

پهر اقتصاد کرمان

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



غفلت در بهشت

«سید مهدی طبیب زاده» رئیس اتاق بازرگانی کرمان
کرمان، بهشت زمین شناسی است
از ظرفیت معادن به درستی استفاده نکرده ایم

گفت و گو با «مهدی سیاوشی»
درباره ظرفیت‌های گردشگری استان کرمان

جاذبه بزرگ گردشگری کشور
باشش اثر میراث جهانی

تحلیل |

حلقه‌های معیوب زنجیره
عرضه محصولات کشاورزی

گفت و گو با «محسن جلال پور»
درباره فضای نامناسب کسب و کار

گندم از گندم بروید
جوز جو

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



● باغ فتح آباد؛ کرمان / عکس: حمید صادقی ●

روایت

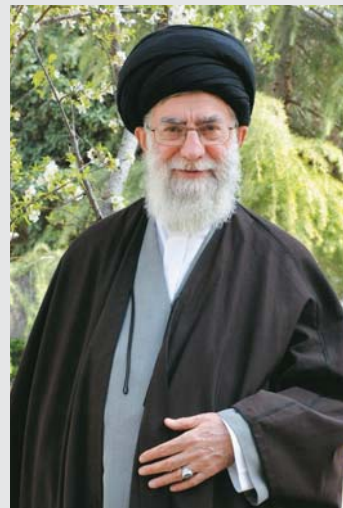
رسول خدا (صلی الله علیه وآله):
الْعِبَادَةُ عَشْرَةٌ أَجْزَاءُ تِسْعَةٌ أَجْزَاءٍ فِي طَلَبِ الْخَلَالِ.
عبادت ده جزء است که نه جزء آن در کار و تلاش
برای به دست آوردن روزی حلال است.
(مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل ج ۱۳، ص ۱۲)

از بیانات رهبر معظم انقلاب

در دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیئت دولت به مناسبت هفته‌ی دولت در شهریورماه ۱۳۹۷

یک مسئله‌ی مهم در زمینه‌ی مسائل اقتصادی که مناسب است بنده تذکر بدهم، بحث مدیریت اقتصادی است؛ دولت باید مدیریت کند اقتصاد کشور را. مدیریت را با تصدی‌گری نباید اشتباه کرد؛ تصدی‌گری دولت در امر اقتصاد به ضرر کشور تمام می‌شود؛ این را ما عملاً در انقلاب تجربه کردیم و می‌دانیم که تصدی‌گری دولت خوب نیست. اصلاً سیاست‌های اصل ۴۴ برای این بود که این تصدی‌گری انجام نگیرد؛ [پس] آن را به کلی از حوزه‌ی فکر خارج کنیم، یعنی این مدیریتی که من می‌گویم، مطلقاً اشتباه نشود با تصدی‌گری در مسئله‌ی اقتصاد.

مدیریت اقتصادی دو رکن مهم دارد؛ یکی این است که ما میدان را باز کنیم برای فعالیت فعالان سالم اقتصادی؛ میدان باز بشود برای این‌ها و کمک‌شان بکنیم؛ افراد صاحب‌فکر اقتصادی بنشینند ببینند راه‌های کمک کردن به فعال اقتصادی چیست - راه‌هایی وجود دارد - و موانعی که بر سر راه کار درست این‌ها و پیشرفت این‌ها وجود دارد چیست؟ آن موانع را بردارند؛ یک رکن مدیریت این است. یک رکن دیگر هم این است که دستگاه دولتی، هوشمندانه، هوشیارانه، با چشم باز، مراقب فعالیت مضر اقتصادی باشد؛ یعنی یک فعال اقتصادی‌ای که حرکت مضر می‌کند، مورد توجه قرار بگیرد، جلوگیری گرفته بشود، جلوی منافذ فساد بسته بشود و گرفته بشود. مدیریت اقتصادی یعنی این، هیچ ربطی به تصدی‌گری ندارد.



میدان را برای فعالیت فعالان سالم اقتصادی باز کنیم



| | |
|--|---|
| با نوشتارها و گفتارهایی از: رؤیا اسدی / حسن امیری / امید امینایی / عبدالرضا تحسینی / مقداد تکلوزاده / عباس جبال‌بارزی / سیدعبدالرضا جعفری صدر / سیدعلی حاج‌سیدعلیخانی / محسن رشیدفرخی / منصور سالاری / جاوید سبحانی / محمود سریع‌القلم / معصومه سعید / رضا سنجر / مهدی سیاوشی / علیرضا شکیبایی / محمود صنعتی / نوشین عبدالله‌زاده / یاسر عرب‌نژاد / احمد فرید / جلیل کاربخش راوری / ذبیح‌الله کرمی / علی مصطفوی / سید حسین مهاجرانی / نرگس مهدوی‌نیا / سید منصور میرتاج‌الدینی / حسین نجف‌آبادی / صادق نخعی / شیما هلاکویی | صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان / رئیس شورای سیاست‌گذاری: سیدمهدی طیب‌زاده / مدیرمسئول: سیدمحمدعلی گلاب‌زاده / سردبیر: ذبیح‌الله کرمی / دبیر تحریریه و مدیر اجرایی: فرزانه زاهدی / مدیر هنری: مجتبی احمدی / طراحی نام‌واره: محمدرضا هاشمی‌نژاد / طراحی‌گرافیک و صفحه‌آرایی: آتلیه گرافیک (پرانتز) / نشانی: کرمان، میدان آزادی، ابتدای بلوار جمهوری اسلامی، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان / کدپستی: ۷۶۱۹۶۵۳۴۹۸ / صندوق پستی: ۴۷۱-۷۶۱۷۵ / تلفن: ۰۳۴-۳۲۴۸۳۳۷۸-۳۲۴۸۳۴۶۵ / www.otagh-bazargani.com / پیامک: ۱۰۰۳۴۳۲۴۴۱۰۵۸ / @Kccima / 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. | |

گردشگری

۱۰۸ | گفت‌وگو با «مهدی سیوشی» رئیس کمیسیون گردشگری اتاق کرمان | استان کرمان؛ جاذبه بزرگ گردشگری کشور با شش اثر میراث جهانی

۱۱۲ | گردشگری و صنایع دستی در استان کرمان

۱۱۴ | گفت‌وگو با «جاوید سبحانی» مدرس دانشگاه و مدیر هتل جهانگردی کرمان | توسعه گردشگری با تبدیل تهدیدها به فرصت

بازرگانی و خدمات

۱۱۸ | صادرات، دست‌خوش بخشنامه‌های ارزی

۱۲۱ | بررسی مبادلات تجاری کشور جمهوری آفریقای جنوبی با جهان، ایران و استان کرمان

۱۲۶ | عبور از رکود با شرکت‌های خدمات صادرات در ایران

۱۳۰ | واردات سنگ در چین

۱۳۱ | گفت‌وگو با «سیدعلی حاج سید علیخانی» مدیر کل راهداری و حمل‌ونقل استان کرمان | حمل‌ونقل جاده‌ای استان کرمان



صنعت و معدن

۵۸ | گفت‌وگو با «سیدمهدی طبیب‌زاده» رئیس اتاق بازرگانی کرمان | از ظرفیت معادن به‌درستی استفاده نکرده‌ایم

۶۴ | سایه سنگین مشکل‌ها بر نگاه‌های صنعتی و معدنی؛ پیشنهاد راه‌های برون‌رفت

۶۹ | نگاهی به نمایشگاه بین‌المللی سنگ‌های تزئینی تهران

کشاورزی

۷۲ | ضرورت‌های اجرای الگوی کشت محصولات کشاورزی

۷۴ | یک ضرورت؛ ترسیم نقشه راه تولید و تجارت محصولات کشاورزی منطقه جنوب استان کرمان

۷۸ | گفت‌وگو با «احمد فرید» مدیرعامل شرکت کشت و صنعت جیرفت | هند ایران در انتظار ساماندهی تولید و بازار محصولات کشاورزی

۸۴ | حلقه‌های معیوب زنجیره عرضه محصولات کشاورزی جنوب استان کرمان

۸۸ | برنامه‌های پیشنهادی انجمن خرمای استان کرمان برای توسعه صنعت خرمای شرق استان کرمان

۹۴ | بررسی چالش‌های محصول خرما و برخی راهکارها

۹۹ | اعتلای صنعت گیاهان دارویی

۱۰۰ | گفت‌وگو با «سید منصور میر تاج‌الدینی» عضو هیئت‌علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان | تولید و تجارت گیاهان دارویی

فضای کسب‌وکار

۰۸ | ما و اقتصاد ما

۱۰ | گفت‌وگو با «محسن جلال‌پور» فعال بخش خصوصی و تحلیل‌گر اقتصادی | گندم از گندم بروید، جو ز جو!

۱۸ | فرهنگ، کارآمدی و توسعه

۲۶ | استان کرمان؛ فرصت‌ها، قوت‌ها و محدودیت‌ها

۳۰ | یک سوزن به خودمان...

۳۵ | تجربه پیمان‌سپاری ارزی

۳۶ | تورم و نرخ سود سپرده بانکی

۳۸ | کارآفرینی به زبان ساده

۴۱ | از انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان تا بسترسازی حوزه فن‌آوری و نوآوری

۴۴ | معرفی مرکز داور اتاق ایران؛ دفتر کرمان

۴۵ | نهاد داور در حقوق ایران

۵۰ | مشارکت مدنی در عقود بانکی؛ از ماهیت تا عمل

۵۲ | کیفیت زندگی؛ تعادل کار و زندگی



رقابت پذیری، ضرورتی برای بقا

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



معرفی و توسعه شاخصی برای سنجش میزان آمادگی کشورها در مواجهه با تغییر تکنولوژی عظیم در جریان، پرداخته است. با این نگرانی جدی مجمع جهانی اقتصاد از تغییرات شگرف تکنولوژی و عقبماندگی بسیار زیاد کشورهایی که توان مواجهه با این تغییرات را نداشته باشند، معلوم می‌شود ما چه وضعی خواهیم داشت و چه بر سر بنگاه‌هایمان خواهد آمد. آیا ما بر اساس این شاخص که ساختار تولید «اندازه پیچیدگی تولید» و محرک‌های تولید «شامل تکنولوژی (فرآوری)، سرمایه انسانی، تجارت جهانی و سرمایه‌گذاری، چارچوب پیشنهادی، منابع پایدار و محیط تقاضا» را در صد کشور ارزیابی می‌نمایند، کجای لیست قرار می‌گیریم و شاید در این صد کشور جایی نداشته باشیم.

با پی بردن به وضعیت آینده، جهت‌گیری‌های اقتصادی و توان رقابتی روزافزون کشورها چنان چه با روند فعلی ادامه دهیم کاملاً از صحنه رقابت حذف می‌شویم، پس باید چاره‌اندیشی نمود و همسو با تحولات جهانی در افزایش توان رقابت‌پذیری بنگاه‌های استان بکوشیم و به مفهوم جدید رقابت‌پذیری توجه نماییم.

رقابت‌پذیری؛ توانایی افزایش سهم بازار و یا سوددهی و ماندن در صحنه رقابت جهانی، برای دوره طولانی است، پس افزایش سهم از بازار همراه با سوددهی و حفظ شرایط رقابت‌پذیری باید سرلوحه کار باشد. در همین راستا مرکز توسعه رقابت‌پذیری در اتاق بازرگانی کرمان با رویکرد بخش خصوصی و به‌منظور تحلیل و ارزیابی فعالیت‌های ملی، بین‌المللی و منطقه‌ای و ارزیابی شاخص‌های رقابت‌پذیری و تحلیل شاخص رقابت‌پذیری کشور و استان افتتاح گردیده و امید است که بتواند اقتصاد استان را از حالت کاملاً غیررقابتی و غیر بهره‌ور مبتنی بر تجارت مواد خام به اقتصاد رقابت‌پذیر متمایل نماید. راه درازی در پیش است، اما با درک اهمیت موضوع و تلاش همه تصمیم سازان، تصمیم گیران، مدیران و بنگاه‌ها، می‌توان امید داشت که این حرکت آغاز شود.

در هیاهوی مسائل ریزودرشت و نابسامانی اوضاع برای فعالان اقتصادی، موضوع بسیار مهمی مغفول مانده است و همواره طی سالیان گذشته به دلیل ناپایداری وضع کسب‌وکار از آنجا که مفهوم و ماهیت عمیق داشته و مستلزم برنامه‌ریزی و صبر و حوصله برای تحقق می‌باشد، قربانی برنامه‌های کوتاه‌مدت و تصمیم‌گیری در شرایط اضطرار و بحران شده است، آن مفهوم چیزی نیست جز «رقابت‌پذیری». این در حالی است که مهم‌ترین عامل کلیدی موفقیت بنگاه‌های اقتصادی اعم از صنعتی، کشاورزی، تجاری، خدماتی و ... ارتقاء توان رقابتی آنهاست. غفلت از این موضوع، حرکت در تاریکی و تسلیم در قبال روزمرگی است که عقبماندگی مزمن و تاریخی اقتصاد را تشدید می‌نماید؛ بنابراین برای آن‌که به سطح قابل‌انتظاری از توسعه برسیم باید رقابت‌پذیری را به‌عنوان عامل توانایی کشور، استان و بنگاه‌ها در تولید کالا و خدمات برای ارائه در بازار بین‌الملل و ارتقاء سطح درآمد شهروندان مدنظر قرار دهیم؛ چرا که توان حضور پرچم و سودآور در بازارهای بین‌المللی و نیز افزایش سطح معیشت و رفاه مردم نتیجه رقابت‌پذیر کردن اقتصاد است.

در گزارش‌ها آمده است که ارزش هر تن کالای وارداتی پنج برابر کالای صادراتی کشور است و این نشان‌دهنده صادرات بر پایه مواد خام است که استان کرمان در این مورد به مراتب وضعیت بدتری دارد. پس از بُعد حضور در بازارهای بین‌المللی وضعیت نامطلوب است. به‌نظر می‌رسد که در استان رقابت‌پذیری مفهوم ناآشنایی است و جایی در تصمیم‌سازی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها ندارد و نتیجه آن شده که به دلیل عدم توانمندی بنگاه‌ها در افزایش توان رقابتی، به‌مرور از صحنه رقابت حذف می‌گردند که جبران آن در آینده نزدیک بسیار دشوار خواهد بود.

اوضاع از این، فاجعه‌آمیزتر خواهد بود که بدانیم مجمع جهانی اقتصاد در گزارش آخر خود در سال ۲۰۱۸ بانگرانی در خصوص رقابت‌پذیری در موضوعی به‌عنوان «آمادگی برای آینده تولید»، به

سخن مدیرمسئول

به کجا چین شتابان؟

< سیدمحمدعلی گلابزاده
مدیرمسئول



یافت، شیرینی کام نوازی که شهره خاص و عام است و هنوز فرزندان و نوه‌ها و نیره‌ها و ده‌ها نفر دیگر از پرتو آن صداقت و پاکی و خداجویی، روزی می‌خورند.

حالا این بزرگ‌مرد و نمونه‌هایی همچون او را کنار کسانی بگذارید که تمام هنرشان ایجاد آشفته‌گی در بازار و مخدوش کردن فضای کسب‌وکار است. همین چند روز پیش با فروشنده‌ای که باهم دوستی داریم و معمولاً سخنش با من صادقانه است، صحبت می‌کردم می‌گفت: وضعیت برای ما خیلی هم بد نیست، چون در این آشفته‌بازار کالاهای خود را به هر قیمتی که بخواهیم می‌فروشیم، آن‌گونه که هرچه قیمت بالا برود باز برای خرید کلی مشکلی نداشته باشیم. بر این گروه بیفزاییم آن‌هایی را که با فروش خانه و اتومبیل و بیرون کشیدن موجودی‌های خود از بانک‌ها به خرید ارز روی آوردند و در فرصتی کوتاه هزاران میلیارد دلار ارز را از چرخه تولید خارج کردند و به خانه‌ها روانه ساختند و بخش عمده‌ای از دشواری‌های موجود را رقم زدند، حالا چه تعداد از آن‌ها در هرروز با بالا و پایین رفتن قیمت ارز، جان به جان‌آفرین تسلیم می‌کنند، بماند. به‌راستی کدام دولت با چنین افکار و رفتار ناشایستی می‌تواند سامان‌بخش امور کسب‌وکار در تنگنای محاصره اقتصادی باشد؟ باور ندارید که اگر همه‌ی ما «کرمانی» گونه می‌اندیشیدیم، عمل می‌کردیم و بهره‌فردی را در عزت جمعی جستجو می‌کردیم، وضعیتمان بسیار بهتر از این بود؟

از یاد نبریم که چشم جهانی به ما دوخته‌شده است، دشمنان در این آرزو که به جشن پیروزی چهل‌سالگی انقلاب اسلامی نرسیم و دوستان در این امید که پرچم پرافتخارمان همچنان بر ستیغ بلند استقامت استوار بماند.

به کدام یک پاسخ‌خواهیم داد؟

وقتی سخن از فضای کسب‌وکار پیش می‌آید، دو تصویر متفاوت در ذهنم نقش می‌بندد، یکی تصویر انسان‌هایی دانا، صادق و خداجو که زندگی را جز در رهگذر کسب‌وکار حلال نمی‌جستند و حضورشان در پهنه کسب‌وکار، مایه عزت و بزرگی جامعه بود؛ اما تصویر دوم به انسان‌هایی تعلق دارد که راه درست زیستن را فراموش کرده و به بی‌راهه می‌روند. اینان رهروانی هستند که آسیب هر جامعه‌ای به شمار می‌روند و وجودشان زمینه‌ساز سرافکنندگی، دشواری و ناملایمات است. نمونه رهروان صادق کسب‌وکار که هر جامعه‌ای به وجود آن‌ها می‌نازد، «آقا سید مهدی کرمانی» است هم او که امروز گز معروفش (گز کرمانی) کام جهانی را شیرین کرده است.

او در روزگار قاجار و با شیوع بیماری طاعون، کرمان را به مقصد اصفهان ترک کرد و به تجارت پنبه مشغول شد، در آن زمان محصول برتر فرسنجان، پنبه بود که طرف‌های قرارداد برایش می‌فرستادند و او مقداری از آن‌ها را به هندوستان صادر می‌کرد. در یک مورد متوجه شد مبلغ ارسالی از هند بیش از طلب اوست آقا سید مهدی این مبلغ را برگرداند و از طرف هندی توضیح خواست، در پاسخ گفته شد که چون قیمت پنبه بالا رفته و در مسیر فروش این محصول بهره بیشتری نصیب ما شده، حق شما را نیز لحاظ کرده و فرستاده‌ایم.

سید مهدی در جواب نوشت آنچه من خریدم و سودی که برای آن در نظر گرفتم فلان مبلغ بوده و بیشتر از آن بر من حرام است، همین مسئله موجب شد تا طرف‌های هندی به‌پاس آن‌همه صداقت و صفا در عرصه کسب‌وکار او را به کشورشان دعوت کنند، چندی در هند ماند و در کنار فعالیت‌های تجاری، هنرهایی آموخت که یکی از آن‌ها پختن انواع شیرینی بود، سرانجام سید با تلفیق تجربیات به درست کردن «گز» ویژه‌ای دست‌یافت که به‌زودی شهرت جهانی

فضای کسب‌وکار

- ما و اقتصاد ما
- گفت‌وگو با «محسن جلال‌پور» فعال بخش خصوصی و تحلیل‌گر اقتصادی
- فرهنگ، کارآمدی و توسعه
- استان کرمان؛ فرصت‌ها، قوت‌ها و محدودیت‌ها
- یک سوزن به خودمان...
- تجربه پیمان‌سپاری ارزی
- تورم و نرخ سود سپرده بانکی
- کارآفرینی به زبان ساده
- از انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان تا بسترسازی حوزه فن‌آوری و نوآوری
- معرفی مرکز دآوری اتاق ایران؛ دفتر کرمان
- نهاد دآوری در حقوق ایران
- مشارکت مدنی در عقود بانکی؛ از ماهیت تا عمل
- کیفیت زندگی؛ تعادل کار و زندگی



● حاج محمدحسن امین‌الضرب / درگذشته ۱۳۱۱ خورشیدی) ●

ما و اقتصاد ما

< سید حسین مهاجرانی

فعال اقتصادی و رئیس هیئت‌مدیره
انجمن سنگ استان کرمان



تاجر، که به روزگار قحط با خرج مال بسیار و خرید و انفاق خروار خروار گندم مردمی را از گرسنگی رهانید، وجود دارد؟ ما تا کجا مخاطب این عبارات زرین در وصیت‌نامه‌ی او به پسرش بوده‌ایم که نوشت: «هرگز هوا و هوس نداشته باش که امروز لباس رنگین و سنگین می‌خواهم یا عیال من این‌طور می‌خواهد، یا عمارات عالی مردم بیبینی دلت بخواهد. ابدأ این چیزها را مخواه، غیر از زحمت و مرارت چیزی بر این‌ها مترتب نیست، هرقدر کمتر آلوده دنیا بشوی، آسوده‌تر هستی. خودت را به مهلکه نینداز. کارهای زیاد و آرزوهای زیاد اسباب هلاکت است، خانه و زندگی را بر باد می‌دهد.»

راز ماندگاری برزویه که حکیمی به آیین زرتشت بود و امین‌الضرب که فرهیخته‌ای اهل تشیع بود، در نبود هر دو، مروت و اخلاق‌مداری بسیاری است که در هر ظلماتی مثل گوهر شب‌چراغ درخشش

این وجیزه را پس از نوشتن ده باری خواندم! چون به کار صیقل سنگم به طبیعت کارم، که سفتن سطح ناصاف سنگ است، بسیار کوشیدم تا آن را جوری جلا دهم که ناهمواری‌های آزاردهنده‌اش، به‌زور ساپ خودسانسوری، برطرف شود و جانبی را نرنجانند؛ اما سر آخر آنچه شد از سنگ‌پا هموارتر نشد که نشد... و شما ببخشید! برزویه‌ی طیب در مقدمه‌ی کلیله‌و‌دمنه می‌نویسد: «در این روزگار تیره که خیرات بر اطلاق روی به تراجع آورده است و همت مردمان از تقدیم حسنات قاصر گشته، می‌بینم که کارهای زمانه میل به ادبار دارد و چنانستی که خیرات مردمان را وداع کردستی...».

می‌پرسم که چرا خاموش نمی‌شود، غم‌ناله‌ی این حکیم فرزانه بعد از این‌همه قرن؟! می‌پرسم که در این زمانه‌ی بسیار سخت ما چه‌کاری روزگاریم؟! می‌خواهم بدانم چه نسبتی بین ما به‌عنوان تاجر و حاج محمدحسن امین‌الضرب، باز هم به‌عنوان

«حداکثر کردن سود به هر قیمتی» اصل شد، شرافت و مروت و نگاه ملی در پیله‌ی سخت طمع می‌میرد و در یک چرخه‌ی بی‌غیرتی زرنگی‌های حقیر ارزش می‌شود و...
اتاق بازرگانی پارلمان بخش خصوصی تعریف شده است. منازعه‌ی پارلمانتاریستی با ندانم‌کاری دیوان‌سالاران در عرصه‌ی کسب‌وکار، وظیفه‌ای است که با مسامحه و احتیاط‌های مستحب و واجب از جانب اتاق، به‌جایی نمی‌رسد. این نظام دیوانی چاق در محدوده‌ی حضور ما درد هست و درمان نیست. اتاق بازرگانی با حضور جدی و چابکی، گاهی باید درباره‌ی ایفای نقش‌های بزرگ‌تر اصرار بسیاری‌تری داشته باشد.

جرات می‌کنم و می‌گویم به نظر می‌رسد که در این هرج‌ومرج و آشفته‌بازاری که میل تبدیل تقدینگی به دارایی‌های به‌شدت نقدشونده، مثل وبا شیوع پیدا کرده است، گذشته از دیوان‌سالاران ما که کلاً با تصمیم‌گیرهای متناوب کاریکاتوری در یک صحنه‌ی عظیم و در یک دیالکتیک بامزه، هم دزد می‌سازند و هم دزد می‌گیرند، تقصیر بخش خصوصی هم کم نیست!
به‌عنوان یک اصل، چنین گفته شده که «البینه علی المدعی» و من ترجیحاً در این گفتار، بی‌آنکه بیینه‌ای برای کوتاهی‌های خودمان ارائه کنم، آن اصل را نقض می‌کنم؛ تا مدعی علیه که خودمان باشیم در خلوت خود، بیانات آن قصور را نوشته کنیم... فقط تا اشاره‌ای کرده باشم می‌گویم در یک تصویر کلی چنین به نظر می‌رسد که ما به‌عنوان فعالین اقتصادی در بخش خصوصی و متولی بخش کوچکی از اقتصاد ایران، در توجیه ناکارآمدی خود، اصول اربعه‌ای داریم که انگار رعایت آن در وجهی غالب، واجب عینی است:

۱. بدون هیچ تلاشی برای مقابله، از روزگار کج‌مدار و ناکارآمدی نظام دیوانی بسیار می‌نالیم.
۲. در همه‌ی شکست‌ها در هم‌سرایی ریتیم «کی بود کی بود من نبودم» تبحری خارق‌العاده داریم.
۳. متفکرین ما غافل از ما و داشته‌هایی که هرز می‌رود، نسخه‌نویسی بی‌پایان و قصیده‌سرایی طولانی برای هزارتوهای بدون دررویی نظام دیوان‌سالاری را مشق شب خود می‌دانند.
۴. گریز از کار جمعی و میل به حفظ قلمروی فردی و چشم بستن به فردای فروریختن نوبتی باروهای خودساخته‌ای که خیال می‌کنیم ملک طلق و چهاردیواری اختیاری ما است، مرام‌نامه‌ی نانوشته‌ی ماست!

پیش از پایان:

آدم به امید زنده است و همین است که از آن‌همه سیاه‌که نوشتیم به ناامیدی نمی‌رسم!

«نهضت بهره‌وری» نام سعی تازه‌ی اتاق بازرگانی کرمان، همان مایه‌ی امیدی است که در اصلاح رفتار ما چه در صنعت، چه در زراعت و چه در مصرف، اگر با حمایت خود ما همراه شود با تکیه بر داشته‌های یک ایالت و تکیه بر سرمایه‌ی اجتماعی آن، نام این استان را مثل ستاره‌ای شاخص در سپهر اقتصاد ایران درخشان خواهد کرد. ●

بی‌پیرایه‌ای دارد.

نه برزویه به دنیا ماند نه امین‌الضرب! در گذار روزگار نوبت به بودن ما رسیده است که باز روزی نخواهیم بود؛ می‌بینیم که هنوز «کارهای زمانه میل به ادبار دارد» و این پرسش بزرگ پیش‌اروی ماست که ما که ایم و چه بایدمان کرد؟!

من هم مثل شما این واقعیت را می‌پذیرم که علی‌القاعده قانون حاکم بر رفتار فعالان اقتصادی، علم اقتصاد باید باشد؛ اما این حقیقت را هم فراموش نمی‌کنم که علم اقتصاد یک علم انسانی است و مثل همه‌ی علوم انسانی، بودنش و اصلتش تابع بودن انسان است و اگر او نباشد اصول و فروع این علم هم بود و نمودی ندارد. در این صورت، اشتباه می‌کنیم اگر بپرسیم تئوری‌های چنین علمی از کدام انسان مایه می‌گیرد؟

تطور تئوری‌های اقتصاد، معلول دگرگونی‌هایی است که در ادوار ناهمگون تاریخ در جامعه‌ی انسانی و به‌ویژه در حوزه‌ی کسب‌وکار به وجود آمده است. در این بازه از نظریه‌پردازان مرکانتلیست، با تمایلات به‌شدت سوداگرانه که در یک خطای ترکیب، از درک ارتباط میان ثروت فرد به‌عنوان یک جزء و ثروت جامعه به‌عنوان یک کل، عاجز بودند می‌توان سراغ کرد تا حضور دقیقاً برعکس نظریه‌پردازان سوسیالیست! این بازه تا امروز هم که اقتصاد مدرن با تکیه بر روانشناسی و رفتارشناسی و مطلوبیت‌گرایی انسانی تحلیل‌های دیگری از علم اقتصاد ارائه می‌کند همچنان باز است! این‌همه تفاوت در نظریات اقتصادی دست‌کم باید این تردید را در ما به وجود آورد که هیچ جزمیتی در هیچ‌یک از علوم انسانی نمی‌توان سراغ کرد. در دگرذیسی جامعه‌ی انسانی که در آن تغییرات به شکل تصاعد هندسی رخ می‌دهد، می‌توان یقین داشت که به همان آشکاری که تفاوت‌های شگفت‌انگیز انسان امروز در مقایسه با انسان پنجاه سال پیش را نمی‌توان باور کرد، در زمانی بسیار کوتاه‌تر، انسان پنج سال بعد هم با انسان امروز قابل قیاس نیست! (مثال از گذشته و پیش‌بینی درباره‌ی آینده‌ی سبک زندگی اجتماعی ما به عهده‌ی خود شما).

چنان‌که می‌بینید، مرکانتلیست‌ها و فیزیوکرات‌ها و مارژنالیست‌ها و سوسیالیست‌های بزرگ همگی مرده‌اند و آن‌ها که زنده‌اند حرف‌های تازه‌ای برای گفتن دارند. حرف ما کدام است؟

در این روزگار پر ادبار، رسم ما لزوماً نباید گرت‌های ناپخته از سلوک دیگران باشد. وقتی از علم انسانی حرف می‌زنیم بیداست که باید دریابیم بنیان این علم بر کدام انسان است؛ کدام صفحه‌ی جغرافیا و کدام صحنه‌ی تاریخ و کدام عرصه‌ی اجتماعی؟! هرگز نمی‌خواهم خودم را وارد شعارهای رنگ‌باخته‌ی مد روز کنم؛ قصد سیاست‌ورزی هم ندارم (هرچند -به‌ناچار- بیش از اندازه‌ی خودم اهل سیاست باشم!) اما گمان می‌کنم که در همین محدوده‌ی بسیار محدود کسب‌وکار بخش خصوصی که دیوان‌سالاران ما اراده‌ی جدی گرفتنش را ندارند، در بی‌برنامگی و بی‌الگو بودن خود ما کارهای بسیاری است که ناکرده باقی‌مانده است. «انقلاب ارزی» به فصاحت کشیده شد چون ناپاکی در نظام تخصیص ارز و پلشتی در وجود شبه مرکانتلیست‌های بخش خصوصی کم نبود. وقتی



گفت‌وگو با «محسن جلال پور» فعال بخش خصوصی و تحلیل‌گراقتصادی

گندم از گندم بروید، جو ز جو!

«محسن جلال پور» می‌گوید: «کنکاش در حوزه «مدیریت و اداره امور بنگاه‌های اقتصادی»، می‌تواند به رفع ابهام‌ها کمک کند و کمبودهای مورد نیاز مجموعه اقتصاد کشور، خود را نشان دهد.» او در پاسخ به این پرسش که در شرایط کنونی چه باید کرد، معتقد است: «مسیر درست این است که با مردم شفاف، صریح و صادقانه، واقعیت‌ها را مطرح کنیم و به مردم بگوییم شرایط خوبی نداریم، مردم را با نظام و کشور همراه کنیم و با کمک مردم و با همراهی مردم، تغییر ریل جدی در اقتصاد بدهیم و از اقتصاد کوپنی، سهمیه‌بندی و سوسیالیستی، به سمت یک اقتصاد سالم رقابتی شفاف برویم، فساد را به کمک مردم ریشه‌کن کنیم، نظام را واکنش‌ناپذیر کنیم و با کمک مردم این دوره را با سربلندی بگذرانیم.» در همین زمینه‌ها، با این فعال بخش خصوصی و تحلیل‌گراقتصادی گفت‌وگو کرده‌ایم.

از بذر فضای نامناسب کسب‌وکار،
محصول مناسب نمی‌روید

هستیم و راه برون‌رفت از این وضعیت چیست؟ امروز در آستانهٔ چهلمین سال انقلاب هستیم و می‌دانیم چهار دهه برای یک نظام و حاکمیت، فرصت مناسبی است؛ چراکه می‌گوییم افراد در چهل‌سالگی به پختگی لازم می‌رسند و هر آنچه که باید را، تجربه کرده و اندوخته‌اند و اکنون، باید از آن استفاده کنند؛ بنابراین، نه زمان کوتاه بوده و نه خیلی می‌توانیم به کم‌تجربگی و ناپختگی خودمان در مقابل مشکلات امروز اتکا کنیم؛ بلکه آنچه مهم است، این است که نظام جمهوری اسلامی در دنیا، یک نظام بی‌بدیل و بی‌مشابهی بود که برای نخستین بار شکل گرفت و اولین بار یک نظامی که مبتنی بر دو رکن جمهوریت و اسلامیت و اعتقادات مذهبی و دینی است، پایه‌گذاری کردیم.

این که انقلاب اسلامی در فرصت کوتاهی به پیروزی رسید و همهٔ زمانی که انقلاب بین مردم شدت و شکل گرفت تا به پیروزی رسید، دوسه سال بیشتر طول نکشید و در این مدت همه به دنبال شکل‌گیری انقلاب بودند و عملاً وقت و فرصت مناسبی برای تدوین یک برنامه و راهبرد نبود، شاید اولین نقطه‌ضعفی است که می‌توانیم بعد از پیروزی انقلاب، در جمهوری اسلامی به آن اشاره کنیم.

به‌گونه‌ای پا به جمهوری اسلامی گذاشتیم که مقدمات، ملزومات و نیازهای آن را ندیده بودیم؛ به‌طور مثال یک بچه‌ای را در راه داشته باشید و قرار باشد پدر یا مادر یک بچه شوید و از قبل اقدامات و آنچه که از نظر خوراکی، پوششی، تربیتی و تمام نیازهای لازم را ندیده باشید و از اقتصادی خود را آماده هزینه‌کرد برای این

آقای جلال‌پور! در ابتدا بفرمایید چرا در کشور نتوانسته‌ایم از این همه مزیت، ظرفیت و توانایی بهره‌برداری کنیم و جزء کشورهای توسعه‌یافته و پیشرفته، با زندگی و امکانات بهتر برای مردم و در عین حال آینده‌ای مطمئن‌تر باشیم؟ ضمناً نقش بخش خصوصی در این میان چگونه است و چه موانعی پیش رو داشته است؟

کنکاش در حوزه «مدیریت و اداره امور بنگاه‌های اقتصادی»، می‌تواند به رفع ابهام‌ها کمک کند و کمبودهای موردنیاز مجموعهٔ اقتصاد کشور، خود را نشان دهد.

این که می‌گوییم بخش خصوصی چه موانعی دارد و هدف از حضور بخش خصوصی چیست؟ هدف این است کشور را به سمت وسوی تولید و اشتغال پیش ببرد و در نهایت یک رفاه و توسعهٔ بیشتر به‌وجود بیاید.

با توجه به این که به چهلین سال پیروزی انقلاب رسیده‌ایم، چهل سال دورهٔ خوبی است که به برخی مسائل در طول این مدت پرداخته شود که آیا در طول چهار دههٔ گذشته، یک راهبرد و سیاست درست، متحد و منسجم برای اقتصاد کشور داشته‌ایم، اگر داشته‌ایم، چه بوده و اگر نداشتیم، چرا؟

آیا هرکدام از ارکانی که باید کار خود را انجام می‌دادند، از جمله حاکمیت شامل؛ دولت، مجلس شورای اسلامی و نهادهای مختلف و مردم شامل؛ بخش خصوصی و بخش غیردولتی اقتصاد مثل تعاونی‌ها و بازار، کار خود را به‌درستی انجام داده‌اند؟

و پرسش سوم این که وضع امروز ما چیست، چرا در این شرایط

از نظر شما کشور در این سالها بر چه پایه اقتصادی پیش رفته است؟

در چهل سال گذشته تاکنون، پایه اقتصادی درستی نداشته و نداریم. من که تجربه‌ای در اقتصاد دارم، نمی‌توانم بیان کنم که اقتصاد جمهوری اسلامی، بر پایه اقتصاد آزاد، سوسیالیستی و یا سرمایه‌داری است؟! هیچ مبنایی برای اقتصاد ما وجود ندارد و از هر جایی آورده‌ایم، کنار هم گذاشته‌ایم و ملغمه‌ای درست کرده‌ایم که خودمان هم نمی‌دانیم اقتصاد ما رقابتی است، یا رقابتی! یا سوسیالیستی و یا کمونیستی است که این موضوع موجب شده اصلاً متر و معیاری که خودمان را با آن بسنجیم، نداریم؛ بنابراین، هیچ معیاری نداریم که با آن متوجه شویم تولید ناخالص داخلی ما در دنیا چقدر باید باشد و اکنون چه میزان است و یا در کجای دنیا باید قرار می‌گرفتیم و امروز چه وضعیتی داریم.

آقای جلال‌پور! وضعیت اقتصادی استان کرمان را چطور ارزیابی می‌کنید؟

امروز استان کرمان که ۱۱ درصد خاک کشور را در اختیار دارد و حدود چهار درصد جمعیت کشور را دارد، بیش از سه درصد میانگین GDP کشور را داشته؛ درحالی‌که این رقم نسبت به ظرفیت‌های استان کرمان می‌توانست تا ۱۰ درصد افزایش پیدا کند و نسبت به توانمندی‌های استان، خیلی بیش از این رقم باشد، اما این‌که آیا در کشور برنامه‌ای برای این منظور وجود داشته که از فرماندهی و کلان اقتصادی کشور به ما گفته شده باشد که سهم استان کرمان در اقتصاد کشور باید این میزان باشد و این سهم باید از این محل‌ها حاصل شود، چنین چیزی وجود نداشته است.

هم‌چنین برنامه‌ای نوشته‌ایم و در این برنامه گفته‌ایم که باید ۲/۵ درصد رشد کشور از بهره‌وری باشد، اما وقتی بررسی می‌کنیم، می‌بینیم حتی نیم درصد از رشد کشور هم از محل بهره‌وری نبوده است؛ بنابراین، در مجموع، بزرگی اقتصاد کرمان نسبت به کشور با توجه به سهمش در GDP کشور و جمعیت، تقریباً متوازن است؛ یعنی چهار درصد جمعیت کشور را داریم، اما نسبت به وسعت، متوازن نیست؛ چراکه ۱۱ درصد وسعت کشور را در اختیار داریم و GDP، ۳/۸ درصد است که متوازن نیست؛ ضمن این‌که باید این سؤال پرسیده شود که کرمان را با کدام یک از این معیارها می‌سنجید؟ آیا باید نسبت به وسعت سنجیده شود، یا نسبت به جمعیت؟ آیا نسبت به گذشته و یا نسبت به حال؟

آیا استان کرمان از نظر اقتصادی از استان‌های دیگر عقب افتاده است؟

اما این‌که استان کرمان نسبت به استان‌های دیگر عقب‌تر است، این‌گونه نیست؛ باید نگاه کنیم و ببینیم سهم استان‌های دیگر از GDP کشور کجاست؟ نمی‌توانیم استانی مثل خوزستان را که از منابع نفتی برداشت می‌کند، یا استان بوشهر که عسلویه را در اختیار دارد، یا استان تهران که بیش از ۱۷ میلیون نفر جمعیت دارد، ملاک قرار دهیم. اگر نسبت به وسعت، ظرفیت، توان و

بچه نکرده باشید؛ بنابراین، بچه که به دنیا بیاید، چون خوراک، پوشاک و سایر ملزومات مناسب را ندارید، گرفتار می‌شوید و مجبورید همین‌طور مقطعی از دوست و آشنا کمک بگیرید و زندگی را بگذرانید. در واقع وقتی انقلاب پیروز شد، مهیای یک نظام با تمام و کمال اسلامی نبودیم؛ انقلابی را داشتیم پیش می‌بردیم که به گمان خودمان قرار بود پیروزی آن چندین سال طول بکشد، اما در یک مقطعی با رهبری و هدایت امام رحمت‌الله‌علیه و حضور مردم، انقلاب به پیروزی رسید و آمادگی لازم را نداشتیم و بستری که جمهوری اسلامی در آن شکل گرفت، آماده نبود.

بعد از پیروزی انقلاب هم گرفتار جنگ‌های داخلی و درگیری‌های مختلف شرق و غرب کشور شدیم و تا آمدیم این مشکلات را حل کنیم، عده‌ای در کردستان، عده‌ای در بلوچستان و عده‌ای در خوزستان به دنبال تجزیه کشور بودند و عده‌ای در داخل کشور شروع به ترور افراد کردند و تا آمدیم از این مشکلات عبور کنیم، وارد جنگ هشت‌ساله شدیم. در طول جنگ نیز، فقط ما بودیم و جنگ و تمام توان کشور را بر دفاع هشت‌ساله گذاشتیم؛ بنابراین، اصلاً فرصت و فکر و ذهن این‌که برای جمهوری اسلامی نوپایی که مشابه هم ندارد، استراتژی و راهبردی بنویسیم، وجود نداشت و بعد از جنگ هم، چون ۱۰ سال از انقلاب گذشته بود و فکر کردیم که کشور محکم و مستحکم داریم، به دنبال استراتژی نبودیم؛ بنابراین، امروز پس از چهل سال، چوب آن زمان را می‌خوریم که یک راهبرد و الگویی که کشور را بر مبنای آن جلو ببریم، نداشتیم.

چرا پس از چهل سال، هنوز به یک راهبرد و الگوی مناسب نرسیده‌ایم؟

در چهل سال گذشته، سوار بر سعی و خطا، سوار بر خلاق و سلیقه‌ها و عقاید و نگاه‌های مختلف، سوار بر جنگ جناح‌ها و جبهه‌های مختلف داخل کشور و سوار بر یک فضای غیرواقعی شدیم و در سال‌های اخیر نیز، پوپولیستی شدیم که عملاً هیچ دیدگاه و راهبرد مدون، مکتوب و مشخصی نداریم و امروز اگر بخواهیم مقایسه کنیم، می‌بینیم هیچ چیزی را نمی‌توانیم با هیچ جایی بسنجیم؛ یعنی معیار سنجش نداریم و اگر امروز کسی سؤال کند در جمهوری اسلامی در کجای کار هستید، باید سؤال کنیم نسبت به چه چیزی می‌پرسید؟

در طول این چهل سال، در فضای اقتصادی، بیش از تمام بخش‌های دیگر دچار سعی و خطا، دچار تصمیم‌های سلیقه‌ای، دچار بی‌برنامگی و عدم اتکای به کار درازمدت بودیم و حتی از وقتی که برنامه‌نویسی کردیم و برنامه‌های پنج‌ساله نوشتیم، در طول پنج برنامه پنج‌ساله که شامل ۲۵ سال می‌شود و از دهه دوم انقلاب شروع شد، باز هم هیچ‌کدام از برنامه‌ها نتوانسته به ظرفیت ۵۰ درصدی برسد، بهترین برنامه از لحاظ تحقق، برنامه سوم با ۳۰ درصد بود و بدترین برنامه هم، برنامه پنجم با کمتر از ۱۰ درصد بود و متوسط تحقق برنامه‌های پنج‌ساله، کمتر از ۱۵ درصد است؛ یعنی نگاه برنامه‌ای و الگوگرایانه و مدون به کار نداشتیم و اصولاً با یک سیاست سلیقه‌ای و سعی و خطا جلو رفتیم.

بین الملل نتوانیم با دنیا چانه زنی کنیم و فضای بین المللی را در یک گفتمان متقابل به نفع کشور جلو ببریم. ما عمده‌تاً مرگ بر فلان و زنده‌باد فلان و یا دشمن جدی فلان و دوست فلان را بیشتر از آنچه که منافع ملی و واقعیت‌های امروز عرصه بین الملل است، در کشور شاهد هستیم و این است که نمی‌توانیم از ظرفیت بزرگ گفتمان و روابط بین الملل استفاده کنیم.

مسئله دیگری که در طول چهار سال گذشته شاهد بودیم، این است که می‌خواهیم نظامی را به‌عنوان جمهوری که مردم در آن نقش داشته باشند و هم قوانین و قواعد اسلامی در آن حکم فرما باشد، باهم جلو ببریم و این‌جا خیلی محدود می‌شویم؛ چراکه گاهی مردم به دلایل متعدد به برخی اعتقادات و برخی باورها پشت می‌کنند و یا به دلیل عملکرد ما، این قدر اعتقادات و باورها بین مردم سست می‌شود که متأسفانه نمی‌توانیم مردم را با خود همراه کنیم و با این نوع رفتار که هم می‌خواهیم جمهوری باشیم و هم می‌خواهیم فضای اعتقادی مردم به شدت و در حد به بهشت بردن مردم و به راه راست هدایت کردن مردم را از وظایف خود بدانیم، جریانی به‌عنوان نبود سرمایه اجتماعی و بی‌اعتمادی به وجود می‌آید و عملکرد ما با گفتار، رفتار و کردار ما آن قدر متفاوت می‌شود که مردم دیگر به همه چیز بی‌اعتقاد می‌شوند و این یک صدمه و خلأ جدی است و امروز فکر نمی‌کنم در دنیا کشور دیگری باشد که از نظر سرمایه اجتماعی و اعتماد مردم به حاکمیت، تا این حد در طول چهار سال گذشته صدمه خورده

جمعیت خودمان نگاه کنیم، به نظر می‌آید استان کرمان وظیفه خود را نسبت به کشور انجام داده؛ ضمن این‌که طی چهار سال گذشته نرخ رشد استان کرمان از متوسط کشور بیشتر بوده است؛ وقتی نرخ رشد کشور نزدیک شش درصد بوده، نرخ رشد استان کرمان بیش از شش درصد بوده و وقتی رشد کشور منفی ۵/۶ بوده، استان کرمان منفی سه بوده؛ یعنی استان کرمان در هر دو شرایط نسبت به کشور بهتر بوده است؛ هرچند که نه تنها استان کرمان، بلکه تمام کشور می‌توانسته GDP بیشتر و خلق ثروت بیشتر داشته باشد.

مقایسه‌ای که بین پنج کشور صورت گرفته، در چهار سال گذشته، اقتصاد چین ۳۳ برابر و جمعیت آن ۱/۵ برابر شده؛ یعنی ۲۲ برابر سفره مردم بزرگ‌تر شده، در کره همین نسبت ۱۹ است؛ یعنی ۱۹ برابر سفره مردم بزرگ‌تر شده و در کشورهای هم‌جوار ما، کمترین رقم مربوط به ترکیه است که اقتصاد مردم ۵ برابر افزایش یافته، اما در کشور ما اقتصاد ۲/۴ و جمعیت ۲/۴ برابر شده؛ یعنی عملاً هیچ اتفاقی در اقتصاد مردم نیفتاده و به همین جهت مردم روزبه‌روز با شرایط سخت‌تری زندگی می‌کنند؛ چراکه در چهار سال پیش، زندگی مردم فقط به پوشاک و خوراک خلاصه می‌شد، اما امروز پوشاک و خوراک، بخش کوچکی از زندگی مردم است؛ امروز ارتباطات، وسایل تکنولوژی‌ای که در دنیا و در کشور به وفور یافت می‌شود و امکانات بسیار زیادی که مردم در خانه‌های خود نیاز دارند، بسیار افزایش یافته است؛ بنابراین، حد توان ما در حد چهار سال پیش است که به پوشاک و غذا قناعت می‌کردیم، اما آنچه که در جامعه وجود دارد، فضای بازی است که یک خانواده انواع و اقسام امکانات اعم از امکانات ارتباطی، فضاهای مجازی، امکانات تکنولوژیکی از جمله لوازم خانگی مختلف را نیاز دارد؛ ضمن این‌که نیازهای فرزندان امروز جامعه به دلیل ارتباط بین‌المللی، نسبت به چهار سال پیش به شدت افزایش یافته است.

بنابراین، وضعیت اقتصاد کشور نامناسب است و کرمان هم از این نظر هیچ تفاوتی با بقیه نقاط کشور ندارد، اما عملکرد استان کرمان نسبت به بقیه نقاط کشور، اگر بهتر نبوده باشد، بدتر هم نبوده است.

دلیل این‌که به درستی نتوانسته‌ایم با دنیا ارتباط برقرار کنیم، چه بوده است؟

جمهوری اسلامی غیر از این‌که یک نظام نوپا بوده، یک نظام آرمانی هم بوده؛ یعنی آرمان‌گرا بودیم. نظامی آرمان‌گرا که تعداد آن تقریباً در دنیا بسیار محدود و کم است و شاید به اندازه ما، کشور دیگری این‌گونه وجود نداشته باشد که در کشورهایی که مردم شیعه زندگی می‌کنند، به دنبال جلوگیری از ظلم و به دنبال استکبارستیزی باشد؛ یعنی ایران، یک نظام شیعی استکبارستیز پشتیبیان مظلوم مخالف ظالمی است که می‌خواهد در همه‌جا این مهم را بروز و ظهور دهد؛ بنابراین، این آرمان‌گرایی نیز یک سری موانع و مشکلات برای ما به وجود می‌آورد که همان عرصه ارتباطات بین الملل است که موجب می‌شود در عرصه

در طول این چهار سال، در فضای اقتصادی، بیش از تمام بخش‌های دیگر دچار سعی و خطا، دچار تصمیم‌های سلیقه‌ای، دچار بی‌برنامگی و عدم اتکای به کار درازمدت بودیم و حتی از وقتی که برنامه‌نویسی کردیم و برنامه‌های پنج‌ساله نوشتیم، در طول پنج برنامه پنج‌ساله که شامل ۲۵ سال می‌شود و از دهه دوم انقلاب شروع شد، باز هم هیچ‌کدام از برنامه‌ها نتوانسته به ظرفیت ۵۰ درصدی برسد، بهترین برنامه از لحاظ تحقق، برنامه سوم با ۳۰ درصد بود و بدترین برنامه هم، برنامه پنجم با کمتر از ۱۰ درصد بود و متوسط تحقق برنامه‌های پنج‌ساله، کمتر از ۱۵ درصد است؛ یعنی نگاه برنامه‌ای و الگوگرایانه و مدون به کار نداشتیم...

باشد و این نقطه‌ضعفی است که در کشور می‌تواند مشکل‌ساز شود.

بنابراین، زود به نتیجه رسیدن انقلاب اسلامی، نظامی بی‌بدیل، نداشتن هیچ‌گونه برنامه، الگو و استراتژی مدون در چهل‌سال گذشته، آرمان‌گرایی و هدف‌دار بودن نظام جمهوری اسلامی مبنی بر پشتیبانی از مظلوم و نبود فضای واقعی بین‌المللی در کشور به دلیل این آرمان‌گرایی، مسئله اعتقادات مذهبی و حضور مردم و تضادی که در رفتار، کردار، گفتار و خلیات مردم به وجود آمده و عدم وجود یک سرمایه اجتماعی و باورهای عمومی و اعتقاد واقعی در بین مردم، دست‌به‌دست هم داده تا امروز فضای مناسب و جو مناسبی برای هیچ‌گونه فعالیتی اعم از اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در کشور نداریم.

نمی‌توانیم در کشور به دختران این مملکت بگوییم بالاترین رشته‌های تحصیلی را بخوانید، اما در عین حال از شوهر خود تمکین کنید، جلوی شوهرتان دست‌تان روی سینه‌تان باشد، کفش شوهر خود را واکنس بزنید؛ به این دلیل که جمهوری اسلامی از اسلام تبعیت می‌کند و در دین شوهرداری و تمکین از شوهر، نه تنها وظیفه است که واجب است. باید یا مثل دنیا باشیم که دختران ما به آخرین دانش دنیا مجهز شوند و یا به‌طور مثال از شوهر خود تمکین کنند؛ چراکه این موارد با هم هم‌خوانی ندارند و این‌گونه است که طلاق در سطح جامعه فراوان می‌شود و ۱۳ میلیون جوان داریم که یا ازدواج نکرده‌اند و یا طلاق

گرفته‌اند.

یا باید بچه‌هایمان را به دانشگاه می‌فرستادیم و به آن‌ها آزادی می‌دادیم و مثل بقیه کشورهای دنیا حقوق مساوی با شوهر و همسر را دنبال می‌کردیم، یا باید بچه‌هایمان را در خانه نگه می‌داشتیم تا تو سری خور شوهر باشند و زندگی را با شوهر ادامه دهند و این مثالی برای تلفیق همان بحث است که می‌گوییم می‌خواهیم به‌عنوان جمهوری، به مردم احترام بگذاریم و به‌عنوان اسلامی، اسلام را هم داشته باشیم که این موضوع فضای نادرستی به وجود می‌آورد و عملاً نمی‌توانیم از آن فضا، آورده و بازده خوبی داشته باشیم.

چه مسایل داخلی را دلیل عقب‌افتادگی اقتصاد کشور

می‌دانید؟

در این رابطه ابتدا باید این سوال را مطرح کنیم که آیا در چهل‌سال گذشته هرکسی به وظیفه خود عمل کرده؟ آیا بنگاه‌های اقتصادی در زمینه عملکرد و مسئولیت اجتماعی، به وظیفه خود عمل کرده‌اند؟ آیا در زمینه نهادسازی لازم، مدیریت حرفه‌ای، بهبود کیفی طرح‌های سرمایه‌گذاری و افزایش بهره‌وری کار کرده‌ایم؟ که در پاسخ باید گفت نمی‌توانیم جو بکاریم و توقع برداشت گندم داشته باشیم؛ نمی‌توانیم در کشور بذر فضای نامناسب کسب‌وکار پخش کنیم و توقع داشته باشیم فضای مناسب کسب‌وکار برود؛ بنابراین چون بر اساس قانون خلقت، قانون خدا و قانون طبیعت، آنچه که کاشته‌ایم، برداشت می‌کنیم، خیلی عادی است که فضای امروز جامعه نامناسب باشد و از فضای نامناسب هم، فضای مناسب نمی‌روید؛ یعنی وقتی در کشتزاری گندم می‌کاریم، نباید توقع داشته باشیم در گوشه‌ای از این کشتزار، برنج برود؛ بلکه بنا به ظرفیت زمین، آب و بهره‌وری، باید توقع داشته باشیم که چه محصولی کشت کنیم.

اگر در چهل‌سال گذشته در جمهوری اسلامی بذر سلامت، بذر کارآفرینی، بذر سلامت در اقتصاد و رویه درست اقتصاد و بذر تولیدمحوری کاشته بودیم، باید توقع برداشت درست می‌داشتیم، اما در چهل‌سال گذشته در تمام سیاست‌گذاری‌های کشور، فضای رانت، فضای فساد و فضای نادرست کسب‌وکار ایجاد کرده‌ایم و زایشی که در این فضا اتفاق افتاده، دلالی، مصرف‌گرایی، واسطه‌گری و سفسطه است و در این فضا تولید اتفاق نمی‌افتد. تاکنون، آنچه که به‌عنوان مصوبه مجلس و دولت وجود داشته، هیچ‌کدام فضای مناسبی ایجاد نکرده است؛ بنابراین، هنوز بعد از چهل‌سال، دنبال اقتصاد حمایتی هستیم و اقتصاد حمایتی نمی‌تواند با دنیا رقابت کند و تولید رقابتی داشته باشد. اقتصاد حمایتی مثل این است که پدر، پشت دوچرخه فرزند را گرفته و فرزند رکاب می‌زند و به محض این‌که پدر، پشت دوچرخه را رها کرد، فرزند به زمین می‌خورد که یا خودش را از بین می‌برد و یا حتی دو نفر دیگر را نیز مجروح می‌کند.

ما بذر اقتصادی‌ای که در چهل‌سال گذشته کاشته‌ایم، بذر یک فضای نامناسب، نادرست و غیررقابتی بوده است. به تمام

مقایسه‌ای که بین پنج کشور صورت گرفته، در چهل‌سال گذشته، اقتصاد چین ۳۳ برابر و جمعیت آن ۱٫۵ برابر شده؛ یعنی ۲۲ برابر سفره مردم بزرگ‌تر شده، در کره همین نسبت ۱۹ است؛ یعنی ۱۹ برابر سفره مردم بزرگ‌تر شده و در کشورهای هم‌جوار ما، کمترین رقم مربوط به ترکیه است که اقتصاد مردم ۵ برابر افزایش یافته، اما در کشور ما اقتصاد ۲٫۶ و جمعیت ۲٫۴ برابر شده؛ یعنی عملاً هیچ اتفاقی در اقتصاد مردم نیفتاده و به همین جهت مردم روزبه‌روز با شرایط سخت‌تری زندگی می‌کنند؛



به‌وجود بیاورد و فضای حمایتی، مثل بچه‌ای است که وابسته به انکوباتور است که اگر برداشته شود، نفس بچه قطع می‌شود. فضای اقتصادی کشور ما، مثل همان بچه زیر دستگاه انکوباتور است که تمام بنگاه‌ها باید زیر یک دستگاهی کار کنند و به محض این‌که دستگاه قطع شود، نفس بنگاه‌های اقتصادی هم قطع می‌شود؛ بنابراین، توقعی که از عملکرد بنگاه‌های اقتصادی داریم -چه در زمینه کار خودشان و چه در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی- از ابتدا بیپوده بوده است؛ چراکه در این فضا بخش خصوصی‌ای شکل گرفته که عمده آن وابسته به رانت بوده است.

اگر فردا دولت اعلام کند که می‌خواهم بنزین، آب، برق و ارز را به قیمت واقعی عرضه کنم، ۹۹/۹ درصد بنگاه‌های اقتصادی همان لحظه زمین‌گیر خواهند شد و یک درصد را هم با خوش‌بینی می‌گویم که باقی خواهند ماند و فقط تنها بخشی می‌تواند در آن فضا کار کند، بخش خدماتی و استارت‌آپی است که این روزها تا اندازه‌ای شکل گرفته و خودش را به داده‌های دولت وابسته نکرده؛ اگرچه همان هم در صورتی است که یک‌سری از داده‌ها در شرایط فعلی باقی بماند و اگر به‌طور مثال بنزین به قیمت واقعی عرضه شود، ادامه کار برای «اسنپ» به‌صرفه نیست و زمین‌گیر خواهد شد و یا مجموعه‌ای که غذا را در خانه می‌آورد، نمی‌تواند ادامه دهد.

حال سؤال این است با این فضا، شرایط بخش خصوصی چگونه است که باید گفت شرایط بخش خصوصی مناسب نیست. اگر قرار باشد مثل چهل‌سال گذشته، این فضا بیست‌سال دیگر هم حاکم باشد و به سمت‌وسوی درست حرکت نکنیم، باز در نقطه‌ای قرار خواهیم داشت که امروز قرار داریم.

ارتباط بنگاه‌های اقتصادی کشور با دنیا چگونه است؟

اکنون، فضای بنگاه‌های اقتصادی مناسب نیست؛ چراکه عملاً

کارخانه‌های بزرگ کشور که نگاه کنیم، می‌بینیم با انرژی مجانی داده‌ایم، یا مواد اولیه رایگان داده‌ایم، یا تعرفه گمرکی گذاشته‌ایم که مشابه آن نتواند وارد شود، یا سالانه چند ده میلیارد یارانه و تسهیلات بدون بازپرداخت داده‌ایم و امروز مجموعه‌ای ساخته‌ایم که این مجموعه به هیچ‌وجه امکان رقابت ندارد و در این فضا، کدام بنگاه خصوصی می‌تواند از گوشه‌ای سبز شود و بگوید می‌خواهم سلامت کار کنم و اگر دانه‌ای هم از جای دیگری رفته باشد، زیر دست‌وپا له می‌شود؛ یعنی عملاً در کشتزاری که باید گندم بروید، اگر دانه برنجی هم افتاده باشد؛ چون نمی‌تواند خودش را با آبیاری گندم هماهنگ کند، خشک می‌شود؛ بنابراین، بخش خصوصی سلامتی در کشور نداریم؛ چون فضای اقتصادی کشور و آنچه که ما به‌عنوان بذر اقتصادی در این سال‌ها کاشته‌ایم، فضای رقابتی، فضای اقتصاد سالم و اقتصاد آزاد نبوده است.

عملکرد بنگاه‌های اقتصادی خصوصی استان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به نظر من عملکرد بنگاه‌های خصوصی استان بخشی از آنچه بوده که در حاکمیت و در سیاست‌گذاری اتفاق افتاده و در کنار این، بخش خصوصی‌ای اتفاق افتاده که باید انرژی رایگان بگیرد، یارانه و تسهیلات بدون بازپرداخت بگیرد و در نهایت این بخش خصوصی با تمام این داده‌ها نتواند با بخش خصوصی سالم در دنیا رقابت کند.

اشتباه ما این است که فکر می‌کنیم فضایی داشته‌ایم که بخش خصوصی سالم می‌توانسته به‌وجود بیاید و اکنون، بخش خصوصی را متهم می‌کنیم که چرا درست عمل نکرده است، اما از ابتدای کار تا امروز، همواره صحبت از حمایت، رانت، انرژی ارزان، ارز ارزان و تسهیلات ارزان‌قیمت بوده که قصد داشته فضای حمایتی

کردن، صبح تا شب علیه فعال اقتصادی و بازار جبهه گرفتن، دستور دادن، کوپنیزم کردن کشور و روش‌هایی از این دست که هم در دهه ۶۰ کشور را به سمتی برد که در شرایط بسیار بد اقتصادی مجبور شدیم جنگ را به پایان برسانیم و هم این که اکنون شرایط دهه ۶۰ برای این کار وجود ندارد؛ چون در آن دهه، ما ثروت بسیار زیادی که از رژیم گذشته مانده بود، در اختیار داشتیم و ساختارهای کشور از نظر ثروت، نیروی انسانی، دست نزدن به منابع زیرزمینی تا اندازه زیادی محکم بود که با آن توان، آن دوره را با آن سختی گذراندیم، اما امروز هیچ کدام از توانمندی‌های آن دوره وجود ندارد و همه را از جمله آب، خاک، هوا، منابع زیرزمینی و نیروی انسانی را از بین برده‌ایم؛ بنابراین، حرکت در این مسیر، به قحطی و ابرتورم خواهد انجامید و متأسفانه باید بگوییم مسیری که امروز ساعت چهار بعدازظهر روز چهارشنبه ۱۶ شهریور ۹۶ در آن قرار داریم، همین مسیر است.

مسیر سوم که تنها مسیر درست پیش روی ماست، این است که با مردم شفاف، صریح و صادقانه، واقعیت‌ها را مطرح کنیم و به مردم بگوییم شرایط خوبی نداریم، مردم را با نظام و کشور همراه کنیم و با کمک مردم و با همراهی مردم، تغییر ریل جدی در اقتصاد بدهیم و از اقتصاد کوپنی، سهمیه‌بندی و سوسیالیستی، به سمت یک اقتصاد سالم رقابتی شفاف برویم، فساد را به کمک مردم ریشه‌کن کنیم، نظام را واکسینه کنیم و با کمک مردم این دوره را با سربلندی بگذرانیم و وقتی در نقطه اقتداری قرار و استحکام گرفتیم و وقتی با روال درست سیاست‌گذاری، قوتی پیدا کردیم، با دنیا مذاکره کنیم.

در این راه درست هم هیچ حرجی نیست و مطمئن هستیم مردم ما آماده سختی کشیدن هستند و در صورتی که شفاف با مردم صحبت شود، واقعیت‌ها گفته شود، فساد و دزدی، اختلاس، خورد و برد و هرج و مرج در کشور وجود نداشته باشد؛ مردم و مسئولان، همه باهم در راستای حفظ ایران، حفظ نظام و حفظ کشور با همه توان حرکت می‌کنند و در این راه مردم واقعاً سنگ تمام خواهند گذاشت و تمام و کمال به میدان خواهند آمد و اگر این اتفاق بیفتد، فضایی ایجاد خواهیم کرد که در آن فضای اقتدار و سربلندی، باعزت می‌توانیم با دنیا صحبت و مسائل خود را با دنیا حل کنیم، اما نگرانم؛ چراکه مسیری که جمهوری اسلامی می‌رود، سیاستی است که امروز مشابه آن در کشور ونزوئلا وجود دارد و در نهایت نتیجه‌ای نخواهد داشت.

در شرایط موجود، بنگاه‌های اقتصادی چه باید انجام دهند؟

در این خصوص باید گفت بالاخره همه به غذا، پوشاک، لوازم زندگی و رفاه نیاز داریم، اما قبل از هر چیز باید تنفس کنیم و اگر در فضایی که بهترین مبلمان، غذا، میوه و غیره وجود داشته باشد، قرار داشته باشیم، اما هوا مسموم باشد، از هر آنچه که وجود دارد هم نمی‌توانیم بهره ببریم؛ بنابراین، این که می‌گوییم حاکمیت باید شرایط را تغییر دهد، به این دلیل است که هوا

بنگاه‌ها را در شرایط سخت بین‌المللی قرار داده‌ایم که هیچ اتکا و اتصالی با دنیا ندارند و متأسفانه از آنچه که در دنیا به‌عنوان تکنولوژی و ارتباط‌های کاری و مالی و نقل و انتقال پول وجود دارد، محروم هستند و تحریم‌ها موجب شده اولین نیاز تنفسی و ارتزاقی را هم نداشته باشند. بالاخره در یک گلخانه که خیار و گوجه می‌کاریم، نیاز است سم و کود داده شود و بنگاه‌های اقتصادی در همین فضای گلخانه‌ای، تغذیه لازم را که ارتباط با دنیا، نقل و انتقال پول و آمدود بین تکنولوژی‌هاست، ندارند؛ بنابراین، وضعیت اقتصادی ما باهمان وضع موجود به اندازه کافی مشکل‌دار است و در این فضا نباید توقع داشت بنگاه‌های ما وظیفه خودشان را درست انجام دهند، چه رسد به پرداختن به مسئولیت‌های اجتماعی که در طول این سال‌ها به هیچ‌وجه یاد نگرفته‌ایم و این نقطه‌ضعف همیشه وجود داشته است.

نظر شما در زمینه فعالیت‌های بنگاه‌های اقتصادی در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی چیست؟

در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی به‌شدت ضعیف هستیم. وقتی نایب‌رئیس اتاق ایران بوم، بنیاد نیکوکاری ابرار را در اتاق به‌عنوان مسئولیت‌های اجتماعی کلید زدیم و در دوره هشتم که رئیس اتاق بوم، روی این موضوع خیلی کار کردیم که به‌صورت شبکه در کشور گسترش یابد و فکر می‌کنم یکی از نقاط ضعف وضعیت موجود، این است که در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی، به‌شدت عقب و ضعیف هستیم و جای کار بسیار زیاد وجود دارد.

آقای جلال‌پور! باتوجه به مشکلاتی که برشمردید، در فضای کنونی چه باید کرد و آیا در شرایط کنونی مذاکره با آمریکا به نفع کشور مردم خواهد بود؟

در شهریور ۹۶، میزگردی با آقای میرزاخانی؛ سردبیر روزنامه دنیای اقتصاد داشتیم، که شش‌ماهه اول سال را تحلیل و شش‌ماهه دوم سال را پیش‌بینی می‌کنیم که هرآنچه که در رابطه با شش‌ماهه دوم سال ۹۶ پیش‌بینی کرده بودیم، اتفاق افتاد.

امسال هم میزگرد برگزار شد که در آن میزگرد بیان کردم در کشور سه راه بیشتر نداریم؛ راه اول مذاکره با آمریکا و انتفاع از فضای بین‌الملل است که در شرایط فعلی این کار امکان‌پذیر نیست؛ چراکه مذاکره با آمریکا از نقطه‌ضعف صددرصدی است و به‌طور مسلم در این جریان باج‌هایی خواهیم داد که نه به نفع کشور است و نه به نفع مردم و آینده؛ بنابراین، این راه از نظر من به‌عنوان یک فعال اقتصادی کوچک، به هیچ‌وجه شدنی و حتی قابل تصور نیست و افرادی که می‌گویند مذاکره کنیم، اشتباه می‌کنند؛ چراکه وقت مذاکره، دوسال پیش در برجام بود و وقتی برجام را به نتیجه رساندیم، می‌توانستیم از موضع قدرت و شرایطی که دنیا هم همراه ما بود و ترامپ هم در دنیا وجود نداشت، پیش برویم که انجام نشد و فرصت را از دست دادیم.

راه دوم، رفتن به سمت وسویی است که الان می‌رویم و بردن کشور به سمت اقتصاد دهه ۶۰ است؛ یعنی محدود کردن، تعزیراتی

پدرم می‌گفت: «هرجا زیر چتر و سایه دیگری کار کنی، انتهایی نخواهد داشت و در نهایت کار عاقبت نخواهد داشت»؛ کار باید با شفافیت و در سلامت و در رقابت باهمه باشد.

آقای آگاه، ۴۰ سال پیش به من گفت: «بهترین همکار، رقیب فهمیده است»؛ آن‌هایی که فکر می‌کنند، رقیب نداشتن، تعرفه گذاشتن، منع کردن دیگران، انحصاری کردن کار و حمایت به شکلی که موجود است، نتیجه می‌دهد، نتیجه این شده پس از ۵۰ سال صنعت خودروسازی ما در سایه حمایت، هنوز پراید تولید می‌کند و صنعت خودروسازی کره، پس از ۲۰ سال در سایه رقابت، خودروهایی تولید می‌کند که آمریکا را گرفته‌اند.

بنابراین، مطالبه رقابت به جای حمایت توسط بخش خصوصی، مطالبه شفافیت به جای رانت و مطالبه سلامت به جای فساد در بخش خصوصی خیلی مغفول است.

مسئله سوم، پرداختن به بهره‌وری در بخش خصوصی است. متأسفانه به دلیل این‌که مسئله دوم اتفاق نیفتاده و در کشور فضای رانتی داریم و از رانت، ده‌ها برابر بهره‌وری سود به دست می‌آید، اصلاً دنبال بهره‌وری نیستیم؛ چراکه بهره‌وری یک درصد سود ما را افزایش می‌دهد و رانت ۱۰۰ درصد؛ بنابراین، این هم به فضای ناسالم برمی‌گردد.

این‌ها مواردی است که بخش خصوصی باید مطالبه کند تا در آینده بخش خصوصی سالم، پویا و پایدار داشته باشیم و تا این اتفاق نیفتد، نباید توقع تغییر در اخلاق، روحیه و روال حاکمیت داشته باشیم. خیلی دور از انتظار است در خانهای که پدر خانواده می‌خواهد به صورت دیکتاتورمآبانه، تحکمانه و با نگاه از بالا و فهمیده‌تر از همه، خانه را اداره کند، توقع داشته باشیم پدر اصلاح شود؛ بلکه بچه‌های خانواده باید اصلاح را مطالبه و فضا را برای اصلاح درست کنند.

از حاکمیت توقع اصلاح و مسیر اصلاح‌شده نباید داشت؛ حاکمیت در جایگاهی است که خودش را دانای مطلق، توانای مطلق و آقابالاسر مطلق می‌داند؛ بنابراین، نمی‌شود بگوییم خودت را اصلاح کن؛ بلکه مردم و بخش خصوصی باید مطالبه کند که نیاز به تدبیر، هم‌اندیشی، ابتکار، خلاقیت، نوآوری و در نهایت جمع‌اندیشی به جای فرد اندیشی داریم.

اعتقاد دارم امکان ندارد تغییر وضعیت بدهیم؛ مگر این‌که پایه، از مردم، از بخش خصوصی، از نهادسازی، شکل‌گرایی، فهم جمعی و هم‌اندیشی جمعی، درست شود و حاکمیت را وادار کند که به این مسیر هدایت شود.

