کنترل شده و مطابق استانداردهای روز دنیا را انجام می‌دهد، همچنین مشابه بسیاری از کشورهای تولیدکننده خرما اتاقک‌های تنظیم رطوبت به‌وسیله هوای داغ مرطوب یا خشک، کیفیت بافت مدنظر خریداران را تأمین و کیفیت محصول نهایی را ارتقا می‌دهد. ●

روش امکان‌سنجی و تحلیل اثر بخشی توسعه خوشه‌های صنعتی خرمای کشور

< مقدار تکلوزاده

دکترای صنایع غذایی و دبیر انجمن
خرمای استان کرمان



است، اما متأسفانه ادبیات و فرهنگ توسعه خوشه‌ای به دلایل مختلف در بسیاری از کشورها آن‌گونه که باید نهادینه نشده است و آگاهی لازم در این جوامع پیرامون این موضوع شکل نگرفته است. این در حالی است که اجرا و پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز برنامه‌های توسعه‌ای ذیل رویکرد خوشه‌ای تا حد بسیار زیادی مستلزم شناخت و آگاهی ذینفعان مختلف جامعه و باور آن‌ها به این مقوله می‌باشد. این امر بیشتر از آن حیث موضوعیت می‌یابد که این رویکرد توسعه‌ای یک رویکرد مشارکتی است که برای انجام آن لزوماً باید افراد، گروه‌ها و نهادهای مختلف به روش‌های مختلف و در مؤثرترین حالت مشارکت داشته باشند. متمرکز شدن یا خوشه شدن، مزیتی را برای بنگاه‌های درون خوشه بیشتر از رقاباتی که جدا از هم فعالیت می‌کنند، ایجاد می‌نماید که آن دستیابی به عرضه‌کنندگان بیشتر، خدمات موردنظر سفارشی، مجموعه‌ای از نیروهای کاری مجرب و متخصص و نیز انتقال اجتناب‌ناپذیر دانش را در جایی که افراد بر اساس قصد و هدفی همدیگر را ملاقات کرده و در مورد کسب‌وکار صحبت و گفتگو می‌نمایند، فراهم می‌سازد. در میان کلیه مزایای عنوان‌شده برای خوشه، هیچ‌کدام به اندازه «دستیابی به نوآوری، دانش و فنون» از اهمیت برخوردار نمی‌باشند (اشمیتز؛ ندوی و همکاران (۱۳۸۱).

پشتوانه نظری پدیده ایجاد خوشه یا تجمع را اولین بار آلفرد مارشال در نظریه صرفه‌های اقتصادی ناشی از تجمع بیان کرد. در چارچوب این نظریه شرکت‌های کوچک درعین حال که رقبای طبیعی همدیگرند، اعضای داخل یک شبکه مستقل هستند. آثار ناشی از تجمع آن قدر می‌تواند محسوس باشد که مزایای رقابت صرفاً در چارچوب این تجمع

خوشه مجموعه‌ای از شرکت‌هاست که در ناحیه یا حوزه جغرافیایی متمرکز یافته و با فرصت‌ها و چالش‌های مشترکی مواجه‌اند. این شرکت‌ها مجموعه‌ای از محصولات مرتبط و مکمل را تولید می‌کنند و می‌فروشند. چنین تمرکزی باعث ایجاد کسب‌وکارهای مرتبط می‌شود و به پیدایش نهادها و خدمات تخصصی در زمینه‌ای فنی، مدیریتی و مالی منجر می‌شود که آگاهی لازم پیرامون این موضوع شکل نگرفته است. این در حالی است که اجرا و پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز برنامه‌های توسعه‌ای رویکرد خوشه‌ای تا حد بسیار زیادی مستلزم شناخت و آگاهی ذینفعان مختلف جامعه و باور آن‌ها به این مقوله می‌باشد. توجیه‌پذیر بودن اجرای یک پروژه، خصوصاً یک پروژه توسعه‌ای با توجه به اینکه منابع قابل‌توجه مالی، انسانی و زمانی را در بر می‌گیرد، شرط اساسی موفقیت آن پروژه به شمار می‌رود. به‌طور بدیهی اگر اجرای یک پروژه از دیدگاه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی قابل‌توجه نبوده و به لحاظ تکنولوژیک امکان‌پذیر نباشد نه تنها هدف توسعه‌ای حاصل نمی‌شود بلکه در اثر انحراف ایجادشده راه برای افول و آسیب‌پذیری بیشتر کسب‌وکار فراهم می‌شود و درعین حال منابع نیز به هدر خواهد رفت. نتایج نشان داد که توسعه خوشه‌های صنعتی خرمای کشور با رعایت اصول تعریف خوشه می‌تواند تأثیرات مثبت زیادی در حوزه‌های اقتصادی، تولیدی، اجتماعی و زیست‌محیطی داشته باشد.

باوجود اینکه چندین دهه از مطرح‌شدن موضوع خوشه‌های صنعتی در ادبیات توسعه می‌گذرد و تجارب متعددی نیز به لحاظ اجرایی در کشورهای مختلف درحال توسعه و توسعه‌یافته در این حوزه حاصل شده

و در اغلب موارد تمامی این واحدها قابل احصال نیستند و این امر نیز محدودیت دیگری را بر مطالعه تحمیل می‌نماید.

از این رو هم معیارها و شاخص‌های ارزیابی متفاوت می‌شوند و هم بخش قابل‌ملاحظه‌ای از نتیجه‌گیری‌ها مبتنی بر استنتاج کیفی خواهد بود؛ و نه لزوماً کمی. از مهم‌ترین شاخص‌هایی که می‌توان با استفاده از آن‌ها اثربخشی اقتصادی اجرای یک پروژه توسعه‌ای را برای یک مجموعه و یا خوشه صنعتی بررسی نمود، می‌توان به مواردی چون تغییرات ایجاد شده در میزان تولید و ظرفیت تولیدی مجموعه صنعتی و تغییرات ایجاد شده در ارزش فروش و صادرات مجموعه صنعتی اشاره کرد.

بر اساس تجارب حاصله از اجرای پروژه‌های توسعه‌ای برای خوشه‌ها و مجموعه‌های صنعتی، اجرای کامل یک پروژه توسعه‌ای در حدود ۱۰ میلیارد ریال هزینه خواهد شد. به عبارت دیگر مخارج لازم برای اجرای چنین پروژه‌ای معادل یک میلیارد تومان خواهد بود که باید از منابع استانی و توسط سازمان‌های مختلف توسعه‌ای تأمین گردد.

با توجه به اینکه در راستای اجرای پروژه‌های توسعه خوشه‌ای سطح رقابت‌پذیری واحدها افزایش خواهد یافت و حتی اگر در بدبینانه‌ترین حالت سهم این واحدها از صادرات ثابت بماند شاهد افزایش میزان صادرات از لحاظ ارزش خواهیم بود.

حال می‌توان از طریق مقایسه مخارج مورد نیاز برای اجرای پروژه توسعه‌ای و منافع و دستاوردهای اقتصادی حاصل از آن به توجیه اقتصادی آن پی برد. مقایسه رقم هزینه شده (۱۰ میلیارد ریال در ماکزیمم حالت) با ۳۳ درصد افزایش صورت گرفته در ارزش فروش (معادل ۳۲۰ میلیارد ریال در مینیمم حالت) به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای توجیه اقتصادی اجرای این پروژه را نشان می‌دهد. همچنین با تنوع در بسته‌بندی‌ها بر اساس بازخوردهای بازار و آشنایی واحدها با اصول اولیه بازاریابی قیمت فروش محصولات خوشه نیز بالا خواهد رفت. بر اساس تجربیات به‌دست‌آمده در سایر خوشه‌ها مخصوصاً خوشه صنعتی خرمای بم حداقل افزایشی معادل ۲۰ درصد را از نظر قیمت شاهد خواهیم بود.

ملاحظه می‌شود که با شرایط فوق حتی صرف منافع اقتصادی قابل احصای پروژه نیز بر مخارج آن فزونی گرفته است. این در حالی است که پروژه مذکور علاوه بر منافع اقتصادی آثار مثبت فراوانی را نیز در حوزه‌های اجتماعی و غیره به همراه خواهد داشت که در ادامه آن‌ها را بررسی می‌نماییم.

– از نظر تولیدی:

اجرای یک پروژه توسعه‌ای چه منفی را در جهت بهبود تکنولوژی و نوآوری ایجاد می‌نماید و آیا می‌تواند منجر به بهبود آن گردد؟ شاخص‌های دیگری که در این قسمت به‌واسطه آن میزان اثربخشی اجرای پروژه را بررسی می‌نماییم، تعداد بنگاه‌هایی است که به‌واسطه این پروژه توسعه یافته و ایجاد می‌شوند. به‌عنوان مثال در جدول زیر، سه سطر اول وضعیت تکنولوژی بنگاه‌های مجموعه قبل و بعد از مداخله توسعه‌ای نشان داده شده است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در اثر اجرای پروژه باید در حدود ۲۰ درصد از واحدها یعنی واحدهای کوچک نه‌خرد، که در حال حاضر از سطح تکنولوژی متوسطی برخوردارند، سطح تکنولوژی خود را ارتقاء داده و از تکنولوژی پیشرفته

می‌تواند معنا پیدا کند (Marshall, ۱۸۹۰). مفهوم خوشه‌های صنعتی به علت تازه بودن و عدم استحکام کافی در نظریه‌پردازی هنوز دارای ابهاماتی در تعریف و کاربرد است. هرچند ایده خوشه صنعتی توسط پورتر در ۱۹۹۰ (Porter, ۱۹۹۰) شروع شد ولی پس از آن تعاریف متعددی از یک خوشه صنعتی ارائه گردید. خوشه‌های صنعتی عموماً به‌عنوان گروهی از بنگاه‌های تجاری و سازمان‌های غیرتجاری تعریف می‌شوند و عنصر کلیدی برای اعضای گروه، رقابتی عمل کردن آن‌هاست، آنچه این خوشه‌ها را به یکدیگر مرتبط می‌سازد، روابط متقابل بنگاه‌های عضو در آن‌ها به‌عنوان خریدار و عرضه‌کننده نیازهای یکدیگر، استفاده از تکنولوژی‌های مشترک، خریداران مشترک، کانال‌های توزیع مشترک، مشاوره و ذخیره نیروی کار همگانی است. شرکت‌های رقابتی، خوشه‌های رقابتی را ایجاد می‌نمایند و جاذبه‌های اقتصادی در نهایت خوشه‌ها را به یکدیگر نزدیک خواهد نمود (Enright, ۱۹۹۶).

بر اساس بررسی به‌عمل‌آمده در خصوص چگونگی ایجاد خوشه‌ها در کشورهای مختلف و برای صنایع گوناگون اگرچه مشترکاتی در این رابطه وجود دارد، اما علیرغم تمامی مشابهت‌ها یک الگوی خاص، عمومی و مشترک برای تأسیس خوشه که جهان‌شمول بوده و در تمامی کشورهای دنیا قابلیت پیاده‌سازی داشته باشد، وجود ندارد. به‌عبارت‌دیگر، هر منطقه بر اساس خصوصیات و پتانسیل‌های خود و با توجه به ویژگی‌های صنعت موردنظر می‌بایست برنامه خاص خود را برای ایجاد و توسعه خوشه‌ها به اجرا درآورد.

هدف از مطالعه حاضر پاسخ به این سؤال است که آیا اساساً تعریف و اجرای یک پروژه توسعه خوشه امکان‌پذیر است و می‌تواند منجر به نتایج مثبت توسعه‌ای شود یا خیر؟ همچنین مبتنی بر تحلیل انجام یافته مشخص نماییم که باید از چه مدلی برای توسعه مجموعه‌ها استفاده شود تا بیشترین کارایی و اثربخشی حاصل شود.

امکان‌سنجی و تحلیل اثربخشی توسعه خوشه صنعتی خرمای کشور

– از نظر اقتصادی:

به‌عنوان یک نکته مهم آغازین باید گفت که روش‌های امکان‌سنجی و شیوه بررسی توجیه‌پذیری اجرای یک پروژه توسعه‌ای (اعم از مجموعه صنعتی، خوشه صنعتی و ...) از جهات متعددی با بررسی توجیه‌پذیری اجرای یک پروژه عمرانی و فیزیکی (تأسیس واحد تولیدی و ...) متفاوت می‌باشد. در بررسی توجیه‌پذیری اجرای یک پروژه توسعه خوشه‌ای به سختی می‌توان از شیوه‌های متعارف امکان‌سنجی چون «بررسی ارزش خالص فعلی پروژه»، «بررسی نرخ بازدهی داخلی پروژه»، «تجزیه و تحلیل نقطه سر به سر» و غیره استفاده نمود. در واقع این روش‌ها نیازمند پیش‌بینی دقیق‌تر عواید و مخارج اجرای طرح است که طبعاً برای یک پروژه عمرانی می‌توان با درصدی از اطمینان، برآوردی از آن‌ها داشت؛ اما برای اجرای پروژه توسعه خوشه‌ای برای یک تجمع با خوشه صنعتی با مجموعه‌ای از واحدهای فعال مواجهیم که دستیابی به داده‌ها و اطلاعات آن‌ها کار بسیار دشواری است و لذا چنین محدودیتی امکان‌پذیری اجرای این روش‌ها را بسیار پایین می‌آورد. علاوه بر این از داده‌های مربوط به واحدهای فعال در یک مجموعه صنعتی به لحاظ زمانی، مکانی و اندازه‌ای همگن و یکسان نبوده

برخی از مشخصات تکنولوژیک مجموعه قبل و بعد از مداخله توسعه‌ای

بهبود حاصل شده	وضعیت مجموعه بعد از مداخله	وضعیت مجموعه قبل از مداخله	
۲۰٪	۲۰٪	۰٪	درصد بنگاه‌هایی که از سطح تکنولوژی پیشرفته برخوردارند
۵۰٪	۷۰٪	۲۰٪	درصد بنگاه‌هایی که از سطح تکنولوژی متوسط برخوردارند
۷۰٪	۱۰٪	۸۰٪	درصد بنگاه‌هایی که از سطح تکنولوژی پایین برخوردارند
۱۹	۴۵	۲۶	تعداد واحدهای فعال و نیمه‌فعال صنعتی در مجموعه

جمع‌بندی

امروزه خوشه‌های صنعتی یکی از کارآمدترین و فراگیرترین مدل‌های توسعه منطقه‌ای، ملی و در سطح جهان هستند. ایجاد خوشه‌های صنعتی کمک بزرگی به اشتغال، تولید و صادرات خواهد کرد به همین منظور تسهیلات اشتغال‌زایی بهتر است به سمت خوشه‌های صنعتی سوق داده شود و صنعتگران در قالب خوشه‌های صنعتی فعالیت کنند. اگر ما بخواهیم با کشورهای که بازار کالاهای مختلف را در اختیار گرفته‌اند، رقابت کرده و قیمت تمام‌شده کالاهای خود را کاهش دهیم راهی جز ایجاد خوشه‌های صنعتی در کشور نداریم چراکه با ایجاد این خوشه‌ها، حداکثر استفاده از تجهیزات و امکانات مستقر در خوشه‌های به‌عمل‌آمده و با تقسیم وظایف به‌صورت تخصصی، هزینه تمام‌شده کاهش چشمگیری پیدا کرده و قدرت رقابت را افزایش خواهد داد. آنچه اهمیت خوشه‌های صنعتی را در ایران بیشتر می‌کند این است که در زیربخش‌های صنعت ایران بیش از ۹۰ درصد مؤسسات و شرکت‌ها را شرکت‌های کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند که عموماً به‌صورت منفرد فعالیت می‌کنند و همواره با مشکلات و مسائل مختلف درگیرند اما از لحاظ اشتغال سهم ۵۶ درصدی را در ایجاد فرصت‌های شغلی بر عهده دارند. در نتیجه می‌توان با توسعه خوشه‌های صنعتی خرمای کشور زمینه‌هایی بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی ذی‌نفعان این محصول را فراهم آورد. ●

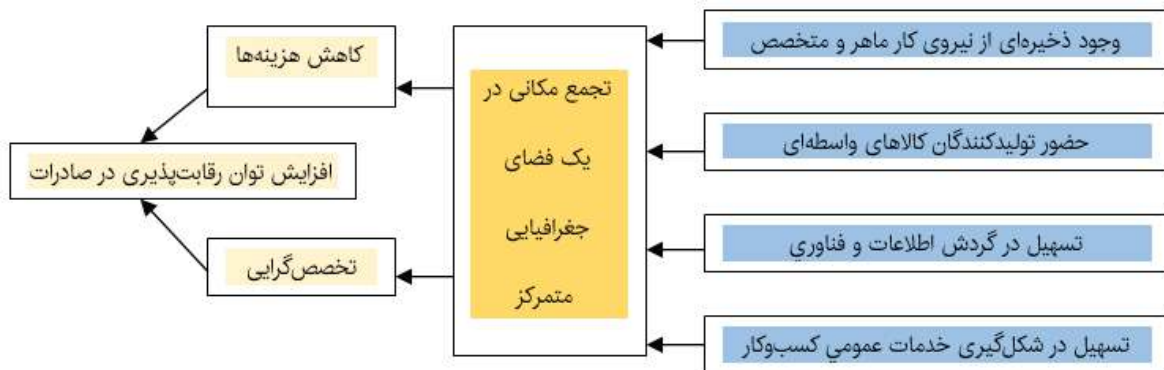
برخوردار گردند. همچنین ۷۰ درصد واحدهای خرد نیز که در حال حاضر از سطح تکنولوژی پایینی برخوردارند با اقدامات توسعه‌ای به سطح بالاتری از تکنولوژی دسترسی پیدا خواهند کرد. سطر سوم جدول حاکی از تعداد واحدهای فعال در مجموعه در قبل و بعد از مداخله توسعه‌ای است.

- از نظر اجتماعی:

با در کنار هم قرار دادن تحلیل‌های مربوط به ارزیابی اثرات و منافع ملموس و غیرملموس اقتصادی، تولیدی و اجتماعی حاصل از اجرای پروژه توسعه‌ای می‌توان به این جمع‌بندی رسید که اجرای پروژه‌های توسعه خوشه‌ای از ابعاد مختلف اقتصادی، تولیدی و اجتماعی قابل توجیه بوده و قادر است با اثربخشی بسیار بالایی موجبات رشد و توسعه خوشه‌های صنعتی خرمای کشور را فراهم آورد.

- از لحاظ اقلیمی و زیست‌محیطی:

نظر به این که صنایع مرتبط به بحث خرما از صنایع آلاینده محیط‌زیست محسوب نمی‌شوند و با توجه به تأثیر بسیار کم واحدهای صنعتی و سنتی در شرایط اقلیمی هر منطقه می‌توان به این نکته اشاره کرد که پروژه توسعه خوشه‌های نقش چندانی در تغییر این وضعیت نخواهد داشت، باین‌حال شرایط بهداشتی واحدهای صنعتی و سنتی به‌وسیله این روش تغییر و جهش مناسبی پیدا می‌کند و با کاهش درصد ضایعات مواد اولیه این تأثیر پررنگ‌تر خواهد شد.



فرآیند تشکیل خوشه و نتایج حاصل از آن



فاکتورهای مؤثر تغذیه، آبیاری، تکریب و هرس در عملکرد درختان خرما

احمد فرید
کارشناس کشاورزی



تولید محصول تأثیر به‌سزایی خواهد داشت، انجام عملیات تکریب و هرس درختان در فصل پاییز ضمن انجام بهداشت باغ و آرایش درختان و پاک‌سازی باغات از اندام‌های گیاهی زائد و حذف برگ، دمبرگ، لیف باعث کنترل آفات شده و به سلامتی درختان کمک مؤثری می‌کند.

تنظیم مدار آبیاری بر اساس نیاز آبی در فصول مختلف سال بسیار مهم بوده و در عملکرد کمی و کیفی تأثیر دارد و همچنین تأمین نیاز غذایی از لحاظ رشد رویشی درختان و کیفیت میوه، طول، اندازه، درصد قند و مواد جامد با اهمیت است.

بنابراین باید اذعان داشت که درختان خرما با توجه به عمر مفید بالای ۵۰ سال یکی از مهم‌ترین درختان باغبانی بوده و دارای محصول تولیدی با ارزش غذایی و برای مردم بومی مناطق خرماخیز کشور و دنیا است. در صورت توجه نخل‌کاران به تأمین نیاز غذایی و آب موردنیاز درخت عملکرد با رکورد ۲۰ تن در هکتار در ارقام مختلف تولید به دست می‌آید، در حال حاضر متوسط عملکرد ۵ تا ۶ تن با توجه به هزینه‌های بالا توجیه اقتصادی ندارد.

بعضاً نخل‌کاران با دلسردی و بی‌توجهی به نخل باعث ضعیف شدن درختان و کم باردهی آن‌ها شده که محصول به‌دست‌آمده از لحاظ کیفیت و کمیت بازاری‌سندی مناسبی ندارد و این ثروت ملی دستخوش مشکلات می‌شود، که به نخل‌کاران توصیه می‌شود به منظور اقتصادی نمودن باغ‌های خرما در مناطق خرماخیز به تأمین نیاز غذایی و آبیاری و کنترل آفات و بیماری‌های آن اهتمام ورزند و در نتیجه نخلستان‌های شاداب و سالم و با عملکرد مطلوب داشته باشند. ●

برخلاف تصور باغداران نخل خرما از نظر تغذیه و آبیاری نیازمند مراقبت زیادی است، به طوری که در اغلب استان‌های خرماخیز کشور بر اثر بی‌توجهی، باغ‌های خرما مورد بی‌مهری قرار گرفته و آنچه لازمه حفظ و نگهداری نخل خرما است، صورت نمی‌پذیرد و گاهی نخل‌ها به‌صورت دیم ره‌اشده و حداقل‌های تغذیه و آبیاری انجام نمی‌شود. اگرچه نخل خرما ظاهراً گیاهی مقاوم به خشکی نشان می‌دهد، اما بیشترین نیاز غذایی و آبیاری را دارد، چنانکه در استان‌هایی که به‌عنوان درخت اصلی و اقتصادی به نخل نگاه می‌کنند، نخل‌ها از لحاظ مرفولوژی، رشد رویشی، مقاومت به آفات، بیماری‌ها و تنش‌های دمایی شاداب هستند که نتیجه آن در عملکرد آن‌ها برای تولید محصول مطلوب دیده می‌شود و خرما به‌عنوان یک منبع درآمدی اقتصادی معیشت خانوار را تأمین می‌کند.

نیاز غذایی درختان نخل به کودهای اصلی یعنی ازت، فسفر، پتاس و عناصر فرعی مانند آهن، روی، منگنز و مس ضروری است، اما باید توجه داشت که مصرف هر یک از این عناصر به‌تنهایی در عملکرد گیاه تأثیر چندانی نداشته و باید در فصول مختلف با توجه به سن رشدی و نیازهای غذایی با تکیه بر آزمایش‌های آب‌و‌خاک و محدودیت‌ها، کودهای اصلی و فرعی توأم با کود حیوانی پوسیده و گوگرد و تیوباسیلوس به میزان موردنیاز مصرف شود.

برای نگهداری نخل‌های خرما با توجه به ایجاد ریشه‌های زاینده و افشان به طوقه خاک‌زهی پای تنه درختان به اندازه یک مترمکعب نیاز است، چراکه ایجاد ریشه‌های زاینده جدید در حجم قابل‌توجه باعث پایداری درخت و تأمین تغذیه و رشد رویشی خواهد شد و در

تجارت خرمای ایران به روایت آمار

< انجمن خرمای استان کرمان

نمونه‌های خرمای ایرانی سهم ۳۶/۳ درصدی از کل ارزش صادرات را در اختیار دارد.

پیارم ارزشمندترین خرمای ایران

در میان شش نوع خرمای تجاری که بیشترین سهم را در سبد صادراتی دارند، خرمای پیارم به‌رغم قرار گرفتن در رتبه ششم اما بالاترین ارزش را داشته و هر تن از این خرما ارزشی معادل ۲ هزار ۲۹۵ دلار دارد. پس از پیارم خرمای مضافتی و استعمران به ترتیب با یک هزار و ۳۴۶ و یک هزار و ۶۲ دلار در هرتن نسبت به دیگر انواع خرماهای صادراتی ارزش بالاتری دارد.

سه نوع خرمای کبکاب، شاهانی و زاهدی به ترتیب با ۸۰۱، ۷۴۳ و ۶۸۶ دلار در هر تن در رتبه‌های بعدی از نظر ارزشی قرار می‌گیرند. این در حالی است که میانگین قیمت هر تن از انواع دیگر خرماهایی که از کشور صادر می‌شود، رقمی معادل ۸۶۶ دلار است.

صادرات بیش از نیمی از خرمای ایران به ۵ کشور

بررسی کشورهای هدف صادرات خرمای ایران نیز جای تأمل دارد، چنانکه در سال ۱۳۹۵ خرمای ایران به بازار قریب به ۸۰ کشور جهان وارد شده‌است. در این میان، سهم ۱۲ کشور بیش از ۸۱ درصد از کل ارزش صادرات خرمای ایران بوده‌است.

در مقایسه میزان ارزش واردات خرما از ایران میان کشورهای هدف صادرات در سال ۱۳۹۵، کشور هندوستان با واردات ۳۲/۲ میلیون دلار و سهم ۱۵/۴۵ درصدی در رتبه نخست قرار دارد و پس از آن کشورهای قزاقستان، پاکستان، امارات و ترکیه به ترتیب با سهم حدود ۱۱، ۱۰، ۹ و ۷ درصدی به ترتیب رتبه‌های دوم تا پنجم را در میان کشورهای هدف صادرات خرمای ایران به خود اختصاص داده‌اند، که در میان

آمار منتشر شده از وضعیت صادرات خرمای ایران بیانگر این واقعیت است که در سال ۱۳۹۵ صادرات به‌رغم افزایش وزنی، از نظر ارزشی با روند نزولی روبرو بوده است.

در سال ۱۳۵۹، مجموع خرمای صادرشده از ایران رقمی معادل ۲۰۹/۳ هزار تن به ارزش ۲۰۸/۴ میلیون دلار بوده‌است که در مقایسه با سال ۱۳۹۴ که وزن صادرات خرمای کشور ۱۷۱ هزار تن و ارزش آن ۲۳۳ میلیون دلار بوده‌است، از نظر وزنی با افزایش ۲۲/۴ درصدی و از نظر ارزشی با کاهش ۱۰/۶ درصدی مواجه شده‌است. براساس این آمار متوسط قیمت صادراتی انواع خرما در سال ۱۳۹۴ حدود ۱۳۶۳ دلار به ازای هر تن بوده است، در حالی که این قیمت در سال ۱۳۹۵ به حدود ۹۹۶ دلار به ازای هر تن کاهش یافته‌است.

مضافتی رتبه اول صادرات

در بررسی وضعیت تنوع تولید مشخص می‌شود که بیش از ۳۰ نوع خرما در ایران تولید می‌شود، اما به‌رغم تنوع بالا، تنها ۶ نوع از خرمای ایرانی ارزش تجاری داشته و بیشترین سهم را در صادرات دارد، شامل انواع خرما با نام استعمران، کبکاب، پیاروم، مضافتی، شاهانی و زاهدی که به صورت تازه یا خشک کرده صادر می‌شود.

در میان انواع خرمای صادراتی خرمای مضافتی با سهم ۴۰/۴ درصدی بیشترین سهم را در سبد صادرات خرمای ایران به خود اختصاص داده‌است، پس از آن دو نوع خرمای زاهدی و شاهانی با ۷/۳ و ۵/۷ درصد به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم بیشترین سهم ارزشی صادرات قرار دارند. همچنین سه نوع خرمای کبکاب با ۴/۸ درصد، استعمران با ۳/۵ درصد و در نهایت پیاروم با ۲/۱ درصد از کل ارزش صادرات در رتبه‌های چهارم تا ششم قرار می‌گیرند که در مجموع این ۶ نوع خرما ۶۳/۷ درصد صادرات را به خود اختصاص داده است و مابقی



درصدی از ۱/۹ هزار تن صادرات این نوع خرما داشته و پس از آن کشورهای امارات متحده عربی، هند و آذربایجان به ترتیب با ۱۲، ۲۵، ۱۱ و ۱۱ درصد قرار دارند و سهم دیگر کشورها از صادرات این محصول در مجموع ۱۱ درصد است.

در میان واردکنندگان خرمای مضافتی ایران هندوستان با ۲۱ درصد و امارات متحده عربی با ۱۳ درصد در رتبه‌های اول و دوم قرار دارند و رتبه‌های سوم و چهارم به قزاقستان و عراق اختصاص دارد که سهم آنها ۹ و ۷ درصد است و ۵۰ درصد از صادرات ۶۲/۵ هزار تنی این نوع خرما به مقصد دیگر کشورها باگگیری شده است.

در میان انواع خرمای صادراتی ایران، ترکیب واردکنندگان خرمای شاهانی بیش از انواع دیگر جلب توجه می‌کند، چراکه از مجموع ۱۵/۹ هزار تن صادرات این نوع خرما ۵۱ درصد سهم امارات متحده عربی و ۴۹ درصد دیگر سهم کشور هندوستان است.

همچنین رتبه بندی واردکنندگان خرمای زاهدی نیز قابل توجه است، چراکه ۷۵ درصد از صادرات ۲۲/۳ هزار تنی این خرما به پاکستان صادر می‌شود و افغانستان، قرقیزستان و قزاقستان با فاصله زیاد و به ترتیب با ۹، ۶ و ۲ درصد در مراتب بعدی قرار دارند و ۸ درصد باقی صادرات این محصول به کشورهای دیگر صادر می‌شود.

گذشته از ۶ نوع خرمایی که بیشترین سهم را در صادرات دارند، انواع دیگری از خرمای ایرانی صادر می‌شود که در سال ۱۳۹۵ مجموعاً وزنی معادل ۸۷/۵ هزار تن داشته است.

در تقسیم بندی بازارهای صادراتی خرمای کشور، قزاقستان با سهمی معادل ۱۵ درصد در رتبه نخست قرار دارد و بعد از آن کشورهای افغانستان، ترکیه و هند به ترتیب با ۱۴، ۱۳ و ۱۰ درصد قرار دارند که مجموعاً ۵۲ درصد صادرات این محصول را تشکیل می‌دهد و ۴۸ درصد دیگر راهی دیگر کشورهای خریدار خرمای ایران می‌شود. ●

آنها پاکستان و ترکیه در تجارت خرما با ایران تعرفه ترجیحی دارند. کشورهای افغانستان و عراق به ترتیب با سهم ۶/۷۹ و ۵/۴۹ درصدی از کل صادرات با فاصله کمی در رتبه‌های ششم و هفتم قرار دارند و در رتبه‌های هشتم تا دوازدهم کشورهای روسیه با ۳/۹۶ درصد، مالزی با ۳/۶۹، استرالیا با ۲/۷۴، کانادا با ۲/۷۰ و آذربایجان با ۲/۶۹ درصد از کل صادرات ایران قرار دارند. ۶۸ کشور دیگر در مجموع ۱۸/۷ درصد از ارزش صادرات خرمای ایران را به خود اختصاص داده‌اند.

این در حالی است که پنج کشور هندوستان، قزاقستان، پاکستان، امارات و ترکیه در مجموع بیش از نیمی از کل صادرات خرمای ایران یعنی ۵۳/۳ درصد را به خود اختصاص داده‌اند و سهم ۷۵ کشور دیگر در مجموع ۴۶/۷ درصد است.

تقسیم‌بندی مقاصد صادراتی بر اساس ذائقه مصرف‌کنندگان

یکی دیگر از موضوعات و مباحث قابل تأمل خصوصاً برای صادرکنندگان، نوع خرمای صادراتی به کشورهای هدف در سال ۱۳۹۵ است، که گویای سلیقه و ذائقه متفاوت و متنوع مصرف‌کنندگان در بازارهای هدف است. براین اساس کشور استرالیا و کانادا با سهم ۲۸ و ۲۰ درصدی رتبه‌های اول و دوم واردکننده خرمای استعمران بودند و انگلستان و امارات متحده عربی با ۸ و ۷ درصد رتبه‌های بعدی قرار دارند. مابقی کشورهای واردکننده خرمای استعمران در مجموع سهم ۳۷ درصدی از ۶/۸ هزار تن صادرات این نوع خرما داشته‌اند.

بزرگترین خریداران خرمای کبکاب ایران، کشورهای قزاقستان و روسیه با سهم ۳۲ و ۲۴ درصدی هستند و اوکراین و عراق با ۱۶ و ۱۲ درصد رتبه‌های بعدی را دارند. سهم دیگر واردکنندگان خرمای کبکاب از مجموع ۱۲/۴ هزار تن محصول صادر شده ۱۶ درصد بوده است.

مالزی بزرگترین واردکننده خرمای پیارم ایران بوده که سهمی ۴۱

تحلیل زنجیره ارزش و بررسی مزایای رقابتی خرمای کشور تونس و پیشنهادهایی برای خرمای ایران

< مقدار تکلوزاده

دکترای صنایع غذایی و دبیر انجمن
خرمای استان کرمان

باغداران خیره به‌عنوان سهام‌دار در این مراکز عضویت دارند. تحویل محصول خرما با رعایت حداقل آلودگی از لحاظ درجه‌بندی، اندازه، رنگ، نرمی و سفتی بافت است که بر طبق فرم‌های گواهی محصول پس از تأیید به مرکز اصلی در تونس ارسال می‌شود.

مساعده‌های به‌عمل‌آمده توسط مرکز به باغداران عضو شامل ارائه خدمات فنی نظیر کود، پوشش خرما، آموزش‌های لازم در کلیه مراحل کاشت تا برداشت و نیز نظارت کافی توسط کارشناسان مرکز می‌باشد. دولت صرفاً نقش نظارتی داشته و از مراکزی که استانداردهای بین‌المللی را رعایت کنند حمایت می‌کند.

در نخلستان‌ها ۳ روش برای تولید خرما اعمال می‌شود:

روش اول: تولید محصول ارگانیک که محدود می‌باشد. در این باغ‌ها از کود و سموم شیمیایی استفاده نمی‌شود.

روش دوم: تولید خرما به روش EurepGAP

در این روش آزمایش‌های خاک، آب و مسائل زیست‌محیطی، بهداشت و سایر دستورات‌عمل‌های موجود مورد اجرا گذاشته شده و چک لیست‌های لازم تهیه و فرایند تولید محصول بایستی توسط کارشناس ارزیابی مورد تأیید قرار گرفته و گواهی لازم صادر گردد. محصولاتی که دارای این نوع گواهی هستند میزان ۲۰-۱۵ درصد کمک بلاعوض دریافت می‌کنند.

روش سوم: تولید خرما به روش معمولی است قابل‌ذکر اینکه در هیچ‌یک از باغ‌های نخیلات سموم شیمیایی مصرف نمی‌شود و برای کنترل آفات از روش‌های غیر شیمیایی استفاده می‌شود.

کنترل بیولوژیک آفات:

عمده آفات باغ‌های خرما پروانه میوه‌خوار می‌باشد که موفق‌ترین و اصولی‌ترین روش کنترل آن، استفاده از توری‌های مخصوص می‌باشد که ضمن کنترل آفت، خوشه خرما را از آلودگی‌های گردوخاک، خسارت

کشور تونس به‌عنوان موفق‌ترین کشور تولیدکننده خرما با رعایت دستورالعمل فنی و استانداردهای فیزیکی و بهداشتی و تولید محصول بهداشتی و اجرای عملیات^۱ EurepGAP در باغ‌ها منجر به اطمینان خریداران خارجی گردیده و باعث رونق صادراتی محصول خود شده است و با توجه به موارد ذکر شده می‌توان به مشکل بسته‌بندی خرما در نبودن اوزان و طرح‌های مختلف با توجه به سلیقه مشتریان و همچنین عدم وجود استاندارد در بسته‌بندی محصولات اشاره نمود. حدود ۳۵ درصد خرمای تولیدی کشور به دلیل مشکلات پس از برداشت و فقدان درجه‌بندی و بسته‌بندی مناسب از چرخه مصرف خارج می‌گردد. کشور تونس در شمال آفریقا قرار گرفته و از سه جهت در سواحل دریای مدیترانه واقع شده است. آب و هوایی معتدل با زمستان‌های نسبتاً سرد و تابستان‌هایی نسبتاً گرم با میانگین دمای سالانه ۲۲ درجه سانتی‌گراد اکثر شهرهای آن را در بر گرفته است. این کشور حدود ۱۰ میلیون نفر جمعیت دارد و مساحت آن برابر ۱۶۳۶۱۰ کیلومتر مربع است. مهم‌ترین منابع اقتصادی کشور، توریسم، کشاورزی، صنایع کشاورزی، پتروشیمی و صنعت مونتاز است، بخش خصوصی بسیار فعال‌تر از بخش دولتی است.

ارقام خرما:

باغ‌های نخیلات در این کشور با فواصل منظم احداث شده است. وزارت کشاورزی تونس تقریباً ۱۵۰ واریته خرما را تاکنون شناسایی کرده است که تنها ۴ واریته شناخته‌شده در صادرات نقش دارند که شامل Deglet Noire, Khovat, Kenta, Allig می‌باشد.

مراکز جمع‌آوری خرما:

مراکز جمع‌آوری خرما به‌عنوان حلقه واسطه می‌باشند که تعداد زیادی

1. Eurep Good Agricultural Practices

این کارخانه‌ها کاملاً بهداشتی بوده و شرایط ذیل در آن‌ها رعایت می‌شود:

- ۱ GHP
- ۲ GSP
- ۳ GMP
- ۴ HACCP

نتیجه و بحث

کل خرماي خریداری شده در سال جاری توسط شرکت تعاونی میوه‌کاران حدود ۱۲۴۰۰۰ تن بوده که ۸۰ هزار تن آن رقم دگلت نور و بقیه از سایر ارقام شامل می‌شود. میزان صادرات آن در سال گذشته حدود ۶۰ هزار تن با کسب درآمد ارزی ۱۸۰ میلیون دلار بوده که این امر باعث شده تونس به‌عنوان بزرگ‌ترین منبع صادرکننده، خرما از لحاظ ارزشی مطرح شود.

خرما در این کشور به بیش از ۶۰ کشور دنیا صادر می‌شود که مهم‌ترین آن‌ها کشورهای اروپایی از جمله فرانسه، آلمان، ایتالیا می‌باشد ضمناً مراکش به‌عنوان دومین بازار خرماي تونس است. افزایش وزنی و ارزش صادرات نشان‌دهنده ارتقای کیفیت خرما و اهمیت آن در کشور است. رقم غالب دگلت نور به‌تنهایی ۸۵ درصد کالای صادراتی را پوشش داده است.

با توجه به محدودیت آب در جنوب کشور تونس - که منطقه نخل‌کاری می‌باشد - توسعه سطح زیر کشت جزو برنامه‌های دولت نیست، منتهی با توجه به اینکه از ۱۵۰ رقم شناخته‌شده تعدادی از ارقام در حال انقراض هستند، مرکز تحقیقات برای حفظ ذخایر ژنتیکی اقدام به تکثیر ارقام کمیاب نموده و با احداث باغ کلکسیون از آن‌ها نگهداری می‌کنند.

از آنجایی که تولید و صادرات محصولات باغی به‌ویژه خرما، زیتون، تحت شرایط استانداردهای بین‌المللی و یا EurepGAP صورت می‌گیرد، کارشناسان اتحادیه کشاورزان وظیفه دارند بر اساس یک برنامه مشخص در کوتاه‌مدت با فرهنگ‌سازی لازم بتوانند کودهای بیو را جایگزین کودهای معدنی نمایند. دولت هم برای حمایت از تولید محصول ارگانیک میزان ۷۰ درصد هزینه‌های مربوطه را پرداخت می‌کند. تولید محصول ارگانیک از طریق مبارزه با کرم میوه‌خوار خرما از طریق استفاده از توری و نیز کنترل بیولوژیکی توسط تکثیر زنبور تریکو گراما به‌عنوان پارازیت لارو می‌باشد که با اجرای طرح‌های تحقیقاتی توانسته‌اند به موفقیت‌های خوبی دست یابند. لیکن علی‌رغم این موفقیت کوچک بودن اراضی (کمتر از ۰/۵ هکتار) که حدود ۷۵ درصد در منطقه شامل می‌شود از جمله مشکلات بر سر راه طرح می‌باشد.

با توجه به اینکه اکثر محصول خرما در ماه رمضان مصرف می‌شود و نگهداری محصول تا ماه رمضان به تأسیسات سردخانه‌ای نیازمند می‌باشد، دولت اقدام به احداث سردخانه با اعتبارات دولتی نموده تا در مواردی که هنگام برداشت محصول قیمت محصول پایین باشد محصول در این سردخانه نگهداری و پس از بهبود قیمت نسبت به عرضه آن اقدام گردد. شرکت‌های تعاونی در این رابطه به‌عنوان واسطه عمل می‌کنند و خریدار را به باغدار معرفی می‌نمایند تا باغدار بتواند محصول

پرنندگان و سایر حشرات مصون نگه می‌دارد. از دیگر برنامه‌های مرکز جهت تولید محصول ارگانیک از طریق مبارزه با کرم میوه‌خوار خرما از طریق استفاده از توری و نیز کنترل بیولوژیکی توسط تکثیر زنبور تریکو گراما به‌عنوان پارازیت لارو می‌باشد.

کمک‌های دولتی که به باغداران برای بهبود کیفیت و کمیت محصول پرداخت می‌گردد شامل:

- ۵۰ درصد هزینه پوشش خرما
- ۶۰ درصد هزینه طرح‌های آبیاری که منجر صرفه‌جویی در مصرف آب شود از جمله آبیاری قطره‌ای، سیستم انتقال آب و ...

● ۲۵ درصد هزینه‌های آماده‌سازی زمین، کاشت نهال، حذف و جایگزینی آب موردنیاز باغ‌ها از طریق چاه‌های عمیق و از عمق حداقل ۳۰۰ متری تأمین می‌گردد. آب استحصال‌شده از اعماق به دلیل گرمای زیاد (۷۰-۶۰ درجه سانتی‌گراد) جهت تأمین انرژی در گلخانه‌ها مصرف‌شده و از طرفی پس از سرد شدن جهت آبیاری نخلستان‌ها مصرف می‌شود. با توجه به ارزش آب سفره‌های زیرزمینی و محدودیت این سفره‌ها و از طرفی خرده‌پا بودن باغداران و برای حمایت از تولید و اشتغال‌زایی و کمک به صادرات، دولت نظارت کامل بر چگونگی بهره‌برداری از آب را به عهده دارد و عملیات حفر چاه‌ها نصب تجهیزات و تحویل آب به باغداران را در قالب تشکلهای باغی توسط دولت انجام می‌دهد و فقط باغداران هزینه برق، نگهداری و خدماتی به‌عنوان آب بهاء را به دولت پرداخت می‌نمایند.

بیش از ۸۰ درصد بهره‌برداران زیر یک هکتار نخلستان دارند. لذا برای خدمات‌رسانی آسان‌تر تشکلهایی تحت عنوان شرکت تعاونی میوه‌کاران تشکیل گردید. این شرکت کلیه باغداران را در خصوص مسائل به‌زراعی آموزش داده و خدمات فنی از جمله تأمین نهاده‌های کشاورزی (تأمین پوشش خرما)، جمع‌آوری و بسته‌بندی خرما و بازاریابی را ارائه می‌دهد به عبارتی کلیه فعالیت‌های صنعت خرما تحت پوشش تعاونی‌ها قرار می‌گیرد.

از جمله وظایف عمده این شرکت تثبیت قیمت خرما است. به‌نحوی که در صورتی که قیمت خرماي تحویلی کمتر از قیمت خرماي کف تعیین شده باشد و موجبات خسارت مالی به باغدار را فراهم سازد، محصول باغدار در این مرکز تا رسیدن قیمت، به قیمت واقعی نگهداری می‌شود. فروش محصول توسط باغدار است.

در خصوص خرماهای صادراتی در واقع چهار پارامتر اصلی می‌بایست روی بسته‌بندی درج شود:

اول آرم شرکت صادرکننده، دوم محل تولید و عمل‌آوری محصول، سوم رعایت هسپ، چهارم لیبل‌گذاری (تثبیت مشخصات خرما از نظر ارزش غذایی و ترکیبات آن)

کارخانه‌های بسته‌بندی خرما:

خرمایی که توسط مراکز جمع‌آوری مرتب و ضدعفونی شده و اطلاعاتش در فاکتورهای فیزیکی و استانداردهای لازم آن در فرم مخصوصی ثبت شده به کارخانه‌های بسته‌بندی حمل می‌شوند. در این کارخانه‌ها مجدداً بررسی‌ها و آزمایش‌های مختلف به‌منظور تطابق با استانداردهای موجود به عمل می‌آید.

1. good hygeinic practice
2. good storage practice

3. good manufacturing practice
4. Hazard Analysis & Critical Control Points

سطح زیر کشت در سال‌های گذشته و بالا رفتن سهم آن در تولید صادرات نسبت به سایر ارقام گردیده به طوری که قیمت آن به مرز ۳ یورو در هر کیلو رسیده است.

۳- علی‌رغم خرده مالکی بودن نخلستان‌ها، حمایت‌های دولت از تولیدکنندگان خرما و احداث سردخانه، حفر چاه برقراری یارانه در عملیات آبرسانی و به‌زراعی، باعث اقتصادی نمودن باغ‌ها و اشتغال‌زایی گردیده ضمن این‌که سالانه حدود ۱۴۰ میلیون دلار ارزآوری نیز داشته است.