چنین‌که از طریق بند ناف به منبع غذا و زندگی وصل بوده، وقتی وارد دنیا می‌شود، گریه می‌کند؛ چراکه فکر می‌کند از منبع غذا جدا شده، اما بعد می‌بیند این دنیا چقدر متفاوت و بزرگ است و چقدر تنوع دارد و ما در بخش خصوصی، مثل آن چنین هستیم که فکر می‌کنیم اگر بند ناف ما را از دولت، از رانت و فضایی که دیگران تغذیه می‌کنند، جدا کنیم، می‌میریم؛ درحالی‌که به دنیایی دیگر وارد می‌شویم مثل این دنیا که تنوع و خلاقیت زیادی در آن وجود دارد و بزرگ است. ●

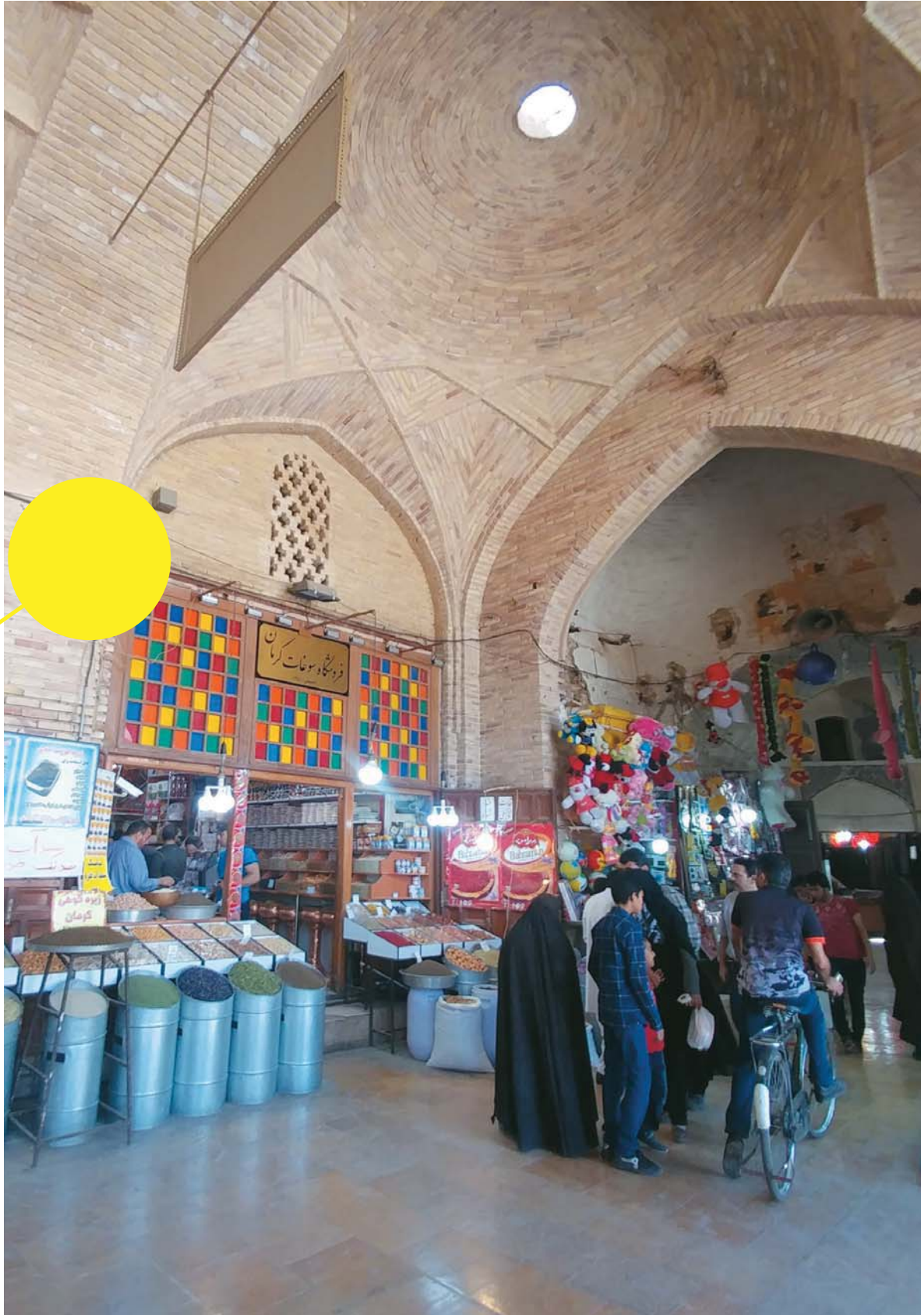
را سالم کند و در این صورت بخش خصوصی وظیفه دارد امکانات دیگر را فراهم کند، اما اگر تمام نیازها و ابزارها را بخش خصوصی تهیه کند و ما فضای ناسالمی داشته باشیم، کار به‌درستی پیش نمی‌رود و این اتفاق هم‌زمان هم صورت نمی‌گیرد؛ بلکه ابتدا باید فضا سالم شود و پس از آن بخش خصوصی ورود کند.

نخستین کاری که بخش خصوصی باید انجام دهد، نهادسازی است؛ اگر نهادها و تشکلهای مدنی قوی داشتیم، هیچ‌وقت اجازه نمی‌دادیم جامعه، کشور و حاکمیت با این ترتیب جلو برود. آنچه که در دنیا جلوگیری یک شهردار در شهرداری، یک استاندار در استانداری، یک فرماندار در فرمانداری و یک وزیر در وزارتخانه است، نهادهای مدنی هستند؛ اگر یک نهاد توسعه شهری وجود داشته باشد، وقتی شهردار می‌خواهد تصمیم اشتباه بگیرد و به‌طور مثال پل‌های اشتباه بسازد و یا خیابان اشتباه بسازد، این نهاد با یک صدای جمعی، تمام کار را زیر سؤال می‌برد، اما شخص به‌تنهایی نمی‌تواند چنین کاری انجام دهد؛ بنابراین، باید نهاد وجود داشته باشد و این‌که ما اتفاق بازرگانی داریم، اتفاق بازرگانی به‌عنوان یک نهاد، باید در سیاست‌گذاری‌های غلط فریاد بزند و ورود کند، آثار سیاست‌گذاری‌های غلط را بیان کند و سیاست‌گذاری‌های درست را تدوین و عرضه کند؛ بنابراین، نهادسازی، یکی از نیازهای اصلی جوامع پیشرفته است به طوری که در کشوری مثل اتریش یا بلژیک که جمعیت بسیار اندکی دارند، ده‌ها و صدها برابر ما تشکلهای مدنی دارند.

در مسئله تعزیرات، از ۲۰ سال پیش پیشنهاد داده‌ام و همیشه بیان کرده‌ام به‌جای این‌که یک سازمان به نام تعزیرات حکومتی و یا سازمان حمایت از مصرف‌کننده دارید که کارمند دولت در آن مشغول به‌کار است و با دو میلیون تومان حقوق در ماه کار می‌کند و اگر کسی ۲۰۰ هزار تومان به آن کارمند رشوه داد، همه‌چیز را نادیده می‌گیرد، باید مثل تمام دنیا، نهادهای مردمی حمایت از مصرف‌کننده تشکیل دهید؛ وقتی یک خانم که در خانه غذا درست می‌کند و در این نهاد هم حضور دارد، هنگام خرید متوجه می‌شود که کالا، کیفیت، کمیت و قیمت لازم را ندارد، دیگر با دو میلیون تومان و ۲۰۰ هزار تومان کوتاه نمی‌آید؛ چراکه غذا را مصرف می‌کند و به بچه‌اش می‌دهد، بنابراین، او درست نظارت می‌کند و هیچ‌حق‌الزحمه‌ای هم نمی‌خواهد.

وقتی می‌توانیم نظارت را درست کنیم که مصرف‌کننده در تمام زمینه‌ها نظارت داشته باشد؛ بنابراین، به جهت اعلام واقعیت‌ها، بهبود کیفیت و بهبود کمیت در زمینه حمایت از مصرف‌کننده، صنف و تشکلهای صنفی و تولید و تشکلهای تولیدی، نهادهای مدنی فراوان نیاز داریم. به‌ویژه ما کرمانی‌ها اصلاً به نهادسازی اعتنا نمی‌کنیم. در دوره ۱۵ ساله‌ای که در اتفاق بازرگانی کرمان حضور داشتیم، تلاش کردم ۱۰ تا ۱۵ تشکل را شکل دهیم، اما خیلی از این تشکلهای دیگر پیگیری نشدند و انجمن پسته یک نمونه خاص است که توانسته‌ایم آن را پویا نگه داریم.

موضوع دوم درخواست و مطالبه فضای رقابتی به‌جای فضای حمایتی است. ۵۰ سال پیش که پنج‌شش‌ساله بودم، مرحوم



فرهنگ، کارآمدی و توسعه

محمود سریع القلم

استاد دانشگاه شهید بهشتی تهران



دکتر محمود سریع القلم پژوهشگر و استاد دانشگاه، توسعه‌یافتگی را محصول تفاهم میان جامعه، حکمرانان و اندیشمندان می‌داند و این‌که باید در جامعه در خصوص مفاهیم مشترک و مهم به یک تفاهم رسید و در مسائل کلان داخلی به یک قرارداد اجتماعی و در ارتباطات با نظام بین‌الملل به یک رویکرد مشخص دست یافت. از آنجا که تشکل‌ها بازوی اجرایی و برنامه‌ریزی در کنار دولت هستند، شبکه‌سازی و تشکل‌گرایی از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این راستا متن سخنرانی ایشان را در همایش تشکل‌های اقتصادی در اتاق بازرگانی کرمان، در ادامه می‌خوانیم:

نکته دوم، تفاوتی است که بین ما و ژاپنی‌ها وجود دارد و برمی‌گردد به ۱۶۰ سال گذشته. ایران و ژاپن، دو کشوری هستند که خارج از جهان غرب، وارد دوره مدرنیته شدند و علاقه‌مند شدیم کشور را مدرن کنیم، اما وقتی ایران و ژاپن را مطالعه می‌کنیم، انتخاب ما از متون توسعه مدرنیته، بسیار متفاوت است؛ ما ایرانی‌ها وقتی سراغ مدرنیته رفتیم، ابتدا به سراغ آزادی سیاسی رفتیم، اما ژاپنی‌ها اول به سراغ سیستم و تشکل رفتند، از ۱۸ کشور غربی (آمریکای شمالی و اروپایی) سیستم‌های مختلف را به ژاپن آوردند، ۲۵۰۰ مشاور گرفتند و از اداره پست گرفته تا نیروی دریایی، از بانکداری تا حوزه صنعت، ۱۶۰ سال پیش سیستم‌ها را به کشور خودشان منتقل و بومی کردند.

بنیان یک توسعه، در نظام تولید یک کشور است

من به‌عنوان یک دانشجوی توسعه، اعتقاد دارم که بنیان یک توسعه در نظام تولید یک کشور است؛ یعنی اگر توسعه را مثل یک ساختمان پنج‌طبقه در نظر بگیریم، نظام اقتصادی، فونداسیون این ساختمان است؛ بعد در طبقه اول و طبقه دوم، بناگاه‌ها و تشکل‌ها را شکل می‌دهیم و شبکه‌سازی می‌کنیم و اتفاقاً آزادی سیاسی در متون توسعه و آنچه بشر تجربه کرده، در طبقه پنجم قرار دارد.

کشوری که تولید نکند و در بازارهای بین‌المللی نتواند سهم اقتصادی‌ای برای خودش بگیرد، نمی‌تواند به دنبال آزادی سیاسی برود؛ بنابراین، ما ایرانی‌ها سراغ طبقه پنجم رفتیم و خواستیم طبقه پنجم را بسازیم

اتفاق مهمی که در دنیای امروز افتاده، این است که در حدود دو دهه، کاریزما از بین رفته، و این کالای مهم فرهنگی، هنوز وارد ایران نشده و ایران هنوز کشور افراد است و نه سیستم‌ها. در دنیای امروز کسی اهمیت نمی‌دهد یک نفر چه سمت و چه جایگاهی دارد و از کدام بخش از جامعه آمده است؛ در دنیای امروز، توانایی‌ها و مهارت‌های فرد مهم است؛ به همین دلیل یک شخص سیک هندی وزیر دفاع کانادا می‌شود؛ شخصی که در هند به دنیا آمده، به کانادا مهاجرت کرده، کار حزبی کرده، در مسائل نظامی و دفاعی تخصص پیدا کرده و در کابینه آقای «ترودو»، به‌عنوان وزیر دفاع کانادا منصوب شده؛ این یعنی این‌که شما کجا به دنیا آمده‌اید؟ نام شما چیست؟ در چارچوب کدام مذهب فعالیت می‌کنید؟ چه هیبت و ظاهر فیزیکی دارید؟ مهم نیست؛ آنچه مهم است، توانایی و مهارت شماست.

بنابراین، کاریزما در این دنیا دیگر هیچ جایگاهی ندارد و نمونه آخر که سال گذشته خودش را نشان داد، ریاست آقای «خسروشاهی» در بنگاهی در آمریکا بود که یکی از دوستان من در گوگل، می‌گفت: «چهار نفر انتخاب شده بودند که در آخر آقای «خسروشاهی» انتخاب شد. وقتی رزومه این چهار نفر را بررسی کردم، آقای «خسروشاهی» بهتر از بقیه بود؛ اگرچه نمی‌توانم نام وی را تلفظ کنم.» و آن شخص، کسی بود که در تهران به دنیا آمده بود و با سه نفر دیگر رقابت کرد تا این‌که به ریاست آن بنگاه در آمریکا منصوب شد؛ بنابراین، اتفاق بزرگی است که دیگر با کاریزما کاری نداریم، سمت هم خیلی تناسبی ندارد؛ بلکه توانایی‌ها و مهارت‌ها مهم است.

و ژاپنی‌ها به سراغ تولید و سیستم‌سازی رفتند که تفاوت جایگاه آن‌ها با ما کاملاً روشن است.

در ۱۱۰ سال گذشته، از زمان مظفالدین‌شاه تاکنون، در ایران ۱۵۰۰ میلیارد دلار نفت فروخته شده است، اما در همین ۱۱۰ سال گذشته، ژاپنی‌ها حدود ۱۷۰ هزار میلیارد دلار درآمد داشته‌اند. کشوری که مساحت آن حدود یک‌پنجم ایران و سرمایه‌ی این کشور هم، سونامی و آتش‌فشان است؛ بنابراین، این‌که یک بنگاه، یک کشور و یک حاکمیت متوجه باشد اولویت چیست و بتواند از نظر تئوری، مسائل یک، دو و سه را طراحی کند، خیلی مهم است.

سؤال می‌کنم آیا مسئله نخست زندگی شما روشن است؟ همه ما چندین موضوع را دنبال می‌کنیم؛ حوزه اجتماعی و مدنی، دانش، کار، خانواده و تخصص، اما اولویت و ثقل ما کجاست؟ مثل پنج دایره متداخل علامت المپیک، ما کجا آن ثقل را طراحی می‌کنیم؟ بنابراین، یکی از نتایج این است که در ۱۶۰ سال پیش، در فهم و در اولویت‌بندی‌های توسعه به‌عنوان یک جامعه دقیق نبودیم و اولویت نخست خودمان را موضوعی انتخاب کردیم که در مباحث توسعه، نتیجه توسعه تلقی می‌شود.

پیشرفت اقتصادی نیازمند اصول ثابت است

پیشرفت اقتصادی نیز اصول ثابت نیاز دارد. اگر در کشوری حوزه سیاست و اقتصاد یکی باشد، آن کشور نمی‌تواند پیشرفت کند. اگر من روزانه چهار بسته سیگار مصرف کنم و نیم کیلوگرم چربی بخورم، نمی‌توانم در انتظار سلامتی بنشینم؛ سلامتی انسان، اصولی دارد؛ پیشرفت اقتصادی هم اصولی دارد. اگر دیدیم در کشوری حاکمیت، مالک اقتصادی هم هست؛ بنابراین، نباید در انتظار توسعه بنشینیم. وقتی در یک کشور اراده سیاسی باشد و نظام حقوقی نیز آن را تشویق و ترغیب کند که نظام اقتصادی از نظام سیاسی جدا شود، می‌توانیم به‌تدریج مقدمات توسعه را تجربه کنیم.

یکی از مسائل دیگری که در رابطه با توسعه وجود دارد و ممکن است ظاهر فوق‌العاده انتزاعی داشته باشد، اما بسیار کلیدی است، این است که حوزه تفکر باید حوزه «fact» باشد؛ به معنی «آمار»، «ارقام» و «عبارات فوق‌العاده دقیق»؛ بنابراین، با «حدس»، «گمان»، «فکر می‌کنم!»، «شاید»، «تصور می‌کنم!» و «می‌گویند!»، نمی‌شود مدیریت کرد. یکی از ویژگی‌های خوب بخش خصوصی این است که وقتی می‌خواهد تصمیم بگیرد، با آمار و ارقام تصمیم می‌گیرد. در مقابل «intuition»، «fact» داریم؛ یعنی، «حدس» و «گمان». یکی از دلایلی که در سیاست خارجی موفق نبودیم، به این دلیل بود که تحلیل ما از جهان، بر اساس «fact» نیست؛ بر اساس «intuition» است. می‌گوییم آمریکا مساوی است با رئیس‌جمهور آمریکا، درحالی‌که این‌گونه نیست و نقش رئیس‌جمهور آمریکا در مسائل سیاسی و اقتصادی این کشور بسیار محدود است.

امسال در «داووس»، به خانم «مرکل» گفتند: «رئیس‌جمهور آمریکا، جملات جدیدی می‌گوید و حرف‌های متفاوتی می‌زند، آیا شما به‌عنوان شریک آمریکا، از این مسئله متأثر نیستید؟» خانم «مرکل»، جوابی بر اساس «fact» داد و گفت: «کشور آلمان، سالانه یک میلیون اتومبیل در آمریکا می‌فروشد، حدود ۴۰۰ میلیارد یورو گردش مالی با آمریکا داریم، ۴/۵ تریلیون تولید ناخالص داخلی داریم که بخشی از آن با بنگاه‌ها، شرکت‌ها، مراکز تحقیقاتی و صنعت آی‌تی آمریکا است؛ بنابراین، ما با شخص کاری نداریم و خیلی اهمیت نمی‌دهیم چه

و ژاپنی‌ها به سراغ تولید و سیستم‌سازی رفتند که تفاوت جایگاه آن‌ها با ما کاملاً روشن است.

در ۱۱۰ سال گذشته، از زمان مظفالدین‌شاه تاکنون، در ایران ۱۵۰۰ میلیارد دلار نفت فروخته شده است، اما در همین ۱۱۰ سال گذشته، ژاپنی‌ها حدود ۱۷۰ هزار میلیارد دلار درآمد داشته‌اند. کشوری که مساحت آن حدود یک‌پنجم ایران و سرمایه‌ی این کشور هم، سونامی و آتش‌فشان است؛ بنابراین، این‌که یک بنگاه، یک کشور و یک حاکمیت متوجه باشد اولویت چیست و بتواند از نظر تئوری، مسائل یک، دو و سه را طراحی کند، خیلی مهم است.

سؤال می‌کنم آیا مسئله نخست زندگی شما روشن است؟ همه ما چندین موضوع را دنبال می‌کنیم؛ حوزه اجتماعی و مدنی، دانش، کار، خانواده و تخصص، اما اولویت و ثقل ما کجاست؟ مثل پنج دایره متداخل علامت المپیک، ما کجا آن ثقل را طراحی می‌کنیم؟ بنابراین، یکی از نتایج این است که در ۱۶۰ سال پیش، در فهم و در اولویت‌بندی‌های توسعه به‌عنوان یک جامعه دقیق نبودیم و اولویت نخست خودمان را موضوعی انتخاب کردیم که در مباحث توسعه، نتیجه توسعه تلقی می‌شود.

حکمرانی، یک موضوع تخصصی است

نکته سوم این است که ما ایرانی‌ها در میان ملل، در هنر، معماری، مهندسی، پزشکی، ادبیات و فلسفه، جایگاه بسیار ویژه و بسیار احترام داریم، اما در یک موضوع فوق‌العاده ضعیف هستیم و هنوز هم در کشور مشکل داریم و آن این‌که به‌عنوان یک کشور، یک حاکمیت، مردم، جامعه و فرهنگ، هنوز نپذیرفته‌ایم که حکمرانی، یک موضوع تخصصی است.

اگر زانوی ما درد بگیرد، سراغ یک نجار نمی‌رویم؛ بلکه به سراغ یک پزشک متخصص می‌رویم، اما در حوزه حکمرانی، آن را به کاروان‌سرا تبدیل کرده‌ایم و هرکسی حق ورود و خروج به این کاروان‌سرا را دارد؛ درحالی‌که حکمرانی، یک موضوع تخصصی است، به دانش نیاز دارد و فهم جهانی می‌طلبد که در این رابطه کار دقیق نکرده‌ایم و در کشور ما حکمرانی، هم‌چنان یک موضوع سلیقه‌ای و فردی است.

فرهنگ تشکل در جامعه ما ضعیف است

موضوع چهارم و آخر در مقدمه، این است که اگر از خودمان سؤال کنیم که چرا در ایران تشکل‌ها موفق نبوده‌اند، می‌توانیم به دو دلیل بنیادی توجه کنیم؛ یکی این‌که در ایران طی یک قرن گذشته، حاکمیت‌ها اعتقادی به تشکل در جامعه نداشته‌اند و جامعه، مبنایی برای حکمرانی نبوده؛ دیگر این‌که فرهنگ تشکل در جامعه ما ضعیف بوده است؛ یعنی خود جامعه هم، مقدمات فرهنگی و مدنی لازم را برای ایجاد تشکل ندارد.

واژه‌ای که در دنیا برای تشکل استفاده می‌شود، واژه شبکه‌سازی است؛ در دنیا بیشتر شبکه درست می‌کنند و اگر بنگاه‌ها و دولت‌ها نوانسته‌اند موفقیتی کسب کنند، به دلیل ایجاد شبکه‌ها و تشکل‌های مدنی و اجتماعی بوده است.

اگر بخواهیم در کشوری به طرف سالم‌سازی اقتصادی، سیاسی و

فساد مالی، همایش گذاشته شود. ما در سال چندین همایش در رابطه با فساد برگزار می‌کنیم که همه جمع می‌شوند، چند وزیر و کارشناس و دانشگاهی صحبت می‌کنند، به همه یک کیف می‌دهند و بعد از دو روز هم، همه می‌روند که هیچ اتفاقی را به ارمغان نخواهد آورد؛ بنابراین، کاری که دنیا کرده را باید پیش بگیریم. در دنیا به رسانه‌ها گفته‌اند شما در نقد مسائل مالی آزاد هستید. در سنگاپور، دموکراسی وجود ندارد، اما حاکمیت به رسانه‌ها گفته به سراغ فساد مالی بروید، هر موردی دیدید، با سند و نگاه حقوقی، در رسانه منتشر کنید؛ بنابراین، بهترین راه مبارزه با فساد مالی، آزادی رسانه‌هاست. یک خبرنگار آلمانی، چند سال پیش، صبح شنبه، برای خرید هفته اقدام می‌کند، وقتی می‌خواهد خودروی خود را پارک کند، می‌بیند یک خودروی دولتی هم پارک شده است. با خود می‌گوید صبح شنبه، روز تعطیل، یک شخص با خودروی دولتی برای خرید آمده است؟! بنابراین، از پلاک خودرو عکس می‌گیرد و صبح دوشنبه که سر کار می‌رود، دنبال می‌کند تا ببیند خودرو متعلق به کیست. متوجه می‌شود خودرو متعلق به یک نماینده مجلس است. بعد در بررسی‌ها متوجه می‌شود یک نماینده مجلس فقط برای کار اداری می‌تواند از خودروی دولتی استفاده کند؛ بنابراین، یک مقاله مفصل در مهم‌ترین روزنامه آلمان می‌نویسد و ماجرا را با عکس و سند بیان می‌کند و در ادامه، تبصره‌های قانونی می‌آورد و در نهایت می‌گوید این شخص خلاف قانون عمل کرده است. سه روز بعد، آن نماینده مجلس استعفا می‌کند؛ بنابراین، این هم یک سیستم است؛ خیلی آرام، حقوقی و غیرسیاسی، و فرد متهم هم می‌گوید من تخلف کرده‌ام و استعفا می‌دهم. در این رابطه نمی‌توانیم بگوییم تمام راه‌حل‌ها در ایران وجود دارد؛ باید از جهان بسیار بیاموزیم.

در ایران، جامعه در تصمیم‌گیری‌ها، نقش کلیدی ندارد

هم‌چنین اتفاقی که در یک قرن اخیر در ایران نیفتاده، این است در کشور ما دولت و حاکمیت خیلی بزرگ‌تر از جامعه هستند. جایگاه بخش خصوصی و جامعه در قالب حاکمیت در ایران بسیار ضعیف است و جامعه، نقش کلیدی در تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها ندارد و در طی سال‌های مختلف عادت نکرده‌ایم که این اتفاق بیفتد. یک شخصیتی شدن شهروندان هم مهم است و این‌که رشد یک فرد، بنگاه و کشور، تابع این است که افراد، دارای یک نظام فکری باشند و چند شخصیتی نباشند. به‌طور مثال وقتی سه‌چهار ساعت با یک شهروند ژاپنی که در بنگاه‌داری، دانشگاه و دولت ژاپن فعالیت می‌کند، معاشرت می‌کنیم، متوجه می‌شویم که این فرد کیست و افکار، روحیات او چگونه است، به چه چیزهایی معتقد است و در زندگی چه اولویت‌هایی دارد، اما وقتی با ایرانی‌ها معاشرت می‌کنیم، هرچقدر بیشتر معاشرت کنیم، بیشتر گیج می‌شویم که این فرد چه کسی است و به چه چیزی اعتقاد دارد؟! یعنی ایرانی می‌تواند ۱۰ صبح یک جهان‌بینی داشته باشد و ۲ بعدازظهر یک جهان‌بینی دیگر و شب هم سرِ شام، حرف‌های دیگری بزند که این ضد توسعه است. توسعه، به افراد تک شخصیتی نیاز دارد. توسعه، یعنی فرد زلال و بلورین است و معلوم است افکار او چیست.

کسی در کاخ سفید است؛ بلکه با نظام اقتصادی، مدنی، اجتماعی، صنعتی و علمی آمریکا کار داریم.»

ما هنوز تصور می‌کنیم در دنیا جنگ سرد وجود دارد و این شناخت نادقیق ما در سیاست‌گذاری‌های ما اثر دارد. فهم موضوع و فهم نظام اجتماعی یک کشور و فهم نظام بین‌الملل و این‌که چه اثراتی در پیشبرد کارها می‌گذارد، بسیار اهمیت دارد. هرچقدر به «intuition»، «حدس»، «گمان»، «تخیلات» و «گفته‌ها» توجه کنیم، به همان درجه در تصمیم‌سازی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها مشکل خواهیم داشت و به هر درجه‌ای که به طرف تخصص، آمار، ارقام، مطالعه، پژوهش، بررسی و طراحی آپشن‌های مختلف حرکت کنیم، به همان اندازه می‌توانیم موفق باشیم.

حاکمیت، باید بین گروه‌ها و جریان‌های اجتماعی میانجی‌گری کند

یکی از نکات دیگری که باید در کشور اتفاق بیفتد تا در انتظار توسعه قرار بگیریم، این است که حاکمیت در یک کشور، نه‌تنها نباید مالک اقتصادی باشد؛ بلکه باید بین گروه‌ها و جریان‌های اجتماعی نقش میانجی ایفا کند که نمونه بسیار موفق و بارز در دنیا، کشور آلمان است. در این کشور حاکمیت با سه بخش مختلف کار می‌کند؛ بخش خصوصی، سندیکاها، کارگری و یک واژه مقدسی به نام مردم؛ یعنی وقتی پارلمان آلمان می‌خواهد تصمیم بگیرد، به مصالح مردم، سندیکاها، کارگری و بخش خصوصی نگاه می‌کند و تمام این گروه‌ها را در نظر می‌گیرد و فقط بخشی از جامعه را انتخاب نمی‌کند تا با آن بخش کار کند.

اگر تاریخ ایران را مطالعه کنیم، می‌بینیم هر حکومتی که در ایران به قدرت رسیده، بخشی از جامعه را انتخاب کرده و چون با آن بخش راحت‌تر است، به آن بخش اعتماد می‌کند و با همان بخش کارها را پیش می‌برد.

سال ۵۳، محمدرضا شاه به مردم ایران گفت: «همه‌چیز در حزب رستاخیز متمرکز است و هرکس علاقه‌مند است، عضو شود و در این کشور کار کند و کسی هم که علاقه‌مند نیست، از ایران برود»؛ درحالی‌که حاکمیت نباید کاری انجام دهد که مردم از آن کشور مهاجرت کنند؛ بلکه باید مردم را جذب و سیاست‌هایی طراحی کند تا با تمام جامعه کار کند؛ بنابراین، اسکلت حکمرانی، ایجاد می‌کند که حاکمیت در یک کشور، نگاهی به تمام اقشار و جریان‌های اجتماعی داشته باشد.

مسئله بعد این است که در یک کشور اگر مسئولیت‌ها متمرکز پیدا کند، آن کشور جواب نمی‌گیرد. در سفر به استان‌های مختلف، با دوستان مختلف دانشگاهی و اجرایی صحبت کرده‌ام، عموماً از این‌که همه‌چیز از تهران به استان‌ها و شهرستان‌ها منتقل می‌شوند، گلایه‌مند هستند؛ چراکه این کار جلوی نوآوری و خلاقیت مردم محلی و استان‌ها را می‌گیرد.

موضوع دیگر، توازن میان جریان‌هاست. نکته مهمی که وجود دارد و ژاپنی‌ها آن را اجرا کردند و شاید مبنای توسعه سیاسی در یک کشور محسوب می‌شود، رسانه‌های نقاد و مستقل هستند. بارها در متون و صحبت‌های خود گفته‌ام که لزومی ندارد در کشور ما در رابطه با

افرادی داریم که از ابتدای پیروزی انقلاب در هر دولتی کار کرده‌اند که من به یکی از آن‌ها گفتم خیلی دوست دارم در رابطه با شما یک کتاب بنویسم و شخصیت شما را مطالعه کنم. مگر می‌شود فردی در انواع و اقسام دولت‌ها حضور داشته باشد و جهان‌بینی خود را تغییر دهد؟! این امکان‌پذیر نیست. ما نیازمندیم فرهنگی ایجاد کنیم که افراد شخصیت خود را نشان دهند. آقای «اوباما»، تمام شده و رفته کتابخانه‌اش را درست کند و خاطراتش را بنویسد و این تجربه‌ای است که در دنیا وجود دارد.

عدم گردش قدرت، دلیل عدم توسعه اقتصادی در ایران

اگر از من سؤال کنید مهم‌ترین موضوع سیاسی در توسعه ایران چیست؟ (یک سؤال متمرکز؛ چون می‌خواهیم دلیل اصلی را استخراج کنیم و کسی نمی‌تواند بگوید به‌طور مثال تعداد مشکلات ایران ۲۴۵ مورد است.) بنابراین، مهم‌ترین موضوع سیاسی ایران برای عدم توسعه اقتصادی، عدم گردش قدرت در ایران است؛ یعنی در مدیریت‌های دولتی و حاکمیتی، حدود سه‌چهار هزار نفر داریم که ثابت هستند و عوض نمی‌شوند.

اگر سؤال کنید مهم‌ترین مشکل فکری عدم توسعه ایران چیست؟ عرض می‌کنم فقدان قرارداد اجتماعی. ما هر هشت‌سال یک‌بار تعریف خود را نسبت به همه‌چیز از جمله سیاست خارجی، عدالت، آزادی، جریان‌های اجتماعی، توسعه و بخش خصوصی عوض می‌کنیم و این درحالی است که یک کشور نمی‌تواند هر هشت‌سال یک‌بار

مسیرش را عوض کند.

اگر تاریخ توسعه اروپا را مطالعه کنید؛ اروپایی‌ها، بعد از قرن‌ها زحمت کشیدن، کار کردن، نظریه‌پردازی کردن، جدال کردن و درگیر شدن بین جریان‌های مختلف، در نهایت به این نتیجه رسیدند هرکس اگر چیزی بلد است، دو دوره خودش را نشان دهد و برود. اگر کسی توانایی و خلاقیتی دارد، باید این خلاقیت را در یک دوره نشان دهد و پس از آن باید گروه بعدی بیاید؛ بنابراین، این‌که افراد ثابت فراوان در پست‌های مدیریتی کشور داریم، جلوی توسعه را می‌گیرد که همان اسکلت و ساختار توسعه محسوب می‌شود و بسیار جدی است.

توسعه‌یافتگی، به ارتباطات جهانی نیاز دارد

یکی از نکاتی که بسیار به آن اشاره خواهیم کرد، این است که توسعه‌یافتگی، به ارتباطات جهانی نیاز دارد. اگر من دانشگاهی، خودم را در ایران و دانشگاه شهید بهشتی تعریف کنم، در یک فضای محدودی خواهم بود، اما اگر شبکه‌سازی کنم؛ یعنی دو همکار در ژاپن داشته باشم، دو همکار در کانادا، دو همکار در مصر و دو همکار در هند و اگر با شبکه جهانی کار کنم، رشد می‌کنم. من هر وقت یک کنفرانس بین‌المللی رفته‌ام، ضعف‌های خود را بیشتر تشخیص داده‌ام؛ بنابراین، اگر یک بنگاهدار ایرانی فقط خود را در ایران محدود کند، ممکن است خیلی هم از خودش راضی باشد و بگوید خیلی آدم موفقی هستیم، اما اگر همین بنگاهدار، با یک بنگاه آلمانی، اتریشی، چینی و یا سنگاپوری کار کند، ضعف‌های خودش را متوجه می‌شود.

یک دفترچه کوچک دارم که روی آن نوشته‌ام: «ضعف‌های من» و هر وقت یک کنفرانس بین‌المللی می‌روم، پس از بازگشت، لیست ضعف‌های خود را یادداشت می‌کنم و بعد برای رفع این ضعف‌ها برنامه‌ریزی می‌کنم. وقتی می‌بینید دوره افراد طولانی است و بعد در جریان‌ها و شبکه‌های جهانی هم نیستند، معلوم است که دانش و دایره داده‌ها محدود و تصمیم‌سازی‌ها مخدوش می‌شود. به همان تناسبی که شعاع دایره زندگی را وسیع‌تر می‌کنیم، به همان تناسب رشد می‌کنیم. به درجه‌ای که به زبان‌های دیگر تسلط داشته باشیم، به همان میزان یک فرد موفق‌تر خواهیم بود و می‌توانیم با دنیا ارتباط بهتری برقرار کنیم.

نداشتن ارتباطات جهانی، ضد توسعه است و بنگاهدار، دانشگاهی، نماینده مجلس، سیاست‌مدار، هنرمند و هر فردی در هر سمتی که قرار دارد، اگر ارتباطات بین‌المللی نداشته باشد، نمی‌تواند رشد کند. چینی‌ها به دلیل همین ارتباطات بین‌المللی رشد کردند. در زمان «مائو تسه‌تونگ، رئیس‌جمهور پیشین خلق چین»، اصلاً به چینی‌ها پاسپورت نمی‌دادند، اما سال گذشته ۱۴۵ میلیون نفر چینی، به‌عنوان توریست به نقاط مختلف دنیا سفر کرده‌اند و این موضوع موجب شده کشور چین بسیار تغییر کند. چین دموکراتیک نشده، در چین هنوز بی‌عدالتی‌ها فراوان است، اما چین امروز با چین ۳۰ سال قبل، بسیار متفاوت است و خیلی رشد کرده که دلیل آن، ارتباطات جهانی است.

چینی‌ها در سال حدود ۱۰ میلیارد دلار برای هوبت خود خرج می‌کنند. در آمریکا ۱۱ هزار استاد چینی، زبان چینی تدریس می‌کنند؛ درحالی‌که

پیشرفت اقتصادی نیز اصول ثابت نیاز دارد. اگر در کشوری حوزه سیاست و اقتصاد یکی باشد، آن کشور نمی‌تواند پیشرفت کند. اگر من روزانه چهار بسته سیگار مصرف کنم و نیم کیلوگرم چربی بخورم، نمی‌توانم در انتظار سلامتی بنشینم؛ سلامتی انسان، اصولی دارد؛ پیشرفت اقتصادی هم اصولی دارد. اگر دیدیم در کشوری حاکمیت، مالک اقتصادی هم هست؛ بنابراین، نباید در انتظار توسعه بنشینیم. وقتی در یک کشور اراده سیاسی باشد و نظام حقوقی نیز آن را تشویق و ترغیب کند که نظام اقتصادی از نظام سیاسی جدا شود، می‌توانیم به تدریج مقدمات توسعه را تجربه کنیم.

خود را از دست می‌دهد.»

بنگاه‌داری و بخش خصوصی، مبنای آزادی بشری است. بر واژه مقدس بنگاه‌داری تأکید می‌کنم؛ یعنی کسی که بنگاه‌داری نکند، نمی‌تواند به حوزه عقلانیت وارد شود. عقلانیت سیاسی، ریشه در بنگاه‌داری دارد؛ چراکه کسی که بنگاه‌داری کرده، رقم می‌فهمد و از همه مهم‌تر، زمان می‌فهمد و فهم زمان، فهم سود و زیان و فهم ثبات، بسیار مهم است. آلمانی‌ها می‌گویند مهم‌ترین واژه برای ما ثبات است؛ کشوری که ثبات ندارد، نمی‌تواند پیشرفت کند.

نرخ تورم در کشوری مثل آلمان در طول سال، بین یک تا دو درصد است. در آلمان نیم‌قرن است که تورم در سال زیر دو درصد است؛ حال ببینید چه پیامدهایی برای سیاستمدار، شهروند و بنگاهدار کشور ایجاد می‌کند؛ چراکه با این ثبات می‌تواند فکر کنند، برنامه‌ریزی کنند و پیشرفت کنند.

بهره‌وری و کارآمدی، ریشه در بخش خصوصی دارد

بهره‌وری و کارآمدی، ریشه در بخش خصوصی دارد. اخیراً یک بانک اروپایی به یک شرکت نرم‌افزاری سفارش داده نرم‌افزارهایی طراحی کند تا تعداد کارمندان این شرکت را از ۵۰ هزار به ۵۰۰۰ نفر کاهش دهد.

مکنزی، در گزارشی که اخیراً ارائه کرده، می‌گوید: «تا سال ۲۰۳۰، ۷۰ میلیون نفر در کشورهای صنعتی و در حال صنعتی شدن دنیا، بیکار خواهند شد؛ به این دلیل که بخش خصوصی در دنیا در حال کارآمد شدن است.» حدود ۳۰ سال پیش دو بنگاه بزرگ آمریکا ۲/۵ میلیون نفر کارمند داشته‌اند، امروز سه بنگاه بزرگ آمریکا ۱۴۰ هزار نفر کارمند دارند؛ بنابراین، ورود فناوری در تولید نقش ایفا می‌کند و ساختارهای اقتصادی در دنیا در حال تغییر است.

در نهادهای دولتی کارآمدی اصل نیست

این‌که چرا بنگاه‌داری در کشور مهم است و چرا در حمل‌ونقل، در تولید، در آموزش و در هر کاری که انجام می‌دهیم، باید سراغ بخش خصوصی برویم به این دلیل است که بخش خصوصی این ویژگی‌های مهم را با خود حمل می‌کند؛ درحالی‌که در نهادهای دولتی و حاکمیتی، کارآمدی اصل نیست؛ حفظ وضع موجود اصل است که جلوی رشد و پیشرفت را می‌گیرد.

دو سؤال مهم وجود دارد که در یک کشور، ثروت چگونه تولید و چگونه توزیع می‌شود؟

مادامی‌که تولید ثروت در نزد بخش خصوصی نباشد، نباید در انتظار توسعه‌یافتگی کشور باشیم.

چرا وقتی به کشور دانمارک سفر می‌کنیم، آرامش می‌بینیم؟ به این دلیل که هر فردی در ناخودآگاه خود می‌داند که سیستم توزیع می‌کند و در هر بخشی از حاکمیت این تصمیم گرفته شده که امکانات در کشور باید توزیع شوند.

به راه‌حل‌ها برگردیم؛ یک مسئله، دانش و آگاهی است که در حوزه‌های دولتی، با مشکل دانش روبه‌رو هستیم. موضوع بعد فرهنگ جدید شهروندی است و بعد تعامل بین‌المللی.

هزینه‌ای که دولت آمریکا برای هویت هزینه می‌کند، سالانه ۶۷۰ میلیون دلار است. البته آمریکا، کشور متفاوتی است و سینما، دانشگاه و گروه‌های مردم‌نهاد بسیار دارد، اما چینی‌ها از طریق ثروتمند شدن، توانسته‌اند هویت خود را نیز در دنیا بسط دهند.

چین در دنیا، ۵۰۰ مرکز مطالعاتی کنفوسیوس‌شناسی ایجاد کرده و بودائیزم را در دنیا ترویج می‌دهد؛ اگر چینی‌ها پول و ثروت نداشتند، ۲/۵ میلیون دلار ذخایر ارزی نداشتند، آیا می‌توانستند این کار را انجام دهند؟ بنابراین، ارتباطات بین‌المللی بسیار کلیدی است.

دو بانک و شورای مهم مشورتی (IMF) و صندوق بین‌المللی پول که دو بنگاه بزرگ کشورهای غربی و صنعتی هستند، در سال حدود ۶۰ میلیارد دلار به کشورهای درحال توسعه وام می‌دهند، اما چین در سال گذشته ۱۳۰ میلیارد دلار به کشورهای درحال توسعه وام داده است.

سرمایه‌گذاری مستقیم چین در کشورهای عربی، ۲۹ میلیارد دلار است و آمریکا، ۷ میلیارد دلار. کشوری که ثروت تولید نکند، نمی‌تواند هویت خود را هم حفظ کند؛ چراکه هویت، در گرو تولید ثروت است و تولید ثروت مادامی‌که به دست دولت و حاکمیت باشد، اتفاقی نمی‌افتد، ناکارآمدی در پی دارد و صرف هزینه‌های امنیتی می‌شود؛ بنابراین، ریشه تولید ثروت در بخش خصوصی کشور است.

اگر در یک کشور قدرت اقتصادی از قدرت سیاسی جدا نشود، آن کشور نمی‌تواند در انتظار آزادی بنشیند و وقتی قدرت سیاسی از قدرت اقتصادی جدا شد، آزادی متولد می‌شود. اگر قرار باشد در نهاد دولت و حاکمیت، هم رسانه باشد، هم قدرت اقتصادی و هم امنیت، به شدت آن کشور تنزل پیدا می‌کند.

یکسان‌سازی، ضد توسعه است

یکی از ویژگی‌های فرهنگی ما ایرانی‌ها، که از خانواده شروع می‌شود و بعد وارد حوزه سیاست می‌شود، این است که خیلی علاقه داریم همه را کنترل کنیم و دوست داریم همه در جیب ما باشند. دوست داریم فرزندانمان مثل ما فکر کنند و برای آن‌ها حریم قائل نیستیم و این در حالی است که هر انسانی اقیانوسی است و اگر فرصت پیدا نکند، نمی‌تواند رشد کند. والدین می‌توانند با فرزندان دیالوگ برقرار کنند و گفت‌وگو کنند، اما نمی‌توانند بگویند مثل من باش. این‌که خانواده به فرزندان بگوید مثل من باش، بنگاه بگوید مثل من باش و حکومت بگوید مثل من باش؛ این یکسان‌سازی، ضد توسعه است. هر فردی، عالمی و اقیانوسی است و اگر نتواند رشد کند، نمی‌تواند خلاقیت‌ها و نوآوری‌های خود را در سطح عمومی مطرح کند.

آیزابا برلین، می‌گوید: «ما برای این‌که به نقطه صفر آزادی برسیم، باید موانع آزادی را برداریم؛ یعنی از زیر صفر و منفی شروع کنیم و به نقطه صفر برسیم تا تازه شروع شود.» یکی از مهم‌ترین موانع آزادی در یک کشور، کنترل اقتصادی توسط حاکمیت است؛ یعنی مردم بگویند چون معاش ما دست حکومت و حاکمیت است؛ حرف نمی‌زنیم و نظر نمی‌دهیم.

به یاد دارم در ۱۰ سالگی پدر بزرگم می‌گفت: «کاری کنید که به پول دولت وابسته نشوید؛ اگر کسی به دولت وابسته شود، دین و آزادی

داریم، شیشه نمی‌شکنیم، از در سفارت بالا نمی‌رویم، تابلوها را خراب نمی‌کنیم؛ جلسه می‌گذاریم و تحریم می‌کنیم؛ روش ما فرق می‌کند.»

مسئله دیگر علاقه به یادگیری است. در کنفرانس‌های بین‌المللی افرادی مثل «بیل گیتس»، «استیو جابز» و «آنگلا مرکل»، اصلاً سمت را نمی‌بینید، «بیل گیتس» نگاه نمی‌کند که دومین ثروتمند دنیاست؛ بنابراین، سؤال می‌کند و می‌خواهد یاد بگیرد و این ویژگی توجه به علم و روش‌های علمی، در ما ضعیف است.

تعهد به اهداف و دستور کار جمعی، نکته بعدی است. به‌طور کلی زندگی یعنی سیستم؛ اگر ما ایرانی‌ها بتوانیم از «افراد» بیرون بیاییم و سیستم درست کنیم، آن وقت می‌توانیم موفق باشیم. آیا زندگی من و شما سیستم دارد؟ آیا معاشرت ما سیستم دارد؟

من دوستی دارم که هشت حلقه دوست دارد؛ حلقه یک تا هشت که با حلقه هشت، نوروز تا نوروز معاشرت می‌کند و با حلقه یک، همواره ارتباط دارد؛ یعنی سیستم دارد. تمام زندگی مثل نرم‌افزار کامپیوتری، تابع یک سیستم است و اگر این اتفاق نیفتد، نمی‌توانیم رشد کنیم. شرکت پستی در آمریکا به نام FedEx (فدکس) وجود دارد. این شرکت ۶۰۵ هواپیما دارد. اگر تا ظهر یک روز بسته‌ای به آن شرکت بدهید، روز دیگر ساعت ۱۲ در هرکجای دنیا که اعلام کنید، تحویل می‌دهد. آیا می‌شود چنین شرکتی را با «ما ارادت داریم!» و «ما مخلصیم!»، اداره کرد؟! خیر؛ سیستم می‌خواهد.

مسئله بعدی، فرهنگی داریم که عموماً کوتاه‌مدت است. یک دوست انگلیسی من که در «کمبریج» انگلیس استاد دانشگاه و اقتصاددان است، از من سؤال کرد: «من و شما چند سال است با هم دوست هستیم؟» فکر کردم و گفتم: «۱۹ سال.» او گفت: «در ۱۹ سالی که با هم دوست هستیم، از من دروغ شنیده‌اید؟» یک پاسخ حقوقی دادم و گفتم: «تا جایی که می‌دانم، خیر.» گفت: «می‌دانی چرا به شما دروغ نگفتم؟ چون به تئوری سیستم‌ها معتقدم. من آدم مذهبی نیستم، کلیسا هم نمی‌روم، اما چون می‌خواهم دوستی من و شما حفظ شود و از هم یاد بگیریم، به شما دروغ نمی‌گویم. اگر من به شما دروغ بگویم، شما متوجه می‌شوید و این معاشرت ۱۰ درصد کاهش پیدا می‌کند، با دروغ دوم، ۲۰ درصد و با دروغ دهم، دیگر معاشرتی در کار نیست؛ بنابراین، به این دلیل که یاد بگیرم و می‌خواهم سیستم را حفظ کنم، دروغ نمی‌گویم.» این هم یک روش مدیریت دوستی یا نظام اجتماعی است.

آیا جلب اعتماد دیگری برای ما اهمیت دارد؟ اگر بخواهیم تشکل درست کنیم، اول باید اعتماد ایجاد کنیم. چرا به یک‌سری خودروها و به یک‌سری برندها و مارک‌ها اعتماد داریم؟ چون کار خود را درست انجام داده‌اند.

جدی بودن نکته دیگر است. در آلمان، مسئول یک جلسه گفت: «از این که جلسه با ۴۵ تا نایب تأخیر شروع شده، عذرخواهی می‌کنم.» این یک تلقی از زندگی است؛ آیا ما جدی هستیم؟

یک‌بار به یک نفر گفتم: «دوست عزیز! آدم ۱۰ دقیقه دیر می‌آید، نیم ساعت دیر می‌آید، اما شما دو ساعت تأخیر داشته‌اید!» گفت: «شما این قدر به این سیستم اهمیت نده، آخر همه ما وارد قبر

موضوعات را باید به دو بخش تقسیم کرد؛ یکی این که اگر تشکل نداریم و یا تشکل‌ها ضعیف هستند، به حاکمیت و دولت برمی‌گردد و در دولت و حاکمیت، این باور وجود ندارد که جامعه باید غنی شود. بخش بعدی که بسیار مهم است؛ این است که هیچ حاکمیتی در دنیا، به مردم نمی‌گوید از فردا صبح می‌خواهم با شما شریک شوم و از فردا می‌خواهم ۲۵ درصد قدرت را به شما بدهم و ان‌شاءالله هفته آینده ۳۰ درصد و سال آینده ۴۰ درصد؛ هیچ حاکمیتی اقتدارش را به کسی نمی‌دهد.

با مطالعه تاریخ توسعه اروپا، به این نتیجه می‌رسیم که در اروپا مردم در دو گروه (بخش خصوصی و تولیدکنندگان و جامعه مدنی)، با شکل‌گیری تشکل‌ها توانستند از حاکمیت‌ها امتیاز بگیرند و این تجربه اروپاست؛ وگرنه در اروپا می‌خواستند پادشاهی کنند و همواره مالیات هم می‌گرفتند، اما مردم چانه‌زنی کردند تا مالیات‌ها را کم و اقتدار حاکمیت را محدود کنند.

در ناخودآگاه ما ایرانی‌ها این است که منتظریم دولت و حکومت کاری انجام دهد. در دوره‌های می‌گوییم ان‌شاءالله مسئولان تصمیم‌های خوبی بگیرند، که اتفاقی نخواهد افتاد، اما وقتی که جامعه رشد کند، حاکمیت مجبور می‌شود به طرف جامعه بیاید و تصمیم‌گیری‌هایش را عوض کند.

در کشور ما در رابطه با سیاست خارجی، هیچ بحثی نمی‌شود. در رابطه با اقتصاد و فرهنگ گفت‌وگو می‌شود، اما در سیاست خارجی، بحث‌ها تعطیل است و حتی در مناظره‌های ریاست‌جمهوری، بحث‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دیده می‌شود، اما خبری از سیاست خارجی نیست؛ یعنی جایگاه ما در نظام بین‌المللی، به بحث و مناظره گذاشته نمی‌شود و دیدگاه‌های مختلف مطرح نمی‌شود که این مهم مسئولیت دانشگاهیان و جامعه مدنی است تا این موضوع را بیان کند که جایگاه ما در منطقه و دنیا کجاست؟

فرهنگ کار جمعی، ریشه در کارآمدی دارد

نکته مهم در تشکل ساختن، دورهم جمع شدن و کارها را پیش بردن این است که وقتی می‌گوییم فرهنگ یک جامعه، یعنی کارآمدی، یعنی آدم‌ها باید دورهم جمع شوند. فرهنگ کار جمعی، ریشه در کارآمدی دارد؛ کارآمدی نیز یک‌سری ویژگی‌ها دارد؛ از جمله زمان حساس بودن و روش حساس بودن.

یک‌بار وقتی خودروی خودم را پارک می‌کردم، همسایه به من گفت شما خودروی خود را به ستون زده‌اید که سنگ ستون شکسته است؟! شش ماه بعد همسایه را به جای دعوت کردم و گفتم: «به یاد دارید در پارکینگ به من گفتید من این سنگ را شکسته‌ام؟ این موضوع را طور دیگری هم می‌توانستید بیان کنید» گفت: «چطور؟» گفتم: «سؤال می‌توانست این باشد که خبر دارید این سنگ چگونه شکسته است؟» این دو نحوه سؤال کردن، بسیار با هم متفاوت است؛ اولی متهم می‌کند و دومی سؤال می‌کند و ما آموزش ندیده‌ایم که چگونه با هم تعامل داشته باشیم. روش مهم است؛ روش صحبت کردن.

وزیر خارجه انگلیس در کنفرانسی می‌گفت: «وقتی با کشوری اختلاف

این عبور کنیم و باید طوری با هم معاشرت کنیم که می‌خواهیم از یکدیگر یاد بگیریم. این‌که من «PHD» دارم، بسیار نکته‌بی‌اهمیتی است؛ مهم این است که من چقدر می‌توانم یاد بدهم و یاد بگیرم و این مهم است که یک جامعه بتواند تشکل ایجاد کند. شوکت فرد دیگر تعطیل شده، اهمیت ندارد؛ ظرفیت‌های فعلی فرد مهم است. در شرکت «پاناسونیک» ژاپن دعوت شدم. یاد گرفته بودم در ایران وقتی می‌خواهیم رئیس یک سازمان را ببینیم، باید به آخرین طبقه برویم، پس از آن از اتاق اول به اتاق دوم و از اتاق دوم به اتاق سوم و در اتاقی هم وارد می‌شویم که سه‌چهار نفر نشسته‌اند، اما مدیر پاناسونیک، در طبقه دوم یک ساختمان ۱۰ طبقه که تمام آن پارتیشن شیشه‌ای بود، منتظر من بود. به من گفت جای می‌خورید یا قهوه؟ و خودش از من پذیرایی کرد. بعد نشستیم و یک ساعت صحبت کردیم، آن‌هم در پارتیشن شیشه‌ای؛ یعنی همه در یک‌دیفر هستند. ما این مسائل را از طریق فرهنگ بومی خودمان یاد نمی‌گیریم، اما از طریق معاشرت با دنیا می‌توانیم یاد بگیریم. خودنمایی فرد؛ درحالی‌که مهارت‌های مدیریتی مهم است.

اهمیت تبعیت از قانون، آیین‌نامه و فکر

تبعیت از فرد مهم نیست؛ بلکه تبعیت از قانون، آیین‌نامه و فکر اهمیت دارد. وفاداری به فرد مهم نیست، وفاداری به سازمان مهم است که اگر از این موارد عبور نکنیم، نه می‌توانیم حاکمیت و حکومت را درست کنیم و نه می‌توانیم تشکل درست کنیم. همچنین وفاداری به فکر، اندیشه و کشور اهمیت دارد و می‌تواند انسان را رشد دهد؛ نه وفاداری به گروه، قبیله و طایفه. مسئله دیگر این است که باید از غرایض خود عبور کنیم و به تفکر برسیم؛ اگر غریزه بزرگ‌تر از فکر باشد، نمی‌توانیم رشد کنیم. یکی از معیارها و شاقل‌هایی که می‌توانید فردی را ارزیابی کنید، این است که ببینید چقدر توانسته از غرایض عبور کرده و با فکر زندگی کند. حرکت از ریاست به مدیریت نکته دیگر است. چقدر ریاست می‌کنیم و چقدر مدیریت می‌کنیم. مدیریت کردن، رهبری کردن و ریاست کردن، سه مسئله مجزا هستند که ما خیلی به ریاست کردن علاقه‌مند هستیم.

قائل شدن به فکر و تخصص و تفاوت قائل شدن، یک چالش اساسی برای ما ایرانی‌هاست. جلوگیری از یکسان‌سازی و ارزش قائل شدن برای تفاوت‌های فکری، ایجاد و فرایند اجماع‌سازی، شبکه‌سازی و مجموعه‌سازی، پشت سر گذاشتن مشکل انتقادپذیری، پذیرفتن تغییر و اهمیت دادن به IQ در مقابل EQ، از نکات مهم دیگر است. مسئولیت‌پذیری، تعامل بین‌المللی و تسلط به زبان انگلیسی هم اهمیت دارد.

به قول گنُوسوس، حکیم و دانشمند چینی: «اگر برای یک‌سال ثمر می‌خواهید، برنج (گندم) بکارید، اگر برای ۱۰ سال میوه می‌خواهید، درخت بکارید و اگر می‌خواهید زندگی شما برای صدسال تأمین باشد، در فکر ساختن انسان باشید.» بنابراین، اگر بخواهیم به سمت تشکل، شبکه‌سازی و حاکمیت حرکت کنیم، باید از خودمحوری و خودخواهی عبور کنیم. ●

می‌شویم!» اگر می‌خواهیم مدیریت و حکمرانی کنیم، باید به این مفاهیم علاقه‌مند باشیم.

صراحت، ذات توسعه است

ما خیلی از ابهام استفاده می‌کنیم. می‌خواهیم تصمیم‌های مهم بگیریم، اما آن را در یک کاغذکادو می‌پیچیم تا نیت اصلی خود را نشان ندهیم؛ درحالی‌که ابهام خوب نیست؛ صراحت، ذات توسعه است.

تعطیلی زمان و آینده، به هم زدن توافقات، انحصارطلبی در بهره‌برداری از امکانات و کم‌توجهی به حقوق دیگران نیز از دیگر موارد است. به فردی که سوبله پارک کرده بود، گفتیم: «دوست عزیز! اندکی جلوتر بروید، این‌جا خودروهای بسیاری معطل است.» پاسخ جالبی داد و گفت: «من هرکجا دوست داشته باشم، پارک می‌کنم و به کسی مربوط نیست!» با این جهان‌بینی نمی‌توانیم دنبال سیستم باشیم.

قدرت خارق‌العاده‌ای که ما در انطباق به هر شرایطی داریم، زرتنگی‌های کوتاه‌مدت، وارونه جلوه دادن واقعیت‌ها و تغییر روش و مرام نسبت به شرایط و فرصت‌ها هم موارد دیگری است که باید موردتوجه قرار گیرد.

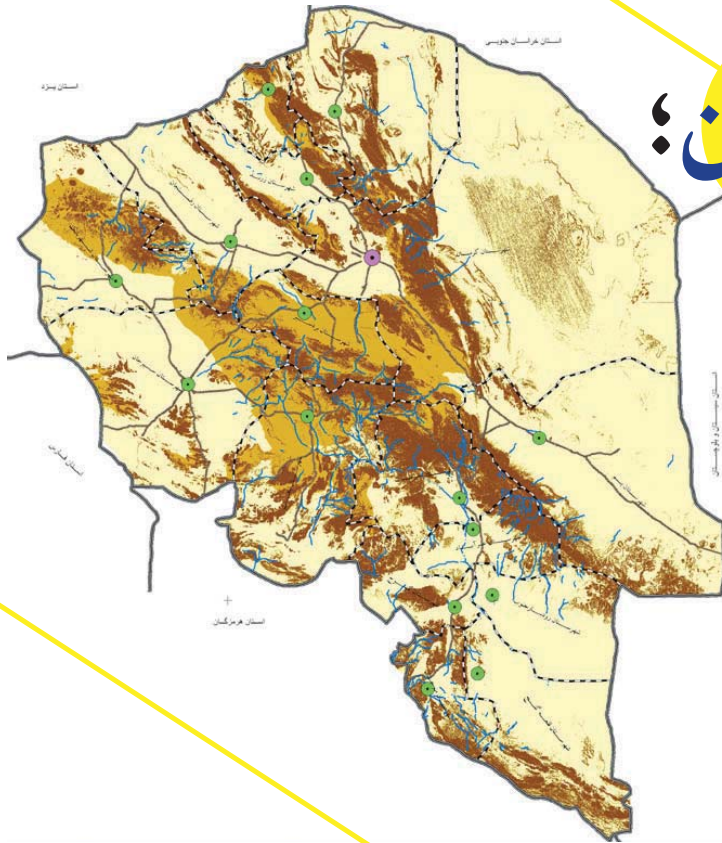
اکنون، به‌رحال همه دارند به‌گونه‌ای زندگی می‌کنند؛ اگر همین نوع زندگی خوب است، که هیچ، اما اگر می‌خواهیم توسعه پیدا کنیم و مثل آلمان و کره جنوبی بشویم، اگر می‌خواهیم ثروت داشته باشیم و اگر می‌خواهیم هویت، هنر، کالاها و خدمات خود را در دنیا ارائه دهیم، باید اتفاقی در فرهنگ ما بیفتد و تغییر کنیم.

حرکت از فرد به جمع و حرکت از فرد به‌سوی سازمان، نکته مهم دیگر است. اولین جمله‌ای که بیان کردم، این بود که اتفاق مهمی در دنیا افتاده و آن این‌که کاریزما از بین رفته است. در دنیا، از آدم نمی‌پرسند شما کی هستید؟ از کجا آمده‌اید؟ و سمت شما چیست؟ بلکه سؤال می‌کنند چه کاری بلد هستید؟

مسئله دیگر اُبهت فردی و توانایی فرد است. یک‌بار رئیس داووس، از من سؤال کرد: «وقتی صدراعظم آلمان، رئیس‌جمهور آمریکا یا رئیس‌جمهور فرانسه به داووس می‌آیند، نهایتاً با دو نفر دستیار همراه آن‌هاست، اما مقامات ایرانی که می‌آیند، حدود ۸۰ نفر پشت سر فرد مسئول می‌دوند! چرا این تعداد آدم، مسئول ایرانی را همراهی می‌کنند؟!» من نمی‌خواستم به او پاسخ بدهم؛ گفتم باید از تشریفات بپرسید؛ اما پاسخ اصلی این است که آن فرد مسئول می‌خواهد بگوید «کنار بروید، من دارم می‌آیم؛ من خیلی مهم هستم!»

اولین تجربه‌ای که پس از فارغ‌التحصیلی در ایران داشتم، این بود که برای استخدام به وزارت علوم رفتم. جلسه قرار بود ساعت ۹ صبح شروع شود، اما ساعت ۱۱ شروع شد. گفتم: «چرا این‌قدر با تأخیر جلسه شروع شد؟» گفتند: «شما هم هیچ‌وقت سروقت به جلسه نیایید؛ چراکه اُبهت شما از بین می‌رود! شما باید دیر بیایید تا همه از جلوی پای شما بلند شوند!» و من نخستین درس توسعه را آن‌جا یاد گرفتم!

ما هنوز گرفتار اُبهت هستیم و توانایی فردی جایگاهی ندارد؛ باید از



استان کرمان؛ فرصت‌ها، قوت‌ها و محدودیت‌ها

< رضا سنجری

مدیرکل هماهنگی امور اقتصادی
استانداری کرمان



وجود انرژی پاک باد در بسیاری از نقاط استان مخصوصاً حاشیه کویر و قرار داشتن در کریدورهای وزش باد ملایم و دائمی و داشتن بیش از ۳۲۰ روز آفتابی و شدت تابش مناسب و آسمان درخشان و مناسب بودن بستر برای تولید انرژی خورشیدی باعث گردید استان کرمان به شهر آفتاب برای سرمایه‌گذاری در این بخش تبدیل شود و طی برنامه میان‌مدت، تفاهم‌نامه ایجاد ۲ هزار مگاوات نیروگاه خورشیدی با وزارت نیرو منعقد گردید که در حال حاضر بزرگ‌ترین نیروگاه خورشیدی کشور با سرمایه‌گذاری خارجی آلمانی در استان به بهره‌برداری رسیده و سایر نیروگاه‌ها نیز در دست اجرا می‌باشند؛ بنابراین در بخش تولید انرژی در قالب احداث نیروگاه‌های سیکل ترکیبی، کوچک مقیاس و خورشیدی، ظرفیت سرمایه‌گذاری جدید برای تولید ۲۵۰۰ مگاوات برق وجود دارد.

در بخش کشاورزی تنوع آب و هوایی، وجود اقلیم‌های متفاوت چهارفصل در منطقه و اختلاف ارتفاع باعث شده ۱۳۸ نوع گیاه زراعی و باغی در استان به وجود آید و رتبه اول کشور در تولید پسته، خرما، گردو و رتبه سوم در مرکبات را داشته باشد. ظرفیت سرمایه‌گذاری جدید در این بخش نیز به میزان ۸ هزار میلیارد تومان در قالب طرح‌های گلخانه‌های مدرن، صنایع تبدیلی و بسته‌بندی و پایانه صادراتی جنوب می‌باشد.

در بخش گردشگری نیز استان کرمان با داشتن ۶ اثر ثبت جهانی

استان کرمان با اختصاص حدود ۱۱ درصد مساحت، پهناورترین استان کشور هست. از زیرساخت‌های آن می‌توان به وجود یک فرودگاه بین‌المللی و ۴ فرودگاه داخلی، شبکه ریلی، جاده‌های ترانزیت، ۳ منطقه ویژه اقتصادی فعال و ۱ منطقه ویژه در دست احداث، ۴۲ شهرک و نواحی صنعتی و نزدیکی به دریا و استفاده از حمل‌ونقل دریایی اشاره نمود.

در بخش معادن بالغ‌بر ۵/۸ میلیارد تن اندیکس‌های معدنی شناسایی شده در قالب ۴۲ نوع ماده معدنی که با توجه به ظرفیت‌های فوق بهشت معادن نام‌گرفته که در این راستا بعضی صنایع تبدیلی مربوطه نیز ایجاد شده و یا در دست احداث است. در بخش‌های میزان استخراج ماده معدنی، تولید کنسانتره و گندله سنگ‌آهن و تولید مس کاتد رتبه اول کشور را به خود اختصاص داده است.

همچنین وجود کارخانه‌های خودروسازی و صنایع تولید قطعات خودرو، استان را به یکی از قطب‌های خودروسازی کشور تبدیل نموده است. در مجموع در بخش صنعت و معدن امکان سرمایه‌گذاری جدید به میزان ۲۰ هزار میلیارد تومان در قالب طرح‌های صنایع پایین‌دستی فولاد و مس، فرآوری تیتانیوم، فرو آلیاژها، پتروشیمی و صنایع پایین‌دستی، صنایع وابسته به خودروسازی و پیشروی و بهره‌برداری از معادن زغال‌سنگ ضروری است.

رتبه اول کشور را دارد و تاکنون ۶۳۲ اثر نیز ثبت ملی شده که با مرمت آن‌ها، نقش بسزایی در ارزش افزوده این بخش و اشتغال ایفا می‌شود که از جمله آثار مرمت‌شده می‌توان به بازار تاریخی شهر کرمان، باغ عمارت فتح‌آباد، خانه حاج‌آقا علی بزرگ‌ترین خانه خشتی جهان اشاره نمود.

یکی از ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری استان، بخش گردشگری سلامت است. با توجه به وجود دانشگاه‌های برجسته در استان و وجود پزشکان مجرب، امکان سرمایه‌گذاری ۲۰۰۰ تخت بیمارستانی جدید، مراکز پرتودرمانی و پزشکی هسته‌ای، تولید دارو و تولید فرآورده‌های خونی مهیا است.

محدودیت‌های توسعه استان

یکی از مشکلات استان کاهش نزولات آسمانی و خشک‌سالی‌های متمادی است که منابع آبی استان را بشدت تهدید می‌نماید و در سال گذشته نیز بر اساس آمار سازمان هواشناسی، میزان بارندگی در استان نسبت به سال قبل به یک‌چهارم کاهش یافته است. با توجه به اینکه بخش کشاورزی سهم تأثیرگذاری را در تولید ناخالص داخلی و اشتغال استان ایفا می‌نماید و همچنین بزرگ‌ترین محصولات صادراتی غیرنفتی استان و کشور مربوط به پسته و خرما می‌باشد لذا ساماندهی و افزایش بهره‌وری و مدیریت کشت در استان از اولویت‌های برنامه اقتصاد مقاومتی قرار گرفته است؛ که در این راستا توسعه کشت گلخانه‌ای طی چهار سال گذشته ۲۳ درصد، توسعه دستگاه‌های آبیاری نوین ۴۶ درصد، تغییر الگوی کشت ۱۲۶ درصد، ارتقای راندمان تولید گندم به‌عنوان محصول استراتژیک با کاهش سطح زیر کشت ۴۲ درصد، توسعه کاشت دانه‌های روغنی به‌عنوان جایگزین محصولات با نیاز آبی بالا ۸۳۱ درصد و صرفه‌جویی در کاهش مصرف و برداشت آب‌های زیرزمینی ۲۴۶ درصد رشد داشته است. علاوه بر آن نیاز است به‌منظور مدیریت مناسب آب‌و‌خاک نیز علاوه بر مدیریت بهینه آب و نصب کنتور هوشمند، قیمت آب و برق در بخش کشاورزی نیز موردبازنگری قرار گیرد تا به‌عنوان یک ابزار بازاریان در مدیریت تغییر الگوی کشت کمک کند (در استان کرمان در ۴ سال گذشته بیش از ۳۵۰۰ کنتور هوشمند نصب گردیده است). همچنین برای جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها و توسعه پدیده حاشیه‌نشینی و ایجاد سازوکار مهاجرت معکوس به روستاها دو طرح در استان کرمان در حال اجرا است. در طرح اول که ساماندهی حاشیه‌نشینی را دنبال می‌کند (طرح نجات) توجه به معیشت و سلامت و بهداشت حاشیه‌نشینیان در دستور کار است و با هماهنگی تمامی دستگاه‌های مربوطه، علاوه بر ساماندهی اقامت و اسکان آن‌ها، در خصوص ایجاد اشتغال و بهبود وضعیت بهداشتی و سلامت حاشیه‌نشینیان اقدامات مؤثری صورت گرفته و با توجه به اینکه کمتر از یک سال از اجرای طرح نجات نمی‌گذرد بایستی برای تفسیر نتایج طرح منتظر ماند. در طرح دوم که همان توانمندسازی جوامع محلی روستایی است مدیریت و فکر و توسعه مناطق به شرکت‌ها و مؤسسات خصوصی و غیردولتی به‌عنوان معین اقتصاد مقاومتی آن مناطق واگذار شده و تاکنون به ۲۶ معین اقتصادی تفاهنامه همکاری منعقد شده است که به‌عنوان مثال می‌توان از شهر نمونه اقتصاد مقاومتی «قلعه گنج» نام برد. در این مدل که موردتوجه و حمایت مسئولین نظام و شخص مقام معظم رهبری نیز قرار گرفته

بر اساس آمار حساب‌های منطقه‌ای منتشرشده جایگاه بخش‌های مختلف اقتصادی استان، سهم بخش خدمات ۳۵/۳ درصد تولید محصول ناخالص داخلی و بخش صنعت و معدن ۳۶/۷ درصد و بخش کشاورزی ۲۷/۶ درصد بوده است. مقایسه سهم ارزش افزوده بخش‌های عمده اقتصادی در دو سال اخیر حاکی از افزایش سهم بخش کشاورزی و کاهش سهم بخش خدمات می‌باشد. همچنین سهم تولید ناخالص داخلی استان از کشور در بخش کشاورزی ۷/۳ درصد، بخش صنعت و معدن ۳/۴ درصد و بخش خدمات ۶/۶ درصد می‌باشد. با توجه به‌ضرورت هدف‌گذاری تولید ناخالص داخلی استان کرمان در این قسمت برآوردی از تولید ناخالص داخلی استان در برنامه ششم توسعه (۹۹-۱۳۹۵) ارائه می‌گردد.

از آنجاکه در اسناد برنامه ششم توسعه، متوسط نرخ رشد تولید ناخالص داخلی با نفت کشور در پنج سال ۹۹-۱۳۹۵، ۸ درصد در نظر گرفته شده است با توجه به پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های ایجادشده سال‌های اخیر در استان و با مطالعات و بررسی‌های کارشناسی صورت گرفته، نرخ رشد تولید ناخالص داخلی استان ۸/۵ درصد پیش‌بینی می‌گردد.

همچنین بر اساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، یک‌سوم از رشد اقتصادی استان می‌بایست از طریق افزایش بهره‌وری تحقق یابد. نرخ رشد اقتصادی و نرخ رشد بهره‌وری در بخش‌ها مختلف اقتصادی استان در جدول ذیل نشان داده شده است. بر این اساس ۲/۸ درصد از رشد ۸/۵ درصدی استان می‌بایست از طریق افزایش بهره‌وری تحقق یابد. طی برنامه ششم، سهم بخش کشاورزی با ۶ درصد کاهش از ۳۱ درصد به ۲۳/۹ درصد، بخش صنعت و معدن با ۳ درصد افزایش از ۳۳/۶ درصد به ۳۶/۲ درصد و بخش خدمات با ۵ درصد افزایش از ۳۴/۷ درصد به ۳۹/۹ درصد خواهد رسید. بر اساس برآوردهای انجام‌شده در برنامه ششم توسعه، میزان سرمایه‌گذاری موردنیاز به‌منظور رشد اقتصادی ۵/۷ درصدی (بدون بهره‌وری) در استان کرمان، به‌طور متوسط سالانه ۲۴۵ هزار میلیارد ریال می‌باشد. سهم بخش کشاورزی از این مقدار سرمایه‌گذاری برابر ۱۰/۶ درصد، بخش صنعت و معدن ۴۳/۴ درصد و سهم بخش خدمات ۴۶ درصد می‌باشد.