۴- دولت به دنبال دستیابی به بازارهای هدف برای عرضه محصول ارگانیک است این بازارها شامل آلمان، فرانسه و کانادا می‌باشد. شرکت‌های اختصاصی به نام‌های LT.CON و ECOCERT نظارت و بازرسی عملیات تولید محصول ارگانیک و همچنین صدور گواهی را انجام می‌دهند. این شرکت‌ها آزمایش‌هایی بر روی خاک، آب انجام داده و حتی شرایط مزارع و کشت اطراف باغ را هم مورد بررسی قرار می‌دهند؛ بنابراین رعایت دستورالعمل فنی و استانداردهای فیزیکی و بهداشتی و تولید محصول بهداشتی و اجرای عملیات EurepGAP در باغ‌ها منجر به اطمینان خریداران خارجی گردیده و باعث رونق صادراتی خواهد بود. ۵- مهم‌ترین اقدام دولت در دهه هشتاد فرستادن افراد متخصص جهت بازاریابی و کشف بازارهای جدید در مناطق مختلف جهان بوده همچنین در امر تبلیغات مصرف محصول خرما در تمامی موارد قابل مطرح مانند هتل‌ها، رستوران‌ها، هواپیماها، قطارها و ... تصمیم قاطع اتخاذ شده است.

پیشنهادهایی برای متولیان صنعت خرما ایران

۱- تشکیل و تقویت بخش خصوصی در قالب انجمن‌هایی جهت:
الف: نظارت بر کلیه عملیات فنی از مراحل داشت به‌ویژه مدیریت صحیح بهره‌برداری از آب، جمع‌آوری محصول، قیمت‌گذاری، مبارزه بیولوژیکی، نگهداری محصول در سردخانه و ...
ب: ارائه کمک‌های فنی از قبیل تهیه توری پوششی، کود بیو، مبارزه غیر شیمیایی و ...

ج: تولید محصولات ارگانیک طبق قوانین EurepGAP، رعایت استاندارد ISO-HACCP

د: کشف بازارهای جدید در مناطق جهان، فراهم ساختن زمینه شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی، تبلیغات مصرف خرما در مراکز دولتی و خصوصی

۲- در صورت تحقق بند اول، کاهش تصدی‌گری دولتی و سپردن کلیه مسائل فنی خدماتی، نهادی، بازرگانی به بخش خصوصی و اعمال نظارت و حمایت‌های مالی توسط دولت که باعث افزایش کمی و کیفی محصول خرما خواهد شد.

۳- مشارکت دادن بخش خصوصی در توره‌های مطالعاتی که باعث الگوبرداری و انتقال سریع تکنولوژی و پویایی بخش خصوصی خواهد بود.

۴- با توجه به تقاضای افزایش روزافزون محصولات ارگانیک، حمایت ویژه از این محصولات به عمل آید.

۵- اصلاح استانداردهای موجود در راستای تنوع بسته‌بندی و گردیدندی اصولی. ●

خود را با قیمت خوب بفروشد. ظرفیت سردخانه‌های احداثی ۴۰ هزار تن است و شرکت‌ها تنها از باغداران هزینه‌های برق، خدمات و کارگری را دریافت می‌نمایند و به لحاظ این‌که سردخانه‌ها توسط دولت احداث شده هزینه دریافتی از باغداران بسیار پایین است.

یکی از امتیازات لازم برای ورود کالا به کشورهای اروپایی داشتن برچسب کالا شامل محل تولید، محل بسته‌بندی، صادرکننده و سایر مشخصات می‌باشد تا محصول قابل‌ردیابی باشد. بر همین اساس در سال ۲۰۰۲ اتحادیه اروپا قانونی به نام ردیابی را تدوین کرده است که کشاورزان ملزم به اجرای آن هستند. بدین معنی که هر کشاورز به‌عنوان تولیدکننده محصول، لازم است تمامی اطلاعات را اعم از کودهای مصرفی، آب، وضعیت خاک، عملیات انجام‌شده و ... یادداشت‌برداری کند. اجرای این طرح در همه باغ‌ها به دلیل وجود خرده مالکی با مشکل مواجه گردیده است لذا متولیان صنعت خرما تونس برای ردیابی محصول صادراتی، خرما تولیدی را منطقه‌بندی کرده‌اند تا محصول هر منطقه قابل‌ردیابی باشد، اما کشورهای اروپایی اعلام نموده‌اند محصول به تفکیک هر باغ بایستی قابل‌ردیابی باشد، لذا برای تحقق این امر مقرر است از سال ۲۰۱۰ با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی در باغ‌ها استفاده و مساحت آن‌ها را مشخص کنند تا در سیستم ردیابی مورد استفاده قرار گیرد.

به‌طور کلی می‌توان موارد زیر را رمز موفقیت کشور تونس در موضوع خرما دانست:

- ۱- فعال بودن بخش خصوصی و انجام خدمات فنی نهاده‌های مشاوره‌ای و پشتیبانی توسط شرکت‌های تعاونی باغداران منجر به بهبود کیفی محصول خرما شده و رشد صادراتی به همراه داشته است.
- ۲- توجه ویژه کلیه دست‌اندرکاران خرما اعم از بخش‌های دولتی و خصوصی به رقم دگلت نور که رقم بازارپسند اروپا است و باعث توسعه

بیش از ۸۰ درصد بهره‌برداران زیر یک هکتار نخلستان دارند. لذا برای خدمات‌رسانی آسان‌تر تشکل‌هایی تحت عنوان شرکت تعاونی میوه‌کاران تشکیل گردید. این شرکت کلیه باغداران را در خصوص مسائل به‌زراعی آموزش داده و خدمات فنی از جمله تأمین نهاده‌های کشاورزی (تأمین پوشش خرما)، جمع‌آوری و بسته‌بندی خرما و بازاریابی را ارائه می‌دهد... از جمله وظایف عمده این شرکت تثبیت قیمت خرما است. به نحوی که در صورتی که قیمت خرما تحویلی کمتر از قیمت خرما کف تعیین شده باشد و موجبات خسارت مالی به باغدار را فراهم سازد، محصول باغدار در این مرکز تا رسیدن قیمت، به قیمت واقعی نگهداری می‌شود.

ضرورتِ حمایت از تولید

< حسین نجف‌آبادی *

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی
صنایع، معادن و کشاورزی کرمان و ایران



این می‌شود که کارخانه را می‌بندد یا همه‌چیزش را می‌فروشد و به امید آینده‌ای بهتر سرمایه را برداشته و از کشور خارج می‌شود. جامعه‌ای که در آن امید نباشد و دچار روزمرگی شود می‌میرد. برای داشتن جامعه‌ای پویا و شاد باید اقتصادی پویا و سالم داشت، کسب درآمد و رونق اقتصادی از اصلی‌ترین ارکان اقتصاد است. نتیجه حمایت از تولید و تولیدکننده، ایجاد اشتغال است. اشتغال بیشتر درآمد بیشتر به همراه می‌آورد. هرچه درآمد بیشتر باشد مصرف‌کننده هم بیشتر خرج می‌کند و کالا مصرف می‌کند. تولیدکننده برای جبران کسری بازار بیشتر تولید می‌کند و این در نهایت می‌شود رونق اقتصادی.

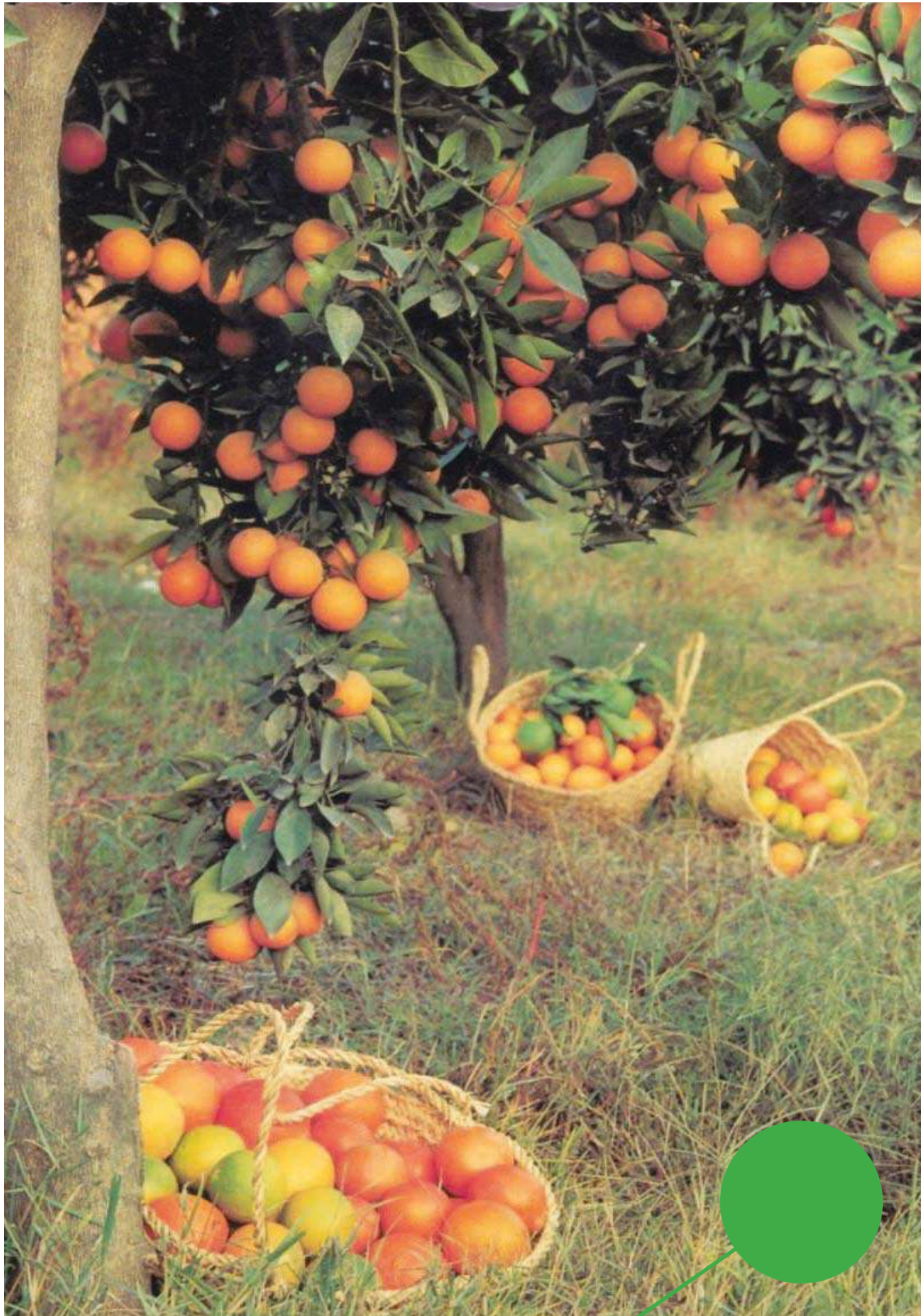
در نتیجه رمز داشتن جامعه‌ای سالم حمایت از تولید است؛ نه دلال. اگر واقعاً یک‌راه عملی پیدا شود که بتوان دست واسطه‌ها را از بازار کوتاه کرد و سود حاصل از فروش را به عامل اصلی آن - که تولیدکننده است - رساند قیمت‌ها هم کمتر می‌شود؛ این هم به نفع تولیدکننده است هم به نفع مصرف‌کننده.

تولیدکننده اگر توانایی مالی داشته باشد می‌تواند محصولات را در بسته‌بندی مناسب‌تری ارائه کند. می‌تواند هزینه بیشتری در زمینه تحقیقات و تبلیغات انجام دهد. می‌تواند کیفیت محصولاتش را بالاتر ببرد و حتی محصولاتش را به بازارهای جهانی صادر کند. گرچه بازار داخلی ما پتانسیل خیلی بالاتری از حال حاضر دارد. بازار ایران برای تمامی کشورهای اروپایی و آسیایی و حتی آمریکایی بازاری جذاب و پرسود است، چرا از این بازار خودمان استفاده نکنیم. چرا باید فقط بازارمان را برای محصولات خارجی باز کنیم تا کالاها به راحتی چه به صورت قاچاق و چه قانونی به آن راه پیدا کنند و پُر شود از کالاهای بیگانگان و دیگر جایی برای محصولات تولید خودمان باقی نماند؟

با نیم‌نگاهی به محصولات و تولیدات داخلی، می‌فهمیم نه حال تولیدکننده خوب است نه حال تولید! مدتی است بازارها از رونق افتاده‌اند، تولیدکنندگان دیگر رغبتی برای تولید و دست‌وپنجه نرم کردن با مشکلات را ندارند، خیلی‌ها دیگر حتی تولید ندارند چه برسد به رقابت. تاکنون برای حل مشکلات و موانع موجود در استان‌ها کارگروه‌های مختلف تشکیل داده‌اند و حتی در سطح ملی سازمان‌ها و نهادهایی جهت رفع مشکل ایجاد کرده‌اند مثل سازمان حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و امثال این‌ها؛ این در حالی است هم تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان از شرایط می‌نالند!

در این بین سهم تولیدکنندگان از مشکلات خیلی بیشتر است؛ چراکه مسائل و مشکلات مالیاتی، بیمه، حقوق کارگران قسط‌های عقب‌مانده بانکی و ... به دوششان آن‌قدر سنگینی می‌کند که توان ایستادن ندارند. بیشترین فشار و سختی را متحمل می‌شوند و کمترین سود را می‌برند. چراکه برنده اصلی دلالان و واسطه‌ها هستند. آن‌ها دست‌رنج کشاورزان و صنعت‌گران را به نازل‌ترین قیمت ممکن خریده و با سودهای دو سه برابری راهی بازارهای مصرف می‌کنند، آن‌ها همیشه برنده بازی هستند و بازنده همیشه تولیدکننده است.

این روزها تولید دچار روزمرگی شده است، دیگر چرخش نمی‌چرخد. همین‌که هزینه امروزش را دربی‌آورد راضی است. تولیدکننده هم امیدی به آینده ندارد. هرچه درمی‌آورد هزینه تولید می‌شود و سودش هم به جیب دلالان می‌رود. نه پس‌اندازی برای آینده می‌تواند داشته باشد و نه پولی برای به روز رسانی خط تولید و یا گسترش کارش می‌ماند. توان رقابت در بازارهای خارجی را هم که ندارد، بازار داخل هم که یک روز خوب است و دو روز بد،



اهمیت کشاورزی در حفظ معیشت محلی و منطقه‌ای

< دکتر علی اکبر عسگری

عضو هیئت علمی دانشکده کشاورزی
دانشگاه آزاد بم



از جمله راهکارهای توسعه مکانیزاسیون در نخیلات اجرای طرح‌های آبیاری تحت فشار، استفاده از کودهای حیوانی و آلی و سموم غیر شیمیایی است.

در مدیریت کودهای حیوانی، مخلوط کودهای گاوی، گوسفندی و مرغی به همراه مقدار اندکی کود شیمیایی بهترین کود جهت افزایش عملکرد و مقاومت در برابر تنش‌های محیطی است، چنانکه استفاده به‌عنوان مثال استفاده از ماده مغذی پتاسیم باعث مقاومت درخت خرما در برابر آفت "زنجره" می‌شود.

اما در استفاده از کودها و سموم باید به تبعات و آسیب‌هایی که می‌تواند سلامت مصرف‌کنندگان را تهدید کند، توجه داشت، چراکه حساسیت‌های پوستی، ابتلا به بیماری‌های خود ایمنی مانند "ام‌اس و دیابت" از عوارض استفاده بی‌رویه از کودهای شیمیایی است و همچنین سیستم ایمنی بدن تحت تأثیر رادیکال‌های آزاد سموم و آفت‌کش‌ها دچار اختلال شده و بیماری‌های خود ایمنی بروز می‌کنند.

از طرفی استفاده از کودهای حیوانی تازه سبب گسترش علف‌های هرز، شیوع آفات و بیماری‌های میکروبی می‌شود، لذا در انتخاب نوع کود باید با توجه به شرایط آب و هوایی منطقه، نمونه‌هایی گزینش شود که با حداکثر اثرگذاری، حداقل آسیب را به دنبال داشته باشد که از آن جمله می‌توان به ورمی کمپوست به‌عنوان یکی از کودهای آلی مناسب و مفید برای رشد، افزایش عملکرد و کاهش آفات و بیماری‌های گیاهی اشاره کرد. ●

تمدن ایران زمین بر اساس کشاورزی بنا شده است و از این‌رو نابودی کشاورزی به معنی نابودی تمدن این کشور است. این مهم خصوصاً در مناطقی که معیشت مردم بر پایه فعالیت‌های کشاورزی بنا شده است، از اهمیت دوچندانی برخوردار است و برای حفظ و بقای جمعیت بومی و محلی در مرحله اول و پس از آن رونق بخشیدن به زندگی ایشان باید نسبت به توسعه کشاورزی و خصوصاً محصول یا محصولات بومی و اصلی منطقه توجه ویژه داشت.

اقتصاد منطقه و معیشت اکثر مردم شهرستان بم و شهرستان‌های شرق استان کرمان مانند نماشیر بر پایه خرما بنا شده است؛ بنابراین باید با کاهش هزینه‌های تولید و به‌کارگیری روش‌های درست، شرایطی فراهم شود تا با افزایش کمی و کیفی محصول خرما، منافع اقتصادی باغداران افزایش و سطح رفاه عمومی منطقه بهبود یابد.

مکانیزاسیون کشاورزی و کاربرد ماشین‌آلات کشاورزی در آبیاری، کود دهی، گرده‌افشانی و برداشت محصول خرما یکی از الزامات کشاورزی مدرن در جهت کاهش هزینه‌های تولید محصولات باغی است.

در تعریف مهم‌ترین مزایای مکانیزاسیون سه گزینه اصلی کاهش هزینه‌های تولید، افزایش تولید و کاهش سختی کار مدنظر است. راهکار اصلی مکانیزاسیون یک‌پارچه کردن مزارع است و برای تحقق این موضوع باید تعاونی‌های روستایی راه‌اندازی و احیا شوند.

ضرورت توجه به توسعه اقتصادی مبتنی بر کشاورزی در استان کرمان

حسین نجفآبادی*
عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی
صنایع، معادن و کشاورزی کرمان و ایران



بنا کردن توسعه این سیستم کسب‌وکار به غیر از این بخش که توانمندی درون‌زای استان می‌باشد چشم‌انداز روشنی ندارد اما باید توجه شود که بدون مداخله در زمینه تغییر روش‌های کشاورزی امکان پایداری مشاغل موجود و ایجاد مشاغل جدید در میان‌مدت و بلندمدت وجود نخواهد داشت لذا ضروری است توسعه استان با محوریت بخش کشاورزی و در جهت تحول جدی در آن صورت گیرد. به‌طور اخص در مورد شمال استان در رسته فعالیت پسته (۲۰ درصد کل اشتغال استان) با توجه به اینکه تولید به‌روش‌های بسیار سنتی و ناکارا انجام می‌گیرد، ضروری است با در نظر داشتن موضوعات خرده مالکی و بحران آب مداخله برای ایجاد مشاغل پایدار صورت گیرد. انتظار می‌رود این مداخله منجر به ایجاد مشاغل مهارتی، دانشی (نوآورانه) علاوه بر پایداری مشاغل موجود (البته با بهره‌وری بالاتر) گردد.

در مورد جنوب استان، مداخله لازم است در دو رسته فعالیت‌های گلخانه‌ها و محصولات جالیزی (بیش‌ترین ظرفیت اشتغال‌زایی) با در نظر داشتن تحول در تولید مبتنی بر الزامات بازارهای داخلی و صادراتی و نیز بهبود بهره‌وری آب صورت گیرد. در خصوص خرما در دو تمرکز جغرافیایی متفاوت در شرق و جنوب مداخله باید در جهت بهبود بازاریابی صورت گیرد (به‌طور نسبی خرما با مسئله کمتری در زمینه آب مواجه می‌باشد).

سیستم کسب‌وکار منطقه‌ای استان کرمان از دیرباز حول کشاورزی شکل گرفته است که به‌طور خاص به دو سیستم مجزا در جنوب و شمال استان قابل‌تفکیک می‌باشد؛ اما طی نیم‌قرن گذشته با ورود بهره‌برداری معدن و همچنین برخی صنایع که عموماً پاسخگوی نیاز محلی بوده، کوشش‌هایی برای تحول سیستم کسب‌وکار استانی به سمت صنعت و معدن انجام شده است. بحران اقتصادی اخیر در کشور در این استان به شکل کاهش یا ثبات نیروی کار استخدامی در بخش صنعت و معدن (به‌خصوص با در نظر داشتن نرخ رشد جمعیت استان و مهاجرت صورت گرفته به آن) بوده است که نشانگر عدم پایداری مشاغل ایجادشده در این بخش‌های اقتصادی طی سال‌های گذشته است. علاوه بر این توسعه بخش خدمات نیز با آهنگ کندی انجام شده است. از طرف دیگر بحران اقتصادی موجب سرازیر شدن نیروی کار و به‌خصوص نیروی کار کمتر تحصیل‌کرده به سمت بخش کشاورزی شده است همچنین با خروج اتباع بیگانه باعث ایجاد کشش برای نیروی کار محلی در بخش کشاورزی شرق و جنوب شده است. نکته قابل‌توجه این است که بخش کشاورزی موجود در استان (در شمال و جنوب) متکی به روش‌های سنتی در کشاورزی می‌باشد که راندمان بسیار پایین بهره‌وری آب دارند. البته تفاوت‌های معنی‌داری بین شمال و جنوب استان در این زمینه وجود دارد.



یکی از دلایل مهم در ضعف صنعت و علاوه بر آن گردشگری در استان، مشکلات امنیتی در استان می‌باشد که موجب ریسک بالا برای سرمایه‌گذاری در استان شده است. علاوه بر این مشکلات امنیتی به‌طور عام‌تر نیز موجب ایجاد محدودیت در فعالیت‌های اقتصادی استان شده است. انتظار می‌رود که با مداخله در حوزه کشاورزی و گردشگری به شکل مشارکتی و با محوریت ارتقاء سرمایه اجتماعی وضعیت امنیتی نیز بهبود یابد. (البته مشکلات جنوب جدی و شمال استان روانی می‌باشد) دو مورد اقتصادی که می‌تواند بخصوص در مورد بیکاران کمتر تحصیل‌کرده شهری و روستایی اثرگذاری قابل‌توجهی داشته باشند بخش‌های صنایع‌دستی (رسته فعالیت پته، فرش و گلیم شیرکی پیچ) و گردشگری می‌باشند. در زمینه ایجاد مشاغل سبز-کم نیاز به آب- پایدار و کارآفرینی در روستاهای محروم گردشگری استان از پتانسیل بسیار بالایی برخوردار است که لازم است در توسعه اقتصاد منطقه‌ای فقرزدا و در مناطق روستایی مورد توجه قرار گیرد. مداخله در این زمینه با توجه به جهت‌گیری‌های سیاست‌گذاری جدید در استان و ظرفیت‌سازی اتاق بازرگانی کرمان و نیز نیروی کار تحصیل‌کرده و آموزش‌دیده استان در محور گردشگری می‌تواند به‌خوبی منجر به توسعه اشتغال در هر دو بخش روستایی و شهری شود. مداخله در این دو بخش به خصوص می‌تواند موجب تحول در اشتغال زنان و جوانان گردد.

علاوه بر این توسعه رسته فعالیت‌های کمتر موردتوجه قرارگرفته در استان که مصرف آب کمتری دارند در زمینه گیاهان دارویی، زعفران و گل محمدی نیز باید در دستور کار توسعه سیستم کسب‌وکار منطقه‌ای قرار گیرد. در تمامی موارد مربوط به بخش کشاورزی فعال‌سازی نیروی کار تحصیل‌کرده در زمینه‌های کشاورزی و علاوه بر آن حوزه‌های مدیریتی و مهندسی با محوریت یافتن تحول بخش مورد هدف قرار گرفته و انتظار می‌رود که اشتغال پایدار نیروی کار تحصیل‌کرده صورت گیرد.

نیروی کار تحصیل‌کرده در استان که عموماً در مناطق شهری ساکن می‌باشند تحت تأثیر ناکارایی تقاضای نیروی کار در بخش‌های صنعت و معدن کمتر توانسته است در رشته تحصیلی مرتبط کار پیدا کرده و عموماً به مشاغل غیر مرتبط بخصوص اداری و خدماتی مشغول می‌باشند. قابل‌توجه این است که کوشش‌های صورت گرفته در مورد تکمیل زنجیره‌های تأمین شرکت‌های منظم معدنی نتوانسته است منجر به مشاغل پایه‌دار برای این قشر از تحصیل‌کردگان استان گردد ضعف بخش‌های صنعت و معدن موجب ایجاد ازدیاد عرضه نیروی کار کمتر تحصیل‌کرده نیز شده است که در کنار بیکار شدن ناشی از بین رفتن بخش کشاورزی در قسمت‌هایی از استان گروه دیگری از بیکاران کمتر تحصیل‌کرده در شهر را تشکیل داده است.

اهمیت صنایع تبدیلی کشاورزی در اقتصاد ملی

< مقدار تکلوزاده

دبیر انجمن خرمای استان کرمان

خواهد بود.

ایجاد صنایع تبدیلی چه در بلندمدت و چه در کوتاهمدت منفعت‌های بسیاری برای کشاورزان خواهد داشت و گسترش این صنایع باعث تثبیت سطح درآمد و افزایش سود کشاورزان می‌شود و همچنین شرایطی فراهم خواهد شد که در زمان افزایش تولید محصولات و کاهش تقاضا برای تولیدات خام، مانع از ضایع شدن آن و نوسانات منفی قیمت می‌شود. بالا رفتن ارزش افزوده علاوه بر توانمندی کشور به‌طور غیرمستقیم کشاورزان را در جهت توسعه بخش کشاورزی بهره‌مند می‌کند و در درازمدت منافع آن‌ها را تثبیت و تداوم می‌بخشد. اهمیت صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی را زمانی بیشتر درمی‌یابیم که توجه کنیم پس از صنایع سنگین، صنایع غذایی از نظر وسعت و گستردگی دومین مقام را در جهان داراست که صنایع غذایی استراتژیک مانند غلات، قند، لبنیات و روغن را نیز در بر می‌گیرد، در ضمن با توجه به میزان ارزش افزوده در این صنایع که با ارزش افزوده در صنایع پتروشیمی برابر دارد و با جایگزینی صدور این محصولات به‌جای صدور قسمتی از نفت می‌توان به شکوفایی اقتصادی نزدیک‌تر شد. در حال حاضر به دلیل نبود صنایع تبدیلی و تکمیلی در بخش کشاورزی، کشاورزان با ریسک تولید می‌کنند در صورتی که توسعه این صنایع علاوه بر افزایش درآمد کشاورزان، باعث تنظیم بازار و ثبات قیمت‌ها می‌شود. بازاریابی و بازاریابی یکی از ارکان اساسی توسعه بخش کشاورزی است. بخش مهمی از بازاریابی محصولات کشاورزی تشکیل و توسعه صنایع تبدیلی و فرآوری محصولات کشاورزی است اما این صنایع هنوز در زیربخش‌های مختلف توسعه نیافته است. به‌طور خلاصه اهداف ایجاد و گسترش صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی و روستایی عبارت‌اند از:

۱. کمک به بهبود سطح زندگی روستائیان از طریق افزایش درآمد

صنایع تبدیلی کشاورزی به صناعی اطلاق می‌شود که با کمک آن می‌توان بخشی از محصولات زراعی و باغی را با کاربرد روش‌های فیزیکی و شیمیایی تغییر وضع داده و بدین‌وسیله ماندگاری این محصولات را بیشتر و عرضه و مصرف آن را مناسب‌تر نمود. در مجموع از طریق این نوع صنایع ارزش اقتصادی محصولات را بالاتر برد. آمار نشان می‌دهد که سالانه ۱۰ درصد گندم، ۵/۵ درصد برنج، ۳۰ درصد تریبار، ۲۵ درصد مرکبات و ۴۸ درصد سیب‌زمینی و پیاز تولیدشده در کشور به ضایعات تبدیل می‌شود.

صنایع تبدیلی ازجمله صناعی است که نقش و تأثیر بسیاری از ابعاد مختلف در بخش کشاورزی داشته و دارد. افزایش ارزش افزوده، توسعه صادرات و کاهش ضایعات و همین‌طور کاهش ریسک در بخش کشاورزی از عمده‌ترین فواید توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی در این بخش است که بر ضرورت توجه به این صنایع تأکید می‌کنند. تجربه تعدادی از کشورهای درحال توسعه نشان می‌دهد که توسعه و حمایت از این صنایع می‌تواند نقش حیاتی در توسعه بخش کشاورزی داشته باشد. پیوند بین بخش صنعت و کشاورزی در کشورهای درحال توسعه در مقایسه با کشورهای توسعه‌یافته ضعیف‌تر است، این در حالی است که گذار از کشاورزی سنتی به اقتصادی پویا در کشورهای درحال توسعه ارتباط متقابل بین کشاورزی و صنعت را طلب کرده و از اهداف کلیدی توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. به‌طور متوسط جمعیت کره زمین هر ساله ۱/۷ درصد رشد می‌کند. پیش‌بینی می‌شود تا اواخر سال ۲۰۲۰ جمعیت جهان به هشت میلیارد نفر برسد که به‌این‌ترتیب اگر در سال ۱۹۷۶ تولید ۳/۳ میلیارد تن مواد غذایی می‌توانست تا حدی جوابگوی نیازهای غذایی مردم باشد. برای هشت میلیارد نفر حتی در صورت ثابت ماندن مصرف سرانه حداقل به ۶/۴ میلیارد تن مواد غذایی نیاز

در سایر زمینه‌های صنایع فراوری پسته از جمله کره پسته، حلوا پسته، روغن پسته، شکلات پسته و... علیرغم مجوزهای صادره فعالیت چندانی صورت نگرفته و جای کار زیادی دارد.

تعداد واحدهای فراوری پسته مکانیزه استان ۷۱۸ فقره با ظرفیت ۳۵۹۰۰ تن

تعداد واحدهای فراوری پسته نیمه مکانیزه استان ۶۹۷ فقره با ظرفیت ۵۹۰۰۰ تن

تعداد جواز تأسیس و بهره‌برداری واحدهای صنایع جنبی پسته ۵۷ فقره با ظرفیت ۲۸۵۰۰ تن

۲- خرما و صنایع جنبی آن

خرما یکی از عمده‌ترین محصولات تولیدی کشاورزی استان می‌باشد. ضرورت اول در جلوگیری از ضایع شدن این محصول ایجاد سردخانه‌های نگهداری می‌باشد که در این زمینه فعالیت‌های بسیار خوبی صورت گرفته و با سرمایه‌گذاری انجام‌شده مشکلی در این زمینه وجود ندارد و با تکمیل سردخانه‌های در دست احداث ظرفیت مازاد نیز در شهرستان‌های شرقی خواهیم داشت.

در زمینه خرما صنایع فراوری عمدتاً معطوف به درجه‌بندی و بسته‌بندی می‌باشد که آن‌ها در طول سال‌های گذشته پیشرفت چشمگیری در زمینه تنوع بسته‌بندی خرما استان صورت گرفته است. در خصوص سایر صنایع جنبی خرما از جمله شیره خرما، الکل از خرما، سرکه از خرما، قند مایع، خمیر خرما، مکمل خوراک دام و... مجوزهای لازم صادر گردیده و جای سرمایه‌گذاری و توجه بیشتری دارد.

تعداد سردخانه‌های نگهداری خرما ۱۶۷ فقره با ظرفیت ۲۵۸۰۰۰ تن

تعداد واحدهای صنایع جنبی خرما ۲۰ فقره با ظرفیت ۱۳۵۰۰ تن

۳- گلاب و عرقیات گیاهی

با توجه به اقلیم مناسب برخی نقاط استان از جمله شهرستان‌های بافت و بردسیر جهت پرورش گل محمدی و گیاهان دارویی و کیفیت بالای این محصولات و افزایش سطح زیر کشت گل محمدی در سال‌های اخیر، هم‌زمان صنایع تبدیلی و فراوری متناسب نیز ایجاد شده و این واحدهای تولید گلاب و عرقیات گیاهی و اسانس کار فراوری این محصولات را انجام می‌دهند و مشکل خاصی در این زمینه وجود ندارد.

تعداد واحدهای موجود تولید گلاب و عرقیات گیاهی و اسانس ۱۱ فقره و با ظرفیت ۱۴۱۰۰ تن

۴- تولید انواع فراورده‌های لبنی

در زمینه صنایع لبنی با توجه به میزان شیر تولیدی استان به‌اندازه کافی صنایع متناسب ایجاد شده و مشکلی در این زمینه وجود ندارد.

تعداد واحدهای تولید فراورده‌های لبنی ۱۴ فقره با ظرفیت ۱۱۷۰۰۰ تن

۵- فراوری و بسته‌بندی گردو

در خصوص گردو مجوزهای لازم در زمینه صنایع فراوری و بسته‌بندی گردو در شهرستان‌های گردو خیز صادر گردیده که به دلیل مشکلات موجود موفقیت چندانی حاصل نگردیده و تنها یک واحد صنایع فراوری و جنبی گردو در شهرستان بردسیر به مرحله بهره‌برداری رسیده که آن هم به دلیل مشکلات مالی و بانکی و مدیریتی فعالیت چندانی ندارد. ●

سرانه آن‌ها

۲. حرکت در جهت استفاده بهینه از امکانات و منابع موجود در مناطق روستایی

۳. کمک به کنترل مهاجرت‌های بی‌رویه و کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی

۴. کاهش ضایعات محصولات کشاورزی و ایجاد ارزش‌افزوده بالاتر برای محصولات

۵. ایجاد زمینه‌های مناسب جهت افزایش مهارت‌ها و شکوفایی استعدادهای روستائیان

۶. ایجاد اشتغال مولد برای جمعیت مازاد بر فعالیت‌های بخش کشاورزی

۷. کمک به افزایش صادرات غیرنفتی کشور

گسترش صنایع تبدیلی از دو جنبه ۱. ارزش‌افزوده ایجادشده در بخش، صرف افزایش ارزش‌افزوده‌های خود بخش می‌شود ۲. به دلیل رابط‌های که با بخش‌های دیگر دارد موجب ایجاد ارزش‌افزوده در این بخش‌ها می‌گردد.

استان کرمان به‌عنوان یکی از قطب‌های کشاورزی کشور مطرح بوده و از پتانسیل بالایی در زمینه کشاورزی برخوردار می‌باشد. حدود یک‌پنجم باغات کشور را در بر داشته و درصد بالایی از صادرات غیرنفتی کشور را شامل می‌شود.

صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی به‌عنوان تکمیل‌کننده چرخه تولیدات بخش کشاورزی می‌تواند در رونق تولیدات و بازاریابی محصولات نقش اساسی ایفا نماید. توجه به این صنعت علاوه بر نقش مؤثر در اشتغال‌زایی و جلوگیری از مهاجرت تولیدکنندگان روستایی به شهرها، زمینه‌ساز شکل‌گیری ارزش‌افزوده بیشتر در بخش کشاورزی می‌باشد.

نبود بسته‌بندی مناسب و عدم امکان فراوری محصولات کشاورزی به‌ویژه محصولات باغی که از فسادپذیری بیشتری نسبت به محصولات زراعی برخوردارند موجب شده علیرغم وجود بازارهای مناسب مصرف داخلی و بین‌المللی، هنوز نتوانیم نقش اساسی را در تأمین نیاز این بازارها ایفا نماییم.

۱- پسته و صنایع جنبی آن

استان کرمان بزرگ‌ترین تولیدکننده پسته در کشور می‌باشد که جهت بهبود وضعیت صادراتی آن توجه ویژه به ضبط و فراوری آن از ضروریات می‌باشد. در زمینه ضبط و فراوری بهداشتی پسته در استان در ایجاد و توسعه ترمینال‌های مکانیزه پسته، اکنون وضعیت مناسبی داریم و آلودگی‌های زمان برداشت و ضبط پسته به حداقل رسیده و مشکل چندانی در این زمینه وجود ندارد.

در خصوص ایجاد صنایع جنبی پسته تلاش زیادی صورت گرفته که عمدتاً در زمینه سورت، مغز پسته، برشته کردن صنعتی و بسته‌بندی می‌باشد. با توجه به عدم امکان صادرات پسته و مغز پسته بسته‌بندی شده به سایر کشورها به دلیل تعرفه‌های بالای گمرکی و مسائل بهداشتی کشورهای مبدأ، این صنعت نتوانسته به شکل مطلوبی توسعه یابد و این موارد فقط مصرف داخل را پوشش داده است و پسته به شکل فله صادر می‌گردد.



● کشاورزی در جنوب استان - ۱۳۹۵ / عکس ها، پایگاه خبری کنارسندل ●

مشکلات کشاورزی استان وراهکارهای پیشنهادی

< کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان

و اجرای ۱۷ مصوبه انتظار می‌رود، ۳۱ درصد صرفه‌جویی در مصرف آب انجام شود. استفاده از سیستم نوین آبیاری در مزارع و باغات با حفظ سطح زیر کشت موجود، لوله‌گذاری در سطح مزارع و باغات، حذف کشت‌های با مصرف آب زیاد و راندمان پایین تولید محصول، اصلاح و بهبود روش‌های به زراعی، خاموشی و عدم بهره‌برداری از موتورپمپ‌های کشاورزی، بررسی کاهش سطح زیر کشت، برقی کردن چاه‌های کشاورزی، نصب کنتورهای هوشمند آب و برق بر روی تمامی چاه‌ها، قطع انشعاب‌های غیرمجاز و تعویض کنتورهای خراب را از جمله مصوبه‌های ۱۷ گانه شورای آب استان کرمان می‌باشند. از ۶ هزار و ۲۵۰ میلیون مترمکعب آبی که در استان کرمان وجود دارد، ۹۵ درصد در بخش کشاورزی، ۴ درصد در بخش شرب و یک درصد در بخش صنعت استفاده می‌کنیم. با توجه به همه زحماتی که در شورای همیاران آب کشیده شده است ولی بحران جدی‌تر از میزان صرفه‌جویی ناشی از این مصوبات است و دلیل آن هم این است که متأسفانه قیمت آب در ایران صفر است، در نتیجه تقاضا برای آب بی‌نهایت است و تا زمانی که این تغییر قیمت اصلاح نشود، دچار بحران هستیم. راندمان کشاورزی که ۹۵ درصد آب تولیدی را مصرف می‌کند، بسیار پایین و تولید برخی محصولات کاملاً غیراقتصادی و زیان‌ده است؛ بنابراین باید سازوکار متفاوتی طراحی شود. در مجموع راهکارهای زیر در قالب شش محور جمع‌بندی گردیده است:

۱- بحران آب

در خصوص بحران آب ضمن تشکر از فعالیت‌هایی که در قالب شورای همیاران آب استان کرمان به انجام رسیده است هنوز وضعیت بسیار نگران‌کننده است در این راستا راهکارهای کلیدی زیر ارائه می‌گردد:

۱-۱- ایجاد سازوکار قانونی و حقوقی جهت ایجاد بازار آب

صدر چندین جلسه هم‌اندیشی کمیسیون کشاورزی در خصوص چالش‌های عمده زیست‌محیطی و کشاورزی استان بحث شده و ضمن بررسی چالش‌ها، چاره‌اندیشی در خصوص راهکارهای احتمالی موردبحث و بررسی قرار گرفته است. چالش‌های عمده زیست‌محیطی عبارت‌اند از: امنیت غذایی، امنیت آب، امنیت انرژی، تغییر اقلیم، حفاظت تنوع زیستی و بقای خدمات زیست‌بوم‌ها. در حال حاضر کمبود آب در مناطق خشک و نیمه‌خشک از یک‌سو و استفاده بی‌رویه و غلط از منابع آب از سوی دیگر، تهدیدی جدی برای توسعه پایدار و حفاظت از محیط‌زیست تلقی می‌شود. با توجه به تنوع اقلیمی موجود در مناطق مختلف کشور، بیلان منفی آب دشت‌ها و نیاز به پایداری تولید محصولات، رسیدن به الگوی کشت مناسب آب‌محور که از آن بتوان حداکثر بهره‌برداری را از عوامل و نهادهای تولید به‌دست آورد ضرورتی انکارناپذیر است. می‌توان با تعیین الگوی کشت مناسب و الزام استفاده از روش‌های نوین آبیاری، میزان مصرف آب در بخش کشاورزی را تا حدود قابل‌توجهی در سال بدون تغییر سطح زیر کشت کاهش داد. متوسط بارندگی دنیا ۷۸۰ میلی‌متر، ایران ۲۵۰ میلی‌متر و کرمان ۱۲۹ میلی‌متر است. در استان کرمان ۶/۲ میلیارد مترمکعب آب از سفره‌های زیرزمینی برداشت می‌شود که متأسفانه ۱/۱ میلیارد مترمکعب اضافه برداشت است و بیلان آب سالانه استان منفی ۸۰۱ میلیون مترمکعب آب را شامل می‌شود. ۲۰ شهر استان از جمله کرمان دارای وضعیت بحرانی در آب هستند و همچنین ۹۵۰ روستا آب‌رسانی بسیار دارند و ۷۰ درصد روستاها با بحران آب روبرو هستند. جامع‌نگری در مدیریت آب، به بیانی ساده بدین معناست که مسائل اقتصادی، زیست‌محیطی، فنی و اجتماعی، در عین تضمین پایداری منابع آب برای نسل‌های آتی موردتوجه قرار می‌گیرد. در این راستا با تشکیل شورای همیاران آب استان کرمان

به‌عنوان‌مثال با مشارکت سرمایه‌گذاران داخل و خارج از کشور و حضور نخبگان دانشگاهی در حوزه تولیدات گلخانه‌ای و احداث هدفمند گلخانه و صنایع تبدیلی مرتبط در نقاط مختلف استان در قالب منطقه ویژه علم و فناوری می‌توان ضمن بهره‌وری بهتر آب، امکان استقلال کشاورزان، تولید خلاقانه محصولات جدید با دانش فنی دانش‌آموختگان کشاورزی جویای کار را فراهم نمود.

۵- ایجاد منطقه ویژه کشاورزی در جیرفت

جنوب استان کرمان به‌عنوان هند ایران که سهم بسزایی در تولیدات گیاهی دارد با تأثیرپذیری از عواملی همچون کمبود آب، سمی بودن فلزات سنگین و غیره آینده نگران‌کننده‌ای را دارد. لذا ایجاد منطقه ویژه کشاورزی در جنوب کرمان با مرکزیت جیرفت پیشنهاد می‌گردد تا در ارتباط با منطقه ویژه علم و فناوری بند ۴، موارد زیر در ذیل آن تحت پوشش قرار گیرد:

۵-۱- یکپارچه‌سازی اراضی باقی‌مانده جنوب استان به‌منظور صرفه‌جویی در مصرف آب و افزایش عملکرد محصول در واحد سطح
 ۵-۲- تقویت صنعت بخصوص صنایع تبدیلی، فرآوری، جانبی مرتبط با بخش و زمینه توسعه صنعت غیر مرتبط برای امر تولید و اشتغال‌زایی در منطقه

۵-۳- سوق دادن کشاورزی جنوب به سمت کشت‌های فشرده، گلخانه‌های هیدروپونیک و مدرن با کاشت نباتات و گیاهان اقتصادی محصولات گلخانه‌ای، انواع گل‌های بریده، گل‌های معطر و بوته‌ای و زراعت گیاهان متحمل به کم‌آبی و شوری نظیر انواع ارزن، سورگوم و گیاهان دارویی
 ۵-۴- بهره‌گیری از فناوری‌های روز با مشارکت کشاورزان و مدیریت علمی جهت دستیابی به حداکثر بهره‌وری

۵-۵- جلب سرمایه‌گذاران خارجی جهت ایجاد صنایع وابسته مرتبط و غیر مرتبط با کشاورزی
 ۵-۶- تنظیم بازار بر اساس میزان عرضه و تقاضا

۶- منابع طبیعی و محیط‌زیست

۶-۱- نظر به اهمیت تالاب جازموریان به‌عنوان یکی از کانون‌های اصلی فرسایش و ایجاد ریزگردها پیشنهاد می‌گردد تا کارگروه احیای تالاب جازموریان با مشارکت قطب‌های علمی کشور، مراکز پژوهشی، دانشگاه‌ها و دستگاه‌های اجرایی استان کرمان تشکیل گردد و تخصیص ردیف بودجه مستقل در راستای احیای تالاب جازموریان.
 ۶-۲- تشویق و حمایت بهره‌برداران مرتعی به مشارکت در کشت گیاهان علوفه‌ای با نیاز آبی اندک در مناطق مستعد استان کرمان در راستای کاهش وابستگی دامداران مرتعی به علوفه مراتع.

۶-۳- با توجه به پتانسیل بالای مراتع استان کرمان در زمینه تولید گیاهان دارویی و سهم آن در ارتقاء میزان درآمد و معیشت بهره‌برداران مرتعی پیشنهاد می‌گردد تا برنامه جامع بهره‌برداری، فرآوری و بسته‌بندی گیاهان دارویی مراتع استان تدوین گردد.

۶-۴- توسعه برنامه‌های مشارکتی و توانمندسازی جوامع محلی در عرصه‌های مرتعی با مشارکت مراکز پژوهشی، دانشگاه‌ها و دستگاه‌های اجرایی استان کرمان. ●

مادامی‌که ارزش واقعی آب برای بهره‌بردار مشخص نباشد قانون‌های وضع‌شده ثمربخش نخواهند بود و نه در الگوی کشت و نه مصرف آب باصرفه عمل نخواهد شد؛ بنابراین مصرف‌کننده بایستی هزینه تعادل بخشی آب را بپردازد و این نکته به‌عنوان تنها راهکار کلیدی در مدیریت جامع بحران آب می‌باشد.

۱-۲- تقویت و توسعه پژوهش‌های کاربردی جهت تولید و معرفی ارقام سازگار و امیدبخش که ضمن مصرف کم آب و بهره‌وری بالای آن، ارزش‌افزوده اقتصادی مناسبی برای کشاورزی فراهم کنند با این پیش‌شرط که زمینه حضور موفق آن‌ها در بازار فراهم گردد.

۲- آلاینده‌ها

با توجه به آلودگی آب‌های استان به فلزات سنگین (آلودگی شدید عنصر بر در جنوب استان و آلودگی به آرسنیک و سایر فلزات سنگین در برخی مناطق شمالی استان)، باقیمانده سموم، کودهای شیمیایی، افزودنی‌های مختلف در طی فرایند اصول تبدیل که منجر به بروز بیماری‌های صعب‌العلاج نظیر سرطان و نگرانی‌های گسترده در جامعه گردیده است، ضرورت ایجاد می‌نماید که آزمایشگاه دقیق کنترل کیفیت و سلامت محصولات غذایی تحت معاونت غذا و دارو تقویت و توسعه یابد و قوانین و چارچوب‌ها نیز به نحوی تدوین گردد که کار نظارت و ارزیابی سلامت محصولات به‌طور تصادفی در استان در قالب طرح کنترل سلامت محصولات کشاورزی به‌طور قانونمند صورت گیرد.

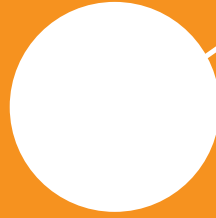
۳- تخصیص درصدی از درآمد ناخالص ملی در حوزه کشاورزی استان به بخش‌های تحقیقاتی و دانشگاهی استان

نظر به اینکه استان کرمان بزرگ‌ترین تولیدکننده محصولات باغی کشور می‌باشد و با توجه به نقش پررنگ تنش‌های محیطی در کاهش محصولات باغی و بروز آفات و بیماری‌ها در کاهش تولید محصولات باغی و بنا بر نبود اعتبار کافی که منجر به کاهش بهره‌وری تولید می‌گردد، پیشنهاد می‌شود درصدی از درآمد ناخالص ملی در حوزه کشاورزی این استان به بخش‌های تحقیقاتی و دانشگاهی همین استان اختصاص یابد تا بتوان در زمینه تولید گیاهان مقاوم به تنش‌ها، مقابله با خشکی‌زدگی خرما، زنجیره خرما، کرم خراط و سایر معضلات کشاورزی قدم‌های اساسی با همفکری و همکاری ملی در سطح استان برداشت.

۴- تأسیس منطقه ویژه علم و فناوری در استان کرمان با تأکید بر کشاورزی دانش‌بنیان

نظر به زیرساخت‌های فنی و انسانی خوب در استان کرمان و پتانسیل تولیدات کشاورزی استان از طرفی با استراتژی تمایز و تمرکز جهت بهره‌گیری از ظرفیت‌های استان و حضور دانش‌آموختگان بیکار کشاورزی، پیشنهاد می‌گردد منطقه ویژه علم و فناوری به‌عنوان یکی از کردیروهای فعال علم و فناوری کشور در جهت تقویت اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه کشاورزی با محوریت تولیدات پایدار کشاورزی در کنار سایر حوزه‌ها نظیر سلامت، انرژی‌های نو، معدن و گردشگری راه‌اندازی گردد.

گردشگری



- درباره کمیسیون گردشگری و خدمات اتاق کرمان
- ارزیابی تأثیرات ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیط‌زیستی اقامتگاه‌های بومگردی استان کرمان (رویکردی آسیب‌شناسانه)
- مطالعه امکان‌سنجی توسعه خوشه کسب‌وکار گردشگری کرمان (بهار ۹۶)
- گفت‌وگو با «فخری الله‌توکللی» رئیس کمیسیون قالی و صنایع‌دستی اتاق کرمان درباره عملکرد این کمیسیون / تلاش برای معرفی داشته‌های فرش کرمان



● باغ فتح آباد و گنبد جبلیه کرمان / عکس‌ها: ابوذر احمدی زاده ●

درباره کمیسیون گردشگری و خدمات اتاق کرمان

- سردار جناب آقای بنی اسدی فر فرمانده محترم انتظامی استان
- جناب آقای دکتر رودری رییس محترم سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان
- جناب آقای دکتر علی رضانی مدیرکل محترم صداوسیما
- جناب آقای مهندس الهامی مدیرکل محترم فن‌آوری و اطلاعات استان
- جناب آقای بابایی شهردار محترم وقت کرمان
- جناب آقای قاسم‌زاده مدیرکل محترم فرودگاه‌های استان
- جناب آقای همایی مدیرکل محترم امنیتی استانداری کرمان
- جناب آقای جعفری راد رییس محترم دفتر نمایندگی وزارت امور خارجه در استان
- جناب آقای ابراهیمی معاون محترم بازرگانی هواپیمایی ماهان
- جناب آقای پروفیسور رجبعلی پور رییس محترم انجمن دوستداران قبه سبز
- جناب آقای آرش نورآقایی رییس محترم وقت انجمن راهنمایان گردشگری کشور
- جناب آقای اویس کیانی رییس محترم انجمن راهنمایان گردشگری کشور
- جناب آقای جلال پور رییس سابق اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- جناب آقای نجف پور فرماندار محترم بردسیر
- جناب آقای مهندس طبیب زاده رییس محترم اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی استان کرمان
- جناب آقای محمودی نیا مدیرکل محترم وقت ورزش و جوانان استان

کمیسیون گردشگری و خدمات اتاق بازرگانی صنایع و معادن و کشاورزی استان کرمان که متشکل از فعالان و رؤسای تشکلهای بخش خصوصی و دانشگاهیان است بر اساس بحث و بررسی‌های به‌عمل‌آمده طی ۳ سال گذشته فعالیت‌های خود را حول محورهای اصلی زیر دنبال کرده است:

- ۱- دعوت از مسئولین ذیربط دولتی استان برای جلب‌توجه آن‌ها به حوزه گردشگری و نیز طرح مسائل این حوزه
- ۲- دعوت از گروه‌ها و عوامل مؤثر در فرایند گردشگری برای معرفی جاذبه‌های گردشگری استان کرمان
- ۳- راه‌اندازی تشکلهای حرفه‌ای گردشگری به‌منظور انجام هماهنگی و انسجام بین فعالین هر بخش
- ۴- بازدید گروهی اعضا کمیسیون از مناطق گردشگری استان برای آشنایی بیشتر با جاذبه‌های استان و نیز بررسی وضعیت زیرساختی مناطق هدف گردشگری
- ۵- مکاتبه و تشکیل جلسه با مسئولین عالی‌رتبه استان و کشور و طرح مسائل مربوط به گردشگری استان
- ۶- برگزاری و یا همکاری با مرکز مختلف برای برگزاری دوره‌های آموزشی

در همین راستا می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- **حضور مسئولین استان و کشور در جلسات ماهانه کمیسیون گردشگری و خدمات اتاق:**
 - جناب آقای دکتر پور ابراهیمی رییس محترم کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی

۲- دعوت از گروه‌ها و عوامل مؤثر در فرایند گردشگری

- حضور دو گروه از مدیران آژانس‌های گردشگری بزرگ و فعال کشور طی دو نوبت و بازدید سه روزه هرکدام از این گروه‌ها از جاذبه‌های گردشگری استان
- برگزاری همایش نمایندگان اطلاع‌رسانی و گردشگری ایران در خارج از کشور با حضور مدیران اصناف، دفاتر و فعالان صنعت گردشگری کشور
- حضور پروفیسور باکلی رییس مرکز اکو توریسم دانشگاه گریفیث استرالیا به‌اتفاق جناب آقای دکتر ضیایی رییس محترم گروه گردشگری دانشگاه علامه طباطبایی به همراه گروهی از دانشجویان این دانشگاه
- برگزاری اجلاس سه روزه روسای انجمن‌های صنفی راهنمایان گردشگری سراسر کشور

۳- کمک در جهت تشکیل انجمن‌ها و تشکل‌های خصوصی حرفه‌ای

بخش خصوصی

- تشکیل و ثبت اولین انجمن اکوتوریسم استانی در کرمان (این انجمن هم‌اکنون ثبت و با تشکیل کمیته‌های مختلف مشغول فعالیت می‌باشد)
- تشکیل جلسات متعدد برای راه‌اندازی "کانون افروود و سافاری استان" تحت نظارت کانون جهانگردی و اتومبیل‌رانی کشور (این کانون مراحل نهایی ثبت را می‌گذراند)
- همکاری در جهت برگزاری انتخابات حامیان بیابان لوت

۴- بازدید گروهی به‌اتفاق اعضا کمیسیون و نیز برخی از فعالین گردشگری

استان از مناطق هدف گردشگری

- بازدید از جاذبه‌های گردشگری شهداد و شفیق آباد و نیز کمپ هواپیمایی ماهان
- بازدید از سد حلبی‌سازان و منطقه عشایری درگستون بردسیر
- بازدید از کاروانسراهای محور کرمان تا راور
- بازدید از مناطق گردشگری تکاب جنوبی، اندوهجرد و واهه‌های کویری
- بازدید از جاذبه‌های گردشگری رفسنجان

۵- مکاتبه و یا تشکیل جلسه با مسئولین استانی و کشوری و طرح مسائل

مربوط به گردشگری استان

- مکاتبه با استانداری محترم در رابطه با جهت‌دهی تخصیص اعتبارات عمرانی استان به‌منظور تکمیل زیرساخت‌های مناطق هدف گردشگری استان
- مکاتبه با استانداری محترم راجع به رفع مشکل فرارگاه مرصاد برای تسریع عبور خودروهای توریستی
- مکاتبه با استانداری محترم راجع به لحاظ کردن پیوست گردشگری در طرح هادی روستایی
- ارائه مسائل مربوط به حوزه گردشگری به آقای مونسان معاون محترم رییس جمهور و رییس محترم سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور و معاونین ایشان در حضور جناب آقای دکتر پور ابراهیمی رییس و اعضا کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی (در این جلسه رییس کمیسیون اتاق کرمان به‌عنوان تنها نماینده بخش

خصوصی گزارش فوق را ارائه نمود)

- مکاتبه با جناب آقای دکتر پورابراهیمی در خصوص راه‌اندازی دانشکده گردشگری مجتمع آموزش عالی بم
- مکاتبه با جناب آقای دکتر پورابراهیمی در خصوص مباحث و مشکلات مالیاتی هتل داران و استان کرمان
- مکاتبه با جناب آقای دکتر پورابراهیمی در رابطه با تفویض اختیار تسهیلات پرداختی صندوق کارآفرینی امید به استان‌ها
- مکاتبه با جناب آقای دکتر پورابراهیمی به‌منظور پیگیری واحد حقوقی مجلس شورای اسلامی برای تعیین تکلیف اختلاف واحدهای گردشگری در مورد اخذ مجوز فعالیت از اصناف و یا میراث فرهنگی و صنایع‌دستی و گردشگری
- مکاتبه و پیگیری تعمیر دکل‌های مخابراتی کمپ کویری از طریق استانداری

- تشکیل دو جلسه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی در محل استانداری با حضور استاندار محترم کرمان و تعدادی از نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی به‌طور اختصاصی برای طرح مسائل گردشگری استان

- حضور رییس کمیسیون گردشگری اتاق کرمان در مجمع نمایندگان استان در محل اتاق بازرگانی کرمان و طرح موضوعات گردشگری استان
- حضور رییس کمیسیون گردشگری اتاق کرمان در میز گردشگری در سازمان توسعه و تجارت ایران با حضور جناب آقای مهندس خسرو تاج قائم‌مقام محترم وقت وزیر صنعت، معدن و تجارت

- حضور در جلسه شورای اسلامی شهر کرمان به‌اتفاق جناب آقای وفایی مدیرکل محترم میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان و جمعی از فعالان بخش خصوصی گردشگری

- ارائه مسائل گردشگری استان توسط رییس کمیسیون گردشگری اتاق به آقای دکتر پدram سلطانی نایب‌رییس محترم اتاق بازرگانی ایران در محل اتاق کرمان

- ارائه موضوعات گردشگری استان و کشور در جلسه‌ای با حضور خانم دکتر احمدی نژاد معاون محترم وقت رییس‌جمهور و رییس سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور و رییس و نایب‌رییس اتاق ایران در محل اتاق بازرگانی ایران

- حضور رییس کمیسیون گردشگری اتاق کرمان در جلسه کارشناسی گردشگری مرکز تحقیقات و استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام
- طرح مسائل گردشگری با آقای رحمانی موحد معاون محترم وقت گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور در تهران

- ملاقات رییس کمیسیون گردشگری اتاق با آقای سلطانی فر معاون محترم وقت رییس‌جمهور و رییس سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور

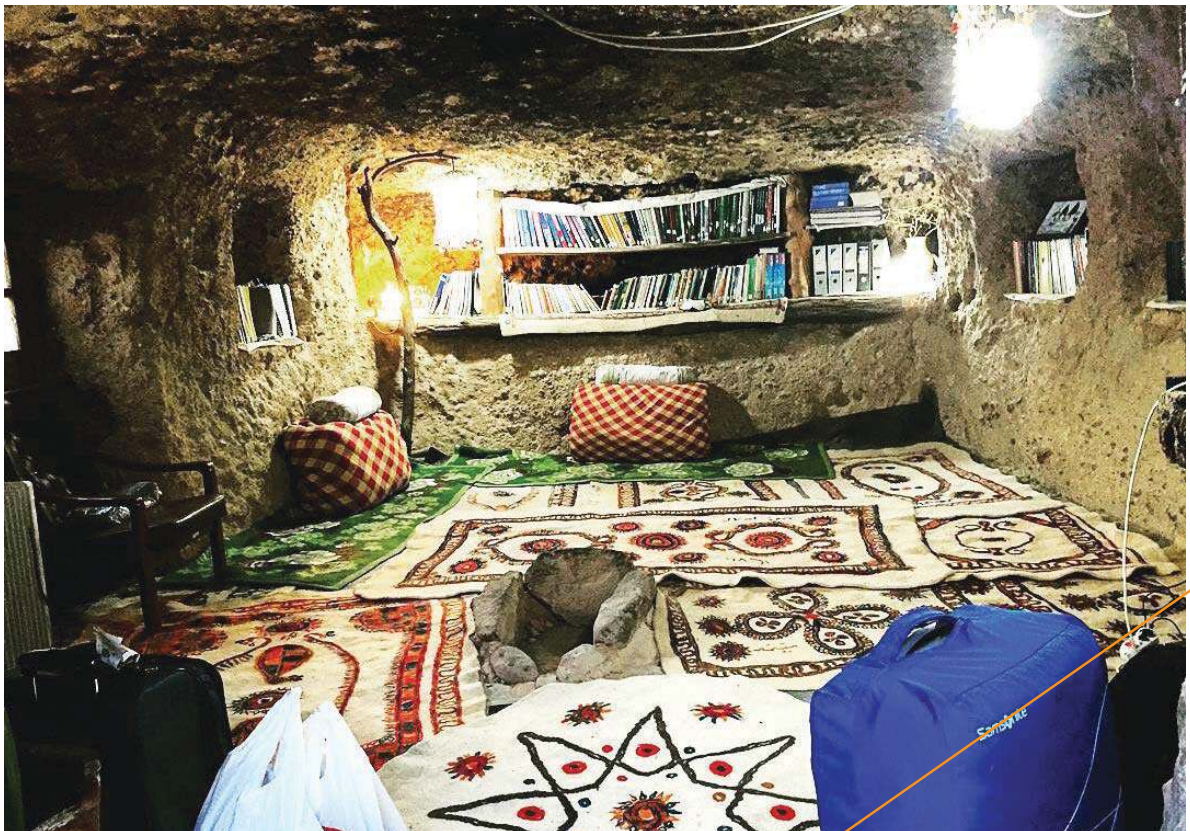
- سخنرانی رییس کمیسیون گردشگری اتاق در شب گردشگری کرمان «جشنواره فرهنگی اقتصادی کرمان در محل برج میلاد»

۶- برگزاری دوره‌های آموزش و یا همکاری برای برگزاری این دوره‌ها،

خصوصاً با همکاری دانشگاه جامع علمی کاربردی



- ایده‌های تاپ
 - گردشگری الکترونیک
 - روش تدوین و آموزش مدرسین حوزه گردشگری
 - راهنمایان موزه و محوطه‌های تاریخی
 - دوره آموزشی ویژه مدیریت دفاتر خدمات مسافرتی
 - اولین دوره آموزشی خدمات و میزبانی رستوران
 - دوره آموزشی با حضور پروفیسور باکلی در رابطه با برنامه‌ریزی توسعه پایدار مقصدهای بوم گردی در ایران
 - آشنایی با مفاهیم مشارکت مدنی با محوریت گردشگری پایدار
 - سمینار آموزشی تخصصی گردشگری با همکاری دانشگاه modul اتریش و شرکت WhatAventure
 - همایش توجیهی و کارگاه آموزشی توسعه کسب‌وکارهای بومی و سنتی مختص مدیران اقامتگاه‌های بوم گردی استان
- ۷- سفر به اتفاق اعضای محترم کمیسیون گردشگری و خدمات اتاق کرمان و تشکیل جلسه**
- با حضور فرماندار محترم و بخش خصوصی و سایر مسئولین شهرستان‌های بم، رفسنجان، سیرجان و بخش ماهان، و همچنین حضور با سایر اعضا هیات نمایندگان دوره هشتم اتاق در شهرستان‌های سیرجان و جیرفت
- ۸- اقدامات تحقیقی و پژوهشی**
- مطالعه و امکان‌سنجی خوشه کسب‌وکار گردشگری کرمان با محوریت شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان
 - ارزیابی آسیب شناسانه تأثیرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیط زیستی اقامتگاه‌های بوم گردی استان کرمان
 - برگزاری همایش تخصصی گردشگری و اقتصاد مقاومتی با حضور اساتید برجسته گردشگری کشور در محل اتاق ایران
- ۹- سایر اقدامات مهم کمیسیون**
- انتخاب سرکار خانم زهرا نعمتی بانوی بزرگ کماندار ایران و بهترین کماندار زن دنیا در سال ۲۰۱۷ به‌عنوان سفیر گردشگری استان کرمان
- برگزاری نمایشگاه تخصصی گردشگری، صنایع‌دستی و فرهنگ بومی استان در کرمان و افتتاح آن توسط رییس کمیسیون گردشگری اتاق ایران
 - برگزاری جشنواره عکس گردشگری استان
 - سفر رییس کمیسیون گردشگری و خدمات اتاق به تبریز و حضور در جلسه وزرای گردشگری کشورهای اسلامی عضو مجمع گفتگوی آسیایی
 - همکاری با برگزاری ۷ تور یسم آپ گردشگری با موضوعات مختلف با حضور جوانان علاقه‌مند به گردشگری و IT
 - برگزاری تور هوایی پاراگلایدر- کایت- کایت موتوری با حضور ۸۰ نفر علاقه مند از سراسر کشور در شهداد
 - همکاری در برگزاری تور دوچرخه‌سواری حامیان طبیعت از هفت باغ علوی تا کویر شهداد با حضور ۴۰ دوچرخه‌سوار
 - برگزاری اولین و دومین همایش ملی فرهنگ، گردشگری و هویت شهری
 - تشکیل جلسه رییس کمیسیون گردشگری اتاق کرمان به اتفاق سایر اعضا هیات نمایندگان اتاق دوره هشتم با شرکت THR اسپانیا و تفاهم‌نامه برای:
 - < تهیه طرح جامع گردشگری استان
 - < تهیه برند گردشگری کرمان
 - < تهیه و لیست فرصت‌های سرمایه‌گذاری در بخش‌های گردشگری استان
 - < همکاری در برگزاری و حضور در پنل تخصصی گردشگری رویداد بزرگ فاراتون استان
- ۱۰- تفاهم‌نامه و توافق‌نامه‌ها**
- تفاهم‌نامه همکاری بین کمیسیون گردشگری کرمان و کمیسیون گردشگری آبادان
 - تفاهم‌نامه همکاری بین کمیسیون گردشگری کرمان و کمیسیون گردشگری کردستان
 - توافق‌نامه با شرکت شهرک‌های صنعتی جهت امکان‌سنجی خوشه گردشگری
 - تفاهم‌نامه همکاری با کانون جهانگردی و اتومبیلرانی کشور.



● آمانگاه‌های بوم‌گردی در شهباد و میمند ●

ارزیابی تأثیرات ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و محیط زیستی اقامتگاه‌های بومگردی استان کرمان (رویکردی آسیب‌شناسانه)

(این نوشتار تلخیصی است از پروژه پژوهشی با همین عنوان که در مرکز مطالعات اتاق بازرگانی کرمان به سفارش کمیسیون گردشگری اتاق کرمان انجام شده است.)

< حامد سجادی
کارشناس ارشد مطالعات فرهنگ و ارتباطات، گرایش سیاست‌گذاری



بیان مسئله

همگام با روند توسعه و پیشرفت جهانی در سطوح مختلف اقتصادی، گردشگری به‌عنوان محوری مهم و یکی از ضرورت‌های امروز اقتصاد ایران مورد توجه و تأکید متخصصین و فعالان اقتصادی کشور قرار گرفته است. در واقع تقویت و پرداختن به گردشگری موجب می‌گردد که ظرفیت‌های بالقوه گوناگونی در زیست‌بوم اقتصادی جامعه ایران فعال گردد و عملاً نقش مؤثری در رفع و کنار گذاشتن زبان ناشی از «اقتصاد تک‌محصولی وابسته به فروش منابع اولیه» ایفا نماید. از سوی دیگر رشد قابل توجه و گسترده تقاضا در بازار گردشگری در سطح بین‌المللی و همچنین تعدد ظرفیت‌های بالقوه ایران؛ که آن را در میان ده کشور اول دنیا قرار داده است، بر ضرورت توجه و بهره‌گیری از این عرصه می‌افزاید. در این میان طی سال‌های اخیر، طبیعت‌گردی و در پی آن شکل‌گیری سازوکاری اقامتی با محوریت زندگی بومی در مناطق خصوصاً روستایی، عنصر جدیدی را به بازار گردشگری ایران معرفی نمود که مجموعه این سبک از گردشگری «بومگردی» و یا «Ecotourism» است؛ همچنین یکی از ارکان این گونه از گردشگری جامعه محلی و اقامتگاه‌های ارائه‌دهنده این خدمات است «اقامتگاه‌های بومگردی» و یا «Ecolodge» نامیده می‌شود. در مجموع می‌توان اصول راهبردی مشخصی را به‌منظور دستیابی به الگوی اکوتوریسم در سطح مدیریت کلان و میانی مطرح نمود که به شرح ذیل است (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۵۵):



شکل ۱: اصول اکوتوریسم در پروتکل‌های جهانی (منبع: سازمان جهانی گردشگری (UNWTO))

محوریت آداب و رسوم بومی در ساختار یک خانواده ایرانی و تکیه کردن به عناصری نظیر همزیستی با محیط زیست و سنت مهمان‌نوازی ایرانی از نقاط قوت این نوع از اقامتگاه‌ها محسوب می‌شود. به‌علاوه آن‌که سیاست‌گذاری و حمایت اصولی از گسترش اقامتگاه‌های بومگردی علاوه بر پوشش خلأهای موجود در بازار گردشگری ایران، مانند کمبود اماکن اقامتی همچون هتل، مهمان‌پذیر و ... امکان ایجاد پیوندی میان کسب‌وکار در حوزه گردشگری و جامعه محلی و خصوصاً روستایی - که عمدتاً از اقشار متوسط و یا کمتر برخوردار جامعه محسوب می‌شوند- نیز فراهم می‌آورد. استان کرمان از بدو تدوین اساسنامه تأسیس اقامتگاه‌های بومگردی همواره به‌عنوان یکی از برترین استان‌ها از جنبه تعداد واحدهای ثبت و راه‌اندازی شده مطرح بوده است که برآمده از هدف‌گذاری و تلاش مؤثر مدیران سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری و نیز ظرفیت‌های گسترده موجود در سطح استان می‌باشد. نکته قابل‌ملاحظه در این روند که تبیین‌کننده چرایی و ضرورت شکل‌گیری پروژه پیش رو نیز محسوب می‌شود، اهمیت پایش و ارزیابی تأثیرات این سیاست‌گذاری در سطح استان است که از یک‌سو نقش مؤثری در شناسایی و تقویت نقاط قوت دارد و از سوی دیگر مسائل و مشکلات اصلی پیش رو این هدف‌گذاری را در اختیار متخصصان، تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران عرصه گردشگری استان کرمان قرار می‌دهد.

ارزیابی روند رشد اقامتگاه‌های بومگردی استان کرمان

سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان کرمان، به‌عنوان سازمان متصدی توسعه و گسترش اقامتگاه‌های بومگردی در سطح استان به‌صورت گسترده در این زمینه فعالیت نموده است؛ به‌گونه‌ای که استان کرمان طی سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ جایگاه اول و در آمار منتشرشده در مردادماه ۱۳۹۶ به‌عنوان استان دوم پس از استان اصفهان معرفی شده است. در جدول ذیل ظرفیت‌ها اقامتگاه‌های بومگردی به تفکیک هر شهرستان ارائه گردیده است:

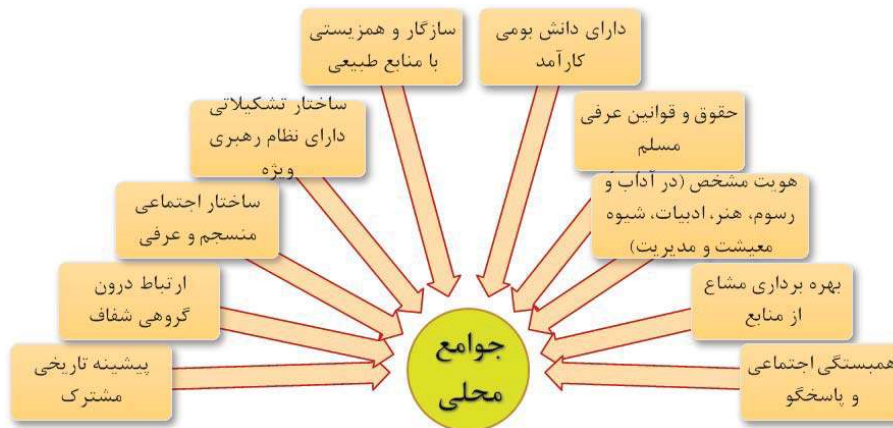
جدول ۱: آمار اقامتگاه‌های بومگردی استان کرمان

شهرستان	تعداد	تعداد اتاق	ظرفیت پذیرش	تعداد کارکنان مستقیم	تعداد کارکنان غیرمستقیم	مترائز	نوبت تمدید مجوز	تعداد اقامتگاه‌های تمدید کننده مجوز	واحدهای ملزم به تمدید	درصد تمدید مجوز
شهداد	۲۹	۸۹	۵۲۴	۶۲	۶۶	۲۳۴۹۷	۲۸	۱۲	۲۴	۵۰
شهربابک	۱۳	۶۱	۳۵۱	۲۸	۳۱	۵۶۰۰	۹	۴	۹	۴۴/۴۴۴
بافت	۲۵	۸۴	۴۸۲	۵۳	۶۶	۲۰۱۸۰	۲۷	۱۱	۲۱	۵۲/۳۸۱
رابر	۷	۴۳	۲۵۹	۱۶	۱۷	۳۴۰۰	۴	۲	۲	۱۰۰
جیرفت	۱۰	۴۰	۲۷۸	۲۲	۲۳	۶۷۹۵	۱۴	۶	۸	۷۵
ماهان	۶	۱۹	۹۹	۱۰	۱۴	۲۵۰۰	۸	۴	۴	۱۰۰
راین	۸	۴۰	۲۱۸	۲۰	۲۱	۱۴۵۷	۱۵	۷	۸	۸۷/۵
کرمان	۲	۲۱	۱۲۷	۹	۸	۶۱۷۵	۰	۰	۰	۰
یم	۱	۵	۲۰	۲	۲	۹۸۵	۲	۱	۱	۱۰۰
ریگان	۱	۴	۱۵	۲	۲	۴۰۰	۲	۱	۱	۱۰۰
فهرج	۴	۲۰	۱۵۰	۱۱	۱۱	۳۰۱۵	۰	۰	۰	۰
عنبرآباد	۱	۵	۳۰	۲	۲	۵۰۰۰	۰	۰	۰	۰
کهنوج	۱	۴	۳۰	۲	۲	۴۲۰۰	۰	۰	۰	۰
زرنند	۵	۱۶	۸۴	۱۵	۱۱	۷۲۰۰	۳	۲	۲	۱۰۰
راور	۲	۸	۴۵	۴	۴	۱۳۰۰	۰	۰	۰	۰
کوهبنان	۳	۱۳	۶۴	۶	۷	۵۷۵	۲	۱	۱	۱۰۰
سیرجان	۳	۹	۴۰	۶	۶	۳۵۲۳	۲	۱	۳	۳۳/۳۳۳
بردسیر	۳	۱۴	۱۰۰	۷	۶	۲۰۷۱	۰	۰	۰	۰

بر اساس آمار فوق، ظرفیت ایجادشده در زمینه اقامتگاه‌های بومگردی برای جذب گردشگر در هر شهرستان در شکل شماره ۲ نشان داده شده است.

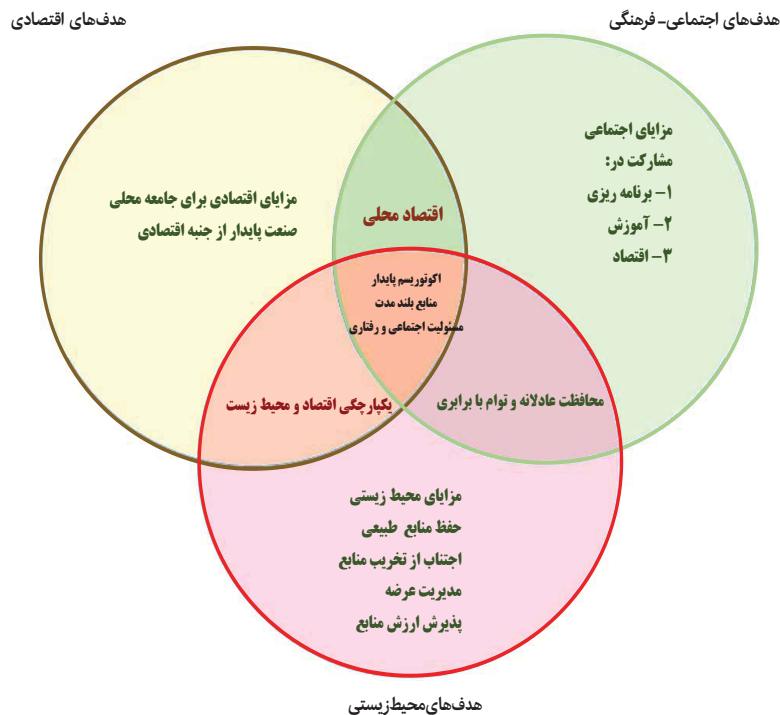
جامعه محلی؛ رکن اساسی بومگردی به‌منابه گردشگری پایدار

همان‌گونه که در تعاریف محوری و اصول مربوط به بومگردی مشخص شد، جامعه محلی نقش فوق‌العاده مهم و اساسی در شکل‌گیری و تقویت بومگردی دارد. در تعریف این مفهوم جامعه محلی مجموعه‌ای با پیشینه‌ی تاریخی و ارتباطات درون‌گروهی شفاف، دارای سازمان عرفی و ساختار تشکیلاتی با نظام رهبری و مدیریتی ویژه، سازگار و همزیست با منابع طبیعی، برخوردار از دانش بومی کارآمد، دارای حقوق و قوانین عرفی مسلم و از نظر مدیریت، اسکان و شیوه‌ی معیشت، سلايق، سنت‌ها و هنر و ادبیات عامیانه، دارای هویتی مشخص و متمایز که با بهره‌برداری مشاع و منطقی از منابع، با انسجام و همبستگی گروهی و چه‌بسا فامیلی از ساختار مسئول و پاسخگو برخوردار است (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۵۶ به نقل از Cenesta, ۲۰۰۷).



شکل ۳: ویژگی جوامع محلی (منبع: Cenesta, ۲۰۰۷)

به‌منظور آسیب‌شناسی اقامتگاه‌های بومگردی، مشخص نمودن محورهای اصلی این حوزه از گردشگری از اهمیت بسزایی برخوردار است چراکه زاویه دید پژوهشگر را در روند بررسی و ارزیابی وضعیت موجود مشخص می‌نماید. بر این اساس می‌توان به الگوی سه‌گانه اکوتوریسم پایدار اشاره نمود که سه محور اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی را از یکدیگر تفکیک نموده است.



شکل ۴: ابعاد سه‌گانه اکوتوریسم پایدار (زاهدی، ۱۳۸۵) (جهانیان، زندی، ۱۳۹۲: ۶۷)

با توجه به لزوم تحقیق و تمرکز بیشتر در هر یک از این بخش‌های سه‌گانه، به منابع بین‌المللی در عرصه سیاست‌گذاری گردشگری و اکوتوریسم پایدار رجوع شد. در این روند با استناد به «راهنمایی سازمان جهانی گردشگری در زمینه شاخص‌های توسعه پایدار مقاصد گردشگری» و نیز «راهنمای سیاست‌گذاری در زمینه ارتقاء گردشگری پایدار» منتشرشده توسط سازمان جهانی گردشگری (UNWT) و نیز برنامه محیط‌زیست سازمان ملل متحد (UNEP)، اهداف و سیاست‌های محوری در هر بخش، مشخص و مورد استفاده قرار گرفت.

ابعاد اقتصادی	ابعاد اجتماعی-فرهنگی	ابعاد محیط‌زیستی
قابلیت تداوم و سوددهی اقتصادی: کسب اطمینان از قابلیت سوددهی و رقابت‌پذیری در بازار گردشگری و نیز توانمندی در کسب سود در بلندمدت	رضایت کامل گردشگری (بازدیدکننده): فراهم آوردن تجربه‌ای ایمن و رضایت‌بخش برای گردشگران و نیز در دسترس بودن تمامی موارد بدون تبعیض جنسیتی، نژادی و ...	بهره‌وری منابع: به حداقل رساندن استفاده از منابع کمیاب و تجدید ناپذیر در روند توسعه ظرفیت‌های مرتبط با گردشگری
رونق اقتصادی محلی: به حداکثر رساندن رونق اقتصادی مناطق هدف گردشگری شامل میزان هزینه‌کرد گردشگران در منطقه و شناخت دلایل نوسانات این هزینه‌کرد	مدیریت و کنترل محلی: توانمندسازی جوامع محلی در تعامل با سایر ذی‌نفعان با محوریت برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌ها پیرامون مدیریت و آینده توسعه گردشگری منطقه	حفظ محیط‌زیست بکر: اهداف: به حداقل رساندن آلودگی هوا، آب و زمین و زباله‌های باقی‌مانده از سوی ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری و نیز گردشگران و بازدیدکنندگان
افزایش اشتغال: ارتقاء کمی و کیفی مشاغل محلی مبتنی بر گردشگری، مانند سطح درآمد، شرایط خدمات و دسترسی همگانی بدون رانت و تبعیض	رفاه اجتماعی: حفظ و تقویت زندگی جوامع محلی در مناطق بومی در مواردی شامل ساختارهای اجتماعی، دسترسی به منابع، امکانات موردنیاز برای زندگی و فاصله گرفتن از هر نوع بحران اجتماعی-فرهنگی	مدیریت و حفاظت فیزیکی (محوریت نهادهای اجرایی): حفاظت و ارتقاء کیفیت مناظر طبیعی و جلوگیری از تخریب فیزیکی با محوریت فعالیت‌های نهادهای اجرایی
توزیع عادلانه منافع مالی و اجتماعی: توزیع گسترده مزایای اقتصادی گردشگری شامل بهبود فرصت‌ها، درآمدها و خدمات در دسترس برای طبقات فقیر و دهک‌های کم‌درآمد جامعه محلی	غنا فرهنگی: احترام به میراث تاریخی و فرهنگی بومی، سنت‌ها و آداب‌ورسوم تمایزبخش و هویت آفرین	افزایش اعتماد به نهادهای نظارتی (با محوریت پایگاه‌های جهانی): ارتقا اعتماد به نهادهای نظارتی خصوصاً پایگاه‌های جهانی به‌منظور افزایش میزان حمایت و همکاری جامعه محلی در فرایند نظارتی ایشان

در واقع تکیه بر این ساختار مورد تأیید نهادهای سیاست‌گذار بین‌المللی، امکان محوربندی و ایجاد پیوند پایدار و مستحکمی فراهم می‌سازد.

بررسی موردی یکی از محورهای دوازده‌گانه ارزیابی

با توجه به لزوم رعایت ایجاز و تلخیص، در انتهای گزارش، به‌عنوان نمونه یکی از محورهای دوازده‌گانه مورد واکاوی و ارزیابی قرار گرفته است که به شرح ذیل است.

محور قابلیت تداوم و سوددهی اقتصادی

با محوریت کسب اطمینان از قابلیت سوددهی و رقابت‌پذیری در بازار گردشگری و نیز توانمندی در کسب سود مالی در بلندمدت.

الف) ارزیابی آسیب‌شناسانه وضعیت موجود

بررسی ابعاد تداوم و سوددهی اقتصادی اقامتگاه‌های بومگردی، در محورهای ذیل انجام پذیرفت.

۱. تنوع خدمات و محصولات

• تنوع منو غذا و میان وعده

- محصولات اختصاصی هر یک از اقامتگاه‌های بومگردی از موارد مهم در این بخش بشمار می‌رود. در این زمینه اگرچه این اقامتگاه‌ها در استان کرمان عمدتاً در منوی غذای خود از موارد غذاهای سنتی استان کرمان و برخی از غذاهای خاص محلی (مانند قانع‌ها) استفاده می‌کردند (ایجاد تمایز نسبت به سایر استان‌ها) اما مورد ویژه‌ای در منو غذایی به‌عنوان پیشنهاد اختصاصی اقامتگاه‌ها مشاهده نمی‌شود. نکته دیگر در این زمینه آن است که اقامتگاه‌ها حتی در پیشنهاد مواردی مانند قانع‌ها که بومی‌ترین نمونه غذای ایشان به شمار می‌رود، تأکید چندانی نداشتند و عمدتاً به سرو غذاهای خورشتی (به‌ویژه قیمه‌بادمجان، قیمه، قورمه‌سبزی و در مواردی فسنجان) تمایل بیشتری داشتند. یکی از علل این موضوع آن است که در فضای کنونی جوامع محلی نیز عملاً قانع‌ها نسبت به گذشته کم‌رنگ‌تر شده است و خورشت‌های جایگزین این منو در الگوی پذیرایی ایشان گردیده است.

- ارائه دسر، شربت، پیش‌غذا و سایر موارد اختصاصی به‌جز چند مورد انگشت‌شمار (مانند شربت کاشیکلو در اقامتگاه نیکا) مشاهده نگردید.

• تنوع محصولات

- در برخی از اقامتگاه‌ها (تقریباً ۳۰ درصد موارد مشاهده شده) بخش فروشی مربوط به عرصه برخی از محصولات محلی و خانگی (اعم از فرآورده‌های لبنی، عرقیات، ترشیجات) مشاهده گردیده که البته بیشتر با هدف تسهیل دسترسی خریداران و کسب درآمد راه‌اندازی شده بود و هم‌سطح با این‌گونه محصولات در آن ناحیه جغرافیایی بود؛ درواقع هدف‌گذاری ایجاد محصولی اختصاصی و ویژه کمتر موردتوجه متصدیان اقامتگاه‌ها بود.

• تنوع خدمات جانبی اقامتگاه‌ها خصوصاً در زمینه بومگردی

- محور اصلی این بخش خدمات ارائه شده از سوی اقامتگاه‌های بومگردی در خارج از محوطه اقامتی خویش و متکی با ارزش‌های اکوتوریستی منطقه است.

- اغلب گردشگران و بازدیدکنندگان استفاده‌کننده از خدمات اقامتگاه‌های بومگردی در استان کرمان، با هدف دیدن جاذبه‌های طبیعی و نیز تاریخی-فرهنگی به شهرها و یا روستاهای استان مراجعه نموده‌اند و حین این موضوع، برای بهره‌گیری از خدماتی به اقامتگاه‌های بومگردی مراجعه نمودند. در این میان ارائه خدماتی مجزا و جانبی از سوی اقامتگاه‌ها نقش بسیار مهمی در تبدیل نمودن آن‌ها به مقصدهای جذاب و نه صرفاً بخشی جانبی تبدیل می‌کند. درواقع ارائه خدمات جانبی اقامتگاه‌ها خصوصاً در زمینه بومگردی، فرصتی را فراهم می‌آورد که خود به‌عنوان هدف گردشگری مشخص شود و عملاً تضمین‌کننده تداوم حضور آن در این بازار است. نمونه این الگو در میان اقامتگاه‌های باسابقه و فعال ایران خصوصاً آتشنونی واقع در روستای گرمه به مدیریت مازیار آل داوود و نیز دهکده گردشگری خانواده عباس برزگر در روستا بزم قابل مشاهده است.

- در موارد موردبررسی در استان کرمان در مجموع سه گروه اقامتگاه‌ها بومگردی شناسایی شد:

گروه اول: عدم ارائه خدمات جانبی (بیش از ۸۰ درصد موارد مشاهده شده به‌ویژه در مناطق بیلاقی): در این‌گونه اقامتگاه‌ها صرفاً خدمات اقامتی و نیز سرو غذا ارائه می‌شود و برنامه مجزایی خصوصاً در بیرون فضای اقامتگاه برای بازدیدکنندگان در نظر گرفته نشده است.

گروه دوم: خدمات جانبی مشابه سایر بخش‌ها (در حدود ۱۵ درصد مناطق مشاهده شده به‌ویژه مناطق دارای مناطق با ثبت جهانی و ملی): تعداد کمتری از اقامتگاه‌ها خصوصاً اقامتگاهی در شفیع‌آباد و سایر اقامتگاه‌های حاشیه کویر، میمند، ماهان در صورت درخواست گردشگر، مسئولیت راهنمایی و در موارد حمل‌ونقل ایشان به جاذبه‌های گردشگری طبیعی و فرهنگی-تاریخی منطقه بر عهده می‌گیرند. در برخی موارد به‌ویژه اقامتگاه‌های حاشیه کویر لوت و در شهرستان شهداد، ارائه وسایل نظیر خودرو و موتور سیکلت جهت کویر نوردی نیز صورت می‌گیرد.

گروه سوم: برنامه‌ریزی و ارائه خدمات اختصاصی: در موارد مشاهده شده، تعداد بسیار محدود که احتمالاً به ۵ درصد کل تعداد اقامتگاه‌های استان نیز نرسد، اقدام به برنامه‌ریزی مجزا و ارائه خدمات اختصاصی به گردشگران داده‌اند. اقامتگاه شاردون واقع

در دشتخاک شهرستان زرنند و نیز آفتاب ریگان واقع در روستای علی‌آباد از بارزترین این موارد هستند.

۲. کیفیت دسترسی و حمل‌ونقل

• راه‌ها مواصلاتی

- عمده راه‌های مواصلاتی دارای آسفالت نسبتاً مناسبی بودند و تنها تعداد محدودی بومگردی خصوصاً در مناطق کوهستانی دارای جاده خاکی بودند که با توجه به موقعیت جغرافیایی آن‌ها از سوی گردشگر قابل پذیرش است؛ اما نکته مهم آن است که این راه‌ها اغلب به‌منظور پوشش نیازهای محلی طراحی و اجرا شده بودند این در حالی است که عملاً امکان تأمین نیازهای ترافیکی در برخی موارد خصوصاً مناطق بیلاقی و نیز روستاهای حاشیه کویر به دلیل حجم بالای مسافر و گردشگر از ظرفیت این راه‌ها ممکن نیست.

• حمل‌ونقل عمومی

- وضعیت حمل‌ونقل عمومی خصوصاً ویژه گردشگران انفرادی خارجی که اصلاحات backpacker نامیده می‌شود، اساساً بدون سامان‌دهی و برنامه‌ریزی مشخصی است و این ابهام بشدت از سوی این گروه مورد تأکید بود که زمینه ایجاد سوءاستفاده برخی افراد در زمینه مالی را نیز فراهم آورده است. از سوی دیگر ضعف در این بخش سبب می‌شود تا وجه عمومی ارائه شده کرمان و جوامع محلی به گردشگران خارج از استان و کشور، در مقیاس قابل‌توجهی در قالبی غیرقابل‌پیش‌بینی و مدیریت ارائه شود.

۳. نوع خدمات دریافتی

• محوریت خدمات اقامتی

- عمده اقامتگاه‌های موجود در مناطق بیلاقی مانند خبر و گوغر، دلفارد، ساردوبیه، بندرهنزا و رابر، عمدتاً جنبه‌ی اقامتی دارند. درواقع از آنجاکه متقاضی این اماکن عمدتاً مسافران مناطق گرمسیری مانند بندرعباس و جنوب کرمان هستند، سفر ارزان موردتوجه آنان است و برنامه‌ریزی خاصی برای تأمین غذا دارند. در این زمینه می‌بایست به این موضوع توجه نمود که کارکرد اصلی چنین اقامتگاه‌هایی که در فضای کوهپایه‌ای و بیلاقی بنا شده‌اند نیز می‌بایست طبق الگوهای اقامتی طراحی شود چراکه سایر حوزه‌های خدماتی خصوصاً رستوران‌ها، دارای سابقه فعالیت زیادی هستند و از سوی دیگر بازار تقاضا کمتر بر محور گردشگر و بیشتر متکی بر مسافر است.

• محوریت سرو غذا

- اقامتگاه‌های بومگردی که در مسیر حرکت توره‌های گردشگری قرار دارند مانند ماهان و نیز اقامتگاه‌های فعال در مناطقی با فاصله اندک به شهرهای بزرگ (که عملاً اجبار اقامت شبانه را تبدیل به انتخاب می‌کند که بنا به تصمیم گردشگر ممکن است صورت نگیرد) عمدتاً محوریت سرو غذا دارند. البته این بدان معنا نیست که این اقامتگاه‌ها هیچ مسافر شب‌خوابی ندارند اما محوریت اصلی در بازار عرضه و تقاضای این بخش سرو غذاست.