ظرفیت سرمایه‌گذاری در استان کرمان به گونه ایست که از سال ۹۲ با تبیین طرح مثلث توسعه اقتصادی برای ۷۶ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری در تمامی بخش‌های اقتصادی توسط بخش‌های خصوصی و غیردولتی طی برنامه ۸ ساله دولت تدبیر و امید هدف‌گذاری گردید که تاکنون بیش از ۳۴ هزار میلیارد تومان

در مزارع و باغات با حفظ سطح زیر کشت موجود، لوله‌گذاری در سطح مزارع و باغات و خطوط انتقال آب، حذف کشت‌های با مصرف آب زیاد و راندمان پائین تولید محصول، اصلاح و بهبود روش‌های آبیاری، تجهیز، نوسازی و یکپارچه‌سازی اراضی، استفاده از روش‌های به‌زرایی در زمینه کاهش تبخیر، تعرق و ترویج آن، خاموشی و عدم بهره‌برداری موتورپمپ‌های کشاورزی در فصول عدم نیاز باغ‌ها و مزارع توسط بهره‌برداران، بررسی کاهش سطح زیر کشت متناسب با آب ورودی دشت‌ها، برقی کردن چاه‌های کشاورزی، نصب کنتورهای هوشمند آب و برق بر روی کلیه چاه‌ها و تحویل حجمی آب، تعیین تکلیف چاه‌های کشاورزی غیرمجاز، کاهش پرت شبکه‌های آب شرب شهری و روستایی، قطع انشعاب‌های غیرمجاز، تعویض کنتورهای خراب و انتقال آب حوزه به حوزه، اصلاح الگوی کشت، یکپارچه‌سازی اراضی و افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی، طرح نجات ساکنین مناطق حاشیه‌ای (شناسایی ویژگی‌های اجتماعی فرهنگی خانوارهای ساکن در مناطق حاشیه‌ای، شناسایی و اولویت‌بندی آسیب‌های اجتماعی موجود در منطقه، جلوگیری از گسترش پدیده حاشیه‌نشینی در شهر کرمان، حذف تدریجی حاشیه‌نشینی در شهر کرمان، توانمندسازی ساکنان مناطق حاشیه‌نشینی در حوزه آموزش مهارت‌های زندگی، آموزش مهارت‌های حرفه‌ای و استفاده از مشارکت فعال ساکنین مناطق حاشیه‌ای به‌منظور توانمندسازی آنان)، توسعه صادرات غیرنفتی و افزایش تولید محصولات دانش‌بنیان و اجرای طرح‌های عمران شهری تا حدودی در جهت رفع محدودیت‌های مورد اشاره گام برداشت.

آسیب‌شناسی طرح‌های راکد و نیمه فعال

بررسی‌ها نشان می‌دهد عوامل گوناگونی از جمله نقش مدیریت واحدهای تولیدی، به‌روز نبودن ماشین‌آلات تولید، پایین بودن بهره‌وری تولید، مشکلات تأمین منابع مالی مانند بروکراسی و نرخ بالا، تأثیر سیاست‌های خارجی، وجود کالاهای مشابه خارجی با قیمت کمتر در بازار، عدم رقابت سالم در بازارهای بین‌الملل توسط صادرکنندگان داخلی، عدم توجه به سلیقه بازارهای هدف صادراتی و بازار رسانی به‌موقع، تأثیرات نرخ ارز، تحریم‌ها و نقش آن‌ها در تأمین مواد اولیه بازاریابی بین‌المللی، نبود تشکلهای حرفه‌ای صادراتی، عدم ایجاد مراکز توسعه صادرات در کشورهای هدف صادراتی، عدم شناسایی و ورود به بازارهای جدید بین‌المللی و ... باعث کاهش مزیت رقابتی محصولات تولیدی داخلی شده که در نهایت با کاهش تدریجی ظرفیت تولید، واحد را به سمت تعطیلی سوق می‌دهد.

درواقع آسیب‌شناسی کسب‌وکارهای موجود یکی از حلقه‌های مؤثر در زنجیره کارآفرینی می‌باشد. از دیگر حلقه‌های ضروری در زنجیره کارآفرینی می‌توان به نهادسازی ملی، توانمندسازی کارآفرینان، توسعه فرهنگ کارآفرینی، شناسایی فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری و پنجره واحد اشاره نمود. در آسیب‌شناسی کسب‌وکارهای موجود اهدافی مانند بررسی و شناخت دقیق مشکلات طرح‌های دارای مجوز، تعیین راه‌کارهای احیا و رفع مشکلات طرح‌ها با برگزاری جلسات مؤثر و کارآمد، هموار کردن مسیر بازگشت پروژه‌های راکد به چرخه اقتصاد

به‌منظور کاهش موانع و مشکلات از جمله بروکراسی اداری و ناکارآمدی آن، تمرکزگرایی، قوانین مزاحم و متداخل، دولتی شدن توسعه، اختلاف و چالش‌های سیاسی، عدم تعادل منطقه‌ای در سطح کشور و استان و عدم انسجام دستگاه‌های اجرایی و ارکان حکومت در امر توسعه و پیشرفت، از توان و ظرفیت بخش‌های غیردولتی و خصوصی در قالب انجام طرح‌های مطالعاتی مناطق، تعریف طرح‌های اقتصادی و توانمندسازی بر اساس شرایط منطقه، ارائه خدمات اجتماعی و سلامت، ارائه خدمات فرهنگی و آموزشی و خدمات حمایتی استفاده شده است.

از سایر محدودیت‌های توسعه استان علاوه بر خشک‌سالی‌های متمادی و مهاجرت روستاییان و عشایر به شهرها می‌توان به بحران آب، تأمین منابع مالی طرح‌های اقتصادی و تولیدی با نرخ مناسب، عدم رعایت الگوی کشت و بهره‌وری پایین تولیدات بخش کشاورزی، وجود صنایع راکد و نیمه فعال، تأثیرپذیری صادرات غیرنفتی از وضعیت بازار ارز، تأثیر تحریم‌ها بر تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی مخصوصاً خودروسازی و ... اشاره نمود که امید است با اجرای برنامه‌هایی از جمله پیگیری اجرا و اتمام طرح‌های مهم و تأثیرگذار و جذب سرمایه‌گذاری جدید، تأمین آب شرب و صنعت و طرح همیاران آب (آموزش بهره‌برداران و انتقال دانش نوین آبیاری، همسو کردن نهادهای اجرائی، قضائی و انتظامی در انسداد چاه‌های غیرمجاز، تشکیل شورای حفاظت منابع آب شهرستان‌ها و ارائه گزارش ماهیانه به شورای آب استان، استفاده از سیستم نوین آبیاری

یکی از مباحث مرتبط با آسیب‌شناسی واحدهای راکد و نیمه فعال، وضعیت مدیریتی آن‌هاست. بخشی از مشکلات مدیریتی مربوط به عدم اشراف کامل مجری طرح به علوم تخصصی بازاریابی، بازاریابی، حسابداری، توجیه‌پذیری طرح، نحوه تأمین منابع مالی و نرخ اقتصادی آن، آشنایی به مسائل حقوقی بیمه‌ای و مالیاتی و ... می‌باشد. علی‌رغم عدم اشراف کامل مجری طرح به موارد ذکر شده، مشاهده می‌گردد در برخی واحدهای مشکل‌دار، حتی از کارکنان متخصص امور مربوطه نیز استفاده نمی‌شود و برای صرفه‌جویی در هزینه‌های جاری، معمولاً همه کارهای ذکر شده را فردی انجام می‌دهد که تخصص و اطلاعات کافی در این خصوص را ندارد.

غیرمتخصص می‌باشد. در اکثر بنگاه‌های اقتصادی به موضوع مدیریت به‌عنوان یک علم و تخصص نگاه نمی‌شود و در واقع این مجری طرح و سرمایه‌گذار است که تمایل دارد در همه زمینه‌ها مدیریت و تصمیم‌سازی کند. از طرف دیگر چون تمام فکر مجری طرح به تولید منعطف می‌شود لذا محوریت اصلی کسب‌وکار که همانا فروش است را فراموش می‌کند؛ بنابراین بنگاهی موفق خواهد بود که مدیریت آن بر اساس فروش و سهم دسترسی به بازار چشم‌انداز واحد را ترسیم نماید و بر اساس آن استراتژی خود را تعریف کند. همچنین توجه به مقوله کیفیت، نوآوری و خلاقیت در تولید محصولات نیز از ارکان اصلی در تعریف چشم‌انداز بازار محور است.

در حال حاضر اداره واحد کسب‌وکار به شکل سنتی امکان‌پذیر نیست و این موضوع یک خطر جدی برای بقای واحد به شمار می‌رود. اگرچه در گذشته به علت بالا بودن حاشیه سود و وجود بازار داخلی و خارجی، این مشکل کمتر احساس می‌شد اما با گذشت زمان، دشواری‌های بازار و فروش کالا و توسعه بازار بیشتر می‌شود و در نتیجه مشکلات این‌گونه واحدها بیشتر خودنمایی می‌کند. یکی از نگرش‌های سنتی در مدیریت کسب‌وکار، این است که افرادی که اطلاعات کافی و دانش تخصصی در خصوص ساختار سازمانی ندارند اقدام به جذب نیرو و تعریف ساختار می‌نمایند که این مشکل در واحدهایی که از مشاوره افراد متخصص استفاده می‌کنند کمتر دیده می‌شود؛ اما چنانچه کافی نبودن دانش مدیریتی با خودبزرگ‌بینی همراه می‌شود و این رفتار به سایر بخش‌ها نیز تسری پیدا کند بسیار خطرناک است و باعث می‌شود افراد مطیع جای افراد متخصص و توانمند و باتجربه را بگیرند و کسب‌وکار را به سمت رکود سوق دهند.

درواقع یکی از حلقه‌های مفقوده در فعال‌سازی واحدهای راکد، انجام مشاوره تخصصی در خصوص نحوه مدیریت، تبیین استراتژی بر مبنی بازار هدف و سپس چگونگی تولید بهره‌ور است؛ بنابراین جای کلینیک‌های مشاوره حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیر برای ارائه این‌گونه راهنمایی‌ها خالی است و به این دلیل است که علی‌رغم استفاده حداکثری از ابزارهای رونق کسب‌وکار که هر ساله توسط دولت تبیین و ابلاغ می‌شود باز شاهد وجود مشکلات در واحدهای کسب‌وکار هستیم. در حال حاضر این‌گونه مشاوره‌ها توسط دستگاه‌های اجرایی، سیستم بانکی، اتاق بازرگانی داده می‌شود اما به دلیل این‌که آسیب‌شناسی هر واحد کاملاً مجزا و تخصصی بایستی صورت پذیرد و هزینه‌بردار است و این امکان برای نهادهای اشاره‌شده وجود ندارد که برای تک‌تک واحدها چنین وقتی گذاشته شود و دریافت هزینه این‌گونه خدمات مشاوره‌ای در دستگاه‌های دولتی تعریف نشده، بنابراین تعهدی نیز ایجاد نمی‌نماید. از طرف دیگر وجود مراکز مشاوره کارآفرینی نیز با عملکردی منفعلانه و صرفاً برگزارهای دوره‌های آموزش تئوری نیز توفیقی نداشته است؛ بنابراین پس از فرهنگ‌سازی، وجود مراکز مشاوره و آسیب‌شناسی تخصصی کسب‌وکارها در قالب تشکل غیردولتی با داشتن الزام و تعهد نسبت به ارائه مشاوره مؤثر و تأثیرپذیری از نتیجه مشاوره داده‌شده در نحوه ارزیابی عملکرد آن‌ها و همچنین امکان استفاده از ابزارهای تنبیهی برای ارائه مشاوره‌های نادرست ضروری است. ●

و تولید، اولویت‌بندی مشکلات و تدوین راه‌کار بازگشت، شناسایی خوشه‌های صنعتی منطقه و کمبودهای آن و دستیابی به نتایج سریع و ایجاد فضای مثبت در منطقه دنبال می‌شود.

یکی از مباحث مرتبط با آسیب‌شناسی واحدهای راکد و نیمه فعال، وضعیت مدیریتی آن‌ها می‌باشد. در واقع بخشی از مشکلات مدیریتی شناسایی‌شده مربوط به عدم اشراف کامل مجری طرح به علوم تخصصی بازار شناسی، بازاریابی، حسابداری، توجیه‌پذیری طرح، نحوه تأمین منابع مالی و نرخ اقتصادی آن، آشنایی به مسائل حقوقی بیمه‌ای و مالیاتی و ... می‌باشد. علی‌رغم عدم اشراف کامل مجری طرح به موارد ذکرشده، مشاهده می‌گردد در برخی واحدهای مشکل‌دار، حتی از کارکنان متخصص امور مربوطه نیز استفاده نمی‌شود و برای صرفه‌جویی در هزینه‌های جاری، معمولاً همه کارهای ذکرشده را فردی انجام می‌دهد که تخصص و اطلاعات کافی در این خصوص را ندارد. در چنین فضایی، استفاده از ابزارهای رفع موانع تولید، قطعاً نمی‌تواند اثربخش باشد و فقط زمان وقوع بحران را به تأخیر می‌اندازد. از سوی دیگر واحدهای راکد و نیمه فعالی نیز وجود دارند که با داشتن نقشه راه و برنامه مشخص برای آینده تولید و فروش، توانسته‌اند از ابزارهای رفع موانع تولید استفاده نمایند و وضعیت واحد خود را بهبود بخشند.

دولت برای رفع مشکلات واحدهای بحرانی هر ساله برنامه‌هایی را تدوین و اجرا می‌نماید و قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر، بخشودگی‌های مالیاتی و بیمه‌ای و بسته‌های تأمین مالی متنوع با نرخ‌های گوناگون نیز در این راستا هم‌افزایی می‌کنند اما چیزی که باعث شده شرایط استفاده از این امکانات برای واحدهای مشکل‌دار فراهم نگردد عدم وجود صورت‌های مالی و شفاف، عدم اشراف به مسائل حقوقی شرکت‌ها و تعاونی‌ها به وضعیت سهام‌داران و مدیران شرکت، ذی‌نفعان واحد، نسبت‌داری‌ها و هزینه‌ها و بدهی‌ها در مرحله اول و نداشتن برنامه مشخص برای میزان تولید مبنی بر بازار داخل و صادرات، قیمت تمام‌شده محصول با رویکرد بهره‌وری و رهایی از وضعیت بحرانی موجود به هر قیمتی بدون در نظر گرفتن عواقب آن در آینده در مرحله دوم است که این موارد به نحوه مدیریت واحد مربوط می‌شود. از طرف دیگر بسیاری از بازنشستگان دولتی یا به‌صورت مستقیم اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار می‌نمایند و یا به‌عنوان مشاور در این خصوص اقدام می‌نمایند و در برخی موارد نیز مسئولیت و مدیریت واحدهای غیردولتی را عهده‌دار می‌شوند که بعضاً مشاهده می‌گردد با گذشت زمان، به دلیل تفکر دولتی و عدم نگرش فایده و هزینه، عملکرد واحد تولیدی کاهش یافته و در نهایت به رکود می‌انجامد. لذا آموزش کاربردی و هدفمند کارآفرینان و مجریان کسب‌وکار بسیار ضروری است. مدیریت بخش خصوصی با تفکر دولتی، معمولاً نتیجه‌بخش نبوده و نخواهد بود.

با توجه به‌تمامی مشکلات بیرونی در مسیر تولید در استان و کشور، مدیران توانمند و کارآمد واحدهای کسب‌وکار می‌توانند با استفاده از امکانات و ابزارهای حمایتی مانند ظرفیت قانون رفع موانع تولید، می‌توانند یک بنگاه اقتصادی را در مسیر درست هدایت کنند. یکی از دلایل ورشکستگی بنگاه‌ها و کارخانه‌های، متأثر از به‌کارگیری مدیران



یک سوزن به خودمان ...

< **عبدالرضا تحسینی**

فعال اقتصادی و مدیرعامل سازمان
مدیریت صنعتی استان کرمان



را در مدل کسب‌وکار (Business model) و طرح کسب‌وکار (Business plan) خود دیده و در محاسبات خود لحاظ کرده باشد که متأسفانه عموماً این‌گونه نیست و بعد از اجرای طرح، نادیده‌ها بروز می‌کنند و صاحب کسب‌وکار را به چالش می‌کشند. در ذیل به شرح این موارد می‌پردازیم.

۱- مالی و اقتصادی

۱-۱- مالیات

هر صاحب کسب‌وکار هنگامی که اقدام به ثبت شرکت می‌کند و اسامی سهام‌داران و میزان سهام هر یک از شرکا را لیست می‌نماید باید بداند که یک شریک ۲۵ درصدی به نام دولت دارد که باید سالانه یک‌چهارم از سود حاصله را به او بپردازد اگرچه نام او در لیست سهام‌داران ذکر نشده باشد. قطعاً شریکی با ۲۵ درصد سهام شریکی مهم و تأثیرگذار محسوب می‌شود، پس چرا نباید او را شناخت و شرایط همکاری او را ندانست؟ چند تن از فعالان اقتصادی یک‌بار قانون مالیات‌های مستقیم و ملحقات و تغییرات آن را در هنگام ثبت شرکت (که در واقع قرارداد مشارکت با شریک ۲۵ درصدی است) مطالعه کرده‌اند و از آن آگاه شده‌اند. این شریک قوی پنجه سال‌هاست که شروط خود را برای مشارکت اعلام داشته است. فعالیت‌هایی هم که مستلزم ثبت شرکت نیستند نیازمند اخذ جواز از مراجع مربوط به خود هستند که آن نیز تعریف نسبتاً روشنی از مالیات بر درآمد دارد، اما کمتر کسی در هنگام دریافت جواز به این امر توجه می‌کند.

در جلسات متعددی حضور داشته‌ام که در آن‌ها تلاش برای جذب سرمایه‌گذار و حذف مشکلات سرمایه‌گذاری در طرح‌های ایجاد شده و دو سال بعد جلساتی برای سرپا نگه‌داشتن این بنگاه‌ها و حل مشکلات مالیاتی و بازپرداخت وام‌ها، و پس‌از آن جلساتی برای حل مشکل مالی و اقتصادی و فروش برگزار شده است. از سوی دیگر حضور فراوان در جلسات گوناگون در ارتباط با کسب‌وکار و مسائل مبتلابه آن در اتاق بازرگانی و سایر نهادها، ضمن این‌که اغلب مسئولین را در مقابل بسیاری از شکایات و خواسته‌های فعالان بخش خصوصی واکنش داده و موجب شده است که کمتر تحت تأثیر قرار گیرند به لیست کوتاه و مختصری از مشکلات اصلی این عزیزان منتهی می‌شود که تعمیق در آن‌ها گویای حجم بزرگی از فراقکنی و فرار از خود به‌سوی دیگران است که در این مختصر تلاش می‌شود به آن‌ها پرداخته شود.

عمده مسائلی که در جلسات به‌عنوان مشکلات بخش خصوصی در موضوع فضای کسب‌وکار مطرح می‌شود در حوزه‌های زیر قابل دسته‌بندی است:

۱- مالی و اقتصادی،

۲- بازار و فروش (عرضه و تقاضا)،

۳- منابع انسانی،

۴- استراتژی کسب‌وکار.

علی‌القاعده یک کارآفرین یا صاحب کسب‌وکار باید در ابتدای کار آن‌ها

۱-۲- سیستم بانکی

گله و شکایات صاحبان کسب‌وکار از سیستم بانکی، اگر اولین در لیست شکایات نباشد قطعاً دومین آنهاست. مشکل اصلی آنجا آغاز می‌شود که طرفین قرارداد مشارکت بانکی (بانک و مشتری) به‌هیچ‌عنوان یکدیگر را شریک نمی‌دانند. مدیران بخش خصوصی عموماً بانک را مجموعه‌ای خیره‌ای و یا تحت امر نهادهای دولتی می‌دانند که موظف به تأمین مالی پروژه‌هاست و هیچ دلیلی ندارد که به دنبال منافع خود باشد. از همین روست که انبوه مکاتبات دستگاه‌های دولتی، نمایندگان مجلس و ... در جهت بخشودگی سود و جرائم، عدم اخذ وثایق یا تسهیل در آن و ... به بانک‌ها سرازیر می‌شود. آیا اگر همین مدیر بنگاه به مشارکتی فراخوانده شود، بدون مطالعه عمیق طرح و اطمینان از سودآوری آن و بدون اخذ تعهدات و وثایق کافی و بدون انتظار سود به آن وارد می‌شود؟

اما مشکلات مالی و اقتصادی از کجا ناشی می‌شود و راه‌حل آن چیست؟ به نظر نگارنده مشکل از عدم تسلط کارآفرینان یا صاحبان کسب‌وکار به مسائل مالی و اقتصادی و حسابداری ریشه می‌گیرد. یک مهندس یا یک بازرگان خوب با فرض آشنایی و تسلط کافی به حوزه فنی و تخصصی خود الزاماً به مسائل مالی اشراف و تسلط ندارد. تجربه شخصی‌ام در مصاحبه و گفتگو با بسیاری از مدیران بخش خصوصی گواه آن است که دانسته‌های آنان صرفاً متمرکز بر حوزه تخصصی آنان بوده و از سایر نیازمندی‌های دانشی و تجربی یک کارآفرین به‌اندازه کافی آگاه نیستند. همه امور مالی به حسابدار امین آنان سپرده‌شده است و حداکثر درگیری آنان با این حوزه احتمالاً در تیرماه هنگام تنظیم اظهارنامه مالیاتی، هنگام رسیدگی به دفاتر از سوی دارایی و یا جلسات استمهال و تقسیط مجدد تسهیلات در بانک‌هاست که اگر حسابدار شرکت از عهده این کارها نیز برآید مسئله از دید مدیر حل‌شده است و فقط در هنگام بروز مشکل، مدیر ناچار به پیگیری آن خواهد بود.

اغلب مدیران با اتکا به ذهن پویا و حافظه قوی خود حساب‌ها را اصطلاحاً «سرانگشتی به خاطر دارند و آن را کافی می‌دانند، حال آنکه کاملاً مشخص است که این روش جز شکست و فروپاشی بنگاه یا بروز دردها و مشکلات فراوان چیز دیگری در پی ندارد. حسابداری فرآیندی رو به گذشته است، چراکه پس از وقوع درآمد یا هزینه ثبت آن صورت می‌گیرد و دخلی به آینده ندارد، اما مدیریت مالی از ضروری‌ترین مواردی است که مدیر بنگاه باید و باید شخصاً به آن بپردازد و نسبت به آن اقدام کند. عدم آگاهی صاحب کسب‌وکار از مدیریت مالی همچون رانندگی در شب بدون چراغ محسوب می‌شود و خطرناک و مشکل‌آفرین است. از طرفی در بهترین شرایط ذهن قوی مدیر بنگاه اطلاعات مالی را با ۱۵ درصد خطا حفظ می‌کند، چراکه به ذهن سپردن دقیق همه ارقام یک عدد ۸ رقمی غیرممکن است و تنها اعمال و جمع و تفریق تقریبی این اعداد در ذهن امکان‌پذیر است، از طرفی برخی آیت‌های مالی و حسابداری اصولاً در ذهن قابل‌محاسبه و نگهداری نیست، ازجمله استهلاک.

تضمین می‌کنم که استهلاک به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین پارامترهای مالی و حسابداری، از آنجا که نقد و به‌روز نیست، کمترین نقش و جایگاه و اهمیت را در ذهن و محاسبات قریب به‌اتفاق صاحبان کسب‌وکار دارد که متأسفانه یکی از اصلی‌ترین مشکلات بنگاه‌های با عمر متوسط و

بلند است و راه‌حلی نیز برای حل آن یافت نمی‌شود و مدیران ناگزیر به دست یازیدن به روش‌های دیگرند. راه‌حل این معضل تغییر نگرش کارآفرینان به مباحث مالی و حسابداری است. یک مهندس عالی به‌طور مادرزادی حسابدار یا مدیر مالی خوبی نیست و باید آن را فراگیرد و از طرف دیگر باید نگرش خود نسبت به مالیات و نهادهای سرمایه‌گذار را تغییر داده و آن‌ها را شریک و صاحب حق بداند.

۱-۳- قیمت تمام‌شده محصول یا خدمت

یکی از تبعات عدم کنترل مناسب بر حوزه مالی بنگاه، عدم محاسبه قیمت تمام‌شده واقعی محصول یا خدمت است. قیمت فروش الزاماً تحت شرایط رقابت و توسط بازار تعیین می‌شود و در موارد غیررقابتی توسط نهادهای ناظر. پس تنها ابزار مدیران برای سودآوری و موفقیت «کاهش قیمت تمام‌شده» است و این تنها در حالتی ممکن است که با کمک حسابداری دقیق و به‌روز، بهای تمام‌شده کالا یا خدمت تعیین‌شده باشد تا بتوان با ابزارهای موجود نسبت به کاهش متناسب بهای فروش همت گماشت.

۲- بازار و فروش (عرضه و تقاضا)

از دیگر دغدغه‌های صاحبان کسب‌وکار اعم از خصوصی، شبه خصوصی و دولتی، نبود بازار پایدار و رقابت شدید در بازار است. ریشه این مشکل نیز در «طرح کسب‌وکار» اولیه است. زمانی گفته می‌شد مجوزهای صادره و کارخانه‌های نصب‌شده برای تولید ماکارونی در کشور (دهه هفتاد شمسی) ظرفیتی برای تأمین نیاز ماکارونی کل منطقه (حدود ۴۰۰ میلیون نفر) را دارد و موضوع تولید ماکارونی و فرش ماشینی و ... تبدیل به لطیفه‌ای برای انبساط خاطر بود. از این معضل درس کافی گرفته نشد و ظرفیت نصب‌شده برای تولید سیمان (علیرغم امکان صدور محدود آن) چندین مرتبه بیش از نیاز کشور است و پس از آن نوبت به فولاد رسیده است. گویا این مد، هر از چند گاهی به صنعتی یا تولیدی می‌رسد و البته کسب‌وکار رستوران و فست فود و قلیان و آب‌معدنی هم در نوبت هستند. طی سال‌های اخیر (در هر دهه) تسهیلاتی نسبتاً «ارزان‌قیمت از سوی دولت برای تولید و افزایش اشتغال در نظر گرفته‌شده و همواره عده‌ای را برانگیخته است تا برای بهره‌برداری از این تسهیلات که معمولاً نرخ بهره آن کمتر از تورم بوده است اقدام به راه‌اندازی کارخانه یا کسب‌وکاری خدماتی نمایند و چون هدف اخذ تسهیلات بوده و نه راه‌اندازی کسب‌وکاری توجیه‌پذیر و سودآور (به معنای واقعی آن)، مطالعه کافی در بازار داخلی و صادراتی انجام نگرفته و تمام هم‌وغم بر تولید بوده است تا بعد از تولید به امید خدا فروخته شود و نتیجه آن شده است که با اندک تغییر در قدرت خرید مصرف‌کننده داخلی، محصول در انبارها رسوب کرده و چون در اغلب موارد، محصول تولیدی کیفیت و امکان رقابت در خارج از کشور را ندارد، اولین راه‌حل‌ها از نظر مدیران بنگاه، تسهیل شرایط فروش و فروش اقساطی و موعدی و قرعه‌کشی و ... (به عبارتی به آتش کشیدن سرمایه و برند بنگاه) بوده است که نتایج آن بر همه عیان است.

انبوه سنگ‌بری‌ها در دهه ۶۰، انبوه کارخانه‌های ماکارونی و فرش ماشینی در دهه هفتاد، انبوه کارخانه‌های سیمان در دهه ۸۰ و صف رو به تزاید واحدهای فولادی فاقد توجیه اقتصادی در دهه ۹۰، مثال‌های روشنی محسوب می‌شوند.

بیشتر در پی نیروی مناسب، مجدداً به دوستان و آشنایان یا مؤسسات کاریابی، و احیاناً ربایش نیرو از رقبا متوسل گردد. در حالی که تبیین نیاز واقعی بنگاه از حیث نیروی کار، انتخاب بر اساس شایستگی، حمایت در عین نظارت، توسعه شخصیتی و فنی و مهارتی کارکنان، متناسب با نیازهای آتی بنگاه، ضمن کاهش تنش‌ها، زمینه موفقیت و رضایت متقابل طرفین قرارداد را فراهم می‌آورد. معضل بیمه کارکنان و مسائل تأمین اجتماعی بحثی چندجانبه در حوزه مالی و حسابداری، منابع انسانی و حوادث ناشی از کار است که با آشنایی به قوانین و دستورالعمل‌ها تا حدود زیادی قابل رفع و کنترل است.

۴- استراتژی کسب‌وکار

تحولات متعدد مثبت و منفی و بسیار سریع محیط اقتصادی و رقابت شدید در بازار از ویژگی‌های کسب‌وکارها در قرن بیست و یکم است، لذا موفقیت‌های کوتاه‌مدت، به‌هیچ‌وجه موفقیت بلندمدت را تضمین نمی‌کند.

در گفتگوهای متعددی که با صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط داشته‌ام دریافتم که جز تعدادی انگشت‌شمار مابقی هیچ استراتژی و نگاه بلندمدتی به بنگاه خود و کسب‌وکاری که به آن سرگرم هستند ندارند، حتی نمی‌دانستند سه سال بعد چه خواهند کرد، چه تکنولوژی‌های جدیدی در حال عرضه در صنعت آن‌هاست، رقبای جدید و فن‌آور چه تهدیدی برای آن‌ها محسوب می‌شوند، محصولات جایگزین، رقبای خارجی جدید با قیمت‌های بسیار کمتر و مسلط به روش‌های جدید بازاریابی چه خطراتی را برای آن‌ها پیش خواهند آورد. مواد اولیه موردنیاز تولید چه سرنوشتی خواهد داشت آیا دسترسی به آن تسهیل یا دشوار خواهد شد؟ ارزان‌تر یا گران‌تر و یا نایاب‌تر می‌شود؟

متأسفانه مدیران اغلب بنگاه‌ها در ابتدا فقط در اندیشه راه‌اندازی و سپس در تلاش حفظ شرایط موجود هستند، و تنها زمانی که خدمتی شبیه «تاکسی اینترنتی» سریع‌تر و ارزان‌تر به بازار وارد می‌شود فریاد و فغان آژانس‌های کرایه اتومبیل و تاکسی‌ها به آسمان‌ها می‌رود و یا هنگامی که مجموعه‌های فولادی به جنگی بی‌رحمانه برای تهیه سنگ‌آهن وارد می‌شوند، مشخص می‌شود که استراتژی روشنی برای تأمین مواد اولیه و خام و نیمه‌خام وجود نداشته و تازه این در شرایط بسته بازار داخلی و بدون حضور آزاد رقبای خارجی است. با باز شدن بازار (که عموماً در آرزوی آن هستیم) و حذف یارانه‌های ظالمانه انرژی و ... باید انتظار «روز قیامت» را داشت. نگاهی به سرنوشت چندین کارخانه تولید و مونتاژ تلویزیون در کشور نتیجه فقدان استراتژی را روشن و ملموس می‌سازد. کارخانه‌های تولید گوشی همراه، مانیتور و البته خودروسازی‌ها بدون حمایت‌های دولتی دیگر نمونه‌ها هستند.

فقدان سیاست و استراتژی تعریف‌شده در هنگام راه‌اندازی و پس از آن در دوران فعالیت از مواردی است که به‌طور مشخص در جلسات مطرح نمی‌شود و اغلب به معلول‌های آن پرداخته می‌شود، حال آنکه این موضوع مادر بسیاری از مشکلات بنگاه‌هاست و ضروری است که صاحب هر کسب‌وکار، استراتژی خود در حوزه‌های مالی و اقتصادی، بازاریابی و فروش، صادرات، تأمین و تولید، منابع انسانی را برای خودش تعریف و تبیین کند.

نکته قابل‌ذکر آن است که محصول تولیدی عموماً «به دلیل کیفیت نامناسب، قیمت تمام‌شده بالا و بازاریابی ناصحیح بین‌المللی امکان ورود پایدار به بازارهای صادراتی را ندارد و مسئولان باید برای فروش این محصولات بعضاً» گران، کم کیفیت و بدون هدف‌گذاری برای بازارهای مشخص چاره‌اندیشی کنند. به خاطر دارم در جلسه‌ای در ساعت ۱۱ شب در جیرفت با حضور استاندار وقت و خیل بزرگی از مسئولین استانی و محلی از طرف اتاق بازرگانی شرکت داشتیم که در آن جلسه اتاق بازرگانی را مکلف می‌دانستند تا خیار تولیدی کشاورزان اجتماع‌کننده پشت درب فرمانداری جیرفت را خریداری و صادر کند!

از دیگر سو مهندس عزیز ما علاوه بر تخصص فنی، احتمالاً خود را صاحب‌نظر در گزینش استراتژی فروش، روش بازاریابی، تعیین نوع و رنگ بسته‌بندی، تعیین بازارهای هدف داخلی و خارجی و مذاکره‌کننده موفق تجاری می‌داند و حداکثر روش آزمون‌وخطا را برمی‌گزیند؛ اما به‌رروری عدم توفیق در فروش را ناشی از سیاست‌های نادرست مسئولین، رقبای ناچوار، ارتباطات بین‌المللی ضعیف کشور و ... می‌داند. غافل از این‌که باید تلاش می‌کرد چیزی را تولید کند که بازار می‌طلبد نه چیزی را که به بازار تحمیل کند که به سلیقه خودش تولید کرده و آن را می‌پسندد!

۳- منابع انسانی

از دیگر موارد تکراری در جلسات، موضوع قانون کار، عدم کیفیت نیروی انسانی و بهره‌وری پایین آن است. قانون کار در دهه ۶۰ وضع گردیده است و قاعدتاً همه کسب‌وکارهایی که بعد از آن راه‌اندازی شده است بر مبنای آن و آگاهی از مفاد آن شکل گرفته، اما آیا واقعاً همه مشکلات در حوزه منابع انسانی ناشی از قانون کار است؟

۱-۳-۱- روش جذب نیرو و شرح شغل

آن‌چه در عمل مشاهده می‌شود این است که صاحب کسب‌وکار در دوران راه‌اندازی، لاجرم به همه افراد و خیل دست‌اندرکاران فرآیند راه‌اندازی درباره جذب فرزندان و نزدیکانشان تعهداتی برای خود ایجاد می‌کند، و پس از آن نیز تحت فشار بستگان و آشنایان و مسئولین محلی، ناچار به زیر پا گذاردن استانداردها می‌شود. البته در قریب به اتفاق موارد، شرح شغل و نیازسنجی شغلی تعریف و تعیین نمی‌شود تا بر اساس نیازهای واقعی بنگاه در کوتاه و بلندمدت فرد مناسب و شایسته شناسایی و جذب شود، حداکثر مؤدب و حرف‌شنو و پرانرژی بودن اصلی‌ترین شاخص‌ها محسوب می‌گردد. حال آنکه به‌طور استاندارد پس از تشریح شغل و ویژگی‌های شخصیتی، مهارتی و علمی موردنیاز برای آن شغل اقدام به مصاحبه و جذب می‌گردد تا حداکثر تناسب بین شغل و شاغل اتفاق افتد.

۲-۳-۲- انگیزش کارکنان

اغلب فعالان اقتصادی بستن قراردادهای کوتاه‌مدت، با حداقل دستمزد ممکن را نوعی موفقیت محسوب می‌کنند و به صرفه‌جویی مالی ناشی از آن افتخار می‌نمایند، حال آنکه شاهد هستیم کارکنانی که تحت فشار بیکاری جذب شده‌اند انگیزه‌ای برای موفقیت و پیشرفت ندارند و به‌محض یافتن پیشنهادی با پایداری زمانی بیشتر و یا مبلغی بالاتر محل کار خود را ترک می‌کنند و صاحب‌کار خود را به دردسر می‌اندازند. درگیری در هیئت‌های حل اختلاف کارگری و کارفرمایی موجب می‌شود صاحب کسب‌وکار با سرخوردگی و ناراضی‌بندی و مظنون‌تر از قبل و با سختگیری

چند جوال دوز...

آنچه گذشت بخشی از ضعف‌های داخلی بنگاه‌های اقتصادی در حوزه مدیریت آن‌ها است، اما پس از این چند سوزن به خود، بی‌انصافی خواهد بود که به مشکلاتی که بازیگران سطح بالا و سیاست‌گذاران کشور با اقدامات و تصمیمات خود ایجاد می‌کنند پرداخته نشود و نقش آنان در فضای تاریک کسب‌وکار نادیده گرفته شود.

مالیات

پرداخت مالیات در طول تاریخ و در عرض جغرافیای جهان مرسوم و متداول بوده و هست و فعالان اقتصادی نیز آن را پذیرفته‌اند، اما چند نکته اساسی نارضایتی این فعالان را موجب شده است:

- بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی پیدا و پنهان که برابر با بخش بسیار بزرگی از GDP کشور است یا معاف از مالیات و یا فراری از آن هستند و به این ترتیب شرایط برابر در رقابت بین بنگاه‌ها وجود ندارد و درآمد مورد انتظار دولت و طراحان بودجه سنوالتی کشور تنها بر نیمی از درآمدها سرشکن می‌شود.

- تفسیر به رأی قوانین و آئین‌نامه‌ها و روند طولانی و سختگیری‌های بعضاً توهین‌آمیز موجب دل سردی و نارضایتی زحمت‌کشان عرصه تولید و خدمات را فراهم می‌آورد.

- نامشخص بودن محل مصرف مالیات‌های پرداختی از سوی بنگاه‌ها و نگرانی از بابت حیف‌ومیل آن انگیزه و رغبت را در پرداخت‌کنندگان مالیات کاهش می‌دهد.

سیستم بانکی

اگرچه نظام بانکی کشور با صفت «غیرریوی» متصف است، اما پرواضح است در این سیستم نگاه بانک به فعال اقتصادی، نگاه به یک شریک نیست، بلکه به قول خودشان مشتری و آن هم مشتری دست‌وپا بسته‌ای که اجازه داشتن حتی یک نسخه از قراردادش با شریک سرمایه‌گذار و یا فروشنده سرمایه را ندارد و تنها منبعی برای اخذ سود هر چه بیشتر از طریق فرمول‌های مختلف و پیچیده حتی به قیمت حذف و ورشکستگی‌اش محسوب می‌شود.

محیط اقتصادی

ناپایداری شرایط اقتصادی (نابسامانی در سیستم مالی و پولی کشور) و همواره قرار داشتن در «برهه حساس کنونی» امکان برنامه‌ریزی بلندمدت، جذب شریک و سرمایه‌گذار داخلی یا خارجی را از کارآفرینان سلب می‌کند و آن‌ها را به روزمرگی دچار می‌کند.

گاهی یک سخنرانی، مصاحبه و ... طومار چندین ماه برنامه‌ریزی را در چند دقیقه درهم می‌پیچد. تغییرات مداوم و لحظه‌ای آئین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها و علاوه بر آن تفسیر متفاوت یک ماده یا تبصره در دو استان، یا دو شهر یا دو اتاق در یک اداره سردرگمی و خستگی صاحبان کسب‌وکار را موجب شده است.

هر دو سال با فرارسیدن زمان انتخابات مجلس یا ریاست جمهوری، حداقل برای چندین ماه فعالیت‌ها و برنامه‌ریزی‌ها تا پس از انتخابات متوقف و موقوف به اعلام نتایج آن می‌شود که آن نیز سلسله بی‌پایان تغییرات استانی و محلی را در پی دارد.

این بلاکلیفی اقتصادی ناشی از ناپایداری و تعدد مراکز تصمیم‌گیری و تأثیرگذار بر حوزه کسب‌وکار و اقتصاد است که باید ریشه آن را در معضلات

سیاسی و رانته‌های اقتصادی جستجو کرد.

ارتباطات بین‌المللی

یکی از مهم‌ترین مشکلات در بخش صادرات محصولات و خدمات عدم ارتباطات و مناسبات خارجی مؤثر و مفید کشور است. کشور، تقریباً در هیچ معاهده و پیمان تجاری قوی و تأثیرگذاری حضور ندارد، حال آنکه ۹۷ درصد کشورهای جهان با عضویت در سازمان تجارت جهانی (WTO) ضمن برداشتن تعرفه‌ها، روابط تجاری فی‌مابین خود را بسیار آسان و سریع کرده‌اند و ۹۷ درصد تجارت جهان را بین خود صورت می‌دهند. اما ایران با پتانسیل بسیار بالا در مواد اولیه و منابع طبیعی، پشت دیوار بلند تعرفه‌ها و مقررات سخت‌گیرانه برای کشورهای غیر عضو WTO متوقف‌شده است.

برای اغلب بازارهای هدف محصولات صادراتی، حتی اخذ ویزا به‌عنوان ابتدایی‌ترین اقدام تجاری برای حضور در نمایشگاه یا بازدید و ملاقات، غیرممکن یا بسیار دشوار است و اغلب بازرگانان با ویزای توریستی امکان حضور در بازارهای هدف را پیدا می‌کنند.

قانون کار

شنیده شده است یکی از تهیه‌کنندگان پیش‌نویس قانون کار که هم‌اکنون نیز در مجلس شورای اسلامی حضور دارد، در جلسه‌ای خصوصی اظهار داشته است که اگر فعالان اقتصادی و حتی کارگران می‌دانستند که این پیش‌نویس توسط من و دو تن از دوستانم در خانه کارگر تهیه‌شده است همین امروز ما را بر دار می‌کشیدند. علیرغم شعارهای دهه ۶۰ مبنی بر مرفی بودن قانون کار، کاملاً واضح است که این قانون فاقد جامعیت، مانعیت و آینده‌نگری است و جالب آنکه هیچ‌یک از طیف‌های سیاسی از هول شانتناژ و بهره‌برداری رقیب سیاسی جرأت حتی طرح پیشنهاد بازنگاری در آن را ندارند. درواقع این قانون نه به نفع کارفرما و نه کارگر و نه اقتصاد کشور است؛ و تا اصلاح جدی در آن صورت نگیرد نمی‌توان به افزایش بهره‌وری نیروی کار امیدوار بود.

نظام آموزشی مدرک‌گرا

متأسفانه اغلب فارغ‌التحصیلان مدارس و دانشگاه‌ها فاقد ابتدایی‌ترین توانایی‌ها و قابلیت‌ها برای جذب در بازار کار هستند. این عزیزان حتی توانایی حضور مؤثر در مصاحبه استخدامی و تدوین رزومه خود را ندارند چه رسد به این‌که بتوانند در محیط کار از عهده وظایف محوله برآیند و این تازه در حالی است که از حیث تخصص کمبودی نداشته باشند که در این خصوص نیز متأسفانه کاستی‌ها فراوان است.

کارآفرین یا صاحب کسب‌وکار از کجا و چگونه کارکنان موردنیاز خود را شناسایی، ارزیابی و جذب کند درحالی‌که انبوه بیکاران آماده جذب، سرد و گرم نچشیده و فاقد تجربه کاری، ناتوان در برقراری ارتباط کاری مؤثر، فاقد اعتمادبه‌نفس و یا درگیر خودبزرگ‌بینی افراطی هستند. این لطمه بزرگی است که نظام آموزشی کشور به جوانان جامعه از یک سو و اقتصاد کشور از سوی دیگر می‌زند و بخش خصوصی جور آن را می‌کشد.

امید است با آگاهی بیشتر بخش خصوصی و تغییر نگرش آن نسبت به مدیریت علمی کسب‌وکار از طرفی و عزم جدی سیاستگذاران کلان بخش خصوصی و دولتی برای بهبود شرایط اقتصادی کشور و اصلاح اساسی فضای کسب‌وکار شاهد شکوفایی استعدادهای انسانی و طبیعی ایران عزیز باشیم. به امید آن روز. ●

< علیرضا شکیباییاستاد اقتصاد دانشگاه
شهید باهنر کرمان

نوسانات ارزی کشور در چند دهه اخیر و واکنش‌ها و سیاست‌های اقتصادی مقامات کشور حاکی از آماده نبودن یا عدم شناخت از اقتصاد ایران به‌ویژه در حوزه تجارت خارجی است. اگر چه خروج ترامپ از برجام منجر به نوسانات و شوک در اقتصاد ایران شده است که خارج از کنترل مقامات ایران است، اما دستپاچگی و عدم توجه به تجربیات سال‌های دور و نزدیک از تحریم‌ها، بی‌ثباتی در اقتصاد ایران را فراهم کرد که آسیب‌های آن به‌سادگی قابل ترمیم نیست. واقعیت‌های اقتصادی از جمله رشد نقدینگی و عدم هدایت آن در فعالیتهای مولد در چند سال گذشته، قهر دولت با بخش مسکن به‌عنوان یک بخش مولد، پایین نگه‌داشتن نرخ تورم بدون این‌که بهره‌وری افزایش پیدا کرده باشد، رشد هزینه‌های دولت و ... همگی خبر از بحران در اقتصاد ایران را می‌داد. خروج ترامپ از برجام این بحران نهفته را آشکار کرد. در یک سال گذشته قطع ثبت سفارش خودرو به‌دفعات، افزایش تعرفه واردات خودرو، عدم فروش خودرو در سه‌ماهه اول سال ۹۷ توسط خودروسازان بزرگ، اعلام جایگزین کردن سایر ارزها به‌جای دلار در معاملات و تجارت خارجی و ... همگی حاکی از آماده نبودن اقتصاد ایران در برابر شوک‌های خارجی بود. پس از افزایش نرخ دلار با دستپاچگی نرخ دستوری ۴۲۰۰ تومانی اعلام شد و کمتر از یک هفته مشکلات متعدد برای واردات و صادرات آشکار و هرج‌ومرج در ثبت سفارش واردات و نحوه ورود ارز صادراتی و به‌تبع آن قیمت‌ها در بازار داخلی که همچنان ادامه دارد، بروز کرد. این هرج‌ومرج زمینه برخورد امنیتی و قضایی با فعالان بازار را فراهم کرده که خود به‌جای حل مشکل، مشکلات را دوچندان خواهد کرد.

در حوزه تجارت خارجی و صادرات از گذشته، درس عبرت نگرفته‌ایم. در سال ۱۳۷۱ پس از نوسانات شدید ارزی، برای مدیریت ارز قانون‌گذار «پیمان سپاری ارزی» را به اجرا گذاشت. در این پیمان، صادرکننده موظف بود ارز ناشی از صادرات خود را با نرخ مصوب، در زمان معین به بانک مرکزی تحویل و معادل ریالی آن را دریافت کند. این مسئله باعث شد که پدیده «کم‌نمایی صادرات»، «زیاده‌نمایی واردات»، «تقسیم چند نرخ ارز» و شروع «پدیده قاچاق» را شاهد باشیم. چندین سال طول کشید تا مقامات به‌اشتباه بودن این تصمیم واقف شدند و پیمان سپاری را لغو کردند. متأسفانه این روش با اسامی دیگری توسط ستاد اقتصادی دولت و بانک مرکزی مجدداً احیا و تلاش می‌شود عملیاتی شود. وظیفه همه این است که هشدار لازم داده شود.

در پایان دو تجربه را یادآوری می‌کنم: اول در طول ۴۰ سال گذشته هرگاه لنگر ارز آگاهانه یا از سر اجبار رها شده است، رشد اقتصادی برای دو سال پس از آن منتفی شده است و به‌احتمال زیاد سال‌های ۱۳۹۷ و ۹۸ هم رشد اقتصادی منفی می‌شود. هم این‌که افزایش صادرات و توازن در تجارت خارجی در دوران‌هایی بوده است که ثبات نرخ ارز یا افزایش ملایم آن را داشته‌ایم، لذا با کاهش شدید ارزش پول ملی نه‌تنها صادرات تقویت نخواهد شد بلکه مشکلات صادرات و صادرکنندگان و تولیدکنندگان بیشتر هم خواهد گردید. ●





تورم و نرخ سود سپرده بانکی

< حسن امیری

دبیر کل اتاق بازرگانی کرمان



برای سرمایه‌گذاری خارجی و نرخ پایین پس‌انداز و سرمایه‌گذاری در کشور اهمیت دوچندان دارد، به این دلیل بایستی راه‌کارهای مناسبی در تعیین نرخ سود سپرده‌های بانکی اتخاذ نمود که از خروج سرمایه‌ها جلوگیری و سرمایه‌های معطل و راکد را به سمت سیستم بانکی هدایت نماید. از سویی دارایی‌های ثابت در مقابل تورم مصون از ریسک می‌باشند، اما این موضوع در مقابل دارایی‌های مالی صدق نمی‌کند این امر موجب کاهش دارایی‌های مالی و گسترش دارایی‌های ثابت در جامعه شده است و از آنجا که بانک‌ها نقش تأمین نقدینگی کوتاه‌مدت و بلندمدت بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی را به عهده‌دارند (بانک محور بودن اقتصاد کشور) کاهش دارایی‌های مالی در قبال دارایی‌های ثابت به دلیل عدم تکاپوی نرخ سود اسمی در مقابل نرخ تورم مشکلاتی در زمینه تأمین نقدینگی، خروج سرمایه

به‌طورکلی می‌توان سرمایه‌گذاری را به دو بخش سرمایه‌گذاری مالی و سرمایه‌گذاری در دارایی‌های ثابت تقسیم نمود. بخش مسکن نمونه‌ای از دارایی‌های ثابت و سیستم بانکی و بازار بورس نمونه‌ای از سرمایه‌گذاری‌های مالی است. به همین لحاظ یکی از اهداف ضمنی در انجام سرمایه‌گذاری، محافظت از سرمایه در مقابل تورم است؛ بنابراین توجه به تورم در انتخاب نوع سرمایه‌گذاری بسیار مهم است. در کشور ما بخش قابل‌توجهی از دارایی‌های مالی در قالب سیستم بانکی به‌صورت سپرده‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت سرمایه‌گذاری می‌شود که مردم با وکالت به شبکه بانکی اجازه ورود سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تولیدی را به بانک‌ها می‌دهند. از روی دیگر نقش منحصربه‌فرد سیستم بانکی در جذب سپرده، تأمین و تجهیز منابع مالی به دلیل فقدان بازارهای مالی متنوع، بسته‌های نامناسب

۹۲ نرخ سود بانکی در اختیار بانکها قرار گرفت که رقمی بین ۷ تا ۲۱ درصد بود؛ البته این نرخ‌ها در بانکها اجرایی نشد و در نتیجه رقابت مخرب بانکها، در زمان به اوج رسیدن فعالیت موسسه‌های اعتباری غیرمجاز، بعضاً به بیش از ۳۰ درصد نیز رسید. در این فاصله تورم نیز روند رو به رشدی را طی کرد و تا بیش از ۳۵ درصد هم پیش رفت.

از سال ۱۳۹۳ مدیریت و کاهش نرخ سود بانکی در دستور کار بانک مرکزی قرار گرفت و از این رو در راستای متناسب‌سازی با نرخ تورم که در مسیر کاهش قرار گرفته بود نرخ سود سپرده‌های بلندمدت به ۲۲ درصد کاهش پیدا کرد و کوتاه‌مدت نیز به ۱۰ درصد تقلیل یافت، در سال ۹۴ کاهش سود بانکی مجدداً اتفاق افتاد که یک‌بار به ۲۰ و مجدداً به ۱۸ درصد رسید. در این مدت با توجه به شرایط نامناسبی که از قبل بر شبکه بانکی حکم‌فرما بود، زمینه‌ی مناسب برای کاهش نرخ سود سپرده‌ها فراهم نشد و انحراف بانکها از نرخ‌های مصوب بسیار مشهود بود.

اما در سال ۱۳۹۵ بار دیگر نرخ سود بانکی کاهش پیدا کرده و به ۱۵ درصد رسید که به‌ظاهر تاکنون تغییر پیدا نکرده، اما در این فاصله با توجه به این‌که بعد از مدتی بانکها دچار انحراف از نرخ‌های مصوب شدند بانک مرکزی اعلام کرد که در حال مهیا کردن زمینه‌های لازم برای اجرای نرخ سود بانکی است. بر این اساس ساماندهی مؤسسات اعتباری غیرمجاز، ایجاد راهکارهایی برای کاهش اضافه برداشت بانکها و ساماندهی نرخ سود در خودروسازها و همچنین ایجاد فضا برای تأمین نقدینگی بانکها از جمله مسائلی بود که بانک مرکزی اعتقاد داشت آن‌ها را انجام داده تا بتواند فضای مناسبی نرخ سود را کاهش داده و بانکها را مقید به انجام آن نمایند و از این رو بانک مرکزی در شهریور ۹۵ طی دستورالعملی بانکها را مکلف کرد تا نرخ سود را به ۱۵ درصد کاهش دهند؛ گرچه تاکنون نرخ سود رسماً همان ۱۵ درصد باقی‌مانده است، اما در بهمن‌ماه سال گذشته و در جریان نوسان سازی ارزی بانک مرکزی برای جذب نقدینگی به مدت دو هفته اوراق گواهی سپرده با نرخ ۲۰ درصد را منتشر کرد که در این مدت با فروش ۲۴۰ هزار میلیارد تومانی نه تنها منبع مهمی جذب نشد، بلکه عمدتاً سپرده‌های قدیمی نیز از ۱۵ درصد به ۲۰ درصد تبدیل شد که هزینه‌ای حدود ۱۲ هزار میلیارد برای بانکها در پی داشت.

حال، با توجه به ثابت بودن نرخ سود سپرده بانکی (البته رسماً) و تورم مهارگسیخته‌ای که روزانه مشهود است، تکلیف بانک مرکزی و دولت چیست؟ این سؤالی است که باید با تعمق و اتخاذ راهکارهای مناسب همراه با کارشناسی و در نظر گرفتن جمیع جهات با توجه به شرایط کنونی مملکت به آن جواب داد.

منابع:

- بهرامی راد، دومان و کمیجانی، اکبر (۱۳۷۲)، آزمون رابطه بلندمدت بین نرخ سود بانکی و نرخ تورم، مجله تحقیقات اصولی
- براستون ویلیام اچ، (۱۳۷۲)، اقتصاد کلان، ترجمه عباس شاکری
- فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی مهر ۹۴

و حتی نرخ بازدهی سرمایه‌گذاری به وجود می‌آورد.

سطح پس‌انداز در یک جامعه در فرایند رشد و توسعه اقتصادی اهمیت بسزایی دارد و در بلندمدت زمینه‌ساز توسعه ظرفیت‌های تولیدی یک اقتصاد است؛ زیرا پس‌انداز اصلی‌ترین منبع تأمین سرمایه‌گذاری است و مهم‌ترین راه جمع‌آوری آن، سپرده‌های بانکی است. اگر نرخ تورم بالا باشد، آثار نامطلوبی بر ثبات اقتصادی به‌ویژه نرخ سود سپرده‌ها داشته و منجر به کاهش نرخ پس‌انداز می‌گردد، نرخ پس‌انداز پایین نیز باعث افزایش نرخ تورم می‌گردد. در چنین شرایطی برای دستیابی به اهداف اقتصاد کلان، سیاست‌های پولی با کمک شبکه بانکی می‌تواند بیشترین نقش را ایفا نماید. بانکها زمانی قادرند این نقش را به‌طور مؤثر ایفا نمایند که از منابع مالی بیشتری برخوردار باشند. در کنار این موارد می‌بایست به دستوری بودن نرخ سود سپرده‌های بانکی که بدون کار کارشناسی انجام می‌شود نیز توجه داشت.

طی بیش از ۳۰ سال گذشته باوجود این‌که در مواقعی نرخ سود بانکی در مقابل تورم منفی بوده، اما در مجموع هیچ‌گاه مشتریان شبکه بانکی در سرمایه‌گذاری مدت‌دار خود سود کمتر از هشت درصد دریافت نکرده‌اند. این نرخ در بازه‌های زمانی تا بیش از ۳۰ درصد نیز پیش رفته است. نرخ سود بانکی همواره عاملی جذاب برای کشاندن سرمایه‌های مردم به سمت بانکها بوده و هرزمانی که به سایر بخش‌ها و بازارها چربش داشته، به‌طور حتم یکی از انتخاب‌های اصلی مردم برای سرمایه‌گذاری، بانکها بوده است. تعیین نرخ سود بانکی خود عاملی است که اغلب توافق‌چندانی در مورد آن وجود نداشته و روال به این منوال نبوده که بازار بانکی تعیین‌کننده آن باشد بلکه مواقع بسیاری پیش‌آمده که به صورت دستوری تعیین‌شده و با ابلاغ بانک مرکزی، بانکها ملزم به اجرای آن بوده‌اند و بسته به این‌که شرایط برای اجرا مهیا بوده یا خیر بانکها نیز به آن تن داده‌اند.

گذری بر تغییرات نرخ سود سپرده بانکی از سال ۱۳۹۳ نشان می‌دهد که در این مدت نرخ سود همواره بیشتر از هشت درصد بوده و عمده نرخ‌های آن به دهه ۹۰ برمی‌گردد که در رقابت مخرب بانکها تا بیش از ۳۰ درصد نیز پیش رفت، در این بین جریانات تغییرات تورم عامل مهمی در تغییر نرخ سود بانکی محسوب می‌شود، چون نرخ سود بایستی متناسب با نرخ تورم باشد. در فاصله سال‌های ۱۳۶۸-۱۳۶۳ یعنی در دوره‌ای که نرخ تورم از ۱۰/۴ تا ۳۰ درصد پیش رفت و در سال آخر به ۱۸ درصد کاهش پیدا کرد، نرخ سود کوتاه‌مدت بین ۶/۲ تا ۷ درصد و نرخ سود بلند مدت (یک سال به بالا) بین ۸ تا ۹ درصد متغیر بود یعنی باوجود این‌که نرخ تورم تا ۳۰ درصد هم پیش رفته اما نرخ سود بانکی از ۹ درصد تجاوز نکرده و به‌نوعی سود منفی بوده است.

از سال ۱۳۶۹ تا ۱۳۸۹ دوره‌ای است که در آن نرخ سود بانکی برای دوره‌های یک‌ساله تا پنج‌ساله تقسیم می‌شد و در همین دوره نرخ تورم نوسانات متفاوتی داشت و در برهه‌ای به ۵۰ درصد نیز رسید و در زمان ورود به سال ۱۳۸۹ به ۱۰ درصد هم کاهش پیدا کرد، نرخ سود در این مدت در بانکها بین ۹ تا ۱۹ درصد بود. بین سال‌های ۹۰ تا

کارآفرینی به زبان ساده

رؤیا اسدی

کارآفرین، رئیس هیئت‌مدیره
شرکت داتیس‌پرداز کویر



۳. چه راهکارهایی برای توسعه کارآفرینی و تقویت اکوسیستم کارآفرینی استان کرمان پیشنهاد می‌شود؟

در بستر کنونی کشور، هنوز واژه‌ها مفاهیم اصلی خود را پیدا نکرده‌اند. کارآفرینی در لغت به معنای «متعهد شدن» می‌باشد که ریشه‌اش از واژه‌های فرانسوی (Entrepreneur) می‌باشد. کارآفرینی (Entrepreneurship) به زبان ساده ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکاری است که با مخاطره پذیری همراه می‌باشد و کارآفرین (Entrepreneur) به معنای فردی است که این مخاطرات را می‌پذیرد. کارآفرین، شخصی است که کسب‌وکار یا مؤسسه اقتصادی را سازمان‌دهی و مدیریت کرده و خطرات ناشی از آن را می‌پذیرد. لذا کارآفرین از ویژگی‌های رفتاری خاصی برخوردار است که شناسایی آن‌ها راه را برای توسعه منطقه‌ای و رهایی از اقتصاد وابسته باز می‌کند. کارآفرین، ایجادکننده‌ی یک چیز ارزشمند از هیچ است، بنابراین کارآفرین، کسی است که دارای قدرت درک بالا می‌باشد و توان پیدا کردن خلأها و فرصت‌ها را دارد و می‌تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید (کالا یا خدمت) اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ نماید. کارآفرینی، با طی کردن سه‌گام قابل تحقق است:

۱. خلق یا کشف فرصت: در این مرحله، کارآفرین، یا فرصت را کشف می‌کند و در دریای متلاطم اقتصادی می‌تواند کاشف فرصت باشد، یا با تحلیل مناسب وضعیت موجود، به خلق کسب‌وکار می‌پردازد و خالق فرصت می‌شود.

۲. ارزیابی فرصت: در این مرحله، خالق یا کاشف فرصت‌های ارزش‌آفرین، باید به ارزیابی ایده خود بپردازد و نتیجه‌ی شکست یا پذیرش ایده را ابتدا برای خود مشخص کند.

جلسه پشت‌جلسه، خستگی پشت‌خستگی، چشمان خواب‌آلوده و زمان‌هایی که بی‌هدف می‌گذرد تا شاید گامی در جهت توسعه اشتغال و رفاه حال جامعه برداشته شود. جلساتی که بی‌درنگ برگزار می‌شود، سپس فوریت آن جهت توسعه به نام کارآفرینی اعلام می‌گردد و در نهایت خروجی آن، مصوباتی است که درگیر فرآیندهای اتمام ناپذیر دولتی می‌شود. «کارآفرینی به زبان ساده» بیشتر شبیه دل‌نوشته‌ای می‌باشد که حاصل رویارویی با مکانیزم‌های موجود و خروجی‌های غیرموثر از طریق سیستم‌های نامشخص و مبهم در سال‌های اخیر است، باشد که در تصمیم‌گیری و تغییر دیدگاه فعلی به‌سوی دیدگاه کارآفرینانه مؤثر گردد. کارآفرینی از لحاظ علمی به معنای خلق ارزش از هیچ می‌باشد. با این تصور که چه اقدامی انجام دهیم و چه فعالیتی در فضای کسب‌وکار حاضر صورت پذیرد تا به کسب درآمد برسیم. یکی از مهم‌ترین پیش‌واژه‌های کارآفرینی «نیاز» می‌باشد. تا زمانی که نیازی در بستر اقتصادی احساس نشود، هیچ‌گاه کارآفرینی مفهوم نمی‌یابد. کشورهای توسعه‌یافته کنونی، سال‌های گذشته به این رویکرد دست یافته‌اند و رشد سریع اقتصادی در کشورهای مستقل، علاوه بر تخصیص صحیح منابع، به دلیل بهره‌برداری از پتانسیل‌های موجود و فرصت‌های مناسب سرمایه‌گذاری، توجه به نوآوری و رشد فرهنگ کسب‌وکار می‌باشد. اما سه سؤال مهم در بستر کنونی مطرح می‌شود که در انتهای مطلب به شرح سادگی آن می‌پردازیم:

۱. چرا باوجود تمام کوشش‌های دولت در ترویج کارآفرینی، هیچ تغییری در ایجاد توسعه پایدار و رشد اقتصادی احساس نمی‌شود؟
۲. چرا نیاز داریم که معنای کارآفرینی را بارها تکرار کنیم؟

یک‌باره قرار می‌گیرد. یکی از مسائلی که در اکوسیستم کارآفرینی استان کرمان مطرح می‌شود، عدم تبیین نقش اجزای اکوسیستم کارآفرینی می‌باشد. به زبان ساده، هر ارگان باید نقش خود را ابتدا در اکوسیستم کارآفرینی بر پایه‌ای کاملاً علمی شناسایی کند تا بتواند با هدفی مشخص در جهت اهداف کارآفرینی گام بردارد.

کارآفرینان در اکوسیستم کارآفرینی اهمیت ویژه‌ای دارند و قلب اکوسیستم کارآفرینی می‌باشند. لذا توجه به کارآفرینان و استفاده از تجارب آن‌ها یکی از مؤثرترین راه‌ها برای تقویت اکوسیستم کارآفرینی است. در حال حاضر در فضای کسب‌وکار کنونی، کارآفرینان سعی می‌کنند به تعبیر آیزنبرگ، در سایه حرکت کنند، شناسایی نشوند و از مرکز توجه بودن به دلیل سنگ‌اندازی‌های مکرر به دور باشند. اما از سوی دیگر، دولت و ارگان حامی کارآفرینان به دلایل و اهداف متفاوت سعی در شناسایی کارآفرینان دارند. یکی از دلایل مهمی که وجود دارد کمک به کارآفرینان در جهت بهبود فضای کسب‌وکار می‌باشد. طی دو سال گذشته با تلاش برخی مدیران استان این گام برداشته شده است و شاهد تغییرات هرچند اندک اما محسوس در موانع پیش روی کارآفرینان و فعالان اقتصادی بوده‌ایم. لذا ارگان‌هایی که در این مسیر قدم برداشته‌اند به‌صورت همگرا با هدف اصلی اکوسیستم کارآفرینی پیش رفته‌اند و پژوهش‌های آتی در زمینه اکوسیستم کارآفرینی جزو ابتدایی‌ترین ملزوماتی می‌باشد که هر ارگان در شرح وظایف پیش روی خود باید بگنجانند. ضمن این‌که ارگان‌ها و سایر اجزای اکوسیستم کارآفرینی باید بدانند که نقش آن‌ها در چه حوزه‌ای از اکوسیستم تعریف شده است و چگونه می‌توانند با همکاری در هدف، به‌سمت توسعه پایدار منطقه گام بردارند. یکی از مهم‌ترین مواردی که معمولاً از نظر دور نگه‌داشته می‌شود، لزوم وجود «دیدگاه کارآفرینانه» می‌باشد. دیدگاه کارآفرینانه مستقیماً به فرهنگ کارآفرینی مربوط است و اگر این فرهنگ در لایه‌های اجزای اکوسیستم وجود نداشته باشد، مسیر دشوار پیش رو، به‌کندی حرکت می‌کند. اما با آموزش به متولیان این امر و مروجان فرهنگ کارآفرینی می‌توان به توسعه کارآفرینی منطقه سرعت بخشید و اکوسیستم کارآفرینی را تقویت کرد. منظور از دیدگاه کارآفرینانه، دیدگاهی است که تصمیم‌گیرندگان توسعه در استان در مسیر اهداف کارآفرینانه دارند که اگر این دیدگاه، منطبق بر هدف اصلی اکوسیستم کارآفرینی باشد، مسیر دستیابی به توسعه پایدار، تسهیل می‌گردد. ریشه‌ی دیدگاه موجود در حوزه کار و کارآفرینی در کشور، به سال‌های گذشته برمی‌گردد. به زمانی که رفاه در استخدام دستگاه‌های دولتی بود و «بشتم‌زنشینی»، از آرزوهای هر جوانی بود. اما این رویکرد در عصر حاضر پاسخگوی نیاز اقتصادی فعلی نیست. چراکه در حال حاضر ارگان‌هایی که ادعای سهم اشتغال در توسعه کارآفرینی را دارند، خود، شاهد اتلاف انرژی و زمان زیادی از منابع انسانی شاغل در نهادشان هستند که اگر شاخص‌های رفتاری کارآفرینی را داشته باشند، می‌توانند به کارآفرینان سازمانی تبدیل شوند و عامل بهره‌وری در سازمان مربوطه باشند، اما اکثر تصمیم‌گیرندگان که در شرایط فعلی، علاقه به توسعه کارآفرینی دارند، متأسفانه خود، استخدام ارگان‌ها و نهادها اعم از خصوصی و دولتی می‌باشند و این امر تا زمانی که مجری یک هدف، راه طولانی کارآفرینی را طی نکرده

۳. گام نهایی بهره‌برداری از فرصت‌های ارزیابی شده می‌باشد. اگر فردی سه‌گام را با موفقیت طی کرد و به درآمد رسید، می‌توان او را کارآفرین نامید. کارآفرین به زبان ساده، فردی است که بدون وابستگی و با فکر و ایده، به توان اجرایی و عملیاتی رسیده باشد و قادر باشد کسب‌وکار خود را اداره کند و سبب‌ساز اشتغال شود. اشتغال‌زایی در باور عمومی با کارآفرینی به یک معنا شناخته می‌شود اما در عمل و از لحاظ علمی، اشتغال‌زایی فقط یکی از ابعاد منتج از کارآفرینی می‌باشد. کارآفرینی مانند هر علم دیگر از زمان ورود به کشور، مراحل طی کرده و به سه رویکرد تقسیم می‌شود: ابتدا واژه کارآفرینی با رویکرد خطی آغاز می‌شود که با آموزش انجام می‌پذیرد. دومین رویکرد، سیستمی بود که با نام بهبود فضای کسب‌وکار شناخته می‌شود و اکنون بر اساس پژوهش‌ها رویکرد اکوسیستمی در مناطقی که توسعه کارآفرینی مهم است، تأثیرگذارترین رویکرد می‌باشد. به بیان ساده‌تر، کارآفرینی، زمانی می‌تواند جایگاه خود را حفظ کند و دستخوش بازی‌های ناخوشایند امروزه نشود که بتوان ابتدا مفهوم واقعی را برای تصمیم‌گیرنده‌های منابع و افراد دلسوزی که حرف و عملشان یکی باشد و واقعاً بخواهند در جهت حفظ منزلت کارآفرینان گام بردارند، روشن شود. یکی از مهم‌ترین سؤالاتی که در این آشفتگی فضای کسب‌وکار و عدم ثبات اقتصادی مطرح می‌شود این است که آیا واقعاً کارآفرینی می‌تواند راهگشای تمامی مشکلات اقتصادی و اشتغال افراد بیکار شود؟ قطعاً خیر. این پاسخ از لحاظ علمی صحیح نیست و بستگی به پارامترهای مختلف محیطی دارد. اما از لحاظ فقر فرهنگی حاضر در فضای کنونی، صحیح می‌باشد. یکی از نمودهای فقر فرهنگی کسب‌وکار به این معناست که رویکرد کارآفرینی، واژه‌ای زیبا برای تمامی ارگان‌ها و نهادهایی می‌باشد که باید در یک بازه زمانی مشخص، گزارشی را با موضوع کارآفرینی به نهاد بالادستی خود در راستای توسعه کارآفرینی و یا هر واژه زینبندگی که در این حوزه سبب بالا بردن نام ارگان اعم از خصوصی و دولتی باشد بدهند. اما آیا این کفایت می‌کند؟ تا کجا می‌توانیم توسعه را از این طریق پیش ببریم و نتیجه بگیریم؟ آیا افرادی که با نیت صحیح و رفع مشکلات بیکاری قدم در این خط می‌گذارند می‌توانند بدون درک صحیح از مقصود کارآفرینی در توسعه آن گام بردارند؟ در حال حاضر تنها اهمیتی که به کارآفرینان داده می‌شود دعوت یک روز در سال از سوی نهادهای متعددی است که با تقدیر از کارآفرینان برتر در روز ملی کارآفرینی انجام می‌گیرد. همین امر سال‌های سال تکرار می‌شود بدون آنکه بدانیم کسب‌وکاری که در این رتبه‌بندی قرار می‌گیرد آیا شاخص‌های واقعی کارآفرینی را دارا می‌باشد؟ آیا نوآوری در کسب‌وکارش وجود داشته است؟ آیا این نوآوری در محصول (کالا - خدمت) سبب بهره‌وری و اشتغال‌زایی و سایر شاخص‌های کارآفرینانه گردیده است؟ اولین گام کارآفرینی، در ابتدایی‌ترین تعریف آن، خلق ارزش از طریق نوآوری است. لذا وقتی از علم نو، نوآوری و دانش سخن به میان می‌آید، کارآفرینی نمود پیدا می‌کند تا جایی که از واژه «نوآفرینی» در برخی محافل کارآفرینی به‌جای واژه کارآفرینی استفاده می‌شود. اما یکی از ضعف‌های اساسی در تعریف موجود فضای کسب‌وکار این است که عموماً دانش‌بنیان بودن از کارآفرینی منفک می‌شود و طرز نگاهمان به واژه‌ها دستخوش تغییرات



باشد، مسلماً نمی‌تواند سختی‌های مسیر کارآفرینی را درک کند. بدین دلیل، هدف اصلی تصمیم‌گیرندگان توسعه در کشور از مسیر دستیابی به اهداف کارآفرینی کمی دور می‌باشد. پس جمله زیبا و معروف آلبرت اینشتین در ذهن نقش می‌بندد که می‌گوید: «ما نمی‌توانیم مشکلاتمان را با همان تفکری که آن‌ها را به وجود آورده‌ایم حل کنیم.» کارآفرینی، در هر حوزه‌ای تعاریف متعددی دارد که در این بحث نمی‌گنجد. لذا با توجه به موارد ذکرشده که فقط گوشه بسیار کوچکی از دنیای کارآفرینی می‌باشد، پاسخ به سه سؤال مهم که طرح گردید، واضح و آشکار است.

۱. دولت در توسعه کارآفرینی تلاش بسیاری می‌کند اما توسعه پایدار در بیشتر مناطق حتی ایجاد نشده است. کوچک و بزرگ شدن دولت و افزایش توان خصوصی درست است که اثر بسیاری در بهبود فضای کسب‌وکار خواهد داشت، اما تا زمانی که نهادهای تصمیم‌گیرنده بدون دیدگاه کارآفرینانه، به تخصیص ناصحیح منابع اقدام ورزند، نمی‌توانند راه را برای توسعه کارآفرینی هموار کنند. به سخن دیگر، دولت و نهادهای دولتی، به دلیل ماهیت ساختاری خود در اکوسیستم کارآفرینی، نقش پررنگی را ایفا نمی‌کنند و تنها تسهیلگر قوانین و موانع پیش‌روی کارآفرینان می‌باشند. ضمن آن‌که رویکرد PPP (مشارکت بخش عمومی و بخش دولتی) که از رویکردهای نوین در حوزه کارآفرینی است، در حال حاضر می‌تواند پاسخگوی چاره‌های زیادی در اکوسیستم کارآفرینی و نقش ارکان دولتی و خصوصی باشد. ۲. با توجه به این‌که کارآفرینی در حوزه‌های متفاوت بررسی می‌شود

و در هر حوزه‌ای با دید جدیدی از دریچه‌ای نوین به آن نگریسته می‌شود، افراد متفاوت در تعاریف متعدد دچار مشکل می‌باشند. لذا کارآفرینی به زبان ساده در هر حوزه‌ای، ارزش‌آفرینی از هیچ است. پس هر فردی در محیط کسب‌وکار خود، با توجه به این تعریف ساده، می‌تواند کارآفرینی را حتی با کوچک‌ترین ایده‌ای که در ذهن دارد و فکر می‌کند بی‌اهمیت یا کم‌اهمیت است، شروع کرده و باعث ایجاد تغییر به‌سوی بهبود فضای کسب‌وکار خود شود. لذا مفاهیم کارآفرینی آن‌قدر باید تکرار گردد تا معنای دقیق و واقعی آن در حوزه تخصصی خود مشخص شود و سپس راهکارها جهت توسعه نگاشته و نقشه‌ی راه کارآفرینی تدوین گردد.

۳. با توجه به اینکه اکوسیستم کارآفرینی در هر منطقه متفاوت است، ابتدا باید پتانسیل‌های استان کرمان در جهت توسعه کارآفرینی و ایجاد توسعه پایدار بررسی گردد و اجزای اکوسیستم کارآفرینی شناخته شوند. از سوی دیگر با توجه به اهمیت آگاهی از نقش اجزای اکوسیستم و تأثیری که در توسعه کارآفرینی ایفا می‌کنند باید از طریق آموزش به مدیران اصلی ارکان اکوسیستم، بر اساس هدف اصلی اکوسیستم و شرح وظایف موجود سازمان مربوطه، شفاف‌سازی صورت گیرد و سپس با همکاری در هدف نهایی که توسعه پایدار در منطقه می‌باشد، اکوسیستم کارآفرینی استان کرمان تقویت شود. ●

کارآفرین، شخصی است که کسب‌وکار یا مؤسسه اقتصادی را سازمان‌دهی و مدیریت کرده و خطرات ناشی از آن را می‌پذیرد. لذا کارآفرین از ویژگی‌های رفتاری خاصی برخوردار است که شناسایی آن‌ها راه را برای توسعه منطقه‌ای و رهایی از اقتصاد وابسته باز می‌کند. کارآفرین، ایجادکننده‌ی یک چیز ارزشمند از هیچ است، بنابراین کارآفرین، کسی است که دارای قدرت درک بالا می‌باشد و توان پیدا کردن خلأها و فرصت‌ها را دارد و می‌تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید (کالا یا خدمت) اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ نماید.

از انجمن شرکت‌های دانش بنیان تا بسترسازی حوزه فن آوری و نوآوری در استان کرمان

< شیمایا هلاکویی

دبیر انجمن شرکت‌های دانش بنیان
استان کرمان



تجارت سنتی دیگر پاسخگوی نیازهای توسعه‌ای استان نیست. یکی از دغدغه‌هایی که در استان کرمان وجود داشت واگرایی در زمینه‌های فناوری و نوآوری است. دنیا وارد کسب‌وکارهای نوینی شده است که در استان کرمان بستر آن‌ها وجود ندارد؛ این امر باعث شد که یک تفکر در هم‌افزایی بین تولیدکنندگان فناوری و نوآوری صورت پذیرد که منجر به تشکیل انجمن شرکت‌های دانش بنیان در آذرماه ۹۶ شد.

در کشور ما همواره نگرش از بالا به پایین بوده و دستورات از دولت به بخش خصوصی دیکته شده است. بخش خصوصی که صنایع کوچک و متوسط را به وجود آورده است، هیچ‌گونه دخالتی در تصمیم‌گیری‌ها ندارد و کسی پاسخ‌گوی مشکلات به وجود آمده برای آن نیست و این بخش است که تاوان اشتباهات را پس داده است. یک استراتژی انجمن این است که باید در تصمیم‌سازی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها به سازمان‌های ذیربط کمک شود تا از بالا به برنامه‌ریزی صحیح و کارشناسی مسائل حوزه فناوری و نوآوری دنبال گردد. با این نگاه که مطابق با مفاد مواد ۲ و ۳ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار است، شرکت‌های فناور به‌طور مستقیم در برنامه‌ریزی‌های حوزه فناوری مشارکت خواهند داشت. بخش خصوصی با مشکلات زیادی روبه‌رو است و برای فرار از این بن‌بست‌ها همواره راه‌حلی برای آن‌ها اندیشیده است. در مورد امور فناوری، مرجع معتبر و زنجیره واحدی

در اقتصاد رو به رشد جهان که توجه به فن آوری و اقتصاد مبتنی بر آن، نقش بسیار مؤثری در توسعه کارآفرینی، توسعه ملی، رشد و رونق اقتصادی کشورها ایفا می‌نماید. ایران و به‌خصوص استان کرمان هنوز در جایگاه مناسبی از نظر فناوری قرار ندارد. به‌صورت پراکنده مطالعاتی در زمینه‌های مرتبط با فناوری و نوآوری در کشور صورت گرفته است، اما نیاز به بررسی جامع این موضوع به‌طور جدی احساس می‌شود. امروزه توسعه پایدار بر صنایع مبتنی بر دانش و فناوری بنا شده و میزان محصولات دانش بنیان تولید شده در یک منطقه به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های تحقق اقتصاد دانش‌محور با شاخص دستیابی به فناوری است. در واقع اقتصاد بر پایه دانش و تکنولوژی امروزه دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک اجبار است. حرکت از اقتصاد منبع محور به سمت اقتصاد دانش‌محور چند سالی است که در کشور آغاز شد. این مسیر باید در استان نیز با جدیت دنبال شود. این نکته اثبات شده است که منابع طبیعی به‌تنهایی باعث رشد و پیشرفت پایدار یک منطقه نمی‌شوند، نمونه واضح آن خود استان کرمان است همان‌طور که می‌دانیم صنایع بزرگ معدنی و صنعتی در استان وجود دارد، ولی وجود این صنایع به‌تنهایی نتوانسته است باعث رشد و پیشرفت شرکت‌های کوچک و متوسط شود. اقتصاد کرمان راهی جز حرکت در مسیر اقتصاد دانش بنیان و فناورانه ندارد. اقتصاد، تولید و

وجود ندارد و می‌بایست ارتباط مؤثری بین نهادهای فناوری ایجاد کرد تا بتوان بستر کسب‌وکار را مهیا کرد. در این راستا شورای عالی فناوری و نوآوری استان کرمان تشکیل شده است تا مباحث فناوری را سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و آینده‌نگری کند. انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان تلاش مضاعف برای ایجاد اکوسیستم فناوری در استان دارد. از آنجاکه نهادهای زیادی در اکوسیستم فناوری دخیل هستند، همگرایی لازم بین آن‌ها وجود ندارد و کارها به‌صورت جزیره‌ای انجام می‌شود و برای این که استراتژی مشخصی داشته باشند و بسترسازی لازم ایجاد شود، باید حرکتی اصولی در این مورد صورت پذیرد؛ چون پیشرفت هر منطقه درگرو رشد فناوری و نوآوری آن حوزه است. از طرفی کمیته‌ها و شوراهای فناوری آحاد اجرایی و عملیاتی نیستند، لذا باید مرجعی به وجود آید که در سایه آن به تمام اهدافی که در توسعه فناوری استان وجود دارد جامع عمل پوشانده شود، از این رو تشکیل شورای عالی فناوری و نوآوری در سی‌امین شورای گفتگوی بخش دولتی و خصوصی از طرف انجمن پیشنهاد و تصویب گردید و محل دبیرخانه آن، در انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان استان کرمان انتخاب شد.

اعضاء اصلی شورای عالی فناوری و نوآوری استان کرمان:

۱. استاندار (رئیس)

۲. رئیس انجمن شرکت‌های دانش‌بنیان استان (دبیر)

۳. رئیس پارک علم و فناوری استان

۴. رئیس بنیاد نخبگان استان

۵. رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان
 ۶. رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان
 ۷. مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان
 ۸. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان
 ۹. مدیرعامل صندوق پژوهش و فناوری استان
 ۱۰. معاون پژوهشی و فناوری دانشگاه شهید باهنر کرمان
 ۱۱. معاون تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی کرمان
 هدف از تشکیل شورای عالی فناوری و نوآوری استان کرمان، سیاست‌گذاری و تدوین راهبردهای استانی در قلمرو فناوری، برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت برای توسعه پژوهش‌های بنیادی و کاربردی در قلمرو فناوری و گسترش کاربری فناوری در استان و برنامه‌های توسعه بخش‌های مختلف است و می‌تواند اهداف زیر را دنبال نماید:

- تدوین و به‌روزرسانی سند توسعه فناوری استان کرمان،
- برنامه‌ریزی در جهت استقرار و اصلاح اکوسیستم فناوری و نوآوری در استان،
- تدوین برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت فناوری و نوآوری استان بر اساس سند توسعه فناوری،
- تعیین اولویت‌های تحقیقاتی و فناوری استان بر مبنای شناسایی نیازها، توانایی‌ها و مزیت‌های استانی،
- تدوین آیین‌نامه نحوه نظارت بر فعالیتهای فناورانه و نوآورانه استان در چارچوب سند توسعه فناوری،
- تدوین سازوکارهای همسویی بین اهداف و سیاست‌های استانی در زمینه فناوری و نوآوری با اهداف و سیاست‌های ملی،
- پایش و آمایش توسعه فناوری استان.

رویکرد شورای عالی فناوری و نوآوری، نقش‌آفرینی بخش خصوصی فناور در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌های حوزه فناوری استان کرمان و ایجاد هماهنگی و ارتباط مؤثر بین نهادهای مرتبط با توسعه فناوری استان است. این شورا که به‌عنوان مرجع واحد تدوین سازوکارهای هم‌سویی بین اهداف و سیاست‌های استانی در زمینه فناوری و نوآوری با اهداف و سیاست‌های ملی شناخته می‌شود، وظیفه پایش، آمایش و آینده‌نگاری توسعه فناوری استان را بر عهده دارد. ویژگی منحصر به‌فرد این شورا تعیین بخش خصوصی فناور به‌عنوان دبیرخانه آن است که می‌تواند به‌عنوان یک ساختار خاص نه تنها در استان بلکه در کشور شناخته شود. تشکیل شورا توان و قدرت بخش خصوصی را در تصمیم‌گیری‌های حوزه فناوری افزایش می‌دهد.

از دیگر موارد اصلی که انجمن در پیروی شورای عالی فناوری و نوآوری دنبال کرده تلاش برای ایجاد اکوسیستم فن‌آوری در استان کرمان است. از آنجاکه نهادهای زیادی نظیر آموزش‌وپرورش، دانشگاه‌ها، پارک علم و فناوری، بنیاد ملی نخبگان، سازمان فنی و حرفه‌ای، اتاق بازرگانی، صندوق‌های مالی و غیره در اکوسیستم فن‌آوری دخیل هستند بنابراین ارتباط مؤثر آن‌ها پیش‌نیاز شکل‌گیری و توسعه فناوری است. این خلأ نیاز به تدوین طرحی به‌منظور استقرار نظام فناوری و نوآوری در استان کرمان را پررنگ می‌نماید. امروزه با توجه به‌ضرورت نقش فناوری در توسعه اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشورها و انقلاب صنعتی چهارم که مبتنی بر فناوری است چنانچه

نهادهای زیادی در اکوسیستم فن‌آوری دخیل هستند بنابراین ارتباط مؤثر آن‌ها پیش‌نیاز شکل‌گیری و توسعه فناوری است. این خلأ نیاز به تدوین طرحی به‌منظور استقرار نظام فناوری و نوآوری در استان کرمان را پررنگ می‌نماید. امروزه با توجه به‌ضرورت نقش فناوری در توسعه اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشورها و انقلاب صنعتی چهارم که مبتنی بر فناوری است چنانچه کشورها و انقلاب صنعتی چهارم که مبتنی بر فناوری است چنانچه

اهداف اولیه:

- تعیین عناصر اصلی و فرعی زنجیره اکوسیستم فناوری
- تعیین SWOT اجرایی عناصر اصلی و فرعی اکوسیستم
- تعیین جایگاه عناصر و ارتباط عناصر بر اساس SWOT تعریف شده
- تعیین مسئولیت هر عنصر بر اساس جایگاه تعریف شده
- استفاده از آیین‌نامه‌های اجرائی مصوب هر عنصر در راستای نقش آفرینی هر عنصر
- تعیین، تأمین، تسهیل و توسعه نیازمندی‌های زنجیره فناوری
- حذف بلا تکلیفی و سردرگمی و تسهیل در ارائه و استفاده از خدمات عناصر اکوسیستم توسط متقاضیان در سطوح مختلف

اهداف ثانویه:

- توسعه هدفمند و پیوسته فناوری و آینده‌پژوهی
- شناسایی، تأمین، توسعه و سامان‌دهی نیازمندی‌های استان در حوزه آموزش، پژوهش و مهارت
- توسعه کسب‌وکار و اشتغال
- کمک به رفع موانع تولید در حوزه فناوری و تکنولوژی
- تأمین نیازمندی‌های استانی، کشوری، منطقه‌ای و جهانی در حوزه‌های مختلف
- ایجاد ارزش افزوده محصولات در حوزه‌های مختلف
- توسعه استانداردهای محصولات و افزایش قابلیت رقابت‌پذیری
- استفاده بهینه از نیروهای انسانی متخصص و افزایش انگیزه در نیروهای جوان و فارغ‌التحصیلان
- کمک به توسعه صادرات
- بهبود کیفیت خدمات اجتماعی، اقتصادی، بهداشتی، استراتژیک در استان
- افزایش حضور بخش خصوصی در حوزه آموزش، پژوهش، مهارت، تولید و صادرات

تأمین مالی

یکی از مسائل و مشکلات شرکت‌های دانش‌بنیان به‌خصوص در استان کرمان تأمین مالی برای اجرا و تجاری‌سازی ایده‌ها و طرح‌های خلاقانه است. شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور سرمایه اصلی آن‌ها فکری و دانشی آن‌ها است. متأسفانه این سرمایه در سیستم‌های سنتی تأمین مالی دارای هیچ‌گونه ارزشی نیست. بانک‌ها هیچ‌گونه ارزشی برای سرمایه فکری قائل نمی‌شوند و نیاز است صندوقی ایجاد شود که ماهیت VC داشته باشد و دارای مکانیزم‌های مشخصی برای فرایندهای ارزیابی، نظارت و توانمندسازی باشد. انجمن به‌منظور برطرف نمودن این خلأ، با همکاری دیگر نهادها در تلاش است تا با راه‌اندازی صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی استان کرمان بتواند تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور را تسهیل نماید. این صندوق باید دارای مکانیزم مشخص ارزیابی، نظارت و توانمندسازی باشد و با ضمانت‌نامه‌های معقول سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و تسهیلات اعطا نماید. در واقع مزیت اصلی این صندوق ارزش‌گذاری دارایی فکری درخواست‌کننده است. ● (آدرس سایت انجمن دانش‌بنیان: www.daneshbonyan-kr.ir)

کشورها به کمک توسعه و فناوری نتوانند در انقلاب چهارم گام نهند با مشکلاتی نظیر کاهش صادرات، کاهش بهره‌وری تولید، کاهش رضایت مصرف‌کننده، عقب‌ماندگی و ورشکستگی، افزایش بی‌رویه هزینه‌های تولید و قیمت تمام‌شده و کاهش کیفیت محصولات و کاهش فروش روبرو خواهند شد که پاره‌ای از این مشکلات در کشور و استان به وجود آمده است. استان کرمان با توجه به پتانسیل بی‌نظیر در زمینه معدن، کشاورزی، صنایع دستی و گردشگری، متأسفانه در زمینه توسعه فناوری و استفاده از آن ناموفق بوده است. از طرفی وجود مراکز دانشگاهی زیاد، فنی و حرفه‌ای، پارک علم و فناوری و مراکز رشد منجر به بهبود چشمگیر وضعیت توسعه فناوری استان نشده است. وضعیت صنایع و بخش‌های تحقیق و توسعه آن‌ها نیز علیرغم وجود صنایع بزرگ در توسعه استان نقش قابل‌ملاحظه‌ای نداشته‌اند. عواملی نظیر تمرکز دانشگاه‌ها بر آموزش و ناهم‌خوانی محتوای برنامه‌ریزی پژوهشی و محتوای دروس دانشگاهی با مقتضیات صنعت و بازار کار، 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، نبود برنامه جامع فناوری در استان که باعث نامشخص بودن مسئولیت و اهداف نهادهای مختلف استان در حوزه فن‌آوری شده، موازی کاری و جزیره‌ای عمل کردن سازمان‌های ذیربط را می‌توان از مهم‌ترین دلایل عدم دسترسی به توسعه فناوری نام برد. استان کرمان دارای پتانسیل‌های منحصر به فرد و بالقوه در زمینه‌های مختلف است که می‌تواند با توسعه و برنامه‌ریزی در حوزه فناوری به مرحله بالفعل برسد. از طرفی متأسفانه علی‌رغم وجود بانک‌های اطلاعاتی بسیار ارزشمند در اسناد تهیه‌شده در استان، راهکارهای اجرایی و عملیاتی بر اساس نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای دستگاه‌های اجرائی دولتی و خصوصی ذیربط در اکوسیستم فناوری ارائه نشده در این راستا پروپوزال طرح اجرایی استقرار اکوسیستم فناوری و نوآوری توسط انجمن، تدوین گردیده است.

اهداف اصلی تهیه سند اجرائی توسعه فناوری:

بدیهی است هدف اصلی انجام آموزش و پژوهش‌های بنیادی و کاربردی، پژوهش‌های نوظهور، پژوهش‌های بدیع و آینده‌پژوهی رسیدن به فناوری‌ها و تکنولوژی‌های نو در راستای تأمین، توسعه و رقابت در حوزه نیازها و خدمات اجتماعی، اقتصادی و استراتژیک در سطوح مختلف استانی، کشوری، منطقه‌ای و جهانی است. از طرفی رسیدن به فناوری در زمینه‌های مختلف نیازمند تعیین نیازمندی‌ها در سطوح مختلف استانی، کشوری، منطقه‌ای و جهانی در حوزه‌های مختلف و قابل‌رقابت، شناخت دقیق و تعیین عناصر اکوسیستم فناوری، تعیین الگوریتم ارتباط و وظایف عناصر تشکیل‌دهنده اکوسیستم و پایش و بهبود مستمر عملکرد عناصر بر اساس سنجش نقاط قوت و ضعف (SWOT) اجرایی هر عنصر سیستم است. مهم‌ترین اهداف اجرای این سند را می‌توان در دو بخش خلاصه نمود.

معرفی مرکز داورى اتاق ایران؛ دفتر کرمان



منصور سالاری

رئیس مرکز داورى اتاق بازرگانى کرمان



صنایع و معادن باشند یا نباشند، می‌توانند حل‌وفصل اختلاف و دعاوی بازرگانى داخلی یا خارجى موجود یا آتى خود را با توافق به مرکز داورى اتاق ارجاع نمایند.

داوران اتاق مرکب از عده‌ای اشخاص واجد صلاحیت و معتمد است که از میان حقوقدانان، بازرگانان و سایر افراد بصیر و خوش‌نام و باتجربه که از مقررات و عرف بازرگانى داخلی و خارجى به حد کافى آگاهی دارند، به پیشنهاد دبیر کل و تأیید هیئت‌مدیره برگزیده می‌شود.

هزینه‌های داورى مرکز (شامل هزینه‌های ادارى و حق‌الزحمه داوران) با رعایت موازین قانونى ذی‌ربط، متناسب با خواسته و عمومى محاسبه و تعیین می‌شود و پرداخت آن بر عهده طرفین است.

موافقت‌نامه داورى عقدى است که به‌موجب آن طرفین، توافق می‌نمایند که دعاوى موجود خود را، خواه در دادگاه، طرح‌شده یا نشده باشد و یا منازعه و اختلاف احتمالى خود را که در آینده ممکن است حادث شود،

برای رسیدگى و صدور رأی، به داورى یک یا چند نفر ارجاع نمایند. درهرحال، توافق مزبور ممکن است به شکل رسمى یا عادى تنظیم گردد، به‌موجب لایحه‌ی مشترک و یا جداگانه که طرفین آن را امضاء نموده‌اند به مرجع قضایى تسلیم شود و یا در جلسه‌ی داورى اعلام و در صورت‌جلسه درج شود و طرفین آن را امضاء نمایند و یا حتى به‌صورت شفاهى واقع شود.

به‌موجب ماده ۵ (ح) قانون تشکیل اتاق بازرگانى (اصلاحى اسفند ۱۳۷۳) یکى از وظایف اتاق بازرگانى ایران، حکمیت در مسائل بازرگانى داخلی و خارجى اعضاى اتاق و سایر متقاضیان از طریق تشکیل یک مرکز داورى است.

مرکز داورى اتاق بازرگانى ایران، در اجرای همین ماده و بر مبنای «قانون اساسنامه مرکز داورى اتاق ایران» که در تاریخ ۱۳۸۰/۱۱/۱۴ به تصویب مجلس شورای اسلامى رسیده، تأسیس شده است و نخستین سازمان داورى رسمى کشور است که از حمایت قانونى برخوردار می‌باشد. مقر مرکز داورى در شهر تهران، در محل اتاق بازرگانى و صنایع و معادن ایران است.

با عنایت به مصوبه ۸۶/۶/۵ هیئت‌رئیس مرکز داورى اتاق ایران در خصوص تشکیل مرکز داورى در اتاق‌های شهرستان‌ها و همچنین با در نظر گرفتن توانایی‌ها و امکانات و نیازهای منطقه و تصمیم هیئت‌رئیس اتاق کرمان، به‌منظور کاهش مراجعات به مراجع قضایى، حفظ منزلت و شأن اعضاى اتاق و حل اختلافات فی‌مابین اعضا و اشخاص ثالث در روابط تجارى داخلی و بین‌المللى، دفتر مرکز داورى اتاق بازرگانى و صنایع و معادن کرمان در ۲۱ اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۶ رسماً افتتاح و امکان خدمت‌رسانى به اعضاى محترم در این خصوص فراهم گردید. بدین ترتیب کلیه اشخاص حقیقى و حقوقى اعم از اینکه عضو اتاق بازرگانى و

نهاد داوری در حقوق ایران

مقدمه

در کشورهای توسعه‌یافته بحث داوری نهادینه شده، به‌گونه‌ای که به‌عنوان شغل و تخصص موردتوجه قرار گرفته است و اگر طرفین قرارداد در زمان اجرای مفاد قرارداد با مشکلی روبرو شوند قبل از هر اقدام حقوقی و مراجعه به قانون و دادگاه، اختلاف خود را به داور مرضی‌الطرفین یا داوری که در متن قرارداد مشخص شده، عرضه می‌نمایند و حرف و نظر داور ملاک عمل قرار می‌گیرد و محترم شمرده می‌شود.

در قوانین جمهوری اسلامی ایران در مواد ۴۵۴ الی ۵۰۱ قانون آیین دادرسی مدنی باب هفتم به بحث درباره داوری پرداخته است در خصوص داور باید گفت گاهی داور، شخصیت حقیقی است یعنی طرفین قرارداد فردی را به‌عنوان داور انتخاب و در متن قرارداد به آن اشاره می‌نمایند و گاهی به‌صورت شخصیت حقوقی است یعنی شرکت یا مؤسسه‌ای را به‌عنوان داور تعیین می‌کنند. نکته قابل‌ذکر در خصوص زمان انتخاب داور این است که انتخاب داور در هر مرحله‌ای اعم از زمان انعقاد قرارداد یا در زمان اجرای مفاد آن و حتی پس از طرح دعوی در دادگاه امکان‌پذیر است و ثمرات و برکات فراوانی دارد. محاسن ارجاع امر به داوری این است که انتخاب شیوه داوری برای حل‌وفصل اختلافات مالی، شراکتی و قراردادی کم‌هزینه‌تر از طرح دعوی در دادگستری است ضمن اینکه رعایت تشریفات اداری و آیین دادرسی مدنی در آن الزامی نیست و از طرفی ارتباط طرفین و تعامل آنان با داور یا داوران نیز بهتر صورت می‌گیرد. علاوه بر این بررسی موضوع از سوی داوران راحت‌تر و نتیجه آن نیز بهتر می‌باشد و از اطلاع دادرسی جلوگیری می‌گردد.

در میان مجموعه قوانین کشور از گذشته‌های دور موضوع داوری دارای اهمیت خاصی بوده است و در ماده ۶ قانون تشکیل دادگاه‌های عمومی و انقلاب مصوب ۷۳ اصطلاح قاضی تحکیم بکار برده است. مراد از قاضی تحکیم کسی است که رضایت دارد تا از جانب شخص یا اشخاص در دعوا یا دعاوی معین که او در آن دخالت دارد داوری کند. امروزه در خصوص داوری داخلی قانون آیین دادرسی مدنی مصوب ۷۹ حاکمیت دارد و شامل ۴۸ ماده و ۶ تبصره یعنی از ماده ۴۵۴ الی ۵۰۱ می‌باشد.

آیا همه دعاوی قابل ارجاع به داوری است؟

برخی از دعاوی قابل ارجاع به داوری نیست. مقنن این استثنائات را در ماده ۴۷۸ قانون آیین دادرسی مدنی احصا نموده است به‌عنوان مثال دعاوی مربوط به اصل نکاح و فسخ آن، طلاق، نسب و دعاوی مربوط به ورشکستگی از این قبیل دعاوی هستند. همچنین رسیدگی به امور کیفری نیز از صلاحیت داوری خارج و باید در دادگاه‌ها طرح و رسیدگی شود.

نکته مهم در ارجاع امر به داوری این است که در حل‌وفصل اختلافات، داورانی انتخاب شوند که از مقررات داوری اطلاع کامل داشته باشد، در غیر این صورت داوری به‌مراتب طولانی‌تر و گران‌تر از رسیدگی در دادگاه خواهد بود فلذا توصیه می‌گردد از ارجاع داوری به افراد بی‌اطلاع مانند بنگاه‌های معاملاتی و اشخاص فاقد دانش حقوقی خودداری و حتی‌الامکان اختلافات خود را به داوری حقوقدانان باتجربه یا مراکز داوری سازمانی ارجاع نمایید.

انواع داوری:

داوری به دو نوع، داوری اختیاری و داوری اجباری قابل‌تقسیم است. داوری اختیاری: زمانی که ما قراردادی منعقد کنیم می‌توانیم در لابه‌لای بندهای قرارداد به این نکته اشاره نماییم که در صورت بروز اختلاف، آن را از طریق داور یا داوران منتخب حل‌وفصل کنیم و یا اینکه ضمن یک توافقنامه داوری یا قرارداد جداگانه توافق کنیم حل اختلاف خویش را از طریق داوری معمول نماییم. در این صورت، در هنگام انعقاد قرارداد ذکر نکاتی مانند مواردی که به داوری ارجاع می‌شود، مشخصات داور یا داوران به‌طوری‌که هرگونه ابهامی را در این زمینه مرتفع سازد و همچنین تعداد داوران در صورت تعدد داور در حل اختلاف الزامی است، بهتر است که تعداد آن‌ها را سه نفر یا از عدد فردی استفاده شود تا مشکلی در تصمیم‌گیری به وجود نیاید.

گاهی اوقات طرفین طی توافقنامه داوری یا قرارداد جداگانه شخص معتمدی را انتخاب و وظیفه تعیین داور را به ایشان محول می‌کنند. این شخص ممکن است شخص حقیقی و یا حقوقی (شرکت یا سازمانی) باشد شخص ثالث که وظیفه‌اش تعیین داور است باید

در خصوص اشخاص بالا در صورت تراضی طرفین اصحاب دعوی می‌تواند آنان را به سمت داورى انتخاب نمود.

اما اشخاص زیر طبق ماده ۴۶۶ قانون آئین دادرسی مدنی هر چند با تراضی طرفین نمی‌توان به‌عنوان داور انتخاب کرد:

۱- اشخاصی که فاقد اهلیت قانونی (محجورین اعم از صغیر، مجنون، سفیه و ورشکسته) هستند.

۲- اشخاصی که به‌موجب حکم قطعی دادگاه از داورى محروم شده‌اند.

۳- اشخاصی که بر اثر حکم قطعی دادگاه امکان انجام دادرسی را ندارند.

علاوه بر موارد مذکور، ماده ۴۷۰ قانون آئین دادرسی مدنی، کلیه قضات و کارمندان اداری شاغل در محاکم قضایی را از داورى منع کرده است این امر شامل قضات و کارمندان در حال تعلیق از خدمت و کارمندان و قضات در حوزه‌های قضایی دیگر نیز می‌شود؛ اما کارمندان شاغل در دستگاه دیگر و یا بازنشسته دادگستری و همچنین کارکنان قراردادی و روزمزد از قاعده مذکور در ماده فوق‌الذکر مستثنی می‌باشند. نکته قابل‌ذکر در این زمینه این است که کارمند اداری مذکور در ماده تنها کارمندان شاغل در محاکم دادگستری است.

در اختلافاتی که یک طرف آن دولت، مجلس، شهرداری و یا دستگاه‌های وابسته به آن باشد آیا رئیس‌جمهور، وزرا و یا نمایندگان مجلس و کلیه اشخاص وابسته به ارگان‌های مذکور می‌توانند داورى کنند؟ باید گفت در این خصوص ماده ۱ لایحه قانونی منع مداخله وزرا و نمایندگان مجلسین و کارمندان دولت در معاملات دولتی و کشوری مصوب ۱۳۳۷ تعیین تکلیف نموده و اشخاص مذکور را از داورى منع کرده است و در ماده ۲ قانون مارالذکر مجازاتی را برای متخلفات در نظر گرفته است.

انتخاب داور:

انتخاب داور جهت حل اختلاف به سه صورت انجام می‌شود: ۱- انتخاب توسط طرفین اختلاف ۲- انتخاب داور توسط شخص ثالث

۳- انتخاب داور توسط دادگاه

طبق ماده ۴۵۴ قانون آئین دادرسی مدنی، طرفین اختلاف حق ارجاع امر به داورى یک یا چند نفر را دارند. حال اگر در قرارداد داورى تعداد داور جهت حل اختلاف معین نشده باشد و طرفین نتوانند در تعیین داور یا داوران تراضی کنند تکلیف چیست؟ ماده ۴۶۴ ق.آ.د.م تعیین تکلیف نموده و به‌طرفین این حق را داده که هر یک از آنان یک نفر داور اختصاصی معرفی و یک نفر را به‌عنوان داور سوم به‌اتفاق تعیین نمایند. در این صورت هر یک از طرفین که متعهد به معرفی داور شده، می‌تواند داور خود را انتخاب و از طریق اظهارنامه به‌طرف مقابل معرفی نماید و از طرف دیگر تقاضای تعیین داور کند و یا رضایت خود را بر داورى ثالث اعلام نماید.

موارد ارجاع به دادگاه: ۱- اگر طرف مقابل ظرف مدت ده روز از تاریخ ابلاغ اظهارنامه نسبت به معرفی داور اقدامی ننمود و یا در تعیین داورى سوم توافق ننمایند، طرف دیگر به استناد ماده ۴۵۹ ق.آ.د.م حق مراجعه به دادگاه جهت تعیین داور را دارد ۲- در صورتی که داور توسط طرفین انتخاب شود لیکن داور فوت شود و یا استعفا دهد و جانشین

تمامی شرایطی را که طرفین در توافقنامه داورى برای تعیین داور مقرر داشته‌اند، رعایت کند و مقررات مربوط به ممنوعیت از داورى مذکور در قانون آئین دادرسی مدنی را موردتوجه قرار دهد.

داورى اجبارى:

در برخی از موارد دادگاه حل یک مسئله را با توجه به اوضاع و احوال آن از طریق داورى به مصلحت می‌بیند و موضوع را برای حل اختلاف به داورى ارجاع می‌دهد این مورد را داورى اجبارى می‌گویند چرا که طرفین دعوا در این امر هیچ نقشی ندارند این نوع داورى فقط در موردی که قانون‌گذار مشخص کرده است مورد استفاده می‌شود.

ارجاع امر به داورى نسبت به رسیدگی در دادگاه دارای امتیازاتی است از جمله اینکه طرفین قضای رسیدگی‌کننده به دعوی خود را انتخاب می‌نمایند در نتیجه پذیرش رأی صادره برایشان آسان‌تر خواهد بود هرچند که به ضرر یکی از آنان باشد در صورتی که در رسیدگی قضایی در دادگاه‌ها این امکان وجود ندارد. علاوه بر این داور می‌کوشد تا اصحاب دعوا را به یکدیگر نزدیک سازد و این امر موجب نزدیکی و حسن تفاهم نسبی طرفین می‌شود.

شرایط داورى:

در صورت بروز اختلاف و نزاع، اشخاص تحت شرایط زیر می‌توانند منازعه را به داورى ارجاع دهند:

- ۱- طرفین اهلیت اقامه دعوا داشته باشند.
- ۲- طرفین بر ارجاع امر به داورى تراضی کنند این دو مورد در ماده ۴۵۴ قانون آئین دادرسی مدنی ذکر شده است. علاوه بر موارد مذکور، شرایط مندرج در ماده ۱۹۰ قانون مدنی که عبارت از: داشتن قصد و رضای، اهلیت طرفین (مذکور در ماده صدرالذکر)، موضوع معین که مورد اختلاف و مشروعیت اختلاف مدنظر قرار گیرد.
- حال باید گفت داور می‌بایست صفات قضای را داشته باشد لذا طبق ماده ۴۶۹ قانون آئین دادرسی مدنی، اشخاص زیر نمی‌توان به سمت داور معین نمود مگر با تراضی طرفین:
- ۱- کسانی که سن آنان کمتر از بیست‌وپنج سال تمام باشند.
- ۲- کسانی که در دعوی و یا اختلاف ذی‌نفع باشند.
- ۳- کسانی که با یکی از اصحاب دعوی قرابت سببی یا نسبی تا درجه دوم از طبقه سوم داشته باشند.
- ۴- کسانی که خود یا همسرانشان وراث یکی از طرفین باشند.
- ۵- کسانی که قیم یا کفیل یا وکیل یا مباشر امور یکی از اصحاب دعوی می‌باشند یا یکی از اصحاب دعوی مباشر امور آنان باشد.
- ۶- کسانی که با یکی از اصحاب دعوی یا با اشخاصی که قرابت نسبی یا سببی تا درجه دوم از طبقه سوم دارند، در گذشته یا حال دادرسی کیفری داشته باشند.
- ۷- کسانی که خود یا همسرانشان و یا یکی از اقربای سببی یا نسبی تا درجه دوم از طبقه سوم او با یکی از اصحاب دعوی (اختلاف) یا زوجه و یا یکی از اقربای نسبی یا سببی تا درجه دوم از طبقه سوم او دادرسی مدنی دارند

۸- کارمندان دولت در حوزه مأموریتشان.

طبق ماده مذکور قابل مطالبه نمی‌باشد.

انشاء رأی توسط داور:

داور پس از وصول دادخواست تعیین وقت و دعوت طرفین رسیدگی خود را شروع می‌نماید و در صورت لزوم نظر کارشناس ذیصلاح را جلب و تحقیقات لازم و عندالزوم قرار معاینه محل صادر و پس از فراهم شدن موجبات رسیدگی مبادرت به صدور رأی و یا قرار می‌نماید.

ابلاغ رأی داور به طرفین:

یکی از موارد مهم در بحث داوری موضوع ابلاغ رأی داور است. بدیهی است تا زمانی که رأی داور به اصحاب دعوی خصوصاً محکوم علیه رأی داور ابلاغ نگردیده باشد، اجرای رأی امکان قانونی نخواهد داشت. ماده ۴۸۵ قانون آئین دادرسی مدنی مقرر داشته «چنانچه طرفین در قرارداد داوری طریق خاصی برای ابلاغ رأی داور پیش‌بینی نکرده باشند داور مکلف است رأی خود را به دفتر دادگاه ارجاع کننده دعوا به داور و یا دفتر رئیس شعبه اول دادگاه‌های عمومی و انقلاب ذیصلاح جهت ابلاغ تسلیم نماید. دفتر دادگاه ارجاع کننده نسبت به ابلاغ رأی طبق مقررات اقدام خواهد نمود و رئیس شعبه اول موضوع را به یکی از شعب دادگاه ارجاع و ابلاغ توسط دفتر دادگاه مرجوع علیه انجام خواهد گرفت که در صورت اعتراض همان شعبه رسیدگی به اتخاذ تصمیم خواهد نمود.» ابلاغ رأی داور به یکی از طرق زیر باید صورت گیرد ۱- طریقی که توافق نموده‌اند- طرفین دعوا ممکن است در قرارداد داوری طریقه خاصی برای ابلاغ رأی داور پیش‌بینی کرده باشند مثلاً صراحتاً اعلام نموده باشند رأی داور به آدرس مندرج در قرارداد توسط داور از طریق پست ارسال شده باشد یا به آدرس نماینده قانونی آنان ارسال گردد، در نتیجه داور مکلف است وفق توافق طرفین اقدام نماید. چنانچه علیرغم توافق یاد شده داور ابلاغ رأی را از طریق دادگاه درخواست نماید، دادگاه به استناد ماده ۱۰ قانون آئین دادرسی مدنی و ماده ۴۸۵ قانون آئین دادرسی مدنی قرار رد درخواست ابلاغ رأی داور را صادر خواهد نمود. ۲- تسلیم رأی به دادگاه ارجاع کننده دعوی به داور- چنانچه طرفین در خصوص نحوه ابلاغ رأی داور طریق خاصی را پیش‌بینی نموده باشند و موضوع اختلاف از طریق دادگاه معینی به داور ارجاع شده باشد داور مکلف است رأی خود را به دفتر همان دادگاه تسلیم نماید؛ بنابراین در فرض یاد شده علیرغم اینکه امکان ابلاغ رأی داور برای اصحاب دعوی میسر و امکان‌پذیر بوده باشد ولیکن به جهت اینکه در قرارداد داوری در آن خصوص پیش‌بینی و یا توافق صورت نگرفته، ابلاغ رأی توسط داور به اصحاب دعوا دارای وجهت قانونی نخواهد بود. همچنین ابلاغ رأی به نحو شفاهی نیز ابلاغ محسوب نمی‌گردد و نمی‌تواند شفاهاً مثلاً از طریق تلفنی و یا مذاکره حضوری به نحو شفاهی رأی داور را اعلام نماید. بلکه باید رأی داور مکتوب گردیده و به اطلاع طرفین برسد. بند یک ماده ۳۰ قانون داوری تجاری بین‌المللی مقرر داشته رأی باید به صورت کتبی باشد و به امضای داور یا داوران برسد. در موردی که داور بیش از یک نفر باشد امضاء اکثریت کافی خواهد بود. مشروط به اینکه علت عدم امضاء دیگر اعضا ذکر شود. منظور از مکتوب بودن رأی داور به شکل متعارف کتابت می‌باشد مگر اینکه طرفین به نحو یاد شده تراضی و

او را تعیین نکنند و یا اینکه انتخاب داور به شخص ثالث واگذار شده و او به وظیفه خویش عمل نکند (ماده ۴۶۰ ق.آ.د.م). ۳- اگر طرفین از ابتدا تعیین داور را توسط دادگاه قرار داده‌اند در این صورت دادگاه مورد تراضی می‌بایست اولاً صالح برای رسیدگی به اصل اختلاف و دعوی را داشته باشد. ثانیاً دادگاه مورد تراضی طرفین دادگاه نخستین باشد. گاهی اوقات، طرفین در ضمن قرارداد منعقد فی‌مابین و یا قرارداد جداگانه انتخاب داور و یا داوران را به شخص ثالثی واگذار می‌نمایند. در این صورت در قرارداد جداگانه می‌بایست موضوع داوری دقیقاً قید شود.

اما در خصوص پذیرش داوری باید گفت: پس از تعیین داور یا داوران توسط طرفین و یا شخص ثالث، انتخاب کننده باید موافقت داور را در این خصوص اخذ نماید قبول داوری موجب تکلیف به اصل داوری برای داور است. داور که با توجه به مدت مقرر در موافقت‌نامه داوری، داوری را پذیرفته است می‌تواند در صورتی که مدت بدون رضایت او تمدید گردیده، از داوری به همین علت استعفا دهد.

عوامل زوال داوری:

بعد از تعیین داور یا داوران، طرفین حق عزل داور را ندارند مگر در صورت تراضی و توافق با هم می‌توانند داور را عزل کنند این امر در خصوص داور اختصاصی هم حاکم است یعنی برای عزل وی باید طرفین تراضی کنند.

طبق ماده ۴۸۱ ق.آ.د.م عوامل موجب زوال داوری را عبارت‌اند از:

۱- تراضی کتبی طرفین دعوا هرچند ایجاد قرارداد به نحو شفاهی صورت گرفته باشد.

۲- فوت یا حجر یکی از طرفین دعوا

علاوه بر موارد فوق‌الذکر عوامل دیگری نیز موجب از بین رفتن داوری می‌شود از جمله: ۱- ورشکستگی یکی از طرفین دعوا ۲- انحلال شخص حقوقی (در صورتی که یکی از طرفین و یا هر دو شخص حقوقی باشد) ۳- انتفای موضوع داوری یعنی در صورت اقاله (به هم خوردن معامله به تراضی طرفین) و یا فسخ معامله‌ای که در آن داوری پیش‌بینی شده، باعث می‌شود شرط داوری نیز مانند سایر تعهدات دیگر از بین برود.

موارد محرومیت از داوری و جبران خسارت:

طبق ماده ۴۷۳ ق.آ.د.م داور در موارد زیر تا مدت پنج سال از انتخاب شدن به داوری محروم خواهد شد:

۱- بدون عذر موجه در جلسات داوری حاضر نشود. (مواردی از قبیل مسافرت و بیماری و امثال آن‌ها عذر موجه تلقی نمی‌شود).

۲- بدون عذر موجه استعفا نماید.

۳- از رأی دادن خودداری کند.

علاوه بر ممنوعیت داور از داوری در موارد مذکور، در صورت ورود خسارت به یکی از طرفین، داور مقصر مسئول جبران خسارت وارده می‌باشد. همچنین طبق ماده ۵۰۱ ق.آ.د.م هرگاه در اثر تدلیس (عملیاتی که موجب فریب طرف مقابل شود)، تقلب و یا تقصیر در انجام وظیفه داوران، ضرر مالی متوجه یک طرف یا طرفین گردد داوران برابر موازین قانونی مسئول جبران خسارت وارده می‌باشند در این ماده تنها به ضرر مالی اشاره شده است یعنی ضرر معنوی

و دادگاه ملزم به صدور اجرائیه برای این آراء نیست. داور کسی است که سمت قضاء در دستگاه دولتی ندارد ولی در مراجعات بالقوه یا بالفعل رسیدگی قضایی کرده و فصل خصومت نموده و رأی می‌دهد. رأی نیز به معنای تصمیم قاضی یا داور در فصل خصومات است. از چشم‌انداز حقوق، اجرای رأی داور بدین معناست که دادگاه ارجاع‌کننده به داور پس از وصول رأی داور، به دستور رئیس دادگاه اصل رأی را بایگانی می‌کند و رونوشت تأییدشده آن را به اصحاب دعوا ابلاغ می‌نماید و رأی داور را مانند احکام محاکم به اجرا می‌گذارد. هنگامی که دعوا به داور ارجاع شود، داوران در محدوده موافقت‌نامه و مقررات داور به قضاوت پرداخته و اقدام به صدور رأی می‌نمایند. رأی داور به خودی خود توان اجرایی ندارد؛ اما در صورتی که محکوم‌علیه رأی داور، آن را به اختیار خود اجرا نکند، محکوم‌له می‌تواند از دادگاه درخواست اجرای آن را بنماید. در این صورت دادگاه درخواست را مورد بررسی قرار داده و عندالاجتضا دستور اجرا صادر می‌نماید. (ماده ۴۸۸ ق.آ.د.م.) بنابراین دستور اجرای دادگاه است که به رأی داور قدرت اجرایی می‌بخشد.

اجرای اختیاری رأی داور:

محکوم‌علیه معمولاً رأی داور را به اختیار اجرا می‌کند. قانون‌گذار به محکوم‌علیه حسب مورد بیست روز یا دوماه از تاریخ ابلاغ رأی فرصت داده است که رأی داور را به اختیار اجرا نماید؛ در غیر این صورت اجرای اجباری رأی علیه او امکان‌پذیر است. قانون‌گذار برای اجرای رأی داور قوت و قدرت بیشتری نسبت به رأی دادگاه قائل شده است؛ چرا که در مورد آراء دادگاه‌ها اجرای رأی متوقف به صدور اجرائیه است و به‌علاوه ماده قانونی وجود ندارد که محکوم‌علیه را مکلف کرده باشد رأی دادگاه را ظرف بیست‌روز پس از ابلاغ اجرا نماید؛ اما در مورد رأی داور چنین تکلیفی وجود دارد؛ به عبارت دیگر، تکلیف به اجرای رأی داور توسط محکوم‌علیه، برخلاف احکام دادگاه‌ها، نیازمند صدور و ابلاغ اجرائیه نیست؛ بلکه به‌محض ابلاغ رأی، این تکلیف به وجود می‌آید. ضمانت اجرای عدم اجرای اختیاری رأی داور ضمانت اجرای عدم اجرای رأی داور توسط محکوم‌علیه، تکلیف دادگاه به صدور اجرائیه است. البته تکلیف دادگاه زمانی ایجاد می‌شود که ذی‌نفع رأی داور (محکوم‌له) با تسلیم تقاضا از دادگاه، اجرای آن را درخواست کند. درخواست اجرای رأی داور مستلزم درخواست و ابطال تمبر و پرداخت هزینه دادرسی نمی‌باشد. پرداخت هزینه اجرای رأی داور که میزان آن توسط دادگاه تعیین می‌شود بر عهده محکوم‌علیه است.

صدور اجرائیه:

بر اساس مفاد ماده ۴۸۸ ق.آ.د.م. پس از درخواست اجرای رأی داور و صدور برگ اجرایی، اجرای رأی برابر مقررات قانونی می‌باشد؛ بنابراین قانون اجرای احکام مدنی و اصلاحات آن، در اجرای رأی داور نیز لازم‌الرعایه خواهد بود. با عنایت به ماده ۵ قانون اجرای احکام مدنی و ماده ۲۹ آیین‌نامه اصلاحی قانون تشکیل دادگاه‌های عمومی و انقلاب صدور اجرائیه با دادگاه تخصصی است.

توافق نموده باشند. ۳- تسلیم رأی به دادگاهی که صلاحیت رسیدگی به اصل دعوی را دارد، در صورتی که طرفین در قرارداد داورى طریق خاصی برای ابلاغ پیش‌بینی ننموده باشند و همچنین موضوع اختلاف از طریق دادگاه به داورى ارجاع نشده باشد در نتیجه داور باید رأی خود را به دادگاه ذیصلاح دادگاهی که صلاحیت رسیدگی به اصل دعوی را دارد، تسلیم نماید. سؤالی که در ارتباط با شقوق بند ۲ و ۳ مزبور قابل طرح است اینکه آیا تسلیم رأی داور به دادگاه الزاماً و صرفاً باید از سوی داور صورت گیرد به عبارت دیگر چنانچه اصل رأی داور توسط ذینفع به دادگاه ارجاع شده باشد آیا دادگاه می‌تواند به استناد ماده ۴۸۵ قانون آئین دادرسی مدنی درخواست ابلاغ رأی داور را رد نماید. به نظر می‌رسد اگرچه تسلیم رأی توسط داور به دادگاه ذیصلاح از تکالیف قانونی داور می‌باشد و چه‌بسا استتکاف از آن مستوجب مسئولیت حقوقی برای داوران ممکن است داشته باشد ولیکن این امر منافاتی ندارد که داور رأی خود را از طریق نماینده قانونی خود و یا توسط هر یک از ذینفعان موضوع رأی داورى به دادگاه مربوطه تسلیم دارد با عنایت به بند ۱۰ ماده ۸۴ قانون آئین دادرسی مدنی باید پذیرفت در صورتی که اصل رأی توسط ذینفع جهت ابلاغ به‌طرف دعوی تسلیم شده باشد دادگاه موظف به پذیرش آن خواهد بود.

موارد اعتراض رأی داور در قانون آئین دادرسی مدنی:

به‌موجب ماده ۴۸۹ ق.آ.د.م. رأی داورى در موارد زیر باطل است و قابلیت اجرایی ندارد:

- ۱- رأی صادره مخالف قوانین موجد حق باشد.
- ۲- داور نسبت به مطلبی که موضوع داورى نبوده، رأی صادر کرده باشد.
- ۳- داور خارج از حدود اختیار خود رأی صادر نموده باشد.
- ۴- رأی داور پس از انقضای مدت داورى صادر و تسلیم شده باشد.
- ۵- رأی داورى با آنچه در دفتر املاک یا بین اصحاب دعوا در دفتر اسناد رسمی ثبت شده و دارای اعتبار قانونی است مخالف باشد.
- ۶- رأی به‌وسیله داورانی صادر شده که مجاز به صدور رأی نبوده‌اند.
- ۷- قرارداد رجوع به داورى بی‌اعتبار بوده باشد.

برخی از حقوقدانان معتقدند به‌استثنای موردی که رأی داور بانظم عمومی و اخلاق حسنه در تضاد است، اگر ذی‌نفع به استناد ماده ۴۸۹، بطلان رأی داور را درخواست نکند و رأی داور مشمول یکی از بندهای مذکور در ماده ۴۸۹ باشد، دادگاه همچنان مکلف به اجرای رأی داور است. به‌عنوان مثال اگر داور در مقام تقسیم ترکه سهم مساوی برای پسر و دختر قائل شود، رأی او به دلیل مخالفت با شرع باطل و بلااثر است اما اگر داور خارج از مهلت داورى رأی داده باشد، این مورد بیش از آن‌که به نظم عمومی ارتباط پیدا کند، به‌طرف دعوا مربوط است و اگر وی حقی برای خود قائل می‌بود، می‌بایست اعتراض می‌کرد؛ اما در مقابل برخی دیگر بر این اعتقادند که با توجه به‌صراحت صدر ماده ۴۸۹، دادگاه مرجع درخواست اجرا، در صورتی مکلف به صدور برگ اجرایی است که رأی مورد درخواست اجرا، باطل نبوده و قابلیت اجرایی داشته باشد و تصمیم یک یا چند نفر نمی‌تواند رأی داور قلمداد شده و لازم‌الاجرا و معتبر شمرده شود. به عبارت روشن‌تر، آرای که مشمول یکی از بندهای ماده ۴۸۹ باشد، اساساً «رأی داورى» به‌حساب نمی‌آید

داوری صادر و تسلیم شده باشد آن رأی اساساً باطل بوده و قابلیت اجرایی ندارد با این ترتیب هرگاه از دادگاه تقاضای ابلاغ و متعاقباً اجرای رأی داورى شده باشد و دادگاه بدون بررسی در مورد رأی داور که خارج از مهلت صادر شده، اجرائیه صادر کرده باشد، مطابق ماده ۱۱ قانون اجرای احکام مدنی مصوب ۱۳۵۶ به لحاظ اینکه در صدور اجرائیه اشتباه شده دادگاه رأساً و یا به درخواست هر یک از طرفین به اقتضای مورد اجرائیه را باید ابطال نماید».

درخواست صدور اجرائیه:

درخواست صدور اجرائیه نسبت به حکم داورى باید حاوی معرفی کامل و دقیق طرفین و نمایندگان قانونی آنها و حکمی باشد که نسبت به آن درخواست صدور اجرائیه می‌شود؛ همچنین لازم است گواهی ابلاغ رأی داور از مرجع ذیصلاح ابلاغ کننده رأی داورى و مهلت مقرر قانون (۲۰ روز و دوماهه موضوع ماده ۴۹۰ قانون آئین دادرسی مدنی از تاریخ ابلاغ رأی) گذشته باشد و محکوم له رأی داورى مدعی عدم اجرای تمام یا بخشی از مفاد رأی داور از سوی محکوم علیه بوده باشد. در صورتی که موضوع اختلاف از سوی دادگاه به داورى ارجاع شده باشد مشخصات پرونده و شعبه مربوطه باید ذکر گردد. در صورت ضرورت اخذ توضیح از اصحاب دعوی، دادگاه می‌تواند در وقت فوق‌العاده یا وقت رسیدگی توضیحات لازم از آنان اخذ نماید. قبل از رسیدگی به درخواست صدور اجرائیه دادگاه باید رأساً پاره‌ای از مسائل را روشن سازد یعنی احراز نماید که طرفین اهلیت رجوع به داورى یا دادگستری را داشتند یا خیر؟ آیا ضوابط و مقررات مربوطه رعایت گردیده؟ در صورتی که آشکارا معلوم باشد که درخواست صدور اجرائیه برخلاف موازین قانونی است دادگاه بدون نیاز به تشکیل جلسه استماع اظهارات طرفین اقدام به صدور قرار رد درخواست صدور اجرائیه می‌نماید همچنین زمانی که رأی داور مفاداً معارض بوده و یا اینکه موضوع آن معین نباشد دادگاه جهت صدور قرار رد درخواست اقدام خواهد نمود. به موجب ماده ۲۸ قانون اجرای احکام مدنی «رأی داورى که موضوع آن معین نیست قابل اجرا نمی‌باشد. مرجع رفع اختلاف ناشی از اجرای رأی داور دادگاهی است که اجرائیه صادر کرده است.» باید توجه داشته باشیم علاوه بر مراتب مندرج در صدر ماده ۲۸ قانون مزبور همچنین هرگاه رأی داورى برخلاف قواعد آمره و برخلاف نظم عمومی و خلاف حسنه بوده باشد قابلیت اجرائی نداشته و مردود اعلام خواهد شد. مثلاً «چنانچه رأی داور مخالف قوانین موجد حق باشد (مانند اینکه داور رأی به تساوی ارث بین ذکور و اناث بدون توافق و تراضی وراث صادر نموده باشد) و یا هرگاه دعاوی راجع به اموال عمومی و دولتی بوده باشد بدون تصویب هیئت‌وزیران و اطلاع مجلس شورای اسلامی موضوع به داور ارجاع شده باشد؛ در صورتی که در آن خصوص تقاضای ابلاغ رأی داور و متعاقب آن درخواست اجرای رأی داور شده باشد. دادگاه مستنداً به ماده ۴۵۷ و بند ۱ و ۷ ماده ۴۸۹ قانون آئین دادرسی مدنی قرار رد درخواست ابلاغ و اجرای رأی داور را صادر و اعلام خواهد نمود.» رأی دادگاه جزء در موردی که اعتراض خارج از مهلت تقدیم شده باشد قابل تجدیدنظر است. ●

توقف اجرای رأی داور:

بر اساس مفاد ماده ۴۹۰ ق.آ.د.م. هرگاه رأی داور از موارد مذکور در ماده ۴۸۹ باشد، هر یک از طرفین می‌تواند ظرف بیست‌روز بعد از ابلاغ رأی داور، حکم به بطلان این رأی را از دادگاه صالح درخواست کند و در این صورت تا زمان رسیدگی به اصل دعوا و قطعی شدن حکم به بطلان، اجرای رأی داور متوقف می‌ماند.

رأی مبهم:

طبق ماده ۲۹ قانون اجرای احکام مدنی، رأی داورى که موضوع آن معین نیست قابل اجرا نمی‌باشد. مرجع رفع اختلاف ناشی از اجرای رأی داورى، دادگاهی است که اجرائیه صادر کرده است. بدین ترتیب پس از رفع ابهام و روشن شدن موضوع رأی داورى توسط مرجع صالح، این رأی قابل اجرا خواهد بود.

اجرای رأی داور با وجود اعتراض:

بر اساس ماده ۴۹۳ ق.آ.د.م. با وجود اعتراض به رأی داور، این رأی قابل اجراست؛ زیرا سیاست قانون‌گذار مبنی بر تقویت داورى و ترغیب افراد در جهت مراجعه به داورى است و چون رأی داور بر اساس خواست طرفین صادر شده است، به‌صرف اعتراض یک طرف، آثار اجرایی آن منتفی نمی‌شود. البته هرگاه دلایل اعتراض قوی باشد، دادگاه قرار توقف اجرای رأی داورى را تا پایان رسیدگی به اعتراض و صدور حکم قطعی صادر کرده و در صورت لزوم، از معترض تأمین مناسبی اخذ خواهد کرد. (قسمت دوم ماده ۴۹۳ ق.آ.د.م.) اجرای حکم داور نیاز به تقدیم دادخواست ندارد صرف درخواست جهت انجام آن کافی است. حکم داورى در صورتی قابلیت اجرایی دارد که دادگاه مربوطه نسبت به درخواست اجرای آن بررسی و اتخاذ تصمیم نموده باشد. مضافاً اینکه جهات بطلان حکم داورى به شرح منعکس در ماده ۴۸۹ قانون آئین دادرسی مدنی (آن دسته از مواردی که جزء قواعد آمره است) وجود نداشته باشد در این صورت دادگاه به دفتر اجرای احکام مربوطه دستور صدور اجرائیه را وفق مقررات قانونی صادر خواهد نمود. دادگاه صلاحیت‌دار جهت رسیدگی به درخواست صدور اجرائیه دادگاهی است که صلاحیت رسیدگی به اصل دعوی را دارد و با دادگاهی که موضوع را به داورى ارجاع نموده است. معالوصف برخی از حقوقدانان بدون تفکیک قواعد آمره و غیرآمره (تکمیلی) در ارتباط با ماده ۴۸۹ قانون آئین دادرسی مدنی که طبیعتاً بند ۴ ماده ۴۸۹ (خارج از مهلت بودن رأی داورى) جز موارد غیرآمره می‌باشد و بدون درخواست ابطال رأی داورى از دادگاه بطلان آن ممکن نمی‌باشد در پاسخ به سؤال اینکه، چنانچه طرفین خارج از دادگاه حل اختلافات فی‌مابین خود را به داور واگذار و داور رأی خود را صادر کند و در همین حین، از سوی دادگاه اجرائیه صادر و بعداً معلوم شود رأی داورى خارج از مهلت قانونی بوده و اجرائیه اشتباهاً صادر شده تکلیف چیست و آیا می‌توان وفق ماده ۱۱ قانون اجرای احکام مدنی رأساً اجرائیه را ابطال نماید؟ کمیسیون آموزش قوه قضائیه در پاسخ اظهار داشته: «با توجه به مقررات ماده ۴۸۹ قانون آئین دادرسی مدنی چنانچه رأی داور، پس از انقضای مدت

مشارکت مدنی در عقود بانکی؛ از ماهیت تا عمل



دکتر یاسر عرب‌نژاد
مشاور حقوقی اتاق کرمان

قراردادهای بانکی از مواردی هستند که فعالان اقتصادی در کسب و کارهای خود با آن برخورد فراوانی دارند، که مقنن در خصوص شرایط هر یک از قراردادهای بانکی، قوانین و مقرراتی وضع نموده است. در خصوص عقود با بازدهی متغیر که قرارداد مشارکت مدنی یکی از انواع آن می باشد، قانون گذار وفق تبصره یک قانون منطقی نمودن نرخ سود تسهیلات بانکی متناسب با نرخ بازدهی در بخشهای مختلف اقتصادی مصوب ۱۳۸۵ مقرر داشته است: (درباره عقود با بازدهی متغیر بانک ها مکلفند بدون تعیین نرخ سود مورد انتظار بر اساس مفاد قانون عملیات بانکی بدون ربا، در حاصل فعالیت اقتصادی مورد قرارداد شریک شوند)، همچنین به موجب بند ۶-۱ بسته سیاستی - نظارتی شبکه بانکی کشور در سال ۱۳۸۷ تاکید شده است در این گروه از عقود بانک مکلف است بدون تعیین سود قطعی از پیش تعیین شده تسویه حساب را بر اساس سود واقعی حاصل از اجرای پروژه انجام دهد، به دلیل اهمیت این موضوع در موارد دیگر نیز از جمله ماده ۹ مقررات سیاست های پولی، اعتباری و نظارتی نظام بانکی کشور در سال ۱۳۹۱ و بند یک ماده ۱۹ ضوابط سیاستی - نظارتی شبکه بانکی کشور در سال ۱۳۸۸ که متضمن همین معنا می باشد به تسویه حساب در عقود مشارکتی بر اساس سود واقعی حاصل از اجرای پروژه که در پایان پروژه ارزیابی و مشخص می گردد تاکید شده است. مع التوصیف کلیه شروط مندرج در قراردادهای مشارکتی و همچنین محاسبات سود و عواید ناشی از آن در عقود مشارکتی که بر اساس سود قطعی از پیش تعیین شده، صورت پذیرفته، به دلیل مغایرت آن با قوانین و مقررات آمره، فاسد، فاقد مشروعیت قانونی و شرعی می باشد.

مشارکت مدنی

مشارکت مدنی یکی از عقود معین است که قانونگذار آن را در آیین نامه فصل سوم قانون عملیات بانکی بدون ربا (بهره)، آیین نامه تسهیلات اعطایی بانکی مصوب شماره ۸۸۶۲۰ مورخه مصوب ۱۳۶۲/۱۰/۱۴ هیئت وزیران تعریف و شرایط خاص آن را بیان نموده است. مضافاً اینکه تعریف و شرایط عقد شرکت نیز به موجب فصل هشتم از باب سوم قانون مدنی ذکر شده است.

آیین نامه فصل سوم قانون عملیات بانکی بدون ربا (بهره)

- **ماده ۱۸:** مشارکت مدنی عبارت است از درآمیختن سهم‌الشرکه نقدی و یا غیر نقدی به اشخاص حقیقی و یا حقوقی متعدد به نحو مشاع به‌منظور انتفاع، طبق قرارداد.
- **ماده ۱۹:** مشارکت مدنی توسط بانک‌ها به‌منظور ایجاد تسهیلات لازم برای فعالیت‌های تولیدی، بازرگانی و خدماتی صورت خواهد گرفت، موضوع مشارکت باید مشخص باشد.
- **ماده ۲۰:** شرکت مدنی در صورتی تشکیل و تحقق خواهد یافت که شرکا طبق قرارداد سهم‌الشرکه نقدی خود را به حساب مخصوصی که در بانک

برای شرکت افتتاح می‌گردد، واریز نمایند و در صورتی که تمام یا قسمتی از سهم‌الشرکه غیر نقدی باشد، طبق مقررات مشارکت مدنی، این سهم‌الشرکه به مدیر یا مدیران شرکت مدنی تحویل گردد.

● **تبصره:** پرداخت سهم‌الشرکه شرکاء در مشارکت مدنی می‌تواند، طبق قرارداد به‌دفعات صورت گیرد.

● **ماده ۲۱:** مشارکت مدنی پس از اتمام موضوع شرکت، تصفیه و مرتفع می‌شود.

● **ماده ۲۲:** بانک‌ها مکلف‌اند در قرارداد مشارکت مدنی تصریح نمایند که «مدیر و یا مدیران شرکت‌های مدنی که طبق این مقررات تشکیل می‌شوند، بیش از مال‌الشرکه واریز شده به حساب و یا تحویل شده به مدیر یا مدیران شرکت، مجاز به انجام معامله و قبول تعهدات مالی نمی‌باشند».

دستورالعمل اجرایی مشارکت مدنی که مطابق ماده ۳۷ قانون پولی و بانکی برای کلیه بانک‌ها لازم‌الرایه می‌باشد

ماده ۴- مشارکت مدنی پس از اتمام موضوع شرکت تصفیه و مرتفع می‌شود.

ماده ۱۳- بانک‌ها موظف‌اند بر حسن اجرای قراردادهای منعقد، موضوع مشارکت مدنی تا خاتمه موضوع شرکت و تصفیه حساب نظارت لازم و کافی به عمل آورند.

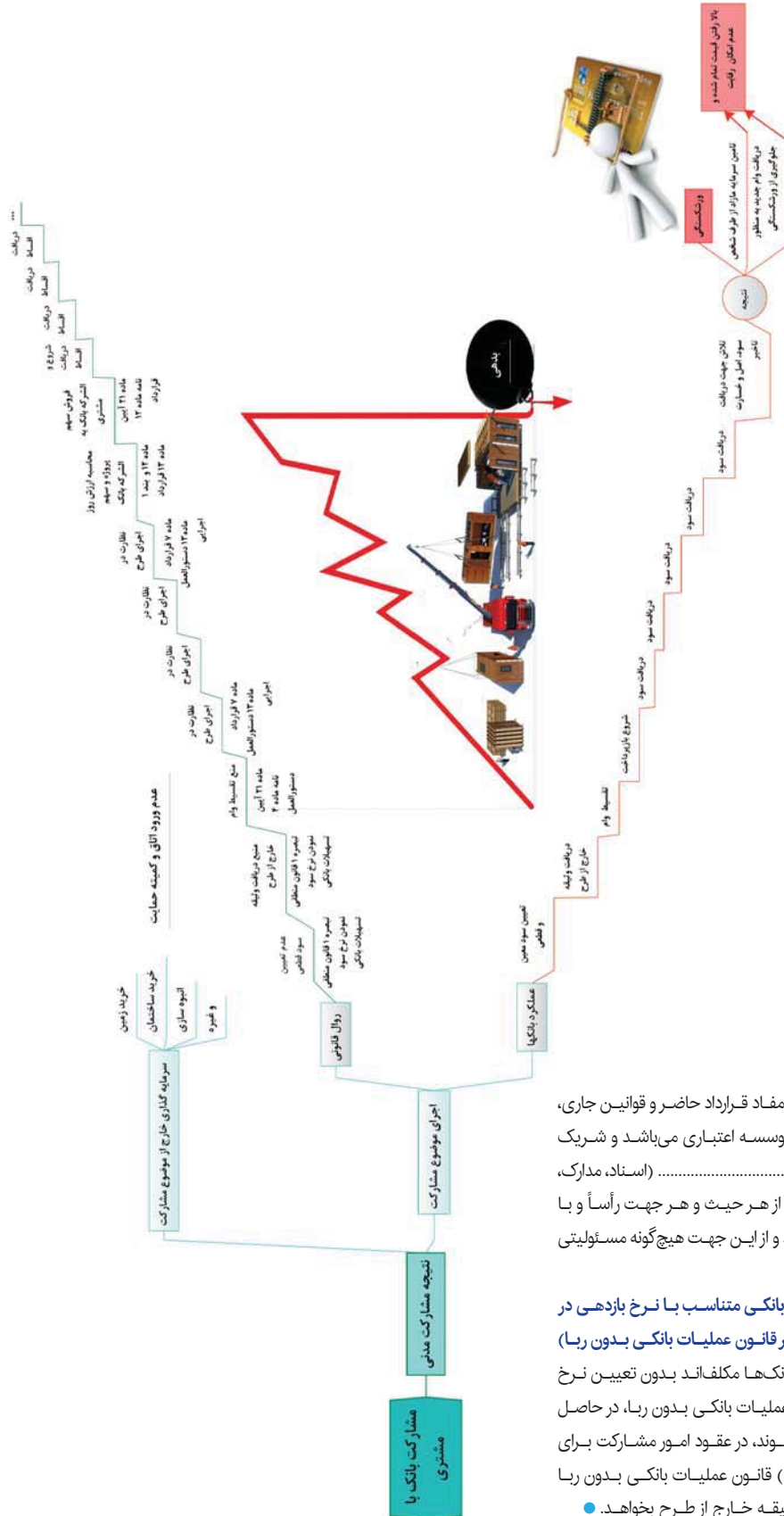
فرم یک‌نواخت‌سازی فرم عقود تسهیلات بانکی؛ قرارداد مشارکت مدنی مصوب شورای پول و اعتبار

ماده ۱۲- در پایان مدت قرارداد، پس از وضع تمامی هزینه‌های مشارکت، مانده حساب مشترک مشارکت مدنی پس از برداشت سرمایه هر یک از شرکا، نشان‌دهنده سود مشارکت می‌باشد و سود مذکور به نسبت درصد سهم بانک/موسسه اعتباری و درصد سهم شریک بین بانک/موسسه اعتباری و شریک تقسیم خواهد شد. در صورتی که قرارداد قبل از انقضای مدت به هر دلیل فسخ گردد:

اولاً؛ چنانچه سود قابل محاسبه باشد به‌تناسب مذکور در این ماده بین بانک/موسسه اعتباری و شریک تقسیم و سهم شریک به حساب وی منظور خواهد شد؛

ثانیاً؛ در صورتی که موضوع مشارکت به فروش نرفته باشد، به قیمت روز یا قیمت مورد موافقت بانک/موسسه اعتباری توسط شریک شخصاً خریداری و وجه آن به حساب مشترک مشارکت مدنی واریز و سود حاصل به‌تناسب مقرر فوق بین بانک/موسسه اعتباری و شریک تقسیم و سهم سود شریک به حساب وی منظور خواهد شد.

بند ۱ ماده ۱۳- در پایان مدت مشارکت و در صورت درخواست بانک/موسسه اعتباری، بلافاصله حصة قابل فروش بانک/موسسه اعتباری را حداقل به مبلغ اصل سهم‌الشرکه پرداختی بانک/موسسه اعتباری، سود و سایر هزینه‌های انجام شده طبق قرارداد حاضر، خریداری و یا به هماهنگی و نظارت بانک/موسسه اعتباری آن را به شخص ثالث به فروش رسانده و طبق جدول محاسباتی که از سوی بانک/موسسه اعتباری به رؤیت شریک می‌رسد، با بانک/موسسه اعتباری تسویه حساب نماید.