- از آنجاکه در روستاهای پیرامون شهداد نیز، توره‌های گردشگری متعددی از تهران و سایر شهرها حضور می‌یابند، خدمات‌دهی به این تورها نیز در موارد متعددی در سطح ارائه غذا پایان می‌یابد.

• اقامت، غذا، لیدر محلی

ارائه خدماتی مجزا و جانبی از سوی اقامتگاه‌ها نقش بسیار مهمی در تبدیل نمودن آن‌ها به مقصدهای جذاب و نه صرفاً بخشی جانبی تبدیل می‌کند. در واقع ارائه خدمات جانبی اقامتگاه‌ها خصوصاً در زمینه بومگردی، فرصتی را فراهم می‌آورد که خود به‌عنوان هدف گردشگری مشخص شود و عملاً تضمین‌کننده تداوم حضور آن در این بازار است. نمونه این الگو در میان اقامتگاه‌های با سابقه و فعال ایران خصوصاً آشنونی واقع در روستای گرمه و نیز دهکده گردشگری در روستای بزم قابل مشاهده است.

تاریخی تأسیس می‌شوند ذیل اقامتگاه‌های سنتی قرار می‌گیرند. تفاوت اقامتگاه‌های سنتی و هتل‌های سنتی این است که گروه اول برای ارائه خدمات گردشگری تغییر کاربری می‌دهند اما هتل‌های سنتی از ابتدا به‌منظور خدمات هتلداری در قالبی سنتی طراحی شده‌اند.

● از دید این گروه، اقامتگاه‌های بومگردی می‌بایست در فضای روستایی، همراه با حضور اعضای یک خانواده و در الگوی سنتی زندگی ایشان دنبال شود و عملاً ایجاد اقامتگاه‌های بومگردی شهری سبب شده است تا اغلب این موارد مانند هتل‌ها و سایر اقامتگاه‌ها خدمات هتلداری ارائه دهند و جریان پویای زندگی به چشم نمی‌خورد.

● اقامتگاه‌های بومگردی شهری از استانداردی دوگانه استفاده می‌کنند. این واحدها در هنگام تأسیس از بسیاری از زیرساخت‌های پرهزینه که در تأسیس یک هتل-آپارتمان و هتل سنتی و نیز رستوران (مانند آشپزخانه صنعتی) مستثنا هستند اما در عمل با این استدلال که مربوط به حوزه بومگردی هستند در حوزه‌های گوناگونی مانند سرو عمومی غذا در دو وعده نهار و شام فعالیت می‌کنند و عملاً به اصناف نیز پاسخگو نیستند.

● در مجموع حضور و فعالیت اقامتگاه‌های بومگردی در شهرها خصوصاً موارد نسبتاً پرجمعیت عملاً به‌عنوان تهدیدی برای سرمایه‌گذاران متوسط به شمار می‌رود. مهم‌ترین این انتقادهای به مناطق گردشگری عمومی بازمی‌گردد که از این موارد می‌توان به ماهان و راین اشاره نمود.

● از سوی دیگر موافقان بومگردی و نیز مسئولان مربوطه در سازمان

برخی از اقامتگاه‌های بومگردی برنامه‌ی ویژه‌ای علاوه بر خدماتی نظیر اقامت و سرو غذا دارند. نکته قابل‌ملاحظه آن است که تعداد اقامتگاه‌های با رویکرد این‌چنین، کمتر از ۱۰ مورد برآورد می‌شود و حتی با قاطعیت می‌توان بیان نمود که صرفاً اقامتگاه شاردون واقع در دشتخاک زرنند، دارای سناریو اکوتوریسم هدفمند در بازه زمانی بیش از یک روز است که عملاً نشان دهنده ضعف جدی در این بخش است.

۴. تداوم و ظرفیت رقابت‌پذیری با سایر مشاغل گردشگری

● نقاط ضعف در حوزه سرمایه‌گذاری و بازگشت آن

- بازگشت سرمایه؛ موضوع الگو و نحوه‌ی سرمایه‌گذاری در رابطه با تداوم بازار دارای اهمیت است. به‌طورمعمول و طبق نظر کارشناسان بازار گردشگری خصوصاً هتلداری، بازگشت سرمایه پس از حدود ۸-۱۰ سال و مستهلک شدن آن، وضعیتی مناسب است؛ اما در این زمینه بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد که وضعیت این بخش در میان اقامتگاه‌های بومگردی بسیار متغیر است. برخی از واحدها خصوصاً در روستاهای حاشیه کویر لوت، وضعیتی به‌مراتب بهتر داشته و حتی این مدت‌زمان به کمتر از ۴ سال کاهش یافته است؛ اما در اغلب موارد این موضوع ضعیف است که علت آن به چندین علت اصلی باز می‌گردد؛ در مناطق بیلاقی فصلی بودن، رقابت شدید میان بخش غیررسمی برای اجاره منزل و اقامتگاه‌های بومگردی و در نتیجه دریافت هزینه اقامت و ورودی تا یک‌ششم نرخ نامه رسمی، از عوامل این روند کند است. در سایر مناطق نیز محدود بودن تعداد گردشگری انفرادی و یا تور، عدم دارا بودن الگوی بازاریابی دقیق، فعالیت محدود آژانس‌های گردشگری کرمانی در زمینه ورود گردشگر موجب این فرایند شده است.

- مهم‌ترین نقطه‌ضعف این واحدها از جنبه درونی، عدم تخصص پیشینی در بازار گردشگری است. در واقع تمامی مواردی مانند ضعف در الگوی بازاریابی، ارائه الگوهایی جهت جذب بیشتر گردشگر و مواردی از این دست به این موضوع باز می‌گردد. به‌بیان‌دیگر اگر اقامتگاه‌های بومگردی را در دو عرصه دانش بومی و تخصص در بازار گردشگری بررسی نمایم، عدم تخصص در حوزه گردشگری بیشتر به‌عنوان ضعف محوری این اقامتگاه‌ها بشمار می‌رود.

● تأثیر و تأثرات در بازار گردشگری

- تأثیرات مخل از دید سایر فعالان حوزه گردشگری: با توجه به سابقه نسبتاً محدود اقامتگاه‌های بومگردی در مقایسه با سایر بخش‌های این بازار، اعتراضات از سوی برخی از این موارد خصوصاً اماکن اقامتی نظیر هتل‌ها، هتل آپارتمان‌ها و نیز رستوران‌ها طرح می‌گردد که تیم پژوهشگر در نمونه‌گیری میدانی به مصاحبه با ایشان پرداخت. مهم‌ترین آسیب‌های طرح‌شده از تأثیرات اقامتگاه‌های بومگردی در بازار گردشگری از منظر این گروه عبارت است از:

● اقامتگاه‌های روستایی اساساً معضلی و تداخلی در بازار ایجاد نموده‌اند بلکه این مشکل مربوط به اقامتگاه‌های بومگردی فعال در شهرها خصوصاً مراکز شهرستان و بخش‌ها است. از نظر ایشان، اقامتگاه‌هایی که در محیط شهری و با تغییر کاربری منازل و اماکن

میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری در پاسخ به این انتقادات بیان می‌کنند:

- تفاوت اصلی اقامتگاه‌های سنتی و اقامتگاه‌های بومگردی در امکان سرو غذا و خدمات رستورانی برای عموم توسط اقامتگاه‌های سنتی است؛ این در حالی است که برخی از اقامتگاه‌های بومگردی اقدام به سرو عمومی غذا می‌نمایند که گویا مورد اعتراض کارشناسان مربوطه نیز قرار گرفته‌اند.

- محدودیتی از لحاظ قانونی در رابطه با الزام به حضور اقامتگاه‌های بومگردی در مناطق روستایی وجود ندارد و از این‌رو در مناطق دارای بافت سنتی و تاریخی نیز این مجوز صادر می‌شود.

اما در مجموع در این بخش توجه به این موضوعات دارای اهمیت است:

- تعارض میان فعالیت‌های اقامتگاه‌های بومگردی با سایر بخش‌های رستورانی و اقامتی خصوصاً در محدوده شهری موضوعی عمومی در سطح کشور است که به دلیل ضعف در اسناد بالادستی ایجاد شده است. به‌عنوان نمونه استان یزد نیز با این موضوع روبرو بوده است و راهکار پیشنهادی مانند عملکرد سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان کرمان را اجرایی نموده است.

- تخلف برخی از اقامتگاه‌های بومگردی خارج از ضوابط موجب نگرانی برخی از سایر واحدهای ارائه‌دهنده خدمات به گردشگران شده است که می‌بایست از سوی سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری رسیدگی شود.

- عدم توجه به‌ضرورت حضور و زیست خانوادگی در اقامتگاه‌های بومگردی سبب شده است که از سوی نهادهای مرتبط با نظارت بر اماکن عمومی، باز بودن درب ورودی آن‌ها در اولویت قرار گیرد که عملاً بهانه کافی در جهت ارائه خدماتی خارج از محدوده فعالیت‌های اقامتگاه‌های بومگردی فراهم نماید.

• چالش‌های بیرونی سرمایه‌گذاری در حوزه بومگردی

- مهم‌ترین چالش پیش روی اقامتگاه‌های بومگردی خصوصاً در مناطق روستایی فعال شدن سرمایه‌گذاری‌های کلان است. اگرچه توسعه سایت‌های مرتبط با اکوتوریسم از اولویت مهم سیاستی استان بشمار می‌رود اما در صورت عدم برنامه‌ریزی دقیق در این حوزه، موجب ایجاد خلل جدی در فعالین اقامتگاه‌های بومگردی در مناطق نسبتاً موفق خواهد شد.

- طبق یکی از سناریوهای طرح‌شده توسط فعالان و متخصصان حوزه گردشگری، فعال شدن اقامتگاه‌های بومگردی، عملاً سازوکار نسبتاً ثابتی از بازار گردشگری کرمان را دچار نوسان می‌کند و گردشگران را به مناطق جدیدی هدایت می‌نماید، اما در ادامه شرکت‌های سرمایه‌گذاری کلان فرصت آن را می‌یابند تا پس از سنجش میزان موفقیت این واحدها و تست بازار، برنامه سرمایه‌گذاری دقیقی با طرح توجیهی عینی تهیه نمایند. از سوی دیگر اقامتگاه‌های بومگردی در کنار ایجاد فرصت تست بازار برای این شرکت‌ها نوعی بازاریابی مداوم و اولیه برای منطقه هدف صورت می‌دهند که در نهایت در صورت موفقیت طرح خدمات کلان آن‌ها در جلب رضایت

گردشگران، جذب بخشی قابل‌توجهی از متقاضیان این واحدهای اقامتی، امری محتمل است؛ البته پذیرش این سناریو به معنای نادیده گرفتن جلب فرصت‌های ارزشمند سرمایه‌گذاری در حوزه اکوتوریسم نیست بلکه می‌بایست خصوصاً در دو منطقه حاشیه کویر لوت و خبر، برنامه‌ریزی دقیقی در تبیین نسبت محدوده تعامل این دو حوزه باهم داشت. به‌عنوان مثال واگذاری کاروانسرای شفیع‌آباد به بخش خصوصی در کنار شروع به فعالیت سایت اکوتوریسم با سرمایه‌گذاری ماهان، دارای تأثیرات محتمل مثبت و منفی گسترده در کسب‌وکار رونق یافته روستاهای شهداد خصوصاً شفیع‌آباد است و در نتیجه ضرورت دارد تا در کارگروهی ساماندهی شود.

ب) راهبردهای پیشنهادی بر مبنای ارزیابی میدانی

۱. برندسازی مبتنی بر ظرفیت اقامتگاه‌های بومگردی استان کرمان در محورهای گوناگون مانند سرو غذا ارگانیک، بدون تکنولوژی، همگرا با محیط‌زیست، همگرا با توان‌یابان و سالمندان و ...

۲. ارائه راهبردی مشخص در حوزه بازاریابی اعم از آموزش متصدیان اقامتگاه‌های بومگردی توسط متخصصان این عرصه، الگوی تأمین مالی بازاریابی و ظرفیت‌هایی نظیر فضای مجازی و الگوهای روزآمد بازاریابی

۳. وجود حمایت‌های توسعه محصول و فعالیت‌های بازاریابی در فصل کم گردشگر

۴. ایجاد انجمن و تعاونی در جهت ارائه اجرای الگوهای بازاریابی متشکل از مشاغل مشارکت‌کننده

۵. اجرای برنامه‌های لازم برای تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقل عمومی مرتبط با نقاط هدف اکوتوریسم خصوصاً روستایی با محوریت گردشگران خارجی و داخلی

در رابطه با گردشگران خارجی می‌بایست سیستم جامعی از سوی نهادهای ذی‌ربط ساماندهی شود تا اولاً اطلاعات اولیه مانند کیفیت جاده‌ها و مدت‌زمان حمل‌ونقل، هزینه حمل‌ونقل و مواردی از این‌دست را در قالبی چندزبانه و رسانه‌های گوناگون (مکتوب، مجازی و ...) در اختیار قرار دهد و از سوی دیگر مجوز و برندی در زمینه گروه‌های مورد تأیید (در مواردی مانند تسلط نسبی به زبان به تفکیک زبان‌های مختلف، دریافت حق‌الزحمه استاندارد، سابقه حداقلی در زمینه تخلفات راهنمایی و رانندگی و حسن سابقه) خصوصاً در زمینه حمل‌ونقل عمومی طراحی و اجرا شود.

۶. ارتقاء و تجهیز راه‌های مواصلاتی خصوصاً روستایی و افزایش علائم و تابلوهای راهنمای جغرافیایی، راهنمای اماکن گردشگری خصوصاً اماکن دوستدار و همگرا با طبیعت نظیر اقامتگاه‌های بومگردی و نیز علائم راهنمایی و رانندگی

۷. تعیین کارگروهی مشترک از بخش خصوصی و دولتی به‌منظور تنظیم شرایط فعالیت هر یک از انجمن‌های صنفی فعال در بازار گردشگری در نسبت با اقامتگاه‌های بومگردی؛ خصوصاً تداخل فعالیت اقامتگاه‌های بومگردی و مراکز اقامتی و رستوران‌ها و نیز نسبت فعالیت شرکت سرمایه‌گذار در حوزه اکوتوریسم و روستاهای هدف بومگردی به‌منظور اینجا کسب‌وکاری پایدار در این بخش. •

مطالعه امکان سنجی توسعه خوشه کسب و کار گردشگری کرمان (بهار ۹۶)

(این نوشتار تلخیصی است از پروژه پژوهشی با همین عنوان که در شرکت شهرک‌های صنعتی کرمان به سفارش کمیسیون گردشگری و خدمات اتاق بازرگانی، صنایع و معادن کرمان انجام شده است.)

< بهنام شجاع‌الدینی
دانش آموخته MBA گرایش بازاریابی
دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران



پیشگفتار

به‌عنوان الگوی توسعه منطقه‌ای در بسیاری از مناطق جهان مطرح می‌کنند. یکی از راهکارهای توسعه پایدار، جهت‌دهی صنایع کوچک و متوسط به سمت خوشه شدن می‌باشد. شکل‌گیری یک خوشه بر اساس اصل کارایی جمعی و مبتنی بر تمرکز جغرافیایی شرکت‌های هم تخصص و ایجاد مجموعه‌ای متعامل، با تهدیدها و فرصت‌هایی مشترک می‌باشد. به‌طور قطع، مراد از خوشه شدن صنایع، صرف در نظر گرفتن منطقه‌ای مناسب و انتقال شرکت‌های هم‌گروه به آنجا نیست بلکه منظور شناسایی صحیح مناطق مستعد برخورد از حداقل سطح بنگاه‌ها و در نهایت برقراری روابط قوی بین آن‌ها می‌باشد.

یک خوشه صنعتی مجموعه‌ای از بنگاه‌های تجاری و غیرتجاری متمرکز در یک مکان جغرافیایی در یک منطقه اقتصادی را شامل می‌شود که برای تولید یک یا چند محصول نهایی مشابه و مرتبط برای کسب صرفه‌های اقتصادی بیرونی با یکدیگر ارتباطات عمودی و افقی برقرار نموده و ضمن رقابت با یکدیگر در بسیاری از موارد همکاری جمعی و اقدامات مشترک دارند. نکات اصلی مورد اشاره در تعاریف ارائه‌شده عبارت است از:

۱. تمرکز در یک منطقه جغرافیایی
۲. وجود ارتباط درون بنگاهی و درون صنعتی بین بنگاه‌های عضو
۳. در طول هم قرار گرفتن بنگاه‌ها در درون خوشه (ارتباطات عمودی)
۴. وجود سازمان‌های غیرتجاری در کنار بنگاه‌های تجاری در درون یک خوشه
۵. همکاری بین بنگاه‌ها و انجام اقدامات مشترک و جمعی
۶. وجود رقابت بین اعضا

امروزه گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع توسعه پایدار، فرصت بزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای کلان‌شهرها جهانی از جمله کلان‌شهرهای ایران به وجود می‌آورد. این صنعت در ساختارهای فضایی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی عصر پسادردن در جامعه حال حاضر شهری ایران بسیار بااهمیت است؛ بر اساس چنین ویژگی، گسترش فضاهای باز جمعی و ایجاد مراکز فراغتی و تفریحی مدرن یکی از اهداف مهم برنامه ریزان مدیریت کلان‌شهرهای جامعه در حوزه گردشگری شهری می‌باشد. وجود جاذبه‌های متنوع در شهرها چون اماکن تاریخی، جاذبه‌های طبیعی، فضاهای سبز، مراکز فرهنگی امکانات ورزشی، تسهیلات مهمان‌نوازی، مراکز خرید و بازارها و... جزء پارامترهای مهم شکل‌گیری گردشگری شهری می‌باشد.

کارشناسان، گردشگری را بزرگ‌ترین، پیش‌تازترین و پیچیده‌ترین صنعت دنیا می‌دانند. گردشگری در حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص جهانی را به خود اختصاص داده و در حدود ۲۵۰ میلیون شغل در سراسر دنیا ایجاد کرده است. برخی کارشناسان بر این باورند که گردشگری می‌تواند به‌عنوان تنها راه‌حل رفع شکاف بین کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه ایفای نقش کند. گردشگری با ایجاد اشتغال، گسترش فرصت‌های کارآفرینی، سرمایه‌گذاری، افزایش درآمدهای ملی و محلی و کاهش تنش‌های سیاسی در دنیای کنونی رهاوردهای بسیاری را برای جوامع به ارمغان آورده است.

خوشه (Cluster) چیست؟

سازمان‌های بین‌المللی و وابسته به سازمان ملل، خوشه صنعتی را

به‌طورکلی در ۱۰ سال آینده سهم اشتغال در بخش گردشگری نسبت به کل مشاغل موجود در خاورمیانه افزایش اندکی خواهد داشت. همچنین پیش‌بینی می‌شود تعداد بازدیدکنندگان و گردشگران در این منطقه با رشد خوبی همراه باشد اما به دلیل مبتنی بر نفت بودن اقتصاد این منطقه، با افزایش قیمت نفت از سال جاری میلادی، سهم درآمدهای گردشگری از کل رقم صادرات گردشگری (بازدید گردشگران خارجی از یک کشور صادرات گردشگری خوانده می‌شود) با اندکی کاهش همراه خواهد بود. از نظر سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری نیز این آهنگ در سال ۲۰۱۷ همچنان با قدرت ادامه خواهد یافت.

میزان گردشگران ایران و خاورمیانه

طبق گزارش WTTC، میزان صادرات گردشگری یا در واقع همان بازدیدکنندگان خارجی از منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۱۶ به رقمی حدود ۸۳ / ۲ میلیارد دلار رسید که معادل ۸ درصد کل صادرات این منطقه است. پیش‌بینی‌ها حاکی از این است که میزان گردشگران خارجی وارد شده به منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۱۷ شاهد رشد ۱ / ۵ درصدی خواهد بود و در خلال سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۲۷ نیز به‌طور متوسط با رشد ۴ / ۵ درصدی به ۱۴۸ / ۳ میلیارد دلار دست خواهد یافت؛ اما به‌رغم این رشد، به دلایلی از جمله افزایش بهای نفت در بازارهای جهانی، رقم به‌دست‌آمده از محل ورود گردشگران به منطقه خاورمیانه تنها ۷ درصد از کل صادرات منطقه را تشکیل می‌دهد. نگاهی به وضعیت ایران نشان می‌دهد عواید حاصل از گردشگری در سال ۲۰۱۶ حدود ۴ / ۲ میلیارد دلار بوده است که ۳ / ۳ درصد از صادرات کشور را به خود اختصاص می‌دهد. پیش‌بینی می‌شود این میزان در سال ۲۰۱۷ با رشد قابل‌توجه ۱۱ / ۶ درصدی روبه‌رو شود و در فاصله سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۲۷ نیز به‌طور متوسط با آهنگ ۳ / ۴ درصد در سال رشد کند و تا پایان سال ۲۰۲۷ به رقم ۶ / ۶ میلیارد دلار برسد که تنها معادل ۲ / ۷ درصد از کل صادرات کشور خواهد بود.

معرفی خوشه گردشگری کرمان

● جغرافیای خوشه

کرمان به‌درستی گنجینه تاریخ است و از هر دوره و هر زمانی بناهایی به یادگار دارد که هریک از داستانی بس شنیدنی حکایت می‌کنند. پهناورترین استان ایران در ادوار مختلف تاریخ، پذیرای انبوه اتفاقات دیدنی و شنیدنی و افتخارآمیز و ذلت‌بار، شادی‌آفرین و غمبار بوده و علی‌رغم ناملایمات بسیاری که از روزگاران دور و نزدیک دیده همچنان مغرور و پرافتخار خودنمایی می‌کند و منتظر زمانی است که جایگاه شایسته خود را بازیابد، کرمان با توجه به توانایی‌های فراوان طبیعی و تاریخی می‌تواند مقصد انواع گردشگر و توریست واقع شود. استان کرمان با وسعت ۱۸۳۲۸۵ کیلومترمربع در جنوب شرقی ایران بین ۲۵ درجه و ۵۵ دقیقه تا ۳۲ درجه عرض شمالی و ۵۲ درجه و ۲۶ دقیقه تا ۵۹ درجه و ۲۶ دقیقه طول شرقی واقع شده است این استان از شمال به استان‌های خراسان جنوبی و یزد و از جنوب به

۷. هم رشته بودن بنگاه‌ها در یک شاخه یا دسته صنعتی خاص (تشکیل زنجیره ارزش)
۸. وجود تهدیدها و فرصت‌های مشترک برای بنگاه‌های درون خوشه
۹. پیدایش خدمات تخصصی، فنی، مدیریتی و مالی در خوشه
۱۰. وابستگی به یک منطقه خاص جغرافیایی-اقتصادی
۱۱. هم‌افزایی رقابت و همکاری در خوشه
۱۲. کارایی جمعی و بهره‌برداری از صرفه‌های اقتصادی بیرونی

چرا خوشه‌ها برای رقابت، حیاتی هستند؟

رقابت‌های جدید مبتنی بر بهره‌وری است نه دسترسی به عوامل تولید و یا اندازه تکنک بنگاه‌ها. بهره‌وری به چگونگی رقابت شرکت‌ها متکی است نه زمینه‌های ویژه‌ای که آن‌ها در آن رقابت می‌کنند. اگر شرکت‌ها، روش‌های پیچیده‌ای را بکار بگیرند و از فناوری پیشرفته استفاده کنند و محصولات و خدمات منحصر بفردی ارائه دهند، می‌توانند در هر صنعتی از جمله کشاورزی و ... کاملاً بهره‌ور باشند. تمامی صنایع می‌توانند از فناوری پیشرفته استفاده کنند. همه صنایع می‌توانند دانش افزا باشند. باوجود این، کیفیت محیط کسب‌وکار محلی، میزان پیچیدگی کار شرکت‌ها را که در یک مکان خاص رقابت می‌کنند، به‌شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. در اقتصادهای پیشرفته، جنبه‌های بنیادی‌تر محیط کسب‌وکار ویژگی خوشه است. این امر برخی از مهم‌ترین زیرساخت‌های اقتصاد خرد را برای رقابت تشکیل می‌دهد.

خوشه‌ها از سه طریق، رقابت را تحت تأثیر قرار می‌دهند:

۱. افزایش بهره‌وری مبتنی بر استقرار شرکت‌ها
 ۲. با هدایت سریع پیشرفت نوآوری‌ها که رشد بهره‌وری آتی را تضمین می‌کند.
 ۳. با ترغیب تشکیل کسب‌وکارهای جدید که این امر، خوشه را توسعه می‌دهد و تقویت می‌کند.
- هر خوشه به اعضای خود این امکان را می‌دهد که بدون از دست دادن انعطاف‌پذیری خود، به نحوی عمل کند که گویی از مقیاس بزرگتری برخوردار است و به شرکت‌های دیگر پیوسته است. (Porter, 1998)

آینده گردشگری در ایران

بر اساس پیش‌بینی شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC) سال ۲۰۱۷ برای گردشگری ایران رشد خوبی به همراه خواهد داشت و تعداد گردشگران ورودی با رشد ۱۱ / ۶ درصدی به ۵ میلیون و ۵۳۱ هزار نفر خواهد رسید. طبق این گزارش، در سال ۲۰۲۷ تعداد گردشگران ورودی به ایران از مرز ۱۰ میلیون نفر تجاوز خواهد کرد و این در حالی است که طبق برنامه‌ریزی‌های داخلی، ایران باید تا سال ۲۰۲۰ به رقم ۲۰ میلیون گردشگر دست یابد. طبق این گزارش، مشارکت مستقیم و کلی بخش سفر و گردشگری در تولید ناخالص داخلی جهان با رشد خوبی ادامه پیدا خواهد کرد. علاوه بر این، انتظار می‌رود در سال جاری میلادی، ایجاد اشتغال در منطقه خاورمیانه با رشد کمتری نسبت به سال آینده اتفاق بیفتد اما

شهرستان	جمعیت (نفر)	مساحت (هکتار)
کرمان	۵۳۷,۷۱۸	۴,۴۴۳,۲۴۴
ماهان	۳۳,۵۲۱	۰
شهداد	۵,۲۱۷	۰
راین	۱۰,۲۸۶	۰
رفسنجان	۲۵۵,۳۷۷	۸۵۷,۵۹۴
بم	۱۶۷,۸۱۰	۴۹۸,۵۱۳
شهربابک	۸۵,۸۵۱	۱,۰۵۰,۱۵۲
میمند	۱,۵۹۶	۰
جمع	۱,۰۹۷,۳۷۶	۶,۸۴۹,۵۰۳
درصد از کل استان	۳۴,۷٪	۳۷,۴٪

مسیرهای گردشگری تعریف شده در خوشه:

- ۱- کرمان، ماهان، شهداد
 - ۲- کرمان، بم
 - ۳- کرمان، میمند، شهربابک
 - ۴- کرمان، رفسنجان
 - ۵- کرمان، راین
- استان کرمان با داشتن پتانسیل بالا در زمینه گردشگری می‌تواند در زمینه‌های زیر فعالیت و اقدام به جذب گردشگر نماید:
- ۶- گردشگری تاریخی
 - ۷- گردشگری بیابانی
 - ۸- گردشگری طبیعت‌گردی
 - ۹- گردشگری فرهنگی
 - ۱۰- گردشگری روستایی
 - ۱۱- گردشگری قومی و عشایری
 - ۱۲- گردشگری شهری
 - ۱۳- گردشگری سلامت
- موارد فوق بر اساس توانایی‌های خوشه و زیرساخت‌های موجود اولویت‌بندی شده‌اند.

بناگاه‌های کوچک و متوسط گردشگری

بر پایه اطلاعات سرشماری کارگاهی کشور در سال ۱۳۸۵ در حال حاضر قریب به ۵/۱ میلیون کارگاه کوچک و متوسط در کشور مشغول به فعالیت هستند که حدود ۹۵ درصد کل کارگاه‌های کشور و بیش از ۹۰ درصد از ۲۲۷۵۰ هزار نفر شاغل رسمی را در خود جای داده است. با استناد به گزارش‌های منتظره از طرف سازمان صنایع کوچک و متوسط تا پایان سال ۱۳۸۸ تعداد ۱۰۱۵۵۵ فقره جواز تأسیس صنایع کوچک و متوسط در مجموع با ۷۵۳۰۹۲ میلیارد ریال سرمایه ثبت شده و میزان اشتغال‌زایی ۷۷۷۴۴۴ نفر صادر شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود حجم فعالیت‌های تولیدی و خدماتی بناگاه‌های کوچک و

استان هرمزگان، از شرق به استان سیستان و بلوچستان و از غرب به استان فارس محدود می‌شود. استان کرمان در حال توسعه حاضر مشتمل بر ۲۳ شهرستان است که مرکز آن شهر کرمان می‌باشد ارتفاعات استان کرمان دنباله رشته‌کوه‌های مرکزی ایران است مهم‌ترین ارتفاعات استان عبارت‌اند از: کوه هزار که در ۱۱۴ کیلومتری شمال غربی بم در شهر راین واقع شده است و ۴۵۰۱ متر ارتفاع دارد کوهستانی است به وسعت ۹۰۰ کیلومترمربع و مرکب از کوه‌های سربنه و سرمشک که با ارتفاعات پست‌تری از سوی غرب به کوه‌های لاله‌زار و از جنوب به بهر آسمان اتصال یافته است. کوه جویبار، این کوه در ۴۳ کیلومتری جنوب شرقی کرمان با ارتفاع ۴۱۳۵ متر واقع شده است مرتفع‌ترین قله آن معروف به سه شاخ بزرگ ۴۲۰۰ متر ارتفاع دارد استان کرمان از تنوع آب‌وهوایی: گرم، شدیداً خشک، متمایل به چندان خشک، سرد و بی‌یلاق متمایل به استپ و نیمه‌خشک تا کویری برخوردار است. استان کرمان سرزمینی چهارفصل با جاذبه‌های طبیعی و تاریخی گردشگری بسیار است.

الف) پراکندگی آثار و جاذبه‌های گردشگری

استان کرمان با توجه به اینکه از دیرباز مکان سکونت ایرانیان بوده است، آثار تاریخی متعددی را در نقاط مختلف خود دارد. تنوع اقلیمی و طبیعت این استان نیز موجب پراکندگی جاذبه‌های گردشگری در سطح این استان شده است. عمده آثار گردشگری در قسمت مرکزی و شمال و غرب استان پراکنده شده است و در قسمت‌های جنوبی بجز شهرستان بم، بقیه شهرها از جاذبه‌های گردشگری کمتر برخوردارند.

ب) محدوده‌های گردشگری

منطقه‌های گردشگری در دو گروه تفرج متمرکز و تفرج گسترده مشخص شده است. بیشترین سطح استان را در حوزه تفرج گسترده و طبقه‌بندی نامناسب در برگرفته است و پس از آن طبقه‌بندی دوم تفرج گسترده اطراف شهرهای بردسیر، رابر و بافت و در امتداد رشته‌کوه‌های این منطقه است. در بخش تفرج متمرکز نیز شهرستان‌های کرمان، رفسنجان و سیرجان بیشترین جذابیت گردشگری را دارند.

ج) پراکندگی تأسیسات و امکانات گردشگری

امکاناتی که به گردشگری کمک می‌کند (از جمله هتل‌ها، ایستگاه‌های راه‌آهن، فرودگاه و راه) ها عمدتاً در شهرهای مهم و بزرگ استان از جمله کرمان، رفسنجان، سیرجان و بم متمرکز است. بررسی پراکندگی امکانات و پراکندگی نقاط جاذب گردشگری استان، نشان از هماهنگی آن‌ها با یکدیگر به نفع منطقه شمالی استان دارد. در واقع بیشتر امکانات و تسهیلات در بخش‌های شمالی متمرکز است و بیشتر جاذبه‌های گردشگری نیز در این حوزه متمرکز است.

● محدوده خوشه

خوشه شامل شهرهای کرمان، رفسنجان، بم، شهربابک، شهداد و نوابغ این شهرها می‌باشد که بیشترین تعداد جاذبه‌های گردشگری در این شهرها و یا اطراف آن‌ها پراکنده شده است. همچنین بیشترین تعداد کسب‌وکارهای وابسته به گردشگری در این مناطق تأسیس گردیده است.

متوسط بسیار بالا بوده و از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. تعداد بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در خوشه گردشگری کرمان بر اساس بررسی‌های میدانی نگارنده به شرح جدول ذیل می‌باشد:

ردیف	نوع واحد	تعداد واحد
۱	هتل	۱۹
۲	خانه مسافر	۱
۳	مهمان‌پذیر	۲۰
۴	خانه بوم گردی	۴۹
۵	آژانس‌های مسافرتی	۹۱
۶	تور لیدر فعال	۱۲۰
۷	مجتمع‌های بین‌راهی	۵۰
۸	مجتمع‌های گردشگری	۴۷
۹	تالار	۴۱
۱۰	رستوران	۱۲۲
۱۱	فست فود و ساندویچی	۳۶۵
۱۲	سفره‌خانه سنتی	۴۱
۱۳	چایخانه و کافی‌شاپ	۵۱
۱۴	آبمیوه فروشی و بستنی	۹۱
۱۵	کبابی و جگرکی	۱۷
۱۶	طب‌خانه	۲۹
۱۷	تاکسی گردشگری	۰
جمع کل (نفر)		۱۱۸۹

خوشه گردشگری کرمان در سال‌های آینده با توجه به اقدامات انجام‌شده و خروج کرمان از لیست سیاه گردشگران خارجی و اقبال بیشتر مردم ایران به گردشگری داخلی با افزایش چشمگیری مواجه خواهد شد. لازم به ذکر است که به‌طور تقریبی درآمد ناخالص سالانه خوشه به نسبت‌های زیر در کسب‌وکارهای فعال در خوشه تخصیص داده می‌شود:

۱- واحدهای اقامتی: ۵۰٪

۲- واحدهای پذیرایی: ۳۰٪

۳- ترانسفر و تور گردانی: ۱۰٪

۴- سایر: ۱۰٪

کلیه موارد فوق بصورت تقریبی و بدون احتساب هزینه بلیط رفت‌وبرگشت و خرید صنایع‌دستی توسط گردشگران محاسبه گردیده است.

در ایام نوروز کرمان یکی از مسیری‌هایی می‌باشد که مسافران زیادی را به خود می‌بیند. در ایام نوروز سال ۱۳۹۶ بنا به گفته مدیرکل سازمان میراث فرهنگی تعداد سه میلیون و سیصدویست هزار و هفتصد و شصت‌ونو نفر از استان کرمان بازدید کردند که از این تعداد ۵۲۰۰۰ نفر در مراکز اقامتی استان (۲۵۰۰۰ نفر در هتل‌ها، ۱۴۰۰۰ نفر در مهمان‌پذیرها، ۱۳۰۰۰ نفر در خانه‌های بوم گردی) اقامت کرده و تعداد ۱۵۴،۸۳۶ نفر توسط ستاد اسکان فرهنگیان در مدارس پذیرش گردیدند. میانگین اقامت در مدارس ۲/۳ روز می‌باشد. حال با توجه به آمار فوق و با توجه به اینکه به طور میانگین هر گردشگر در ایام نوروز به میزان یک‌میلیون ریال در حوزه گردشگری کرمان خرج نماید میزان درآمد وارده به حوزه گردشگری در ایام نوروز به میزان ۴،۹۸۱،۱۵۳،۵۰۰،۰۰۰ ریال خواهد بود.

حجم تولید و فروش کل خوشه

با توجه به برآورد سالانه درآمد ناخالص خوشه میزان فروش کل خوشه در سال ۱۳۹۵ به میزان تقریبی هزار و شصت‌صد میلیارد ریال بوده است که در صورت تبلیغات بهتر در زمینه شناساندن توانایی‌های گردشگری خوشه می‌تواند رشد چشمگیری در سال‌های آینده داشته باشد. همچنین میانگین درآمد خوشه در بازه زمانی ایام نوروز (از ۹۵/۱۲/۲۶ لغایت ۹۶/۰۱/۱۵) به میزان تقریبی پنج هزار میلیارد ریال می‌باشد.

بازارهای هدف

بازار هدف خوشه گردشگری کرمان به دو دسته کلی تقسیم‌بندی می‌شود:

دسته اول: گردشگران داخلی

دسته دوم: گردشگران خارجی

با توجه به جاذبه‌های گردشگری خوشه و توانایی‌ها و زیرساخت‌های موجود در خوشه مشتریان دسته اول بصورت زیر تقسیم‌بندی می‌شوند:

۱- گردشگران مقیم در استان کرمان

۲- گردشگرانی که از سایر استان‌ها وارد کرمان می‌شوند.

گروه اول با توجه به اینکه در جغرافیای خوشه زندگی می‌کنند از امکانات اقامتی خوشه به‌ندرت استفاده می‌کنند و بعضاً به همراه مهمانان خود و یا جهت تفریح یک‌روزه به سفر می‌روند؛ اما گروه دوم که از سایر

درآمد سالانه کل خوشه و روند آن

بر اساس آمار اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمان، تعداد ۳۵۰ هزار نفر گردشگر در سال ۱۳۹۵ از استان کرمان بازدید نموده‌اند که از این میزان تقریباً ۳۵ هزار نفر گردشگر خارجی و ۳۱۵ هزار نفر گردشگر داخلی می‌باشند.

۱۰۰٪ گردشگران خارجی وارده به استان از ظرفیت‌ها و زیرساخت‌های گردشگری استان استفاده می‌کنند و درآمد وارده از این گروه به خوشه گردشگری را می‌توان به‌صورت کامل محاسبه نمود. طبق بازدیدهای میدانی و مصاحبه با فعالان گردشگری در کرمان میانگین هزینه اقامت، پذیرایی، ترانسفر و ... برای یک گردشگر خارجی، ۲۰۰ هزار تومان در هر روز می‌باشد.

۵۰٪ از گردشگران داخلی به استان از کلیه زیرساخت‌های گردشگری استان استفاده می‌نمایند و بقیه گردشگران یا در استان خویشتاوند و دوستانی دارند و یا از چادرهای مسافرتی جهت اقامت استفاده می‌کنند. همچنین با توجه به بررسی‌های میدانی و مصاحبه‌های انجام‌شده مدت‌زمان اقامت گردشگران خارجی در استان کرمان دو و نیم روز و گردشگران داخلی ۳ روز می‌باشد.

با توجه به موارد فوق میانگین هزینه گردشگران داخلی برای دسته اول ۲۰۰ هزار تومان و برای دسته دوم ۱۵۰ هزار تومان می‌باشد.

میانگین درآمد ناخالص خوشه ۱،۵۹۲،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال می‌باشد.

با توجه به نتایج فوق پیش‌بینی می‌گردد که میانگین درآمد سالانه

سرمایه اجتماعی حاکم در بستر خوشه (مدیران و کلیه ذینفعان) در استان کرمان به این نتیجه رسیده‌اند که رونق اقتصادی در کرمان جز از طریق گردشگری میسر نبوده و تمام تلاش در جهت رونق این صنعت می‌باشد. تمامی آمارهای موجود در استان بیانگر این رویه می‌باشد به‌عنوان مثال طبق گفته مدیرکل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمان تا سه سال آینده شاهد راه‌اندازی بیش از ۱۰ هتل در سطح استان خواهیم بود. همچنین افتتاح و توسعه بیش از ۱۰۰ خانه بوم گردی در جهت ساخت زیربنای گردشگری یکی دیگر از نمونه‌هایی می‌باشد که در ایران بی‌نظیر می‌باشد.

اساس یافته‌های میدانی نگارنده ۴۵۰۰ نفر می‌باشند که بصورت زیر در کسب‌وکارهای فعال خوشه مشغول به فعالیت می‌باشند. وضعیت نیروی انسانی شاغل در خوشه: طبق مصاحبه‌های انجام‌شده با صاحبان کسب‌وکار، نیروهای شاغل در خوشه در سطح مدیران رده بالا از دانش و تجربه کافی برخوردار می‌باشند ولیکن جهت کار در شغل‌های پایین‌تر متأسفانه نیروی ماهر و آموزش‌دیده مناسب وجود ندارد و اکثر افرادی که جهت شرکت در مصاحبه‌های شغلی مراجعه می‌کنند یا کار بلد نیستند و یا ادعای مدیریت دارند که متأسفانه این دیدگاه باعث افت کیفیت خدمات سطح خوشه در بعضی از واحدهای فعال در خوشه گردیده است.

وضعیت نیروی انسانی شاغل در خوشه

طبق مصاحبه‌های انجام‌شده با صاحبان کسب‌وکار، نیروهای شاغل در خوشه در سطح مدیران رده‌بالا از دانش و تجربه کافی برخوردار می‌باشند ولیکن جهت کار در شغل‌های پایین‌تر متأسفانه نیروی ماهر و آموزش‌دیده مناسب وجود ندارد و اکثر افرادی که جهت شرکت در مصاحبه‌های شغلی مراجعه می‌کنند یا کار بلد نیستند و یا ادعای مدیریت دارند که متأسفانه این دیدگاه باعث افت کیفیت خدمات سطح خوشه در بعضی از واحدهای فعال در خوشه گردیده است.

تهدیدها و فرصت‌های مشترک

بررسی چالش‌ها و فرصت‌های مشترک، موضوعی است که با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های میدانی قابل حصول می‌باشد. از ترکیب هر دو روش فوق مهم‌ترین تهدیدها و فرصت‌های مشترک به شرح زیر می‌باشد:

استان‌ها به جغرافیای خوشه وارد می‌شوند، ۵۰٪ از امکانات اقامتی موجود در خوشه بهره می‌برند و مابقی یا در چادر اقامت کرده و یا در خانه دوستان و آشنایان می‌باشند.

دسته دوم: گردشگران خارجی، با توجه به اینکه پس از برجام کرمان در مسیر گردشگران خارجی قرار گرفته و از لیست سیاه خارج شده است. توجه به این بازار هدف در برهه زمانی حاضر از اهمیت بالایی برخوردار است و با توجه به ورود ارز به خوشه می‌تواند در روزه توانایی‌های صادراتی خوشه قرار گیرد.

طی بررسی‌های میدانی به‌عمل‌آمده گردشگران اروپایی تمایل بیشتری به بازدید از استان کرمان داشته و با توجه به اینکه اروپایی‌ها جزء گردشگرترین جوامع در میان سایر قاره‌ها می‌باشند، اروپا می‌تواند بازار هدف مناسبی جهت تبلیغات و جذب گردشگر برای خوشه باشد.

گردشگران اروپایی که بیشتر از کشورهای آلمان، فرانسه و هلند وارد ایران می‌شوند بیشترین تعداد توریست را در ایران به خود اختصاص می‌دهند. همچنین با راه‌اندازی قطار گردشگری و قرار گرفتن استان کرمان در مسیر گردشگری اروپائیان، پتانسیل بالایی جهت جذب گردشگر دارد. با توجه به وجود معادن غنی و صنایع مادر در استان کرمان، یکی از بازارهای هدف، افرادی می‌باشند که جهت مذاکره، بازاریابی و خرید محصولات صنعتی وارد استان می‌شوند. توسعه بیشتر صنایع استان می‌تواند باعث رشد جذب گردشگر در این زمینه می‌گردد که خود می‌تواند بازار هدف مناسبی را برای کسب‌وکارهای گردشگری خوشه بوجود آورد.

وضعیت تقاضا در بازارهای هدف

در حال حاضر سهم کرمان از مجموع سه میلیون و سیصد هزار گردشگر خارجی واردشده به ایران در حدود سی و پنج هزار نفر بوده که این نشان‌دهنده سهم یک‌درصدی استان از جذب گردشگران خارجی می‌باشد.

همچنین با توجه به هدف‌گذاری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مبنی بر جذب یک‌میلیون گردشگر در سال بایستی به‌طور جدی به زیرساخت‌ها و شناساندن جاذبه‌های گردشگری استان کرمان پرداخته شود. متأسفانه با پیشرفت تکنولوژی، هنوز امکان شناساندن جاذبه‌های استان کرمان به گردشگران داخلی و خارجی به نحو مطلوبی میسر نگردیده است که در صورت سرمایه‌گذاری در این زمینه می‌توان به بازارهای هدف نفوذ کرد.

حجم و ارزش صادرات

با توجه به اینکه محصول نهایی گردشگری، جذب و افزایش رضایت گردشگر می‌باشد، بنابراین میزان و حجم صادرات خوشه، میزان جذب گردشگر خارجی توسط خوشه است. این امر در سال ۱۳۹۵ به تعداد ۳۵ هزار نفر گردشگر خارجی و درآمد یک‌صد و هفتاد و پنج میلیارد ریالی در خوشه منجر شد.