ماده ۷- اداره امور شرکت مدنی با رعایت مفاد قرارداد حاضر و قوانین جاری، تبرعاً به عهده شریک و با نظارت بانک/موسسه اعتباری می‌باشد و شریک متعهد و ملتزم گردید اجرای طرح را طبق (اسناد، مدارک، مجوزهای لازم و قانونی و ...) و مورد توافق از هر حیث و هر جهت رأساً و با نظارت بانک/موسسه اعتباری انجام دهد و از این جهت هیچ‌گونه مسئولیتی متوجه بانک/موسسه اعتباری نمی‌باشد.

قانون منطقی کردن نرخ سود تسهیلات بانکی متناسب با نرخ بازدهی در بخش‌های مختلف اقتصادی (با تأکید بر قانون عملیات بانکی بدون ربا) تبصره ۱- درباره عقود با بازدهی متغیر، بانک‌ها مکلف‌اند بدون تعیین نرخ سود مورد انتظار، بر اساس مفاد قانون عملیات بانکی بدون ربا، در حاصل فعالیت اقتصادی مورد قرارداد شریک شوند، در عقود امور مشارکت برای تولید، مذکور در تبصره بند (ب) ماده (۳) قانون عملیات بانکی بدون ربا مصوب ۱۳۶۲ بانک نمی‌تواند از شریک وثیقه خارج از طرح بخواهد. ●



کیفیت زندگی؛ تعادل کار و زندگی

< گردآوری: امید امینایی

مدیرعامل شرکت توسعه پهنه انبیه و عضو
کمیسیون روابط عمومی انجمن سنگ کرمان



و ثروت ذکر می‌شود. در جهان پیش روی ما شاید واژگانی نظیر پول اصلاً وجود خارجی نداشته باشند و حتی ثروت بر اساس پول سنجیده نشود لذا این‌جا بحث کلان‌روندهای کیفیت زندگی انسان مطرح می‌گردد که باعث تحولات عظیمی در نگرش انسان در مورد کار و زندگی خواهد شد.

بهتر آن است این‌گونه تصور نماییم که زندگی آینده ما (بشر) بر مبنای اصول انسانی و اخلاقیات بنا خواهد شد و تنها کارهای نیک خواهد توانست رتبه و جایگاه انسان‌ها را مشخص نماید و در یک جامعه آزاد و برابر با کیفیت یکسان زندگی (مطابق با استانداردهای دلخواه بشر) که با پیشرفت‌های عظیم هر چه را که خواسته برای رفاه خود مهیا نموده است، تنها پول رایج ما، اعتباری است که جامعه به ما به‌واسطه دیگر دوستی و نیک‌اندیشی خواهد داد، همان‌گونه که در ادیان متفاوت این نیکوکاری و رسیدن به مدینه فاضله یا بهشت موعود، وعده داده شده است و ساختار کلی کیفیت زندگی و کیفیت کار حتماً تغییرات عمده‌ای بر این اساس، به خود خواهد دید. ولی الان برای رسیدن به این آمال و آرزوها باید چاره اندیشید و به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی نمود که امکان استفاده از آنچه داریم برای همه (حداقل در یک کشور) آماده شود. وگرنه این اختلاف سطح زندگی و یا همان اختلاف کیفیت زندگی چالشی عظیم برای دولت‌هایی ایجاد خواهد کرد که فراموش نموده‌اند تمام کلان‌روندهای جامعه بشری، در حال حرکت به‌سوی دستیابی به متعالی‌ترین سطح زندگی برای ملت خود هستند و چه بخواهند و چه نخواهند این امر میسر می‌گردد چون انسان‌ها می‌خواهند به سمت تعالی حرکت کنند و دولت‌ها

تمام توان بشر در اعصار گذشته معطوف به ایجاد و دست‌یابی به زندگی بهتر بوده است و سر منزل مقصود تلاش‌های گوناگون انسان وقتی بدست می‌آید که به حداکثر آسایش و رفاه برسد و حاصل تمام این تغییرات باید برای ارتقا زندگی بشر باشد، پس مفهوم کیفیت زندگی حتماً در این تحولات در نقطه اوج نتایج قرار می‌گیرد.

اما متأسفانه همیشه این تلاش‌ها در به خدمت گرفتن خدمات جدید، برای بهبود زندگی بشر نبوده است. استفاده از دانش در جهت عکس منافع انسانی برای ساخت انواع سلاح‌های کشتار جمعی و سلاح‌های شیمیایی و بیولوژیکی نمونه کوچکی از تلاش بشر بر ضد حیات خودش می‌باشد. در دنیای کنونی بعضی از کشورها برای نشان دادن قدرت و برتری خود و در اختیار گرفتن منابع بیشتر، یکی از راه‌ها را، داشتن قدرت نظامی برتر و مطلق در دنیا می‌دانند و همین امر باعث ایجاد جو فشار و تهدید در دنیا شده که تعادل کیفیت زندگی در کشورهای مختلف را برهم زده است. مردمانی در آفریقا و آسیا بالاترین کیفیت زندگی برایشان داشتن یک وعده‌غذا می‌باشد و در همان حال در آمریکا و اروپا سطح و کیفیت زندگی بسیار فراتر از تصورات یک شهروند جهان‌سومی می‌باشد. اکنون دیدگاه عمومی به مسئله کیفیت زندگی صرفاً بر مبنای درآمد و در حوزه یک خانواده نمی‌باشد، بلکه این مطلب عنوان می‌شود که فراتر از خانواده و در سطح شهر، کشور و حتی منطقه و دنیا فاکتورهایی نظیر امنیت، اجتماع سالم، آزادی، رفاه عمومی مطرح می‌باشند که ساختار اصلی کیفیت زندگی را شکل می‌دهد و سپس مسائلی نظیر بهداشت و درمان، تحصیلات و پول

کیفیت زندگی شخصی چیست؟

اصطلاح کیفیت زندگی، در طیف وسیعی از زمینه‌ها، از جمله حوزه‌های توسعه بین‌الملل، بهداشت و سیاست مورد استفاده قرار می‌گیرد. کیفیت زندگی نباید با مفهوم استاندارد زندگی که عمدتاً بر درآمد استوار است، اشتباه گرفته شود. در عوض، شاخص‌های استاندارد کیفیت زندگی نه تنها شامل ثروت و استخدام هستند، بلکه شامل محیط‌زیست، سلامت جسمی و روانی، تحصیلات، تفریح و اوقات فراغت و تعلق اجتماعی نیز می‌شوند. کیفیت زندگی، به نوعی بیانگر وضعیت افراد ساکن در یک کشور یا منطقه می‌باشد. نظریات اولیه مربوط به کیفیت زندگی، بیشتر بر نگرانی‌ها و اولویت‌های فردی تأکید داشتند؛ اما در مهرموم‌های اخیر مباحث نظری، از فرد محوری به سمت نگرانی‌های اجتماعی نظیر امنیت، آزادی، گستردگی کیفیت زندگی و ساختار و کیفیت روابط اجتماعی افراد در جامعه تغییر یافته است. کیفیت زندگی می‌تواند متأثر از تکنولوژی، از رشد و توسعه کشورها، از فرهنگ و متأثر از تحولات جهان باشد.

کیفیت زندگی کاری چیست؟

اصطلاح کیفیت زندگی کاری در مهرموم‌های اخیر رواج زیادی داشته است؛ اما در مورد معنای این اصطلاح توافق کمی وجود دارد، در عین حال می‌توان گفت حداقل دو استفاده شایع از آن وجود دارد: اول اینکه کیفیت زندگی کاری اشاره به مجموعه‌ای از نتایج برای کارکنان نظیر رضایتمندی شغلی، فرصت‌های رشد، مسائل روان‌شناختی، امنیت شغلی، روابط انسانی کارفرما، کارکنان و میزان پایین بودن حوادث دارد. دوم، کیفیت زندگی کاری همچنین به مجموعه‌ای از کارها یا عملکردهای سازمانی نظیر مدیریت مشارکتی، غنی‌سازی شغلی و شرایط کاری مطمئن اشاره دارد.

در یک تعریف کلی می‌توان گفت که کیفیت زندگی کاری به معنی تصور ذهنی و درک و برداشت کارکنان یک سازمان از مطلوبیت فیزیکی و روانی محیط کار خود است. طبعاً با توجه به تعریف ارائه شده در هر جامعه یا در هر منطقه از یک کشور، به‌ویژه مناطق مختلف کشور خودمان دارای خرده‌فرهنگ‌های گوناگون با تصورات ذهنی مختلف درباره زندگی و کار است، شاخص‌های اندازه‌گیری کیفیت زندگی کاری متفاوت خواهد بود. "والتون" اجزای اصلی کیفیت زندگی کاری را به ۴ قسمت تقسیم می‌کند. از نظر وی عوامل مؤثر بر کیفیت زندگی کاری عبارت‌اند از: اول معنی‌دار و با مفهوم بودن کار؛ دوم، تناسب سازمانی و اجتماعی بودن کار؛ سوم، چالشی بودن کار و چهارم، غنی و پربار بودن کار؛ و به صورتی جزئی‌تر نیز مطرح کرده است: پرداخت منصفانه و کافی؛ شرایط کاری ایمن و بهداشتی؛ فرصت مناسب برای توسعه قابلیت‌های انسانی؛ فرصت مناسب برای رشد و امنیت مداوم؛ اهمیت کار در جامعه؛ قانونمندی کار؛ تناسب اجتماعی کار.

تعادل بین کار و زندگی:

در طول تاریخ، کار به‌عنوان یکی از راه‌های اساسی مشارکت

نمی‌تواند مانع این خواسته گردند، پس بشر باید از الان تطبیق را شروع نماید تا در زمان مناسب با پیش‌بینی درست، سرعت داشتن بهترین کیفیت زندگی شخصی، خانوادگی و کاری را افزایش داده و باعث تحولات عظیم در شهر، کشور، منطقه و جهان پیرامون خود شود. زیباترین نتیجه این روند، تفکری است که ذهن انسان را معطوف به این امر می‌نماید که بهترین کیفیت زندگی برای من (کاری و شخصی)، در گرو داشتن بهترین زندگی برای هم‌نوع من می‌باشد و این سنگ زیربنای صلح و امنیت در جهان است. در این‌بین توجه به مفهوم تعادل کار و زندگی نیز شده است زیرا علیرغم تمام تغییرات پیش‌بینی‌شده، نیاز به تلاش و کار مضاعف در دنیای متنوع این ده برای رسیدن به حداکثر رفاه، حتماً تعادل کار و زندگی را برهم خواهد زد و در واقع این تناقض آشکار، تمام تلاش‌های بشر برای داشتن زندگی آرمانی را بی‌اثر خواهد کرد لذا باید مقوله "تعادل بین کار و زندگی خانوادگی" را نیز یک کلان‌روند فعال در آینده بدانیم.

بررسی کیفیت زندگی انسان و تحول آن طی ۲۰۰ سال گذشته

کیفیت چیست؟

کیفیت را می‌توان انجام دادن کار به‌طور صحیح و مداوم در کلیه طبقات یک سازمان تعریف کرد انجام دادن کار به‌طور صحیح و مداوم یعنی برآوردن و یا تأمین خواست‌های سیستم طبق استاندارد.

"والتون" اجزای اصلی کیفیت زندگی کاری را به ۴ قسمت تقسیم می‌کند. از نظر وی عوامل مؤثر بر کیفیت زندگی کاری عبارت‌اند از: اول معنی‌دار و با مفهوم بودن کار؛ دوم، تناسب سازمانی و اجتماعی بودن کار؛ سوم، چالشی بودن کار و چهارم، غنی و پربار بودن کار؛ و به صورتی جزئی‌تر نیز مطرح کرده است: پرداخت منصفانه و کافی؛ شرایط کاری ایمن و بهداشتی؛ فرصت مناسب برای توسعه قابلیت‌های انسانی؛ فرصت مناسب برای رشد و امنیت مداوم؛ اهمیت کار در جامعه؛ قانونمندی کار؛ تناسب اجتماعی کار.

حکومت منطبق در کار

در دنیای امروز، به‌خصوص با رشد انواع کسب‌وکار، احساس رقابت در بسیاری از کارها دیده می‌شود. از مدیران ارشد گرفته تا کارمندان و کارگران با احساس رقابت به پیش می‌روند. مدیران در رقابت با سایر کسب‌وکارها هستند و کارمندان و کارگران در حال رقابت با همکاران خود هستند. همه به دنبال موفقیت بیشتری هستند که ایرادی هم ندارد، شاید لازمه بقا در این بازار کار مدرن، همین احساس باشد اما اگر این احساس بر فرد مسلط شد و یادش رفت که زندگی بُدهای دیگری هم دارد، خطرناک می‌شود. آن قدر این حس در او نفوذ می‌کند که ممکن است به خانواده‌اش هم انتقال دهد. آن وقت افراد خانواده بدون اینکه اصلاً بدانند چرا مشغول رقابت می‌شوند. بچه‌ها می‌خواهند از هم و از همسالانشان جلو بزنند، همسر پا به پای زن یا شوهرش، استرس‌های کاری او را تحمل می‌کند، موفقیت‌های کاری بیش‌ازاندازه مهم می‌شوند و در سایه این رقابت بی‌دلیل، بسیاری از لحظات خوش یک خانواده قربانی می‌شود.

کاهش فاصله کار با خانه (شیوع موج سوم)

سال‌ها پیش آلویس تافلر (۱۹۸۰) در کتاب موج سوم پیش‌بینی کرده بود که با تغییر فناوری، به‌ویژه در عرصه ارتباطات و اطلاعات، شیوه کار و زندگی و رابطه انسان‌ها دچار دگرگونی‌های اساسی خواهد شد. در زمان انتشار کتاب موج سوم، خواننده‌ای از یک

اجتماعی و بیان شخصیت و عظمت انسان بوده و انسان خود را با کار معنا کرده است، با وجود این، کار تنها راه مشارکت اجتماعی نیست و تمامی وجود انسان در کار خلاصه نمی‌شود. نیاز انسان به آرامش و استراحت، بر عهده گرفتن مسئولیت‌های اجتماعی، صرف وقت برای خانواده و مانند آن، ابعاد دیگری از فلسفه وجودی انسان را تشکیل می‌دهند. کار و خانواده می‌تواند اثر متقابل و نقش مکمل برای یکدیگر داشته باشند، با کار کردن نیازهای خانواده برآورده می‌شود و حمایت خانواده موجبات تقویت روحی و جسمی کارکنان برای انجام موفقیت‌آمیز امورات را فراهم می‌آورد، یکی از سؤال‌های اساسی در این زمینه این است که رابطه کار و زندگی چگونه باید تعریف و تنظیم شود و پاسخ به این سؤال نیز ممکن است به تعداد جوامع و حتی افراد یک جامعه متفاوت باشد. آنچه امروز برای شما تعادل در کار و زندگی محسوب می‌شود، شاید فردا مفهوم دیگری داشته باشد.

مسئولیت‌های خود را بشناسید

یکی از کارهای اولیه‌ای که به ما در این راه کمک می‌کند، این است که قبل از هر چیز به تفکیک، شرح وظایف و مسئولیت‌های خود را در هر نقش به‌درستی بشناسیم. در نقش همسر، در نقش والد و در نقش شغلی. مثلاً وقتی همسران با فرزندتان دعوا می‌کنند، یا وقتی که دو کارمندتان باهم دعوا می‌کنند، فرق دارد. در هر کدام از این موقعیت‌ها شما یک نقش متفاوت دارید و مسئولیت‌هایتان باهم فرق می‌کند. در یکی مسئول خدشه‌دار نشدن کانون خانواده و حفظ رابطه اعضا در عین آرامش درون خانه هستید، در دیگری شما مسئول ضربه نخوردن پروژه و پیشبرد کار به دور از تنش هستید. بنابراین واکنش‌هایی که دارید، باهم فرق دارند. در خانه ممکن است با یک شوخی، مسئله را ختم کنید و نگذارید کار بالا بگیرد اما در مورد دوم، هر دو کارمند را به اتاق جلسات ببرید و خیلی جدی از هر دو توضیح بخواهید.

حکومت احساس در خانه

در خانه بیشتر احساس و عاطفه حکم‌فرما است. هدف حفظ رابطه است. برای همین راحت چشم‌پوشی می‌کنیم، بر اساس احساس‌هایمان حرف می‌زنیم و تصمیم می‌گیریم. به همه افراد خانه اعتماد داریم، خودمان هستیم، بدون اینکه تکلفی داشته باشیم؛ اما در محل کار، احساسات حکم‌فرما نیست و اگر از روی احساس تصمیمی بگیرید، احتمال زیادی دارد که آن تصمیم نادرست باشد. همچنین در خانه، خیلی راحت می‌توانیم بگوییم خسته‌ام، ناراحتم، بی‌حوصله‌ام و مثلاً تماشای فیلم دسته‌جمعی را به تعویق بیندازیم، اما سرکار به دلیل احساس‌های ناخوشایند، نمی‌توانیم فرآیند کاری را عقب بیندازیم، مگر اینکه اوضاع مان آن قدر خراب باشد که کار یا سلامت خودمان را به مخاطره بیندازیم که در آن صورت، باید رسماً مرخصی بگیریم.

مفاهیم کار و زندگی بیشترین و قوی‌ترین پیوند را با فرد و جامعه دارند و ایجاد تعادل بین آن‌ها از ارزش و اهمیت بالایی برخوردار است. تعادل موردنظر، تعادلی پویاست که هر عنصر آن ضمن ارتباط و کنش متقابل با عنصر دیگر، نقش مکمل و حمایت‌کننده دارد و برای رسیدن به چنین تعادلی لازم نیست یکی به نفع دیگری تضعیف یا کنار گذاشته شود؛ اما این تعادل خودبه‌خود ایجاد نمی‌شود و اگر رابطه بین کار و زندگی مدیریت نشود، تعارض بین آن‌ها زیان‌های جبران‌ناپذیری برای فرد، سازمان و جامعه در پی دارد.

- اهمیت قائل شدن برای خانواده
- مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی
- همکاری در انجام کارهای منزل
- انتخاب شغلی که انجام آن لذت‌بخش باشد
- انتخاب همسری که بتواند شریک غم‌ها و شادی‌های زندگی باشد
- صرف وقت برای تفریح و ورزش با خانواده
- انجام ورزش و دوری از عوامل استرس‌زا
- ایجاد تعادل بین درآمدها و هزینه‌ها
- کاهش ساعات کار اضافی
- تعویق در زمان بچه‌دار شدن و محدود کردن تعداد فرزندان

نتیجه این‌که:

مفاهیم کار و زندگی بیشترین و قوی‌ترین پیوند را با فرد و جامعه دارند و ایجاد تعادل بین آن‌ها از ارزش و اهمیت بالایی برخوردار است. تعادل موردنظر، تعادلی پویاست که هر عنصر آن ضمن ارتباط و کنش متقابل با عنصر دیگر، نقش مکمل و حمایت‌کننده دارد و برای رسیدن به چنین تعادلی لازم نیست یکی به نفع دیگری تضعیف یا کنار گذاشته شود؛ اما این تعادل خودبه‌خود ایجاد نمی‌شود و اگر رابطه بین کار و زندگی مدیریت نشود، تعارض بین آن‌ها زیان‌های جبران‌ناپذیری برای فرد، سازمان و جامعه در پی دارد. مقدمه رسیدن به تعادل بین کار و زندگی این است که مدیران و سایر افراد جامعه به این نگرش برسند که می‌توان اولویت‌های فرد، سازمان و جامعه را همسو و هماهنگ کرد. این همسویی و هماهنگی نتایجی به همراه دارد که ضمن ایجاد رضایت و خشنودی فردی، افراد جامعه را آماده می‌کند تا در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت جویند و وظایف شغلی خود را به‌خوبی انجام دهند. مدیران سازمان‌ها می‌توانند با مدیریت کردن تعادل بین کار و زندگی، کارکنانی شاد و خشنود داشته باشند که با علاقه‌مندی، وفاداری و تعهد به سازمان، عملکردی مؤثر در شغل خود ارائه می‌کنند. رسیدن به این هدف مستلزم آن است که مدیران نگاه سنتی به رابطه کار و زندگی را که در آن رقابت بین کار و زندگی می‌انجامد را کنار بگذارند و رویکردی را انتخاب کنند که در آن منافع فرد و سازمان به‌طور هم‌زمان و همسو با یکدیگر موردتوجه قرار می‌گیرد.

چند نکته برای ایجاد تعادل میان کار و زندگی

- ۱- کاری که دوست ندارید انجام ندهید،
- ۲- حواستان به میزان استرسی که تحمل می‌کنید، باشد،
- ۳- کاری را انجام بدهید که از آن لذت می‌برید،
- ۴- برای وقت تلف کردن یا صرفاً برای درآمد، کار نکنید،
- ۵- نیاز به امنیت، نیاز به خلاقیت، نیاز به ارتباط‌های اجتماع از جمله نیازهایی هستند که باید توسط کار برآورده شوند،
- ۶- کار باید باعث افزایش خلاقیت و مهارت‌آموزی و عامل پیشرفت باشد،
- ۷- زندگی با آرامش باعث افزایش انرژی برای پیشرفت در کار می‌شود. •

کشور در حال توسعه شاید چنین تصور می‌کرد که سال‌ها طول خواهد کشید تا امواج موردنظر تافلر به مرزهای کشورش برسد، اما این امواج در زمانی بسیار کوتاه از طریق فناوری‌های جدید مانند اینترنت، ماهواره، تلفن همراه و مانند آن قبل از پایان هزاره دوم از مرزها گذشت و حتی وارد حریم امن و خصوصی افراد شد.

تقابل با امواج مخرب

نگرانی‌های حاصل از این تحولات، به‌ویژه در عرصه خانواده، به اقداماتی از سوی دولت‌ها و سازمان‌ها برای ایجاد تعادل بین کار و زندگی منجر شده است. تعیین روزی به‌نام «روز تعادل بین کار و زندگی» در ایرلند و ماهی به‌نام «ماه کار و خانواده» در آمریکا و همچنین ایجاد شرکت‌های مشاوره و سایت‌های اینترنتی برای گسترش فرهنگ تعادل بین کار و زندگی و یافتن راه‌حل برای بهبود روابط افراد خانواده، همگی شواهدی بر اهمیت روزافزون این بحث است. به‌منظور جلوگیری از عوارض عدم تعادل بین کار و زندگی، فعالیت‌های گسترده‌ای در کشورهای صنعتی در حال انجام است که می‌توان از این تجارب برای حل مسائل جاری و پیشگیری از آنچه در آینده به‌عنوان یک مسئله در جامعه ما مطرح خواهد شد، استفاده کرد. برخی از این راه‌حل‌ها و پیشنهادهای در دو محور زیر خلاصه شده است.

پیشنادهایی برای سازمان‌ها

- تدوین راهبرد برای تعادل بین کار و زندگی
- سازمان‌دهی و مدیریت مطلوب‌تر کارها
- پرداخت پاداش بر مبنای عملکرد به‌جای تأکید بر حضور فیزیکی
- ایجاد محیط حمایتی برای کارکنان
- ایجاد مراکز مشاوره برای کارکنان و خانواده‌ها
- مکان کار نیمه‌وقت برای داوطلبان
- ایجاد امکانات حمایتی برای مادران شاغل
- اعطای مرخصی به‌جای سایر پاداش‌ها
- ایجاد محدودیت در ساعات کار اضافی
- فراهم کردن امکانات ورزشی و تفریحی برای کارکنان
- جریمه عدم استفاده از مرخصی سالیانه

مهم‌ترین انتظارات افراد از محیط کارشان را می‌توان در ۵ مورد زیر

خلاصه نمود

- برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی
- داشتن شغلی که واقعاً لذت‌بخش باشد
- داشتن احساس امنیت و تأمین آینده
- داشتن حقوق و دستمزد مناسب
- داشتن همکاران خوب

پیشنادهایی برای افراد برای بهبود کار و زندگی:

- داشتن برنامه برای ایجاد تعادل در کار و زندگی
- برنامه‌ریزی برای انجام وظایف شغلی و مسئولیت‌های خانوادگی

صنعت ومعدن

- گفت‌وگو با «سیدمهدی طبیب‌زاده» رئیس اتاق بازرگانی کرمان
- سایه سنگین مشکل‌ها بر بنگاه‌های صنعتی و معدنی؛ پیشنهاد راه‌های برون‌رفت
- نگاهی به نمایشگاه بین‌المللی سنگ‌های تزیینی تهران



گفت‌وگو با «سید مهدی طیب‌زاده» رئیس اتاق بازرگانی کرمان

از ظرفیت معادن به درستی استفاده نکرده‌ایم

گستره پهناور استان کرمان در جنوب شرق کشور، برخوردار از فراوانی ذخایر معدنی ارزشمند با تنوع قابل توجه است، به طوری که این استان به‌عنوان استان اول معدنی کشور شناخته می‌شود. این بخش از مهم‌ترین قابلیت‌ها در ایجاد ظرفیت‌های رشد و توسعه آتی استان می‌باشد. در موضوع بخش معدن و صنایع معدنی استان با سید مهدی طیب‌زاده رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان که سال‌ها به‌عنوان رئیس سازمان صنایع و معادن استان و عضو کمیسیون معادن اتاق ایران عمل نموده است، به گفت‌وگو پرداخته‌ایم که در این قسمت از نظر می‌گذرد.

اگر از معادن، خوب استفاده کرده بودیم می‌شد بگوییم کرمان بهشت معادن، اما در شرایط فعلی، بهشت زمین‌شناسی اصطلاح صحیح‌تری است...

در مورد ساختار بهره‌برداری معادن در بخش خصوصی استان به لحاظ فردی و گروهی و نوع مالکیت؛ ملکی/ اجاره‌ای توضیح بفرمایید؟

عموماً معادن کوچک، به شکل شرکت‌های سهامی خاص اداره می‌شوند و بهره‌برداری درصد کمی از آن‌ها به صورت شخصی و حقیقی است. در واقع معادن جزو انفال محسوب می‌شوند و مالک آن‌ها دولت است؛ اما به کسی که اکتشاف می‌کند و اکتشاف او منجر به صدور گواهی کشف می‌شود پروانه بهره‌برداری و اجازه بهره‌برداری درازمدت داده می‌شود؛ پس معادن همیشه در تملک دولت باقی می‌مانند و معدن‌دار بنا بر قوانین و مقررات، همه‌ساله بخشی از درآمد خود را در قالب حقوق دولتی به دولت پرداخت می‌نماید.

در مورد معادن بخش خصوصی مرسوم است که اگر دارنده پروانه توانایی لازم برای استخراج را نداشته باشد آن را به شرکتی از بخش خصوصی اجاره می‌دهد به طوری که استخراج‌کننده درصدی از ماده معدنی استخراج‌شده را تملک می‌کند و بخش دیگر را بابت مالکیت معدن یا اجازه بهره‌برداری از معدن به دارنده پروانه بهره‌برداری پرداخت می‌کند. در بخش دولتی نیز می‌تواند مشابه این موضوع رخ دهد به طور مثال در معادن سنگ آهن و مس هم شرکت‌های خصوصی هستند که قرارداد استخراج دارند و در قبال کاری که انجام می‌دهند مزد یا سهمی از مواد معدنی استخراج‌شده را دریافت می‌کنند. در حقیقت در این حوزه، بخش خصوصی بسیار فعال است و توانسته سهم مهمی از ناوگان ماشین‌آلات استخراج مواد معدنی استان را تأمین کند.

استان کرمان از باب تعداد معادن، ذخایر معدنی و میزان استخراج مواد معدنی در چه جایگاه و رتبه‌ای در کشور قرار دارد؟

استان کرمان به لحاظ معادن ارزشمند و بزرگ در کشور مقام اول را به خود اختصاص داده است. از چهار معدن بزرگ و معروف کشور سه معدن در استان کرمان قرار دارد؛ بنابراین به لحاظ ذخایر در معادن بزرگ مثل مس، سنگ آهن، کروم و زغال کرمان در جایگاه اول کشور است. از نظر میزان استخراج مواد معدنی هم با ۶۳ میلیون تن ماده معدنی استخراج‌شده و به لحاظ تنوع و ارزش افزوده بخش معدن نیز استان، رتبه نخست کشور را داراست.

چند نوع ماده معدنی و با چه میزان ذخایر قطعی در استان کرمان شناسایی شده است؟ سالیانه چند درصد از ذخایر استان استخراج می‌شود؟

برآوردها حاکی از این است که ۴ میلیارد تن ماده معدنی شامل بیش از ۳۰ نوع ماده معدنی در استان وجود دارد که به طور متوسط سالیانه ۶۳ میلیون تن آن استخراج می‌شود.

در حال حاضر چه سهمی از تعداد، ظرفیت و استخراج معادن استان تحت مدیریت دولتی است؟

به لحاظ ظرفیت و ارزش مواد استخراجی ۹۰ درصد معادن استان در اختیار بخش دولتی یا شرکت‌هایی که بیشتر با دولت در ارتباط‌اند، می‌باشد. البته از نظر تعداد به دلیل این که معادن در اختیار بخش خصوصی عموماً کوچک هستند، تعداد معادن در بخش خصوصی بیشتر از بخش دولتی است.

وضعیت استان کرمان از باب دارا بودن واحدهای فرآوری و تبدیل مواد معدنی به مواد واسطه‌ای و مصرفی چگونه است؟

در سال‌های اخیر حرکت‌های بسیار خوبی انجام گرفته است و ما تا مرحله تولید شمش فولاد، مس کاتد و چند قلم بعد از کاتد مس پیش رفته‌ایم، در رابطه با کروم هم به تولید فرو آلیاژها اکتفا کردیم؛ در حالی که عمده ارزش افزوده بخش معدن، هم در فولاد هم مس و کرومیت بعد از این موارد است. با این سرمایه‌گذاری‌هایی که انجام شده و با وجود این‌که در حال ایجاد ظرفیت ۱۰ میلیون تن فولاد خام هستیم گفته می‌شود تنها توانسته‌ایم ۱۰ تا ۱۵ درصد از زنجیره ارزش فولاد را ایجاد کنیم؛ بنابراین در فرآوری گرچه حرکت‌های خوبی انجام شده و ما زنجیره را تا مرحله شمش در فولاد و کاتد در مس پیش برده‌ایم اما هنوز آغاز راه هستیم و در صنایع فرآوری که این تولیدات، ماده اولیه آن‌ها محسوب می‌شود چندان پیشرفتی نداشته‌ایم.

توان فنی و مهندسی و وضعیت دانش و تکنولوژی در حوزه معدن و صنایع معدنی استان در بخش‌های دولتی و خصوصی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

خوشبختانه توان فنی و مهندسی مناسب است، اما نیروهایی که از دانشگاه می‌آیند آموزش‌های لازم را برای کسب مهارت‌های عملیاتی دریافت نکرده‌اند از طرف دیگر برای فعالیت فارغ‌التحصیلان در این زمینه یا عرصه فعالیتی ایجاد نشده یا به دلیل سختی کار جاذبه‌ای برای ایشان وجود ندارد. در برآوردهای انجام شده بیشتر فارغ‌التحصیلان بخش زمین‌شناسی و معدن در مشاغل غیر از حوزه تخصصی خود مشغول به کار هستند و تمایل عجیبی به اشتغال در شهر و انجام کارهای اداری دارند که لزوماً به دانش و تجربه آن‌ها ارتباطی ندارد؛ بنابراین علی‌رغم وجود پتانسیل‌های بسیار خوبی که چه به لحاظ تعداد دانشگاه‌ها و رشته‌های معدن و اساتید خوب و چه به لحاظ امکانات آزمایشگاهی و مراکز تحقیقاتی دولتی در استان کرمان وجود دارد متأسفانه هنوز نتوانسته‌ایم از نیروی فنی آموزش دیده در دانشگاه برای بهبود شرایط معدن آن‌چنان‌که باید استفاده کنیم. از سوی دیگر به دلیل مشکلاتی که در انتقال تکنولوژی و تأسیس معدن به دلیل تحریم‌ها وجود داشته با روش‌های جدید در دنیا چه در بخش اکتشاف چه در بخش بهره‌برداری خیلی فاصله گرفته‌ایم که این خود یکی از معضلات اصلی بخش معدن استان کرمان و سطح پایین تکنولوژی در استخراج و فرآوری مواد معدنی است.

چه تشکلهایی در بخش معدن استان وجود دارد؟ انجام چه خدماتی به آن‌ها واگذار شده و عملکرد آن‌ها را چگونه ارزیابی می‌نمایید؟

نظام مهندسی معدن به‌رحال یک تشکل کشوری مبتنی بر قانون است و در کرمان هم با آراء زیاد مهندسان معدن، متالوژی، نقشه‌برداری و زمین‌شناسی شکل گرفته است، اما متأسفانه نتوانسته است نقش مؤثری در بهبود شرایط معدن ایجاد کند؛ چراکه مشکل ساختاری دارد و هنوز به این باور نرسیده است که چه نقش مؤثری می‌تواند در این بخش ایفا کند، لذا فقط در سطح کارهای اداری مثلاً معرفی مسئول فنی یا تهیه طرح‌هایی برای اخذ مجوزها که خیلی سطح آن پایین‌تر از جایگاه

نظام مهندسی معدن است فعالیت می‌کند. نظام مهندسی معدن بایستی فوراً جایگاه خود را پیدا کند و با توجه به پتانسیل بالایی که دارد و تعداد زیاد مهندسان و فارغ‌التحصیلان بخش معدن که در آن عضو هستند نقش واقعی خود را در راهبری فکری و تکنولوژیکی و ایجاد نهضت فن‌آوری در بخش معدن ایفا کند.

همچنین انجمن‌هایی مثل انجمن زغال‌سنگ در این حوزه شکل گرفته‌اند که به شکل حرفه‌ای و صنفی در حال فعالیت هستند هرچند جز در پیگیری خواسته‌های صنفی معادن خیلی مؤثر نبوده‌اند. به‌رحال یکی از ضعف‌های بزرگ استان کرمان ضعف تشکل‌هاست در حالی که می‌تواند یکی از بازوهای توسعه معادن استان باشد، البته اتاق بازرگانی کرمان در این زمینه کم‌وبیش برنامه‌هایی دارد اما بایستی خواسته از سمت خود معدن کاران باشد؛ که ظاهراً شورونشاطی در این زمینه مشاهده نمی‌شود!

شورای عالی معادن استان چه نقشی در حل مشکلات و توسعه بخش ایفا کرده است؟ این شورا در جهت وصول به اهداف چه میزان موفق بوده است؟

شورای عالی معادن استان یک ظرفیت قانونی خوب است و می‌تواند خیلی از اموری که اجباراً بایستی برای تصمیم‌گیری به مرکز برود را در سطح استان به انجام رساند و چون متشکل از اعضای از خود استان کرمان است می‌تواند نقش مؤثری در تفویض اختیار و تسریع در امور و توجه به بخش معدن به‌عنوان یک اولویت داشته باشد. البته متأسفانه بخش خصوصی در این شورا نقش کم‌رنگی دارد و تنها عضو بخش خصوصی این شورا یعنی رئیس اتاق بازرگانی مطابق قانون بدون حق رأی است؛ بنابراین عملاً حضور بخش خصوصی در این شورا جدی گرفته نمی‌شود؛ اگرچه مسئولین استان این لطف را به بخش خصوصی دارند و نظارت و کارشناسی بخش خصوصی را می‌پذیرند. به‌طور کلی این یک ظرفیت مؤثر است که به نظر می‌آید در حال فعال شدن است. انتظار این است که بخش خصوصی نقش پررنگی داشته باشد و به بهبود شرایط کمک کند.

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان در گذشته به برنامه ایجاد نهضت فناوریانه در جامعه فعالان معدنی استان اشاره کرده است، در این زمینه چه اقداماتی انجام گرفته و چه نتایجی به دست آمده است؟

ما ۶۳ میلیون تن ماده معدنی استخراج می‌کنیم. اگرچه همان‌طور که پیش‌ازاین بیان شد در تولید محصولات در بخش فولاد و سنگ آهن و مس پیشرفت‌هایی داشته‌ایم اما واقعیت این است که در معادن کوچک وضعیت مناسبی نداریم و هم در اکتشاف و هم استخراج و فرآوری حرفه‌ای عمل نمی‌کنیم و بخش قابل‌توجهی از مواد معدنی در فرایند استخراج، حمل و فرآوری ضایع می‌شود و در فرآوری ارزش افزوده بالایی ایجاد نمی‌کند. به‌عنوان مثال در بخش معادن سنگ در استخراج و حمل کوپ‌های سنگ به مقصد و در سنگبری‌ها حتی در کارخانه‌های فرآوری سنگ به دلیل تکنولوژی عقب‌افتاده بخش مهمی از ماده معدنی به‌عنوان ضایعات از مسیر تولید خارج می‌شود. برای استفاده بهره‌ورانه و ایجاد ارزش افزوده و ارتقا سهم معدن در GDP استان کرمان لازم است هم در

بخش معدن هم -مانند سایر بخش‌ها- پیاده نشده هنوز انحصار بلامنازع دولت در این بخش وجود دارد و لختی و تصمیم‌گیری‌های زمان‌بر ناشی از آن باعث شده است آن مقدار کوچکی که در اختیار بخش خصوصی است نیز تابع شرایط حاکم شود. در این شرایط همتی برای حمایت از فعالین بخش معدن در استفاده از تسهیلات مالی و بانکی نیز وجود ندارد و همه این‌ها باعث شده است که معدن رشد نکند. البته تحریم‌ها هم به سخت بودن شرایط کمک کرده است تحریم‌ها باعث شده که اولاً صادرکنندگان قادر به برگرداندن پول خود نباشند و دیگر این‌که در ورود تکنولوژی‌های روز دنیا به مشکل بخورند. به‌طور کلی هم مسائل داخلی و هم مسائل خارجی در این موضوع که بخش معدن نتواند سهم مؤثری در GDP کشور ایفا کند، مؤثر است.

در خصوص روند سرمایه‌گذاری، جریان نقدینگی و متوسط دوره بازگشت سرمایه در بخش توضیح بفرمایید؟ حوزه معادن استان کرمان تا چه اندازه برای سرمایه‌گذاری خارجی جذابیت دارد؟

همان‌طور که پیش‌ازاین گفته شد سرمایه‌گذاری در حوزه معدن سرمایه‌بر و دیربازده است، در نتیجه بعضاً بخش‌های دیگر از جمله بخش خدمات که ارزش افزوده بالاتری دارد مانع از جذب سرمایه به بخش معدن شده‌اند؛ اما به لحاظ اینکه مواد معدنی ابیوه و متنوع و ارزشمندی در استان کرمان وجود دارد که بایستی با هزینه حمل بسیار زیادی به مقاصد فرآوری حمل شود، این جاذبه برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی وجود دارد تا با ورود ماشین‌آلات و تکنولوژی از محل ارتقای بهره‌وری به سودآوری مناسبی

اکتشاف، هم استخراج و هم در حمل و فرآوری نهضتی ایجاد کنیم و دیگر به روال عادی نمی‌شود عقب‌ماندگی را جبران کرد. بخش معدن استان کرمان یک عقب‌ماندگی مزمن به لحاظ تکنولوژی دارد و لذا بایستی نهضت فن آورانه، خیلی سریع و قوی شروع شود و ادامه پیدا کند.

در حدود یک‌سوم وسعت استان کرمان را عرصه‌های کویری و بیابانی تشکیل می‌دهند؟ آیا مطالعات اکتشافی در زمینه ذخایر معدنی در این عرصه وسیع انجام شده است؟

البته الزاماً کشف یا حتی ثبت معدن منجر به بهره‌وری نخواهد شد و در عمل کمتر از ۱۰ درصد پروانه‌های اکتشاف به پروانه بهره‌برداری می‌رسد. اگر سطح استان را به‌صورت موزاییکی نگاه کنیم عمده زمین‌های استان که امکان ثبت ماده معدنی وجود داشته است به ثبت رسیده است، اما علی‌رغم همه این بحث‌ها در کمتر از ۱۰ درصد سطح دارای پتانسیل در استان کار اکتشافی انجام و نتیجه گرفته شده است. از آن بدتر این‌که عملیات در عمق کم انجام گرفته است درحالی‌که ممکن است در عمق بیشتر از ۲۰۰ متر، مواد معدنی ارزشمندی وجود داشته باشد اما فعلاً هم در سطح و هم عمق به‌صورت بسیار محدود کار کرده‌ایم. به‌طور کلی با توجه به پتانسیل بالا و پهنه‌های وسیع در استان کرمان، باوجود منابع کشف شده، کار اکتشافی سیستماتیک، وسیع و با روش‌های مدرن آن‌چنان‌که باید انجام نشده است.

مسائل، مشکلات و چالش‌های فضای کسب‌وکار در بخش معدن و صنایع معدنی چیست؟ علاوه بر آن مشکلات اختصاصی بخش معدن در استان کرمان چه هستند؟

مشکلات فضای کسب‌وکار در بخش معدن هم تا حدودی تابع کلی فضای کسب‌وکار استان و کشور است، اما معدن شرایط ویژه‌تری هم دارد، اولاً همراه با ریسک و ثانیاً سرمایه‌بر و دیربازده است. از طرف دیگر پروانه بهره‌برداری هم با توجه به اینکه توسط دولت صادر می‌شود و به‌نوعی اجاره‌ای است به‌عنوان وثیقه اخذ تسهیلات بانکی قبول و وصول نمی‌شود. عدم تخصص کافی معدن کاران یعنی کسانی که عرصه معدنی را گرفته‌اند در کنار قوانین دست و پاگیر و پیچیده این بخش و عدم رغبت سیستم بانکی برای مشارکت با این بخش باعث شده که بخش مهمی از ظرفیت‌های حوزه معدن غیرفعال بماند.

به نظر شما نقصان عملکرد در بخش معدن تا چه اندازه به علت سیاست‌گذاری‌ها و موانع داخلی کشور و چه میزان ناشی از تحریم‌ها، فشارها و نیز رقابت‌های خارجی است؟ همچنین ضعف عملکرد در بخش معدن و صنایع معدنی ناشی از علل داخلی چه اندازه به علت تهدیدها و محدودیت‌های محیطی و چه میزان به علت چگونگی عملکرد و مدیریت در بخش است؟

متأسفانه معدن در کشور هیچ‌وقت مورد توجه جدی قرار نگرفته است، خیلی از سیاست‌ها و مالکیت‌ها روشن نیست، عمده معادن ارزشمند در اختیار دولت است و اگر واحد کوچکی هم متعلق به بخش خصوصی است، خریدار مواد معدنی آن دولت است و نهایتاً بایستی مواد استخراج‌شده را به شرکت‌های دولتی بفروشد. از آنجا که سیاست‌های کلی اصل ۴۴ در

برای استفاده بهره‌ورانه و ایجاد ارزش افزوده و ارتقا سهم معدن در GDP استان کرمان لازم است هم در اکتشاف، هم استخراج و هم در حمل و فرآوری نهضتی ایجاد کنیم و دیگر به روال عادی نمی‌شود عقب‌ماندگی را جبران کرد. بخش معدن استان کرمان یک عقب‌ماندگی مزمن به لحاظ تکنولوژی دارد و لذا بایستی نهضت فن آورانه، خیلی سریع و قوی شروع شود و ادامه پیدا کند...

متأسفانه معدن در کشور هیچ‌وقت مورد توجه جدی قرار نگرفته است، خیلی از سیاست‌ها و مالکیت‌ها روشن نیست...

برسند. متأسفانه ابهاماتی که در رفتار با سرمایه‌گذاری خارجی در قوانین کشور وجود دارد و نوسانات نرخ ارز امکان برگشت سرمایه و سود حاصل از آن را برای ایشان همراه با ریسک نموده است لذا امنیت سرمایه‌گذاری در کشور دچار چالش است و به همین دلایل از سرمایه‌گذاری در این بخش آن چنان که باید استقبال نمی‌شود، اما به‌طور کلی پتانسیل و جذابیت کافی در این حوزه وجود دارد.

با وجود چالش‌های موجود چگونه می‌توان مدیریت کاهش ریسک و توسعه سرمایه‌گذاری‌های آینده در بخش معدن و صنایع معدنی را محقق ساخت؟

بایستی به‌تدریج با بهبود فضای کسب‌وکار، توسعه اکتشافات، جدیت در تأمین مالی، آموزش و جذب آدم‌های حرفه‌ای در بخش معدن این ریسک را کاهش بدهیم و همچنین با حمایت‌هایی که در بخش اکتشاف انجام می‌شود و تضمینی که صندوق‌های ضمانت سرمایه‌گذاری ارائه می‌دهند برای سرمایه‌گذاران جذابیت ایجاد کنیم.

در حوزه صادرات معدنی، اعم از مواد خام، مواد فرآوری شده و تولیدات صنایع معدنی ظرفیت‌ها و عملکرد چه میزان و چگونه است؟ استان کرمان چه سهمی از صادرات این بخش اقتصاد کشور را به خود اختصاص داده است؟

تابه حال سنگ آهن خام، دانه‌بندی شده یا حداکثر کنسانتره صادر می‌کردیم، ولی خوشبختانه با ایجاد واحدهای فولاد اسفنجی و فولاد خام تولید شمش فولاد شروع شده است. واقعیت این است که با توجه به ظرفیت‌هایی که در حال ایجاد است به‌زودی برای تأمین مواد معدنی موردنیاز کارخانه‌های فرآوری با مشکل روبرو خواهیم شد که عملاً صادرات را غیرممکن می‌کند. با شهرک‌هایی که در شهرستان رفسنجان در حال طراحی هستند و برنامه‌هایی که کارخانه‌های فولاد برای تولید محصولات پایین‌دستی دارند؛ به نظر می‌آید زنجیره ارزش این بخش در حال تکمیل است اما با این وجود هنوز بخشی از صادرات استان کرمان را صادرات سنگ آهن و کنسانتره تشکیل می‌دهد. در بخش مس حدود ۲۰۰ هزار تن کاتد تولید می‌شود که در آینده نزدیک به حدود ۴۰۰ هزار تن خواهد رسید، ولی کاتد ارزش افزوده بالایی ندارد. به‌زودی در چند سال آینده استان تبدیل به قطب فولاد کشور می‌شود گرچه تأکید می‌کنم فولاد خام تنها حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد زنجیره ارزش افزوده است. به‌طور کلی باید تلاش کنیم مواد معدنی خام به محصولات باارزش تبدیل شود تا معدن بتواند نقش اساسی در توسعه استان کرمان ایفا کند.

با توجه به اینکه قاعدتاً نوسانات داخلی و جهانی در بازار محصولات معدنی بر عرضه این محصولات تأثیرگذار است، قیمت‌ها در بازار محصولات معدنی تا چه اندازه بر مبنای عرضه و تقاضا شکل می‌گیرد؟ این متغیر چه تأثیری در سرمایه‌گذاری بخش معدن دارد؟

خوشبختانه بخش معدن کشور ارتباط ویژه‌ای با مراجع قیمت‌گذاری در سطح بین‌المللی؛ چه در بازار مواد اولیه و چه محصولات دارد. قیمت مواد معدنی را در دنیا LME تعیین می‌کند و در ایران نیز تقریباً با درصدی

تغییرات همین قیمت‌ها رعایت می‌شود. تغییرات به این علت است که گاهی الزاماتی وجود دارد؛ مثلاً واحدهای معدنی الزام دارند به شرکت‌های دولتی با نرخ مشخصی سنگ آهن یا کنسانتره ارائه کنند، به عبارتی مداخلات دولت باعث شده که مکانیزم عرضه و تقاضا بر بازار حاکم نباشد، اما به هر حال حجم زیادی از محصولات معدنی تابع شرایط کلی نوسانات نرخ جهانی در بازارهای بین‌المللی است.

افزایش نرخ دلار در کنار وجود منابع غنی معدنی جذابیت صادرات را بیشتر کرده است و سرمایه‌گذاری در بخش معادن توجیه‌پذیرتر شده است و از آنجا که بیشتر محصولات معدنی قابلیت صادرات دارند قاعدتاً باید توسعه بیش از این را ایجاد می‌کرد، اما متأسفانه متغیر بودن و نوسان داشتن شرایط اقتصادی کشور ریسک سرمایه‌گذاری را افزایش داده است.

اتفاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان چه نقشی در زنجیره بازار تأمین و تولید، تأمین و توزیع و صادرات بخش معدن و صنایع معدنی استان ایفا کرده است و چه برنامه یا برنامه‌هایی در جهت ارتقا بهبود عملکرد در تولید و تجارت این بخش دارد؟

بخش معدن همواره به‌عنوان یکی از دغدغه‌های اصلی اتفاق بازرگانی کرمان مطرح شده و در موقعیت‌های مختلف پیوسته با صراحت بیان کرده که ظرفیت‌های بخش معدن آن چنان که شایسته است در اقتصاد کرمان فعال نشده است. اتفاق خیلی تلاش کرده است که از طریق بحث‌هایی مانند نهضت فن آوران، تقویت و توسعه تشکلهای بخش معدنی، توسعه فعالیت‌های بخش خصوصی و ترغیب سرمایه‌گذاری، ترغیب دارندگان معادن به احداث شهرک‌های فرآوری، کمک به طراحی شهرک‌های فولاد، مس، کروم، منگنز و زغال، توجه استان را به این بخش جلب کند. همچنین سعی شده که ورود بخش خصوصی به این حوزه را تقویت کند چرا که به دلیل محدودیت‌های کمتری که در بخش خصوصی وجود دارد و مطالعات بیشتری که انجام می‌دهد بتواند تکنولوژی‌های جدیدی را وارد استان کرمان کند. اتفاق یکی از اهداف اصلی فعالیت‌های خود را ایجاد ارزش افزوده و تکمیل زنجیره ارزش در بخش معدن قرار داده است و کمیسیون صنعت و معدن اتفاق به این موضوع تأکید و اهتمام دارد، کمیسیون با حضور در شورای عالی معادن و شورای گفت‌وگو با پیگیری بر این موضوع اصرار می‌ورزد. خوشبختانه بخش دولتی نیز در این مورد همراهی می‌کند؛ مثلاً شهرک صنعتی و منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان و سیرجان که برای فرآوری مواد معدنی نقش ایفا می‌کنند. شرکت صنایع مس ایران هم درصدد است که شهرک فرآوری مس را در رفسنجان احداث کند و تکلیف یافته‌اند که این شهرک‌ها را هم برای فولاد و هم مس در شهرهای مختلف استان کرمان ایجاد کنند و زنجیره را کامل نمایند.

موضوع بسیار مهم بهره‌وری در بخش معدن و صنایع معدنی خصوصی و دولتی استان کرمان را چگونه ارزیابی و مقایسه می‌نمایید؟ آنگاه رشد این شاخص مهم چگونه است؟

بهره‌وری یکی دیگر از دغدغه‌های اتفاق بازرگانی است تا جایی که اتفاق سه جلسه از جلسات شورای گفت‌وگو را به ارتقا بهره‌وری اختصاص داده است. یکی از کلیدی‌ترین بحث‌ها، بحث معادن است که فکر

بخشی از آن به همین موضوع و قابلیت‌های معدنی اختصاص یافته است. به علاوه باید در سایت‌هایی که ایجاد می‌شود، سفرهایی که انجام می‌شود و در موقعیت‌هایی که میزبان سرمایه‌گذاران خارجی هستیم این پیش‌زمینه‌ها را ایجاد کنیم. همچنین در مذاکراتی که با سازمان حمایت از سرمایه‌گذار خارجی داشته‌ایم همواره سعی کرده‌ایم شرایط را فراهم کنیم هرچند متأسفانه در شرایط نا به سامان فعلی کشور و عدم قطعیتی که وجود دارد، امکان فعالیت جدی از همگان سلب شده است، اما ما منتظر بهبود شرایط هستیم که بتوانیم از پتانسیل‌های موجود به نحو احسن استفاده کنیم.

○ چه برنامه‌ای برای نوسازی اجتناب‌ناپذیر ماشین‌آلات خاص معدنی و نیز زیرساخت‌های فرسوده این بخش تدارک دیده شده است؟

واقعیت این است که امروزه در دنیا صنایع نسل چهارم یعنی صنایع مبتنی بر بهره‌وری حداکثر، حفظ محیط‌زیست، کاهش مصرف انرژی و آب مطرح شده‌اند اما متأسفانه در شرایط فعلی برای کشور ما امکان جذب و استفاده از تکنولوژی خارجی زیاد نیست و محدودیت‌های زیادی در این رابطه وجود دارد، بنابراین تمرکز بیشتر بر استفاده از صنعت داخلی برای بازسازی و توسعه فن‌آوری‌ها در حوزه معدن است.

○ آیا امکان‌سنجی علمی و قابل‌اعتمادی در خصوص ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری و تولید در بخش معدن و صنایع معدنی استان انجام شده است؟ نظر شما در مورد پیش‌رانی بخش معدن در اقتصاد استان چیست؟

بله، از لحاظ امکان‌سنجی علمی و ایجاد قابلیت اعتماد و ظرفیت‌سازی کارهای خوبی انجام شده است. بخش معدن بخش بکری است و ظرفیت‌های بالقوه زیادی در این حوزه وجود دارد، جای کار بسیار زیاد است و فاصله بسیاری تا تحقق همه این ظرفیت‌ها وجود دارد، اما همه این‌ها منوط به تنظیم روابط خارجی است، منتظر بهبود فضای بین‌المللی هستیم.

○ همواره از استان کرمان به‌عنوان بهشت معادن ایران یاد می‌شود، این بهشت تاکنون چه نقشی در توسعه اقتصادی و اجتماعی استان داشته است؟

اگر نتوانسته بودیم خوب استفاده کنیم می‌توانستیم بگوییم بهشت معادن، اما در شرایط فعلی بهشت زمین‌شناسی اصطلاح صحیح‌تری است. در واقع امکانات، خدادادی است؛ این که به چه میزان از این مواهب و اصطلاحاً بهشت استفاده کنیم به خودمان بستگی دارد. ما معتقدیم کرمان بهشت زمین‌شناسی است چون این تنوع، این میزان ارزشمند بودن مواد معدنی کرمان مثل مس، آهن، کرومیت و منگنز که با آهن و سنگ ساختمانی تفاوت بسیار دارد، در صورت فعال شدن می‌توانست نقش بسیار مهمی در اقتصاد استان ایفا کند اما متأسفانه این چنین نشده است. این یکی از دغدغه‌های اصلی ما در استان است و همواره تلاش می‌کنیم آن را تبیین کنیم و با راهکارهای عملیاتی به تحقق کامل آن برسیم. ●

می‌کنیم بهره‌وری در آن پایین است. ما در اتاق برای افزایش بهره‌وری در بخش‌های مختلف بخصوص معدن درصدد راه‌اندازی مرکز توانمندسازی و رقابت‌پذیری هستیم. به‌وضوح بهره‌وری در بخش خصوصی تفاوت اساسی با بهره‌وری در بخش دولتی دارد. ما در بخش خصوصی نمونه‌ای داریم که با ۱۷ میلیارد تومان یک کارخانه فرآوری احداث شده است که حدود ۵۰۰ هزار تن ماده معدنی را فرآوری می‌کند، ولی همین مقیاس در بخش دولتی با سرمایه‌گذاری بسیار بیشتری انجام شده است. به همین جهت اصرار بر این است که بهره‌برداری از معادن به بخش خصوصی واگذار شود که در آن میزان شاخص‌های بهره‌وری کاملاً با شاخص‌های بخش دولتی متفاوت است و غیر از این هم انتظار نمی‌رود.

○ اولویت‌های بخش معدن استان کرمان برای اکتشاف، استخراج، فرآوری، ایجاد و رشد صنایع معدنی و تجارت در برنامه‌های توسعه‌های مربوطه چیست؟

بیشتر اکتشافات ما در حدود ۲۰ و حتی ۳۰ سال پیش توسط شرکت‌هایی مانند شرکت ملی صنایع مس ایران، شرکت ملی فولاد ایران و شرکت انرژی اتمی و به‌صورت مقطعی انجام شده است و پس از آن موضوع اکتشافات سیستماتیک دیگر رها شده و روش‌ها، تجهیزات تکنولوژی جدید و مدرن و تخصص فارغ‌التحصیلان بعد از این مدت کمتر مورد استفاده قرار گرفته است. در نتیجه نه در سطح و نه در عمق نتوانستیم گسترش چندانی داشته باشیم. در حالی که در کشورهایی مثل کانادا اکتشافات هرچند سال یکبار مجدداً تکرار می‌شود و با استفاده از ظرفیت تجهیزات جدید مواد معدنی زیادی شناسایی می‌کنند؛ بنابراین اولویت استان کرمان بایستی تمرکز بر روش‌های مدرن، تجهیزات جدید و فارغ‌التحصیلان در مناطق امیدبخش چه در حوزه اکتشافات و چه استخراج، نگهداری، حمل و فرآوری باشد تا از مسیر ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی و ماشین‌آلات هم در مصرف آب، هم هزینه تعمیر تجهیزات و هم آسیب‌های محیط‌زیستی صرفه‌جویی شود و در نتیجه از محل ارتقای کیفیت مواد معدنی سهم ارزش افزوده این بخش را به آنچه شایسته است برسانیم.

○ کیفیت و نحوه مدیریت در بخش خصوصی معدن و صنایع معدنی را چگونه ارزیابی می‌نمایید؟ ضمناً در جلب و جذب همکاری‌های بین‌المللی برای جذب سرمایه‌گذار خارجی در این بخش از اقتصاد استان و به‌تبع آن کسب تکنولوژی، دانش و مهارت‌های جدید مدیریتی چه اقداماتی صورت پذیرفته است؟

اگرچه کیفیت و نحوه مدیریت در بخش خصوصی معدن از بخش دولتی به‌مراتب بهتر است، اما باز هم عقب‌ماندگی‌های مزمنی در این زمینه وجود دارد از جمله: نبود اکتشافات سیستماتیک و عدم آموزش‌های لازم در محل معادن، عدم حضور فعال تشکلهای معدنی، عدم استفاده از نیروهای تحصیل کرده و از سوی دیگر عدم تمایل فارغ‌التحصیلان معدن به حضور در شرایط سخت معدن و بدتر از آن فقدان تجربه، آموزش و دانش کافی در فارغ‌التحصیلان به دلیل تمرکز دانشگاه‌ها به آموزش‌های صرفاً تئوری. در مورد جذب همکاری‌های بین‌المللی نیز لازم است ابتدا به‌روشنی فرصت‌های سرمایه‌گذاری این حوزه معرفی شود، در این زمینه اتاق کرمان در حال انتشار جزوه‌ای تحت عنوان «چرا کرمان» هست که

سایه سنگین مشکل‌ها بر بنگاه‌های صنعتی و معدنی؛

پیشنهاد راه‌های برون‌رفت

< عباس جبال‌بارزی

عضو هیئت نمایندگان و رئیس کمیسیون
صنعت و معدن اتاق بازرگانی کرمان



نشده، بلکه در عمل زمان انتظار برای به سرانجام رسیدن درخواست شرکت‌ها و مردم را بیشتر کرده است. مردم نمی‌دانند به کجا مراجعه یا به کجا شکایت کنند و چگونه کار خود را سریع‌تر پیش ببرند. در نتیجه، لازم است برای سرعت بخشیدن به کار مردم، نقاط ضعف موجود در عملیات اداری و ثبت شرکت‌ها برطرف شود و صدور مجوز به‌طور متمرکز در یک مرکز صورت گیرد. کاری که قبلاً در ثبت شرکت‌ها، از مسیری قدیمی و کاغذی در یک هفته انجام می‌شد، در حال حاضر از طریق سامانه و اتوماسیون یک‌ماهه انجام می‌شود. باید رسیدگی کنند و مشکل‌هایی را که روش جدید برای شرکت‌ها ایجاد کرده برطرف نمایند.

یک بنگاه اقتصادی یا سرمایه‌گذار هنوز به راحتی نمی‌تواند منابع مالی خود را تأمین کند، عمده منابع مالی برای سرمایه‌گذاری از طریق بانک‌ها تأمین می‌شود و به دلیل تقاضای بسیار، بانک‌ها مقاومت نموده و به بهانه‌های مختلف از پرداخت تسهیلات سر باز می‌زنند، باید بازار سرمایه به معنای واقعی شکل بگیرد. بنگاه‌های بزرگ تأمین منابع خود را از بازار سرمایه و بنگاه‌های کوچک و متوسط نیز از بانک‌ها انجام دهند، علاوه بر این برای بنگاه‌های کوچک و متوسط بانک تخصصی صنایع کوچک با سیستم اهلیت محور راه‌اندازی شود تا با سنجش اهلیت مشتریان خود به لحاظ کار اقتصادی مورد نظر، این‌گونه بنگاه‌ها نیز بتوانند به راحتی تسهیلات دریافت نمایند.

اگر بخواهیم طبق برنامه ششم توسعه به رشد هشت‌درصدی و به

در حال حاضر مشکل‌های زیادی گریبان‌گیر صنعت کشور است که صنعت کرمان نیز تحت تأثیر آن‌ها قرار دارد. بیشتر این مشکل‌ها چون بیماری‌های کهنه بر جان اقتصاد کشورند که با وجود برگزاری جلسات متعدد و پیگیری‌های مستمر، تاکنون تصمیم جدی برای رفع آن‌ها گرفته نشده است.

رتبه کنونی سهولت فضای کسب‌وکار ایران ۱۲۴ است. در ابتدای دولت یازدهم این شاخص نشانگر عدد ۱۵۲ بود که با تلاش و اعمال راهکارهایی، روند بهبود فضای کسب‌وکار طی شد و این رتبه به ۱۱۸ ارتقا یافت، اما در حال حاضر با مشکلات پیش‌آمده، متأسفانه این رتبه به مرتبه ۱۲۴ تنزل یافته است. با نگاه به شاخص‌های اصلی و ده‌گانه که تغییرات آن‌ها در اختیار حاکمیت است، به این نتیجه می‌رسیم که با تصمیمات ساده و بدون هزینه می‌توان رتبه سهولت فضای کسب‌وکار را به‌طور کل تغییر داد و شرایط را برای سرمایه‌گذاری و تولید روان‌تر کرد.

یکی از این شاخص‌ها، بحث چگونگی صدور مجوزها برای راه‌اندازی کسب‌وکارهاست. به‌عنوان مثال در کشور گرجستان رتبه صدور مجوز هشت است و روند ثبت شرکت و صدور مجوز یک روز به طول می‌انجامد، اما در کشور ایران برای ثبت یک شرکت به‌صورت الکترونیکی حداقل یک ماه زمان لازم است. حال این سؤال پیش می‌آید که چرا اولین قدم برای آغاز یک فعالیت باید یک ماه به طول انجامد؟ متأسفانه این سیستم در مواردی نه تنها باعث افزایش کارایی و سرعت بخشیدن به کارهای مردم و امور شرکت‌ها

کسب‌وکار، دولت را مکلف می‌کند که در اتخاذ و اجرای تصمیم‌های اقتصادی، از طریق شورای گفت‌وگو اقدام به بررسی و لحاظ نظرها و پیشنهادهای بخش خصوصی نماید. تصمیمات شتاب‌زده دولت تنها موجب بدتر شدن وضعیت شده است.

در سنوات گذشته صادرات به کشورهای عراق، افغانستان، پاکستان، کشورهای حوزه CIS و کشورهای حوزه خلیج فارس به صورت ریالی بود و بخش عمده‌ای از این صادرات نیز به صورت مبادلات کالایی از بازارچه‌های مرزی صورت می‌گرفت، اما با توجه به بخشنامه اخیر بانک مرکزی در رابطه با برگشت ارز حاصل از صادرات و پیمان‌سپاری ارزی، مشکل‌هایی برای صادرکنندگان به کشورهای مذکور به وجود آمده است. درخواست ما این است که صادرکنندگان از شمول مقررات دستورالعمل مذکور معاف شوند و در مورد صادرات به بقیه کشورها نیز، به هر طریقی که می‌توانند ارز خود را برگردانند.

اگر بانک مرکزی قبل از صدور این بخشنامه، طبق ماده ۲۴ قانون بهبود فضای کسب‌وکار نظر بخش خصوصی را نیز در این تصمیم‌گیری لحاظ می‌کرد. در حال حاضر با این مشکلات روبرو نبودیم. به‌طورقطع این بخشنامه تصحیح خواهد شد، اما دو سه ماه صادرات کشور مختل می‌شود و این به معنای تحریم داخلی است. مسائل بیان‌شده ازجمله عواملی هستند که فضای کسب‌وکار و جریان عرضه و تقاضا را با مشکل مواجه کرده‌اند، خروجی این عوامل به تعدیل نیروی انسانی در بخش صنعت و معدن منتهی می‌شود و باعث بیکاری آسیب‌پذیرترین قشر جامعه که همان کارگران هستند، می‌گردد. بدیهی است که می‌توان با اتخاذ و اعمال راه‌کارهای مناسب، وضعیت را در جهت بهبود، مدیریت کرد. اثر تحریم‌های خارجی و خروج امریکا از برجام، بر اقتصاد کشور بیش از ۲۰ الی ۳۰ درصد نیست و وضعیت اقتصاد در حال حاضر نسبت به زمان تحریم‌های اتحادیه اروپا و امریکا بهتر است. به نظر می‌رسد ۶۰ الی ۷۰ درصد مشکلات پیش‌آمده در فضای کسب‌وکار به دلیل صدور بخشنامه‌ها و تصمیم‌گیری‌های خلق‌الساعه دولت و مسائل داخلی است. ما می‌توانیم با اتخاذ راه‌کارهای مناسب، وضعیت فعلی را مدیریت کنیم تا از این اوضاع نابسامان خارج شویم. بخش خصوصی راه‌کارهایی به دولت پیشنهاد داده است. احساس می‌شود با به کار بستن این راه‌کارها، بسیاری از مسائل و مشکلات حوزه صنعت می‌تواند، برطرف شود. همچنین بانک مرکزی به‌عنوان متولی نظام پولی و بانکی کشور می‌تواند، با مدیریت هوشمندانه و صحیح بازار ارز، فاصله بازار آزاد با بازار ثانویه را به ۱۰ درصد برساند.

بخش خصوصی به‌ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط در تأمین مواد اولیه از شرکت‌های دولتی و خصولتی با مشکل مواجه هستند. فاصله بین نرخ عرضه کالا در بورس و بازار زیاد است و عرضه نیز در وزن‌های بسیار بالا صورت می‌پذیرد. خریداران این مواد معمولاً دلالاتی هستند که اعتقادی به تولید ندارند، رانت‌خوارانی که به نام شرکت‌های غیرفعال دارای پروانه تولید، مواد اولیه را خریداری و به قیمت بالاتر در بازار می‌فروشند.

درخواست می‌شود دولت مواد اولیه را به تولیدکننده واقعی و دارای

چشم‌انداز ۱۴۰۴ برسیم، باید رتبه سهولت فضای کسب‌وکار کشور در فرصت زمانی حداکثر یک سال به عدد دورقمی زیر ۵۰ تنزل یابد. در حال حاضر بسیاری از بنگاه‌ها با ظرفیت بسیار کم مشغول فعالیت‌اند؛ به‌عنوان مثال در کرمان تنها یک‌چهارم از واحدهای صنعتی با ظرفیت بالای ۷۵ درصد تولید می‌کنند و بقیه با ظرفیت ۲۵ تا ۷۴ درصد در حال کارند. همچنین نیمی از واحدهای صنعتی کشور تقریباً زیر ۵۰ درصد ظرفیت خود فعالیت می‌کنند. تقاضا برای تولیدات آن‌ها کم است و باوجود معوقات بانکی، مالی و تأمین اجتماعی، به‌سختی قادر به پرداخت هزینه‌های خود هستند.

با همکاری دولت برای پر شدن ظرفیت خالی این بنگاه‌ها و افزایش بودجه پروژه‌های عمرانی، واحدهای صنعتی می‌توانند به‌موقع به یک ظرفیت منطقی تولید برسند. همچنین با آسیب‌شناسی این بنگاه‌ها و مشخص شدن نقاط ضعف آن‌ها، دولت یا سازمان توسعه تجارت بهتر می‌تواند به آن‌ها از لحاظ آموزش‌های مدیریتی و بازاریابی در صادرات محصول به کشورهای هدف یاری رساند.

تقریباً ۱۰ درصد بودجه کل کشور، به بودجه‌های عمرانی اختصاص داده شده است و با توجه به این‌که پروژه‌های عمرانی داخل کشور روند روبه رشد ندارند، دولت باید باکم کردن بخشی از بودجه جاری و تخصیص دادن آن به بودجه عمرانی و با تعریف تقاضا برای بنگاه‌ها کار ایجاد کند تا از حالت رکود و نیمه فعال خارج شوند. از طرفی بخش خصوصی همیشه یاری‌رسان واحدهای تولیدی بوده و با اقداماتی ازجمله رایزنی با بانک‌ها، سازمان تأمین اجتماعی و سازمان امور مالیاتی برای تقسیم وام‌ها و پرداخت مالیات و بیمه به بنگاه‌ها کمک کرده است، اما این اقدامات تأثیر چندانی بر وضع بنگاهی که زیر ظرفیت فعالیت می‌کند، ندارد. از چند سال پیش مشخص بود که وضعیت نرخ ارز به دلیل تورم، نمی‌تواند ثبات داشته باشد. در سال‌های اخیر میانگین نرخ تورم از ۱۵ درصد کمتر نبوده و از طرفی نرخ تورم خارجی نیز مشخص بوده است، اگر هر سال نرخ ارز متناسب با تقاضا نرخ تورم داخلی و خارجی رشد می‌کرد به واقعیت نزدیک‌تر می‌شد و با بحران کنونی روبرو نمی‌شدیم. به‌طورقطع مسائل تحریم و خروج از برجام بر نرخ ارز تأثیرگذار بوده، اما اگر اتفاقات اخیر رخ نمی‌داد باز هم با افزایش نرخ ارز روبرو می‌شدیم. دولت تا چه میزان می‌توانست نرخ ارز را به‌طور مصنوعی کنترل کند؟ در سال‌های اخیر دولت وضعیت خوبی در ارز داشت و توانست به‌طور کاذب نرخ را پایین نگه دارد، اما خروج از برجام و تصمیمات اخیر مزید بر علت و تکلیف نرخ ارز روشن شد. اگر دولت به پیشنهادهای بخش خصوصی اعتنا می‌کرد، نرخ ارز در این سال‌ها اصلاح می‌شد و در زمان کنونی شاهد تفاوت بین نرخ واقعی و نرخ موجود در بازار نبودیم. این تفاوت نرخ به‌شدت بر تأمین مواد اولیه موردنیاز تولید تأثیر گذاشته و باعث افزایش بهای تمام‌شده کالاها و موجب بی‌ثباتی در قیمت‌ها شده است و برنامه‌ریزی واحدهای تولیدی را نیز دچار مشکل کرده است.