میزان اشتغال کل خوشه و کیفیت نیروی انسانی در خوشه

میزان اشتغال کل و مستقیم در خوشه گردشگری به میزان تقریبی و بر

پیش‌بینی نیست، یک نیاز و واقعیت امروز جهان جنگ‌زده قرن بیست و یکمی هست که نباید در انتظار جنگ جهانی سوم باشد. در توسعه خوشه گردشگری جهت حفاظت از محیط‌زیست بایستی فعالیت‌های زیر انجام پذیرد:

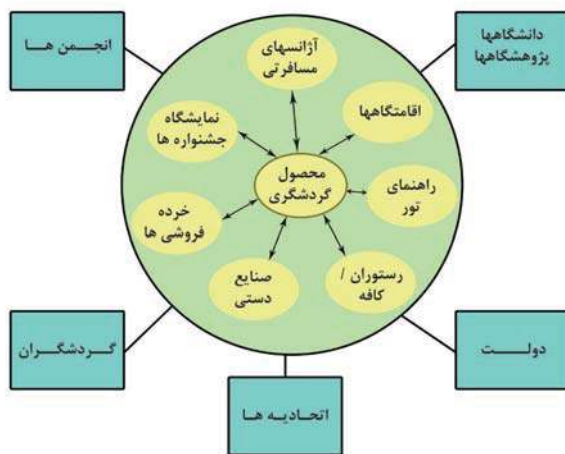
- آموزش ذینفعان خوشه در زمینه حفظ و نگهداری محیط‌زیست
- برگزاری جلسه‌های آموزشی نگهداری از محیط‌زیست برای ساکنان محلی و بومی
- تهیه و نصب تابلوهای هشداردهنده جهت جلوگیری از تخریب محیط زیست
- تهیه بروشورهای آموزشی نحوه حفظ محیط‌زیست و توزیع آن بین گردشگران

- تشکیل کارگروهی از ذینفعان خوشه و مسئولان سازمان محیط‌زیست
- برگزاری تورهای تخصصی گردشگری ویژه حفظ محیط‌زیست
- همکاری با سازمان مدیریت پسماند شهرداری در زمینه نحوه تفکیک زباله‌ها

ارائه مدل توسعه‌ای مناسب برای توسعه خوشه و پیشنهادهایی در خصوص توسعه خوشه گردشگری کرمان

ساختار عمومی خوشه گردشگری:

به صورتی ساده‌شده خوشه دارای ساختاری پنج‌بخشی است. بخش مرکزی خوشه را واحدهای اصلی خوشه تشکیل می‌دهند مانند واحدهای اقامتی، پذیرایی، تفریحی و ... در اطراف هسته اصلی خوشه، مجموعه‌ای از نهادهای حمایتی پشتیبان وجود دارد همچون شرکت‌های توسعه گردشگری، سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری. دیگر گروه را تأمین‌کنندگان مواد اولیه تشکیل می‌دهند مانند تأمین‌کنندگان مواد موردنیاز رستوران‌ها و هتل‌ها. گروه دیگر شامل ارائه‌دهندگان خدمات کسب‌وکار می‌شود از قبیل مؤسسات آموزشی، گروه‌های مشاوره، خدمات پولی و مالی و ... این سه گروه تأمین‌کننده و تقویت‌کننده هسته اصلی برای ارائه هر چه بهتر خدمات و یا عرضه محصولات مشخص به سطح پنجم خوشه که همان مشتریان هستند می‌باشد.



ساختار کلی روابط در خوشه گردشگری (منبع: www.anpad.org)

- برجام
- خروج نام کرمان از لیست سیاه گردشگران خارجی
- بالا بودن هزینه‌های سفر به ویژه بلیط هواپیما
- بالا بودن هزینه‌های نگهداشت به ویژه برای اماکن اقامتی
- کمبود دانش تخصصی
- نیروی کار متخصص
- عدم حضور در بازارهای جهانی
- ضعف در تأمین منابع انسانی با مهارت فنی بالا
- ضعف در تبلیغات

امکان‌سنجی و تحلیل اثربخشی توسعه خوشه از نظر اجتماعی:

آمادگی ذینفعان و تشکله‌ها

با توجه به اینکه افراد تصمیم‌گیر و مهمی در سطح خوشه وجود دارند و نمایان مدیران استانی علی‌الخصوص استاندار محترم، جهت توسعه گردشگری در استان کرمان بسیار مطلوب می‌باشد.

همچنین لازم به ذکر است در حال حاضر و با توجه به اینکه هنوز خوشه گردشگری در این استان راه‌اندازی نشده است، فعال‌ترین کمیسیون گردشگری در بین کمیسیون‌های گردشگری اتاق ایران به کرمان تعلق داشته و تلاش زیادی در جهت ارتقا صنعت گردشگری در سطح استان توسط مدیران دولتی و بخش خصوصی شاهد می‌باشیم.

استاندار کرمان به عنوان استاندار برتر کشور در زمینه گردشگری در سطح کشور انتخاب و از ایشان تقدیر به عمل آمد. سرمایه اجتماعی حاکم در بستر خوشه (مدیران و کلیه ذینفعان) در استان کرمان به این نتیجه رسیده‌اند که رونق اقتصادی در کرمان جز از طریق گردشگری میسر نبوده و تمام تلاش در جهت رونق این صنعت می‌باشد. تمامی آمارهای موجود در استان بیانگر این رویه می‌باشد به‌عنوان مثال طبق گفته مدیرکل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمان تا سه سال آینده شاهد راه‌اندازی بیش از ۱۰ هتل در سطح استان خواهیم بود. همچنین افتتاح و توسعه بیش از ۱۰۰ خانه بوم‌گردی در جهت ساخت زیربنای گردشگری یکی دیگر از نمونه‌هایی می‌باشد که در ایران بی‌نظیر می‌باشد.

در صورت اجرا شدن پروژه توسعه خوشه‌ای در گردشگری استان کرمان شاهد توسعه، رونق و پیشرفت گردشگری و اقتصاد استان کرمان در سال‌های آینده خواهیم بود که در صورت اجرا شدن پروژه توسعه خوشه این امر با سرعت بیشتری محقق خواهد گردید.

امکان‌سنجی و تحلیل اثربخشی توسعه خوشه از نظر اقلیمی و

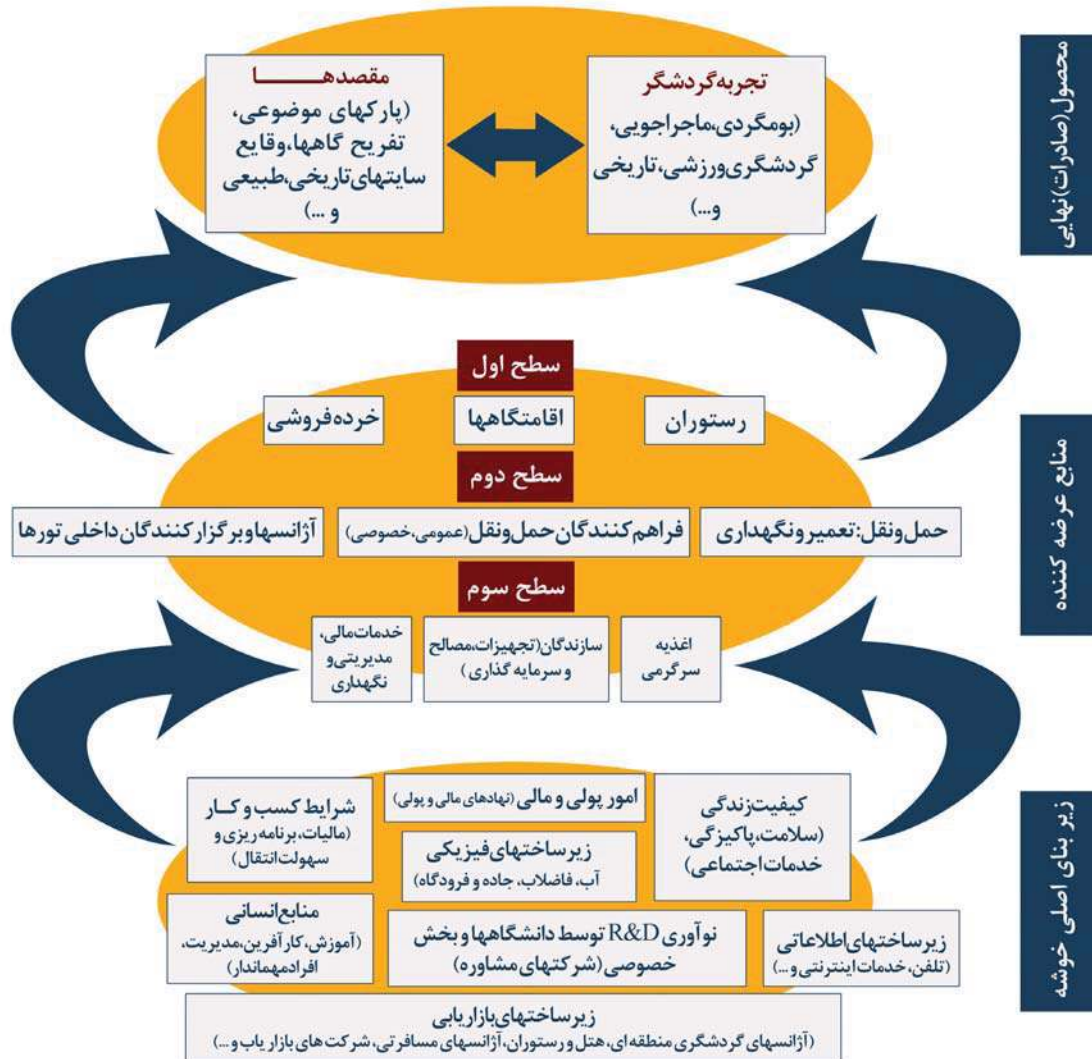
زیست محیطی:

بالا رفتن تعداد گردشگر می‌تواند باعث ایجاد آثار مخربی در سطح جاذبه‌های طبیعی و تاریخی گردشگری خوشه گردد که این مهم بایستی با اتخاذ تمهیدات مناسب و لازم از سوی مسئول و ذینفعان خوشه با شدت و حدت کمتری به وقوع بپیوندد.

نقش گردشگری و گردشگران بر محیط‌زیست:

در آینده، متوجه خواهید شد که رهبران جهان، از گردشگری برای توسعه پایدار و گسترش صلح و امنیت استفاده خواهند کرد. این تنها یک

محصول نهایی خوشه گردشگری (این محصولات در واقع حکم محصولات صادراتی سایر خوشه‌ها را دارند.) متشکل از مقاصد گردشگری و خدمات و فضاهای جذاب گردشگری است که مردم را به منطقه جذب می‌کند. برخلاف سایر صنایع که محصولات آن‌ها قابل لمس نیست بلکه تجربه کردنی است. مفهوم سطح صادرات زمانی که مقصدی مانند یک پارک سرگرمی یا یک واقعه هسته اصلی جذابیت گردشگری باشد بسیار روشن است. این روشنی زمانی که محصول نهایی گردشگری تجربه‌ای همچون دوچرخه‌سواری در کویر، آبشار نوردی در کوهستان، بازی در دشت سرسبز و یا بازدید از سایت‌های گردشگری تاریخی فرهنگی باشد بسیار کم می‌شود. از زمانی که بسته محصولات گردشگری توسعه یافت، بسته سفر به‌عنوان یک محصول تلقی می‌شود. این بسته شامل درهم‌آمیزی حجم گسترده‌ای از نهادهای پایه و ارتباطات چندوجهی بین محصول نهایی با نهادهای اولیه است.

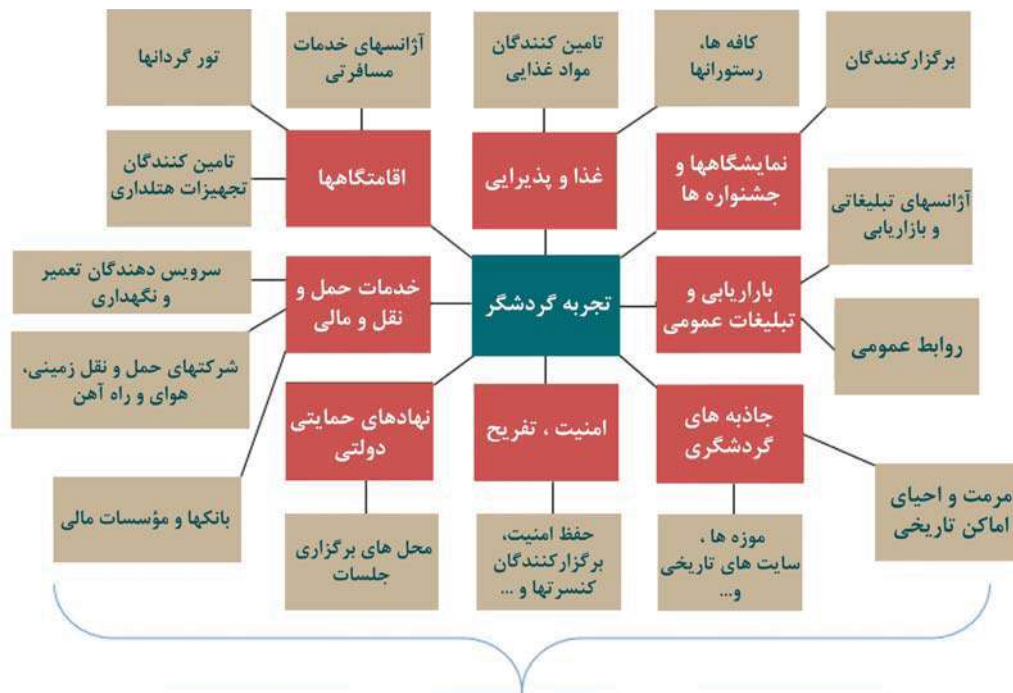
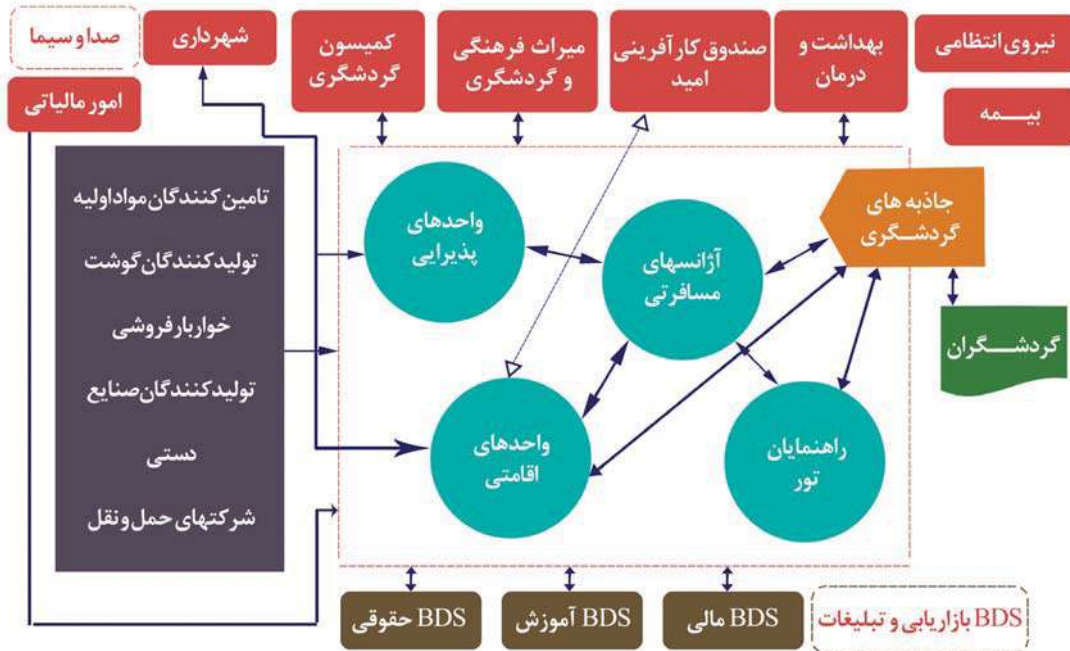


ساختار پویای خوشه گردشگری (منبع: James et al., 2005, and Woo 2007)

نقشه فعلی خوشه گردشگری کرمان به شکل زیر می‌باشد: (صفحه بعد)

در نقشه فعلی خوشه گردشگری ضعف‌های بسیاری موجود است که مهم‌ترین ضعف‌ها که در زمان توسعه خوشه بایستی به آن‌ها رسیدگی و در جهت رشد و ارتقا آن‌ها اقدام نمود به شرح زیر است:

- ۱- عدم برقراری روابط بین کسب‌وکارهای فعال در خوشه / ۲- نبود کنسرسیوم بازاریابی و تبلیغات در خوشه
 - ۳- نابسامانی در سیستم اطلاع‌رسانی / ۴- عدم نوآوری و خلاقیت در استفاده از تکنولوژی‌های روز در شناساندن توانایی‌های خوشه
 - ۵- روابط بد و رقابت ناسالم در بین ذینفعان خوشه / ۶- عدم تأمین مواد اولیه به‌صورت گروهی
- با توجه به توضیحات فوق بایستی پس از انجام پروژه توسعه خوشه‌ای، نقشه خوشه به شکل زیر نزدیک گردد: (صفحه بعد)



نقشه نهایی خوشه گردشگری



با توجه به مسائل فوق و گستردگی خوشه، پیشنهاد می‌گردد جهت استفاده از مدل توسعه خوشه‌ای در گردشگری کرمان، بیش از یک خوشه با عناوین مختلف ایجاد شود تا شاهد توسعه واقعی و شکوفایی گردشگری در سطح خوشه و استان کرمان باشیم.



گفت‌وگوبا «فخری الله‌توکلی» رئیس کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان درباره عملکرد این کمیسیون

تلاش برای معرفی داشته‌های فرش کرمان



صنعت بازگرداند. وی گفت: صادرات فرش دستباف طی دهه‌های اخیر نوسانات زیادی داشته و باوجوداینکه فرش ایرانی جایگاه خود را در سطح بین‌المللی به‌عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده فرش دستباف حفظ کرده، اما جایگاه صادرات فرش دستباف در مقایسه با سایر اقلام صادراتی در حال کاهش است.

وی در بخش دیگری به اقدامات کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان در سال ۹۶ اشاره کرد و گفت: اشتغال‌زایی، ارتقا تولید از منظر کمی و کیفی، بازاریابی داخلی و خارجی و توسعه بازار در تولیدات صنایع دستی و فرش استان، از اولویت‌های فعالیت این کمیسیون بوده است.

وی ادامه داد: همچنین برگزاری دوره‌های کارگاهی و آموزشی بر اساس نیازها و پیشنهادها اعضای کمیسیون و توجه به بحث برندینگ و بهره‌گیری از شیوه‌های تبلیغاتی نوین برای معرفی صنایع دستی استان از دیگر برنامه‌ها بوده و همچنان ادامه خواهد داشت.

الله‌توکلی، به ارائه گزارشی از برخی اقدامات انجام‌شده توسط کمیسیون در سال ۹۶ پرداخت و اظهار کرد: شرکت در بیست و ششمین نمایشگاه فرش دستباف تهران در شهریورماه ۹۶ از مهم‌ترین اقدامات بود که

طراحان، پیشکشوتان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش کرمان حضوری فعال، پررنگ و هماهنگ داشتند.

وی افزود: در این نمایشگاه فرش‌های ارزشمند و نفیس کرمان با همکاری کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان و انجمن فرش

رئیس کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان با بیان اینکه باید تحول جدی در صنعت فرش ایجاد شود، گفت: باید تلاش شود که فرش کرمان به بهترین شیوه و مؤثرترین روش‌ها معرفی و داشته‌های فرش کرمان، سابقه و برند آن به‌خوبی تبلیغ شود.

فخری الله‌توکلی، افزود: اگرچه صنعت فرش کرمان با قدمتی کهن به‌عنوان میراثی ماندگار در سطح ایران و جهان هنرنمایی می‌کند اما چند سالی است به دلیل مشکلات فراوان، نفس‌های این صنعت به‌ویژه در بخش صادرات به شماره افتاده اما هنوز امیدها و تلاش‌ها برای احیای آن به چشم می‌خورد.

وی ادامه داد: از مهم‌ترین ویژگی‌های صنعت فرش دستباف می‌توان به تولید انبوه و عدم نیاز به تشکیلات وسیع اداری و یا مؤسسات بزرگ مالی، ایجاد اشتغال و درآمد به‌ویژه در مناطق روستایی، عدم احتیاج به سرمایه‌گذاری زیاد، ایجاد اشتغال در مشاغل زیرمجموعه این صنعت مانند پشم‌ریسی، رنگرزی و... متکی بودن بر امکانات داخلی و منبع مهم ایجاد درآمدهای ارزی، نام برد.

رئیس کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان اظهار کرد: صنعت قالی‌بافی در درون خود چندین شغل جانبی ازجمله رنگرزی، چله‌کشی، نقشه‌کشی، تهیه نخ‌های کرکی و ابریشمی و فروشنده‌گری فرش دارد و به همین دلیل نقش فرش در اشتغال‌زایی و کسب درآمد برای بافندگان غیرقابل‌انکار است.

الله‌توکلی، بیان کرد: اما مهم‌ترین موضوع در این زمینه تولید متناسب با تقاضای بازار و شناسایی و دستیابی به بازارهای جدید و حفظ بازارهای موجود است تا بتوان رونق گذشته را نیز به این



استان در یک سالن در معرض نمایش و بازدید علاقه‌مندان قرار گرفت.

الله توکلی، خاطر نشان کرد: در این دوره از نمایشگاه برخلاف دوره‌های گذشته، فعالان این صنعت به صورت منسجم در کنار یکدیگر قرار گرفتند و همین موضوع هماهنگی و همدلی برای توسعه این صنعت را نشان داد.

رئیس کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان، ادامه داد: برگزاری تور بازدید نمایشگاه فرش، برگزاری نشست تخصصی فرش دستباف در حاشیه نمایشگاه و برگزاری نشست رئیس اتاق کرمان و روسای کمیسیون‌های قالی صنایع دستی و گردشگری و خدمات با رئیس مرکز ملی فرش از جمله برنامه‌های جانبی این نمایشگاه بود.

وی در ادامه به برگزاری نمایشگاه توانمندی‌های استان کرمان در مشهد در سال ۹۶ اشاره کرد و گفت: در نمایشگاه توانمندی‌های استان کرمان به‌عنوان یکی از استان‌های پایلوت اقتصاد مقاومتی کشور، در محل سایت نمایشگاه‌های بین‌المللی مشهد توانمندی‌های استان به نمایش گذاشته شد که تعدادی از غرفه‌های این نمایشگاه نیز به صنایع دستی کرمان و یک سالن مجزا به فرش کرمان اختصاص یافته بود.

الله توکلی، اظهار کرد: شخصیت‌های ملی و استانی از جمله رئیس کل بانک مرکزی، شهردار مشهد، مشاور اقتصادی استاندار کرمان، رئیس کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان، عضو هیئت نمایندگان اتاق مشهد و... از این نمایشگاه دیدن کردند.

رئیس کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان به سفر هیئتی از بانوان کارآفرین ایران به فرانسه اشاره و بیان کرد: هدف از این سفر سه‌روزه معرفی دستاوردهای ایران در حوزه زنان و ملاقات‌های اقتصادی با بخش خصوصی این کشور بود. الله توکلی خاطر نشان کرد: این بانوان متشکل از اعضای اتاق‌های بازرگانی و روسای شرکت‌های خصوصی، برای حضور در سمینار "زن ایرانی؛ زن پویا" و برگزاری برخی نشست‌های تخصصی نیز به فرانسه سفر کردند.

وی ادامه داد: بانوان ایرانی علاوه بر شرکت در مجلس ملی فرانسه و شورای کارآفرینان این کشور در جلسات و کارگاه‌های تخصصی با شرکت‌های فرانسوی حضور داشتند. الله توکلی، با تأکید بر اینکه توانمندی‌ها و ظرفیت‌های حوزه زنان در ایران باید به‌تمامی جهان معرفی شود، اظهار کرد: در نشست با سفیر ایران در فرانسه و رئیس گروه دوستی ایران و فرانسه برخی راهکارهای تحقق این مهم بررسی و پیشنهاد داده شد.

رئیس کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان ادامه داد: مطالعه میدانی وضعیت موجود و آمار دقیق فعالین فرش دستباف جبرفت و پیگیری وضعیت بیمه آن‌ها، برگزاری اولین مسابقه عکاسی فرش دستباف و دکوراسیون داخلی، اخذ موافقت اصولی برای تشکیل مجمع مؤسسين انجمن فرش دستباف استان، حضور در نمایشگاه بین‌المللی گردشگری تهران و معرفی دستبافته‌های ایلپاتی استان و... از سایر اقدامات انجام‌شده این کمیسیون در سالی که گذشت، بوده است.

الله توکلی، در ادامه به ارتباط دوسویه گردشگری و صنایع دستی و

لوح تقدیر به هنرمندان نونهال شال باف پرورشگاه صنعتی برای حضور در غرفه کمیسیون قالی نمایشگاه تخصصی گردشگری و صنایع دستی کرمان، گفت: سفر به گرجستان و نشست با آقای کامران فر راینز فرهنگی ایران در گرجستان در خصوص صنایع دستی کرمان و نشست با نایب رئیس اتاق بازرگانی گرجستان در خصوص صادرات صنایع دستی کرمان برگزار که در این نشست مقرر شد برای تسهیل امر صادرات، معرفی و شناساندن صنایع دستی استان نمونه‌ای از آن‌ها برای گرجستان ارسال شود.

الله توکلی ادامه داد: نشست مشترک کمیسیون‌های گردشگری و قالی و صنایع دستی اتاق کرمان با فعالان این دو حوزه در شهرستان بم، مکتبه و برگزاری نشست هماهنگی برای دریافت دو غرفه برای اعضا در نمایشگاه ایتالیا و حضور برخی از اعضا برای بازدید از این نمایشگاه از سایر اقدامات انجام شده است. وی در ادامه به پیگیری برای اخذ قرارداد کنسرسیوم صادراتی محصولات صنایع دستی اشاره کرد و گفت: همچنین گزارشی از وضعیت موجود فرش و صنایع دستی کرمان در نشست کارگروه توسعه اقتصاد دانش بنیان با حضور روسای کمیسیون‌های مختلف اتاق، ارائه و پیشنهاد عصاره گیری گیاهان رنگزای فرش داده شد.

عضو هیئت نمایندگان اتاق کرمان در بخش دیگری به برگزاری نشست با حضور فرماندار راور و اعضای انجمن فرش این شهرستان، نماینده صندوق کارآفرینی امید در کرمان و نماینده اداره بیمه تأمین اجتماعی در محل اتاق کرمان اشاره کرد و گفت: مسائل و مشکلات فرش راور از جمله بیمه بافندگان و تأمین اعتبار برای بافندگان، تولیدکنندگان و ... در این نشست بررسی شد.

وی به انجام مکاتبات اولیه با نمایندگان مجلس و رئیس اداره فرش و مرکز ملی فرش در خصوص نام گذاری یک روز با عنوان «روز ملی فرش» در تقویم اشاره کرد و افزود: پیگیری در خصوص تشکیل انجمن زنان سرمایه‌گذار حوزه صنایع دستی و گردشگری، برگزاری همایش و نشست علمی صنایع دستی همراه با ارائه مقاله و حضور جمعی از اساتید دانشگاه، دانشجویان و تولیدکنندگان صنایع دستی و همچنین برگزاری نمایشگاه در حاشیه این همایش از سایر فعالیت‌های انجام شده است.

الله توکلی، به تشکیل کارگروه قالی و صنایع دستی منطقه شمال غرب استان در دفتر نمایندگی اتاق کرمان در رفسنجان اشاره کرد و گفت: پیگیری و ارسال لیست اعضا به مدیریت سایت دی جی کالا برای قرار دادن نام و تصویر محصولات و فروش آن‌ها در این سایت نیز انجام شد. وی ادامه داد: با ارسال نامه‌ای به رئیس اتاق اصناف کرمان، پیگیری برای معافیت مالیاتی ۵ ساله تولیدکنندگان فرش دستباف درخواست شد.

رئیس کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان بیان کرد: همچنین در ادامه فعالیت‌های انجام شده نشست مشترک کمیسیون با فعالان خوشه فرش دستباف کرمان و راور، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان و انجمن طراحان فرش کرمان در خصوص تشکیل کنسرسیوم صادراتی، نمایشگاه صنایع دستی در حاشیه برگزاری کنفرانس بین‌المللی آمار در دانشگاه شهید باهنر برگزار شد. ●

مزایای متقابل برای یکدیگر اشاره کرد و گفت: در این رابطه نشست مشترک کمیسیون گردشگری و کمیسیون قالی و صنایع دستی در دفتر نمایندگی اتاق کرمان در رفسنجان با حضور فرماندار و مسئولان و فعالان این دو حوزه برگزار و بر انجام اقداماتی تأکید شد.

وی افزود: دومین نشست مشترک دو کمیسیون در فرمانداری سیرجان و به میزبانی دفتر نمایندگی اتاق کرمان در این شهرستان با حضور مسئولان و فعالان مربوطه به‌ویژه صنعت گلیم و دستبافته‌ها برگزار و مشکلات و مسائل آن‌ها بررسی شد.

رئیس کمیسیون قالی و صنایع دستی کرمان در راستای معرفی هر چه بیشتر صنایع دستی کرمان به نشست و تبادل نظر با مدیرکل صداوسیما استان اشاره کرد و گفت: در این نشست پیشنهاد طراحی و تزئین دکوراسیون برنامه‌های سیمای مرکز کرمان با استفاده از صنایع دستی مطرح شد که مورد موافقت قرار گرفت و از طرف کمیسیون، برخی صنایع دستی از جمله مبلمان قالی، پته و فرش دستباف در اختیار آن‌ها قرار گرفت.

وی در ادامه به برخی اقدامات و فعالیت‌های کمیسیون در گذشته اشاره کرد و گفت: در سفر رئیس‌جمهور به کرمان و در نشست برخی فعالان اقتصادی کرمان با آقای نیاوندیان (مسئول دفتر وقت رئیس‌جمهور)، سه درخواست از طرف کمیسیون مطرح شد.

الله توکلی، بیان کرد: در نخستین مورد با توجه به اهمیت صنعت فرش، نام‌گذاری یک روز در تقویم به نام صنعت قالی ایران پیشنهاد شد، همچنین در نظر گرفتن یارانه برای حضور در نمایشگاه‌ها و نمایندگی فروش در کشورهای هدف و تفویض اختیار به صندوق کارآفرینی امید در استان‌ها برای افزایش سقف تسهیلات از ۵۰ میلیون به ۱۰۰ میلیون تومان برای بنگاه‌های تولیدی این صنعت، سایر درخواست‌های مطرح شده بود. وی در بخش دیگری به حضور در نمایشگاه تخصصی گردشگری، صنایع دستی و فرهنگ بومی کرمان در سال ۹۴ در محل نمایشگاه‌های جنوب شرق کرمان اشاره و اظهار کرد: کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق با تجهیز غرفه ۱۰۰ متری در این نمایشگاه تولیدات تمامی رشته‌ها و هنرهای بومی و صنایع دستی استان را به‌صورت زنده (work shop)، به نمایش گذاشت.

وی در بخش دیگری ادامه داد: همچنین دوره آموزشی و توجیهی تشکیل کنسرسیوم صادراتی صنایع دستی و نشست انتقال تجارب موفق کنسرسیوم‌های استان‌های دیگر برگزار شد.

الله توکلی، خاطرنشان کرد: همچنین یکی از نشست‌های شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان کرمان به بررسی مسائل و مشکلات صنعت فرش اختصاص یافت. وی در ادامه به حضور چند نفر از فعالان حوزه صنایع دستی کرمان در نمایشگاه صنایع دستی گرجستان اشاره کرد و گفت: از طرف کمیسیون اطلاع‌رسانی لازم در این زمینه انجام و غرفه‌هایی برای آن‌ها گرفته شد.

رئیس کمیسیون قالی و صنایع دستی اتاق کرمان خاطرنشان کرد: در این کمیسیون ۶ کمیته تخصصی صنایع دستی با زیرمجموعه‌های مشخص مانند کارگروه مصنوعات فلزی و زیورآلات و تراش سنگ، کارگروه سفال، کارگروه رودوزی‌های سنتی، کارگروه چوب، کارگروه چرم، کارگروه بافته‌های داری تشکیل شد. وی با اشاره به اهدای

بازرگانی و صادرات

- حمایت از تولید و صادرات به سبک اتاق کرمان
- درباره کمیسیون بازرگانی و صادرات اتاق کرمان
- نمایی کلی از شرایط محیطی و اقتصادی شهرستان رفسنجان
- مشکلات صادرات پسته و تعرفه‌های گمرکی
- آسیب‌شناسی ساختار صادرات استان کرمان

حمایت از تولید و صادرات به سبکِ اتاق کرمان

محمد علی محمد میرزاییان
عضو هیئت نمایندگان اتاق کرمان و رئیس
کمیسیون بازرگانی و صادرات اتاق*



سازمان صنعت، معدن و تجارت، گمرک، استاندارد، اداره حفظ نباتات و سازمان جهاد کشاورزی اتفاق افتاده است. این کمیسیون همچنین با راه‌اندازی و فعال کردن چهار کمیته در بخش‌های برند و بسته‌بندی، بازاریابی و صادرات و تجارت الکترونیک توانسته است در هر حوزه، خدماتی را به اعضای فعال اتاق در حوزه صادرات ارائه نماید. به‌عنوان مثال توجه بر بسته‌بندی به‌عنوان یکی از عوامل مهم در توسعه و حفظ بازار یکی از راهبردهای کمیسیون در کمیته برند و بسته‌بندی بوده است و تلاش‌ها برای برگزاری آموزش و ارتباط با نهادهای بین‌المللی در این حوزه ثمربخش بوده است، به‌طوری‌که دبیر کل سازمان جهانی بسته‌بندی WPO با هماهنگی کمیته برند و بسته‌بندی در استان کرمان و در جمع تولیدکنندگان و صادرکنندگان حضور یافت و در خصوص مسائل بسته‌بندی در سطح بین‌المللی به ایراد سخن و ارائه راهکار پرداخت.

آنچه امروز به‌عنوان نیاز اصلی تولیدکنندگان و صادرکنندگان مطرح است و اتاق خود را موظف به فعالیت در آن حوزه می‌داند حمایت بیش از پیش از این دو قشر به‌عنوان متولیات توسعه اقتصادی در استان است. این حمایت از طریق تعاملات مثبت و هم‌افزایی اتاق با بخش دولتی در حوزه تولید و بازرگانی و همچنین ارتباط با نهادهای بین‌المللی برای استفاده از دانش روز در این حوزه در حد بضاعت قانونی است.

در پایان باید بر این نکته تأکید کرد که تنها راه برون‌رفت از رکود اقتصادی و توسعه در بخش‌های اقتصادی و اشتغال توجه بیش‌ازپیش به تولید و صادرات است و این دقیقاً مصداق اقتصاد مقاومتی بر اساس رهنمودهای مقام‌عظمای ولایت از طریق افزایش کارآمدی در درون‌زایی و برون‌گرایی است. *

استان کرمان به‌عنوان یکی از استان‌های صادراتی کشور همواره مطرح بوده است. در این میان به دلیل تولید محصولات کشاورزی و ارزآوری مناسب، این استان به‌عنوان یک استان کشاورزی شناخته‌شده است. محصولات همچون پسته، خرما و محصولات جالیزی و گلخانه‌ای جنوب استان در سبد کالایی صادرات استان قرار دارند.

از سوی دیگر به دلیل وجود منابع غنی معدنی در استان کرمان، این مواد از جمله سنگ‌آهن و سنگ‌های تزئینی و موادی همچون فرو مولیبدن نیز نقش نسبتاً مهمی در صادرات استان ایفا نموده‌اند.

در سال‌های اخیر رقابت بسیار شدید برای صادرات پسته بین استان کرمان به‌عنوان قطب تولید پسته کشور و دیگر کشورهای تولیدکننده پسته وجود داشته است و صادرکنندگان با زحمات فراوان موفق به حفظ بازار و مشتریان خود شده‌اند.

در این میان عوامل مؤثر در تولید و صادرات همچون تسهیلات بانکی و مسائل متعدد در حوزه مالیاتی و تأمین اجتماعی و همچنین تولیدکنندگان و صادرکنندگان را تحت تأثیر منفی قرار داده است.

عدم تخصیص مکفی و به‌موقع تسهیلات صادراتی و روش‌های دریافت مالیات باعث گردیده است که وقت زیادی از تولیدکنندگان و صادرکنندگان در هیئت‌های حل اختلاف و تشخیص مطالبات سپری شود و نارضایتی عمومی در این بخش حاصل شده است.

با همه این اوصاف کمیسیون بازرگانی و صادرات اتاق کرمان در چند سال اخیر موفق شده است با همفکری و هم‌افزایی در ایفای نقش خود برای توسعه صادرات تلاش نمایند. این مهم از طریق تعامل با بخش‌های دولتی متولی امر صادرات همچون

درباره کمیسیون بازرگانی و صادراتِ اتاق کرمان

- (مقدمات اولیه برای تشکیل کنسرسیوم واردکنندگان)
- اعلام ۲ موضوع مهم و قابل پیگیری در حوزه بازرگانی در سطح کشوری به دبیرخانه شورای گفتگو
- برگزاری کارگاه آموزشی یک‌روزه با موضوع «نحوه استفاده از سامانه گمرک» با حضور مدیرکل محترم گمرک و کارشناسان ارشد اداره کل گمرکات استان کرمان
- برگزاری جلسه مشترک با کمیسیون بانک، بیمه و امور مالیات با موضوع «پیشنهاد و بررسی تعیین ارزش گمرکی کالاهای صادراتی»
- حضور نماینده کمیسیون بازرگانی در نشست کمیته فنی متناظر با کمیته فنی بین‌المللی ISO/TC۲۸۹ تحت عنوان ارزیابی برند در سازمان ملی استاندارد ایران
- برگزاری کارگاه آموزشی با موضوع «بازاریابی بین‌الملل»
- بررسی تشکیل میز مشترک بین اتاق کرمان و استانبول به درخواست اعضا
- هماهنگی و برگزاری همایش بسته‌بندی و بازارهای بین‌المللی با حضور پروفیسور «کیف پیرسون» دبیر کل سازمان جهانی بسته‌بندی و آقای افشین فخر دبیر شورای سیاست‌گذاری بسته‌بندی کشور با حضور مقامات استانی، اعضا اتاق، دانشجویان و اساتید دانشگاه‌های استان به مدت ۲ روز در شهرهای کرمان و رفسنجان و ارائه گواهی‌نامه به شرکت‌کنندگان در همایش
- اطلاع‌رسانی اهمیت برند و بسته‌بندی با تشکیل جلسات مختلف با دعوت از بخش خصوصی و دولتی
- بررسی مشکلات صادرات محصولات کشاورزی به فدراسیون روسیه
- تحقیق میدانی در خصوص دلایل کاهش صادرات غیرنفتی استان؛ فاز اول صادراتی پسته
- برگزاری جلسه کمیته برند و بسته‌بندی در شهرستان‌های بم و جیرفت به‌منظور بررسی مشکلات بسته‌بندی در جنوب کرمان
- همکاری در خصوص برگزاری همایش روابط آموزش عالی و بازرگانی افغانستان و همکاری در تقبل مسئولیت کمیته بازرگانی همایش ایران و افغانستان با همکاری دفتر نمایندگی اتاق بازرگانی کرمان در رفسنجان
- بررسی مشکلات صادرات و روابط تجاری استان کرمان با کشور افغانستان.

کمیسیون بازرگانی و صادرات با استراتژی تعیین اولویت‌ها و اقدامات اساسی در راستای نیل به اهداف خود حرکت می‌کند.

در جدول زیر تعداد جلسات برگزارشده کمیسیون در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۱ ماه نخست سال ۱۳۹۶ نشان داده شده است.

تعداد جلسات		تعداد مصوبات		میزان اجرایی شدن مصوبات	
۱۳۹۵	۱۱ ماهه	۱۳۹۵	۱۱ ماهه	۱۳۹۵	۱۱ ماهه
۷	۱۰	۱۶	۱۲	۹۰ درصد	۹۰ درصد

فهرست اولویت‌های کمیسیون:

- ۱- فعال‌تر شدن دیپلماسی اقتصادی کشور (بخش اقتصادی وزارت امور خارجه- سازمان توسعه تجارت) در جهت وضع تعرفه‌های ترجیحی موضوع حمایت از تولیدات داخل و صادرات کشور
- ۲- حمایت بیشتر نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور از تجار و بازرگانان ایرانی با اولویت صادرکنندگان کشور
- ۳- تک‌نرخ شدن ارز و در صورت افزایش و یا کاهش، ارائه برنامه مشخص، مدون و شفاف از سوی دولت و بانک مرکزی در جهت حمایت از برنامه‌ریزی بلندمدت و میان‌مدت تجارت خارجی کشور
- ۴- حذف بروکراسی اداری (دولتی) و جلوگیری از موازی کاری دستگاه‌های دولتی در جهت تسهیل و سرعت‌دادن به صدور مجوزهای صادره

اقدامات کمیسیون:

- بررسی امکان فعالیت گمرک استان در جیرفت با حضور مدیرکل گمرکات استان کرمان
- پیگیری ایجاد کانون زنان بازرگان در رفسنجان
- تعیین چهار کمیته تخصصی کمیسیون بازرگانی با عناوین:
- کمیته بازار و بازاریابی با مسئولیت جناب آقای لنگری زاده
- کمیته صادرات، واردات و بازرگانی داخلی با مسئولیت جناب آقای مهندس سعید
- کمیته تجارت الکترونیک با مسئولیت جناب آقای مهندس حیدری
- کمیته برند و بسته‌بندی با مسئولیت جناب آقای مسلم میرزایی
- پیگیری لغو بخشنامه جدید سازمان اصلاح نباتات در خصوص قرنطینه پسته
- تهیه لیست ۴۰ نفره از واردکنندگان سال ۱۳۹۴ بم، سیرجان و کرمان



● نمای از خانه قدیمی حاج آقاعلی در فسنجان ●

نمایی کلی از شرایط محیطی و اقتصادی شهرستان رفسنجان

< دفتر نمایندگی اتاق کرمان در رفسنجان

شهرستان رفسنجان

آنچه که در این قسمت خواهد آمد مختصری از مشخصات شهرستان بر اساس آمار ثبت شده است. در این خصوص قلم فرسایی‌های بسیاری گردیده است و ما در این بخش تنها به قسمت‌هایی از توانمندی‌های اقتصادی که در حال حاضر مورد توجه و فعالیت است می‌پردازیم. بدیهی است که در هر منطقه توانمندی‌ها و فرصت‌ها و تهدیدهای آشکار و نهانی وجود دارد که در یک مطلب کوتاه پرداختن به همه آن‌ها امکان‌پذیر نیست. جمعیت شهرستان رفسنجان بر اساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۳۱۱ هزار و ۲۱۴ نفر است که بر اساس آمارهای غیررسمی ارائه شده، این شهرستان با حضور حداقل حدود ۵۰ هزار نفر تبعه افغانستانی به‌عنوان مهاجرپذیرترین شهرستان در این حوزه در استان کرمان مطرح است.

رفسنجان را از زمان‌های دور به تولید پسته می‌شناسند و برند جهانی پسته با نام رفسنجان گره خورده است. کهن‌سال‌ترین درخت پسته جهان با سن ۱۵۰۰ سال در روستای "ودرج" شهرستان رفسنجان قرار دارد و بر همین اساس ثبت ملی پسته در سال ۱۳۹۵ به نام شهرستان رفسنجان صورت پذیرفت.

از منظر اقتصادی شهرستان رفسنجان به دلیل ارزش صادراتی کالایی مانند پسته، صادراتی‌ترین شهرستان استان و بر اساس آمار غیررسمی، صادراتی‌ترین شهرستان کشور محسوب می‌شود.

منابع غنی مس در سرچشمه به‌عنوان دومین معدن مس رویاز جهان از دیگر توانمندی‌های قابل توجه این شهرستان است. در حوزه گردشگری نیز "خانه حاج آقا علی" به‌عنوان بزرگ‌ترین خانه خشتی جهان و "دره شگفت‌انگیز راگه" در این شهرستان قرار دارند.

در حال حاضر کم‌آبی به‌عنوان اصلی‌ترین تهدید، شهرستان رفسنجان را تحت تأثیر قرار داده است. عدم مدیریت مناسب منابع آب و برداشت‌های غیر استاندارد که بر اساس اعلام مسئولان و متولیان در سال‌های گذشته اتفاق افتاده است، باعث گردیده است امروزه شهرستان رفسنجان در تهیه آب شرب شهروندان نیز با مشکلات فراوانی روبرو باشد.

در کنار این مسئله مواردی دیگری همچون وجود سم‌های تقلبی در بازار و ضرر و زیان کشاورزان در بحث تولید محصولات کشاورزی مطرح است که توجه بیش‌ازپیش مسئولان و متولیان تولید محصولات کشاورزی در استان و شهرستان را می‌طلبد.

دفتر اتاق بازرگانی

با توجه به رتبه یکم این شهرستان در کشور در تولید پسته به‌عنوان ارزآورترین محصول صادراتی غیرنفتی و لزوم ارائه خدمات اتاق به بازرگانان در کوتاه‌ترین زمان، تأسیس دفتر نمایندگی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی در شهرستان رفسنجان در سال ۱۳۸۳ ضرورتی اجتناب‌ناپذیر بود. ضرورتی که توسط رییس و هیئت نمایندگان دوره

هفتم اتاق بازرگانی استان شناسایی و به آن پرداخته شد. هم‌زمان با سیر تحولات در اتاق‌های بازرگانی و توسعه فعالیت‌ها در راستای ارائه خدمات به فعالان اقتصادی، این دفتر نیز با تشکیل هیئت مشورتی و ایجاد کارگروه‌های متناظر با کمیسیون‌های تخصصی اتاق بازرگانی استان سعی نمود از ظرفیت و توان فکری منتخبان اعضا در رفسنجان برای توسعه اقتصادی در شهرستان بهره‌مند گردد.

تعامل مثبت و سازنده با بخش دولتی در شهرستان نیز به پیشبرد اهداف اتاق در خصوص ارائه خدمات مناسب به اعضا کمک نمود. عضویت در کارگروه اشتغال، ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی، مثلث توسعه اقتصادی، ستاد پسته، خانواده استاندارد از جمله فعالیت‌های جاری دفتر نمایندگی اتاق در رفسنجان است.

همکاری در تخصیص تسهیلات صادراتی در بخش کشاورزی با همراهی و هماهنگی بخش‌های دولتی و بانک‌ها برای رونق صادرات همواره به‌عنوان یکی از فعالیت‌های ملموس و قابل توجه برای اعضای اتاق در دفتر نمایندگی رفسنجان در فصل صادرات پسته وجود داشته است.