بخشنامه اخیر بانک مرکزی مبنی بر برگشت ارز حاصل از صادرات و پیمان‌سپاری ارزی، عاملی برای کاهش صادرات و افزایش مشکلات و سردرگمی فعالان اقتصادی شده است. ماده ۲۴ قانون بهبود فضای



الف-عدم ثبات در تصمیم‌گیری و قبول سفارشات خصوصاً در بنگاه‌های کوچک و متوسط

به دلیل نوسانات روزانه و شدید نرخ ارز، مدیران بنگاه‌های تولیدی امکان ارائه قیمت به مشتریان خود را نداشته و تداوم این وضعیت تبعات غیرقابل جبرانی را در بر خواهد داشت که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- رکود در تولید و فروش؛ خصوصاً بنگاه‌های کوچک و متوسط که نزدیک به ۹۰ درصد بنگاه‌های تولیدی و ۴۰ درصد اشتغال را شامل می‌شود،

۲- اخراج کارگران و از بین رفتن اشتغال پایدار که تبعات خاص خود را دارد،

۳- تحمیل پرداخت هزینه سنگین بیمه بیکاری به سازمان تأمین اجتماعی در شرایطی که صندوق این سازمان با مشکل شدید پیشی گرفتن مصارف از منابع روبرو است،

۴- ایجاد وابستگی به واردات و تحمیل هزینه به کشور به دلیل خروج ارز در شرایطی که حفظ منابع ارزی از ضروریات است. لذا پیشنهاد می‌گردد:

۱- برای ایجاد تعادل و شکستن حباب نرخ ارز، امکان عرضه ارز کلیه مواد صادراتی به استثنای نفت و میعانات گاز در بازار ثانویه با ایجاد مکانیزم نظارت منطقی فراهم شود،

۲- بانک مرکزی ارز موردنیاز را در صورت تقاضا بیشتر تأمین نماید،

۳- ارز دولتی صرفاً به کالاهای اساسی و دارو پرداخت شود،

۴- برای جلوگیری از ایجاد هرگونه رانت و به وجود آمدن امضای تلایبی، ارز موردنیاز برای تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی از بازار

پروانه بهره‌برداری معتبر عرضه کند و به دلیل عدم توانایی بنگاه‌های کوچک و متوسط، میزان برای خریدار مشخص نشود تا هر واحد تولیدی به اندازه نیاز از بورس خرید کند، همچنین بنگاه‌های کوچک و متوسط مکانیزمی را طراحی کنند تا به صورت مستقیم و بر اساس تأمین منابع مالی و نیاز خود، مواد اولیه را از بورس خریداری کنند و برای همه کالاهای عرضه شده در بورس این مکانیزم تعریف شود. در حال حاضر در برخی از بنگاه‌ها عرضه تولیدات بیشتر از تقاضا است و این نشان می‌دهد که سرمایه‌گذار بدون مطالعه و بررسی بازار، اقدام به راه‌اندازی واحد تولیدی کرده است. پیشنهاد می‌شود افرادی که قصد ورود به سرمایه‌گذاری در صنعت را دارند، ابتدا بازار سنجی نمایند و سپس تولید را آغاز کنند. همچنین واحدهای صنعتی یک سیستم مالی شفاف داشته باشند تا وضعیت سود و زیان خود را در لحظه مشاهده کنند و با مدیریت هزینه‌ها همواره وضعیت را بهبود بخشند. بنگاه‌های اقتصادی هم خود را با شرایط اقتصادی جهان وفق دهند و محدود به جغرافیای ایران نکنند و استانداردهای منطقه‌ای و بین‌المللی برای سیستم مدیریتی و پرسنلی تعریف نمایند تا بنگاه تبدیل به یک بنگاه رقابتی شود. متأسفانه بنگاه‌های ما در شرایط عادی و به دور از تحریم‌ها نیز به دلیل عدم آمادگی، آسیب‌پذیرند. یکی از رسالت‌های اصلی اتاق‌های بازرگانی این است که کمک کند و بنگاه‌ها را برای وصل شدن به بازار جهانی و رقابت در این بازارها آماده نمایند.

در ادامه لازم است که در چارچوب مشکلات اساسی فعالان حوزه صنعت و معدن، به مشکلات جاری با توجه به نوسانات نرخ ارز و به همراه پیشنهادات در جهت رفع آن‌ها به شرح زیر پرداخته شود:

نیز با مشارکت اتاق‌ها و تشکل‌ها تأمین می‌گردد،
۲- ایجاد بانک تخصصی بنگاه‌های کوچک و متوسط برای تأمین مالی ارزان و سریع از منابع دولتی با شرایط مناسب اخذ وثیقه و پرداخت تسهیلات بر مبنای اهلیت محوری بجای وثیقه محوری،
۳- تغییر رویه در روش اخذ وثیقه و ارزیابی صندوق‌های ریسک‌پذیر و ایجاد شعبه با اختیارات کامل در استان‌ها،
۴- پرداخت یارانه تولید از سهم هدفمندی یارانه‌ها به‌طور کامل،
۵- کاهش بودجه جاری دولت به میزان حداقل ۲۰ درصد و تخصیص آن به پروژه‌های عمرانی برای تحریک بازار،
۶- ایجاد عدالت سرمایه‌گذاری در مناطق محروم با تصویب مواردی همچون:

- پرداخت یارانه بهره بانکی به میزان حداقل ۵ درصد در مقایسه با مناطق توسعه‌یافته،
- پرداخت یارانه حق بیمه سهم کارفرما به میزان حداقل ۱۰ درصد و به مدت ۱۰ سال توسط دولت،
- روش تعیین دستمزد برای پرسنل این واحدها با توجه به نرخ بالای بیکاری، حتی الا امکان متفاوت از روش فعلی باشد،
- تخصیص زمین و آماده‌سازی زیرساخت‌های اصلی در شهرک‌های صنعتی این مناطق به‌صورت کاملاً مجانی باشد.

۶- دریافت هرگونه عوارض از بنگاه‌های تولیدی صرفاً در قالب ماده ۵۰ مالیات بر ارزش افزوده و مالیاتی که بنگاه می‌دهد بوده و اخذ هرگونه وجهی خارج از این چارچوب توسط هر سازمانی ممنوع

درخواست می‌شود دولت مواد اولیه را به تولیدکننده واقعی و دارای پروانه بهره‌برداری معتبر عرضه کند و به دلیل عدم توانایی بنگاه‌های کوچک و متوسط، میزان برای خریدار مشخص نشود تا هر واحد تولیدی به اندازه نیاز از بورس خرید کند، همچنین بنگاه‌های کوچک و متوسط مکانیزمی را طراحی کنند تا به صورت مستقیم و براساس تأمین منابع مالی و نیاز خود، مواد اولیه را از بورس خریداری کنند و برای همه کالاهای عرضه‌شده در بورس این مکانیزم تعریف شود.

ثانویه تأمین و مابه‌التفاوت فوق محاسبه و در قالب یارانه نرخ تسهیلات به کلیه تولیدکنندگان پرداخت گردد،
۵- ارز موردنیاز برای خرید ماشین‌آلات تولیدی وارداتی با نرخ دولتی تخصیص یابد،
۶- صادرکنندگان بتوانند با ارز حاصل از صادرات برای بنگاه خود مواد اولیه وارد کنند.

ب- تغییرات بی‌رویه نرخ مواد اولیه و حاکم بودن سیستم دلالی:

۱- از ابتدای سال تاکنون مواد پتروشیمی تغییرات قیمت غیرمنطقی را بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ درصد داشته‌اند؛ برای مثال قیمت مواد پلی‌اتیلن کد ۳۸۴ تولیدی پتروشیمی تبریز از ۴۵۰۰ تومان در سال ۹۶ به ۱۲۸۰۰ تومان در سال جاری افزایش یافته است،
۲- قیمت مس و ورق فولادی نیز از اسفندماه ۹۶ تاکنون نزدیک به ۱۰۰ درصد افزایش قیمت داشته؛ برای مثال قیمت هر کیلو ورق روغنی که در اوایل اردیبهشت ۳۵۰۰ تومان بوده اکنون ۷۰۰۰ تومان می‌باشد،
۳- حاکم بودن سیستم دلالی در بورس: عمده مواد توسط دلان که قدرت مالی و روابطشان زیر علامت سؤال است خریداری و با نرخ‌های بسیار بالا و بدون ارائه هرگونه فاکتور فروش به تولیدکنندگان کوچک و متوسط فروخته می‌شود.
لذا پیشنهاد می‌گردد:

۱- در صورتی که این افزایش قیمت‌ها غیرمنطقی است، کل مابه‌التفاوت اضافه دریافتی باید به خریداران برگشت و مکانیزمی طراحی شود که امکان فروش این محصولات با نرخ‌های غیرمتعارف را از این شرکت‌ها سلب کند.
۲- مکانیزمی در بورس طراحی شود که بنگاه‌های کوچک و متوسط بتوانند بدون واسطه مواد اولیه موردنیاز خود را به میزان درخواستی، مستقیماً از تولیدکننده اصلی تهیه کنند.

ج- مسئله جنگ اقتصادی و لزوم تغییر رویه‌ها، مقررات و قوانین مرتبط با فعالان اقتصادی برای مقابله با جنگ اقتصادی:

متأسفانه علی‌رغم تأکید مسئولان خصوصاً معاون اول محترم رئیس‌جمهور به موضوع جنگ اقتصادی و تقاضا از بخش خصوصی برای کمک به دولت در مقابله با این جنگ، شاهد هیچ‌گونه تغییری در روش‌ها نیستیم. بخش خصوصی وظیفه خود می‌داند که با تمام توان با دولت همکاری و همراهی کند و از دولت انتظار دارد ضمن اعتماد به بخش خصوصی برای اجرایی کردن پیشنهادهای زیر که از اصلی‌ترین خواسته‌های بخش خصوصی است اقدام عاجل به عمل آورد:

۱- کمک مالی به میزان حداقل ۵۰ درصد سرمایه برای ایجاد شرکت‌های مدیریت صادرات استانی توسط سازمان توسعه تجارت و سازمان صنایع کوچک برای ایجاد پایگاه صادراتی در کشورهای هدف از جمله عراق و روسیه برای بازاربازی و فروش محصولات صادراتی بنگاه‌های کوچک و متوسط. شایان‌ذکر است این شرکت‌ها با محوریت اتاق‌های بازرگانی استانی تشکیل و ۵۰ درصد سرمایه

گردد؛ و در صورت مطالبه وجه و صدور برگه اخطار یا رأی توسط کمیسیون‌های مختلف از جمله شهرداری‌ها، مدیر دستگاه مربوطه مسئول جبران خسارت وارده باشد،

۷- اظهارنامه مالیاتی بنگاه‌های صنعتی و معدنی خصوصاً بنگاه‌های کوچک و متوسط بدون رسیدگی مورد قبول واقع شده و برگه مالیاتی قطعی بر مبنای اظهارنامه صادر گردد،

۸- ضمن اجرای کامل طرح جامع مالیاتی، نرخ مالیات بر ارزش افزوده برای بالا بردن قدرت خرید، حداقل ۵ درصد کاهش یافته و صرفاً از مصرف کننده نهایی مطالبه و وصول گردد،
۹- قانون جدید مالیات‌ها مصوب سال ۱۳۹۵ از ابتدای سال ۱۳۹۸ به طور کامل اجرا گردد و به دلایلی همچون آماده نبودن طرح جامع یا نبود زیرساخت کافی، برخی از مفاد قانون قبلی مجدداً تمدید نگردد،

۱۰- صدور هرگونه برگه تشخیص متمم مالیات در مورد بنگاه‌هایی که اظهارنامه مالیاتی ارائه کرده‌اند ممنوع شود مگر در مواردی که با اسناد و مدارک مثبت، کتمان درآمد مالیاتی محرز گردد،

۱۱- ترکیب هیئت بدوی تأمین اجتماعی از زوج به فرد تغییر نماید،

۱۲- برای رعایت عدالت و حق بی طرفی، وزیر محترم کار و امور اجتماعی تفویض اختیار خود از سازمان تأمین اجتماعی را پس گرفته و نمایندگان خود در هیئت‌های بدوی و تجدیدنظر را از خارج این سازمان تعیین کند،

۱۳- سازمان تأمین اجتماعی حق دریافت هرگونه حق بیمه به غیر از حق بیمه از حقوق و دستمزد پرسنل شاغل از کارگاه‌های ثابت را نداشته و حسابرسی صرفاً از لیست حقوق و دستمزد پرسنل توسط این سازمان مجاز باشد،

۱۴- تمدید سرمایه در گردش بنگاه‌های اقتصادی در سررسید، صرفاً با اخذ بهره و تمدید آن به دفعات بنا به درخواست بنگاه‌ها در کلیه بانک‌ها،

۱۵- پرداخت سرمایه ثابت سرمایه‌گذاری با بازپرداخت حداقل ۱۵ سال به بنگاه‌های تولیدی و به روش برگشت پلکانی مشابه کشورهای در حال توسعه یا توسعه یافته (ترکیه، آلمان و ...)،

۱۶- تأمین نیاز کامل مالی بنگاه‌های تولیدی صرفاً توسط یک بانک برای جلوگیری از مشکلات اعتبارسنجی، تأمین وثیقه، گردش حساب و ...،

۱۷- حذف مسئله ذینفع واحد در پرداخت تسهیلات یا افزایش سهم آن به ۵۱ درصد،

۱۸- ایجاد سیستم گشایش اعتبار ریالی داخلی و امکان استفاده کامل بخش خصوصی از آن،

۱۹- تخصیص حداقل ۵۰ درصد از سهم عوارض شهرداری که در قالب مالیات بر ارزش افزوده پرداخت می‌شود به شرکت شهرک‌های صنعتی و شرکت‌های خدماتی اداره کننده شهرک‌ها. عدم تحقق این بودجه در آینده تبعات جبران ناپذیری برای شهرک‌های صنعتی خواهد داشت.

۲۰- تفکیک بدهکاران بانکی به سه گروه شامل:

۱. کسانی که منابع بانکی را در محل پروژه هزینه نکرده و باعث

اخلال در سیستم اقتصادی شده‌اند،

۲. بنگاه‌های اقتصادی که به دلیل سوء مدیریت دچار مشکل شده‌اند،

۳. بنگاه‌های اقتصادی که به دلیل شرایط اقتصادی از جمله تحریم‌ها، تغییر نرخ ارز و سایر موارد خارج از اختیار مدیریت بنگاه دچار مشکل شده‌اند.

با این تقسیم‌بندی قاعده‌تاً بایستی برای بنگاه‌های ردیف ۱ و ۲ تصمیمات خاص گرفته شود، اما در خصوص بنگاه‌های ردیف ۳، ابتدا بایستی کلیه تعهدات این بنگاه‌ها از جمله بدهی‌های بانکی، تأمین اجتماعی، مالیاتی و غیره به حالت معلق درآمده و سپس کارگروهی متشکل از نمایندگان اتاق بازرگانی، استانداری و دستگاه مجوز دهنده با مدیریت بنگاه برای اجرای آن‌ها به توافقات لازم‌الاجرا برای کلیه طرف‌ها برسد.

۲۱- حضور نمایندگان بخش خصوصی در شورای عالی تصمیم‌گیری اقتصادی نظام،

۲۲- ضمانت‌نامه گمرکی برای ترخیص کالاهای واحدهای تولیدی، صرفاً بابت حقوق و عوارض گمرکی صادر می‌شود که پیشنهاد می‌گردد مالیات بر ارزش افزوده را نیز شامل گردد،

۲۳- یکی از بزرگ‌ترین معضلات بنگاه‌های تولیدی خصوصی بخش معدن، دریافت حق بیمه بابت مشاغل سخت و زیان‌آور در زمان بازنشستگی کارگر با نرخ آخرین دستمزد است که عملاً این مبلغ آن‌قدر زیاد است که تعطیلی بنگاه را در بر خواهد داشت، لذا پیشنهاد می‌شود:

- در خصوص بنگاه‌های درگیر، ۵۰ درصد مبلغ توسط دولت و ۵۰ درصد مابقی توسط بنگاه، طی ۱۲۰ قسط ماهیانه پرداخت گردد،
- مشاغل سخت و زیان‌آور به طور کاملاً شفاف توسط وزارتخانه مربوط تعریف و به سازمان تأمین اجتماعی ابلاغ گردد و سازمان تأمین اجتماعی نیز از ابتدا ۴ درصد مربوط را دریافت و در پایان ۲۰ سال خدمت کارگر وی را بر مبنای ۳۰ سال خدمت بازنشسته کند.
اجرائی شدن این پیشنهاد علاوه بر تأمین حق کارگر و سازمان تأمین اجتماعی باعث جلوگیری از ایجاد بحران و تعطیلی کارگاه‌های مشمول مشاغل سخت و زیان‌آور می‌گردد.

در پایان، فهرست کارهای در دست اقدام کمیسیون صنعت و معدن اتاق در جهت بهینه‌سازی وضع موجود و رفع پاره‌ای از مشکلاتی مطرحه ارائه می‌گردد:

● پیگیری تشکیل شرکت مدیریت صنعت که در هیئت نمایندگان اتاق مصوب شده است،

● ایجاد سامانه بلوکه شدن تسهیلات پرداختی به بنگاه‌های اقتصادی،

● ایجاد سامانه بررسی مسائل و مشکلات بنگاه‌های اقتصادی،

● پیاده‌سازی نظام پیمانکاری فرعی یا (SPX) در استان با همکاری شرکت شهرک‌های صنعتی،

● تشکیل کارگروه تفکیک بدهکاران بانکی، متشکل از استانداری، اتاق بازرگانی، بازرسی و شورای هماهنگی بانک‌ها با محوریت اتاق بازرگانی ●

نگاهی به نمایشگاه بین‌المللی سنگ‌های تزئینی تهران

< گردآوری: نرگس مهدوی‌نیا
عضو کمیسیون روابط عمومی انجمن



ترکیه و چین در ۵ سالن مجزا در بخش‌های فرآوری سنگ‌های تزئینی، سنگ‌های خام، ماشین‌آلات فرآوری سنگ، ماشین‌آلات و تجهیزات معدنی و سایر زمینه‌های مربوط به صنعت سنگ (از جمله خیرگزاری‌ها، برگزارکننده نمایشگاه-ها، استارت آپ ها و...) برگزار شد. از مهم‌ترین برنامه‌های جانبی که در حین برگزاری نمایشگاه انجام گردید می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

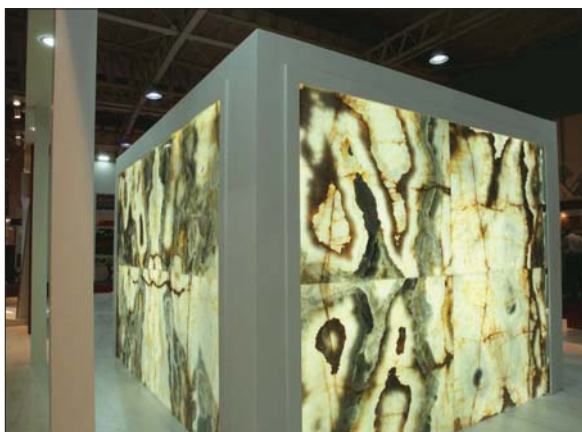
- ۱- برگزاری همایش،
- ۲- برگزاری میزگردهای تخصصی مرتبط با صنعت سنگ و ساختمان،
- ۳- برگزاری نشست‌های تجاری،
- ۴- برگزاری مسابقه طراحی با ضایعات سنگ،
- ۵- رونمایی از جلد ۱۹ کتاب راهنمای سنگ سالانه ایران. مهم‌ترین نقطه ضعف نمایشگاه ۱۳۹۷، می‌توان به کاهش تعداد غرفه‌داران داخلی بود که از دلایل اصلی آن می‌توان موارد زیر را برشمرد:
 ۱. تصمیمات مربوط به وضع عوارض بر کوپ صادراتی،
 ۲. ترس از شروع تحریم‌ها و مشکلات تجارت با شرکت‌های ایرانی،
 ۳. مشخص نبودن وضعیت اقتصادی کشور برای فعالان بازار سنگ،
 ۴. بازاریابی دیر هنگام برای جذب شرکت‌کنندگان ناشی از تعیین قیمت‌های غرفه‌ها در اسفندماه ۱۳۹۶.از طرف دیگر از نقاط قوت نمایشگاه این دوره می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:
 ۱. طراحی و کیفیت مناسب غرفه‌سازی،
 ۲. ایجاد گفت‌وگوهای مناسب با گروه‌های معماری و شهرسازی در قالب ۵ نشست تخصصی،
 ۳. حضور گروه‌های جوان و باتجربه علمی و دانشگاهی،
 ۴. استقبال شرکت‌کنندگان خارجی.به گفته برگزارکنندگان این نمایشگاه؛ به دلیل وضعیت نامناسب اقتصادی و تحریم‌هایی که اعمال شده، اکثریت نمایشگاه‌های کشور با کاهش چشمگیر شرکت‌کنندگان روبه‌رو هستند، اما نمایشگاه سنگ تهران با برنامه‌ریزی‌های که از سال گذشته انجام داده است، توانست روند رو به رشد و صعودی خود را حفظ نماید. ●

برگزاری نمایشگاه یکی از ابزارهای مهم در شناسایی نیاز مشتریان و همچنین معرفی توانمندی‌های واحدهای تولیدی و خدماتی به بازارهای مختلف است، گسترش روزافزون اهمیت نمایشگاه‌ها در توسعه و رونق اقتصادی، لزوم توجه بیش‌ازپیش به بخش‌های نمایشگاهی و رونق بخشیدن به صنعت نمایشگاهی در هر کشوری را به خوبی آشکار می‌کند، همچنین با توجه به شرایط کنونی که دولت برنامه اقتصاد بدون نفت را در دستور کار خود قرار داده است، گسترش بازارهای صادراتی و افزایش سهم در تجارت بین‌المللی به‌عنوان یک آرمان ملی مطرح است و مسیر دستیابی به این هدف نیز از توسعه صنعت نمایشگاهی عبور می‌کند.

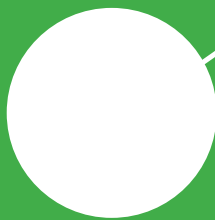
برپایی نمایشگاه سنگ‌های تزئینی (ساختمانی) برای فعالان در این عرصه می‌تواند فرصت بسیار مناسبی باشد تا بتوانند دستاوردهای جدید خود را در این صنعت در معرض دید مخاطبین قرار دهند، در این راستا دهمین نمایشگاه بین‌المللی سنگ‌های تزئینی، معدن، ماشین‌آلات و تجهیزات مربوطه از تاریخ ۲۸ تا ۳۱ تیرماه سال جاری در تهران، در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران به همت انجمن سنگ ایران و شرکت نمایشگاهی روشن روز برگزار شد. در مراسم افتتاحیه نمایشگاه بین‌المللی تهران قائم‌مقام و معاون امور معدنی وزیر کشور، رئیس و دبیر انجمن سنگ ایران و سفیر کشور ایتالیا حضور داشتند.

اهداف برگزاری نمایشگاه بین‌المللی سنگ ایران:

- افزایش حجم مبادلات بازرگانی خارجی،
 - توسعه همکاری‌های اقتصادی درونی و بیرونی صنف و صنعت سنگ،
 - ایجاد رقابت سالم داخلی و بین‌المللی،
 - تبادل اطلاعات و دانش فنی در همه زمینه‌های صنعت سنگ،
 - انتقال تکنولوژی،
 - توسعه و گسترش ارتباطات بین‌المللی،
 - توسعه و گسترش خدمات نرم‌افزاری، فنی و مهندسی سنگ در داخل و تلاش برای صادرات آن.
- دهمین نمایشگاه بین‌المللی سنگ ایران با حضور ۱۵۳ شرکت‌کننده ایرانی و ۴۶ شرکت‌کننده خارجی از کشورهای آلمان، ایتالیا، اسپانیا،



کشاورزی



- ضرورت‌های اجرای الگوی کشت محصولات کشاورزی
- یک ضرورت؛ ترسیم نقشه راه تولید و تجارت محصولات کشاورزی منطقه جنوب استان کرمان
- گفت‌وگو با «احمد فرید» مدیرعامل شرکت کشت و صنعت چیرفت
- حلقه‌های معیوب زنجیره عرضه محصولات کشاورزی جنوب استان کرمان
- برنامه‌های پیشنهادی انجمن خرما استان کرمان برای توسعه صنعت خرما شرق استان کرمان
- بررسی چالش‌های محصول خرما و برخی راهکارها
- اعتلای صنعت گیاهان دارویی
- گفت‌وگو با «سید منصور میر تاج‌الدینی» عضو هیئت‌علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان



ضرورت‌های اجرای الگوی کشت محصولات کشاورزی

حسین نجف‌آبادی*
 عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی
 صنایع، معادن و کشاورزی کرمان و ایران



ویژگی‌های آن در بلندمدت شامل استفاده کارآمد از منابع، حفاظت از منابع تجدید پذیر، حداکثر استفاده از منابع درون مزرعه، عدم استفاده از فناوری‌های انرژی‌خواه، جایگزینی انرژی‌های نوین از قبیل انرژی خورشیدی و باد، تعدیل استفاده از ماشین‌آلات و جایگزینی ماشین‌آلات چندمنظوره در مزارع، استفاده از کنترل زیستی و چرخش مواد در داخل کشت بوم و افزایش تنوع گونه‌های زراعی دامی است.»

داشتن برنامه الگوی کشت علمی و تناسب نوع محصولات با شرایط اقلیمی، پایداری تولیدات کشاورزی و امنیت غذایی را تضمین می‌کند و سبب می‌شود از استعدادها هر منطقه استفاده درست و به‌جایی صورت بگیرد و بهره‌وری افزایش یابد و منابع طبیعی نیز ماندگار شود. الگویی که حدود ۵۰ سال است در کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه بر پایه کشاورزی است اجرا می‌شود.

در واقع هیچ کشتی در آن کشورها صورت نمی‌گیرد مگر بر اساس الگوی کشت، اما کشاورزی در کشور ما بیشتر سنتی و بر اساس تجربیات کشاورزان است چون کشاورزی ما فاقد الگوی کشت است و هنوز در مراحل مقدماتی تدوین و اجرای آن قرار داریم؛ اما با توجه به این‌که از حدود چهار دهه قبل اقداماتی برای صنعتی شدن کشاورزی انجام شده انتظار می‌رود که با گذشت این مدت برای تولید مواد غذایی خود باید الگوی کشت مناسب و نقشه راه در اختیار کشاورزان قرار می‌گرفت.

کشاورزی به‌عنوان یکی از محورهای اساسی رشد و توسعه، نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورها دارد. در جهان امروز یکی از مشکلات اساسی بشر تأمین نیازهای غذایی است، به‌گونه‌ای که امنیت غذایی به‌عنوان یکی از اهداف مهم سرلوحه برنامه‌های دولت‌ها قرار گرفته است. با گذشت زمان، مدیریت منابع به موازات رشد جوامع، پیچیده‌تر می‌شود و هم‌زمان با افزایش جمعیت و رشد اقتصادی کشورها، تقاضا برای مواد غذایی نیز رو به افزایش می‌گذارد. پاسخ‌گویی به این نیازها موجب به‌کارگیری ابزارهای مدرن و مواد شیمیایی جدید مانند انواع کودهای شیمیایی و سموم شده است، لیکن استفاده بیش‌ازحد و خارج از استاندارد این مواد شیمیایی موجب بروز آثار منفی جسمی برای مصرف‌کنندگان و آلودگی محیط‌زیست گردیده و تأثیرات نامطلوب کودها و آفت‌کش‌ها بر محیط‌زیست منجر به توجه بیشتر و استفاده از روش‌هایی گردیده که در آن نیازی به مصرف مواد شیمیایی نبوده یا کم باشد. این هدف موجب شده است که بحث پایداری در کشاورزی و توجه به کشاورزی بوم‌شناختی مورد توجه قرار گیرد. کشاورزی پایدار نوعی کشاورزی است که در جهت منافع انسان بوده، کارایی بیشتری در استفاده از منابع داشته و با محیط در توازن می‌باشد. کنگره ایالت متحده آمریکا در سال ۱۹۹۰ کشاورزی پایدار را این‌گونه تعریف می‌کند: «کشاورزی پایدار به سامانه یک‌پارچه تولید محصولات گیاهی و دامی اطلاق می‌شود که در هر منطقه ویژگی‌های منطبق با آن منطقه را دارد

با تمهیدات و اقدامات مناسبی مانند اعمال قیمت‌های متفاوت (قیمت‌های بیشتر برای محصولاتی که در تولید آن‌ها از سموم و کودهای شیمیایی کمتری استفاده شده است) بخشی از کاهش درآمد را جبران کرد. همچنین از آن‌جا که با اجرای الگوی برنامه‌ریزی میزان مصرف کودها و سموم شیمیایی نسبت به الگوی کشت فعلی کاهش می‌یابد و در نتیجه باعث کاهش تولید می‌شود بایستی با اقداماتی همچون در نظر گرفتن یارانه برای نهاده‌هایی از قبیل کودهای سبز و بذره‌های اصلاح شده، شناسایی و رواج روش‌های مبارزه کارا تر و ارزان‌تر بیولوژیک و به‌کارگیری فنون کشاورزی علمی و پیشرفته و استفاده از تناوب‌های پایدار در میان‌مدت و بلندمدت کاهش تولید ناشی از کاهش مصرف کودها و سموم شیمیایی جبران شود.

توصیه می‌شود در کوتاه‌مدت به‌منظور پیشگیری و کاهش خسارات حاصل از مصرف مواد شیمیایی بر محیط‌زیست و به‌منظور افزایش انگیزه، کمک‌هایی را به‌منظور تشویق برای کشاورزانی که اصول کشاورزی پایدار را رعایت می‌کنند و از نهاده‌های زیان‌آور استفاده کمتری می‌کنند، در نظر گرفته شود. به نظر می‌رسد چنین سیاست‌هایی به نفع جامعه و دولت خواهد بود، چرا که در این حالت هم آسیب و ضرر کمتری به محیط‌زیست وارد می‌شود و هزینه‌های تخریب و بازسازی به‌مراتب کاهش می‌یابد و هم قسمتی از کاهش درآمد کشاورزان جبران می‌شود.

ز آنجایی که شرایط اقلیمی و اقتصادی مناطق مختلف متفاوت است بنابراین ممکن است شاخص‌های پایداری هم در مناطق مختلف متفاوت باشد؛ بنابراین برای اخذ نتایج دقیق‌تر می‌بایستی استفاده از چندین الگوهایی متناسب با شرایط و متغیرهای هر منطقه انجام گیرد. برای تدوین طرح الگوی کشت در مقیاس ملی به همکاری همه دستگاه‌ها نیاز است. در دولت تدبیر و امید به دلیل اهمیت موضوع برنامه‌ریزی الگوی کشت و تلاش در جهت اجرایی کردن آن به‌منظور مدیریت منابع تولید مانند آب‌وخاک، معاونت امور زراعت و وزارت جهاد کشاورزی وظیفه تدوین الگوی کشت به‌منظور اصلاح الگوی رایج برای استفاده کارا تر از منابع خصوصاً آب در بخش کشاورزی را به عهده گرفته است.

تدوین الگوی کشت با در نظر گرفتن راندمان مصرف آب، شرایط هر منطقه و نیازهای امنیت غذایی مصرف‌کننده داخلی و آرزوی محصول با تأکید بر کشاورزی پایدار (استفاده از بذور و کشت مناسب با توجه به شرایط آب و هوایی هر منطقه) از راهکارهای توسعه کشاورزی به‌خصوص در شرایط کم آبی است. شاخص‌های اقتصادی در الگوی کشت باید به‌گونه‌ای تعیین شوند تا با انتخاب نوع محصول همراه با افزایش بهره‌وری از منابع موجود (آب‌وخاک و غیره)، حداکثر درآمد را برای کشاورزان و تولیدکنندگان به همراه داشته باشد و کشاورزان بتوانند با افزایش درآمد و سود حاصل از فروش تولیدات، نسبت به سرمایه‌گذاری و توسعه فعالیت‌های خود اقدام کنند و به این ترتیب رونق اقتصادی را در بخش کشاورزی شاهد باشیم. به‌عنوان مثال محصولاتی مانند پسته، زعفران و تولیدات گلخانه‌ای که از مزیت نسبی بالاتر و مطلوبیت اقتصادی بیشتری برخوردارند می‌تواند پس از محصولات اساسی با اولویت در الگوی کشت قرار گیرند. ●

برای تغییر الگوی کشت به ابزار تشویقی نیاز است و باید برای تغییر کشت کشاورزان، امکانات تشویقی مثل یارانه کشت اختصاص یابد. الگوی کشت اساسی‌ترین ابزاری است که مسیر حرکت کشاورزان را مشخص می‌کند. این برنامه به کشاورز می‌گوید که چه محصولی را در کدام منطقه با توجه به ویژگی‌های آن منطقه بکارد. تقریباً تمام دولت‌ها از تدوین الگوی کشت بخش کشاورزی خبر داده‌اند اما هیچ‌گاه این الگو به شکل رسمی رونمایی نشده است. درحالی‌که با توجه به کمبود منابع آبی در ایران باید برنامه‌ای متناسب با پتانسیل‌های آبی کشور تهیه شود تا کشاورزان بر اساس آن اقدام به کشت محصولاتی کنند که نیاز آبی کمتری داشته باشد

به‌رحال همه باور دارند که مسائل و مشکلات جدی کشاورزی حال و آینده ما را تهدید می‌کند و چه‌بسا منجر به فاجعه بزرگی هم چون نابودی منابع پایه و به دنبال آن تولیدات کشاورزی گردد که این موضوع ایده خودکفایی ما را در محصولات کشاورزی زیر سؤال خواهد برد. به‌طور یقین توجه به رشد اقتصادی و استقلال کشور، ضرورت مدیریت همه‌جانبه و داشتن برنامه بلندمدت با بازدهی بالا را بیش از پیش نشان می‌دهد تا مسئولان باید به تدوین هرچه سریع‌تر طرح جامع «الگوی کشت» کشاورزی و اجرای آن همت گمارند.

نکته قابل‌توجه در بحث الگوی کشت این است که ترویج و اجرای الگوی جامع کشت و آبیاری برای مقابله با کم آبی در استان‌های مختلف کشور یک ضرورت است.

تخصیص عوامل تولید بین فعالیت‌های مختلف کشاورزی به نحوی که همراه با در نظر گرفتن اهداف مناسب اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی واحد کشاورزی باشد، به واقعیت‌های کشاورزی پایدار نزدیک‌تر است. در طی سال‌های اخیر استفاده بیش‌ازحد و غیرمعتدل از مواد شیمیایی در کشاورزی و استفاده بی‌رویه از آب و به‌کارگیری روش‌های نامناسب آبیاری وضعیت نگران‌کننده و ناپایداری را در فعالیت‌های کشاورزی کشور به وجود آورده است.

هر چند در الگوی برنامه‌ریزی در کوتاه‌مدت درآمد ناخالص کاهش می‌یابد اما با در نظر گرفتن عوارض منفی وضعیت ناپایدار فعلی که هزینه‌های غیرمستقیم زیادی را بر جامعه و محیط کشاورزی تحمیل می‌کند، قابل توجه خواهد بود. همچنین بر اساس الگوی فوق‌الذکر مصرف آب به‌گونه‌ای تنظیم می‌شود که عمدتاً در ماه‌های مختلف کمبودی از لحاظ این منبع در منطقه وجود نداشته باشد. در ضمن با در نظر گرفتن نتایج الگوی برنامه‌ریزی مصرف مواد شیمیایی زیان‌آور از جمله کودها و سموم شیمیایی نیز در حداقل خود خواهد بود.

کمبود منابع آب و رقابت فزاینده بخش‌های مختلف برای آب، میزان آب موجود برای آبیاری محصولات کشاورزی را کاهش می‌دهد. از طرفی محدودیت منابع آب‌وخاک به دلیل موقعیت جغرافیایی و اقلیمی کشور از یک‌سو و ضرورت تحقق‌پذیری آرمان خودکفایی در امور زیربنایی از سوی دیگر، موجبات بهره‌برداری بهینه از منابع آب‌وخاک موجود در سطح کشور را امری اجتناب‌ناپذیر می‌سازد، لذا مدیریت کارآمد آب برای تولید گیاهان زراعی در مناطق کم آب مستلزم به‌کارگیری روش‌های مؤثر است همچنین با توجه به این‌که حرکت به سمت الگوی کشت پایدار در کوتاه‌مدت باعث کاهش بازده برنامه‌های بهره‌برداران می‌شود، می‌توان



یک ضرورت؛ ترسیم نقشه راه تولید و تجارت محصولات کشاورزی منطقه جنوب استان کرمان

< محمود صنعتی

مدیرعامل پرورشگاه صنعتی و عضو هیئت‌مدیره شرکت صنایع بم و خرما



در تعیین الگوی کشت دقت بیشتری داشته و برای تولید اقتصادی برنامه‌ریزی نمایند، به این صورت نشود که یک سال پیاز گران شود و سال بعد آن قدر پیاز کاشته شود که برداشت آن صرفه اقتصادی نداشته باشد، سبب‌زمینی نیز به همین منوال است.

با همکاری بخش خصوصی و دولت می‌توان با تغییر الگوی کشت به الگوی بهینه در منطقه رسید و آن را ترویج کرد. تغییر الگوی کشت برای کشاورز در دو حالت اجبار و یا هدایت به سمت الگوی بهینه متصور است. در مورد خرما چون مصرف تازه خوری رطب مضافتی زیاد بود، در منطقه شرق استان یونجه کاری‌های درون نخلستان‌ها را از بین بردند تا نخل بیشتر بکارند، در صورتی که اطراف درخت خرما بایستی یونجه باشد، زیرا اولاً یونجه پتاسیم دارد و پتاسیم برای درخت خرما خوب است، ثانیاً محل مناسبی برای تولیدمثل کفشدوزک است؛ کفشدوزک آفت‌کش طبیعی زنجیره خرماست. تمام یونجه‌ها را جمع کردند و مضافتی کاشتند و زجره طغیان کرد. خرمای مضافتی سردخانه می‌خواهد، نگهداری آن مشکل است، شیره می‌زند، ترش می‌شود و مشکلات دیگر، لذا امروزه به سمت کشت خرما پیارم می‌روند، تغییر الگوی کشت، اجبار کشاورز شده است نه این که دولت‌مرد بگوید، خرمای پیارم به مراتب مقرون‌به‌صرفه‌تر از مضافتی است.

یکی از علل وجود این مشکلات نداشتن واحدهای تبدیلی محصولات کشاورزی است. وقتی عرضه‌یابی می‌شود، به این مسئله می‌رسیم که دولت در چند مقطع زمانی طرح‌هایی را مطرح کرده، اما کامل انجام نشده است. مردم توقع دارند دولت کاری انجام دهد؛ دولت

قبل از انقلاب اسلامی، سیاست‌گذاری کشت در منطقه جنوب استان کرمان با رویکرد صادرات تولیدات کشاورزی منطقه به خارج از کشور، باعث شد که کشت و صنعت جیرفت را طراحی و ایجاد کنند. سیستم آبیاری تقریباً نیمه مدرن پیاده شد که تا حدودی موفق بود و توانست الگوی کشت را با رویکرد محصولات قابل صدور در مسیر تغییر قرار دهد.

پس از انقلاب اسلامی به‌طور طبیعی تا مدتی بلاتکلیفی در بخش کشاورزی جنوب استان وجود داشت. بعدها افرادی از یزد با حضور در منطقه به ترویج کشت‌های جالیزی بدون برنامه و بدون تفکر اقتصادی و صادراتی پرداختند، به تدریج کشت خارج از فصل را نیز رواج دادند و در نهایت به سمت کشت‌های جالیزی با سیستم گلخانه‌ای رفتند؛ تولید انبوه بدون توجه به بازار! البته تولیدات سنتی مانند خرما نیز در منطقه بوده و هست.

مهم‌ترین تهدید که از گذشته در رابطه با کشاورزی جنوب وجود داشته است، الگوی کشت است. مسئولان جهاد کشاورزی نتوانسته‌اند یک دستگاه نظارتی مورد وثوق مردم ایجاد کنند که مردم به گفته آن‌ها اعتماد کرده و کشت خود را با مدیریت صحیح انجام دهند. در رودبار جنوب همیشه با معضل تولید مازاد از مصرف گوجه‌فرنگی روبرو هستیم؛ این مازاد، قیمت را شکننده می‌کند و دولت مجبور به خرید تضمینی می‌شود. خرید تضمینی در واقع برداشت از یک جیب کشاورز و ریختن به جیب دیگر اوست و هیچ اتفاق میمونی نمی‌افتد. بایستی مسئولان در همکاری با کشاورزان و به‌خصوص با کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی و انجمن‌های تخصصی ایجادشده،

به فعالیت خود ادامه داده‌اند و امروزه موفق هستند. می‌شد، بیشتر به آن‌ها بها داد و به‌عنوان محور از آن‌ها استفاده کرد که جوانان را جذب کنند و تجربیات خود را به آن‌ها منتقل نمایند. بخش خصوصی بومی، کارخانه آب‌معدنی تأسیس کرد، اما عارضه‌یابی نکردند که چرا به مشکل برخورد.

اگر دولت، مجلس و اتاق بازرگانی انجمن‌های تخصصی و تشکل‌های بخش خصوصی مرتبط را تقویت کنند و با اعمال نظارت‌های لازم و نه دخالت، اختیاراتی به آن‌ها داده شود، موضوعات مربوط به بازار محصولات کشاورزی را می‌توان به جد در مسیر ساماندهی قرار داد. وقتی که عوارض مالیات بر ارزش افزوده را تعیین می‌کنند می‌گویند ۵۰ درصد برای شهرداری، اگر یک درصد به انجمن‌ها بدهند وضع عوض می‌شود، در قبال پرداخت‌هایی که اعضا انجمن به دولت دارند اگر اندکی به خودشان داده شود مشکل حل می‌شود. در انجمن خرما، سالی ۳۰ هزار تن صادرات خرما داریم، اگر ۲ سنت از صادرات را به انجمن بدهند، می‌تواند مهندسیین خبره استخدام کند، آزمایشگاه ایجاد کند و ...

محصولات کشاورزی در سید مصرف خانوار است. تولیدات کشاورزی تولیدات سرمایه‌ای نیست، تولیدات مصرفی است. سال کشاورزی که تمام شود، طی یک سال محصولات مصرف می‌شود. در کشورهایی چون کانادا و آمریکا وقتی محصول از حدی بیشتر می‌شود؛ مثل گندم، آن را به دریایی ریزند، این با اصول اعتقادی ما مغایرت دارد، ولی آن‌ها اگر این کار را نکنند، قیمت گندم آن قدر پایین می‌آید که سال بعد تولیدشان نصف خواهد شد. آن‌ها از فرمول اقتصاد کشاورزی استفاده می‌کنند. ما نمی‌گوییم به دریا بریزند، اما باید مازاد را تبدیل به چیزی کنند که ارزش آن دو برابر شود. متأسفانه این کار نمی‌شود، حمایت هم نمی‌شود، مسئله این است.

هنوز دولتمردان نتوانسته‌اند فرمولی پیدا کنند که چگونه می‌شود بخش خصوصی را راغب کرد تا سرمایه‌گذاری‌های کلان در کشاورزی منطقه انجام دهد و کشت و صنعت‌های بزرگ مانند شمال خراسان و دشت مغان ایجاد کند. بیشتر از مزارع سنتی قدیمی فامیلی در منطقه جنوب، چیز دیگری وجود ندارد، به‌جز تعدادی گلخانه که جدیداً توسط بخش خصوصی ساخته شده است. انشا الله در آینده نزدیک شاهد یکپارچه‌سازی اراضی کشاورزی و ایجاد کشت و صنعت‌های بزرگ در منطقه باشیم.

از بحث‌های همیشگی کشاورزی جنوب، بحث دلالی است. در قانون تجارت ایران دلالی یک شغل است، این‌که هرروز تقصیر خود را به گردن دلال بیندازیم، فرار روبه‌جلو است. هیچ‌وقت با دلالان صحبت نکرده‌ایم و آن‌ها را ساماندهی نموده‌ایم و به آن‌ها «کد» نداده‌ایم تا شناسایی شوند و کار خودشان را شفاف انجام دهند. این اتفاق در امر پسته صورت پذیرفته و تا حدودی موفق هم بوده است، اما در مورد محصولات کشاورزی منطقه جنوب استان این امر انجام نشده است. هر کس هر ضعفی دارد به گردن دلال می‌اندازد؛ بانک که پول ندارد و یا نمی‌دهد، کشاورز هم که ندارد، پس دلال وارد می‌شود و پیش خرید می‌کند. کسی این بخش اقتصاد منطقه را ساماندهی نکرده است. این خبط است که دلال را طوری عنوان کنند که راهزن

می‌تواند کار فنی انجام دهد و نظارت داشته باشد، ولی این‌که سرمایه‌گذاری و مدیریت تولید کند، این کار خطی است، زیرا دولت این‌کاره نیست. پروژه‌هایی مطرح می‌شود و نیمه‌کاره رها می‌گردد؛ مثل پروژه باران که حدود بیست سال پیش قرار بود در جبرفت در خصوص سیب‌زمینی پخته انجام شود. ظرفیت این صنعت در حدود ۵ تا ۱۰ درصد تولید منطقه بود که متأسفانه اجرا نشد، اما در اصفهان این پروژه اجرا شده و موفق بوده است یا پیشنهادی از یک شرکت خارجی در امر مشارکت در تولید نشاسته از سیب‌زمینی که شریک مناسبی برای سرمایه‌گذاری پیدا نشد؛ یکی از دلایل این بود که قرار بود مسئولان تعهداتی در زمینه آب، محیط‌زیست و ... انجام دهند که به‌صورت بیدوشاید انجام ندادند و پروژه به انجام نرسید. پروژه دیگر تولید محصولات پروتئینی از ضایعات پیاز بود که هلندی‌ها انجام می‌دادند و بازمه استقبال نشد. وقتی عارضه‌یابی کنیم درمی‌یابیم که خیلی از فرصت‌ها را از دست داده‌ایم و این فرصت سوزی به‌تدریج بیشتر هم می‌شود.

در منطقه جنوب مسئولان طی مدت‌زمان طولانی از بافت قبیله‌ای عشیره‌ای مردم غافل شده بودند، غافل از این‌که آدم‌هایی که مقبولیت مردمی داشتند را حمایت کنند. بعضی به‌صرف این وارد صحنه صنایع جنبی شدند که وام‌های ارزان‌قیمت مناطق محروم را بگیرند که گرفتند و کارها را نیمه‌کاره رها کردند، مردم مدل‌های بدی دیدند، به بومی‌هایی که مقبولیت اجتماعی داشتند بها داده نشد. تنگ‌نظری‌ها باعث شد این افراد به حاشیه بروند، اگرچه مواردی هم هست که

بارها درخواست کرده‌ایم که محصولات که حساس بوده و جنبه صادراتی دارند، در مورد پاره‌ای هزینه‌ها مورد حمایت قرار گیرند، اما توجهی نمی‌شود؛ مثلاً وقتی محموله فاسدشدنی به گمرک شهید رجایی می‌رسد، می‌گویند، دوشاخ کمپرسور را به برق بزنید، تعرفه‌اش چند برابر تعرفه برق کشور است، هزینه یک روز آن به اندازه ۷ روز حساب می‌شود، دولت در اینجا کمک نمی‌کند و تخفیفی قائل نمی‌شود، وقتی که معترض می‌شویم، می‌گویند: «این موضوع در قانون دیده نشده است و کاری نمی‌شود کرد، گمرک شهید رجایی در منطقه آزاد است و تابع قانون داخل کشور نیست.»

تفکر بخش خصوصی را می‌تواند ترویج کند، اما متأسفانه در اتاق بازرگانی هم دیدگاه نیمه‌دولتی است. اتاق بازرگانی کرمان می‌تواند به تولید و تجارت محصولات جنوب کمک کند و سرمایه‌گذارانی که متعهد و علاقه‌مندند که اقتصاد جنوب را متحول کنند، شناسایی کرده و از مجمع متعهدین منطقه در جهت سرمایه‌گذاری در کشاورزی راه‌کار بخواهد. شعبه اتاق کرمان در جبرفت تا حدودی کارهایی انجام داده است، اما کامل نیست، بعضاً هم کارهایی انجام می‌شود، اما نحوه اجرا اشتباه است. نمونه اقدامات در قلعه گنج کار درستی است، اما می‌توانست بهتر باشد، دولت را برنذاریم و بنیاد مستضعفان را جایگزین کنیم، بنیاد باید مدیریت کند، طرح را بدهد و واگذار کند. بازاری‌گران‌تر از بازار تهران در منطقه نیست، در بازار روز تهران ردپایی از کرمان‌ها دیده نمی‌شود، دلان تهرانی محصولات جنوب را به فروش می‌رسانند و سود می‌برند، باید کاری کنیم که سود را تولیدکننده ببرد. ما تجربه خوبی از تعاونی‌های روستایی نداریم، چون مدیریت آن‌ها دولتی بوده است، تعاونی روستایی اگر به‌درستی مدیریت شود و به منابع مورد انتظار دسترسی پیدا کند، سودآور می‌شود و برجا می‌ماند و به تأثیرگذاری می‌رسد.

وام‌هایی که به شرکت‌های مادر تخصصی جهاد از صندوق کمک‌های طرح‌های روستایی داده‌شده، چقدر برگشته است؟ به‌صرف این‌که نام شرکت، مادر تخصصی است، مسئله حل نمی‌شود.

توسعه صادرات محصولات کشاورزی منطقه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ که بحث مستقلاً را می‌طلبید، اما در اینجا اشاره به چند مورد ضرورت دارد؛ بارها درخواست کرده‌ایم که محصولات که حساس بوده و جنبه صادراتی دارند، در مورد پاره‌ای هزینه‌ها مورد حمایت قرار گیرند، اما توجهی نمی‌شود؛ مثلاً وقتی محموله فاسدشدنی به گمرک شهید رجایی می‌رسد، می‌گویید، دوشاخ کمپرسور را به برق بزنید، تعرفه‌اش چند برابر تعرفه برق کشور است، هزینه یک روز آن به‌اندازه ۷ روز حساب می‌شود، دولت در اینجا کمک نمی‌کند و تخفیفی قائل نمی‌شود، وقتی که معترض می‌شویم، می‌گویید: «این موضوع در قانون دیده نشده است و کاری نمی‌شود کرد، گمرک شهید رجایی در منطقه آزاد است و تابع قانون داخل کشور نیست.» از آن‌طرف دولت باید نظارت کند، کالا با استاندارد بسیار بالا به خارج از کشور برود و هر آشغالی به‌عنوان کالای صادراتی خارج نشود تا بازار خراب‌شده و خودمان رقیب خودمان شویم. دولت باید نظارت قوی اعمال کند. باید اهلیت صادرکننده را تأیید کند، این‌طرف را هم ببیند که زیرمجموعه‌اش چه بلایی به سر صادرکننده می‌آورد. بدیهی است که دولت باید خطی داشته باشد که اگر کسی خواست سو استفاده کند و مردم را تحت فشار قرار دهد، یا بحران اقتصادی به وجود آورد، نهایتاً ورود کند بلکه برخورد نیز بکند، البته بخش خصوصی هم باید از سوداگری احتراز کند و صرفاً منابع مادی را ببیند، بخش خصوصی واقعی را باید حمایت و تقویت کرد؛ به‌طور مثال در تونس که در اقتصاد خرما موفق است، تعداد ۳ یا ۴ شرکت در صادرات وجود دارد، تولیدکنندگان محصولشان را به این شرکت‌ها می‌دهند تا صادر نمایند، این شرکت‌ها نقشه راه دارند. نقشه راه تولید و تجارت محصولات کشاورزی منطقه جنوب استان کرمان چیست؟ ●

است. به این صورت او در غیاب مراجعی که کشاورز انتظار آن‌ها را می‌کشد سوداگر بخش کشاورزی می‌شود.

خرمای استان را عمدتاً اردبیلی‌ها و آذربایجانی‌ها خریداری می‌کنند، به آن‌ها دلال می‌گویند. تعداد کارخانه‌ها مرتبط با خرما در منطقه آذربایجان در مقایسه با استان کرمان چند برابر است. دنبال مقصر دیگر خارج از محدوده خودمان می‌گردیم، بحث دلالی در شرایط موجود بحث مهمی است!

دلال به چه فرمولی باشد، مسئله است. دلالی که امروزه در خرید محصولات کشاورزی وارد می‌شود، در فرمتی که قانون‌گذار در قانون تجارت دیده است نیست، این‌ها سوداگر هستند تا دلال، اگر دلال‌ها کد اقتصادی داشته باشند و در چارچوب فعالیت کنند مفید خواهند بود؛ صرافی‌ها یک نوع دلال هستند، علت اعتماد مردم به آن‌ها این است که از بانک مرکزی مجوز دارند، در صنعت پسته تا حدودی این کار جاافتاده است. سوداگری که دلال در جنوب استان در ارتباط با محصول کشاورزی انجام می‌دهد، به علت کمبود نقدینگی و ناکارآمدی سیستم بانکی در ایران است، این حوزه را دولت بایستی به‌عنوان متولی امر ساماندهی کند. باید از خودش شروع به شفاف‌سازی کند، وقتی دولت شفاف‌سازی کند آن‌وقت می‌تواند انتظار داشته باشد که بقیه هم شفاف‌سازی نمایند. سؤال این است که آیا مراکز انتظامی، امنیتی و اطلاعاتی ما نمی‌دانند که در منطقه جنوب دلال‌های سوداگر فعال هستند؟ اگر بگوییم نمی‌دانند که حرف بی‌ربطی است، اگر می‌دانند پس چرا ورود نمی‌کنند؟

علت ورود نکردنشان این است که قانون ندارند. تا به حال مشاهده نشده است دو نماینده استان در مجلس شورای اسلامی در بحث محصولات کشاورزی جنوب و شرق استان به امر قانون‌گذاری متوسل شده و پیگیری طرح و لایحه کنند. ساماندهی دلالان این بخش را نباید فراموش کرد، نمی‌توان آن‌ها را حذف کرد. هر وقت برای این کار ورود کردند به علت این‌که قواعد بازی را بلد نیستند، خراب کردند؛ مثلاً خرید تضمینی خرما که از موارد مبارزه با دلالی است، خرما را عراقی را به‌عنوان خرما بم جا زدند. قانون‌گذار باید این کار را انجام دهد. دولت باید لایحه ببرد و امور دلالی را مدیریت کند. پولی که دست مردم است بیشتر از پولی است که در بانک‌های دولت است، این پول مدیریت می‌خواهد.

ساماندهی حمل‌ونقل محصولات کشاورزی را هنوز نتوانسته‌ایم انجام دهیم. بعضی‌ها سو استفاده می‌کنند و در زمانی که پیک‌بار است تباری نموده و کامیون نمی‌آید، پشت بارنامه‌ها بیشتر از خود بارنامه‌ها می‌شود، نمی‌شود کسی را مجبور به حمل بار کرد. با فرهنگ‌سازی و ایجاد تشکل‌های مردمی مرتبط می‌توان مشکلات را حل کرد.

متأسفانه صنایع کشاورزی موجود در منطقه به‌درستی عرضه‌یابی نشده و خیلی از صنایع به علت عدم همکاری به‌موقع سیستم بانکی از دور خارج شده و دیگر اقتصادی نیستند و نگهداری آن‌ها معنا ندارد. توسط مهندسين خبره ایرانی بهترین خطوط تولید صنایع غذایی ساخته شده است، ولی عده‌ای هنوز چشمشان به تکنولوژی خارجی است. اتاق بازرگانی می‌تواند سریع‌تر وارد شود، چون تا حدودی



● عکس: میثم محسنی ●

گفت‌وگو با «احمد فرید»
مدیرعامل شرکت کشت و صنعت جیرفت

هند ایران در انتظار ساماندهی تولید و بازار محصولات کشاورزی

با توجه به ظرفیت بالای منطقه جنوب استان کرمان در حوزه کشاورزی، امید است این منطقه به سمت و سوی حرکت کند که قبل از تولید محصول، بازار فروش پیش بینی و تولید براساس نیاز بازار، برنامه ریزی و عملیاتی گردد. در این خصوص در ادامه نظرات احمد فرید را در خصوص وضعیت کشاورزی جنوب استان کرمان می‌خوانیم. وی هم‌اکنون مدیرعامل شرکت کشت و صنعت جیرفت است و سابقه ۴۲ سال فعالیت و تجربه در زمینه کشاورزی، ۱۸ سال ریاست مرکز تحقیقات کشاورزی، ۳ سال ریاست سازمان جهاد کشاورزی جیرفت و ۱۰ سال ریاست سازمان جهاد کشاورزی سیستان و بلوچستان را در کارنامه خود دارد.



کاهش شدید قیمت‌ها به علت فزونی عرضه محصولات در پیک تولید طی سال‌هاست که تکرار می‌شود، کشاورزان اطلاعات بازار محصولات کشاورزی را چگونه و از چه مراجعی به دست می‌آورند؟

وزارت جهاد کشاورزی با هماهنگی وزارت صنعت، معدن و تجارت باید بر اساس آمار جمعیت مصرف‌کننده، میزان نیاز به تولید و مصرف را با تهیه تقویم زمانی تولید در استان‌های کشور تهیه و نسبت به تنظیم بازار اقدام نماید که طی یک برنامه ۲ تا ۳ ساله قابلیت اجرایی و نتیجه‌بخش خواهد بود، البته کاشت و تولید هر محصول معمولاً بر اساس قیمت آن محصول در سال قبل انجام می‌شود و به همین دلیل کشاورزان زیاد به توصیه مروجان بخش کشاورزی معتقد نمی‌باشند. به‌رحال با تولید متناسب با نیاز بازار، ایجاد مراکز نگهداری مناسب محصول (سردخانه‌ها) و وجود صنایع تبدیلی، فرآوری و تکمیلی می‌توان بخشی از این مشکل را حل نمود. عرضه بر اساس تقاضا باید صورت گیرد تا در پیک تولید مشکل کمتر شود.

آیا قبل از تولید، به بازار فکر می‌شود و بازار مناسب و زمینه عرضه محصولات به بازار فراهم می‌شود یا نه؟ اگر نه چرا انجام نمی‌شود؟

خیر، کشاورزان از میزان عرضه و تقاضا اطلاعات کاملی ندارند چون متأسفانه در کشور تنظیم بازار از سیستم مناسب برخوردار نیست و زیان تولیدکننده ناشی از نبود سیستم مذکور است. بدون در نظر گرفتن نیاز بازار داخلی و برنامه‌ریزی برای ورود به بازارهای جهانی اقدام به تولید بی‌رویه و افسارگسیخته می‌نمایند و قانون خرید تضمینی محصولات هم به این موضوع دامن می‌زند؛ چون

در سیستم بازار رسانی محصولات کشاورزی زنجیره واسطه‌ها، میدان‌داران، خریداران محلی، کارخانه‌ها، صادرکنندگان، خرده‌فروشان و نیز سیستم حمل‌ونقل در کار است. جنابعالی آن‌ها را به چه ترتیبی از نظر اهمیت و میزان تأثیرگذاری در وضعیت موجود بازار ردیف می‌فرمایید؟

واسطه‌ها، میدان‌داران، کارخانه‌ها، تجار، خریداران محلی، خرده‌فروشان و سیستم حمل‌ونقل کشاورزی در بخش کشاورزی بسیار مؤثر و ایجاد صنایع تبدیلی، بسته‌بندی و فرآوری جهت اخذ ارزش‌افزوده بخش کشاورزی، مکمل سیستم فوق است.

معمولاً تولیدکنندگان و مسئولان از نقش مخرب دلان و واسطه‌ها در بازار محصولات کشاورزی یاد می‌کنند، چه عواملی در این بازار موجب تقویت واسطه‌گری شده‌است؟

نبود تشکلهای منسجم کشاورزی؛ علیرغم وجود شبکه تعاونی‌های روستایی متأسفانه این شبکه به علت عدم حمایت‌های دولتی و کمبود نقدینگی به وظیفه خود عمل ننموده است به‌رحال دلالی جزئی از قانون تجارت است. خرید عمده محصولات موجب حضور پررنگ دلان و واسطه‌ها در حال حاضر است.

برخورد با دلان و حذف آن‌ها چه تبعاتی دارد؟

با سیستم امروزی خریدوفروش در بخش کشاورزی که سازوکار درستی ندارد، وجود دلان الزامی است و حذف آن‌ها موجب برجا ماندن محصولات کشاورزی است به‌طوری که در جنوب استان به تعداد انگشتان یک دست تاجر حرفه‌ای وجود ندارد، از طرفی دلان و واسطه‌ها به جهت سابقه تاریخی، نقش پررنگ در بازیابی و بازار رسانی دارند و امکان حذف آن‌ها وجود ندارد، اما با ایجاد تشکلهای مناسب می‌توان نقش مخرب آن‌ها را به حداقل رسانید و بر اساس یک برنامه زمان‌بندی در جهت متعادل‌سازی باید در قیمت محصولات کشاورزی، در جهت حمایت از مصرف‌کننده و تولیدکننده اقدام کرد. متأسفانه اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها اعم از روستایی و تولیدی به‌درستی نتوانستند اعتماد تولیدکنندگان را جلب نمایند، لذا ایجاد انجمن‌های محصولات استراتژیک کشاورزی با هسته مرکزی علاقه‌مند، دلسوز و توانمند مؤثر می‌باشد.

وضعیت حمل‌ونقل امروز را چگونه ارزیابی می‌نمایید؟

سیستم حمل‌ونقل محصولات کشاورزی بسیار نامطلوب بوده، به‌نحوی که بسیاری از ضایعات محصولات کشاورزی ناشی از عدم وجود یک شبکه حمل‌ونقل استاندارد هست. در صورتی که تشکیلاتی غیردولتی برای کمک به بهبود وضعیت حمل‌ونقل از نظر انتقال به‌موقع بار محصولات و قیمت منصفانه برای استان‌های مقصد به وجود آید، می‌تواند راه‌گشا باشد. حمل‌ونقل محصولات کشاورزی در کشور ما به‌صورت سنتی و با کامیون‌های روباز و بدون وسایل خنک‌کننده (یخچال دار) برای محصولات کشاورزی اعم از سبزی و صیفی انجام می‌شود که این امر باعث کاهش کیفیت محصولات کشاورزی در بازار مصرف می‌گردد.

کشاورزان می‌دانند اگر بازار فعال نباشد، دولت مجبور به خرید تضمینی می‌شود.

برای بازاریابی و بازاریابی محصولات کشاورزی تاکنون چه برنامه‌هایی اجرا شده که ناموفق بوده است؟ عدم موفقیت به چه عللی بوده است؟

تاکنون برنامه خاصی برای بازاریابی و بازاریابی محصولات کشاورزی صورت نگرفته است و به لحاظ عدم روابط سیاسی مناسب با خارج و تحریم‌ها امکان برنامه‌ریزی منسجم برای صادرات هم وجود ندارد، تنها بخشی از محصولات استراتژیک توسط دولت از طریق سازمان تعاون روستایی کشور بازار رسانی می‌شود که کافی نیست. اتاق بازرگانی می‌تواند نقش بسیار مؤثری در بازاریابی و بازاریابی خارج از کشور از طریق ایجاد تعامل با دفاتر اقتصادی سفارتخانه‌های جمهوری اسلامی ایجاد نماید علی‌هذا با توجه به خشکی کشور و خشک‌سالی‌های متوالی باید از هدر رفت منابع آب به علت تولید بدون هدف خودداری گردد و متناسب با نیاز کشور و نگاه به صادرات با توجه به محدودیت‌های آبی کشور عمل نمود.

آیا اطلاعاتی وجود دارد که ظرفیت بازار داخل کشور برای جذب محصولات مورد نظر چه میزان است که در آن هم منافع تولیدکننده و هم رضایت مصرف‌کننده فراهم شود؟

متأسفانه در وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی و تجارت اطلاعات کافی از

میزان تولید و نیاز کشور متناسب با میزان عرضه و تقاضا وجود ندارد و در حد اعداد و ارقام نادرست برنامه‌ریزی می‌شود که ضرورت دارد بخشی از تولیدات سبزی و سیفی کاهش داده شود و به محصولات اساسی مورد نیاز کشور با توجه به بحران کم‌آبی اختصاص داده شود.

مسائل و مشکلات در بازاریابی محصولات کشاورزی چیست؟

متأسفانه افراد صادرکننده و شرکت‌های مربوطه نتوانسته‌اند در مورد صادرات محصولات به خارج از کشور به تعهدات خود در برابر توافقنامه‌ها عمل نمایند و عدم تثبیت بازار در داخل باعث لطمه زدن به صادرات می‌شود، از طرفی مشکلاتی نظیر عدم سورت، بسته‌بندی مناسب محصولات کشاورزی، حمل‌ونقل ضعیف و ناقص، عدم تولید متناسب با نیاز داخل کشور از ضعف‌های مهم بوده است، باید شرکت‌ها و کنسرسیوم‌هایی با هسته توانمند اجرایی و قابل اعتماد تشکیل گردد و اگر اتاق بازرگانی در حمایت و تقویت آن‌ها نقش سازنده‌ای ایفا نماید، در این صورت می‌توان مشکلات بازاریابی را کاهش داده و به موقع تولیدات را به مراکز مصرف رساند و ارزش افزوده بخش را حفظ کرد.

قیمت محصولات را چه مرجعی تعیین می‌کند؟ چگونه می‌توان بر مبنای قیمت تمام‌شده، یک قیمت مناسب در منطقه تعیین و اجرا نمود؟

به جز چند محصول مانند گندم، چای، کلزا، روغن، شیر که معمولاً توسط دولت تعیین می‌گردد، قیمت بقیه محصولات کشاورزی را بازار و سیستم عرضه و تقاضا تعیین می‌کند که گاه با ضایعات زیادی همراه است. قیمت تمام‌شده اکثر محصولات کشاورزی معمولاً همه‌ساله باید توسط سازمان‌های جهاد کشاورزی بررسی و تعیین گردد که به راحتی قابل دسترس است؛ اما متأسفانه به خوبی انجام نمی‌شود و نرخ‌های مرجع که از طرف دستگاه‌های دولتی پیشنهاد می‌شود در خرید و فروش زیاد مدنظر قرار نمی‌گیرد، مگر در شرایط خریدهای تضمینی و توافقی که آن‌هم در صورتی که قیمت این محصولات از قیمت تعیین شده کمتر گردد دولت موظف به خرید است.

منطقه جنوب استان کرمان از نظر صنایع جنبی کشاورزی در چه وضعیتی است؟ و از نظر تکنولوژی آماده‌سازی محصولات برای عرضه به بازار چگونه است؟

در جنوب استان تولید محصولات کشاورزی مورد نیاز کشور در شرایط زمستانه و نوبرانه و در خلأ تولید به لحاظ اقتصادی، بیشتر در زمینه سبزی و صیفی، سیب‌زمینی و پیاز صورت می‌گیرد که به صورت تازه خوری مصرف می‌شود و از بازار و قیمت مناسبی برخوردار است و فقط در پیک تولید، آن‌هم انتهای سال زراعی و در یک دوره بسیار کوتاه مدت یک‌ماهه سرریز محصول به واحدهای صنعتی تحویل می‌گردد که نیاز آن‌ها را در سال تأمین نمی‌کند، بنابراین صنایع تبدیلی و فرآوری به لحاظ کمبود مواد اولیه رشد نکرده است و بسیار ضعیف است. البته که نباید صنایع بزرگ ایجاد نمود و باید

به جز چند محصول مانند گندم، چای، کلزا، روغن، شیر که معمولاً توسط دولت تعیین می‌گردد، قیمت بقیه محصولات کشاورزی را بازار و سیستم عرضه و تقاضا تعیین می‌کند که گاه با ضایعات زیادی همراه است. قیمت تمام‌شده اکثر محصولات کشاورزی معمولاً همه‌ساله باید توسط سازمان‌های جهاد کشاورزی بررسی و تعیین گردد که به راحتی قابل دسترس است؛ اما متأسفانه به خوبی انجام نمی‌شود و نرخ‌های مرجع که از طرف دستگاه‌های دولتی پیشنهاد می‌شود در خرید و فروش زیاد مدنظر قرار نمی‌گیرد، مگر در شرایط خریدهای تضمینی و توافقی که آن‌هم در صورتی که قیمت این محصولات از قیمت تعیین شده کمتر گردد دولت موظف به خرید است.

○ آیا برندی به نشانه شاخص کیفیت در میان این محصولات وجود دارد؟

علیرغم پیگیری اینجانب در مدت همکاری با اتاق برای ایجاد و معرفی برندی کلی تحت عنوان محصولات کشاورزی جیرفت به عنوان هند کوچک ایران، متأسفانه تاکنون هیچ برندی معرفی نگردیده است، درحالی که می‌تواند محصولات شاخص و زمستانه نوبرانه تولید منطقه نظیر گریپ‌فروت، سبزی و صیفی، انواع گل، توت‌فرنگی، خیار، پیاز، سیب‌زمینی و خرما رقم خاص «کلوته» تحت عنوان برند جیرفت به کشورهای هدف معرفی گردد. اتاق بازرگانی باید در چارچوب تعاملات بازرگانی و اقتصادی با کشورهای هدف و اتاق‌های مشترک به صورت جدی بخصوص با دعوت گروه‌های بازرگانی از کشورهای هدف به منطقه زمینه‌ساز ایجاد و معرفی این برند بشوند.

○ وضعیت محصولات منطقه از نظر مزیت نسبی و بالاتر از آن مزیت رقابتی به لحاظ قیمت و کیفیت در بازارهایی که صادر شده است چگونه است؟

محصولات باغی و زراعی منطقه به لحاظ کیفی و قیمتی دارای مزیت هستند به‌ویژه که در شرایط خلأ زمانی تولید در کشور به دست می‌آیند، زمانی که اکثر استان‌های کشور به علت سرما و یخبندان تولیدی ندارند و حتی کشورهای همسایه و دوردست نیز، این امر منجر به یک مزیت برای منطقه جنوب گردیده است و

صنایع مرتبط با ظرفیت فرآوری و تبدیلی کوچک ایجاد گردد.

○ رابطه مبادله کالا بین بخش کشاورزی منطقه با صنعت فرآوری محصولات کشاورزی کشور چگونه است؟

از هیچ‌گونه انسجامی برخوردار نیست و ارتباط معناداری ندارد و فقط در زمان‌های بحران قیمت محصولات کشاورزی معمولاً توسط دولت خریداری انجام می‌شود نظیر گوجه‌فرنگی، سیب‌زمینی، پیاز، خرما و...

○ آیا بازرگانان محلی یا کشاورزان تاکنون از محصولات مورد نظر به بازارهای خارجی صادر کرده‌اند رقمی را می‌توانید اعلام کنید؟

هرساله توسط شرکت‌ها و بازرگانان داخلی و خارجی حدود ۳۰۰ هزار تن محصولات خرما و سبزی و صیفی، به کشورهای روسیه، آسیای میانه، امارات، افغانستان، پاکستان، عمان، عراق و کانادا و اروپا صادر می‌گردد که حدود ۲۰ هزار تن از این محصولات به‌طور مستقیم توسط تولیدکنندگان به خارج از کشور صادر می‌گردد.

○ صادرات این محصولات با چه مشکلاتی روبرو است؟

مشکلات عدیده‌ای نظیر عدم بازاریابی منسجم و پایدار، عدم ثبات قیمت‌ها و بازار، عدم رعایت استاندارد و عدم توجه به اصل کیفیت مناسب، وضعیت تعاملات سیاسی و تحریم‌ها و عدم وجود کسرسیوم‌های صادراتی و شرکت‌هایی با برند صادراتی معتبر و از همه مهم‌تر ضعف شدید در بسته‌بندی و وجود سیستم حمل‌ونقل ناقص و ناکارآمد و غیراستاندارد در کشور، چالش‌های مهم حوزه صادرات محصولات کشاورزی هستند.

○ جیرفت دارای فرودگاه است. این فرودگاه تاکنون چه تأثیرات عملی در صادرات محصولات کشاورزی منطقه داشته است؟

از این فرودگاه فقط بازرگانان به منطقه رفت‌وآمد می‌کنند و مدت‌هاست که پیگیری صدور مجوز پروازی صادرات صورت گرفته است، اما شرایط و امکانات موردنیاز حمل مستقیم هوایی محصولات به بازارها فراهم نگردیده است. به‌رحال بستری ایجاد شده است که باید برای حمل هوایی محصولات نوبرانه منطقه به سایر کشورها هموار گردد.

○ از چه روش‌های بازاریابی در صادرات این محصولات استفاده شده است؟

با حضور در نمایشگاه‌ها و معرفی کالا و اطلاعات تولیدات و بازدید متقابل خریداران و تجار همسایه زمینه بازاریابی سنتی فراهم گردیده است، از سیستم و شبکه‌های اجتماعی متداول در دنیا که می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد هیچ‌گونه استفاده‌ای استفاده نمی‌شود. حضور مشاورین بازاریابی در اتاق بازرگانی و ایجاد دفاتری در کشورهای هدف می‌تواند زمینه اعتماد متقابل و زمینه دادوستد و قراردادهای محکم فروش محصولات را ایجاد نماید.