نمایندگان بخش خصوصی نیز به‌صورت مستمر در هیئت‌های حل اختلاف مالیاتی تحت عنوان نماینده بند ۳ و هیئت‌های تشخیص مطالبات تأمین اجتماعی تحت عنوان نماینده کارفرما در شهرستان‌های رفسنجان و انار و شهر بابک مشغول فعالیت و دفاع از حقوق حقه فعالان اقتصادی هستند.

هرچند تعداد کارت‌های بازرگانی فعال در هر شهرستان و استان تابعی از شرایط اقتصادی منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی است اما بر این اعتقاد هستیم ارائه خدمات مناسب و در زمان مقتضی، می‌تواند باعث ایجاد شرایط مطلوب برای صادرکنندگان و تشویق ایشان به حضور در بازار انجام فعالیت‌های اقتصادی باشد.

در حال حاضر ۱۰۰ شخص حقیقی و حقوقی در شهرستان‌های رفسنجان و انار عضو اتاق هستند و خوشبختانه بیش از ۹۰ درصد از این اشخاص دارای کارت بازرگانی و فعال هستند. ●



مشکلات صادرات پسته و تعرفه‌های گمرکی

< کمیسیون بازرگانی و صادرات اتاق کرمان

ایران در اوراسیا انجام شد. اتحادیه اوراسیا از مجمع کشورهای بلاروس، قرقیزستان، ازبکستان، تاجیکستان، قزاقستان و روسیه به پیشنهاد نظر بایف در سال ۲۰۱۵ در کشور بلاروس تشکیل و ثبت شد. از طریق عضویت در اوراسیا تجارت و مبادلات تجاری قانونی و برگشت پول رسمی‌تر و بهتر خواهد شد. پیشنهاد می‌شود اتاق بازرگانی کرمان عضویت در اوراسیا را برای کاهش مشکلات و هزینه‌های صادرات به‌ویژه صادرات پسته به روسیه از طریق اتاق بازرگانی ایران و انتقال به سازمان توسعه تجارت، پیگیری نماید.

طی نامه‌ای که گمرک ایران در پاسخ به ۴ مکاتبه به گمرک قزاقستان داده است، ارزش صادراتی پسته ورودی به قزاقستان را ۸ دلار اعلام کرده است. بر اساس توصیه ماده ۳ قانون توسعه و بهبود فضای کسب‌وکار که در انتهای سال ۹۵ از طرف دولت ابلاغ شد مبنی بر این‌که: دولت در تصمیم‌گیری‌ها نظر بخش خصوصی را لحاظ کند، توقع بخش خصوصی این بود که گمرک قبل از مکاتبه نظر تشکل‌های مربوطه و اتاق بازرگانی را می‌گرفت. بهتر است که این تعرفه گمرکی اصلاح گردد.

با توجه به پیشنهاد ایجاد «کریدور سبز صادرات و واردات» با فدراسیون روسیه از طرف وزارت جهاد کشاورزی و سازمان توسعه تجارت ایران، در این صورت امکان صادرات و واردات با تعرفه صفر فراهم می‌شود که به این ترتیب B.A.T (گمرک روسیه) هم به صفر می‌رسد و مشکل صادرکنندگان از صادرات به مبادی ورودی رسمی روسیه نیز حل می‌گردد و دیگر مجبور نیستند از مرز قزاقستان اقدام به صادرات نمایند. همچنین با توجه به این‌که نمی‌توان نامه ارسالی گمرک ایران به روسیه در خصوص ارزش صادراتی پسته ایران را تغییر داد لذا بهتر است مطالبات کمیسیون بازرگانی و صادرات اتاق جهت اصلاح موضوع از طریق وزارت جهاد کشاورزی و سازمان توسعه تجارت در کریدور مزبور پیگیری شود. ●

امروزه در دنیای تجارت نوین بحث ژئواکونومیک مطرح است که نمایشی از قدرت اقتصادی است و در نهایت برای رفاه، آسایش و معیشت زندگی مردم آن منطقه خواهد بود، این بحث در اروپا و آسیا که روسیه پیش‌تاز آن است مطرح و مورد توجه قرار گرفته است.

در حال حاضر ۱۵ تا ۲۰ هزار تن محصول پسته به کشور روسیه صادر می‌شود و باید برای حفظ این بازار تلاش کرد زیرا ما دیگر بازارهای اروپا را به دلیل تحریم‌های گذشته و بازار چین را به دلیل یکسری از مشکلات، مانند گذشته در اختیار نداریم. اگر بازار روسیه را از دست دهیم افت قیمت محصول را در پسته شاهد خواهیم بود. یکی از راهکارهای حفظ این بازار، صادرات مستقیم کالا و محصول پسته به روسیه و فعالیت شفاف است، زیرا صادرات از طریق سایر کشورها همانند قزاقستان به روسیه به‌عنوان بازار ورود ایران به روسیه مشکلاتی را ایجاد می‌کند، اما با این اوصاف از آنجا که در مبادی ورودی رسمی گمرک روسیه مالیات بر ارزش افزوده معادل مبلغ ۱۸ درصد دریافت می‌شود. برخی صادرکنندگان برای کاهش هزینه‌ها و قیمت تمام‌شده اقدام به صادرات از طریق گمرک قزاقستان می‌نمایند، اما پول از مبنای رسمی و کانال‌های بانکی نمی‌تواند برگشت داده شود.

بهترین راهکار این است که صادرکنندگان به سمت شفافیت پیش روند و از راه قانونی صادرات انجام دهند و با پرداخت عوارض گمرکی از راه قانونی و رسمی وارد عرصه صادرات شوند.

راهکار دیگر برای صادرات و توسعه روابط تجاری با روسیه، عدم الزام ورود کالاهای صادراتی ایران به روسیه از طریق مرز قزاقستان و پیوستن ایران به اوراسیا است. از لحاظ اقتصادی و بهبود کسب‌وکار و تجارت به نفع ایران است که به اتحادیه اوراسیا بپیوندد، در سفری که آقای نعمت زاده وزیر وقت صنعت، معدن و تجارت در فروردین ۹۶ به سن‌پترزبورگ داشت مذاکراتی در خصوص عضویت موقت

آسیب‌شناسی ساختار صادرات استان کرمان

< معصومه سعید *

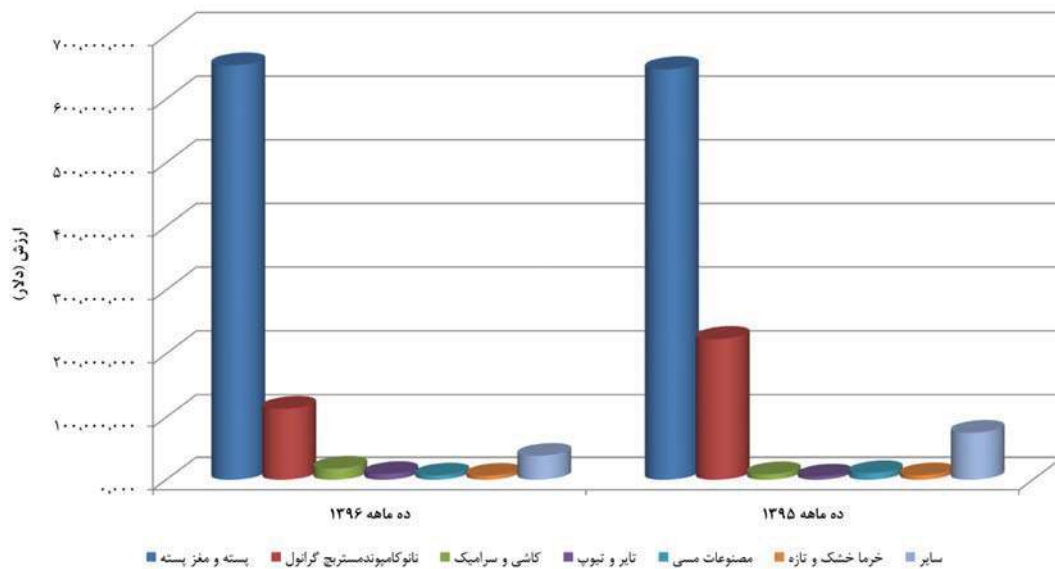
مدیر توسعه بازار و بهبود فضای کسب‌وکار اتاق کرمان



استان کرمان با دارا بودن حدود ۱۱ درصد از مساحت کل کشور پهناورترین استان ایران در هم‌جواری با استان‌های یزد، خراسان جنوبی، سیستان و بلوچستان، فارس و هرمزگان می‌باشد. قرارگرفتن در مسیرهای ارتباطی تهران - بندرعباس و راه‌آهن بافق - بندرعباس که کانون ارتباط آزاد تجاری و ترانزیت کالا و مبادلات کشورهای آسیای میانه، اروپا، خلیج فارس و خاور دور محسوب می‌شود، وجود خط آهن کرمان - زاهدان و همچنین پنج فرودگاه عملیاتی و فعال در سطح استان و نقش قابل‌ملاحظه‌کردنی هوایی استان در انجام پروازهای داخلی و بین‌المللی، موقعیت ارتباطی منحصربه‌فردی را برای استان کرمان فراهم نموده است. علاوه بر این، وجود مناطق ویژه اقتصادی سیرجان، رفسنجان، ارگ جدید بم و نیز گمرکات کرمان، سیرجان، رفسنجان، گمرکات بم و جیرفت، بر نقش محوری استان در جنوب شرق افزوده است. استان کرمان تنها ۳ درصد از جمعیت کشور را در خود جای داده است. استان کرمان، عمده‌ترین تولیدکننده پسته، خرما، مرکبات و تره‌بار کشور است و دربردارنده ذخایر عظیم معدنی و ظرفیت‌های صنعتی ارزشمندی است. توسعه صادرات استان از عمده اهداف اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان به شمار می‌آید، زیرا صادرات منبع تأمین درآمدهای ارزی و عامل مهم در توسعه اشتغال و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، افزایش ظرفیت تولید اقتصادی، کانال ارتباط با زنجیره جهانی تولید و انتقال دانش و فن‌آوری، تقویت تراز تجاری و حفظ ارزش پول ملی و نهایتاً تقویت رشد اقتصادی و افزایش سطح رفاه اجتماعی استان و کشور است. در این مختصر به مقایسه روند صادرات استان طی دوره‌های ده‌ماهه اول سال ۹۵ و ده‌ماهه اول سال ۹۶ پرداخته می‌شود و نتیجه بررسی مسائل و مشکلات صادرکنندگان نیز از نظر می‌گذرد.

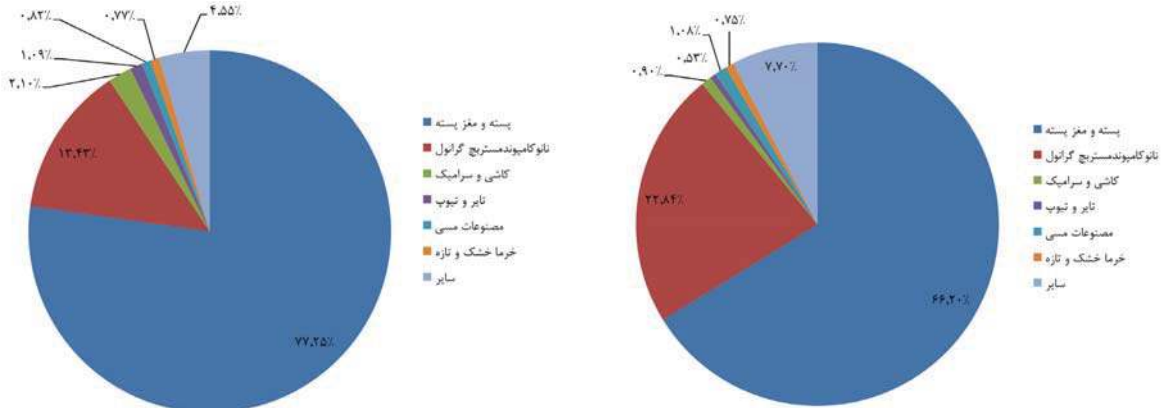
الف- مقایسه صادرات استان طی ۱۰ ماهه ابتدای سال ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶

بر اساس آمار اداره کل گمرکات استان کرمان (نمودار شماره ۱)، عمده‌ترین محصولات صادراتی استان کرمان طی ده‌ماهه ابتدای سال ۱۳۹۵ و نیز ده‌ماهه ابتدای ۱۳۹۶، پسته و مغز پسته و نانوکامپوند مستریج گرانول می‌باشد. البته ذکر این نکته ضروری است که بسیاری از محصولات صادراتی استان از طریق سایر گمرکات کشور نیز ارسال می‌گردد.



نمودار شماره ۱. عمده محصولات صادراتی استان طی ۱۰ ماهه ابتدای سال‌های ۹۵ و ۹۶ (مأخذ: گمرکات استان کرمان - محاسبات گزارش)

مقایسه‌ی صادرات استان طی ده‌ماهه ابتدای سال ۹۶ و ده‌ماهه ابتدای سال ۹۵، نشان از افزایش حدود ۶ میلیون دلاری در صادرات پسته و مغز پسته، کاهش ۱۰۹ میلیون دلاری در صادرات نانوکامپوند مستریج گرانول و افزایش حدود ۸ میلیون دلاری در صادرات کاشی و سرامیک را دارد.



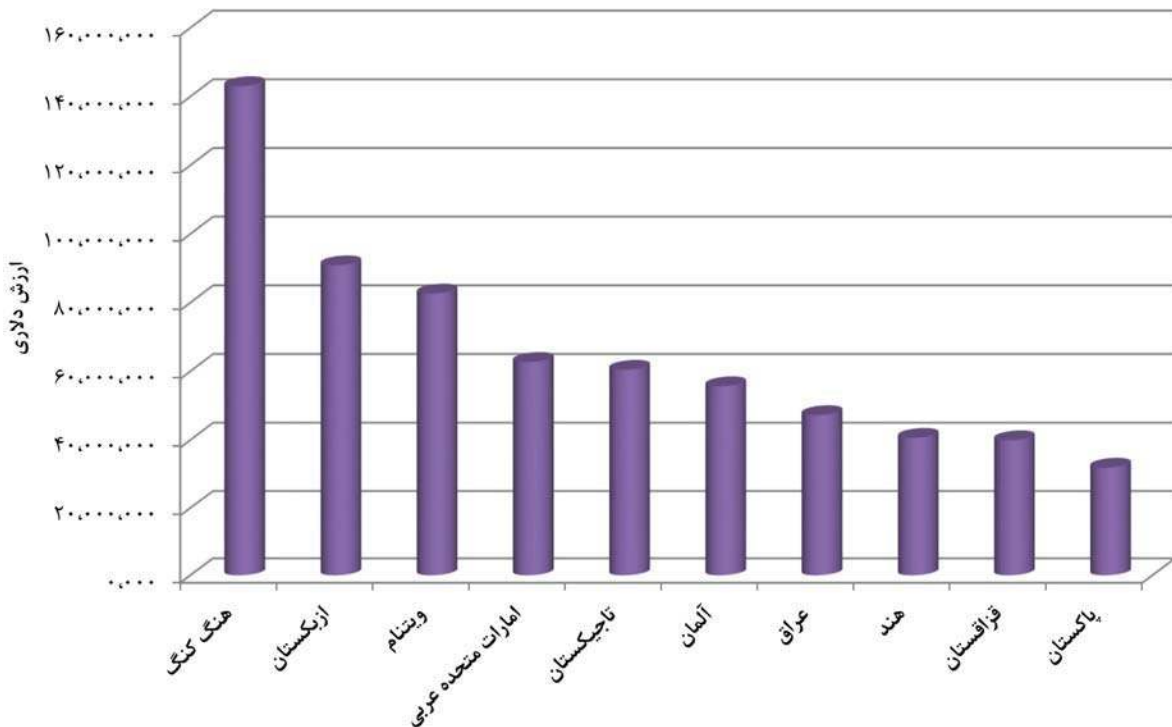
نمودار شماره ۳. سهم کالاها در صادرات استان کرمان طی ۱۰ ماهه ابتدای سال ۹۶

نمودار شماره ۲. سهم کالاها در صادرات استان کرمان طی ۱۰ ماهه ابتدای سال ۹۵

نمودار شماره ۲ نشان می‌دهد در ده‌ماهه اول سال ۹۵، پسته و مغز پسته با سهم حدود ۶۶ درصدی و پس از آن محصول دانش‌بنیان نانوکامپوند مستریج گرانول با سهم حدود ۲۳ درصدی، بیشترین سهم در صادرات استان را به خود اختصاص داده است، همچنین طبق نمودار شماره ۳، در ده‌ماهه ابتدای سال ۹۶ همانند ده‌ماهه ابتدای سال ۹۵، پسته و مغز پسته و نانوکامپوند مستریج گرانول بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. البته افزایش سهم پسته در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۵ ناشی از افزایش میزان صادرات این محصول نیست بلکه ناشی از کاهش حدود ۴۹ درصدی صادرات نانوکامپوند مستریج می‌باشد.

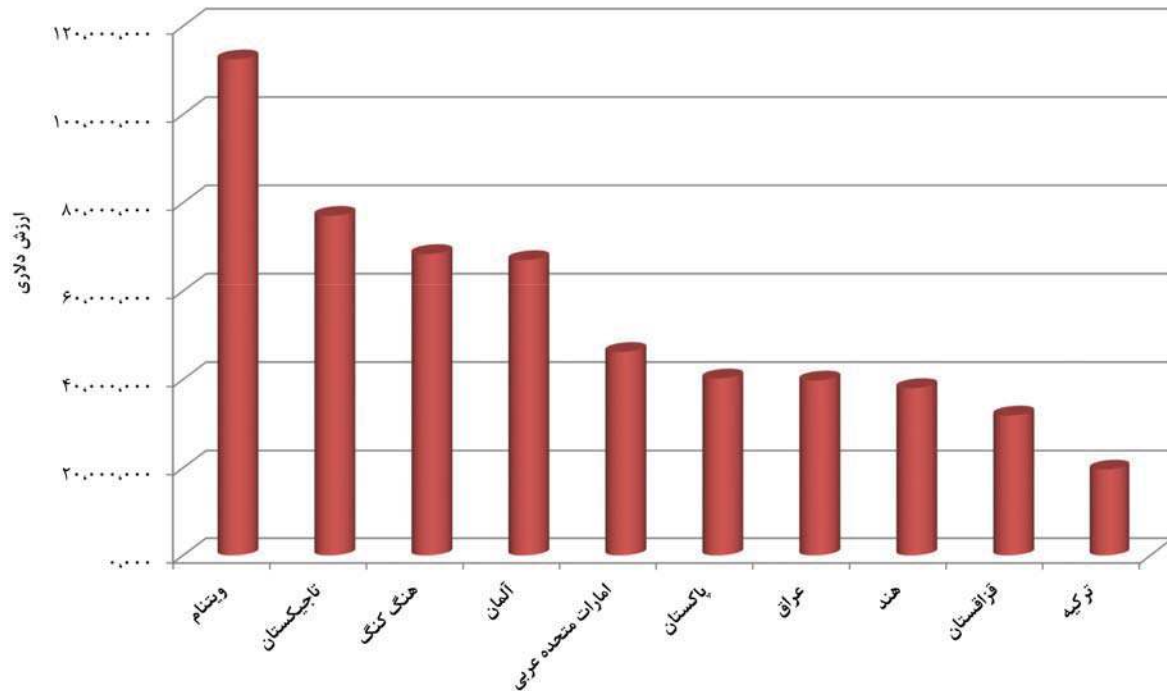
عمده‌ترین بازارهای هدف صادراتی استان کرمان در نه‌ماهه ابتدای سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶

نمودارهای شماره ۴ و ۵، مقاصد صادراتی استان کرمان در نه‌ماهه ابتدای سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ را نشان می‌دهند. توجه به این نکته بسیار ضروری است که برخی اقلام صادراتی استان کرمان از مبادی دیگر کشور صادر می‌گردد و در آمار صادرات استان لحاظ نمی‌گردد.



نمودار شماره ۴. مهم‌ترین کشورهای هدف صادراتی استان کرمان طی ۹ ماهه ابتدای سال ۹۵ (مأخذ: گمرکات استان کرمان - محاسبات گزارش)

نمودار شماره ۴ نشان می‌دهد که عمده‌ترین بازار هدف صادراتی استان در نه‌ماهه ابتدای سال ۱۳۹۵، کشور چنگ کنگ با سهم ۲۵ درصد از کل بازارهای هدف استان و پس از آن ازبکستان و ویتنام با سهم‌های به ترتیب ۱۶ درصد و ۱۵ درصد می‌باشند.



نمودار شماره ۵. مهم‌ترین کشورهای هدف صادراتی استان کرمان طی ۹ ماهه ابتدای سال ۹۶ (مأخذ: گمرکات استان کرمان - محاسبات گزارش)

وظیفه اعطای تسهیلات صادراتی به صادرکنندگان استان کرمان را دارند، به شرح ذیل می‌باشد:

- مشکل مربوط به وثایق شامل:
 - ۱- ناهماهنگی و استاندارد نبودن وثایق ۲- عدم اعتماد متقابل ۳-
 - ضعف سیستم اعتبار سنجی ۴- مشکلات تجار ورشکسته ولی باتجربه در دریافت تسهیلات به علت عدم دارا بودن وثایق معتبر ۵- عدم قبول سفته به عنوان وثیقه برای اعطای تسهیلات به صادرکنندگان کالا و خدمات ۶- سنگین بودن وثائق ۷- عدم ارزیابی وثائق ملکی بر اساس قیمت‌های روز،
- ضعف انگیزشی مدیران بانکی به ارائه‌ی تسهیلات صادراتی در استان که می‌تواند به دلایل ضعف سیستم ارزیابی عملکرد مدیران بانکی و نگاه کمی به عملکرد مدیران در زمینه‌ی صادرات باشد.
- اطلاع‌رسانی نامناسب و ناآگاهی صادرکنندگان از انواع تسهیلات در سیستم بانکی استان خصوصاً بانک‌های صادراتی،
- ضعف در پرداخت تسهیلات متنوع،
- عدم تناسب زمان اعطای تسهیلات صادراتی با نیاز صادرکننده، چراکه برخی از کالاهای صادراتی، به‌خصوص محصولات کشاورزی، فصلی می‌باشند اما در عرض‌ی تسهیلات این مسئله در نظر گرفته نمی‌شود،
- یکسان بودن سقف اعتبار برای تجار سرشناس و خوش حساب و سایرین،
- بروکراسی شدید اداری تسهیلات صادراتی نسبت به سایر انواع تسهیلات،

- بالا بودن بهره بانکی برای تسهیلات صادرات،
- سرمایه پایین بانک توسعه صادرات ایران،

در نهم‌ماهه ابتدای سال ۹۶ بر اساس آمار گمرک، ویتنام با سهم ۱۶ درصدی از کل صادرات به کشورهای هدف صادراتی، عمده‌ترین بازار هدف صادراتی استان بوده است و پس از آن تاجیکستان و هنگ‌کنگ به ترتیب با سهم ۱۶ و ۱۵ در رتبه‌های دوم و سوم بازارهای هدف صادراتی استان قرار دارند.

با توجه به نمودارهای فوق، بدون در نظر گرفتن این موضوع که بخشی از محصولات صادراتی استان از طریق سایر گمرکات صادر می‌شوند، نقش کمرنگ کشورهای آسیای میانه (CIS) در بازارهای هدف استان، علیرغم پتانسیل‌های منطقه جنوب و جنوب شرق در تولید محصولات جالیزی و گلخانه‌ای کاملاً مشهود است. لازم به ذکر است در حالی که کشورهای CIS حدود شش ماه از سال به دلیل شرایط نامناسب اقلیمی (سرما) امکان تولید محصولات کشاورزی را ندارند، دقیقاً در همین زمان حجم زیادی از محصولات جالیزی و گلخانه‌ای در جنوب و جنوب شرق استان تولید می‌شود که پتانسیل بالقوه زیادی برای صادرات به این کشورها داراست؛ بنابراین توجه ویژه به این بازارها امری ضروری است. از سوی دیگر همسایگی با برخی از کشورها و فرصت‌های صادراتی بی‌نظیر استان به آن‌ها، از جمله عراق و افغانستان و همچنین روابط مطلوب سیاسی و اقتصادی با آنان و برخی دیگر از کشورها نیاز به بررسی دلایل عدم موفقیت استان در صادرات به میزان مورد انتظار به این کشورها را بیش‌ازپیش مشخص می‌سازد.

ب- بررسی مسائل و مشکلات صادرکنندگان استان

۱- مسائل بانکی

مهم‌ترین مشکلات موجود در رابطه با خدمات بانک‌های عامل که

- نبود شعبه صندوق ضمانت صادرات در استان کرمان،
- عدم قبول تنها سفته و یا قرارداد لازم‌الاجرا به‌عنوان وثیقه ضمانت‌نامه‌های صادراتی،
- عدم پوشش ریسک نوسانات نرخ ارز از طریق صدور بیمه‌نامه،
- به اجرا گذاشتن سریع ضمانت‌نامه‌های صادرکنندگان برای دریافت خسارت از صندوق ضمانت صادرات توسط برخی از بانک‌های عامل پرداخت‌کننده تسهیلات صادراتی استان و عدم ملاحظه شرایط فعلی صادرکنندگان با توجه به پروسه طولانی دریافت وجه صادراتی‌شان.

۴- مسائل تولیدی

ازجمله مقولاتی که ارتباط زیادی با صادرات و توسعه‌ی آن دارد، حیطة‌ی مسائل تولیدی است. کیفیت نسبتاً پایین برخی از محصولات تولیدی صادراتی، افزایش هزینه‌ها و نهایتاً قیمت تمام‌شده نسبتاً بالای محصولات صادراتی، تأکید بر صادرات چند محصول خاص محدود و سنتی، مشکلات صادراتی است که ناشی از مسائل تولیدی مطرح می‌باشد.

۴-۱- مهم‌ترین مشکلات موجود در رابطه با مسائل تولیدی استان

۴-۱-۱- کیفیت نسبتاً پایین برخی کالاهای تولیدی- صادراتی

علی‌رغم استعداد زیاد استان و کشور جهت تولید و صدور کالاهایی با کیفیت نسبتاً بالا، متأسفانه مشکلاتی گریبان‌گیر صادرات کشور بوده و بعضاً اقلام با کیفیت نسبتاً پایین و غیراستاندارد روانه بازارهای جهانی شده است و نتیجه‌اش این بوده که ضمن عدم توفیق در دستیابی به بازارهای جدید، بازارهای موجود را که با سختی به دست آمده است را نیز از دست دادیم. در زیر به برخی از عواملی که در کاهش کیفیت محصولات صادراتی استان تأثیرگذار است، اشاره می‌شود:

- عدم آموزش کارگران و توجیه آنان در خصوص اثرات اقتصادی و اجتماعی تولید کالاهای با کیفیت بالا،
- به‌کارگیری مواد اولیه نسبتاً نامرغوب، نوسانات زیاد واردات مواد اولیه به دلیل وضعیت نامناسب ارزی کشور و هزینه بالای بسته‌بندی مرغوب،
- فقدان رقبای کافی برای بسیاری از تولیدات داخلی و حمایت تعرفه‌ای و ممنوعیت واردات کالاهای مشابه، در تداوم تولید کالاهای با کیفیت نسبتاً پایین مؤثر بوده است،
- عدم نظارت کافی بر استاندارد مواد اولیه،
- توجه نسبتاً کم به رعایت استانداردهای کشورهای مقصد،
- استفاده از تکنولوژی فرسوده در تولید محصولات صادراتی.

۴-۱-۲- افزایش قیمت تمام‌شده محصولات صادراتی

ازجمله عوامل مؤثر در توسعه صادرات، کاهش قیمت تمام‌شده و عرضه ارزان‌قیمت کالاها به بازارهای هدف می‌باشد، که متأسفانه محصولات استان با قیمت تمام‌شده نسبتاً بالا روانه بازارها می‌گردد و این امر در حفظ و گسترش بازارهای صادراتی محصولات ایران تأثیرات منفی به جای گذاشته است. در زیر به برخی از مهم‌ترین عوامل افزایش قیمت تمام‌شده کالاهای صادراتی استان اشاره می‌شود:

- اختیارات حداقلی شعب استانی بانک‌ها در اعطای تسهیلات به صادرکنندگان که این مسئله ارتباط و تعامل بین صادرکنندگان استان و سیستم بانکی را تضعیف کرده است.

۲- مسائل ارزی

در حوزه مسائل ارزی سه مشکل مهم سد راه صادرکنندگان استان می‌باشد: عدم ثبات نرخ ارز، مشکلات نقل و انتقال ارز و تک‌نرخ نبودن نرخ ارز.

۲-۱- عدم ثبات نرخ ارز

نظر بر این است که افزایش نرخ ارز موجب افزایش صادرات می‌شود، ولی نوسان نرخ ارز می‌تواند باعث کاهش صادرات گردد. لذا، نوسان نرخ ارز می‌تواند با صدمه زدن بر صادرات، موجب نوسان درآمد ارزی گردد که در این شرایط، برنامه‌ریزی‌های توسعه اقتصادی در فضایی نامطمئن صورت خواهد گرفت. بنابراین اگر سیاست‌گذاران ریسک نوسان نرخ ارز را نادیده بگیرند دخالت در بازار برای تحریک صادرات ممکن است به شکست منتهی شود.

۲-۲- مشکلات نقل و انتقال ارز

یکی از عمده مشکلات صادرکنندگان استان و کشور، نقل و انتقال ارز می‌باشد که این موضوع باعث تحمیل هزینه‌های سنگین به دلیل به وجود آمدن ریسک‌های زیاد، برای دریافت ارز حاصل از صادراتشان شده است. از طرف دیگر دریافت ارز (یا معادل ریال و یا دریافت کالا) پروسه زمانبری دارد و ضمن این‌که هزینه‌های مالی به صادرکننده تحمیل می‌کند، باعث کاهش گردش سرمایه صادرکنندگان نیز می‌شود و در نتیجه قدرت رقابت صادرکنندگان را از بین برده و آن‌ها را از گردونه رقابت خارج می‌کند.

۲-۳- تک‌نرخ نبودن نرخ ارز

تجربیات نشان می‌دهد که سیستم چند نرخ ارز در بیشتر کشورهایی که مورد استفاده قرار گرفته، چندان مقبول و مؤثر نیفتاده است، به‌ویژه نتوانسته است باعث تخصیص بهینه‌ی منابع و مانع فعالیت‌های سودگراانه و تأثیرات سوء آن بر ذخایر ارزی شود. اعمال محدودیت‌های ارزی و تجاری برای ثابت نگه‌داشتن نرخ ارز و کنترل ذخایر ارزی منجر به ایجاد نهادهایی (معمولاً غیرقانونی) می‌شود که محدودیت بر معاملات ارزی را ایجاد و در نتیجه هدف اولیه‌ی این سیاست را بی‌اثر یا کم‌اثر می‌کند.

۳- مسائل بیمه‌نامه‌ها و ضمانت‌نامه‌ها

صندوق ضمانت صادرات ایران به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت با شخصیت مالی و حقوقی مستقل، به پشتوانه حمایت‌های مالی دولت، علاوه بر پوشش ریسک‌های سیاسی و تجاری صادرات، با صدور انواع ضمانت‌نامه اعتباری، به تأمین منابع مالی موردنیاز صادرکنندگان نیز کمک می‌نماید.

مهم‌ترین مشکلات موجود در رابطه با خدمات صندوق ضمانت

صادرات ایران:

- سرمایه پایین صندوق ضمانت صادرات ایران،

ازجمله ویژگی‌های فرهنگی، عقاید و رسم و رسوم مردم، قوانین و مقررات تجاری تا جلب مشتری و عقد قرارداد را در بر می‌گیرد. علی‌رغم اهمیت بسیار زیاد بازاریابی، باوجود کیفیت نسبتاً مطلوب بسیاری از محصولات صادراتی استان و کشور تنها ضعف در بازاریابی موجب شده است نتوانیم سهم قابل‌توجهی از بازارهای جهانی را کسب نماییم.

موانع موجود در جهت بازاریابی بهینه محصولات صادراتی استان:

- کمبود و عدم تمرکز اطلاعات موردنیاز به‌ویژه اطلاعات تجاری و اقتصادی در خصوص بازارهای مختلف صادراتی، نیازها، علائق، درآمد سرانه و غیره، به‌عنوان یک مانع جدی در مسیر بازاریابی بهینه محصولات صادراتی قرار گرفته است،
- جدا از ضعف اطلاعاتی موجود در خصوص صادرات، متأسفانه برخی از بازرگانان و صادرکنندگان استان نیز به دلایل خاصی توجه چندانی به کسب اطلاعات موردنیاز در خصوص ویژگی‌های فرهنگی، علایق و سلیقه بازارهای هدف نداشته و همین کم‌توجهی عامل برخی از شکست‌های تجاری می‌شود،
- کیفیت نسبتاً پایین برخی از محصولات صادراتی و عدم تداوم در ارائه محصولات کیفی، باعث ایجاد حس عدم اعتماد در خریداران خارجی شده و ضمن ممانعت از توسعه بازارها، حفظ بازارهای موجود را نیز با مشکل مواجه ساخته است،
- برخی از تولیدکنندگان داخلی به دلیل عدم آگاهی از نیازهای متنوع خریداران خارجی، در خصوص نوآوری، تغییر مدل و طراحی محصول متناسب با خواست و سلیقه مصرف‌کنندگان، تلاش‌های چندانی را انجام نداده‌اند،
- گاهی اوقات محصولات صادراتی علی‌رغم کیفیت نسبتاً خوب و قیمت مناسب به دلیل ضعف بسته‌بندی توفیقانی را کسب نکرده‌اند. شایان ذکر است به دلیل عدم عضویت ایران در سازمان جهانی تجارت (WTO) بیشتر اوقات صادرکننده واقعی مجبور به صدور کالای فله‌ای و خام می‌شود تا در کشور مقصد، بسته‌بندی و نهایتاً با ارزش‌افزوده‌ی بالاتری که روی آن ایجادشده، صادر گردد،
- عدم توجه کافی به رعایت استانداردهای کشورهای مقصد نیز در عدم امکان بازاریابی وسیع محصولات استانی مؤثر بوده است،
- بروشورها و کاتالوگ‌های برخی از کالاهای صادراتی استان حاوی اطلاعات کافی و کامل و موردنیاز برای مصرف‌کنندگان خارجی نیست. ضمناً بهتر است بروشورها علاوه بر زبان انگلیسی به زبان کشور مقصد نیز ترجمه شوند و مزیت رقابتی محصول به‌طور مشخص در آن توضیح داده شود،
- به دلیل هزینه‌ی نسبتاً بالای تبلیغات و بازاریابی و ناتوانی صادرکنندگان در تأمین هزینه‌های آن و عدم حمایت‌های کافی دولتی در این خصوص، کالاهای استان تاکنون نتوانسته است به نحو لازم و شایسته شناسانده و معرفی گردد،
- ورود برخی از افراد غیرمتخصص و سودجو در عرصه صادرات و صدور برخی کالاهای نامرغوب در کاهش کمی و کیفی صادرات در سال‌های گذشته نقش عمده‌ای ایفا نموده است. این افراد عمدتاً به دلیل ناتوانی و نداشتن تخصص کافی در پیش‌بینی آینده، توقع سود

- فقدان و یا کمبود اعتبارات مالی ارزان، یارانه‌های نقدی و غیر نقدی و تسهیلات صادراتی مناسب،
 - عدم اعمال معافیت‌های کامل مالیاتی برای صادرات،
 - تشریفات اداری نسبتاً زائد و وقت‌گیر (در پروسه تولید و صادرات) که باعث گردش کم سرمایه در سال می‌گردد،
 - تورم نسبتاً بالای داخلی و نتیجتاً افزایش هزینه عوامل تولید همچون حقوق کارگران، سوخت، انرژی، اجاره‌بها، افزایش قیمت زمین و غیره،
 - افزایش نسبتاً زیاد و تقریباً بی‌رویه در نرخ حمل‌ونقل کالاهای صادراتی،
 - فعالیت «زیرظرفیت» واحدهای تولیدی،
 - «عدم توجه اقتصادی» بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته در بخش صنعت،
 - بالا بودن درصد ضایعات و استهلاک برخی از واحدهای تولیدی که در افزایش قیمت تمام‌شده محصولات تولیدی مؤثر می‌باشد،
 - بالا بودن هزینه بسته‌بندی کالاها،
 - عدم توجه کافی به سازمان‌دهی علمی فرآیند تولید، سرمایه‌گذاری‌های غیر هدفمند، عدم مدرنیزه شدن و نهایتاً کاهش بهره‌وری عوامل تولید از دیگر عوامل مؤثر در افزایش قیمت محصولات استان کرمان می‌باشد،
 - تأکید به صدور چند محصول خاص.
- از دیگر مشکلات مرتبط با حیطه تولید می‌توان به احراز سنتی برای صدور چند محصول تولیدی خاص اشاره کرد. عصر حاضر فراتر از توجه به مزیت نسبی عصر توجه به مزیت رقابتی است. در سبب صادراتی محصولات استان کرمان، ده‌ها سال است که تأکید به صدور چند محصول خاص کاملاً مشهود است. در صورتی که با اعمال فرآوری محصولات صادراتی در استان، ارزش‌افزوده بیشتری را می‌توان نصیب استان کرد. از طرفی با ایجاد تنوع در تولیدات رقابتی تحصیل بازارها را رقم خواهند زد.

۵- مشوق‌های مالی و یارانه‌های نقدی پرداختی دولت به صادرکنندگان

کمبود نقدینگی یکی از عمده‌ترین مشکلات صادرکنندگان استان و از موانع عمده توسعه صادرات کشور می‌باشد. بسیاری از کشورهای موفق در صادرات، سیاست‌های حمایتی مختلفی در جهت تقویت صادرات به کار گرفته‌اند ازجمله: اعطای وام‌های گوناگون صادراتی، معافیت از حقوق و عوارض گمرکی، یارانه‌های صادراتی و غیره. هرچند در ایران نیز برخی از این تسهیلات در اختیار صادرکنندگان قرار گرفته است ولی کافی نبود و قابل‌مقایسه با برنامه‌های حمایتی رقیب نمی‌باشد.

۶- مسائل بازاریابی و تبلیغات

ازجمله عوامل بسیار مؤثر در توسعه صادرات غیرنفتی تبلیغات و بازاریابی می‌باشد. بازاریابی طیف وسیعی از فعالیت‌های مختلف اعلم: مطالعه، تحقیق، گردآوری اطلاعات در خصوص بازارهای هدف،

اطلاعات تخصصی در حوزه صادرات کالا و خدمات، ظرفیت‌های تجاری، بازاریابی و تنظیم روابط، قوانین و مقررات مرتبط با صادرات، امور مرتبط با بانک، حمل‌ونقل، ترانزیت، ضمانت صادرات تشکیل‌های تولیدی و صادراتی و با بسیاری از اطلاعات موجود موردنیاز، فاصله داریم.

برخی موانع موجود در جهت توسعه تحقیقات کاربردی و اطلاع‌رسانی کارا:

- فقدان يك بانک اطلاعاتی جامع و کارآمد که متناسب با پتانسیل صادراتی استان باشد و توانایی عرضه تازه‌ترین اطلاعات تجاری در زمینه‌ی معرفی بازارهای بالقوه و بالفعل بین‌المللی، حجم تجارت هر کالا و فروشندگان و خریداران عمده آن، ویژگی‌های جغرافیایی و فرهنگی بازارهای هدف، مقررات بازرگانی، گمرکی و مالیاتی کشور هدف، سطح روابط سیاسی ایران با کشور هدف و سایر اطلاعات اقتصادی، تجاری، جغرافیایی، فرهنگی، سیاسی، حقوقی و غیره را به علاقه‌مندان صادرکننده و پژوهشگران داشته باشد،

- البته تنها مشکل، نبود اطلاعات دقیق نیست، بلکه در بسیاری از موارد، به هنگام نبودن اطلاعات، سرویس‌دهی ناکار، وقت‌گیر و پرهزینه و کمبود متخصص اطلاع‌رسان نیز بر مشکلات موجود می‌افزاید،

- اتخاذ تصمیم‌های تجاری و صادراتی بدون توجه کافی، اختصاص بودجه ناچیز دولتی به امر تحقیقات و عدم توجه کافی به پژوهشگران استان،

- گاهی اوقات دیده می‌شود که موضوعات تحقیقی تقریباً مشابه، بدون اطلاع مجریان آن از شروع فعالیت، اتمام کار و نتایج تحقیقی یکدیگر توسط مؤسسات و سازمان‌های مختلف انجام می‌شود. این اقدامات

زیادی را به هر قیمت در کوتاه‌مدت دارند،

- بی‌ثباتی و تغییرات مکرر در بخشنامه‌ها و مقررات صادرات به همراه برخی تشریفات اداری و وقت‌گیر و وجود برخی قوانین و مقررات دست و پاگیر مانع از امکان برنامه‌ریزی دقیق و درازمدت در بازاریابی محصولات، فروش اعتباری و مدت‌دار آن‌ها و همچنین ایفای به‌موقع تعهدات به طرف‌های تجاری می‌گردد،

- از دیگر موانع موجود در امر بازاریابی محصولات می‌توان به مشکلات اخذ ویزا در خصوص آمدررفت سریع و آسان بازرگانان خارجی به ایران و همچنین رفت‌وآمد سریع صادرکنندگان ایرانی به خارج از کشور اشاره نمود،

- از دیگر موانع می‌توان به کمبود کارشناسان ماهر و متخصص در امر صادرات و بازاریابی در شرکت‌های صادراتی اشاره نمود.

- توجه نسبتاً کم به انعقاد قراردادهای کاهش متقابل تعرفه با کشورهای هدف از دیگر عواملی بوده که مانع از ورود آسان و وسیع محصولات ایران به بازارهای جهانی شده است،

- فقدان و یا ضعف برخی از تشکلهای اتحادیه‌های صادراتی در خصوص بازاریابی و تبلیغات محصولات صادراتی از افزایش حضور کالاهای صادراتی ایران در بازارهای جهانی ممانعت به عمل آورده است،

- عدم تسلط برخی از صادرکنندگان به زبان‌های خارجی و بین‌المللی، عدم آشنایی کافی به فنون و رموز علمی صادرات و بازاریابی، تسلط به استفاده از ابزارهای نوین بازرگانی همچون کامپیوتر و اینترنت، اعتقادات نسبتاً پایدار به الگوها و شیوه‌های قدیمی تجارت و عدم استفاده از متخصصان در این مورد، از دیگر عوامل عمده‌ای است که مانع از نفوذ سریع و پایدار کالاهای ایرانی به بازارهای جهانی گردیده است،

- تعداد خیلی از صادرکنندگان سنتی «تبلیغ برای فروش کالا را بی‌په‌وده می‌دانند» و معتقدند تبلیغات به‌جز افزایش هزینه‌ها، هیچ نفعی برای صادرکننده نداشته و تأثیر عمده‌ای نیز در افزایش فروش و قیمت کالا ندارد،

- برخی بازرگان سنتی توانایی چندانی در نفوذ به بازارهای جدید ندارند و گاهی اوقات با رقابتی که با رقیبان خود در بازارهای محدود موجود انجام می‌دهند در کاهش ارزش کالاهای صادراتی ایران نقش عمده‌ای ایفا می‌نمایند.

۷. مسائل تحقیقات و اطلاع‌رسانی

در اهمیت تحقیقات و اطلاع‌رسانی در راستای توسعه صادرات هیچ شک و شبهه‌ای وجود ندارد. به دلیل گستردگی تغییر و تحولات موجود در بخش تجارت، نقش تحقیقات و اطلاع‌رسانی به هنگام که با استفاده از آخرین اطلاعات و تکنیک‌های موجود نیز سامان‌یافته باشد، بسیار با اهمیت می‌باشد. تحولات جهانی نیز حاکی از آن است که کشورهای در مسیر توسعه صادرات موفق بوده‌اند که به تحقیقات و اطلاع‌رسانی دقیق و بهنگام به صادرکنندگان توجه زیادی نموده و بودجه نسبتاً قابل‌توجهی را نیز برای آن در نظر گرفته‌اند؛ اما همان‌گونه که شاهدیم در استان با استانداردهای لازم در خصوص

دقیقاً در همین زمان حجم زیادی از محصولات جالیزی و گلخانه‌ای در جنوب و جنوب شرق استان تولید می‌شود که پتانسیل بالقوه زیادی برای صادرات به این کشورها داراست؛ بنابراین توجه ویژه به این بازارها امری ضروری است. از سوی دیگر همسایگی با برخی از کشورها و فرصت‌های صادراتی بی‌نظیر استان به آن‌ها، از جمله عراق و افغانستان و همچنین روابط مطلوب سیاسی و اقتصادی با آنان و برخی دیگر از کشورها نیاز به بررسی دلایل عدم موفقیت استان در صادرات به میزان مورد انتظار به این کشورها را بیش از پیش مشخص می‌سازد.

و صادرکنندگان پرتلاش استان است. این قشر به خوبی از مزایای صادرات و نتایج آن آگاهی دارد و حرکت‌هایی را نیز برای بهبود آن انجام داده و تجارب گران‌بهایی در این زمینه دارد که باید حفظ و تقویت شود.

به‌طور کلی اشاعه فرهنگ صادرات زمانی امکان‌پذیر خواهد بود و تسریع در آن صورت خواهد پذیرفت که رهبران و مدیران سازمان‌ها و مؤسسات خصوصی و دولتی در ایجاد و ترویج آن اهتمام ورزند.