منطقه جنوب دارای اقلیم و اکوسیستم منحصر به فردی در ایران و در دنیا بوده و بنا به تقسیم‌بندی فائو (سازمان جهانی خواروبار کشاورزی) جزء ۱۰ منطقه دنیا در شرایط خاص اقلیمی و تولید ۸۵ نوع محصولات زمستانه و گلخانه‌ای محسوب می‌شود، اگر دولت و به‌ویژه بخش خصوصی که حامی آن اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی است، به‌دوراز هرگونه مسائل سیاسی به منطقه به صورت یک قطب تولید محصولات با مزیت نسبی و کیفی و نوبرانه و ارزش‌نگاه کند و در زمینه ایجاد زیرساخت‌های صادراتی به‌طور جدی همت کند، در آن صورت منطقه سهم بسزایی در ایجاد ثروت ملی کشور خواهد داشت.

و توسعه زیربنایها و فراهم‌سازی شرایط حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای و نیز حمل‌ونقل هوایی با برقراری یارانه‌های لازم حمل‌ونقل بسیار تعیین‌کننده است.

○ تاکنون چه اقدامات زیرساختی برای توسعه صادرات محصولات کشاورزی منطقه صورت پذیرفته است؟

در حال حاضر پایانه صادراتی در شهرک صنعتی جیرفت در حال ساخت است، فرودگاه نیز در این شهر وجود دارد.

○ چه تسهیلاتی به‌عنوان مثال: خرید تضمینی، یارانه مستقیم جبران ضرر و زیان و ... برای امر بازاریابی و بازاریابی و حمایت از منافع کشاورزان در فصل برداشت محصول اعطاء و اعمال شده است؟ به نظر جنابعالی ساختار مناسب و مفید این تسهیلات چگونه باید باشد؟

منطقه جنوب دارای اقلیم و اکوسیستم منحصر به فردی در ایران و در دنیا بوده و بنا به تقسیم‌بندی فائو (سازمان جهانی خواروبار کشاورزی) جزء ۱۰ منطقه دنیا در شرایط خاص اقلیمی و تولید ۸۵ نوع محصولات زمستانه و گلخانه‌ای محسوب می‌شود، اگر دولت و به‌ویژه بخش خصوصی که حامی آن اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی است، به‌دوراز هرگونه مسائل سیاسی به منطقه به‌صورت یک قطب تولید محصولات با مزیت نسبی و کیفی و نوپرانه و ارزآور نگاه کند و در زمینه ایجاد زیرساخت‌های صادراتی به‌طور جدی همت کند، در آن صورت منطقه سهم بسزایی در ایجاد ثروت ملی کشور، علیرغم خشک‌سالی و کم‌آبی خواهد داشت و دیگر هیچ ضرورتی بر خرید تضمینی، توافقی و جبران ضرر و زیان و ... نیست. باید استقلال منطقه در چارچوب سند خاص توسعه و منطقه ویژه کشاورزی در کشور دیده شود تا از ظرفیت‌ها و استعدادها موجود خداندادی به نحو مطلوب استفاده گردد.

○ اکنون چه مرجعی در جریان افت شدید قیمت‌ها به‌خصوص در پیک برداشت محصولات کشاورزی نقش کمک‌رسان و یاری دهنده‌گی مؤثر برای جلوگیری از فزونی زیان کشاورزان داشته است؟

سازمان جهاد کشاورزی، تعاون روستایی و صندوق خسارت بانک کشاورزی در قالب خریدهایی تضمینی و توافقی و پرداخت خسارت ناشی از حوادث غیرمترقبه کمک کرده‌اند، اما کافی نیست. اصلاً اگر با توجه به توضیحات قبلی زیرساخت‌ها و شرایط صادرات فراهم گردد نیاز به این قبیل کارها نیست.

○ دستگاه متولی تنظیم بازار محصولات کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی است. سازمان جهاد کشاورزی جنوب در ارتباط با تنظیم بازار محصولات زراعی منطقه تاکنون چه اقداماتی انجام داده است؟

سازمان جهاد کشاورزی نتوانسته اقدام خاصی انجام دهد و بررسی قیمت‌ها به‌صورت روزانه تحت تأثیر برنامه‌های واسطه‌ها و دلان

اگر برنامه‌ریزی منسجم و بازاریابی هدفمندی صورت گیرد، این هند کوچک ایران می‌تواند حجم عظیمی از نیازهای داخلی و خارجی کشور را تولید و به بازارهای هدف تحویل نماید که ارزش‌افزوده و ارزآوری خوبی برای منطقه و کشور خواهد داشت. متأسفانه به علت عدم برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت‌های حمل‌ونقل و صادراتی از این ظرفیت استفاده نشده است.

○ صادرکننده‌های این محصولات از چه یارانه‌ها و تسهیلاتی استفاده کرده‌اند؟

از هیچ‌گونه یارانه و تسهیلاتی استفاده نمی‌کنند، بعضاً مشوق‌های صادراتی مطرح می‌شود، ولی آن‌طور که شاید و باید، عاید تولیدکنندگان و صادرکنندگان منطقه نمی‌شود و کمک خاصی ننموده است.

○ چه پیشنهادهایی در جهت توسعه صادرات محصولات کشاورزی منطقه ارائه می‌فرمایید؟

ایجاد صنایع بسته‌بندی و فرآوری، حمل‌ونقل مناسب، ایجاد و معرفی برندهای کلی و شاخص، گواهی‌های بهداشتی و استاندارد، هموار کردن تعاملات اقتصادی با کشورهای هدف - حداقل کشورهای همسایه، ایجاد دفاتر بازاریابی و بازرگانی به‌وسیله تجار و صادرکنندگان، ایجاد کنسرسیوم‌های صادراتی و همکاری دفاتر اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در کشورهای هدف به این امر کمک می‌کنند. ایجاد

با توجه به بحران کم‌آبی و ضرورت احتراز از هدر دادن منابع آب‌وخاک، باید سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان، سازمان‌های متولی بخش اقتصاد و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان به‌صورت ویژه سند توسعه اقتصادی و بهره‌برداری از ظرفیت‌های منطقه را تهیه و با ایجاد زیرساخت‌ها به ساماندهی نظام تولید و بازرگانی کشاورزی منطقه بپردازند. منطقه جنوب استان کرمان با تولید بیش از ۴ میلیون تن محصولات زراعی و باغی آن‌هم در زمان خلأ تولید کشور و به‌صورت نوپرانه و زمستانه نقش بی‌بدیلی در تأمین نیاز داخلی کشور و تنظیم بازار دارد.

کشاورزی و بازاریابی در منطقه ایجاد شده است؟ قوت‌ها و ضعف‌های عملکرد آن‌ها در این رابطه چیست؟

شبکه تعاونی‌ها و اتحادیه‌های روستایی، تعاونی‌های تولیدی و تخصصی ایجاد شده‌اند که باید ساماندهی و توانمندسازی شوند. تشکیل انجمن‌های تخصصی محصولات، شرکت‌های صادراتی، کنسرسیون‌ها و بنگاه‌های اقتصادی خاص کشاورزی می‌تواند در تولید، بازاریابی، بازار سازی و صادرات کارساز باشد. در حال حاضر تولیدات در منطقه انبوه است ولی به‌موازات آن امر بازاریابی داخلی و خارجی صورت نمی‌گیرد، در زمینه صنایع مرتبط کوچک خلأ وجود دارد که متأسفانه با افزایش ضایعات در پیک تولید، محصول به هدررفته و ارزش افزوده بخش نابود می‌گردد.

در صورت مسئله ضرر و زیان کشاورزان به‌ویژه در مرحله پیک برداشت محصولات ناشی از بی‌سروسامانی بازار و ناتوانی تولیدکننده در فروش به‌موقع و به قیمت مناسب، به یک مسئله تاریخی چند دهه گذشته در منطقه شده است، واقعاً جای بحث ناکارآمدی دولت، تشکل‌ها، تعاونی‌ها، شرکت‌ها و اشخاص چگونه می‌تواند به کار آیی در مقابله با کارآمدی دلان تبدیل شود؟

در جنوب، تولید افسارگسیخته و بی‌سروسامان است، کشاورزان تولید می‌کنند ولی هیچ‌گونه سامان‌دهی در بهره‌برداری از تولیدشان دیده نمی‌شود، تشکل‌های توانمند وجود ندارد و هر کس به سلیقه خود تولید می‌کند، از لحاظ تولید با توجه به تکنولوژی‌های روز و دانش فنی و بومی موفق عمل می‌نماید، ولی متأسفانه به علت عدم برنامه‌ریزی و علل دیگر که قبلاً ذکر شد دچار ضرر و زیان شده و در نهایت متوقع از دولت در جبران ضرر می‌شوند که از توان دولت خارج است. با توجه به بحران کم‌آبی و ضرورت احتراز از هدر دادن منابع آب‌و خاک، باید سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان، سازمان‌های متولی بخش اقتصاد و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان به‌صورت ویژه سند توسعه اقتصادی و بهره‌برداری از ظرفیت‌های منطقه را تهیه و با ایجاد زیرساخت‌ها به ساماندهی نظام تولید و بازرگانی کشاورزی منطقه بپردازند. منطقه جنوب استان کرمان با تولید بیش از ۴ میلیون تن محصولات زراعی و باغی آن‌هم در زمان خلأ تولید کشور و به‌صورت نوبرانه و زمستانه نقش بی‌بدیلی در تأمین نیاز داخلی کشور و تنظیم بازار دارد. اگر تولید در چنین حجمی در منطقه انجام نمی‌گرفت، بدون اغراق کشور در تأمین این‌گونه محصولات دچار مشکل می‌شد و با هزینه بسیار سنگینی می‌بایست به واردات متوسل می‌شد. با قوت اعلام می‌کنم که جبرفت «هند ایران» به‌عنوان یک برند کلی می‌تواند در دنیا محصولاتش را مطرح و معرفی نماید، پس دولت و اتاق بازرگانی باید در ایجاد اتاق مستقل همت نمایند تا استعدادهای نهفته شکوفا و به مرحله رشد و بهره‌برداری برسد و منطقه جنوب علاوه بر تأمین نیازهای داخلی، تأمین‌کننده محصولات سبزی و صیفی، گل، سیب‌زمینی و پیاز برای کشورهای یخبندان نظیر روسیه و غیره و فصل زمستان باشد. ●

است. توسط سازمان تعاون روستایی و اتحادیه مرکزی خریدهای تضمینی و توافقی صورت می‌گیرد که چاره کار تولیدکنندگان نیست باید تصمیمات اساسی گرفت.

آیا تاکنون الگوی کشت بهینه برای چه محصولاتی در اختیار کشاورزان قرار گرفته است؟ عمل کردن به الگوی ارائه شده چه تأثیری داشته است؟

برنامه الگوی کشت گلخانه‌ها هنوز به‌صورت رسمی تهیه و تنظیم و ابلاغ نشده است. با توجه به نیاز بازار و شرایط اقلیمی و سازگاری محصولات باغی مرکبات خرما و محصولات رقابتی سبزی و صیفی و پیاز و سیب‌زمینی تولید می‌شود. بعضی از محصولات در رقابت حرفه اقتصادی بخصوص در شرایط نوبرانه و زمستانه برای منطقه ندارد و شاید همین محصولات باید برای منطقه تعریف شوند و در سایر جاهای کشور محصولاتی نظیر گندم و جو و نباتات روغنی تولید گردد.

همچنین کشاورزان ملزم به رعایت الگوی کشت نیستند، چون دولت هیچ‌گونه کمکی نمی‌تواند بکند و بر اساس تشخیص خود و برداشت‌هایی از بازار، نوع محصول را تعیین تولید و عرضه می‌کنند و کاشت محصولات اقتصادی زودبازده و رقابتی را انجام می‌دهند.

برای ترویج مدیریت تولید مناسب با نیاز بازار داخلی و ظرفیت صادراتی چه برنامه‌هایی اجرا شده است؟

تولیدکنندگان بر اساس تولید محصولات زودبازده و اقتصادی با توجه به بالا بودن هزینه‌های تولید، اقدام به تولید محصولات زمستانی می‌نمایند که دارای صرفه اقتصادی و رقابتی است و برنامه خاصی از طریق سازمان‌های جهاد کشاورزی که بتواند کمک به بازار تولید کشاورزان انجام دهد صورت نپذیرفته است؛ صحبت زیاد می‌شود ولی هیچ مکانیزم علمی تعریف نشده. تولیدکنندگان مقید به رعایت دستورالعمل‌های دولتی نیستند، تولید محصول و عرضه آن باید به‌طور برنامه‌ریزی شده راه خود را به‌صورت تخصصی طی نماید. در مدت همکاری اینجانب با اتاق و پیگیری‌های مکرر در مورد ایجاد کنسرسیون صادراتی متأسفانه استقبال و همراهی لازم صورت نگرفت، تشکیل ۵ انجمن منطقه‌ای مرکبات، سبزی و صیفی، سیب‌زمینی و پیاز، گیاهان دارویی و سبزی‌های غده‌ای و برگی پیشنهاد شد، ولی مورد موافقت قرار نگرفت و حتی تعداد ۱۵ نوع محصول زراعی، باغی و حیوانی اصالت دار و بومی خاص منطقه جهت ثبت معرفی و اعلام شد که هیچ‌گونه اقدامی از طرف اتاق صورت نگرفت، درحالی‌که می‌توانست در زمینه توسعه و فعالیت‌ها به‌خصوص در زمینه ایجاد اتاق بازرگانی و صنایع معادن مستقلاً برای منطقه جنوب کارساز باشد و موفقیت بیشتری را عاید نماید. اگر نگاه و سمت‌وسوی اتاق به هدایت این امر متوجه شود، شاهد شکوفایی بیشتر و ارزآوری و تحصیل ارزش افزوده مناسب در بخش عظیمی از کشاورزی منطقه خواهد بود.

چه نهادهای غیردولتی باهدف اصلاح نظام بازار محصولات

حلقه‌های معیوب زنجیره عرضه محصولات کشاورزی جنوب استان کرمان



دکتر ذبیح‌الله کرمی
سرمدیر فصل‌نامه سپهر اقتصاد کرمان

کشاورزی این منطقه به خارج از کشور صادر شده است. این حجم انبوه از تولید که قاعدتاً در سایه تدوین، تصویب و اجرای برنامه‌های توسعه‌ای قابلیت توسعه نیز دارد برای امور بازرگانی خود در این ابعاد نیازمند ساختارهای کارآمد است. ناکارآمدی بازرگانی کشاورزی مانع بزرگ توسعه این بخش به معنای واقعی است. می‌توان نمونه‌های موفق حوزه تولید و بازرگانی بخش کشاورزی در دنیای پیشرفته را با مطالعه عملکردهای دولتی و تشکلهای خصوصی آن‌ها ملاحظه کرد و در تطبیق با شرایط بومی، ملی و بین‌المللی به کار بست.

ارتقای درآمد کشاورزان از طریق تقویت فرایند زنجیره ارزش محصولات کشاورزی باید نقطه عطف در تمام برنامه‌های بخش کشاورزی باشد؛ ارتقای درآمد، مطالبه مستمر و به‌حق کشاورزان، امری که کمتر به آن دست‌یافته‌اند!

باید با یک نگاه تلفیقی به کلیه جوانب اعم از تولید، عرضه و بازاریابی و مصرف محصولات کشاورزی در سیاست‌گذاری‌ها، برنامه‌ها و اقدامات اجرایی، مسیر بخش را از دور تسلسل خلاص کرد.

به‌تدریج باید زمینه افزایش مقیاس تولید در کشاورزی منطقه را از طریق ادغام واحدها و یک پارچه سازی اراضی فراهم ساخت. قطعه‌قطعه بودن اراضی کشاورزی مانع انجام عملیات و اعمال مدیریت صحیح در مزرعه است، سرشماری کشاورزی سال ۲۰۰۷ آمریکا نشان

بر اساس آماری که سازمان جهاد کشاورزی جنوب استان کرمان ارائه داده است، سالانه ۴۱۷۴۰۰۰ تن تولیدات کشاورزی و دامی در منطقه جنوب استان کرمان تولید می‌شود. سرانه هر ایرانی از تولیدات کشاورزی جنوب استان، ۵۱ کیلوگرم است که رقم بسیار قابل‌توجهی است و جایگاه مهم این منطقه را در عرصه تأمین مواد غذایی کشور نشان می‌دهد. مجموع سطح زیر کشت منطقه ۲۴۴۵۶۰ هکتار است که ۱۶۱۵۴۴ هکتار آن زراعی و ۸۳۰۱۶ هکتار دیگر آن در عرصه باغداری است.

۶۷ درصد مجموع تولیدات کشاورزی استان کرمان را منطقه جنوب استان به خود اختصاص می‌دهد که این رقم ۴ درصد از کل تولید کشاورزی کشور را شامل می‌شود. سطح زیر کشت منطقه جنوب استان ۲۹ درصد از سطح زیر کشت استان را در برمی‌گیرد.

این منطقه رتبه اول تولید خیار، رتبه دوم هندوانه، رتبه سوم محصولات گلخانه‌ای و رتبه چهارم در تولید گوجه‌فرنگی کشور را داراست. همچنین رتبه اول در تولید سیب‌زمینی و پیاز طرح استمرار و رتبه سوم تولید کنگد کشور را این منطقه به خود اختصاص داده است و در تولید مرکبات و خرما به ترتیب رتبه های سوم و اول کشور را در اختیار دارد. همه این‌ها به‌خوبی حاکی از قدرت و ظرفیت تولیدی این منطقه در کشاورزی کشور است.

یادآوری می‌شود در مجموع ۲۳۴ هزار تن یعنی ۶/۵ درصد از تولیدات

کشاورزی منطقه آنچنان گرفتار اشکالات عمیق و گسترده است که بی‌سروسامانی بازار محصولات و مخصوصاً محصولات سریع الفساد را دامن می‌زند. مدیریت زنجیره عرصه شامل یک پارچه سازی تمامی فعالیت‌های مربوط به تولید و آماده کردن یک محصول از ابتدا تا رسیدن به دست مشتری و ایجاد سیستم اطلاع‌رسانی برای تعقیب این مراحل هست. هماهنگی بین کلیه فعالیت‌های موردنیاز یک عملیات تجاری از قبیل بازاریابی، طراحی، خدمات مشتریان، نظارت بر تولید، سفارش‌ها، لجستیک و توزیع در مدیریت مناسب زنجیره عرضه محقق می‌شود. حاصل عملکرد یک زنجیره مناسب افزایش سوددهی است. در یک زنجیره بدون نقص، هر حلقه از زنجیره به موفقیت دیگر حلقه‌های درون زنجیره علاقه‌مند است، زیرا آن‌ها با همکاری با یکدیگر است که می‌توانند در عرصه رقابت باقی بمانند. آن‌ها باید تمامی فعالیت‌های خود را با شرکا تجاری هم‌جهت کنند و اطلاعات لازم را جمع‌آوری کرده و این اطلاعات را بین خود مبادله نمایند. توجه داشته باشیم که زنجیره عرضه وقتی سالم و منطقی است که تمامی پروسه‌ها و فعالیت‌ها در حلقه‌های آن به‌عنوان یک سیستم واحد در نظر گرفته شده باشد.

متأسفانه زنجیره عرصه در بخش کشاورزی جنوب استان با انبوه مشکلات در نظام توزیع و بازار رسانی محصولات مواجه است. عدم انطباق منافع حلقه‌های موجود است که زبان مستمر و عدم هماهنگی نظام تولید و توزیع را سبب شده است؛ خرید کالا از کشاورزان به قیمت نامناسب و ارائه آن به مصرف‌کنندگان به قیمت نامناسب. باید تکرار کنیم که بهبود الگوی کشت و بهبود عملیات در حوزه توزیع محصولات نقش به‌سزایی در تحویل منافع به‌حق کشاورزان و در توسعه کشاورزی منطقه و به‌تبع آن در رفاه شهروندان خواهد داشت. جیرفت در منطقه جنوب استان کرمان دارای فرودگاه است، در مسیر ترانزیتی و در فاصله‌ای نه‌چندان با بندرگاه‌ها و اسکله‌های صادراتی و در انتظار ایجاد راه‌آهن و محق به داشتن یک سیستم حمل‌ونقل ترکیبی کارآمد و در دسترس تا مشکلات موجود حمل‌ونقل که یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های موجود فرا راه بازرگانی کشاورزی منطقه است برطرف شود.

می‌دانیم که در شرایط فعلی حلقه واسطه‌ها و دلال‌ها در منطقه جنوب با کاربرد غالب مطرح است که در غیاب و یا کمبود اعتبارات مناسب بانکی در نقش تأمین‌کننده منابع مالی برای کشاورزان نیز ظاهر می‌شود و متأسفانه این کارکرد به استعمار مضاعف کشاورز منجر شده است؛ فروش ناگزیر محصول به قیمت موردنظر دلال.

به تحقیق در تولید و تجارت محصولات کشاورزی در جنوب استان کرمان به‌اندازه بازار و کارآیی آن به‌عنوان یک شاخص بسیار مهم در عملکرد اقتصادی اصلاً توجه نمی‌شود، به مهارت‌آموزی و استفاده از تکنولوژی‌های جدید واقعی گذاشته نمی‌شود. این بی‌توجهی‌ها در هم‌افزایی یکدیگر، کارآیی بخش کشاورزی منطقه را پایین می‌آورد. چه خوب است که یک شناسایی علمی از معضلات موجود در زمینه کار و تولید و نیز بازار محصولات صورت گیرد تا راه‌کارهای بومی حل آن با پشتوانه علمی به دست آید. متأسفانه از دانشگاه‌های جیرفت که اتفاقاً در رشته کشاورزی هم فعالیت دارند، گویی در این زمینه چندان

می‌دهد که ۲/۲ میلیون زمین کشاورزی در آن کشور وجود دارد که مساحت آن‌ها در مجموع به ۹۹۲ هکتار می‌رسد و میانگین هر زمین کشاورزی ۴۱۸ هکتار می‌شود؛ یعنی مجتمع‌های بزرگ کشاورزی و تولید در مزارع بزرگ‌مقیاس، حالا مقایسه کنیم با وضعیت قطعات کوچک و عمدتاً زیر ۱۰ هکتار اراضی کشاورزی در ایران و به‌ویژه در منطقه موردبحث که چه محدودیت بزرگی است.

فرا راه تولید با صرفه

ایجاد رابطه سیستماتیک بین فعالیت‌های مختلف بخش غیردولتی اقتصاد، تأثیر قابل‌توجهی در زنجیره تأمین بخش‌ها خواهد داشت که متأسفانه در حال حاضر چنین رابطه‌ای وجود ندارد، لذا مشاهده می‌شود که انبوه محصولات کشاورزی در غیاب صنایع جنبی در منطقه ضایع می‌شود. رفتارها باری به هر جهت است؛ همواره اتفاقاتی می‌افتد که برای آن‌ها برنامه‌ریزی نشده است.

برنامه‌ریزی تولیدی وجود ندارد، به مطالعه و تحقیق بازار و به معرفی محصولات به‌عنوان اصل بسیار مهم در مدیریت محصول توجه نمی‌شود.

در منطقه جنوب کرمان، مهم‌ترین مانع وصول به بهره‌وری مناسب، تخصیص نامناسب منابع است؛ اشکالی که عمدتاً در بخش کشاورزی کشور دیده می‌شود، در اینجا به شکل مشددی خود را نشان می‌دهد. تخصیص نامناسب منابع یک عارضه ناشی از الگوی نامناسب کشت است و نیز عوارض مترتب بر نابسامانی بازار و زنجیره عرضه محصولات تولیدی. رفع موانع در یک سیستم مناسب که سازمان‌های دولتی و تشکلهای بخش خصوصی حضورداشته باشند، میسر است، به‌گونه‌ای که از فرصت‌ها به نحو مطلوب بهره‌برداری نموده و محدودیت‌ها را برطرف کرد.

پایش مستمر توانمندی‌ها و نیز چالش‌ها در تولید و تجارت محصولات و تداوم برای رسیدن به توسعه پایدار بخش اجتناب‌ناپذیر است.

تولید بی‌رویه در منطقه و اشباع بازار به‌ویژه در پیک تولید محصولات، آزردهنده است. واقعاً چه میزان از این مشکلات به دولت برمی‌گردد؟ آیا دولت نمی‌تواند موضوع را کنترل یا هدایت کند؟ آیا ضعف حکمرانی در این موضوع وجود دارد؟ متصدیان بازار تولید و توزیع محصولات در بخش غیردولتی چه می‌کنند؟ ساماندهی تولید و تجارت منطقه تا چه اندازه درگرو بهبود رفتار تولیدکننده و توزیع‌کننده است؟

یکی از مهم‌ترین اشکالات این است که نفوذ دانش در کشاورزی منطقه مانند غالب نقاط کشور بسیار پایین است. بر اساس آمار، نفوذ دانش در بخش کشاورزی کشور ۰/۸ درصد است زیرا ۸۰ درصد بهره‌برداران بی‌سواد و یا دارای تحصیلات ابتدایی هستند که وضعیت منطقه جنوب استان کرمان اگر بسیار بدتر نباشد بهتر نیست.

ضایعات محصولات کشاورزی در ایران دو برابر استانداردهای بین‌المللی است. ایجاد و توسعه صنایع تبدیلی و آماده‌سازی محصولات یکی از مهم‌ترین نیازهای بخش کشاورزی منطقه است. در حال حاضر تناسبی میان تولید محصولات با حجم بالا و صنایع تبدیلی و فرآوری وجود ندارد.

در وضعیت فعلی، زنجیره عرضه خود به خودی محصولات

خری نیست.

همان‌طور که در بالا آمده است، در وضعیت فعلی سیستم بازار محصولات کشاورزی تقویت ساختار واسطه‌گری را در وجه غالب موجب شده است. در واقع عملیات بازار رسانی محصولات منطقه، حلقه‌های معیوب از یک زنجیره عرضه را در خود جای داده است و باید در سیاست‌های بخش کشاورزی ساماندهی فرایند تولید و اصلاح نظام بازار محصولات بخش مورد حمایت مؤثر قرارگیری.

به‌طور قطع بهینه‌سازی الگوی کشت و انتخاب سیاست‌های کلی بر مبنای مصرف کم آب و شناخت ظرفیت‌های بومی و تولید بر مبنای بازار سنجی، امری اجتناب‌ناپذیر برای رسیدن به وضعیت مطلوب است. عدم وجود مدیریت تولید در اندازه مناسب بازار و نامناسب بودن شرایط نگهداری ضایعات فراوان محصولات تولیدی را سبب می‌شود که به‌ویژه در اوج نقطه تولید به علت عدم کفایت قیمت محصول در تأمین هزینه برداشت، کشاورزان مغبون که عمدتاً خرده‌پا هستند از خیر برداشت حاصل زحمات خود می‌گذرند و این به مفهوم ضایعات تمام حجم تولید است؛ موردی که هر ساله در خصوص محصول گوجه‌فرنگی و به‌تناب در محصولاتی مانند سیب‌زمینی و پیاز تا جایی که در بیش از سه دهه اخیر به خاطر دارم تکرار می‌شود، گویی کشاورزان و مسئولان به این تکرار خورده‌اند.

چندی پیش که کشاورزان گرفتار در وضعیت ناهنجاری از محصول گوجه‌فرنگی بر جای مانده از بازار بودند، در یکی از جراید محلی دیدم که سازمان جهاد کشاورزی جنوب استان اعلام کرده است که نگران افت

قیمت‌ها نیستند، اما افت لجام‌گسیخته باعث از کف رفتن زحمت کشاورزان می‌شود و جایی ندیدم که این سازمان یا دیگران بالاخره برای رفع نگرانی چه کرده‌اند، نگرانی به‌جای ماند و بازهم زمان...! واقعاً این‌که مشکلات حل نمی‌شوند و تا مرز تبدیل شدن حتی یک بحران پیش می‌روند ناشی از چیست؟ چه مرجعی باید یک نقشه مناسب برای ایجاد تغییر مورد انتظار بسازد تا کشاورزان زحمت‌کش به آرزوی خود برسند و ارزش کار پر زحمت خود را به کف آرند و از چنگال تصمیمات مایشاء واسطه‌ها و سوداگران خلاصی یابند و مصرف‌کنندگان نیز با قیمت‌های واقعی از محصول آن‌ها بهره‌گیرند. چه خوب است که کارکردهای مثبت و منفی بازیگران این عرصه؛ یعنی دولت، کشاورزان، صنایع جنبی، دلان و سایر عوامل مربوط مورد ارزیابی قرار گیرد و با نهادسازی‌های ضروری به کارکردهای صحیح رسید. در امر سازمان‌دهی بازار محصولات کشاورزی می‌توان از تجربه موفق کشورهای دیگر استفاده کرد، در این زمینه به آدرس‌های زیادی می‌توان دسترسی پیدا کرد.

کیفیت و سلامت مواد غذایی دغدغه بزرگ در مزارع و نیز در جریان بازار رسانی محصولات کشاورزی در دنیای امروز است. با وجود رقابت‌های فشرده در دنیا هر کالایی را نمی‌توان صادر کرد. شنیده می‌شود که کشاورزان می‌گویند وظیفه ما تولید است و بقیه‌اش با دیگران؛ درست است که وظیفه تولیدکننده، تولید محصول است، اما تولیدات با هر کیفیتی نمی‌تواند در سفره مردم کشورها جایی داشته باشد، تولید بی‌کیفیت و غیر ایمن به‌ویژه در حوزه صادرات، ارزشی ندارد. کشاورزان مسئول تولید غذایی باکیفیت بالا و سالم می‌باشند تا هم در بازار داخلی و هم در بازارهای خارجی قابل عرضه باشد.

زنجیره عرضه محصولات کشاورزی در کشورهای درجه‌یک کشاورزی به‌گونه‌ای مورد توجه است که بیشترین انگیزه در سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی در این زنجیره بوده است. بازار محصولات کشاورزی امروزه در دست کشورهای است که اعتبار خود را در تلاش برای ارائه باکیفیت‌ترین محصولات به بازار جهانی می‌دانند.

اصولاً در بازارهای جهانی آن‌چنان رقابت‌های جدی ایجاد شده است که هر محصولی را بدون برند به نشانه شاخص کیفیت، نمی‌توان به فروش رساند. اختلاف قیمت، کیفیت و سلامت محصول بسیار تعیین‌کننده است. ایجاد بنگاه‌های بازاریابی و بازار رسانی محصولات کشاورزی و البته با محوریت عملیاتی بخش خصوصی با انجام مطالعات تطبیقی کشورهای موفق در صادرات و استفاده از دانش و تجربیات آن‌ها را باید جدی گرفت. سازوکار صادرات خرما در تونس و عملکرد دولت‌ها و بخش غیردولتی در کشورهایی چون آمریکا، کانادا، آلمان و ... الگوهایی هستند که می‌توان از آن‌ها آموخت.

کشاورزی منطقه از خلأ سیستم بازاریابی رنج می‌برد. همواره از بازاریابی مطلوب برای ارائه محصول به بازارها یاد می‌شود. چه کسی باید انجام دهد؟ همه می‌گوییم باید...! برای تحقق این باید تاکنون چه کرده‌ایم؟ چه مرجعی یا کسی بایستی این باید را انجام دهد؟ واقعاً این باید، گیر چه چیزی است که باگذشت دهه‌ها به سامان نرفته است؟ خوب کشاورز که وظیفه‌اش تولید است؛ برنامه می‌خواهد، بازار می‌خواهد، سیستم کالارسانی به بازار می‌خواهد و...

لازم است با برنامه‌ریزی مبتنی بر مطالعات تطبیقی در کشاورزی جهان به‌طور جدی به ساماندهی حوزه خدمات بازرگانی پرداخته و بستر رونق کشاورزی را فراهم آورد؛ امری که به نظرمی‌رسد با تعلل و کوتاهی تاکنون به‌جایی نرسیده و کشاورزی به‌ویژه در منطقه جنوب کرمان همچنان در چنگال ادامه گرفتاری‌های ساری سال‌های متمادی گذشته است. در جنوب کرمان کشاورزان گرفتار یک دور باطل از گونه گرفتاری در دوره‌های کمبود-گرانی و یا انبوه-بی‌ارزشی محصولات هستند که خود به یک مشکل تاریخی تبدیل شده است. با ساماندهی بازار محصولات کشاورزی، کشاورزان در مسیری روشن قدم خواهند گذاشت.



● برداشت پیاز در جنوب استان کرمان / عکس: ابوظراحمادی زاده

صنایع وابسته، گزارش‌های روزانه، ماهانه و سالانه بازار را منتشر می‌کند تا کشاورزان، تولیدکنندگان و کسب‌وکارهای کشاورزی با استفاده از این گزارش‌ها بتوانند بازار را ارزیابی کنند و با بهره‌گیری از اطلاعات لازم به‌درستی مسیر حرکت خود را تشخیص دهند. در واقع دولت با ارائه اطلاعات شفاف و به‌روز به کشاورزان و مصرف‌کنندگان کمک می‌کند. اما در کشور عزیز ما و مخصوصاً در منطقه جنوب استان کرمان، کشاورزان در بی‌اطلاعی و یا حداکثر کم‌اطلاعی شدید تولید می‌کنند و سردرگم به دنبال بازار، در عبور از کمینگاه‌های دلال‌ها و سوداگران به این سوآن سو می‌دوند. بسیار دیده‌شده که به‌صرفه می‌بینند که محصول خود را برداشت نکنند و یا دسترنج خود را به کم‌بهایی بفروشند.

اگر یک سیستم اطلاع‌رسانی تعیین‌کننده از کشاورزی کشور و دنیا وجود داشته باشد، گام مؤثری در جهت ایجاد شفافیت در بازار کشاورزی برداشته می‌شود؛ اطلاعات لازم در خصوص تولید، کیفیت، قیمت، بازار مصرف و... به شناخت مطلوبیت‌ها کمک می‌کند. چنین مرجعی می‌تواند با دستیابی به اطلاعات روز، آینه تمام‌نما و شفافیت فرا راه تصمیم‌گیری‌ها و بازار تولید، توزیع و مصرف باشد.

لازم است با برنامه‌ریزی مبتنی بر مطالعات تطبیقی در کشاورزی جهان به‌طور جدی به ساماندهی حوزه خدمات بازرگانی پرداخته و بستر رونق کشاورزی را فراهم آورد؛ امری که به نظر می‌رسد با تعلل و کوتاهی تاکنون به‌جایی نرسیده است و کشاورزی به‌ویژه در منطقه جنوب کرمان همچنان در چنگال ادامه‌گرفتاری‌های ساری سال‌های متمادی گذشته است. در جنوب کرمان کشاورزان گرفتار یک دور باطل از گونه‌گرفتاری در دوره‌های کمبود-گرانی و یا انبوه-بی‌ارزشی محصولات هستند که خود به یک مشکل تاریخی تبدیل شده است. با ساماندهی بازار محصولات کشاورزی، کشاورزان در مسیری روشن قدم خواهند گذاشت. وزارت جهاد کشاورزی مسئول ایجاد مدیریت یک پارچه زنجیره تولید تا مصرف محصولات کشاورزی است؛ به‌گونه‌ای که در کشاورزی کشورهای پیشرفته انجام می‌شود. ●

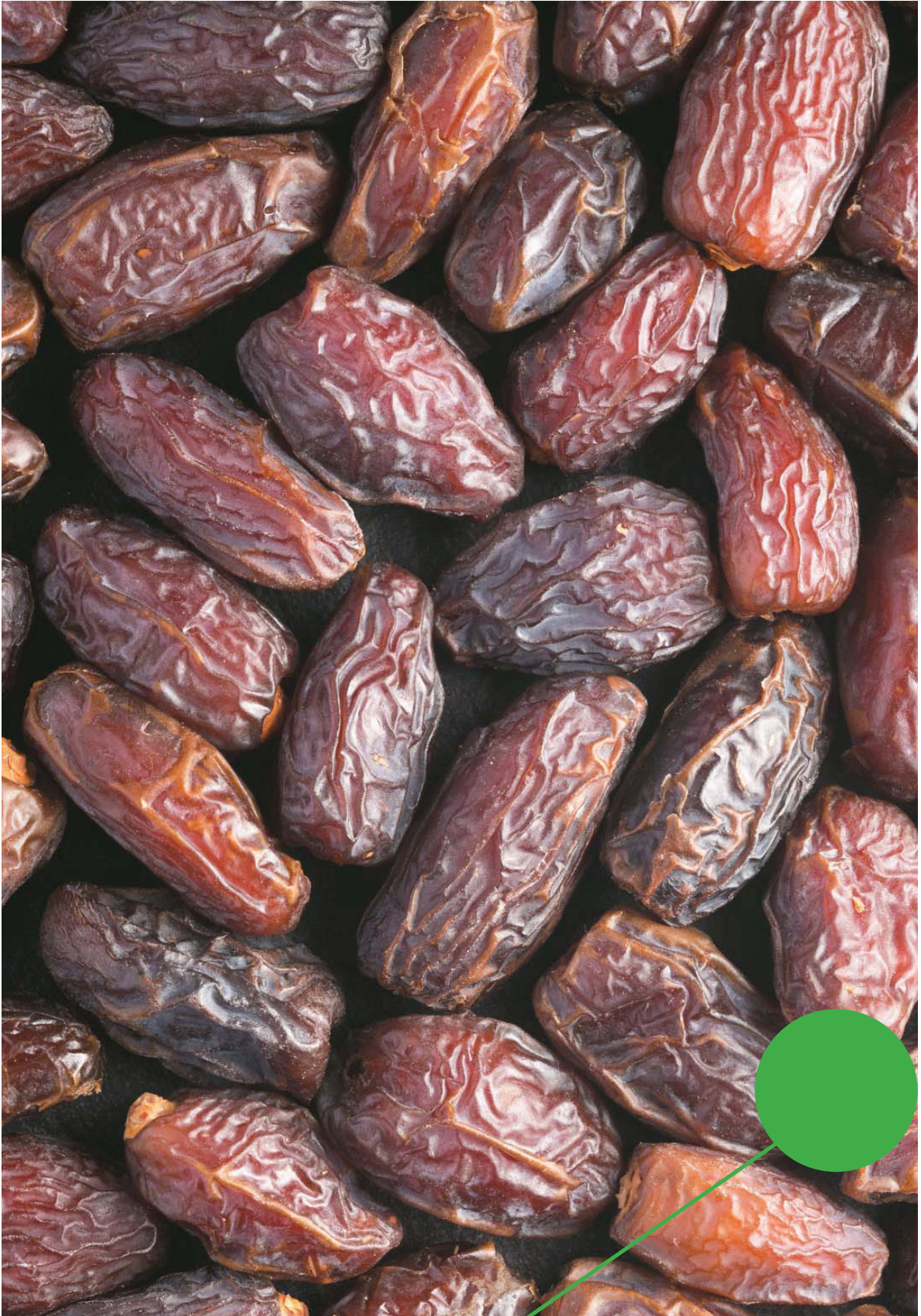
در برنامه‌ریزی بازاریابی با مطالعه و تحقیقات می‌توان به سندی که متضمن موفقیت باشد، دستیافت. با شناسایی عوامل محیط کلان و تهدیدها، تحدیدها و فرصت‌های فضای تولید و تجارت می‌توان با چشم‌پاز تولید کرد و محصولات را به فروش رساند. وقتی کشاورز آگاهی کامل از مصرف‌کننده به‌ویژه مصرف‌کننده خارجی ندارد، از اندازه بازار و جغرافیای آن بی‌اطلاع است، نمی‌داند که چه محصولات، در چه میزان و با چه کیفیتی تولید نماید تا با تقاضای مصرف‌کنندگان مطابقت داشته باشد. اگر کشاورزان منطقه به‌طور مستمر، آنالیزی از رقبای بازار را دریافت می‌کردند، با درک رقبای خود می‌توانستند با چشم‌پاز تولید کرده و به فروش برسانند.

مناسب‌سازی زنجیره عرضه محصولات کشاورزی با ترتیب انتقال درست و به‌موقع محصول به سمت مصرف‌کنندگان و انتقال اطلاعات از طرف تقاضا یعنی مصرف‌کنندگان به کشاورزان، تأثیر قابل‌توجهی در افزایش بهره‌وری در تولید و نیز توسعه بازار خواهد داشت.

دهر صورت پرداختن به اصلاح زنجیره عرضه محصولات کشاورزی جنوب، یکی از مهم‌ترین ضرورت‌های بخش کشاورزی منطقه در سیاست‌گذاری‌های مربوطه می‌باشد. بهبودی در حلقه‌های این زنجیره، مسیری است در جهت حل مشکلات موجود.

در کشور کانادا، حضور وزارت کشاورزی در پایش و حمایت از مدیریت تولید یک کشاورز شروع شده و تا رسیدن محصول به مصرف‌کننده ادامه دارد؛ یعنی امورات از مزرعه تا بازارهای جهانی در تمام مراحل تولید و پردازش و بازاریابی محصولات کشاورزی مورد غفلت واقع نمی‌شود. در تجارت بین‌المللی محصولات کشاورزی و نیز وزارت‌های کشاورزی و امور خارجه طبق برنامه ملی کشور اقدام به بازاریابی بین‌المللی می‌کنند. دولت در جهت کمک به کشاورزان برای عرضه محصولات خود با رصد بازارهای جدید، همواره درصد افزایش مهارت‌های تولیدی، کیفیت‌ها و صادرات است.

در آمریکا نیز در حدود یک قرن است که سازمان بازاریابی کشاورزی برای کمک به بازاریابی و بازار رسانی و توزیع محصولات کشاورزی و



برنامه‌های پیشنهادی انجمن خرمای استان کرمان برای

توسعه صنعت خرمای شرق

استان کرمان (بم، ریگان، نرماشیر و فهرج)

< محسن رشیدفرخی

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



< مقصد نکلوزاده

دبیر کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان
و دبیر انجمن خرمای استان کرمان



(رطب و خرمای مضافتی) را درجه‌بندی و بسته‌بندی می‌نمایند همچنین تعداد دو واحد کارخانه صنعتی تولید فرآورده‌های خرما (شیره خرما) در سطح خوشه موجود است که تولید بسیار محدودی را دارا می‌باشند ولی با توجه به ۲۰ هزار تن ضایعات خرمای مضافتی قابلیت ایجاد دسته محصول فراوری با ایجاد ارزش‌افزوده مناسب از خرمای درجه ۴ وجود دارد. علاوه بر موارد بالا از شاخ و برگ بریده‌شده درخت خرما که بیش از ۲۰۰ هزار تن در سال می‌باشد می‌توان به‌عنوان مواد اولیه در تولید نئوپان و کود آلی و همچنین در صنایع دستی استفاده نمود.

تحلیل زنجیره ارزش کسب‌وکار خرمای بم (سال ۱۳۹۶)

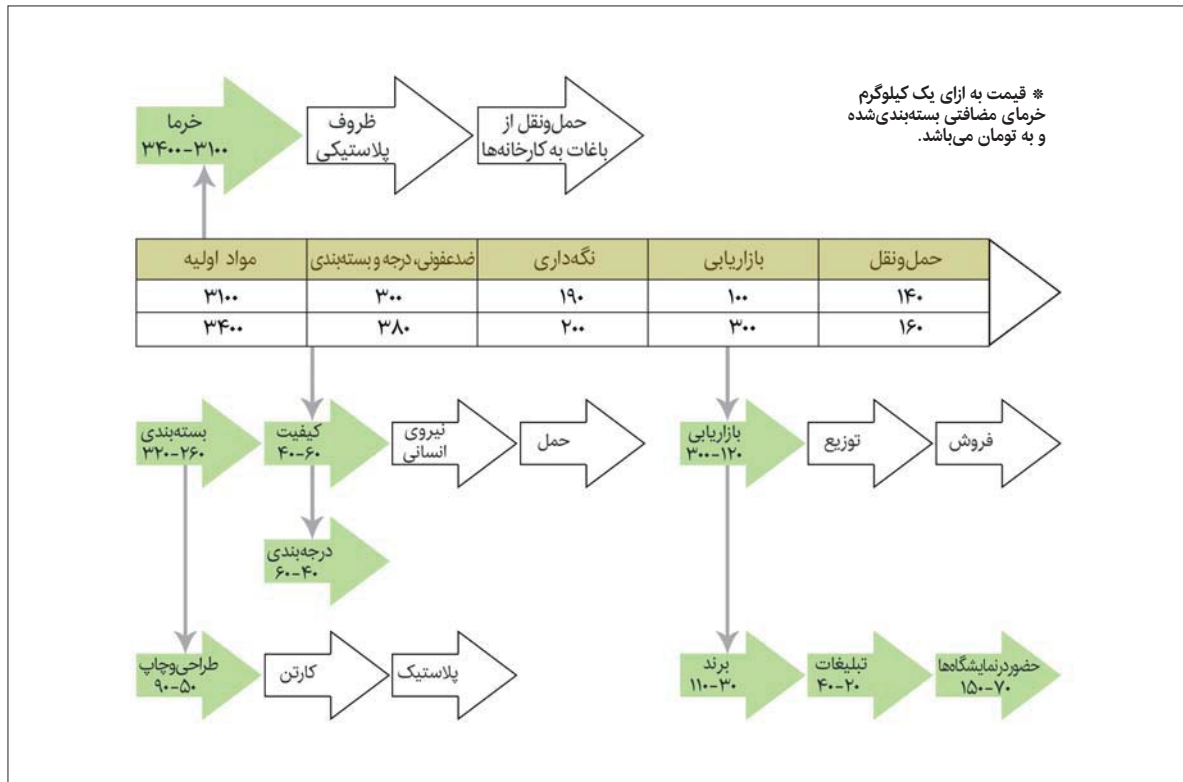
خرمای مصرف داخلی:

برای تحلیل زنجیره ارزش واحدهای صنعتی خوشه صنعتی خرمای بم، هزینه‌های یک واحد را مورد آنالیز درصد قرار می‌دهیم و سپس در بازارهای داخلی، خوشه صنعتی خرمای بم (عدد اول) را با واحد نمونه فعال خوشه (عدد دوم) مقایسه می‌کنیم تا نقاط فشار و نقاط ورود مناسب برای مداخله جهت توسعه و بهبود زنجیره ارزش مشخص شود.

خرمای بم با توجه به سطح زیر کشت بالا و مزیت نسبی مناسب جهت تازه خوری مهر و موم‌هاست که موردتوجه بازارهای هدف قرارگرفته است، اما به دلیل عدم وجود تنوع کیفیت و اوزان بسته‌بندی و درجه‌بندی به جایگاه واقعی خود دست نیافته است، همچنین وجود رقابت منفی باعث کاهش ارزش‌افزوده محصول گردیده است به‌نحوی که بیشتر سود نصیب فروشندگان نهایی گردیده است.

با توجه به مصرف خرما در مناسبت‌های مذهبی همواره دارای بازار داخلی و خارجی در بسیاری از کشورهای مسلمان می‌باشد که این مسئله همواره فرصت تولید را به وجود می‌آورد و با این حال واحدهای فعال سطح خوشه هزینه و برنامه‌ریزی مناسبی را جهت بازاریابی و فروش دارا نمی‌باشند، به همین دلیل دارای بازارهای محدودی بوده و در مقابل توان چانه‌زنی خریداران باوجود تولید محدود خرمای مضافتی در شهرستان بم و حومه بسیار بالا می‌باشد و بعضاً سوء استفاده‌هایی نیز صورت پذیرفته است که درنهایت باعث کاهش ارزش‌افزوده محصول و کاهش ارزش صادرات برای فعالان اصلی گردیده است.

در شهرستان‌های شرق استان کرمان (بم، ریگان، نرماشیر و فهرج) در مجموع بیش از ۱۹۰ واحد نگهداری و بسته‌بندی خرما وجود دارد که تولید بیش از ۱۵۰ هزار تن خرمای منطقه



جدول ۱: مقایسه هزینه‌های خوشه با واحد نمونه در خوشه، در بازارهای داخلی (قیمت به تومان در سال ۱۳۹۶)

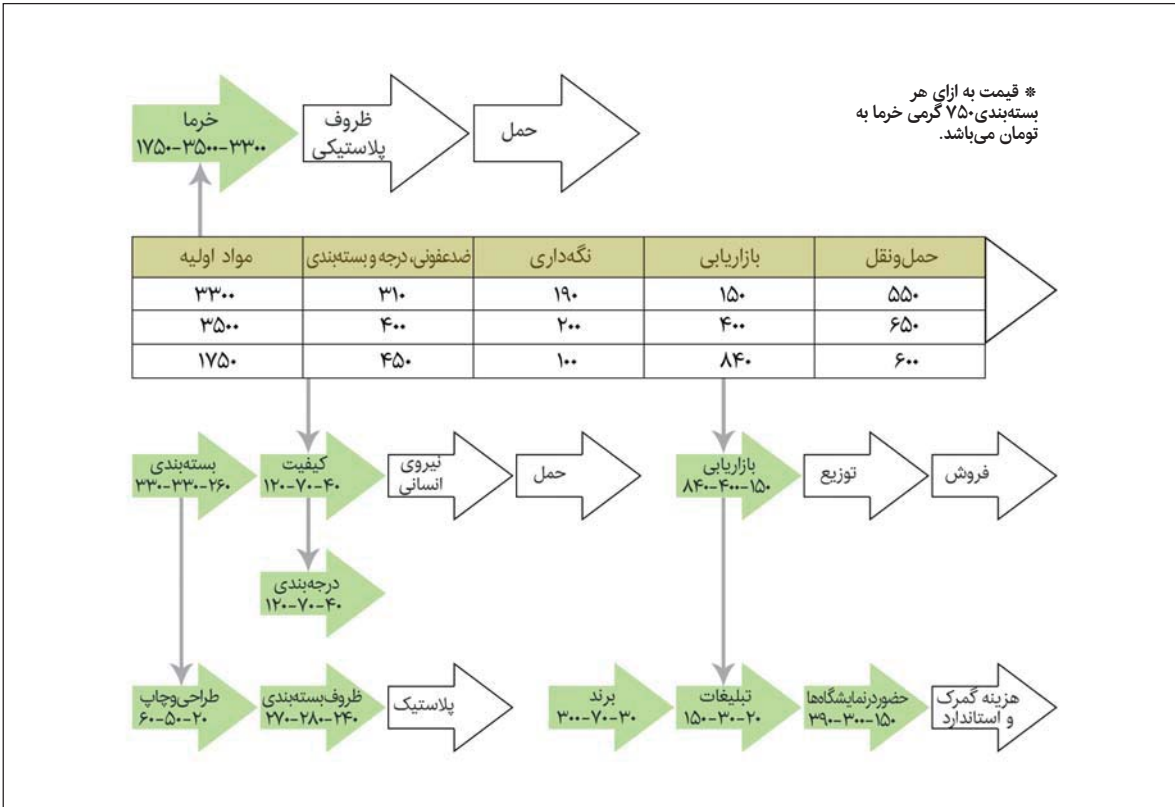
| محصول | صنعت | مواد اولیه | درجه و بسته‌بندی | نگهداری | بازاریابی | حمل و نقل | قیمت تمام شده | فروش | سودآوری | درصد سود |
|------------|------------|------------|------------------|---------|-----------|-----------|---------------|------|---------|----------|
| یک کیلوگرم | خوشه | ۳۱۰۰ | ۳۰۰ | ۱۹۰ | ۱۰۰ | ۱۴۰ | ۳۸۳۰ | ۴۵۰۰ | ۶۷۰ | ۱۴٪ |
| | | ۰/۶۸۸ | ۰/۰۶۶ | ۰/۰۴۲ | ۰/۰۲۲ | ۰/۰۳۱ | --- | --- | | |
| | واحد نمونه | ۳۴۰۰ | ۳۸۰ | ۲۰۰ | ۳۰۰ | ۱۶۰ | ۴۴۴۰ | ۵۸۰۰ | ۱۳۶۰ | ۲۳/۴٪ |
| | | ۰/۶۵۵ | ۰/۰۶۵ | ۰/۰۳۴ | ۰/۰۵۱ | ۰/۰۲۴ | --- | --- | | |



خرمای صادراتی

در بازار صادراتی، هزینه‌های خوشه (عدد اول)، واحد نمونه (عدد دوم) و کشور تونس به‌عنوان کشور موفق (عدد سوم) را با هم مقایسه می‌کنیم.

نمودار ۱- تحلیل تطبیقی زنجیره ارزش خرمای خوشه با واحد نمونه، برای بازار داخلی



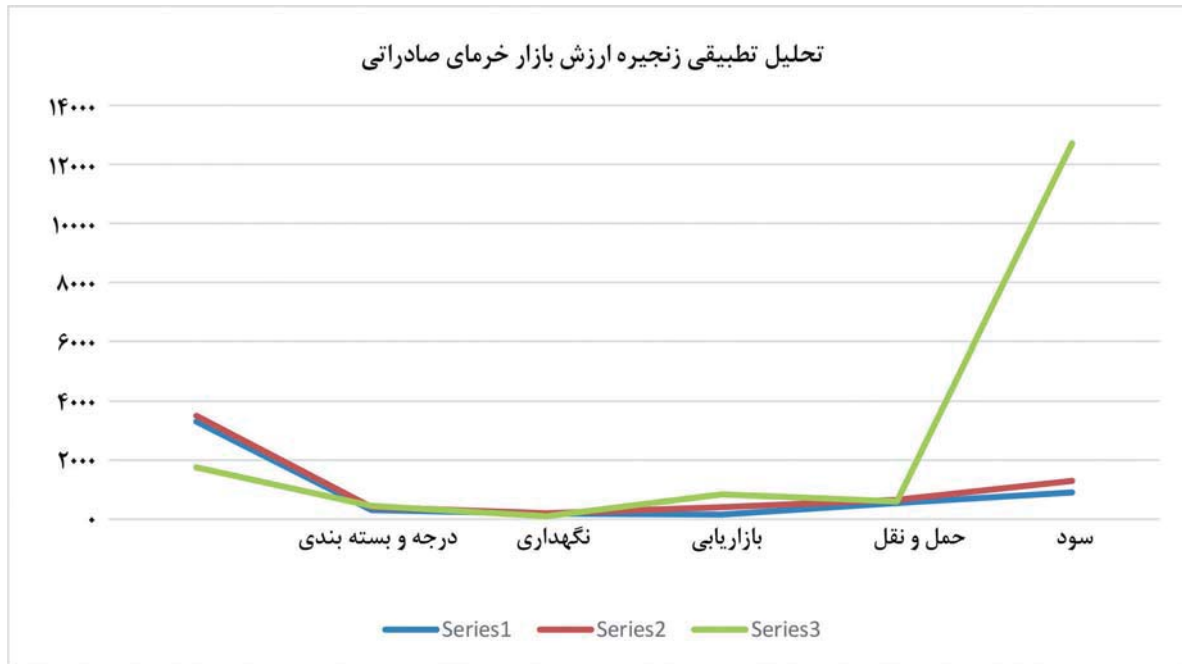
جدول ۲: مقایسه هزینه‌های خوشه با واحد فعال در خوشه و تونس در بازارهای صادراتی/ (قیمت به تومان در سال ۱۳۹۶ است)

| محصول | صنعت | مواد اولیه | درجه‌بندی و بسته‌بندی | نگهداری | بازاریابی | حمل و نقل | قیمت تمام‌شده | قیمت فروش | سود | درصد سود |
|------------|-------|------------|-----------------------|---------|-----------|-----------|---------------|-----------|-------|----------|
| یک کیلوگرم | خوشه | ۳۳۰۰ | ۳۱۰ | ۱۹۰ | ۱۵۰ | ۵۵۰ | ۴۵۰۰ | ۵۴۰۰ | ۹۰۰ | ۱۶/۶% |
| | | ۰/۶۱ | ۰/۰۶ | ۰/۰۳۵ | ۰/۰۲۵ | ۰/۱ | --- | --- | | |
| یک کیلوگرم | نمونه | ۳۵۰۰ | ۴۰۰ | ۲۰۰ | ۴۰۰ | ۶۵۰ | ۵۱۵۰ | ۶۴۵۰ | ۱۳۰۰ | ۲۰/۱% |
| | | ۰/۵۴ | ۰/۰۶ | ۰/۰۳۵ | ۰/۰۶۵ | ۰/۱ | --- | --- | | |
| یک کیلوگرم | تونس | ۱۷۵۰ | ۴۵۰ | ۱۰۰ | ۸۴۰ | ۶۰۰ | ۲۲۹۰ | ۱۵۰۰۰ | ۱۲۷۱۰ | ۸۵% |
| | | ۰/۰۲ | ۰/۰۳ | ۰/۰۰۶ | ۰/۰۵۶ | ۰/۰۴ | --- | --- | | |

۴- اعطای بیش‌ازحد نیاز جواز تأسیس سردخانه نگهداری خرما که باعث فعالیت این واحدها با ۶۰-۵۰ درصد ظرفیت آنها گردیده است،
 ۵- - ناکارآمدی تعاونی‌های روستایی موجود به علت اختلاف سلیقه‌ها و منفعت طلبی برخی از اعضا،
 ۶- - ناکارآمدی کانال‌های توزیع و وجود واسطه‌ها و دلال‌ها بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان،
 ۷- مشکلات ناشی از کمبود نقدینگی واحدهای بسته‌بندی خرما

چالش‌های صنعت خرمای بم بر اساس تحلیل تطبیقی زنجیره ارزش با واحد مرجع داخلی و تونس:

- ۱- خرده مالکی و نبود سازمان و تشکل مناسب برای مدیریت تولید و قیمت تمام‌شده،
- ۲- کمبود آب و افت آبدهی قنوات که منبع اصلی آبیاری باغات خرمای بم هستند،
- ۳- کمبود بازاریابی منسجم و هدفمند و جریان اطلاعات به باغداران و واحدهای بسته‌بندی،



نمودار ۲- تحلیل تطبیقی زنجیره ارزش خرماهای صادراتی با واحد نمونه خوشه و تونس به عنوان کشور پیشرو

هزینه‌ها. استراتژی توسعه صنعت خرما می‌باشد. با در نظر گرفتن تحلیل زنجیره ارزش و جدول SWOT و نقطه‌های فشار خوشه استراتژی‌های ذیل پیشنهاد می‌گردد:

توسعه بازار با تأکید بر مدیریت یکپارچه و ساماندهی کیفیت و قیمت تمام‌شده محصول

برنامه‌های پیشنهادی انجمن خرما استان کرمان برای توسعه صنعت خرما می‌باشد. به همراه مجریان هر برنامه با توجه به تحلیل تطبیقی زنجیره ارزش:

کوتاه‌مدت (یک‌ساله)

- ۱- ایجاد گروه‌های تجاری - صادراتی در سطح استان کرمان (اتاق بازرگانی- انجمن خرما استان کرمان)
- ۲- ایجاد شرکت‌های خدمات کشاورزی در سطح استان (اتاق بازرگانی- انجمن خرما استان کرمان)
- ۳- برگزاری تورهای صنعتی در راستای حضور هیئت‌های تجاری در نمایشگاه‌های بین‌المللی (اتاق بازرگانی- انجمن خرما استان کرمان)

در فصل برداشت برای تأمین مالی باغداران و خرید وسایل اولیه جهت تأمین بهداشت محصول (ضرورت تأمین سرمایه در گردش جهت تجهیز بهداشتی واحدها و کارگاه‌ها)،
 ۸- درجه‌بندی و بسته‌بندی غیربهداشتی و غیراصولی خرما که به کاهش کیفیت و ارزش خرما منجر می‌شود،
 ۹- عدم الزام قانونی به رعایت دستورالعمل بهداشت مواد غذایی برای محصول خرما (ضرورت الزام ۵ مرحله‌ای)،
 ۱۰- عدم دسترسی به تکنولوژی روز در فرایند تولید و بسته‌بندی و نیز کمبود صنایع جنبی اعم از صنایع دستی و تبدیلی با توجه به حجم بالای ضایعات خرما و شاخ و برگ آن،
 ۱۱- آفت رو به گسترش زنجیره در سطح خوشه که در نهایت موجبات کاهش کمی و کیفی محصول را منجر خواهد شد و استفاده از سموم شیمیایی جهت دفع آفات و در نتیجه غیر ارگانیک شدن بیشتر محصول تولیدی خوشه و ناکارآمدی مرکز تحقیقات کشاورزی در سطح خوشه جهت شناسایی آفات و روش مقابله با آن‌ها به دلیل کمبود منابع مالی و تجهیزات آزمایشگاهی،
 ۱۲- حمایت‌های پراکنده، سازمان نیافته و غیر هدفمند دولت که برنامه خاصی را دنبال نمی‌کند و دخالت سازمان تعاون روستایی و بعضی ارگان‌های دولتی در امر قیمت‌گذاری که موجب اختلال در بازار و در نهایت ضرر به تولیدکنندگان به‌ویژه خرده‌مالکان می‌شود.
 مهم‌ترین نقاط فشار صنعت خرما می‌باشد:

- ۱- کمبود ارتباط با بازارهای هدف و عدم الزام به رعایت تقاضای آن‌ها،
- ۲- قیمت تمام‌شده بالا به دلیل خرده مالکی و غیراقتصادی بودن ابعاد باغات، افزایش قیمت نهادهای تولید و عدم مدیریت

کوتاه‌مدت (یک‌ساله)

- ۱- حمایت‌های مادی و معنوی در توسعه این گروه‌ها (شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان و سازمان توسعه تجارت)
- ۲- حمایت‌های مادی و معنوی توسعه این شرکت‌ها (سازمان جهاد کشاورزی استان کرمان)
- ۳- فعال‌سازی مرکز تحقیقات خرما در شهرستان بم (سازمان جهاد کشاورزی کرمان)
- ۴- افزایش نظارت و آموزش جهت ارتقاء سطح بهداشتی واحدهای بسته‌بندی و نگهداری خرما (دانشگاه علوم پزشکی)

- کشورهای هدف (بازارهای جدید) با نظارت اتاق بازرگانی و انجمن خرما (شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان و سازمان صنعت معدن تجارت)
- ۳- اصلاح روش‌های حمایت مادی و معنوی در راستای حضور هیئت‌های تجاری و اخذ غرفه در نمایشگاه‌های صنایع غذایی معتبر با نظارت انجمن خرما (شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان و سازمان صنعت معدن تجارت)
- ۴- اعطای وام کم‌بهره و طولانی به تجار جهت خرید خرما با نظارت انجمن خرمای استان کرمان (بانک‌های عامل و استانداری)
- ۵- حمایت از توسعه مکانیزاسیون در هرس، برداشت، گرده‌افشانی و استفاده از پوشش خوشه خرما (کاهش قیمت تمام‌شده‌ی محصول) (سازمان جهاد کشاورزی)
- ۶- اعمال نظارت اداره استاندارد بر واحدهای سردخانه و بسته‌بندی خرمای بم (اداره استاندارد)
- ۷- اعطای تسهیلات کم‌بهره و طولانی مدت جهت تجهیز و ارتقای شرایط بهداشتی واحدهای سردخانه‌ای موجود (بانک‌های عامل - سازمان جهاد کشاورزی)

میان‌مدت (یک تا سه ساله)

- ۱- انجام مطالعات در زمینه تهیه نقشه راه خرمای استان کرمان (اتاق بازرگانی - انجمن خرمای استان کرمان)
- ۲- انجام آموزش‌های موردنیاز بخش خصوصی در سطح منطقه (اتاق بازرگانی- انجمن خرمای استان کرمان)
- ۳- تهیه بروشورهای اصلاح مسائل بهداشتی و ارتقاء کیفیت کالا (اتاق بازرگانی- انجمن خرمای استان کرمان)
- ۴- ایجاد شرکت‌های سهامی و انجام فعالیت‌های مشترک جهت جلوگیری از خرد شدن باغات (اتاق بازرگانی- انجمن خرمای استان کرمان)

بلندمدت (سه تا ده‌ساله)

- ۱- پس از تهیه نقشه راه توسعه کیفی و ایجاد ارزش افزوده خرمای استان کرمان (در ۴ بخش تولید، درجه‌بندی و بسته‌بندی، فرآوری و بازاریابی)، پیشنهادها دقیق و طولانی مدت کارشناسی ارائه می‌گردد.

میان‌مدت (یک تا سه ساله)

- ۱- انجام تبلیغات جهت معرفی ارزش غذایی خرما در بازارهای داخلی در راستای افزایش سرانه مصرف خرما (استانداری - سازمان جهاد کشاورزی - دانشگاه علوم پزشکی - سازمان صداوسیما - شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان)
- ۲- اصلاح روش‌های پرداخت هزینه مطالعات بازار در

بلندمدت (سه تا ده‌ساله)

- ۱- پس از تهیه نقشه راه توسعه کیفی و ایجاد ارزش افزوده خرمای استان کرمان (در ۴ بخش تولید، درجه‌بندی و بسته‌بندی، فرآوری و بازاریابی)، پیشنهادهای دقیق و طولانی مدت کارشناسی ارائه می‌گردد. ●

بررسی چالش‌های محصول خرما و برخی راهکارها

< مقدار نکلوزاده

دبیر کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان
و دبیر انجمن خرمای استان کرمان

کشور باشد. چراکه خرما میوه‌ای مورد تقاضای بازار است؛ ولی باید توجه کرد حجم تقاضا به‌تنهایی جهت صدور یک کالا کافی نیست، بلکه چگونگی عرضه آن در بازار اهمیت فراوانی دارد. چه‌بسا کالاهایی با کیفیت بالا و مرغوبیت فراوان از ایران به بازارهای بین‌المللی عرضه می‌شود که به دلیل نبود بسته‌بندی صحیح و تبلیغات مناسب در درجه اول تقاضا قرار ندارد. بنابراین فرآوری و بسته‌بندی نامناسب خرما در کشور به‌هیچ‌وجه جوابگوی رقابت در بازارهای خارجی با دیگر کشورهای صادرکننده چون عربستان و کویت نخواهد بود.

گونه‌های خرما در ایران

یکی از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند در بهبود کیفیت محصول و در نتیجه رونق دادن به صنعت خرما در جهان مؤثر باشد، استفاده از گونه‌های (ارقام) برتر و تجاری است. در اسناد تاریخی که حدود ۲۰۰ سال قبل نوشته شده است از ۲۵ رقم درخت خرما که در عراق و اطراف خرمشهر کشت می‌شده نام‌برده شده است که امروزه نیز به همان نام‌ها شناخته می‌شوند، اما آمارهای موجود نشان می‌دهند که بالغ‌بر ۳۰۰۰ رقم خرما در دنیا شناخته شده است که بخش عمده‌ای از آن متعلق به ایران است. از ۳۰۰۰ رقم شناخته شده خرما در دنیا ۴۰۰ رقم آن متعلق به ایران است. بیشتر این ارقام در ۶ استان خوزستان، هرمزگان، کرمان، بوشهر، فارس و سیستان و بلوچستان پرانده شده‌اند

خرما به‌عنوان دومین محصول باغی کشور به دلیل مزایای نسبی فراوانی که در مقایسه با دیگر محصولات کشاورزی دارد بسیار موردتوجه است. ارزآوری، ایجاد اشتغال (به‌طور مستقیم و غیرمستقیم) در صنایع جانبی، تأمین امنیت غذایی و اجتماعی جامعه، حفظ و پایداری محیط‌زیست، تقویت قابلیت رقابت کشور در بازارهای جهانی و ... از جمله ثمرات متعدد ناشی از تولید و صادرات خرماست. خرمای ایران به لحاظ مزه و طعم، موردعلاقه مصرف‌کنندگان در سراسر جهان بوده و می‌تواند یکی از منابع عمده کسب درآمد ارزی در بخش کشاورزی باشد. ایران قادر است همچنان موقعیت خود را به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان خرما در جهان حفظ کند. درآمد ناشی از صادرات این محصول پرارزش می‌تواند گام مؤثری در جهت بهبود اوضاع صادراتی ایران باشد. به علت کمبود کارخانه‌های فرآوری و بسته‌بندی، بخش قابل‌توجهی از خرمای تولیدی ایران ضایع می‌شود. بیشتر خشکبار ایران به‌صورت فله صادر شده و ارزش‌افزوده حاصل از بسته‌بندی‌های کوچک نصیب دیگر کشورها می‌شود. علاوه بر موارد مذکور عدم تجاری مطمئن واسطه بین تولیدکننده و مصرف‌کننده از یک‌طرف و عدم دسترسی صادرکننده به بازارهای اصلی باعث کاهش درآمد ارزی حاصل از صادرات این محصول می‌شود. با توجه به محدودیت کشت و برداشت این محصول در دنیا، تولید و عرضه صحیح آن می‌تواند عهده‌دار نقش مهمی در ارزآوری و اقتصاد

مهم‌ترین چالش‌های تولید و صادرات خرما در کشور

وجود مشکلات در تولید و صادرات خرما، تقریباً مشکل مبتلابه بخش کشاورزی ایران است که کم‌وبیش انواع محصولات باغی و زراعی را درگیر خود نموده است. تولید خرما با مشکلات و محدودیت‌های زیادی مواجه است که اهم آن‌ها به شرح زیر است:

۱. سنتی بودن ساختار تولید: خرده مالکی و پراکندگی نخلستان‌ها در مناطق خرماخیز، به کم‌توجهی مالکین و نگاه داری نامناسب نخلستان‌ها منجر شده است. این مسئله بر میزان عملکرد و کیفیت خرما تأثیرگذار بوده است؛ بر اساس بررسی‌های انجام‌شده در سال ۱۳۹۴ کل مساحت نخلستان‌های مورد بهره‌برداری کشور مساحت ۳۳ درصد آن‌ها کمتر از ۵/۰ هکتار بود و فقط ۱ درصد نخلستان‌های کشور بیش از ۱۵ هکتار مساحت دارند که این امر نشان‌دهنده سنتی بودن ساختار تولید خرما در کشور است.

۲. بالا بودن سن نخلستان‌ها: در حدود ۵۵ درصد از باغ‌های خرما کشور نیازمند اصلاح، حذف و جایگزینی است. این در حالی است که در قانون برنامه چهارم توسعه فقط ۲۵ هزار هکتار از نخلستان‌های کشور برای بازسازی مورد هدف قرار گرفته بود، اما از همین میزان اندک فقط برای ۵ هزار هکتار بودجه مصوب شد.

۳. عدم تغذیه بهینه در نخلستان‌ها: بیشتر نخل داران کشور کود را برحسب سلیقه، توان مالی و وضعیت بازار (وجود یا عدم وجود کود) در نخلستان‌ها استفاده می‌کنند. در بررسی‌های انجام‌شده مشخص شده است که در ۷۸ درصد نخلستان‌های هرمزگان و ۷۲ درصد نخلستان‌های منطقه جیرفت هیچ‌گونه کودی مصرف نمی‌شود و به‌طور کلی می‌توان گفت در بیش از ۵۰ درصد نخلستان‌ها هیچ‌گونه کودی مصرف نمی‌شود و در نخلستان‌هایی هم که تغذیه صورت می‌گیرد فقط کودهای ازته مصرف می‌شود.

۴. عدم آبیاری مناسب: نخل خرما برخلاف تحمل نسبتاً بالا نسبت به شرایط نامساعد محیطی نظیر خشکی و کم‌آبی، برای تولید محصول باکیفیت و کمیت مناسب نیاز به آب کافی و با کیفیت مطلوب دارد. بر اساس گزارش‌های موجود حدود ۹۵ درصد اراضی نخلستان‌های کشور با روش‌های آبیاری سطحی نظیر روش‌های کرتی، نواری، شیاری، تشتکی و جزر و مدی آبیاری می‌شود.