نتیجه‌گیری

بررسی‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که عمده‌ترین مسائلی که منجر به کاهش قدرت رقابت صادرکنندگان می‌شود عبارتند از: کمبود نقدینگی و گرانی تسهیلات، انقباضی عمل کردن بانک‌های تخصصی صادرات، گردش پایین سرمایه به علت پروسه طولانی و دشوار دریافت تسهیلات صادراتی، مشکلات مربوط به نقل‌وانتقال وجه صادراتی، عدم ثبات و تک‌رخی نبودن ارز، بالا بودن قیمت تمام‌شده محصولات صادراتی، معوق ماندن یارانه‌های نقدی صادرکنندگان از سنوات گذشته، عدم توجه کافی به مزیت‌های رقابتی محصولات استان و ویژگی‌های بازارهای هدف و همچنین مشکلات تبلیغات و بازاریابی و مسائل فرهنگی. بایستی با برنامه‌ریزی صحیح و ایجاد ساختار مناسب برای حل مشکلات گام‌های مؤثر در توسعه صادرات استان برداشت. البته ناگفته نماند که صادرات یک تخصص است و صادرکننده، متخصص صادرات؛ بنابراین جای هیچ شکی نیست که عدم مدیریت صحیح یکی از عمده‌ترین مشکلات و زمینه‌های آسیب‌پذیری صادرات است. ●

منابع

- سرمد سعیدی، سهیل (۱۳۷۹)، چگونه فرهنگ صادرات را نهادینه کنیم، نامه اتاق بازرگانی، شماره ۳۸
- فرض علی پور، مسلم (۱۳۸۲)، توسعه صادرات غیرنفتی، لزوم و اهمیت آن در اقتصاد کشور، ویژه‌نامه تعاون، شماره ۱۴۵
- راسخی، سعید، شهرازی، میلاد، عبداللهی، محمدرضا (۱۳۹۱)، اثر نامتقارن نرخ ارز و نوسان آن بر صادرات غیرنفتی ایران، پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، شماره ۷
- عباسی، ابراهیم، عامل، رویا (۱۳۸۰)، بررسی نقش بیمه‌نامه‌ها و ضمانت‌نامه‌های اعتبار صادرات کالا در توسعه صادرات کالاهای غیرنفتی، فصلنامه صنعت بیمه، شماره ۳
- پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت بازرگانی www.moc.gov.ir
- پایگاه اطلاع‌رسانی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی www.itsr.ir
- پایگاه اطلاع‌رسانی بانک توسعه صادرات ایران www.edbi.ir
- پایگاه اطلاع‌رسانی صندوق ضمانت صادرات ایران www.egfi.org
- پایگاه اطلاع‌رسانی گمرک جمهوری اسلامی ایران www.irica.gov.ir
- پایگاه اطلاع‌رسانی سازمان توسعه تجارت ایران www.tpo.ir
- پایگاه اطلاع‌رسانی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمان <http://kimto.kr.ir>

<http://khabareghtesadi.com/fa/news>

مشابه باعث هدر رفتن استعدادهای، هزینه‌ها و امکانات می‌گردد، ● به دلیل ضعف ساختاری اتحادیه‌های صادراتی و عدم استقبال گسترده صاحبان حرفه از آن‌ها، متأسفانه این اتحادیه‌ها که می‌بایست بسیاری از وظایف مربوط به اطلاع‌رسانی و آموزش را برعهده گیرند، در سال‌های گذشته نتوانسته‌اند به وظایف خود عمل نمایند. اتاق بازرگانی کرمان با ایجاد تشکلهای و تقویت آن‌ها و تعامل مثبت و سازنده با اتحادیه‌های صادراتی در راستای حل این مشکل گام برداشته است،

● عدم حضور قوی سازمان‌های دولتی مسئول و برخی اتحادیه‌ها و تشکلهای صادراتی در بازارهای هدف که بالتبع مانع از تهیه و ارسال اطلاعات دقیق و جامع از بازارهای هدف می‌گردد.

۸- مسائل فرهنگی و فرهنگ صادراتی

انجام صادرات نیاز به فضا و محیط مناسب دارد، فضا و محیط مناسب همان فرهنگ است. منظور ایجاد بستری است که صادرکننده بتواند محصولات را با ساده‌ترین روش‌ها صادر کند. این کار نیاز به آموزش هماهنگ دارد.

همه مردم باید خود را در امر صادرات دخیل و ذینفع دانسته و صادرات را جزئی از فلسفه زندگی روزمره خود بدانند. مردم باید این مطلب را با تمام وجود و از صمیم قلب درک کنند که صادرکننده، یک سرمایه و یک قهرمان ملی است و صادرات، یعنی ایجاد درآمد، پول و بودجه برای مملکت و در نتیجه یعنی سربلندی و خودکفایی و استقلال. صادرات باید تبدیل به یک ارزش شود تا نهادینه گردد. همان‌طور که در جنگ تحمیلی نجات وطن و دین و همچنین شهادت از نظر مردم ایران ارزش بود که تبدیل به حماسه و ارزش شد، ما برای نهادینه کردن فرهنگ مطلوب صادرات نیز به چنین حرکتی نیاز داریم. فرهنگ مطلوب صادرات، فرهنگی است که در چارچوب اصول و ضوابط حرفه‌ای که همان چارچوب مبادلات بین‌المللی است، عمل کند و اجازه فعالیت صحیح و سالم را به صادرکنندگان بدهد.

در جامعه، چهار سطح فرهنگی وجود دارد که به فراخور هر سطح در جهت آگاهی‌ها و اعتلای امر فرهنگ صادراتی باید اقدام کرد:

سطح اول، ایجاد فرهنگ صادرات است. در بین برخی از دست‌اندرکاران و مسئولان، اهمیت صادرات، درک و لمس نشده است، بنابراین لازم است آگاهی‌ها و آموزش‌های لازم به افراد کلیدی داده شود.

سطح دوم، ترویج فرهنگ صادراتی است، در این سطح، باید از دبستان و پیش‌دبستانی آغاز کرد و مفهوم و اهمیت فرهنگ صادرات را در کتب و دروس مختلف گنجانند. در این مورد وزارت آموزش و پرورش نقش حساس و مهمی را ایفا می‌کند و در واقع نیاز به یک برنامه‌ریزی استراتژیک است.

سطح سوم، تغییر دادن فرهنگ است که می‌توان آن را تغییر فرهنگ نامید. در این سطح، صادرات به‌عنوان یک حرکت نامطلوب تلقی شده و عقیده بر این است که صادرات، کار ثروتمندان و متمولین است. در حالی که صادرات غیرنفتی تنها راه حفظ استقلال و خودکفایی و سربلندی ایران اسلامی است.

سطح چهارم، حفظ فرهنگ است. این سطح، شامل تولیدکنندگان

تشکل‌های اقتصادی

- عملکرد امور تشکل‌های اتاق از سال ۱۳۹۵ تاکنون
- تقویت و توسعه تشکل‌های اقتصادی

عملکرد امور تشکل‌های اتاق از سال ۱۳۹۵ تا کنون

فاطمه مهربانی*
مدیر امور تشکل‌های اتاق کرمان



مقدمه:

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان به استناد موارد قانونی از جمله بند (ک) ماده ۵ قانون اتاق ایران، بند (د) ماده ۹۱ قانون اجرایی سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و مواد ۱ و ۵ قانون بهبود محیط کسب و کار موظف به تمهید شرایط ایجاد، ثبت و ساماندهی، ادغام شبکه‌سازی، یکپارچه‌سازی و انسجام تشکل‌های اقتصادی است تا ضمن حفظ حقوق و منافع مشروع و قانونی اعضا به ساماندهی فعالیت و بهبود وضعیت اقتصادی اعضای حقیقی و حقوقی خود بپردازد.

در راستای تحقق این هدف، تشکل‌های رسمی ثبت شده توسط اتاق کرمان و مهم‌ترین فعالیت‌های انجام شده به شرح زیر می‌باشد:

تشکل‌های رسمی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان

ردیف	نام انجمن / تشکل	تاریخ ثبت در اتاق ایران
۱	کانون زنان بازرگان کرمان	۱۳۹۱/۰۵/۱۷
۲	انجمن خدمات فنی و مهندسی استان کرمان	۱۳۹۲/۰۴/۲۴
۳	انجمن گلخانه‌داران شرق استان کرمان	۱۳۹۳/۰۷/۲۹
۴	انجمن گلخانه‌داران جنوب استان کرمان	۱۳۹۴/۰۹/۲۴
۵	انجمن خرما استان کرمان	۱۳۹۴/۰۹/۲۸
۶	انجمن گیاهان دارویی، صنعتی و معطر استان کرمان	۱۳۹۴/۱۰/۱۴
۷	انجمن زغال و صنایع وابسته استان کرمان	۱۳۹۴/۱۰/۱۴
۸	انجمن سنگ استان کرمان	۱۳۹۴/۱۰/۱۵
۹	انجمن آزمایشگاه‌های همکار آزمون و کالیبراسیون استان کرمان	۱۳۹۵/۰۸/۰۵
۱۰	انجمن شرکت‌های صنعت پخش استان کرمان	۱۳۹۵/۱۲/۱۰
۱۱	انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان استان کرمان	۱۳۹۶/۰۵/۳۱

اهم فعالیت‌های واحد امور تشکل‌ها در سال ۱۳۹۵:

۴- پیگیری مطالبات تشکل‌های "زغال و صنایع وابسته استان کرمان"، "پسته ایران"، "خرمای استان کرمان"، "توسعه صادرات سنگ‌های تزئینی استان کرمان" و "خدمات فنی و مهندسی استان کرمان" از طریق طرح در جلسات شورای گفتگو که مصوبات مربوط به تشکل‌های مذکور به تفکیک در صورت جلسات شورا ذکر شده است،
۵- مطالعه و بررسی راهکارهای اصولی ایجاد و توسعه تشکل‌های

۱- برگزاری مجامع عمومی و انتخابات دوره جدید هیات مدیره برای تشکل‌های رسمی،
۲- تشکیل و ثبت انجمن‌های "شرکت‌های صنعت پخش استان کرمان" و "آزمایشگاه‌های همکار آزمون و کالیبراسیون استان کرمان"،
۳- بررسی، تصمیم‌گیری و تأیید نهایی جهت تشکیل "انجمن فرش استان کرمان" و "انجمن فناوری اطلاعات استان کرمان" که در مرحله

* و خانمها مهدیه رستمی‌زاده، الهام کریمی، نادیا انجم‌شعاع (کارشناسان امور تشکل‌های اتاق)

"مدل توسعه تشکل‌ها"،
۵- پیگیری مطالبات تشکل "گلخانه داران جنوب استان کرمان" در جلسات شورای گفتگو،
۶- دوره‌های آموزشی تخصصی برگزار شده برای تشکل‌ها:
● توسعه و افزایش عضویت در تشکل‌ها
● شیوه‌های اداره صحیح در تشکل‌های اقتصادی و بازرگانی
● تأمین مالی و ارائه خدمات مالی در تشکل‌ها
● اصول و روش بودجه‌بندی در تشکل‌ها،
۷- گردهمایی سالانه تشکل‌ها جهت تبادل نظر، انتقال تجربیات و تقدیر از تشکل‌های فعال،
۸- علاوه بر کارهای در حال انجام یکی از اقدامات این واحد دریافت ماهانه گزارش عملکرد تشکل‌ها، جمع‌بندی و تحلیل آن‌ها است. خلاصه‌ای از مهم‌ترین فعالیت‌های تشکل‌های رسمی اتاق کرمان در ادامه ذکر شده است.

اقتصادی از طریق همکاری با مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی اتاق برای تدوین "مدل تقویت توسعه تشکل‌های اقتصادی"،
۶- برگزاری دوره‌های آموزشی از جمله: اصول و روش‌های تشریفات، اصول و روش‌های لابی‌گری، مدیریت مؤثر جلسات در تشکل‌های اقتصادی، اصول و قواعد کار تیمی، حمایت‌گیری رسانه‌ای، اصول و فنون مذاکره با مقامات دولتی، اصول سخنرانی مؤثر و ...

اهم فعالیت‌های واحد امور تشکل‌ها در سال ۱۳۹۶:

۱- برگزاری مجامع تشکل‌های رسمی اتاق،
۲- اخذ شناسه ملی برای تشکل‌های رسمی اتاق،
۳- برنامه‌ریزی برای تشکیل انجمن‌های جدید (فرش، ارگانیک، توسعه سرمایه‌گذاری سیرجان، جوانان کارآفرین، خوراک دام و طیور آبریان و فناوری اطلاعات استان کرمان)،
۴- برنامه‌ریزی در جهت توسعه و تقویت تشکل‌ها از طریق پیاده‌سازی



اهم فعالیت‌های انجمن خرما در سال ۹۵

- حضور در سلسله نشست‌های تخصصی و ترویجی مستمر در خصوص آب استان کرمان در مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی سازمان جهاد کشاورزی
- برگزاری جلسات کمیته‌های تخصصی و کمیته هم‌اندیشی استان‌های خرماخیز کشور
- حضور در سفارت سوئیس جهت اخذ ویزای حضور در نمایشگاه آنوگا آلمان و بازدید از واحدهای فرآوری و سازنده دستگاه در ایتالیا
- برگزاری تور ۸ روزه بازدید از باغات و واحدهای فرآوری کشور مراکش و نمایشگاه صنایع غذایی کازابلانکا جهت انجام مذاکرات تجاری و انتقال تکنولوژی
- برگزاری نمایشگاه کشاورزی و صنایع وابسته در محل دائمی نمایشگاه‌های کرمان
- برگزاری دوره آموزشی و بازآموزی استانداردهای خرما در محل اداره استاندارد
- برگزاری جلسه کمیته خدمات انجمن در منطقه جنوب با دستور کار مسائل، موانع و مشکلات طرح‌ها و ارائه راهکار به شورای گفتگو در راستای اقتصاد مقاومتی در این منطقه
- نامه‌نگاری و پیگیری اخذ سند امنیت غذایی و بررسی و اطلاع‌رسانی مفاد آن از دانشگاه علوم پزشکی کرمان
- برگزاری تور نمایشگاه آنوگا آلمان و بازدید بیش از ۱۶ نفر از فعالین کشاورزی و فرآوری از واحدهای فرآوری و سازنده دستگاه‌های بسته‌بندی در ایتالیا
- شرکت در کنفرانس آب مجازی در اتاق ایران و تبیین نقطه نظرات اتاق کرمان
- حضور در جلسه با هیات تجاری از منطقه باواریا آلمان در راستای حساس سازی و مذاکرات B2B

- شرکت نماینده انجمن در جلسات انجمن ملی خرمای ایران
- برگزاری کمیته‌های تخصصی و کمیته هم‌ایش ملی خرمای استان
- برگزاری تور ۵ روزه ۲۶ نفر از اعضا انجمن خرما از نمایشگاه گلفود دبی و بازدید از باغات و واحدهای فرآوری خرمای این کشور
- برگزاری کلاس آموزشی در رابطه با بازاریابی و تبلیغات محصولات کشاورزی تجاری (خرما)
- حضور در سلسله نشست‌های تخصصی و ترویجی مستمر در خصوص آب استان کرمان در مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی سازمان جهاد کشاورزی
- اخذ غرفه در نمایشگاه سیال فرانسه و حضور در نمایشگاه مذکور
- شرکت در کارگاه آموزشی معرفی بورس محصولات کشاورزی و نحوه انجام معاملات در آن
- حضور در جلسه بهبود و اصلاح روند توسعه خوشه‌ای در کشور و ارائه راهکارهای بهبود و توسعه خوشه‌های کشاورزی
- برگزاری جلسه اتاق فکر استان کرمان با حضور اساتید دانشگاه شهید باهنر کرمان با محوریت موضوع کشاورزی و محیط‌زیست در استان کرمان
- برگزاری تور ۳ روزه بازدید از واحدهای صنعتی موردنیاز واحدهای کسب و کار خرما
- تدوین ۳ پروپوزال پیشنهادی در راستای حل مشکلات خرما و صنایع تبدیل به شرکت شهرک‌های صنعتی و وزارت صنایع

اهم فعالیت‌های انجمن خرما در سال ۹۶

- شرکت نماینده انجمن در جلسات انجمن ملی خرمای ایران



اهم فعالیت‌های انجمن گیاهان دارویی، صنعتی و معطر استان کرمان در سال ۹۵

- آموزش کشاورزان و فعالان در عرصه گیاهان دارویی، صنعتی و معطر به عنوان گام ابتدایی با حضور مدرسین از حوزه فعالان کسب و کار
- ساماندهی بهره‌برداران و ایجاد صندوق‌ها و تعاونی‌ها در ارتباط با گیاهان دارویی، صنعتی و معطر
- اتصال شرکت بازاریابی و بازرگانی به فعالان کسب و کار گیاهان دارویی، صنعتی جهت اتصال به بازار
- مشاوره اعضای انجمن و معرفی جهت کشت گیاهان دارویی، صنعتی و معطر
- ایجاد نقشه پراکنش و توزیع گیاهان دارویی، صنعتی و معطر با شناسنامه و درجه‌بندی و معرفی محصول
- برگزاری تورهای بازدید از کارخانه‌ها مربوط به گیاهان دارویی برای علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری
- برگزاری کارگاه توسعه کسب و کار گیاهان دارویی با مدیریت سرکار خانم دکتر کنعانیان و با همکاری اعضا
- برگزاری جلسه مشاوره برای کشت و فروش زعفران ارگانیک و برندسازی آن و توسعه گل محمدی در استان لرستان
- بازدید از ۲ کارخانه تولیدی در فرانسه و معرفی انجمن گیاهان دارویی، صنعتی و معطر
- استفاده از ظرفیت‌های سازمان نظام مهندسی برای برگزاری دوره‌های آموزشی، نمایشگاه‌ها و تورهای بازدید تخصصی
- گردآوری ضوابط، قوانین و مقررات مرتبط با کسب و کار گیاهان دارویی و بررسی و بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود
- فراهم نمودن امکان استفاده از تجهیزات آزمایشگاهی اداره استاندارد جهت شناسنامه‌دار کردن و استاندارد نمودن گیاهان دارویی، صنعتی و معطر

اهم فعالیت‌های انجمن گیاهان دارویی، صنعتی و معطر استان کرمان در سال ۹۶

- تأسیس شرکت جدوار فراطب برای ایجاد برند و صادرات در خصوص زیره سیاه کرمان
- اخذ استانداردهای بین‌المللی برای گلاب و روغن گل محمدی کارخانه گلاب زهرا لاله‌زار
- مشاوره کسب و کار در خصوص فرآوری و صادرات گیاهان دارویی
- برگزاری کارگاه با موضوع "برنامه استراتژیک پیشنهادی برای توسعه کسب و کار گیاهان دارویی استان کرمان"
- تدوین نقشه راه انجمن گیاهان دارویی، صنعتی و معطر استان کرمان
- تعیین هفته‌نامه بیداری به عنوان نشریه اطلاع‌رسانی انجمن



اهم فعالیت‌های انجمن گلخانه داران جنوب استان کرمان در سال ۹۵

- تور بازدید فنی اعضای هیات مدیره انجمن از شرکت‌های گلخانه ساز و گلخانه‌ها و تجهیزات ساخته شده کشورهای هلند، بلژیک و آلمان
- برگزاری کارگاه آموزشی "نحوه استفاده از سموم و تغذیه در گلخانه‌ها" مبتنی بر کاهش هزینه‌ها با همکاری سازمان نظام مهندسی کشاورزی، شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان و مرکز تحقیقات کشاورزی
- برگزاری جشنواره محصولات گلخانه‌ای با همکاری سازمان جهاد کشاورزی جنوب کرمان
- اخذ غرفه در نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در بغداد
- بازدید اعضای انجمن از گلخانه‌های شهر آلمریا کشور اسپانیا
- ثبت کنسرسیوم صادراتی محصولات گلخانه‌ای جنوب کرمان
- تصویب تشکیل انجمن نشاء کاران محصولات گلخانه‌ای

اهم فعالیت‌های انجمن گلخانه داران جنوب استان کرمان در سال ۹۶

- برگزاری کارگاه آموزشی شناسایی آفات و بیماری‌های محصولات گلخانه‌ای در شهرستان قلعه گنج
- برگزاری کارگاه آموزشی افزایش عملکرد واحدهای گلخانه‌ای در شهرستان جیرفت
- بازدید از نمایشگاه بین‌المللی و تخصصی صنایع غذایی عمان
- مذاکره با تجار خریدار محصولات گلخانه‌ای جهت انعقاد قرارداد
- برگزاری کارگاه آموزشی آشنایی با چالش‌های تولید محصولات گلخانه‌ای در شهرستان جیرفت
- برگزاری جلسه نشست با اعضا هیات علمی دانشگاه جیرفت و مذاکره پیرامون انجام پروژه کشت‌های جایگزین با همکاری دانشگاه جیرفت و انجمن گلخانه داران جنوب کرمان
- درخواست نایب رییس انجمن از معاون رییس جمهور در امور زنان و خانواده در خصوص رسیدگی و توجه ویژه به زنان روستایی شاغل در بخش کشاورزی
- برگزاری کارگاه آموزشی آشنایی با اصول صحیح تغذیه محصولات گلخانه‌ای در شهرستان عنبرآباد بخش مردهک
- حضور اعضا انجمن در همایش شرکت nonhems
- اخذ غرفه در نمایشگاه توانمندی‌های صادراتی ایران



اهم فعالیت‌های انجمن ملی پسته ایران در سال ۹۵

- ارائه مستمر مشاوره به اعضا متقاضی (کاشت، داشت و برداشت، فرآوری، بازار، صادرات و ...)
- بازدید از اولین نمایشگاه تخصصی مواد غذایی و صنایع وابسته با محوریت صادرات در منطقه آزاد چابهار و مذاکره با نمایندگان کشورهای پاکستان، افغانستان، بنگلادش، قزاقستان و تاجیکستان و معرفی انجمن پسته و خشکبار ایران
- شرکت در جلسه شورای گفتگوی استانی دولت و بخش خصوصی با حضور استاندار محترم کرمان با موضوع بررسی مسائل و مشکلات پسته
- تنظیم و اجرای برنامه‌های بازدید آقای Liven Plets مدیر فروش و بازاریابی کشورهای خاورمیانه، اروپا و آفریقا شرکت آمریکایی Wonderful
- تور بازدید از مجموعه تحقیقاتی خصوصی به منظور یافتن پایه و پیوند سازگار در شهرستان‌های ساوه و بویین زهرا
- تهیه و ارسال گزارشات لازم به کمیسیون تجارت بین‌المللی وزارت بازرگانی کشور آمریکا جهت لغو یا کاهش تعرفه وضع شده در مورد پسته ایران
- تعریف پروژه نمونه‌برداری و آزمایش برگ باغات پسته‌ای که وضعیت مطلوب و میزان برداشت بالایی دارند.
- برگزاری تور کشاورزی کشور اسپانیا
- درخواست عضویت انجمن پسته ایران در کمیسیون اقتصادی اروپا در سازمان ملل متحد
- چاپ و توزیع ماهنامه دنیای پسته
- همکاری در ترویج و آموزش دنیای فراگیر مسائل صنعت پسته با استفاده از سایت، نشریه و کارگاه‌های آموزشی
- حضور فعال انجمن پسته ایران در چهارمین نمایشگاه خشکبار، آجیل، میوه‌های خشک و صنایع وابسته در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی در تهران
- پیگیری و تلاش انجمن پسته ایران پیرامون حذف تعرفه گمرکی واردات پسته ایران به آمریکا از طریق کمیسیون تجارت آمریکا که منجر به تصمیم این کمیسیون به بازنگری کامل این تعرفه گردیده است.
- خرید غرفه در نمایشگاه مواد غذایی آنوگا ۲۰۱۷ کلن - آلمان از شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران

اهم فعالیت‌های انجمن ملی پسته ایران در سال ۹۶

- ارائه مستمر مشاوره به اعضا متقاضی (کاشت، داشت و برداشت، فرآوری، بازار، صادرات و ...)
- شرکت نمایندگان انجمن در کنگره بین‌المللی INC (شورای جهانی خشکبار) در شهر Chennai
- برگزاری مستمر جلسات هفتگی هماهنگی و همفکری تمهیدات حضور فعال انجمن در نمایشگاه آنوگا
- تهیه طرح اولیه بروشور معرفی پسته ایران به سه زبان انگلیسی، آلمانی، فارسی برای چاپ و توزیع در نمایشگاه آنوگا و سفارتخانه‌های داخلی و خارجی
- شرکت در سلسله نشست‌های تخصصی - ترویجی دو هفته‌ای بحث آب در مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی
- برگزاری تور علمی - آموزشی بازدید از باغات و برداشت محصول و نحوه ضبط پسته در مناطق پسته خیز منطقه خراسان
- برگزاری جلسه بررسی پیامدهای بازار آب
- شرکت در نشست تخصصی ضرورت بازیافت و تصفیه پساب پایانه‌های ضبط پسته
- شرکت در همایش تجارت و سرمایه‌گذاری در عمان
- حضور نماینده انجمن در کنفرانس بین‌المللی خشکبار چین CFNA در گوانگجو و معرفی و تبلیغ پسته ایران که به شدت مورد استقبال شرکت‌کنندگان واقع گردید.
- شناسایی، نشست و مذاکره با تولیدکنندگان پسته ارگانیک در سطح استان و بررسی مسائل و مشکلات آنان
- ملاقات با رایزن بازرگانی سفارت گرجستان در ایران با توجه به تمایل بعضی سرمایه‌گذاران گرجی در امر باغ‌ریزی پسته در کشور گرجستان
- پاسخگویی به سؤالات آقای سلیمان از سفارت اوگاندا در خصوص پسته و فرصت‌های سرمایه‌گذاری بخش کشاورزی
- نشست با مدیران فروش دو شرکت کشتی‌رانی برای تسهیل حمل و نقل و مشوقات آنان به صادرکنندگان
- مذاکره با آقای نوربخش حقوقدان و صاحب‌نظر در خصوص مسائل مرتبط با قراردادهای خارجی و انواع بیمه‌های حمل و نقل توسط صادرکنندگان برای برگزاری دوره آموزشی مربوط برای فعالان اقتصادی صنعت پسته ویژه صادرکنندگان
- شرکت فعال در همایش معرفی بازار عمان و فرصت‌های سرمایه‌گذاری و اداره پانل مربوطه



اهم فعالیت‌های انجمن خدمات فنی و مهندسی استان کرمان در سال ۹۵

- اطلاع‌رسانی نمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی، هیات‌های تجاری به کشورهای مختلف و... به اعضا انجمن
- برگزاری جلسات هیات مدیره به منظور پیشبرد اهداف انجمن
- برگزاری جلسات کارگروه مسکن مهر و رسیدگی به مشکلات شرکت‌های طرف قرارداد
- شرکت در جلسه شورای گفتگوی استانی دولت و بخش خصوصی با حضور استاندار محترم کرمان با موضوع بررسی مسائل حوزه خدمات فنی و مهندسی استان و بررسی راه‌های استفاده از این ظرفیت در مسیر توسعه استان کرمان

اهم فعالیت‌های انجمن خدمات فنی و مهندسی استان کرمان در سال ۹۶

- اطلاع‌رسانی نمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی، هیات‌های تجاری به کشورهای مختلف و... به اعضا انجمن
- برگزاری جلسات هیات مدیره به منظور پیشبرد اهداف انجمن
- برگزاری هم‌اندیشی آموزشی "افزایش فروش در رکود بازار با نگرش بازار کرمان" در تیرماه ۹۶
- برگزاری هم‌اندیشی "اصول فروش حرفه‌ای و مدیریت کسب و کار" در شهریورماه ۹۶
- مکاتبه با سازمان نظام مهندسی ساختمان جهت همکاری نهادهای حوزه فنی و مهندسی با انجمن



اهم فعالیت‌های انجمن شرکت‌های صنعت پخش استان کرمان در سال ۹۶

- معرفی شرکت عالیس به اتحادیه صنف فروش و بنکدار
- درخواست همکاری از سازمان صنعت، معدن و تجارت استان به منظور شناسایی پخش‌های غیرقانونی و راهکار هدایت و جلوگیری از آن
- مکاتبات با شهرک صنعتی شماره ۲ در مورد چگونگی واگذاری زمین به شرکت‌های پخش و درخواست هزینه‌های مربوطه



اهم فعالیت‌های انجمن سنگ‌های تزئینی کرمان در سال ۹۵

- پیگیری طرح بازارچه سنگ تزئینی استان از طریق سازمان مسکن و شهرسازی پیرو مصوبه پنجره واحد استان
- حضور و مشارکت اعضا در نهمین نمایشگاه تخصصی صنعت ساختمان لرستان
- برگزاری جلسه عارضه‌یابی کنسرسیوم صادراتی سنگ استان
- برگزاری نمایشگاه تخصصی سنگ تزئینی استان با همکاری شرکت هفتواد کرمان و شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی جنوب شرق کرمان
- برگزاری همایش تخصصی "اکتشاف، استخراج و فرآوری سنگ‌های ساختمانی" با هدف توسعه کنسرسیوم صادراتی سنگ
- حضور و مشارکت در نمایشگاه دستاوردهای هفته دولت با اخذ غرفه و نمایش محصولات سنگ تزئینی اعضای انجمن و استان
- پیگیری جهت ثبت انجمن ملی سنگ جنوب ایران
- همکاری انجمن در برگزاری نمایشگاه تخصصی سنگ تزئینی استان

اهم فعالیت‌های انجمن سنگ‌های تزئینی کرمان در سال ۹۶

- دریافت مصوبه در شورای سیاست‌گذاری صنعت سنگ تزئینی کشور مورخ ۹۶/۱۱/۱۱ در خصوص طرح مشترک تحقیقاتی و توسعه معادن سنگ تزئینی با دانشگاه و جمعیت ۱۰٪ حقوق دولتی معادن جهت این امر
- حضور اعضای فعال انجمن در برگزاری هم‌اندیشی آموزشی "آخرین تکنولوژی‌های فرآوری سنگ تزئینی" با دعوت اساتید مجرب از کشور ایتالیا
- نشست حضوری با اعضای هیات تجاری جهت برقراری ارتباط با انجمن سنگ باواریا
- حضور اعضای انجمن در اولین همایش بین‌المللی سنگ ایران
- حضور اعضای انجمن در همایش بازار عمان و فرصت‌های صادراتی استان کرمان
- برقراری ارتباط دانشگاه شهید باهنر، دانشگاه شهید دادبیین و دانشگاه پیام نور در خصوص دعوت از اساتید و دانشجویان بخش زمین‌شناسی و معدن جهت همکاری با انجمن
- پیگیری جهت ایجاد اتحادیه مستقل سنگ استان از سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمان
- پیگیری جهت ایجاد رشته تخصصی فرآوری سنگ تزئینی در دانشگاه شهید دادبیین و برگزاری جلسه با اساتید دانشگاه جهت معرفی رئوس و سرفصل‌های آموزشی موردنیاز صنعت سنگ تزئینی
- پیگیری شناسایی واحدهای تولیدی نیمه فعال و غیرفعال سنگ تزئینی به منظور معرفی جهت برخورداری از حمایت شرکت شهرک‌های صنعتی استان



اهم فعالیت‌های انجمن آزمایشگاه‌های همکار آزمون و کالیبراسیون استان کرمان در سال ۹۶

مورد بحث قرار گرفت.

- شرکت در جشنواره ملی کارفرمایان و کارآفرینان نمونه استان

- شرکت در همایش بازار عمان و فرصت‌های صادراتی استان کرمان

شرکت در جلسه و همایش آزمایشگاه‌های تعیین ماهیت در صادرات و واردات در اتاق بازرگانی تهران که آسیب‌ها و اهداف

- یکی از اقدامات مهم در همه تشکلهای برگزاری مجامع و اطلاع‌رسانی نمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی مربوطه به اعضا انجمن و اعزام هیات‌های تجاری به کشورهای مختلف و... می‌باشد.

- با توجه به تأکید ریاست محترم اتاق کرمان مبنی بر توسعه و توانمندسازی تشکلهای از اواخر سال ۱۳۹۵ تاکنون تعداد ۴۱ جلسه با حضور ریاست محترم در دفتر تشکلهای اتاق با انجمن‌های اتاق برگزار شده است که اهم آن به شرح زیر می‌باشد:

ردیف	نام	تعداد جلسات	اهم موضوعات مطرحه
۱	انجمن خدمات فنی و مهندسی استان کرمان	۵ جلسه	ارائه نقشه راه - برگزاری همایش - راه‌اندازی مرکز SPX در کرمان در جلسه‌ای با حضور مسئولین مرکز SPX اصفهان - بررسی و تبادل نظر در خصوص پیگیری مصوبات شورای گفتگو که مهم‌ترین آن بدهی فعالان اقتصادی و بیمانکاران به بانک‌ها و مسائل مالیاتی بوده است
۲	فعالین حوزه جوانان کارآفرین استان کرمان	۲ جلسه	بررسی تشکیل انجمن مذکور در کرمان
۳	انجمن زغال و صنایع وابسته استان کرمان	۳ جلسه	بررسی مشکلات معادن، قیمت زغال، مشکلات تأمین اجتماعی، دارایی، بخش‌نامه مربوط به مشاغل سخت و زیان‌آور و معوقات
۴	انجمن آزمایشگاه‌های همکار آزمون و کالیبراسیون استان کرمان	۲ جلسه	ارائه برنامه‌های انجمن و هم‌اندیشی در خصوص نحوه تعامل و حمایت اتاق
۵	فعالین حوزه صنایع خوراک دام، طیور و آبزیان استان کرمان	۱ جلسه	بررسی تشکیل انجمن مذکور در کرمان
۶	انجمن توسعه صادرات سنگ‌های تزئینی استان کرمان	۳ جلسه	ارائه برنامه‌های انجمن، بررسی و تعامل در خصوص پیگیری مصوبات شورا که مهم‌ترین آن‌ها احداث بازارچه سنگ و سایت نمایشگاهی بوده است
۷	انجمن شرکت‌های صنعت پخش استان کرمان	۵ جلسه	ارائه برنامه‌های انجمن و بررسی و تعامل در خصوص پیگیری مسائل از حوزه پخش از جمله: راه‌اندازی شهرک صنعتی پخش - مسائل مالیاتی - مسائل مربوط به بخش‌های زیرزمینی
۸	فعالین حوزه فرش استان کرمان	۳ جلسه	بررسی تشکیل انجمن فرش استان کرمان
۹	فعالین حوزه ارگانیک استان کرمان	۲ جلسه	بررسی تشکیل انجمن ارگانیک استان کرمان
۱۰	فعالین حوزه فناوری اطلاعات استان کرمان	۲ جلسه	بررسی تشکیل انجمن فناوری اطلاعات استان کرمان
۱۱	فعالین حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان استان کرمان	۴ جلسه	بررسی و برنامه‌ریزی برای تشکیل انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان استان کرمان
۱۲	انجمن کانون زنان بازرگان استان کرمان	۱ جلسه	تبادل نظر در خصوص نحوه فعالیت کانون
۱۳	انجمن گیاهان دارویی، صنعتی و معطر استان کرمان	۱ جلسه	ارائه نقشه راه انجمن
۱۴	انجمن گردو استان کرمان	۱ جلسه	بررسی تشکیل انجمن گردو استان کرمان
۱۵	انجمن گلخانه داران جنوب استان کرمان	۱ جلسه	بررسی ساختار انجمن برای تحویل خوشه محصولات گلخانه‌ای

تقویت و توسعه تشکل‌های اقتصادی

این نوشتار تلخیصی است از پروژه پژوهشی با همین عنوان که در مرکز مطالعات اتاق بازرگانی کرمان به سفارش واحد امور تشکل‌های اتاق انجام شده است.



انتظار می‌رود هم به لحاظ تعدادی و گردش مالی و میزان اشتغال جایگاه مناسبی داشته باشد. معیار دوم وضعیت تأمین مالی و امکانات زیرساختی آن‌ها است که به دلیل اینکه پوشش عضوگیری آن‌ها بالاست و همچنین از روش‌های فروش خدمات به اعضا استفاده می‌کنند، چقدر توانسته‌اند هزینه‌های مدیریت انجمن را تأمین کنند؛ البته تشکل‌های اقتصادی در ایران به دلیل اینکه به شکل داوطلبانه تشکیل می‌شوند و عضویت در آن‌ها اجباری نیست عموماً با چالش‌های جدی در پایداری مالی و عملکرد درازمدت روبرو هستند. معیار دیگری که می‌توان به کمک آن یک تشکل را ارزیابی کرد به میزان تأثیر یا پایداری کارکرد آن‌ها بازمی‌گردد.

براساس این معیارها دسته اول تشکل‌های اقتصادی ایران آن‌هایی هستند که از نظر وضعیت توسعه‌یافتگی سازمانی، خوب و مناسب‌اند. دسته دوم تشکل‌هایی هستند که ممکن است به لحاظ مالی مشکلی نداشته باشند ولی برنامه منسجمی برای اعضا ندارند، از نظر پایداری مالی چون در بین اعضای خود شرکت‌های بزرگ را دارند با استفاده از ظرفیت مالی این شرکت‌ها موقعیت قابل قبولی دارند ولی چون به لحاظ کارکرد عملیاتی نواقص مهمی دارند باید در سازماندهی خود تجدیدنظر کنند. مثلاً پوشش عضویت خوبی ندارند و تنها گروه اقلیت خاصی در انجمن تأثیرگذار می‌باشند یا خدمات مشخصی به اعضا ارائه نمی‌شود. این تشکل‌ها در تعیین چشم‌انداز و مأموریت و برنامه‌های سالانه با مشکل روبه‌رو هستند.

دسته سوم تشکل‌ها از دسته اول شرایط بدتری دارند، حتی یک دبیرخانه معمولی برای ثبت نامه‌ها ندارند. زیرساخت‌هایی مانند مکان مستقل ندارند. انجمن‌هایی در کشور داریم که به لحاظ تاریخی بسیار قدیمی می‌باشند و از نظر ساختار سازمانی در مرحله اول قرار دارند. این عارضه دامن‌گیر بسیاری از تشکل‌های اقتصادی است. این تشکل‌ها مشکلات عمیق مدیریتی و رهبری دارند به علاوه نه منابع

تشکل‌ها در جوامع امروزی به چنان عامل مهمی تبدیل شده‌اند که بدون در نظر داشتن و همچنین بدون شناخت کافی نسبت به این مفهوم تصمیم‌گیرندگان و مسئولان اجرائی قطعاً با مشکل مواجه خواهند شد؛ بنابراین تأمل و تفحص در معنا و مفهوم تشکل‌گرایی برای متصدیان امور تأسیس و فعالیت تشکل‌های اقتصادی و همچنین اعضا و مسئولان این تشکل‌ها امری بسیار حیاتی است. از دیدگاه اداره اطلاعات عمومی سازمان ملل، تشکل یا سازمان مردم‌نهاد (NGO) به هر سازمان غیردولتی و داوطلبانه‌ای اطلاق می‌شود که در سطح محلی، ملی یا بین‌المللی فعالیت دارد و افرادی با علائق مشترک، آن را اداره می‌کنند. خدمات انساندوستانه، توجه دادن مردم به اعمال دولت، نظارت بر سیاست‌های اتخاذ شده از سوی دولت و تشویق به مشارکت سیاسی در امور خارجه، در شمار فعالیت‌های این سازمان قرار می‌گیرد. گروه‌هایی از این دست، با تحلیل و کارشناسی امور، نقشی مشابه ساز و کارهای هشدار دهنده را بازی می‌کنند. در این بین به طور خاص انجمن‌های اقتصادی نوعی از تشکل‌های حقوقی در حوزه بخش خصوصی هستند که دارای علائق و منافع مشترک بوده و برای غلبه بر مشکلات و مسائل مشترکی مثل افزایش ظرفیت‌های رقابتی و یا یافتن بازارهای جدید صادراتی تلاش می‌کنند؛ بنابراین، آن‌ها هماهنگ کردن میان خواسته‌های اعضای خود و تلاش در مسیر ترویج آن و تأثیرگذاری بر موضوعات خاص را وظیفه خود می‌دانند.

دسته‌بندی تشکل‌های اقتصادی از لحاظ توسعه‌یافتگی

چند نوع تشکل اقتصادی در ایران داریم که به لحاظ توسعه‌یافتگی سازمانی به چند دسته تقسیم‌بندی می‌شوند. معیارهای ارزیابی ایشان اولاً دامنه فراگیری و عضوگیری آن‌ها است. به‌عنوان مثال انجمنی که بالای ۸۰ درصد فعالان یک کسب‌وکار را پوشش می‌دهد

* و آقای حامد سجادی، کارشناس ارشد مطالعات فرهنگ و ارتباطات، گرایش سیاست‌گذاری

بسیار سرنوشت‌ساز است و تعیین‌کننده وضعیت او خواهد بود که آیا تشکل به حیات خود ادامه خواهد داد یا خیر.

و در نهایت سطح آخر، دوره‌ای است که تشکل از دوران بلوغ نیز رد شده است.

آنچه می‌تواند تشکل‌های اقتصادی با هر سطحی از توسعه یافتگی توانمند کند و به سمت بلوغ بیشتر سوق دهد وسعت دامنه خدماتی است که تشکل‌ها به اعضای خود ارائه می‌دهند به طوری که از تشکل‌های توسعه یافته تر انتظار می‌رود از مرحله خدمات انتخابی مثل آموزش و مشاوره عبور کرده و به سمت خدمات نمایندگی و بهبود محیط کسب‌وکار گام بردارند. از طرف دیگر موفقیت تشکل‌های اقتصادی در زمینه ارائه خدمات به قابلیت‌ها و تجربیات ایشان، مزیت رقابتی در بازار خدمات، شناسایی درست نیازهای اعضا، دسترسی به منابع مالی و نیروی انسانی و اندازه و طول عمر تشکل وابسته است. بنابراین اگر به دنبال توسعه تشکل‌ها هستیم ابتدا باید آن‌ها را در جهت بهبود و افزایش تنوع خدماتشان حمایت کنیم تا از این طریق به منابع مالی پایدار برسند. این خدمات می‌تواند در حوزه‌های گسترش تجارت و بازار، آموزش، مشاوره، اطلاعات و شبکه‌سازی، تجهیزات زیرساختی و وظایف قانونی تشکل‌ها تعریف شود. در مرحله بعد حمایت‌ها باید سطح به سطح و متناسب با انتظاراتی باشد که در هر سطح از تشکل در زمینه توسعه خدماتش داریم به طوری که به طور سیستماتیک آن‌ها را به مرحله بالاتری از توسعه و بلوغ هدایت کند. بنابراین باید به مدلی ساختاریافته برسیم که سطح بلوغ تشکل را تعیین کند و مبنایی باشد برای تدوین دستورالعمل‌های حمایتی در جهت هدایت تشکل‌ها به سطوح بلوغ بالاتر.

اهداف ارزش‌آفرین مرتبط با تشکل‌های اقتصادی

بر اساس مطالعات منطقه‌ای و بین‌المللی مهم‌ترین اهداف در زمینه ایجاد تشکل اقتصادی پویا و ایجادکننده ارزش در فضای اقتصادی را می‌توان بدین شرح بیان کرد:

- فراهم کردن زمینه لازم برای ارتقای سطح فرهنگ صنعتی کشور،
 - کمک به تدوین استراتژی‌ها و سیاست‌های صنعتی کشور،
 - کمک به توسعه صنعتی،
 - کمک به توسعه بخش خصوصی،
 - کمک به توسعه کارآفرینی و افزایش بهره‌وری،
 - تلاش در جهت کاهش وابستگی به دولت،
 - کمک به توسعه بازار سرمایه،
 - گسترش ارتباط میان رهبران تشکل‌ها با دولت و سایر نهادها،
 - تلاش برای استفاده بهینه از منابع موجود.
- هر تشکل اقتصادی می‌بایست برخی از خصوصیات و ویژگی‌ها را در درون خود جهت دستیابی به این اهداف نهادینه سازد که مهم‌ترین این موارد عبارت‌اند از:
- نمایندگی تمامی ایجادکنندگان زنجیره ارزش در حوزه خود (صنعتی، بازرگانی، کالا و خدمات موجود)،
 - دارا بودن هیأت‌مدیره از بخش‌های مختلف مرتبط با حوزه فعالیت مربوطه،

مالی کافی دارند و نه کارکرد تأثیرگذاری بر فضای کسب‌وکار دارند.

بلوغ تشکلی

تشکل‌های اقتصادی مانند سایر سازمان‌ها دوره عمر مخصوص به خود دارند. از زمان ثبت که شبیه یک کلوپ و باشگاه اداره می‌شوند تا زمانی که می‌توانند با جذب اندک کارکنانی شکل‌دهی به یک دبیرخانه کوچک را در دستور کار قرار دهند و زمانی که با افزایش تعداد کارکنان و گسترش خدمات یک دبیرخانه بزرگ را تشکیل می‌دهند و تا زمانی که به بزرگ شدن فعالیتشان به شکل یک سازمان دانش‌محور می‌رسند. تشکل‌های اقتصادی در هرکدام از آن‌ها خدمات متناسب با این دوران را ارائه می‌دهند. طبیعی است که زمانی که یک تشکل در ابتدای شکل‌گیری است نمی‌تواند خدمات متناسب با دوران بلوغ و دانش‌محوری را ارائه دهد.

به جهت تبیین و آشکارسازی سطوح مختلف بلوغ تشکل‌ها در ابتدا یک دسته‌بندی از رویه‌های تشکیل تشکل اقتصادی ارائه می‌شود: سطح یک، سطحی که تشکل هنوز شکل نگرفته است. در این سطح بحث نیازسنجی و امکان‌سنجی برای یافتن کلیدی‌ترین و اصلی‌ترین سؤالی که باعث ایجاد تشکل می‌شود مطرح می‌شود. اینکه اساساً مشکل و معضل آغازین چه بوده و ما به چه جهت احساس می‌کنیم که یک تشکل باید تشکیل گردد. عمده‌تاً در این قسمت مدیران مؤسس اصلی و کلیدی با استفاده از بحث‌آشنایی قبلی و روابط دوستانه تصمیم به ایجاد تشکل می‌گیرند. این یکی از سنتی‌ترین و متداول‌ترین شیوه‌هایی است که یک تشکل صورت می‌پذیرد. تشکل می‌تواند همچنین بر اساس تخصص و رشته خاصی تشکیل گردد؛ به این صورت که گروهی از افراد را به دور هم جمع نماید تا تصمیم به ایجاد تشکل داشته باشد.

در این سطح، تشکل در پایین‌ترین سطح خود قرار دارد و بنابراین اتفاق در این سطح کار زیادی نمی‌تواند انجام دهد.

سطح دو، سطحی است که تشکل با تمام مشکلات و مسائل آن شکل گرفته و کار خود را شروع کرده و همچنین فعالیت خود را آغاز نموده است. در اینجا تشکل در حداکثر وضعیت آسیب‌پذیری خود قرار دارد و لذا هرگونه بی‌توجهی و بی‌دقتی در ارائه خدمات و منابع به این تشکل می‌تواند به قیمت پایان یافتن کامل کار این تشکل انجام پذیرد. در این سطح عمده‌تاً تشکل در حال عضوگیری است. اتفاق در این قسمت با انجام فعالیت‌های حمایتی و تشویقی نقش مؤثری را می‌تواند در ادامه حیات تشکل بازی کند.

سطح سوم، سطحی است که در آن تشکل به سطح قابل قبولی از عضوگیری رسیده است و در واقع وارد دوران بلوغ خود شده است و کار و فعالیت خود را به نوعی آغاز نموده است و در اینجا اعضای اصلی به دنبال آزمون و بررسی فضای تخصصی خود می‌باشند که در آن به فعالیت می‌پردازد. در اینجا شرایط بازار حرف اول را می‌زند؛ در صورتی که در زمینه مورد فعالیت این تشکل، رکودی وجود داشته باشد؛ ادامه فعالیت برایش بسیار مشکل‌ساز خواهد شد و چه بسا اینکه تشکل از هم بپاشد. در این سطح کمک‌ها، یاری‌ها و حمایت‌های اتفاق نقش بسیار کلیدی ایفا می‌کند که

مدیره اعتماد لازم را ندارند؛ چرا که فکر می‌کنند چون همه اعضا در انتخابات تشکل‌ها شرکت نمی‌کنند در انتخابات کاستی‌هایی وجود دارد. اعضا تمایلی به شرکت در انتخابات ندارند، چرا که تعلق خاطر به آن نداشته‌اند و چون تصویری در مورد اثربخشی فعالیت‌های تشکل ندارند در قبال آن خود را مسئول نمی‌بینند. این فقدان تصور به علت‌های فرهنگی برمی‌گردد چیزی که باید توسط گفت‌وگو مناسب ایجاد می‌شد ولی متأسفانه مورد غفلت واقع شده است. از طرف دیگر اطلاع‌رسانی ضعیف که به علت‌هایی چون عدم درک اهمیت اطلاع‌رسانی، بودجه ناکافی و رویکرد نامناسب هیأت مدیره نسبت به عضوگیری برمی‌گردد خود علتی بر اعتماد ضعیف اعضا به هیأت مدیره شده است و فقدان جریان درآمد پایدار را موجب شده است.

در شاخه دوم به عنوان یکی از علت‌های عدم وجود جریان درآمدی پایدار برای تشکل‌ها، عدم ارائه خدمات مناسب به اعضا را داریم. در واقع زمانی یک تشکل می‌تواند خدمت‌رسانی مناسبی به اعضا داشته باشد که ظرفیت ارائه خدمات را در خود ایجاد کند و این ظرفیت‌سازی بسیار متأثر از وجود استراتژی و برنامه اجرایی مناسب است. اما تشکل‌های موجود در استان عموماً نه استراتژی مشخصی برای خود چیده‌اند و نه ظرفیت اجرایی استراتژی را در خود ایجاد کرده‌اند چرا که بودجه کافی نداشته‌اند و اراده‌ای هم بر این امر در بین هیأت مدیره وجود نداشته است؛ چون آگاهی لازم و انگیزه‌های بلندمدت در بین اعضای هیأت مدیره تشکل‌ها تقویت نشده است.

در مجموع اینطور می‌توان نتیجه گرفت که ریشه بسیاری از مشکلات حال حاضر تشکل‌ها در واقع ضعف آگاهی و فرهنگی است. تقویت فرهنگ تشکل‌گرایی و ایجاد آگاهی‌های لازم برای اعضا و هیأت مدیره تشکل‌ها می‌تواند به طور سیستماتیک بر رفع بسیاری از مشکلات ایشان موثر باشد. با ایجاد این فرهنگ، می‌توان از طریق جلب اعتماد اعضا و تعریف خدمات متناسب با نیاز آن‌ها بر مشکلاتی چون جریان درآمدی ضعیف نیز فایده‌آمده و از آن پس می‌توان انتظار داشت تشکل در مسیر توسعه و بلوغ شتاب گیرد.

طراحی و تدوین مدل اقتضائی توسعه تشکل‌ها

با تکیه بر تحلیل‌های پیشین شامل بررسی مفهومی، عارضه‌یابی و بهینه‌کاوی، مدل مناسبی جهت شکل‌گیری و ساماندهی، توسعه، حمایت، هدایت و پایش تشکل‌های اقتصادی ارائه شود.

اصول محوری در طراحی مدل پیشنهادی

اصول محوری ذیل به‌عنوان راهبردهای اصلی در طراحی مدل توسعه تشکل‌های اقتصادی مدنظر قرار گرفته است. بر این اساس اتاق و تشکل‌ها در محیطی تعامل دارند که اصول پنج‌گانه زیر بر آن‌ها حاکم است و امکان تعامل در جهت پیش برد مدل توسعه تشکل‌های را خواهند داشت.

۱) تشکل محور بودن اتاق بازرگانی: در رویکرد جدید اتاق، خدمات و حمایت‌ها باید به سمت تشکل‌ها سوق داده شود که از این طریق

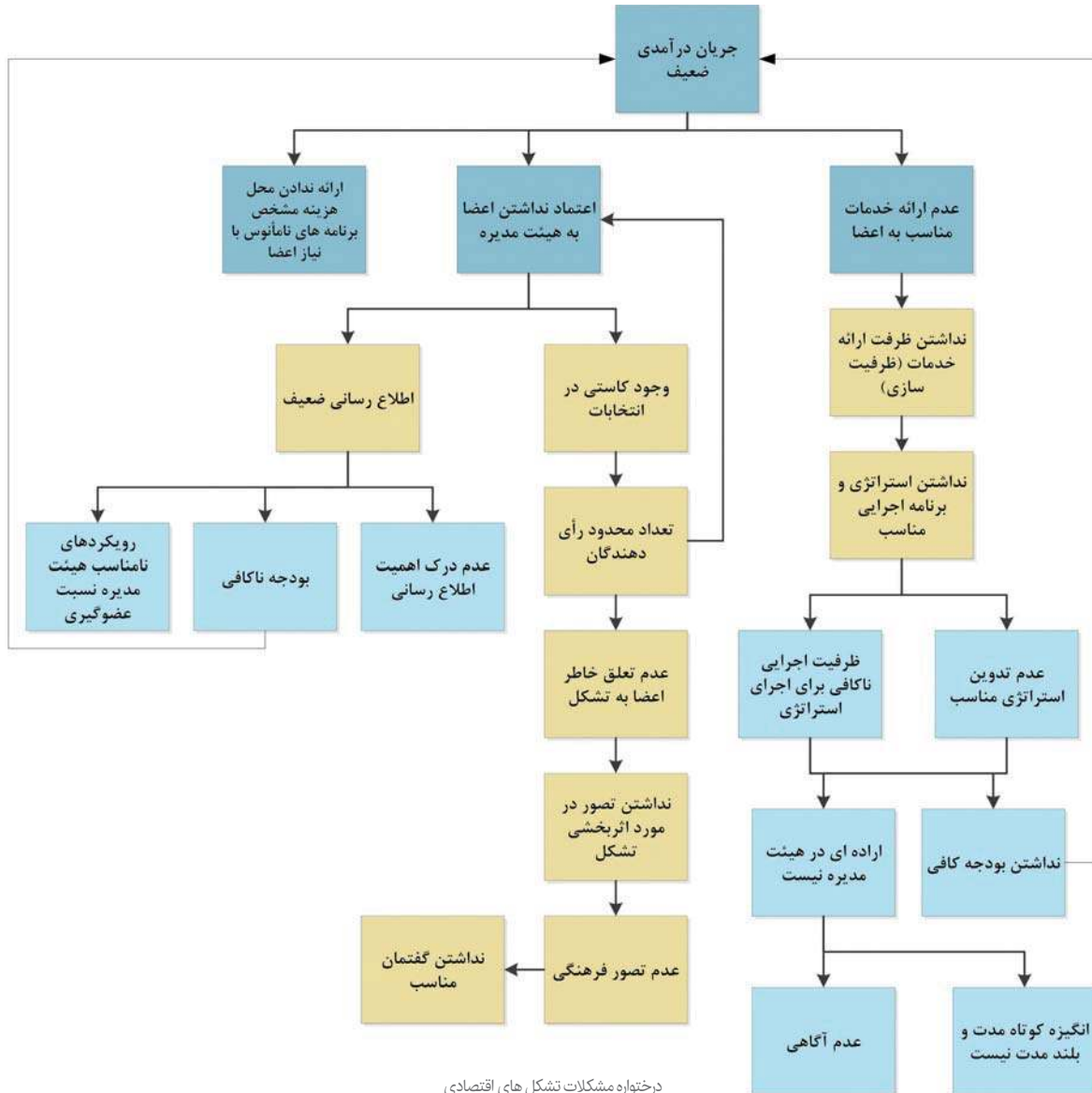
- عضویت بنگاه‌های بزرگ، بنگاه‌های کوچک و سایر بازیگران فعال اقتصادی در حوزه مربوطه،
- ارائه بسته‌های پیشنهادی مناسب به دولت و سایر نهادهای سیاست‌گذار،
- دارا بودن بانک اطلاعاتی یکپارچه،
- دارا بودن منابع مالی کافی (از طریق دریافت حق عضویت و نیز خدمات انتخابی به اعضا)،
- اهمیت دادن به آموزش علمی و فنی،
- حضور فعال در عرصه عمومی،
- پرهیز از خودرأیی و ایجاد زمینه منطقی جهت انتقاد،
- دارای بودن راهبرد و برنامه توسعه،
- هماهنگی با سایر تشکل‌های و اتحادیه اصناف مرتبط با خود جهت تنظیم بازار،
- تدوین اهداف، استراتژی‌ها و برنامه‌ها به‌صورت شفاف و در مشورت با اعضا،
- در نظر گرفتن توأمان منافع ملی، صنفی و تجاری.

عارضه‌یابی و بهینه‌کاوی وضعیت فعلی تشکل‌های اقتصادی استان کرمان

برای عارضه‌یابی و بهینه‌کاوی وضعیت فعلی تشکل‌های اقتصادی استان کرمان از طریق انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته با اعضای منتخب تشکل‌های اقتصادی فعال در سطح استان ابتدا طبق نمونه‌گیری هدفمند افراد انتخاب و مصاحبه انجام شد و پس از صورت‌بندی مصاحبه‌های استخراج شده، دست‌یابی به اشباع نظری الگویی تحلیلی استخراج گردید.

در بررسی وضعیت تشکل‌های اقتصادی کرمان با این نکته مواجه شدیم که تشکل‌های استان عموماً مشکلات خود را ناشی از مواردی چون: عضویت اندک و مشارکت کم اعضا، رهبری ضعیف (فقدان یک رسالت و برنامه‌ریزی راهبردی)، فقدان مهارت‌های اجرایی، فقدان تقسیم دقیق وظایف بین نمایندگان افتخاری (داوطلبان) و کارکنان رسمی (پرسنل موظف)، تأثیر اندک بر سیاست‌های حکومت، ارتباطات و روابط عمومی ضعیف، خدمات غیر جذاب، منابع و درآمد ناکافی، فرد محور بودن و نداشتن هدف و برنامه مشخص و در نتیجه عدم ثبات در جهت‌گیری، مطرح می‌کنند، اما سوال این بود که ریشه این مشکلات چیست و ارتباط علت و معلولی آن‌ها چگونه است. چرا که تشخیص علت‌ها و در اولویت قرار دادن حل آن‌ها به طور سیستماتیک باقی‌مسایل و مشکلات را رفع خواهد کرد. بنابراین در پی یافتن ارتباط بین مشکلات تشکل‌ها درختواره مشکلات تشکل‌های اقتصادی ترسیم شد. (صفحه روبه‌رو)

در بررسی روابط علت و معلولی بین مشکلات تشکل‌های اقتصادی استان کرمان، در نگاه اول این چنین به نظر می‌رسد که ریشه تمام مشکلات تشکل‌ها در جریان درآمدی ضعیف آن‌ها نهفته است، چرا که عدم ارائه خدمات مناسب به اعضا، عدم اعتماد اعضا به هیأت مدیره، عدم اعلام شفاف محل هزینه‌کردها باعث شده است جریان درآمدی پایداری برای تشکل ایجاد نشود. اعضای تشکل به هیأت



خود ایجاد شده و رشد می کنند، چه بسا فشار بر آن ها به منظور قرار گرفتن در یک قالب استاندارد؛ به خصوص به لحاظ فرهنگی؛ نتیجه ای جز عدم شکل گیری و یا خشکاندن آن ها در بر نخواهد داشت. مبنای انتظارات و عملکرد هر تشکل متناسب با فرهنگ آن است؛ از این رو در هر یک از مراحل ایجاد، رشد و توسعه تشکل ها باید به بافت فرهنگی متناسب با تشکل ها توجه شود. این موضوع در اقلیم پهناوری چون استان کرمان که متشکل از فرهنگ های گوناگون است، از اهمیت دوچندان برخوردار می شود. البته در حوزه سیاست گذاری عمومی می بایست رویه ای یکسان در مواجهه با رویکرد تشکل ها در پیش گرفت. تنوع بافت فرهنگی هر تشکل با به کارگیری مدل اقتضایی در لایه فرهنگ سازمانی و نه راهبرد، به منظور سنجش و عملکرد تشکل در مسیر فرهنگ مطلوب خود تشکل لحاظ شده است.

اعضا اتاق نیز به طور غیرمستقیم منتفع می شوند. در این رویکرد، خدمات و فعالیت های اتاق در حوزه هایی از قبیل: مطالعات و تحقیقات، توسعه بازار، توسعه ارتباطات با اعضا، آموزش و انتشارات؛ باید عمدتاً به سمتی سوق داده شوند که منجر به تقویت ساختاری و نهادی تشکل ها شود و اعضای اتاق به طور مستقیم از تشکل ها و غیر مستقیم از اتاق منتفع شوند. دو طرف این طیف ارائه مستقیم تمامی خدمات به تک تک اعضا توسط اتاق و نقش غیر فعال تشکل ها؛ و ارائه تمامی خدمات توسط تشکل ها به اعضای ایشان و نقش حمایت کننده اتاق از تشکل ها برای این منظور است. اتاق باید به سطحی از بلوغ دست یابد که هر یک از بخش های آن نقش مشاوره و حامی را برای انواع تشکل ها در ارائه خدمات به خوبی ایفا کند و نه اهتمام به ارائه خدمات. (۲) محور بودن فرهنگ؛ هر یک از تشکل ها در بافت فرهنگی خاص

در این روند، دوره‌های عمر از شکل‌گیری مسئله و موضوعی محوری تا فرایندهای ساختاریابی نهادی، ایجاد راهبرد و ظرفیت‌های مالی و نهایتاً قدرت چانه‌زنی و دخالت در روند سیاست‌گذاری موردتوجه قرار گرفته است.

۲. چهار گام محوری

تشکل در روند شکل‌گیری و رشد درون چرخه عمر خود، چهار گام محوری و اصلی را طی کند:

در گام اول دغدغه اولیه شکل‌گیری و نیز ظرفیت پشتیبان جهت بالفعل کردن این پتانسیل بالقوه فراهم می‌شود. بنابراین ضرورت دارد که مسئله ای دغدغه اولیه قرار گیرد که از نظر فعالان آن حوزه مهم نماید و به نوعی محرکی قوی برای مشارکت در حل آن باشد.

در گام دوم هسته اولیه و گروه‌محوری که قلب تپنده تشکل است شکل می‌گیرد و راهبردهای اولیه آن مشخص می‌گردد. در واقع در این گام تشکل در حال گزار از گروه غیررسمی و دغدغه محور، به گروهی منسجم و دارای همبستگی و راهبرد اولیه است. در این گام وجود افرادی که به لحاظ کاریزماتیک برجسته اند و به نوعی محور اجماع سایرین می باشند، ضروری است.

در گام سوم، تشکل عملاً در قالب نهادی ساختاریافته به فعالیت می‌پردازد و حلقه‌های تأمین مالی خود خصوصاً عضوگیری را فعال می‌کند.

نهایتاً در گام چهارم، استراتژی تشکل طبق راهبرد اولیه و خواست اعضا مجدداً صورت‌بندی می‌شود و با توجه به ظرفیت و پشتوانه ایجادشده، تشکل به‌صورت ساختارمند امکان مداخله کلان در سیاست‌های دولتی را به دست می‌آورد.

طبق الگوی چرخه عمر، پس از گام چهارم، تشکل نیاز به شناسایی پتانسیلهایی عملیاتی مبتنی بر نیازهای رقابتی بازار، نقاط ضعف و قوت خود و همچنین محدودیت‌های اقتصادی، محیطی و ... دارد. در این روند با تکیه بر توانمندی برخی از اعضا خصوصاً افراد نوآور و تحصیل‌کرده و شناسایی فرصت‌های جدید کسب‌وکار در آینده، بخش تحقیق و توسعه (R&D) فعال می‌گردد و عملاً تشکل وارد گام پنجم خود یعنی گام دغدغه و جنبش می‌شود.

۳. وظایف و خدمات در رابطه اتاق بازرگانی

از آنجاکه تقویت و توسعه تشکل‌های اقتصادی به‌صورت دوجانبه برای اتاق بازرگانی و نیز فعالان اقتصادی امری اثربخش است، هریک از این دو نهاد می‌بایست در تعامل با یکدیگر در ازای دریافت خدمات، وظایفی را انجام دهند. بدین منظور در حد واسط میان هریک از گام‌ها، خط چینی به تصویر کشیده شده است که یک‌سوی آن خدمات ارائه‌شده به تشکل جهت عبور از گام پیشین و رسیدن به گام پیشرو مشخص گردیده و در سوی دیگر خط‌چین وظایف اتاق در قبال تشکل طرح شده است.

۴. هرم ناقص میانی چرخه

در میانه چرخه، هرم ناقصی ترسیم شده است که در بخش داخلی آن، راهبرد محوری تشکل در هر گام از نظر ساختاری موردتوجه قرار گرفته است و در لایه بیرونی نیز الگوی مدیریتی، ارتباطی و فرهنگی درون هر تشکل ارائه شده است که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد.

۳) ارتباطات مبتنی بر شفافیت: لزوم وجود بسترهای ارتباطی مناسب و به‌کارگیری درست در جهت بالابردن شفافیت برای جلوگیری از رانت و حفظ منفعت همه اعضا، در این اصل مدنظر است.

۴) دموکراتیک بودن: مشارکت همه اعضا در همه جنبه‌ها باید دیده شود و رانت غیررسمی در تشکل نباید شکل بگیرد.

۵) استقلال تشکل: استقلال از سه منظر مالی، مدیریت و سنجش می‌بایست ایجاد شود؛ ضمن اینکه این نکته همواره باید مدنظر قرار گیرد که اتاق حمایت‌کننده تشکل است و نه تصمیم‌گیر.

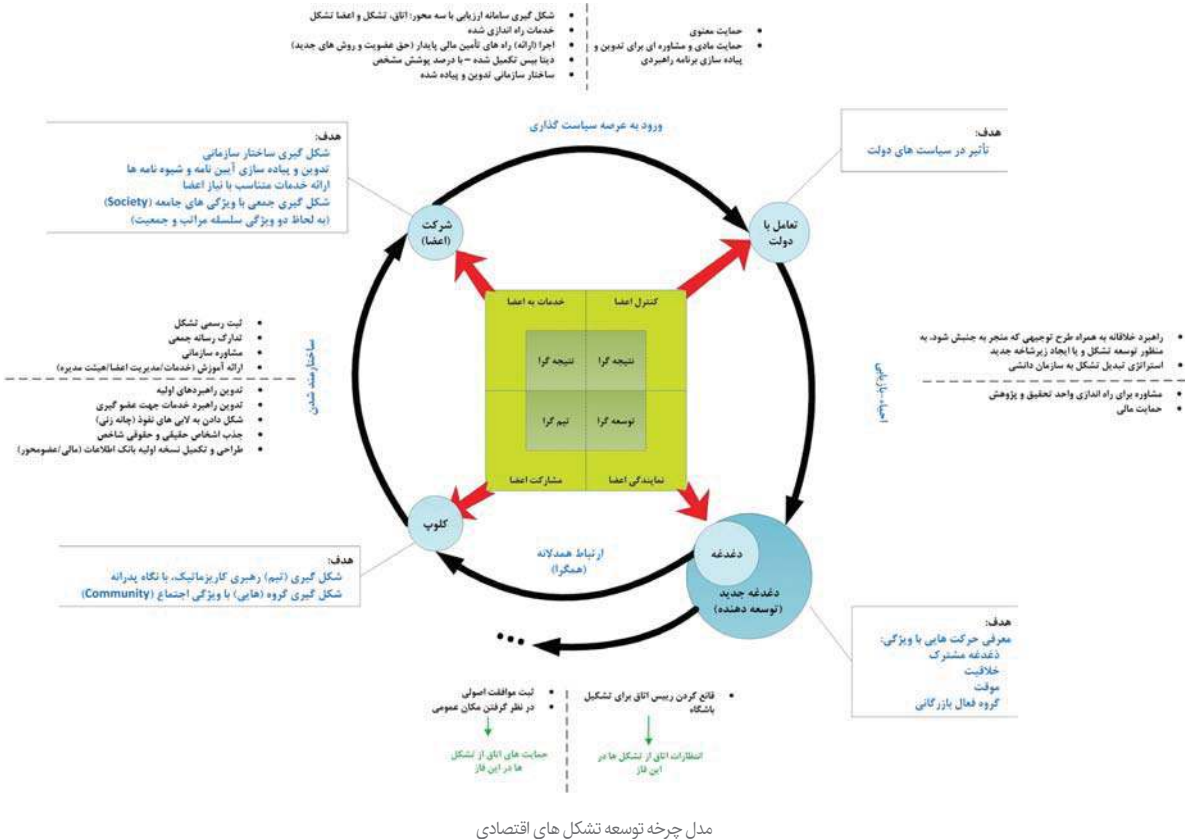
اجزای محوری مدل

این نکته لازم به ذکر است که در طراحی این مدل، رویکرد مدل‌های نونفکرایانه به همراه برخی جرح و تعدیل‌های در بخش ساختاری موردتوجه قرار گرفته است. البته با توجه به نیازهای مدل، برخی از زوایای جانبی آن حذف گردید و خلاً موجود در تنظیم مدیریت، ارتباطات و فرهنگ سازمانی نیز با تکیه بر الگوی فرهنگ سازمانی کامرون-کویین و همسان‌سازی آن با مدل ساختاری، رفع شد. در واقع استفاده از دو بنیان آزمون شده در سطح بین‌المللی به‌منظور طراحی مدل و همچنین جرح و تعدیل و انطباق آن با وضعیت کنونی تشکل‌های استان کرمان، به‌صورت هم‌زمان دو دغدغه احتمال کم اعتبار بودن مدل و نیز عدم پوشش نیازهای بومی را رفع می‌کند.

۱. چرخه عمر

مدل در ساختار دورانی و یک چرخه طراحی شده است که آغاز آن در گام اول با عنوان «دغدغه و جنبش» شکل می‌گیرد اما انتهایی برای روند تکامل و پیشرفت تشکل اقتصادی متصور نشده است.

آنچه می‌تواند تشکل‌های اقتصادی با هر سطحی از توسعه یافتگی توانمند کند و به سمت بلوغ بیشتر سوق دهد وسعت دامنه خدماتی است که تشکل‌ها به اعضای خود ارائه می‌دهند به طوری که از تشکل‌های توسعه یافته تر انتظار می‌رود از مرحله خدمات انتخابی مثل آموزش و مشاوره عبور کرده و به سمت خدمات نمایندگی و بهبود محیط کسب‌وکار گام بردارند. از طرف دیگر موفقیت تشکل‌های اقتصادی در زمینه ارائه خدمات به قابلیت‌ها و تجربیات ایشان، مزیت رقابتی در بازار خدمات، شناسایی درست نیازهای اعضا، دسترسی به منابع مالی و نیروی انسانی و اندازه و طول عمر تشکل وابسته است.



مدل چرخه توسعه تشکلات های اقتصادی

ذهنی در میان اعضای یک تشکل یا سازمان که موجب همنوایی اعضا با ارزش‌ها و هنجارهای سیستمی می‌گردد، استفاده کرد.

مدل ارزیابی کامرون-کوئین و محورهای چهارگانه آن

یکی از مهم‌ترین اقدامات پروژه در این گام، انتخاب الگو و مدل جهت بررسی فرهنگ سازمانی تشکلات اقتصادی بود که در این میان توجه به دو اصل از ضرورت برخوردار بود:

- انطباق مدل فرهنگ سازمانی پیشنهادی با مدل ساختاری ارائه شده در زمینه چرخه عمر تشکل،
- قابلیت عملیاتی و ارزیابی قدرتمند به‌منظور پایش مستمر و مداوم وضعیت تشکلات مختلف.

بر این مبنا پس از انجام تحقیقات گسترده و نیز مشورت با متخصصان مدیریت خصوصاً مدیریت دولتی و بازرگانی، مدل ارزیابی کامرون-کوئین از میان ده‌ها مدل در این زمینه به‌صورت محوری انتخاب گردید که در عمل تأمین‌کننده دو ضرورت مدنظر نیز بود. علت این امر آن است که این مدل یکی از بهترین مدل‌های ارزیابی تعاملات ارتباطی-فرهنگی در میان بیش از ۱۵۰ مدل و رویکرد به شمار می‌رود. این مدل با توجه به ابعاد مختلف و توانمندی قابل‌قبول در این زمینه از سال ۲۰۰۶ تاکنون در بیش از ۱۰ هزار مورد، مطالعه و اجرا شده است.

محور اصلی طراحی مدل و ساختارهای درون آن بر اساس الگوی چارچوب ارزش‌های متقابل است که طبق آن برآیند فرهنگی موجود در هر سازمان را ذیل چهار دسته اصلی طبقه‌بندی می‌کند. البته با

سازوکار نرم‌افزاری مدل توسعه تشکلات با تکیه بر دوگانه فرهنگی «وضعیت موجود-وضعیت مطلوب»

حتی با طراحی مدل ساختاری دقیق و کاملی در زمینه چرخه عمر یک تشکل اقتصادی، در صورتی که نتوان سازوکار تعاملات درونی این مجموعه را شناسایی، راهبری و ارزیابی نمود امکان موفقیت آن به‌شدت کاهش می‌یابد. در این رابطه می‌توان از ظرفیت مدل‌ها و الگوهای حوزه فرهنگ و مدیریت سازمان به‌عنوان ضامن ارتقاء بهره‌وری، اثربخشی و کارایی مدل ساختاری استفاده نمود. از سوی دیگری از مشکلات و نکات پرتکرار از سوی فعالان اقتصادی استان در زمینه تشکلات، ضعف در جامعه‌پذیری اعضا است. این مشکل خصوصاً در عرصه تعاملات درون‌سازمانی و حرفه‌ای، مهارت‌های ارتباطی میان اعضا، انسجام در عملکرد، همراهی و همگرایی و مواردی از این دست نمایان است.

فرهنگ سازمانی

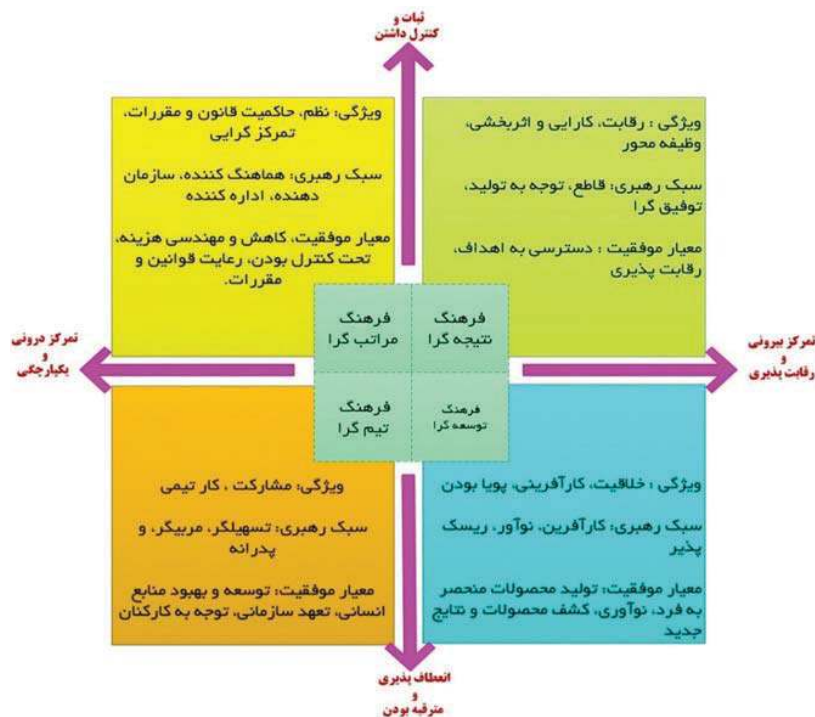
فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورهای راهنما، تفاهمات و روش‌های تفکر است که در بین اعضای سازمان مشترک بوده و از طرف اعضای جدید به‌عنوان روش‌های صحیح انجام کارها و تفکر جستجو می‌شود. فرهنگ سازمانی نوعی احساس هویت را به اعضای جامعه انسانی مذکور اعطاء می‌کند. فرهنگ باعث می‌شود که در افراد تعهداتی فراتر از منافع و علایق شخصی به وجود آید. طبق تعاریف طرح‌شده می‌توان از این فرهنگ به‌عنوان یک سیستم مشترک

می‌توان به چالش طلب، مولد، محرک و سخت‌کوش و افرادی پیگیر و پایدار می‌باشد.

- محور اتحاد و انسجام سازمان تلاش برای موفقیت و برنده شدن است.
- در راهبردهای بلندمدت بر اقدامات رقابتی و نیز دستیابی به اهداف کمی تأکید ویژه‌ای می‌شود.
- شاخصه موفقیت بر حسب کیفیت و میزان نفوذ در بازار مشخص می‌گردد و در این عرصه رهبری بازار و قیمت هزینه مهم و حرکت سازمان پرتلاش و همراه با نگرشی رقابتی است.

۴) فرهنگ سلسله‌مراتبی (مرتب‌گر)

- این نوع از تشکل‌ها بیش از هر چیز بر ثبات و کنترل درونی تأکید و توجه دارد.
- فرایند انجام امور و فعالیت‌های به‌صورت کاملاً ساختاریافته صورت می‌گیرد و طبق رویه‌های مشخص شده وظایف تک‌تک اعضا به دقت تعیین شده است.
- توجه به عوامل ایجادکننده در مسیر برقراری ثبات و حرکت آرام تشکل از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.
- عنصر انسجام بخش قوانین رسمی و خط‌مشی‌های تعیین شده است.
- راهبرد بلندمدت هیأت مدیره تشکل با محوریت حفظ ثبات و عملکرد بالا و نیز کارایی و عملیات ماندگار تعریف می‌گردد.
- معیار موفقیت عبارت است از تحویل قابل اعتماد محصولات و خدمات، برنامه‌ریزی زمانی دقیق و مشخص و نیز کاهش هزینه‌های مربوطه البته در مجموع می‌توان تمامی ابعاد چهارگانه فوق را در ذیل دو محور ثبات و کنترل / انعطاف و مترقبه بودن و نیز تمرکز بیرونی و رقابت‌پذیری / تمرکز درونی و یکپارچگی طبقه‌بندی نمود.



طبقه‌بندی ابعاد چهارگانه مدل فرهنگ سازمانی کامرون-کوینین ذیل دو طیف تقابلی

توجه به ضرورت تطبیق این الگو به فضای تشکل‌گرایی، تعاریف بومی‌سازی گردیده است.

۱) فرهنگ تیم‌گرا (قبیله‌ای، طایفه‌ای یا همکاری)

- تشکل دارای فرهنگ تیم‌گرا بر مواردی نظیر حفظ بقا و انعطاف‌پذیری، علاقه به افراد و حساسیت نسبت به مشتریان تأکید دارد.
- اتمسفر و فضای کاری این گونه و تیپ، در قالب تعاملاتی دوستانه رقم می‌خورد و اعضا بسیاری از دغدغه‌های خویش را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند.
- در این راستا انسجام اعضای تشکل نیز به‌واسطه وفاداری به سنت‌های پیشین تقویت و تضمین می‌شود که موجب افزایش تعهد سازمانی می‌گردد.
- تأکید محوری کلیت تشکل بر منافع بلندمدت انسانی و دستیابی به درجه بالای از انسجام و اخلاق در میان اعضا است.
- در نهایت تشکل در قبال کار گروهی و مشارکت پاداش ویژه‌ای به اعضا می‌دهد و موفقیت برحسب میزان حساسیت در رابطه با مشتریان و علاقه به انسان‌ها تعریف می‌شود.

۲) فرهنگ توسعه‌گرا (ویژه سالار)

- محور تأکید این گونه از تشکل‌ها آن‌ها انعطاف‌پذیری زیاد، فردگرایی و موقعیت‌یابی بیرونی تأکید دارند.
- محیط کاری این گونه بر رویکردی خلاق، کارآفرین و پویا توجه دارد و از این‌رو اعضا و کارکنان خویش را به خطر کردن و رهبران را به نوآوری و خلاقیت ترغیب می‌کند.
- عامل انسجام بخش و ایجادکننده همبستگی در این نوع، تعهد افراد به نوآوری است.
- تأکید این گونه از تشکل‌ها حرکت در مرزهای نوآوری و خلاقیت و پیش‌تاز بودن در این روند است.

● معنای موفقیت با اقدامی جهت منحصربه‌فرد شدن و نیز ارائه کالا و یا خدمات جدید است.

● جایگاه رهبری و مدیریت به‌منظور ارائه خدمت ویژه از اهمیت بالایی برخوردار است و فضای کلی تشکل و نیز اعضای محوری هیأت مدیره تشکل بر ابتکار عمل و آزادی افراد تأکید فراوان دارد.

۳) فرهنگ نتیجه‌گرا (مبتنی بر بازار)

- تأکید بر موقعیت بیرونی و توجه توأمان به لزوم حفظ ثبات و کنترل از عناصر مهم این فرهنگ است.
- توجه به اجرای دقیق و صحیح امور محوله به اعضا و نتیجه‌گرایی از خصیصه‌های اصلی بشمار می‌رود.
- اعضای تشکل در فضای رقابتی به پیگیری اهداف خویش می‌پردازند و اصطلاحاً هدف‌جو هستند.
- از خصوصیات هیأت مدیره این تشکل‌ها

است، برخی از خصوصیات و ویژگی‌های متخصص به خود را تقویت نماید.

● در مرحله پایش و ارزیابی نیز این امکان فراهم می‌شود تا بتوان در مجموع وضعیت کلی فرهنگ در هر تشکل را موردسنجش قرارداد و سعی در تقویت وضعیت مطلوب از نظر اعضای تشکل داشت و از این مسیر زمینه‌ی حمایت و اعتماد ایشان از هیأت مدیره را فراهم آورد.

بدین منظور ابعاد محوری به شرح ذیل جهت بررسی میزان تحقق هر یک از انواع فرهنگی ذکر شده در یک تشکل یا گروه پیشنهاد می‌شود:

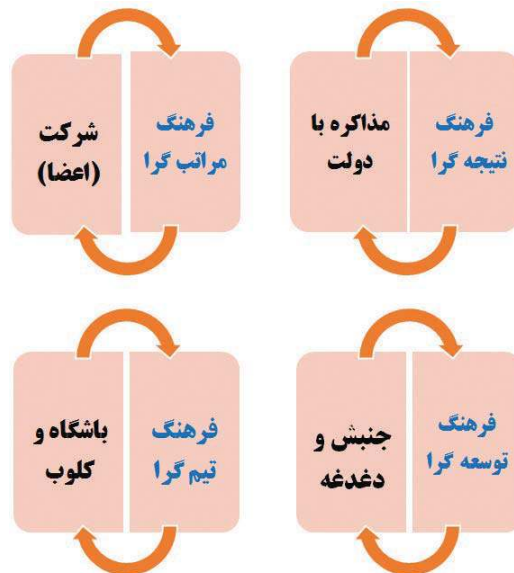
۱. خصوصیات حاکم بر تشکل (Dominant Characteristics)،
۲. رهبری سازمان (به معنای عام) (Organizational Leadership)،
۳. مدیریت کارکنان (یا اعضا در سازمان به معنای عام) (Management of Employees)،
۴. انسجام سازمانی و همبستگی درونی (Organization Glue)،
۵. تأکید و تمرکز بر استراتژی راهبردی (Strategic Emphasis)،
۶. معیارهای موفقیت (Criteria of Success).

درواقع هر یک از این معیارها، پاسخ و الگویی متمایز در هر یک از فرهنگ‌های چهارگانه پیدا می‌کند و می‌توان آن را متناسب با خصوصیات دانست که در رابطه با هر یک از انواع فرهنگ ذکر شده است. پرسشنامه این الگو که پس از اعمال تغییرات مفهومی جهت انطباق با نیازهای تشکل‌های اقتصادی بومی‌سازی شده است از حوصله این نوشتار خارج است و در متن کامل گزارش پروژه جهت مراجعه علاقمندان موجود است. ●

منابع

- گلشن پژوه، محمود رضا؛ حسینی، شکوه السادات؛ "راهنمای سازمانهای غیردولتی"، انتشارات موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر تهران، (۱۳۸۱)
- سیاسی راد، سیدعلیرضا، کسب‌وکار نیازمند شبکه‌سازی تشکل‌های اقتصادی، اتاق اصفهان، ۱۳۹۴/۲/۲
- اسدی، علیرضا، استراتژی‌های پایداری مالی در تشکل‌های اقتصادی، دوره آموزشی اتاق ایران
- عبدالهی، بیژن؛ هداوندی، محمدرضا؛ ابراهیمی، ایوب، شناسایی فرهنگ سازمانی جمعیت هلال‌احمر بر اساس مدل کامرون و کوپین، فصلنامه علمی پژوهشی امداد و نجات، سال هفتم، شماره ۱-۲، ص ۱۱۵-۱۲۸، ۱۳۹۵.
- سرگزی، حسینعلی؛ خوش فر، غلامرضا؛ کریمف، موسی، تأثیر سرمایه اجتماعی در فرهنگ سازمانی در مراکز آموزش عالی دولتی و غیردولتی ایران (مورد استان گلستان)؛ فصلنامه علمی-پژوهشی جامعه پژوهی فرهنگی (پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی)؛ سال دوم، شماره ۱: صص ۵۱-۷۸، ۱۳۹۰.

درواقع طبق مراحل که در مدل ساختاری توسعه تشکل‌های ذکر شده است و با توجه به خصوصیات ذکر شده در رابطه با هر یک از فرهنگ‌های محتمل در فضای تشکل‌های اقتصادی می‌توان تناظر میان این دو گروه را به شکل ذیل برقرار نمود. به بیان دیگر می‌توان در نگرش طیفی، وجود برخی از عناصر اصلی یک فرهنگ را در یک مرحله از زیست تشکل حیاتی‌تر قلمداد نمود و در پی تقویت این خصوصیات بود. به بیان دیگر این انطباق بر این فرض استوار است که فرهنگ سازمانی امر ثابت و غیرقابل تغییر نیست بلکه می‌توان به فراخور نیازهای تشکل اقتصادی (که در هر یک از مراحل چرخه عمر به آن پرداخته شده است) از ظرفیت یک الگو فرهنگ سازمانی کامرون-کوپین در شکل‌دهی به رویه‌های ارتباطی میان اعضا بهره برد.



تناظر و تطابق چهار الگوی فرهنگ سازمانی با چهار مرحله چرخه عمر یک تشکل اقتصادی

شاخص‌های بررسی وضعیت فرهنگ تشکل‌های اقتصادی (چارچوب اجرایی-آموزشی)

پس از تبیین چارچوب مفهومی، به منظور دستیابی به الگویی اجرایی خصوصاً جهت برنامه‌ریزی و طراحی محتوای آموزشی می‌بایست شاخص‌ها و معیارهایی را به صورت مشخص ارائه داد تا علاوه بر شکل تعیین سرفصل‌های آموزشی در این گام، بتوان در گام بعد پرسشنامه مناسب را نیز از آن استخراج نمود. ایجاد این تناظر دوتایی میان الگوهای چهارگانه فرهنگی و چهار مرحله چرخه عمر تشکل اقتصادی موجب می‌گردد تا دو هدف محقق شود:

- در مرحله هدایت، برنامه‌ریزی و آموزش سعی شود تا هر تشکل با توجه به مرحله‌ای که در مدل ساختاری اشغال نموده

سخن آخر

آنچه گذشت...

< فرزانه زاهدی

مدیر اجرایی فصل‌نامه سپهر اقتصاد کرمان



خبرنامه‌های تخصصی کمیسیون‌ها و انجمن‌های اتاق. نتیجه این امر انتشار ۱۷ شماره فصل‌نامه پژوهشی، ۱۰ شماره گزارش پژوهشی و ۸۶ شماره خبرنامه تخصصی به همراه کتابچه‌های آموزشی و آماری بوده است. از سال ۹۵ پس از انجام بررسی‌ها و ارزیابی‌های مختلف مقرر شد موارد انتشاراتی اتاق یکپارچه‌سازی و در قالب یک فصل‌نامه منتشر گردد. در همین راستا فصل‌نامه «سپهر اقتصاد کرمان» به‌عنوان صدای واحد اتاق کرمان حاصل ماه‌ها تلاش متولیان این امر در بهار ۹۷ متولد شد، در اولین شماره این فصل‌نامه با تأکید بر فضای کسب‌وکار به‌عنوان دغدغه مهم و مشترک همه فعالان اقتصادی سعی در تبیین وضعیت موجود، بررسی دلایل ایجاد تنگناها و در نهایت ارائه راهکارهای مؤثر و کاربردی جهت تسهیل و بهبود داشته‌ایم که بخشی از آن نتیجه مطالعات و پژوهش‌های انجام‌شده در مرکز مطالعات اتاق کرمان بوده است.

در ادامه‌ی فصل‌بندی موضوعی، علاوه بر فضای کسب‌وکار، بخش‌های صنعت و معدن، کشاورزی، گردشگری، بازرگانی و صادرات و تشکل‌های اقتصادی در نظر گرفته‌شده تا خروجی اقدامات اتاق در قالب مطالب پژوهشی، مصاحبه، گزارش عملکرد سالیانه و... منعکس گردد.

در پایان مراتب قدردانی خود را از همه بزرگوارانی که در گام نخست ما را یاری نمودند به‌خصوص ریاست محترم اتاق کرمان که حضور مؤثر و حمایت‌های همه‌جانبه ایشان همواره همراه ما بوده است اعلام می‌دارد، آلمان دست اندرکاران این مجموعه بر آن است تا روح فصل‌نامه «سپهر اقتصاد کرمان» را هنما و راهگشایی در فضای اقتصادی استان باشد و در این راه از هیچ تلاشی دریغ نخواهیم کرد، باشد که مقبول افتد.

بی‌شک دانایی و آگاهی یکی از اصلی‌ترین محورهای تحقق اهداف توسعه‌ای و رسیدن به پیشرفت‌های اقتصادی، اجتماعی است و میزان این دانایی و آگاهی از طریق سنجش سطح اطلاعات در دسترس بررسی می‌شود. در دنیای امروز تبادل اطلاعات از طرق مختلفی از جمله روش‌های گفتاری، شنیداری و دیداری انجام می‌شود که در این بین، استفاده از روش‌های دیداری چون چاپ و نشر اطلاعات به‌دلیل تأثیر ماندگارتر و مؤثرتر، اهمیت خاصی دارد و به همین دلیل یکی از شاخص‌های پیشرفت و تعالی محسوب می‌شود. در دنیای امروز علم و دانش به‌نوعی سرمایه ملی تلقی می‌شود و فعالیت‌های مربوط به تولید آن از جمله گردآوری، ویرایش و پردازش، طراحی، نشر، مستندسازی و... حائز اهمیت و به‌نوعی طاقت‌فرساست.

با توجه به این‌که انجام هر نوع فعالیتی در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... نیاز به اطلاعات کاربردی و به روز دارد، اتاق بازرگانی کرمان طبق وظیفه قانونی خود در راستای ارتقا و به‌روزرسانی سطح دانش و آگاهی متولیان حوزه کسب‌وکار بخش خصوصی همواره تلاش نموده و نشر را به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم رسیدن به این هدف، به‌طور ویژه مدنظر قرار داده است. به‌طوری‌که واحد نشر اتاق از سال ۱۳۸۲ به مدت ۸ سال بیش از ۴۰ شماره دوماهنامه اتاق کرمان را در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، آموزشی، اطلاع‌رسانی و... به چاپ رسانده است. از سال ۱۳۹۰ با راه‌اندازی مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی، ماهیت نشریات اتاق به دو دسته تقسیم شد؛ یک دسته مربوط به پژوهش‌ها، گزارش‌های اقتصادی و اقدامات انجام‌شده در مرکز مطالعات و دسته دیگر