۵. عدم کارایی روش‌های کنترل خسارات ناشی از شرایط نامناسب (عوامل جوی و...): در سال‌های اخیر بروز دو پدیده خشک‌سالی و گردوخاک در استان‌های خرماخیز، علاوه بر کاهش کمی تولید، کاهش کیفیت این محصول را نیز به همراه داشته است. به دلیل خشک‌سالی استان خوزستان و کاهش محسوس بارندگی در این مدت و توأم شدن آن با کاهش خروجی آب پشت سد‌های کارون و همچنین کاهش آب رودخانه‌های دجله و فرات در کشور عراق، آب ورودی شور و کم‌آب شده است که این شوری بیش‌ازحد باعث ضررهای زیادی به نخل‌داران و تولید محصول خرما در کناره‌های این رود شده است. همچنین بعضی از کارشناسان دلیل دیگر شور و کم‌آب شدن ورودی و در نتیجه تأثیر سوء آن بر نخلستان‌ها را آلودگی شیمیایی و سرریز شدن پساب‌های صنعتی کارخانه‌ها در آن می‌دانند.

که اسامی گونه‌های غالب ایران و منطقه کشت این گونه‌ها در جدول شماره (۱) آمده است.

مهم‌ترین گونه‌هایی که در کشورمان تولید می‌شود شامل گونه سایر (یا استعمران) در خوزستان، گونه مضافتی در کرمان و بم و گونه‌های زاهدی و پیارم در حاجی‌آباد هرمزگان است.

ضمناً تعداد گونه‌های خرما تولیدی در کشورهای خرماخیز جهان نیز در جدول شماره (۲) نشان داده شده است.

جدول شماره ۱. گونه‌های خرما تولیدی کشور جمهوری اسلامی ایران

| نام گونه | محل کاشت |
|-----------------------|-------------------------|
| خرمای خارک | - |
| خرمای پیارم | استان هرمزگان |
| خرمای ربی | جیرفت و کهنوج |
| خرمای سایر (استعمران) | استان خوزستان |
| خرمای کروت | استان کرمان (بم) |
| خرمای کلوته | جیرفت و کهنوج |
| خرمای مضافتی | استان کرمان (بم) |
| خرمای هلیله‌ای | جیرفت و کهنوج و بم |
| خرمای شاهانی | استان فارس |
| خرمای خاصه | - |
| خرمای خشک | استان سیستان و بلوچستان |
| خرمای قصب (زاهدی) | استان خوزستان و بوشهر |
| خرمای کبکاب | استان بوشهر |

مأخذ: وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۵

جدول شماره ۲. تعداد گونه‌های خرما موجود در کشورهای مهم خرماخیز جهان

| نام کشور | تعداد ارقام |
|----------|-------------|
| ایران | ۴۰۰ |
| عراق | ۳۷۰ |
| تونس | ۲۵۰ |
| مراکش | ۲۴۴ |
| آمریکا | ۱۹۶ |
| مصر | ۲۶ |
| سودان | ۲۲ |
| جهان | بیش از ۳۰۰۰ |

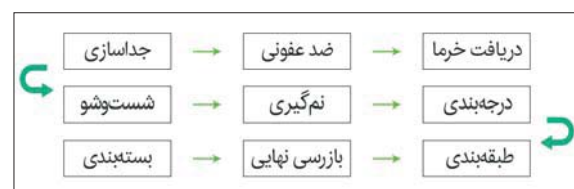
- شیوه نامناسب بسته‌بندی: بسته‌بندی می‌تواند به‌عنوان یک اهرم حمایتی مؤثر در کنار قیمت عمل کند و ارزش‌افزوده قبل از صدور را حفظ کند. مهم‌ترین صنعت موردنیاز در توسعه صادرات خرما صنعت فرآوری و بسته‌بندی است. بر اساس آمار (FAO) کشورهای نظیر تونس و الجزایر که سهم اندکی در تولید جهانی خرما دارند با اعمال مدیریت مناسب و سرمایه‌گذاری هدفمند در صنایع فرآوری و بسته‌بندی این محصول از بیشترین عایدات ارزی برخوردار می‌باشند. بااینکه ایران جزء برترین صادرکنندگان خرمای جهان است؛ ولی ارزش صادراتی هر کیلوگرم خرمای ایران در سطح بسیار نازلی قرار دارد؛ در این خصوص باید از تجربه کشورهای پیشرویی از جمله تونس و مصر برای افزایش ارزش‌افزوده محصول خرما و توسعه صنعت بسته‌بندی و فرآوری آن استفاده شود. مهم‌ترین عامل در افزایش درآمدهای حاصل از صدور محصولات کشاورزی از جمله خرما فرآوری و بسته‌بندی مناسب این محصول است این در حالی است که حدود ۹۰ درصد خرمای صادراتی ایران بدون فرآوری و به‌صورت فله و با ارزش‌افزوده پایین به بازارهای جهانی عرضه می‌شود، در صورتی‌که کشورهای نظیر فرانسه، انگلیس و هلند بدون آنکه تولیدکننده خرما باشند با واردکردن خرما از کشورهای تولیدکننده، پس از فرآوری و بسته‌بندی مناسب، آن را با ارزش‌افزوده بیشتر روانه بازارهای جهانی می‌نمایند. وجود تعرفه‌ها و حقوق گمرکی بالا برای واردات و صادرات مواد اولیه بسته‌بندی خرمای صادراتی نیز موجب بالا بودن هزینه بسته‌بندی خرما در ایران در مقایسه با سایر کشورها شده و چون هزینه بسته‌بندی در سایر کشورها مانند امارات بسیار پایین‌تر از ایران است، لذا صادرکنندگان ایرانی، خرمای صادراتی خود را به‌صورت فله‌ای به آنجا صادر که پس از بسته‌بندی مجدد به بازارهای هدف صادر می‌شود؛ این امر ارزش‌افزوده زیادی را نصیب کشورهای دیگر می‌کند.

در شرایط کنونی هنوز در ایران استفاده از روش‌های سنتی و غیرمکانیزه در تولید و آماده‌سازی برای عرضه محصولات بسیار متداول است که عدم زیبایی و غیربهداشتی بودن بسته‌بندی‌ها، رغبت خرید آن را به‌طور چشمگیری کاهش می‌دهد و درصد قابل‌توجهی از این محصول با ارزش، ضایع و غیرقابل‌مصرف می‌شود. تسریع در امر به‌کارگیری روش‌های مکانیزه فرآوری و بسته‌بندی خرما و استفاده از روش‌های ضدعفونی و بهداشتی یکی از نیازهای عمده صنعت صادرات خرماست. این امکانات سبب افزایش نرخ و دلگرمی کشاورزان در جهت ترویج کشت و پرورش نخلستان‌ها شده و عاملی در جهت به‌کارگیری استعدادهای واقعی در کشاورزی و صنعت خواهد بود. در زنجیره به‌هم‌پیوسته تولید و صادرات خرما، بسته‌بندی نقطه عطفی است که هم مرتبط با تولید و هم باری‌دهنده تبلیغات و بازاریابی است.

- شیوه نامناسب فرآوری و ضعف صنایع تبدیلی: بخش صنایع تبدیلی و تکمیلی با توجه به جایگاه مهم و نقش مؤثر خود به‌عنوان حلقه رابط بین مراحل تولید تا مصرف خرما می‌تواند از طریق عملیات و مراحل مختلف دریافت، فرآوری، بسته‌بندی، انبارداری، بازاریابی و فروش، محصول خام اولیه را به‌صورت محصول (یا محصولات)

۶. پایین بودن کیفیت محصول: کیفیت پایین خرمای تولیدی در کشور به دلیل عواملی چون استفاده از گونه‌های نامناسب، مدیریت نامطلوب نخلستان، شیوه نامناسب برداشت و حمل‌ونقل، شیوه نامناسب فرآوری و بسته‌بندی، نبود استاندارد کیفی ارقام، کمبود انبارها و سردخانه، نبود استاندارد بهداشت و نبود فرآیند کنترل کیفی و ضعف قوانین در زمینه مقررات و موازین بهداشتی در هنگام برداشت و پس از برداشت و عدم وجود قوانین و مقررات جامع در جهت ارتقای سطح بهداشتی خرمای صادراتی و نحوه بسته‌بندی آن مطابق با معیارهای بهداشتی اتحادیه اروپا و جهان حاصل‌شده است. این کیفیت پایین باعث شده است تا حدود ۳۰ درصد از خرمای تولیدشده کشور به علت نامرغوب بودن و نداشتن ظاهری بازاریابان، جذب بازار مصرف نشود. مهم‌ترین عوامل مؤثر بر پایین بودن کیفیت محصول خرما عبارت‌اند از:

- نبود استاندارد بهداشت: از دیگر دلایل عمده عدم پیشرفت صادرات خرما در کشور این است که روش‌های شستشو و پاک‌سازی و ضدعفونی خرما به‌صورتی که قابلیت آن‌ها را تا حد قابل قبولی افزایش دهد، به‌طور دقیق و اصولی اشاعه نیافته است و اغلب نخل کاران و یا کارگاه‌های بسته‌بندی خرما به قدیمی‌ترین و ساده‌ترین روش این کار را انجام می‌دهند. مهم‌ترین هدف از شستشوی خرما کاهش آلودگی اولیه خرما و کم کردن بار میکروبی آن است تا بدین‌وسیله از فساد خرما و ترش شدن آن و ایجاد بیماری در مصرف‌کنندگان جلوگیری شود. البته باید توجه داشت که انجام شستشو فقط بر روی برخی گونه‌ها امکان‌پذیر است. برای موفقیت در صادرات خرما باید روش‌های مختلف شستشو و پاک‌سازی به‌منظور کاهش ضایعات و افزایش مدت نگهداری را به کار برد تا با بین بردن مشکلات نظافت و حفظ شکل ظاهری خرما سرمایه‌گذاری بر روی تولید و صادرات آن گسترش یابد. باغ‌های خرمای کشور بیشتر به‌صورت سنتی احداث و نگهداری می‌شوند و حتی در عملیات داشت و برداشت نیز بیشتر از روش‌های سنتی و نیمه سنتی پیروی می‌شود و تعداد کمی از باغ‌ها به‌صورت نیمه مکانیزه هستند. در باغ‌های سنتی عملیات برداشت و بسته‌بندی توأم انجام می‌شود و خرمای چیده شده مستقیماً وارد کارتن و سپس به بازار عرضه می‌شود و هیچ‌گونه عملیات آماده‌سازی انجام نمی‌شود. به‌منظور حفظ کیفیت محصول خرما و جلوگیری از ضایعات و آلودگی در زمان برداشت محصول بهتر است طرح بهبود مدیریت برداشت محصول خرما توسط سازمان‌های کشاورزی استان‌های خرماخیز کشور به شکل مؤثر پیگیری و اجرا شود.



نمودار- عملیات فرآوری بهداشتی خرما تا بسته‌بندی

ایران با وجود داشتن رتبه دوم در سطح زیر کشت در جهان از نظر میزان عملکرد (تن در هکتار) در رتبه سوم قرار گرفته است. به علاوه برای صادرات محصولاتی مانند خرما، راهبرد صادراتی مشخصی وجود ندارد و مزیت نسبی این محصول بر اساس مطالعات رو به کاهش است که نشان می‌دهد قدرت رقابتی خرما در بازارهای جهانی در حال کم‌رنگ شدن است. این محصول همچنان با کیفیت نازل و عمدتاً به صورت فله‌ای، بدون بسته‌بندی و نامتناسب با سلیقه متقاضیان در بازارهای هدف، صادر و در کشورهای دیگر به صورت مناسب بسته‌بندی و مجدداً صادر می‌شود. بنابراین ضروری است با تقویت پیوند بخش‌های صادرات و تولید و برنامه‌ریزی مناسب، زمینه برای «تولید برای صادرات» فراهم شود.

۹. بازاریابی و بازرسانی و قیمت خرما در بازارهای جهانی: مسئله حائز اهمیت در صادرات انواع خشکبار مسئله بازرسانی است. بازرسانی خشکبار به مرحله‌ای اطلاق می‌شود که جریان حرکت کالا از کشور تولیدکننده تا دریافت آن توسط مصرف‌کننده نهایی در بازار مصرف را شامل می‌شود. بازرسانی خشکبار به‌طور عمده شامل مباحث حمل‌ونقل، توزیع، بسته‌بندی و تبلیغات می‌باشد. از جمله عواملی که در بهبود اوضاع اقتصادی و بالا بردن درآمد کشاورزی و افزایش قدرت چانه‌زنی نقش مهم داشته و همگام با سایر تحولات در حال تغییر و تکامل است، مسئله بازاریابی محصولات کشاورزی است. بازاریابی، جریان انتقال کالا یا خدمات را از مرکز تولید تا مرکز مصرف فراهم می‌سازد و عوامل بازاریابی با انجام خدماتی، مطلوبیت مکان، زمان، مالکیت و شکل را در کالا ایجاد می‌کند. بر اساس تعریف گسترده بازاریابی همه عملیات و خدماتی را که از مرحله تولید محصول و تصمیم‌گیری برای تولید شروع می‌شود تا زمانی که محصول به دست مصرف‌کننده می‌رسد در برمی‌گیرد. با وجود اینکه ایران از نظر نوع خرما در جهان از موقعیت مطلوبی برخوردار است، ولی به سبب بی‌توجهی و نبود سرمایه‌گذاری در بازاریابی این محصول، تولیدکنندگان با مسائل گوناگونی در بازار داخلی روبرو بوده و در بازار خارجی نیز در موقعیت ضعیف‌تری نسبت به کشورهای تولیدکننده دیگر قرار دارند.

مهم‌ترین و اصلی‌ترین تنگنای بازاریابی و فروش محصولات نخیلات، از عدم وجود تشکیلات و سازمان‌دهی مناسب در بین تولیدکنندگان ناشی می‌شود؛ زیرا تاکنون هیچ تشکل یا شرکت با برنامه‌ای مناسب و یا حتی حرکت گروهی چشمگیر و مؤثری به این منظور تحقق نیافته است. نبود فعالیت مستمر مؤسسات و شرکت‌های دست‌اندرکار بازاریابی و خریداران منفرد جهت تنظیم یک برنامه مدون خرید محصول در نقاط مختلف کشور و آغاز فعالیت‌های مناسب صادراتی از مسائل اصلی در بازاریابی خرماست.

۱۰. تبلیغات در صادرات خرما: تبلیغات، هنر و فن رساندن یک پیام و القای یک فکر به افراد موردنظر است. هدف از تبلیغات افزایش فروش و سهم بازار، بالا بردن سطح سود و درآمد بیشتر، تقویت زمینه‌های موجود برای جلب افراد به ایده‌ها، کالاها و خدمات ارائه‌شده و همچنین جهت دادن به علایق و انگیزه‌ها و رفتار مصرف‌کنندگان به‌منظور ایجاد تقاضای بیشتر است. طبیعت اولیه

غذایی با ارزش افزوده تبدیل نموده و به بازار مصرف عرضه نماید. با توجه به تنوع محصول خرما و وجود خرماهایی با درجات پایین‌تر به لحاظ کیفیت و خوش طعمی، که جهت عرضه مستقیم در بازار مناسب نخواهد بود؛ در صورت تأمین صنایع تبدیلی می‌توان از آن‌ها به‌عنوان مواد اولیه در صنایع تبدیلی مانند شیره خرما، قند مایع، سرکه، مواد صنعتی مثل الکل و غیره استفاده کرد و از نفاذ و هسته آن جهت خوراک دام بهره جست. سالیانه حدود ۳۰ درصد از خرما تولیدی کشور قابل استفاده در صنایع تبدیلی می‌باشد که در صورت تأمین اعتبارات جهت خرید ماشین‌آلات و احداث واحدهای صنعتی تبدیلی می‌تواند اهمیت زیادی در اقتصاد کشور داشته باشد که با توجه به شرایط فعلی که امکان بسته‌بندی صحیح و ظرفیت سردخانه‌ها وجود ندارد، احداث این‌گونه واحدها سبب جذب ارزش افزوده زیادی خواهد شد. صنایع تبدیلی و تکمیلی یکی از حلقه‌های مهم زنجیره بازاریابی است که با ایجاد شرایط مطلوب، سهم بسیار زیادی را در ارزش‌افزایی محصولات خام دارد. در صورتی که امکان تبدیل محصول خرما فراهم شود، افزون بر اینکه پاسخی به نیاز مصرف‌کننده است، بلکه باعث ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا شده و نه تنها مصرف‌کننده از این موضوع سود می‌برد، بلکه تولیدکننده نیز از کاهش قیمت زیان کمتری می‌بیند. بر پایه آمار موجود، بخش قابل‌توجهی از خرما تولیدی ایران از نوع نامرغوب است و نمی‌تواند مستقیماً وارد بازار شود. از طرفی نبود زمینه مناسب برای مصرف این نوع خرما، نه تنها درآمد کشاورزان را کاهش می‌دهد، بلکه مشکلات محیط زیستی فراوانی پدید می‌آورد و منجر به بالا رفتن هزینه تمام‌شده برای کشاورزان و واحدهای بسته‌بندی می‌شود. برخی محققین بر این عقیده‌اند که یکی از راه‌های ممکن و موجود برای استفاده از خرما نامرغوب، تولید شهد خرما، قند مایع و خوراک دام است. حضور در بازارهای جهانی نیازمند کسب اطلاع از سلیقه مصرف‌کنندگان کشورهای خریدار است، بنابراین عرضه محصول خرما به شکل کنونی نه تنها غیربهداشتی و مخالف سلیقه مشتریان خارجی است، بلکه قدرت رقابت با سایر تولیدکنندگان خرما را ندارد. از این‌رو بهتر است به‌موازات افزایش تولید، برای گسترش صنایع بسته‌بندی و تبدیلی خرما اقدام شود.

۷. پایین بودن قیمت: پایین بودن قیمت به دلیل عواملی مانند استفاده از ارقام نامناسب، سنتی بودن ساختار تولید، عدم تنوع در تولید، پایین بودن کیفیت، عدم بازاریابی و بازرسانی مطلوب بوده است.

۸. کاهش مزیت نسبی تولید: مزیت نسبی با استفاده از هزینه‌های تولید محصول محاسبه می‌شود. بر اساس مطالعات انجام‌شده، خرما از محصولات باغی دارای مزیت نسبی در تولید و صادرات است، ولی با توجه به مبنای محاسباتی مزیت نسبی که همان هزینه‌های تولید است، این شاخص پایدار نبوده و با توجه به افزایش هزینه‌های تولید در کشور ما دارای روند کاهشی است. در این شرایط، با دور باطل افزایش هزینه‌های تولید در داخل کشور و سایر عوامل، کاهش مزیت نسبی تولید و صادرات ادامه می‌یابد که به همراه آن کاهش میزان تولید در هکتار را نیز باید به آن افزود به‌طوری که

نداشته، بلکه مرتبه‌های پایین را به خود اختصاص می‌دهد که در صورت رفع ضعف‌های بازاریابی، بسته‌بندی و صادراتی می‌تواند در صدر و یا در مقام‌های بالای صادراتی قرار گیرد. مشکلات و محدودیت‌های ذکر شده در صنعت خرمای کشور همه ناشی از برخورد غیر جامع با این بخش است، لذا حل این معضلات نیازمند برنامه‌ریزی جامع، هماهنگی دستگاه‌های اجرایی و فعالان بازار و ایجاد انگیزه جهت جلب مشارکت تمامی حلقه‌های زنجیره به‌منظور ایجاد بازاری یکپارچه است. علاوه بر آن پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- لازم است از تجربه کشورهای پیشرو در بازار جهانی خرما به‌ویژه تونس و الجزایر که مطالعات جامعی در خصوص ساماندهی این بخش انجام داده‌اند استفاده شود. به‌علاوه از کمک‌های فنی و مالی سازمان‌های بین‌المللی - مانند یونیدو، فائو و دیگر نهادهای بین‌المللی که کشورهای مغرب را در شناسایی بازار و معرفی طرح‌های پایلوت یاری دادند - و آموزش‌های تخصصی آن‌ها در تحقیق بازاریابی بیشتر و مؤثرتر از قبل بهره گرفته شود.
- تأسیس تعاونی‌های تولید و تهیه طرح‌های توجیهی و سودآور برای جلب مشارکت شبکه بانکی در تأمین بخشی از نقدینگی موردنیاز برای پیگیری حل مسائل و مشکلات تولید و تجارت خرما، انجمن صنفی واحدهای فرآوری و صنعتی ایجاد شود.
- تأسیس یک نهاد به‌عنوان سازمان تخصصی حامی خرما همانند گروه بین حرفه‌ای خرما در تونس و واگذاری مسئولیت برنامه‌ریزی، هماهنگی و یکپارچگی بین زنجیره‌های مختلف بازار (تولید، جمع‌آوری، بسته‌بندی، بازرگانی داخلی، صادرات و فرآوری) توصیه می‌شود.
- کشورهایی نظیر الجزایر و تونس به‌رغم تولید اندک در مقایسه با ایران و فقط با اعمال سیاست‌های مناسب تولید ویژه در مقوله بسته‌بندی و بازاریابی توانسته‌اند بر سهم درآمدهای حاصل از صادرات این محصول بیفزایند. از این‌رو با بهبود سطح کیفی بسته‌بندی، دستیابی به جایگاه مطلوب در بازار جهانی برای صادرات خرمای ایران میسر خواهد بود. بنابراین به‌منظور کاهش هزینه بسته‌بندی خرما، کاهش حجم بسته‌بندی خرما، کاهش حجم صادرات فله و رقابت‌پذیری آن و ایجاد ارزش افزوده بیشتر در این بخش باید تعرفه‌ها و حقوق گمرکی واردات مواد اولیه و ماشین‌آلات مدرن بسته‌بندی خرمای صادراتی کاهش یابد.
- قوانین استاندارد، کنترل کیفیت و بهداشت نباتی محموله‌های صادراتی خرما مطابق با مقررات بین‌المللی موردبازنگری و اصلاح قرار گیرد. به‌علاوه ضوابط و استانداردهای لازم در مورد زنجیره‌های مختلف بخش خرما و محصولات تبدیلی آن جهت مصرف داخل و یا صدور به خارج از کشور تدوین گردد و سازوکار اجرایی مناسبی برای نظارت بر رعایت آن‌ها ایجاد شود. ●

منابع:

- گزارش مطالعه شناختی خوشه صنعتی خرمای بم
- گزارش تحلیلی مرکز تحقیقات اتاق تهران

تبلیغات این است که به مصرف‌کننده اطمینان داده شود محصول موردنظر دارای ارزش مثبت است. کالاهای و محصولات منحصربه‌فرد ایران مانند خاویار و کالاهای صنعتی خاص بدون نیاز به تبلیغ و تنها با صرف هزینه‌های اندک به‌راحتی بازارهای جهانی را تسخیر می‌کنند؛ اما برای محصولاتی مانند خرما که جایگاه محکم و باثباتی را در بازارهای جهانی ندارد بدون کاربرد شیوه‌های صحیح تبلیغاتی نمی‌توان انتظار فتح بازارهای جهانی را داشت. بنابراین یکی از دلایل عدم رشد مناسب صادرات خرما ناشی از عدم اعمال تبلیغات صحیح، فروش حضوری، پیشبرد فروش، روابط عمومی و بازاریابی مستقیم است.

کارشناسان عقیده دارند با رفع شماری از موانع صادرات غیرنفتی، چنانچه بازاریابی و تبلیغات مؤثری درخصوص کیفیت خرمای ایران صورت گیرد و در همین حال مشکلات مربوط به تولید این محصول مرتفع گردد، صادرات خرما به‌سرعت افزایش خواهد یافت، به‌طوری‌که بیش از یک‌سوم خرمای تولیدی کشور را می‌توان روانه بازارهای خارجی کرد.

۱۱. نبود مکانیزاسیون: در فرآیند برداشت به علت کوچک بودن واحدهای تولیدی، سنتی بودن ساختار تولید، کمبود ادوات مکانیزه و نیز کمبود دانش فنی در بخش‌های مختلف و در فرآیند پس از برداشت نیز به دلیل کمبود وسایل حمل‌ونقل، کمبود سردخانه و انبارهای بهداشتی، ضعف تکنولوژی بسته‌بندی و صنایع تبدیلی و تکمیلی و کمبود دانش تولیدکنندگان در این زمینه باعث ضعف تولید از لحاظ مکانیزاسیون شده است.

۱۲. بالا بودن ضایعات: به دلیل استفاده از ارقام نامناسب با شرایط تولید، سنتی بودن ساختار تولید و خسارت عوامل زنده و غیرزنده و عدم استفاده بهینه از ضایعات در زمان قبل از برداشت و نیز به علت فرآیند برداشت نامناسب، حمل‌ونقل و نگهداری نامناسب، فرآوری و بسته‌بندی و بازاریابی نامناسب، ضایعات تولید خرما در کشور بسیار بالاست که این امر بر فرآیند تولید و صادرات تأثیر سوئی داشته است.

۱۳. ناکارآمد بودن شیوه سیاست‌گذاری و مدیریت: متأسفانه آمار و اطلاعات دقیق در رابطه با وضعیت تولید خرما در ایران و جهان وجود ندارد و این امر باعث بروز مشکلات و اشتباهات زیادی در سیاست‌گذاری برای وضعیت موجود تولید، صادرات و مصرف و در نتیجه اعمال مدیریت ضعیف و غیرتخصصی در زمینه تولید این محصول ارزشمند است.

۱۴. قیمت تجاری خرما در بازارهای بین‌المللی ثابت و در مواردی با کاهش مواجه است، در صورتی‌که نرخ تورم بالا در ایران، رقابت محصول خرما را در بازارهای جهانی با مشکل مواجه می‌سازد. در ضمن جایزه ۲ تا ۳ درصدی صادراتی نمی‌تواند این خلأ را پر نماید.

۱۵. انفرادی بودن بازاریابی صادرکنندگان: بازاریابی صادرکنندگان خرما در کشور ما به‌صورت انفرادی است، در صورتی‌که خریداران از انسجام و سازمان‌یافتگی برخوردار هستند.

باوجود همه مشکلات موجود در زمینه خرما، وقتی آمار صادراتی محصولات را مرور می‌کنیم، مرتبه صادرات ایران، آخرین مقام را

اعتلای صنعت گیاهان دارویی

< **علی مصطفوی**

مدیرعامل شرکت گلاب زهرا، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان



سنتی برداشته شود. اما آنچه در این مقال، محل بحث ماست همانا تأکید بر صیانت از ذخایر ژنتیکی و بهره‌برداری پایدار از رویشگاه‌های گیاهان دارویی و نیز پرورش این نباتات ارزشمند به روش ارگانیک است. باید به این نکته اشاره کرد که پرورش گیاهان دارویی به روش ارگانیک در مسیر توسعه صنعت گیاهان دارویی از اهمیت به سزایی برخوردار است. به صورت اجمال می‌توان کشاورزی ارگانیک را نوعی کشاورزی مبتنی بر طبیعت و دوستدار محیط‌زیست تعریف کرد. امروزه در سراسر دنیا به‌ویژه در کشورهای غربی جنبشی جدید در عرصه کشاورزی رخ نموده است که حاصل نگاهی نو به طبیعت، انسان و زنجیره غذایی است و این رویکرد را کشاورزی ارگانیک نام نهاده‌اند که در آن از آفت‌کش، علف‌کش و سموم و کودهای شیمیایی مطلقاً استفاده نمی‌شود. از آنجاکه فلسفه استفاده از گیاهان دارویی مستقیماً به سلامت انسان و بهبود او مرتبط است، به گواه بسیاری از پژوهش‌های علمی ضریب و دامنه تأثیر این گیاهان با روش ارگانیک افزایش می‌یابد، از آن‌رو که در دامان طبیعت و بر اساس اصول کشاورزی منطبق بر طبیعت پرورش یافته‌اند. برآیند تعامل پایدار با طبیعت که شالوده کشاورزی ارگانیک محسوب می‌شود سلامت توأمان انسان و طبیعت و میان‌کنش منطقی میان آدمی و محیط پیرامون اوست. به این ترتیب به هرگونه برنامه‌ریزی، طراحی و تصمیم‌گیری در زمینه توسعه گیاهان دارویی و صنایع وابسته به آن باید از این زاویه نگریسته شود و این مهم در پس‌زمینه ذهنی تمامی افراد، فعالان و نهادهای مربوط به این مقوله تثبیت گردد. کوتاه سخن آن که راه اعتلای این صنعت نوپا از بستر توسعه پایدار می‌گذرد و کشاورزی ارگانیک یکی از پیش‌نیازهای استراتژیک توسعه همه سو نگر و پایدار است که بایستی آن‌گونه که باید مدنظر قرار گیرد.

انسان از سپیده‌دمان تاریخ برای درمان بیماری‌ها و تسکین آلام خود، دست به دامان طبیعت شد و به تحقیق و تجربه خواص دارویی و ارزش طبیعی بسیاری از رستنی‌ها پی برد و بدین‌سان می‌توان گفت که دانش انسان درباره گیاهان دارویی از قدمتی به درازای تاریخ و تمدن برخوردار است و چه بسیار مستندات و شواهدی که از این پیشینه علمی و غنی حکایت می‌کنند. این همه در روزگاری بود که انسان در تعامل و تعادل پایدار با طبیعت اطراف خویش به سر می‌برد. گرچه با پیشرفت خیره‌کننده علم و فناوری و توسعه شگرف بشری، دانش نوین پزشکی بسیاری از بیماری‌ها و امراض ریشه‌کن و درمان شده است با این‌همه پزشکی مدرن هنوز با چالش‌های عدیده‌ای روبروست که رویکردی جدید را به گیاهان دارویی و طب سنتی سبب شده است

طب سنتی ایران از کهن‌ترین مکاتب طبیعی دنیا و غنی‌ترین زمینه‌های علمی درباره نباتات دارویی برخوردار است. چهره‌هایی باشهرت عالم‌گیر همچون ابن‌سینا و رازی بر تارک تاریخ جهانی طب می‌درخشند. استان کرمان در مقام وسیع‌ترین استان کشور با تنوع اقلیمی کم‌نظیر خود، خاستگاه بسیاری از گونه‌های دارویی است که شمار این‌گونه‌ها از ۳۰۰ گونه فراتر می‌رود. از سوی دیگر این خطه از پیشینه‌ای طولانی در طب سنتی و کاربرد گیاهان دارویی برخوردار است و فرهنگ استفاده از نباتات جز لاینفک فرهنگ عمومی مردم کرمان است. صیانت این گونه‌های ارزشمند و به‌کارگیری فناوری‌های جدید و سرمایه‌گذاری در جهت اهلی سازی و کشت آن‌ها در خارج از عرصه‌های طبیعی می‌تواند جایگاه کشورمان را در عرصه تجارت جهانی داروها و فرآورده‌های با خاستگاه گیاهی ارتقا دهد. هنوز گام‌های بی‌شماری است که باید در راستای فرهنگ‌سازی، ارتقای سطح دانش عمومی در زمینه کاربرد گیاهان دارویی و احیا و ترویج طب



گفت‌وگو با «سید منصور میرتاج‌الدینی»
عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان

تولید و تجارت گیاهان دارویی

○ آقای میرتاج‌الدینی! درباره اهمیت گیاهان دارویی توضیح دهید.

گیاهان دارویی در جهان دارای ارزش و اعتبار زیادی هستند و یکی از دلایلی که گیاهان دارویی دوباره بعد از قرن‌ها مورد توجه قرار گرفته‌اند و استفاده از آن‌ها علمی‌تر شده است، تنوع گیاهان است. تنوع داروهای سنتتیک در مقابل تنوعی که در عالم گیاهان است، بسیار ناچیز است؛ در جهان حداقل ۳۰۰ هزار نوع گیاه عالی و پیشرفته وجود دارد که اگر قارچ‌ها، جلبک‌ها و برخی باکتری‌های مفید را جدا کنیم، قطعاً از بین ۳۰۰ هزار نوع، گونه‌های زیاد را می‌توانیم برای استفاده به‌عنوان گیاه دارویی پیدا کنیم. این ۳۰۰ هزار نوع گیاه، ترکیبات بسیار متنوعی دارند؛ بنابراین مجموعه بزرگی از ترکیبات بیوشیمیایی و طبیعی می‌توانیم داشته باشیم که از اکثر آن‌ها بی‌اطلاع هستیم. دلیل دوم این است که گیاهان دارویی عوارض جانبی کمی دارند؛

تولید و تجارت گیاهان دارویی یکی از ظرفیت‌های بالقوه کشورمان و استان کرمان است. در این رابطه با سید منصور میرتاج‌الدینی، به گفت‌وگو پرداختیم. وی عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان در رشته گیاه‌شناسی و همچنین عضو هیئت مدیره انجمن گیاهان دارویی استان کرمان می‌باشد. میرتاج‌الدینی، گرچه عضو هیچ شرکت تجاری نیست، اما با توجه به این‌که معتقد است هرانجمن صنفی و تجاری نیاز به بنیة علمی دارد، به‌صورت غیرانتفاعی در انجمن مذکور همکاری و مساعدت علمی و مدیریتی می‌نماید.



بین واحدهای بخش خصوصی و این واحدها وجود دارد و روزبه‌روز مشکلات اداری کمتر می‌شود. در اعطای تسهیلات بانکی موانعی وجود دارد که باید برداشته شود.

موضوع دیگری که بخش خصوصی هنوز متوجه آن نشده که البته باید پیگیر باشد، به دست آوردن دانش و اطلاعات کافی در زمینه گیاهان دارویی است. شکل سنتی تجارت گیاهان دارویی که در ایران داریم، مثل گذشته سودآور نیست و وارد کردن برخی گیاهان از کشورهای جنوب شرق آسیا مثل هندوستان نیز به اندازه گذشته اهمیت ندارد. الان، جهان به سمتی می‌رود که از فرآورده‌های گیاهان دارویی استفاده کند؛ یعنی استفاده از فرآورده‌هایی به صورت علمی و بسته‌بندی شده در داروخانه‌ها که به این مورد بخش خصوصی و دولت باید توجه کنند و اگر بخش خصوصی در این زمینه آگاهی کافی و دانش نداشته باشد، دولت می‌تواند به این موضوع کمک کند.

بخش سوم درگیر در زمینه گیاهان دارویی، مصرف‌کنندگان هستند که شامل توده مردم می‌شود. گیاهان دارویی از سال‌ها پیش در کشورها مورد استفاده بوده، اما فرهنگ استفاده از گیاهان دارویی خاص خودمان است؛ چون گیاهانی که در دسترس ماست، خاص هستند؛ بسیاری از گیاهان از طبیعت ایران برداشت می‌شوند و برخی از کشورهای مشخصی مثل افغانستان، پاکستان و بعضی کشورهای آفریقایی وارد می‌شوند و مردم نیز مایل هستند از همین گیاهان استفاده کنند. استفاده صحیح استفاده‌کنندگان و مردم از گیاهان دارویی، ممکن است به شکل سنتی باشد و یا ممکن است به شکل نوین و جدید باشد. به شکل سنتی، حالتی است که رایج است و همه به آن وابسته هستیم و آن خرید گیاه خشک از عطاری‌هاست؛ البته در سال‌های گذشته نقش عطاری‌ها اندکی تغییر کرده است؛ عطاری‌ها تا چند دهه پیش نه تنها به عنوان یک داروخانه در فروش گیاهان دارویی عمل می‌کردند؛ بلکه نقش طبیب را هم داشته‌اند که به این دلیل بوده در طول نسل‌های متوالی از پدر به پسر اطلاعات به ارث می‌رسیده و این تجربه‌ها گاهی اندوخته می‌شده و سراغ هر کدام از عطاران که می‌رفتیم، در مورد بیماری سؤال می‌کرد و سپس دارو را معرفی می‌کرد، اما الان به آن شکل نیست، نقش عطاری‌ها کم‌رنگ شده و عطاران گاهی ناآشنا به گیاهان دارویی هستند که فقط تعدادی اسم را یاد می‌گیرند و چند مورد استفاده را پرس‌وجو می‌کنند و سپس گیاهان دارویی را می‌فروشند، اما مردم اغلب خودشان بر اساس اطلاعات عمومی که دارند، اقدام به خرید می‌کنند و ترجیح می‌دهند خودشان گیاه دارویی خریداری کنند تا این‌که منتظر تجویز عطاران بمانند؛ به‌رحال یک آشنفتگی ایجاد شده که باید به آن رسیدگی شود.

استفاده نوین از گیاهان دارویی موضوعی است که در سال‌های اخیر زیاد رواج پیدا کرده و آن تولید فرآورده‌های دارویی است که در محیط‌های علمی و دارای استانداردهای کافی انجام می‌شود؛ البته باید این‌گونه باشد. گیاهانی که می‌خواهند از آن‌ها فرآورده تهیه کنند، باید به اندازه کافی از نظر شادابی، تاریخ برداشت، بخش‌هایی که از گیاه موردنظر است و موارد دیگر، استانداردهای کافی برای وارد شدن به چرخه فرآوری را داشته باشند و دیگر این‌که همه‌چیز در کارگاه‌ها و کارخانه‌ها با اندازه‌گیری دقیق انجام شود؛ حلال‌هایی که استفاده می‌شود، شناخته شده و مقدار آن‌ها مشخص است، مقداری از گیاه که باید در این حلال‌ها قرار

هیچ‌کس نیست گفته باشد عوارض گیاهان دارویی از داروهای سنتتیک و شیمیایی بیشتر است و علت کم بودن عوارض گیاهان دارویی، این است که در طول میلیون‌ها سال در کنار انسان با هم تکامل پیدا کرده‌اند؛ یعنی انسان در طول چند میلیون سال در صورتی تکامل پیدا کرده که گیاهان هم همراه او بوده‌اند؛ بنابراین، هر چیز مضر که بین گیاهان و انسان بوده، حذف شده و طبیعت به سمتی رفته که انسان با طبیعت سازگار شود و موارد تناقض و تضاد تقریباً حذف شده است. حتی گیاهانی که سمی هستند، با درصدهای پایین و دوز کم، گیاه دارویی محسوب می‌شوند؛ به‌طور مثال گیاه خرنزهره که خوردن چند برگ از آن انسان را می‌کشد، می‌تواند گیاه دارویی محسوب شود.

ان، درخصوص گیاهانی که حساسیت‌زا و تاول‌زا هستند نیز به شدت کار می‌شود و به‌عنوان گیاهان احتمالی برای مداوای سرطان مورد بحث هستند. مورد سوم در اهمیت استفاده از گیاهان دارویی، امکان فراهم کردن راحت این گیاهان است؛ چراکه پیدا کردن داروهای سنتتیک ممکن است مشکل باشد، قیمت برخی از این نوع داروها زیاد است، ممکن است به دلایل سیاسی از واردات داروهای سنتتیک ممانعت شود، باید پزشکی باشد که تجویز کند و موارد دیگر، اما خودمان می‌توانیم گیاه دارویی را خریداری کنیم، کشت کنیم و انباشته و ذخیره کنیم و به راحتی از آن استفاده کنیم.

درخصوص ارتقای تولید، تجارت و مصرف گیاهان دارویی چه باید کرد؟

کار تولید و تجارت باید به بخش خصوصی واگذار شود. در زمینه گیاهان دارویی دولت باید آموزش و فرهنگ‌سازی عمومی را در دستور کار قرار دهد؛ یعنی عامه مردم اعم از استفاده‌کننده، تولیدکننده، کم‌سود و باسود از گیاهان دارویی - در حد عمومی و نه تخصصی - اطلاعات کافی و به‌روز داشته باشند که این آموزش و فرهنگ‌سازی کاری نیست که به دنبال آن درآمدی باشد؛ بنابراین، بخش خصوصی این کار را انجام نخواهد داد؛ بخش خصوصی کاری انجام می‌دهد که بلافاصله یا در مدت زمان کوتاهی به سود برسد؛ بنابراین، نباید توقع داشته باشیم این کار را بخش خصوصی انجام دهد.

نقش دیگر دولت، نظارت بر واحدهای تولیدی و تجاری است که بسیار مهم است.

نقش دیگر دولت، آموزش تخصصی به واحدهای تجاری از جمله تولیدی، بسته‌بندی، صادرکننده و توزیع‌کننده است. الان، تمام علوم و تکنولوژی در حال پیشرفت هستند؛ به همین دلیل در زمینه گیاهان دارویی هم دولت باید برنامه‌های جدید و به‌روزی برای استفاده‌کنندگان از آموزش‌ها طراحی کند و منتظر اقدام خیران، واحدهای خصوصی و ... نباشد.

بخش دوم که درگیر گیاهان دارویی است، بخش خصوصی است. الان، خوش‌بختانه همه به این نتیجه رسیده‌اند که برای شکوفایی اقتصادی، بخش خصوصی باید فعال شود و هرچند که موانع زیادی وجود دارد، اما بسیاری از موانع در حال برداشته شدن است؛ از جمله موانعی مثل بروکراسی اداری، ناهماهنگی واحدهای نظارتی در زمینه فعالیت صادرات‌کننده‌ها و واردکننده‌ها مثل گمرک و دستگاه‌های امنیتی که گاهی تأخیر و مشکل ایجاد می‌کنند، اما به‌رحال ظاهراً ارتباط بهتری

داده شود، مشخص است، زدودن برخی ترکیبات از گیاهان معلوم است و این‌ها جنبه‌هایی است که اعتماد مردم را به فرآورده‌های نوین زیاد کرده است.

فرآورده‌های گیاهان دارویی گاهی اوقات در حد یک مخلوط در داخل ظرف‌های شیشه‌ای با برچسب اطلاعات است و گاهی برای استفاده بهتر به شکل داروهای شیمیایی و سنتتیک درآورده می‌شوند؛ به‌طور مثال به شکل قرص و کپسول ساخته می‌شوند که استفاده راحت‌تر باشد؛ چون استفاده از عصاره جوشانده و غیره که از قدیم هم وجود داشته، گاهی مشکلاتی به‌وجود می‌آورد و یا ممکن است ماندگاری دارو را کاهش دهد. به‌رحال باید در این زمینه‌ها بیشتر وارد شویم و تولیدکننده‌ها بیشتر به این سمت بروند.

عملکرد دولت در زمینه ارتقای وضعیت گیاهان دارویی را چطور ارزیابی می‌کنید؟

معتقدم دولت در برخی زمینه‌ها در گیاهان دارویی از جمله در زمینه آموزش تخصصی و آموزش عمومی ضعیف عمل کرده است. در استان کرمان هیچ مکانی برای آشنا کردن مردم با گیاهان دارویی نداریم؛ یعنی جایی که هم دیدنی باشد و هم نقش آموزشی داشته باشد، وجود ندارد. در جهان باغ‌ها و کلکسیون‌های زیادی است که گیاهان متعددی در آن‌ها کاشته می‌شود تا مردم و محققان با دیدن این گیاهان، دانش خود را ارتقا دهند؛ آشنایی مردم و محققان با گیاهان دارویی در یک محیط که گیاهان به‌صورت زنده و در حال رشد هستند، نه تنها نظر سرگرمی و تفریح ارزش زیادی دارد و حتی ممکن است جنبه اجتماعی و گردشگری داشته باشد، از نظر آموزش هم بسیار مهم است؛ افراد زیادی ترغیب می‌شوند برخی از گیاهانی که در مجموعه می‌بینند را برای خودشان تکثیر کنند که تکثیر این گیاهان مساوی با بهره‌برداری اقتصادی است.

نمایشگاه کالا برای این برگزار می‌شود تا واحدهای تولیدی با تولیدات یکدیگر آشنا شوند و با آموزش عملی که در محل به واحدهای تولیدی داده می‌شود و با اطلاع‌رسانی به مردم و علاقه‌مندان، افراد مختلف به برخی کارها هدایت شوند؛ اما در زمینه گیاهان دارویی تاکنون نمایشگاه مفیدی نداشته‌ام و نمایشگاه‌های ما خلاصه می‌شوند به مقداری شیشه و ظرف که مقداری گیاه دارویی در آن‌ها ریخته شده و این‌که شرکت‌های دارویی تابلوهای تبلیغاتی نصب می‌کنند که این‌گونه نمایشگاه‌ها هیچ‌گونه جذابیتی برای مردم ندارد، اما اگر کار گیاه دارویی را از مشاهده گیاه زنده شروع کنیم، اهمیت زیادی پیدا می‌کند و مکان‌ها دارای ارزش علمی بالایی خواهند شد.

دانشگاه‌ها، سازمان حفاظت محیط‌زیست، جنگل‌ها و مراتع و هیچ سازمان دیگری تاکنون نقش مفید و کافی در این زمینه ایفا نکرده‌اند. هزینه این کار چندان زیاد نیست؛ هزینه این کار به‌اندازه ساخت و نگهداری دو پارک و فضای سبز معمولی است؛ اما درحالی‌که در شهر کرمان درخت‌های کاج زیادی آمده‌ی، مراقبت و رسیدگی می‌شود، اما چنین مجموعه‌ای نداریم.

دانشگاه هم از درختانی که نهال‌های ارزان یا رایگان از سازمان‌های دیگر گرفته، مراقبت می‌کند و هیچ کلکسیون‌ی ندارد؛ حتی برخی درختان دانشگاه، خودرو سبز شده‌اند و اگر از بالا نگاه کنیم، هیچ نظمی در فضای

سبز دانشگاه نمی‌بینیم و مثل یک جنگل است.

سال ۷۶ وقتی وارد دانشگاه شدم، پیشنهاد ساخت باغ گیاه‌شناسی برای دانشگاه را دادم، اما موفق نشدم که اگر این اتفاق افتاده بود، الان باغ ما، درختان تنومندی داشت.

فراهم کردن این چنین امکاناتی سخت نیست و متخصص لازم را در شهر داریم، اما متخصصان جایگاهی در مدیریت ندارند و اگر هم بخواهند وارد شوند، جلوی آن‌ها سد می‌شود؛ بنابراین، چیزی که از طریق رسانه‌ها به مردم نشان داده می‌شود، چیزی نیست که واقعیت دارد.

ظاهراً در هفت‌باغ مجموعه‌ای است که هم‌زمان می‌شود گیاهان دارویی را برداشت‌کرد، دمنوش درست‌کرد و خورد؟

اطلاعی ندارم، اما می‌دانم در سال‌های اخیر مجموعه مدیریت هفت‌باغ کارهای جالبی درخصوص گل‌ها و گیاهان، پرندگان و مکان‌های تفریحی انجام داده، اما هیچ‌وقت از اطلاعات ما استفاده نکرده‌اند.

باید در این زمینه تعامل برقرار شود.

بله، در کشورهای پیشرفته استاد دانشگاه خودش تجارت نمی‌کند و تفکری که در کشور ما تحت عنوان شرکت‌های دانش‌بنیان حاکم شده، در کشورهای پیشرفته این‌گونه نیست؛ بلکه استاد دانشگاه در این کشورها طرح و نظر می‌دهد و شرکتی که متخصص دارد و نظر و طرح را می‌فهمد، طرح را از استاد دانشگاه خریداری می‌کند و وقتی طرح اجرا می‌شود، بهترین طرح خواهد بود و موفق می‌شود؛ چراکه هر فردی در این زنجیره نقش خودش را ایفا کرده؛ استاد دانشگاه طرح را علمی پایه‌ریزی کرده، مجری طرح را بر اساس اصول علمی اجرا می‌کند و فردی که درخصوص بازاریابی و جوانب فرعی اطلاعات دارد، می‌تواند اعلام کند که طرح از نظر جامعه پذیرفته می‌شود یا خیر؛ یعنی بررسی موضوع از نظر جامعه‌شناسی و روان‌شناختی و موضوعات دیگر از جمله جنبه‌های حقوقی مورد بررسی قرار می‌گیرد و اگر کل این حلقه‌ها را کنار هم بگذارید، زنجیره محکمی درست می‌شود و کار درست و اساسی شکل می‌گیرد.

نظر شما درخصوص آموزش علمی گیاهان دارویی چیست؟

در زمینه آموزش و نظارت اعتقاد دارم باید مقداری به سمت علمی کردن اسامی گیاهان برویم. تاکنون در ایران، جاه‌های مختلفی برای نمونه‌برداری و تحقیق رفته‌ام و با نام‌های محلی متفاوت مواجه شده‌ام؛ به‌طور مثال مردم کرمان می‌دانند کلپوره چیست و یا آلاله، گیاهی خوش‌بو، دارویی و مفرح است و همین گیاه در خراسان هم استفاده می‌شود که آن‌جا با نام آنوخ می‌شناسند و یا در برخی مناطق از جمله چهارمحال بختیاری، به این گیاه، اوشن می‌گویند و در آذربایجان کهلی اوتی (علف کبک) می‌گویند و از این گیاه استفاده نمی‌کنند؛ بنابراین، هدف من یکپارچه‌سازی نام‌هاست، منظور من این نیست که اسامی محلی از بین بروند، این نام‌ها هویت ما هستند، اما در تجارت خارجی نام علمی لازم است و این نام علمی نباید انگلیسی، آلمانی، عربی و یا فرانسوی باشد؛ بلکه اسمی است که از زبان لاتین گرفته شده و در سراسر دنیا تمام گیاه‌شناسان در مورد آن اتفاق نظر دارند. این نام‌ها در تجارت نباید نادیده گرفته شود و لازمه این مهم، این است که در

گیاهی بومی و ویژه در استان داریم که در استان‌های دیگر کم است و یا وجود ندارد و این مواردی است که بسیار کمک می‌کند که بتوانیم به حد کافی رشد کنیم، اما تا این موارد به مرحله بالفعل نرسند، نمی‌شود برای آینده برنامه‌ریزی کرد.

نکته دیگر این که نباید رقابت استانی مدنظر ما باشد؛ باید رقابت جهانی هم مدنظر باشد و باید محصول خود را به بازارهای جهانی و به ویژه بازارهای کشورهای پیشرفته صادر کنیم؛ بنابراین، باید خودمان را در حد بازارهای کشورهای پیشرفته ببینیم؛ یعنی نگاه بلند داشته باشیم تا بتوانیم پرواز بلندی بکنیم که البته پرواز بلند بدون برنامه‌ریزی و فراهم کردن حلقه‌هایی که پیش از این بیان کردم، امکان‌پذیر نیست.

○ آیا سازوکار صادراتی لازم در استان داریم و چه گیاهان دارویی را صادر می‌کنیم؟

از صادرات گیاهان دارویی و مقرراتی که وجود دارد، اطلاع کافی نداریم؛ اطلاعات من مربوط به جنبه‌های تخصصی و علمی گیاهان دارویی است، اما تا جایی که اطلاع دارم، بسیاری از گیاهان دارویی که صادر می‌شوند، عمدتاً گیاهانی هستند که در کشورهای دیگر وجود ندارد، به همین دلیل با خوش‌شانسی، یک نوع انحصار برای ما ایجاد شده است. مثل زمانی که پسته فقط در ایران کشت می‌شد و ما در نحوه صادرات و قیمت‌گذاری آن تصمیم‌گیرنده بودیم، اما الان دیگر این‌گونه نیست؛ گیاهان دارویی هم اکنون همین‌طور است؛ گیاهانی صادر می‌کنیم که دیگران ندارند و یا کشورهای کمی دارند، به همین دلیل صادرات گیاهان دارویی فعلاً موفق است، اما عمق موضوع را نادیده گرفته‌ایم و به‌زودی مشکلی که برای پسته به‌وجود آمد، برای گیاهان دارویی هم ایجاد خواهد شد؛ به این دلیل که کشورهای دیگر کم‌کم به این سمت می‌روند تا مکان‌هایی برای تکثیر این گیاهان پیدا کنند و آن وقت است که وضع ما در رابطه با گیاهان دارویی، مثل شرایطی که برای پسته ایجاد شد و حتی بدتر خواهد شد.

نکته دیگر در رابطه با گیاهان دارویی، بی‌توجهی به بهره‌برداری صحیح و اصولی از طبیعت است که به محیط‌زیست آسیب می‌زند. اگر تجارت گیاهان دارویی سودی نصیب فردی یا افرادی و یا حتی به‌صورت غیرمستقیم نصیب دولت بکند، در کنارش ممکن است ضررهایی هم داشته باشد، نباید به این موارد بی‌توجه باشیم. تخریب طبیعت موضوعی است که نمی‌شود آن را جبران کرد؛ چراکه ممکن است برخی گونه‌های گیاهی منقرض شوند و دیگر اثری از آن‌ها نباشد. خودم شاهد انقراض برخی گیاهان دارویی بوده‌ام که شاید اگر باقی می‌ماندند، ارزش دارویی آن‌ها الان مشخص می‌شد.

بهره‌برداری از طبیعت باید مطابق با ظرفیت بهره‌برداری باشد؛ به‌طور مثال وقتی می‌خواهند شیر یک گاو را استحصال کنند، باید برای بچه این گاو هم‌فکری بشود؛ ضمن این‌که باید برای توان و زنده‌بودن گاو هم برنامه‌ریزی شود؛ بنابراین، چون قسمت زیادی از ایران خشک است، سرعت تولید گیاه در کشور ایران کند است و باید نحوه و میزان بهره‌برداری از طبیعت، برنامه‌ریزی شده باشد.

البته شاید در شرایط مصنوعی بتوانیم تولید خود را افزایش دهیم، اما مقدار تولید طبیعت مشخص است؛ اگر با این مقدار تولید مشخص،

مجموعه‌هایی که برای آموزش در زمینه گیاهان دارویی طراحی می‌شوند، از گیاه‌شناسان خبره هم استفاده شود.

در زمینه گیاهان دارویی در ایران، اگر از آویشن صحبت کنیم، غیر از آویشن کوهی و آویشن شیرازی، آویشن دیگری نمی‌شناسیم؛ درحالی‌که آویشن کوهی با خواص دارویی متعدد ده‌ها گونه دارد و حتی آویشن‌های کوهی کرمان یک نمونه نیستند و به نوع و گونه گیاه بستگی دارد، اما متأسفانه در این زمینه کار کافی انجام نمی‌شود؛ البته در مراکز دانشگاهی و مراکز پیشرفته به این جهت که برای چاپ مقاله نیاز به این اسامی است، از این نام‌ها و اطلاعات گیاه‌شناسان استفاده می‌شود، اما این استفاده فقط در حد مقالات است و در تجارت از این نام‌ها استفاده نمی‌شود؛ بنابراین، می‌توانیم علاوه بر استخدام افراد متخصص در زمینه گیاه‌شناسی در مراکز آموزشی، از تابلوهایی که اسامی علمی و محلی را هم‌زمان به مردم نشان می‌دهد، استفاده کنیم که هر دوی این اسامی مهم و باارزش هستند؛ ضمن این‌که نباید فکر کنیم اسامی علمی، اسامی غیرفارسی و غیرمحلی هستند، پس از نظر ما منسوخ هستند؛ روزانه از اسامی غیرفارسی بسیاری استفاده می‌کنیم، صدها واژه داریم که معادل فارسی ندارند و روزانه از آن‌ها استفاده می‌کنیم، چرا اسامی گیاهان را حداقل روی برچسب‌های روی بسته‌بندی گیاهان استفاده نکنیم.

لذا اعتقاد دارم نباید محدود فکر کنیم؛ یعنی این‌که ما چه نفت داریم، اما فرانسوی‌ها متخصص پالایشگاه و بهره‌بردار از چاه نفت هستند و این ناشی از این است که ما فقط اطراف خود را نگاه می‌کنیم. چه اشکال دارد اگر کرمان شرایط تولید زعفران دارد، زعفران هم کشت کنیم. باید با گیاهانی که در کرمان تولید و استفاده می‌شوند، آشنا شویم، اما نه فقط در این گیاهان متمرکز شویم. گیاهانی که در عطاری‌های کرمان استفاده می‌شوند، عمدتاً گیاهانی هستند که از طبیعت اطراف کرمان جمع‌آوری می‌شوند و نیز گیاهانی که از چند کشور محدود مثل هندوستان، افغانستان، پاکستان و عربستان وارد می‌شوند که این تجارت از قرن‌ها پیش مرسوم بوده و همه مردم کرمان هم این گیاهان را می‌شناسند. نکته اصلی این است که دوره‌ای که گیاه را کشت کنیم و بفروشیم، گذشته و چین کاری مثل خام‌فروشی است؛ بنابراین، باید به سمتی برویم که زنجیره تولید گیاهان دارویی تا فرآوری پیش برود و باید این مهم را آموزش دهیم. انگوزه، از طبیعت برداشت و مستقیم صادر می‌شود که این کار افتخار نیست و به این کار نمی‌شود تجارت گفت؛ بلکه تجارت گیاهان دارویی، یعنی گیاه باید فرآوری و سپس صادر شود.

انگوزه را به‌سختی از طبیعت برداشت می‌کنیم، طبیعت را تخریب می‌کنیم و صادر می‌کنیم و در کشورهای مقصد تمام ترکیبات این گیاه استخراج می‌شود، روی آن کار بیوشیمیایی انجام می‌شود، به داروهای خاص و باارزش تبدیل می‌شود و مجدد به خودمان فروخته می‌شود؛ بنابراین، با توجه به این‌که ایران، کشوری خشک و امکان تولید ما محدود است، باید در زمینه فرآوری وارد شویم.

○ جایگاه استان کرمان در مقایسه با سایر استان‌ها در زمینه گیاهان دارویی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اگر توانایی‌ها و امکانات بالقوه استان را بخواهیم بیان کنیم، زیاد است؛ در استان کرمان از نظر خاک و اقلیم، طبیعت متنوعی داریم، گونه‌های

بهره‌برداری زیاد شود، فاجعه به بار می‌آید؛ بنابراین، در تجارت گیاهان دارویی باید به این نکته توجه شود که این گیاه از کجا می‌آید و تلاش شود تا به طبیعت آسیب نرسد.

نظرات بر بهره‌برداری از گیاهان دارویی به عهده کیست؟

فقط نباید به نظارت فکر کنیم؛ باید به آموزش هم‌فکر کنیم و باید توجه داشته باشیم اگر به مردم آموزش عمومی بدهیم، خود مردم قسمت زیادی از نظارت‌ها را انجام می‌دهند؛ به‌طور مثال مردم ساکن در بردسیر، بافت، گوغر و نقاط دیگر، ارزش طبیعت را به‌خوبی می‌دانند و با تخریب مخالفند؛ یعنی اگر افراد محلی ببینند افرادی برای تخریب جنگل و مرتع آن‌ها آمده‌اند، حتماً برخورد می‌کنند و این ارزشمند است. اگر نظارت را فقط مربوط به واحدهای دولتی بدانیم، اشتباه است؛ البته به‌صورت رسمی نظارت برعهده سازمان جنگل‌ها و مراتع و سازمان حفاظت محیط‌زیست است که در همه استان‌ها هم واحدهای زیرمجموعه دارند که باید از وظایف خودآگاه باشند و آموزش کافی هم دیده باشند، اما گاهی اوقات به وظایف خودآگاه نیستند و به‌جای حفاظت، برای افراد بهره‌بردار مانع‌تراشی می‌کنند.

چرا استان در زمینه فرآوری گیاهان دارویی ضعیف است؟

ما یک زیرمجموعه‌ای هستیم از یک مجموعه بزرگ به نام کشور ایران؛ بنابراین، هر مشکلی که در مجموعه اصلی وجود دارد، به ما هم منتقل خواهد شد. اگر بی‌برنامگی و ضعف مدیریتی در مجموعه کشور وجود داشته باشد، به ما هم منتقل می‌شود که بخشی از مشکلات مربوط به این موضوع است.

بخش دیگری از مشکلات که باید مطالعه شود، شاید به پیشینه‌های تاریخی و مسائل و مشکلات اجتماعی، روابط فرهنگی افراد و مدیریت‌های شهری و سیاسی در استان مربوط شود؛ علاوه بر این‌که واحدهای تجاری، علمی و تخصصی در این زمینه به‌اندازه کافی قوی نیستند، آن عوامل هم نقش زیادی دارند که هیچ‌وقت مطالعه نشده‌اند و مدیران و دست‌اندرکاران همیشه انگشت روی موضوع اقتصادی کار گذاشته‌اند و هیچ‌وقت مسائل تاریخی، اجتماعی، فرهنگی و ضعف‌های مدیریتی دیده نشده، اما من اعتقاد دارم تمام این موارد دخیل هستند.

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان، می‌تواند یک ظرفیت باشد؛ الان که انجمن گیاهان دارویی با حضور افراد متخصص فعالیت می‌کند، امکانی است که بتوانند با استفاده از روابط اتاق با بخش حاکمیتی، مواردی که شما بیان کردید؛ از جمله راه‌اندازی پارک گیاهان دارویی را در دستور کار قرار دهد و یا انجمن گیاهان دارویی یک دوره آموزشی برگزار کرد که موفق بود؛ بنابراین، انجمن در آموزش گیاهان دارویی خیلی می‌تواند کار کند؛ ضمن این‌که اتاق کرمان، به مرکزی تبدیل شده که حتی مردم عادی به آموزش‌های اتاق اهمیت می‌دهند؛ چراکه اتاق از اساتیدی استفاده می‌کند که به شکل کاربردی تدریس می‌کنند.

حالا با توجه به تأکید شما بر آموزش، در کل نظر شما در خصوص

نحوه ارائه آموزش در بخش‌های مختلف چیست و چگونه باید در

این زمینه ورود کرد؟

قبل از انقلاب کشور دست متخصصان ایرانی نبود، بعد از انقلاب که گفتیم می‌خواهیم مستقل باشیم و کشور به استقلال برسد، من شاهد تمام شعارها بوده‌ام؛ «این‌که صنعت مونتاژ خیلی بد است، باید از متخصصان خودمان استفاده کنیم و اشتغال‌زایی و ...» همه شعارهایی بوده که اعلام می‌شده، اما نزدیک به چهار دهه که از پیروزی انقلاب می‌گذرد، هیچ‌کدام از شعارها محقق نشده است. باید جایی فکر کنیم شاید راه ما اشتباه است و دائم حرف‌هایی که گذشته بیان کرده‌ایم را تکرار نکنیم. اشتغال‌زایی، سرمایه‌گذاری و ... حرف‌های قدیمی است و همیشه بوده، دائم این حرف‌ها را می‌شنوم، اما هیچ تغییری نمی‌بینم؛ اما سؤال این است که اشکال کار از کجاست؟ در پاسخ باید گفت اشکال کار از مدیریت غیرعلمی است؛ ما به مدیریت علمی نیاز داریم، نه مدیریتی که مبنای آن احساسات، عقاید خاص، ارتباطات سیاسی، ساکت بودن و سره‌زیر بودن و یا دادوفریاد کردن است. اما اکنون مبنای مدیریتی ما این‌هاست که موفق نبوده و نخواهد بود.

این‌که به آموزش تأکید کردم، همیشه اعتقاد دارم مشکل‌گشای اصلی ما علم است؛ علم، به معنی آگاهی و وقتی در هر زمینه‌ای دانا باشیم، قطعاً در مسیر درست جلو می‌رویم؛ ضمن این‌که نیاز به آگاهی در تمام زمینه‌های سیاسی، فرهنگی، مذهبی، صنعت، تجارت و ... الزامی است و نباید علم را فراموش کنیم. البته منظور من مدرک نیست، منظور من علم واقعی و تخصصی است که در ایران نمی‌تواند کار کند؛ بنابراین، می‌رود خارج از کشور و ما از این‌جا افتخار می‌کنیم که فلان متخصص ایرانی آن‌طرف دنیا چنین کاری انجام داده، اما خودمان به این فرد اجازه نمی‌دهیم در ایران همین کار را انجام دهد و این به‌دلیل مدیریتی است که ۴۰ سال بر کشور حاکم است و هیچ کاری از پیش نبرده است. انواع و اقسام وزیر، استاندار و شهردار داشته‌ایم، همه آن‌ها هم حرف‌های زیبایی زده‌اند، اما هیچ‌کدام موفق نبوده‌اند و دلیل عدم موفقیت آن‌ها این بوده که از مشاور استفاده نکرده‌اند و مشاورانی هم که دارند، افرادی شناخته‌شده و ثابتی در برخی مراکز علمی و دانشگاهی هستند که اجازه ورود به فرد دیگری نمی‌دهند و یک نوع انحصار به‌وجود آورده‌اند که اگر به این شکل ادامه پیدا کند، به‌هیچ‌وجه فایده ندارد؛ چراکه مصاحبه‌ها، پرسش‌ها، پاسخ‌ها، همه‌وهمه تکراری است و هیچ‌وقت به‌جایی نمی‌رسیم.

یکجا باید بفهمیم اشتباه می‌کنیم و خودمان را عوض کنیم و باید بدانیم مدیران ضعیف هستند. این‌که هر چند سالی یک‌بار در کرمان زلزله بزرگ رخ می‌دهد و مدیر پس از این‌همه زمین‌لرزه، می‌گوید نمی‌دانم چه کار باید انجام دهیم، درست نیست؛ بنابراین، باید از مصاحبه‌های تکراری و انتشار گزارش‌های رنگی تکراری جلوگیری شود. تا چه وقت می‌خواهیم مردم را سرگرم کنیم؛ همواره انتشار گزارش و آمار که این رقم برای اشتغال‌زایی، این مبلغ برای شهرسازی، این مبلغ برای تولید و ... اختصاص یافت؛ این تخصیص‌ها کجاست؟! وقتی پولی که اشتباه هزینه کرده‌ایم و کار جواب نداده، حق نداریم به مردم گزارش بدهیم که این میزان اشتغال‌زایی ایجاد شده است؛ بنابراین، وقتی کار نتیجه نداده، باید من را محاکمه کنند. میلیاردها تومان در شهر، استان و کشور ما برای اشتغال‌زایی هزینه شده، نتیجه آن کجاست؟! در زمینه مطالبات بانک‌ها هم همین‌گونه است، سال‌هاست مطالبات بانکی را بزرگ‌ترین مشکل بخش خصوصی اعلام می‌کنند، اما کار به جایی نمی‌رسد...

و پرداخت تسهیلات به‌تنهایی اشتباه است، باید به مردم آموزش داد که کار را شروع کنند. یک درخت تنومند، یک جوانه کوچک است. از ۱۰۰ جوانه کوچک در یک محدوده، یکی دو درخت تنومند به بار می‌رسد. دوم این‌که شرکت‌ها باید از صفر شروع کنند. هیچ شرکتی هیچ‌گاه نتوانسته ناگهانی شکل بگیرد و به‌سرعت به سود برسد. شرکت توپوتا، ابتدا یک نساجی کوچک بود، بعد دوچرخه‌سازی را شروع کرد و الان، به شرکتی تبدیل شده که همه در جهان به آن افتخار می‌کنند.

تنها در صورتی می‌شود گفت که یک سرمایه‌گذاری بزرگ صورت گیرد که یک عده متخصص، شرکتی داشته‌اند و با همان تجربه و علم بخواهند دوباره شرکت راه‌اندازی کنند، در این حالت می‌شود به این افراد تسهیلات داد تا رشد کنند؛ بنابراین، باید افراد را کمک کنیم تا کار خود را با واحدهای کوچک تولیدی شروع کنند و دائم تحت آموزش باشند و خودشان را با شرکت‌های استان دیگری مقایسه نکنند؛ بلکه خود را با شرکت‌های خارجی مقایسه کنند. وقتی می‌خواهیم گیاه را صادر کنیم؛ برای پیشرفت، باید آخر کار را ببینیم.

درخصوص استاندارد گیاهان دارویی چه کارهایی باید انجام شود و آیا در این زمینه ورود کرده‌ایم؟

استاندارد گیاهان دارویی به استفاده سنتی ربطی ندارد. استفاده سنتی که در عطاری‌ها وجود دارد، یک روند مشخص شده و جاافتاده‌ای است، استاندارد مشخصی ندارد و همه‌چیز در عطاری‌ها پذیرفته شده است، اما در مورد گیاهان فراوری شده که عمدتاً در داروخانه‌ها می‌فروشند،

در این رابطه مشکل را روان‌شناسان باید تعیین کنند. در حوزه مطالبات بانکی ریشه‌های مختلفی دارد؛ یکی این‌که افراد آموزش‌دیده نیستند. به‌طور مثال چند جوان جمع می‌شوند و می‌گویند می‌خواهیم برای پیشرفت کشور و ارتزاق خودمان کار کنیم و از دولت تقاضای وام می‌کنند و با مدارک دانشگاهی که دارند، مثلاً می‌خواهند پرورش آبزیان راه‌اندازی کنند، اما چون آموزش کافی فرا نگرفته‌اند، شکست می‌خورند و در ادامه، یا باید خانه‌های پدران‌شان را بفروشند تا مطالبات بانک را پرداخت کنند و یا به مراجع مختلف مراجعه کنند تا به‌گونه‌ای مشکلات آن‌ها را حل کنند. یک بخش دیگر از مطالبات بانکی سوءاستفاده برخی افراد است. سوءاستفاده‌ها را می‌بینیم و بیان می‌کنیم این میزان اختلاس شده، اما چرا بیان نمی‌کنیم که آموزش داده نشده و دلیل این سوءاستفاده، عدم آموزش لازم است. چرا دانشگاه‌ها را تقویت نمی‌کنیم و فکر می‌کنیم دانشگاه، مدرسه است؟ چرا جزء کوچکی از وامی که به بخش خصوصی می‌دهید را به دانشگاه پرداخت نمی‌کنید تا به دانشجویان به‌صورت عملی آموزش بدهیم، نه فقط در حد یک جزوه در کلاس؛ بنابراین، وقتی روش را عوض نمی‌کنیم، باید همواره بگوییم درست نمی‌شود.

آیا در خودروسازی، کشاورزی، نساجی و ... موارد پیشرفت داشته‌ایم و آیا تغییری احساس می‌کنیم؟ خیر.

همواره می‌گوییم استان ما چگونه است و استان کناری چگونه، چرا استانی فکر می‌کنیم؟ چرا خود را با یک شرکت در آلمان مقایسه نکنیم؟ چرا متخصصی که برای آن شرکت در آلمان کار می‌کند، برای ما کار نکند؟ چرا شهردار شهر ما شهردار پاریس نباشد؟ بزرگ‌ترین متخصصان ما در ناسا فعال هستند، چرا در سازمان‌های ایران کار نمی‌کنند؟

برای فعال کردن شرکت‌های تولیدی در زمینه گیاهان دارویی چه راه‌کاری پیشنهاد می‌کنید؟

باید با تبلیغات و با آموزش، استعدادها را کشف کرد. به‌طور مثال وقتی یک گزارش ورزشی بازی فوتبال از تلویزیون پخش می‌شود و با چند بچه در کوچه فوتبال بازی می‌کنند، این‌ها همه زمینه‌هایی هستند که اگر کسی در این رشته استعدادی دارد، با خود بگوید من می‌توانم یک فوتبالیست خوب بشوم، اما وقتی آن فرد از استعداد خود اطلاعی نداشته باشد و استعدادیابی هم نشود، یک کارگر ساختمانی می‌شود. شرکت‌های فعال در زمینه گیاهان دارویی، الزاماً استعداد ندارند و ممکن است شرکت‌هایی باشند که پول داشته‌اند و شنیده‌اند سرمایه‌گذاری در زمینه گیاهان دارویی مناسب است؛ بنابراین، در این زمینه ورود کرده‌اند. مثل کسی می‌ماند که استعداد وزنه‌برداری ندارد، اما ما با تقویت غذایی، دارویی و تمرین‌های مستمر این فرد را به وزنه‌برداری توانمند تبدیل کنیم. یک نفر مثل آقای رضازاده، وقتی در جنگل‌های آذربایجان گنده درختی را بلند می‌کند، متوجه می‌شود که می‌تواند وزنه‌بردار قابلی شود و فرد دیگری هم در روسیه دائم زیر نظر متخصصان کار می‌کند، اما به جایی نمی‌رسد؛ بنابراین، استعدادیابی در هر زمینه‌ای ضرورت دارد و تنها راه استعدادیابی این است که کارها را به مردم نشان دهیم و ایجاد باغ گیاهان دارویی، یکی از همین کارهاست تا شهروند، آله، گاوژبون و ... را ببیند و استعدادها شکوفا شود.

در هر کاری استعدادیابی از اهمیت بالایی برخوردار است و سرمایه‌گذاری

فقط نباید به نظارت فکر کنیم؛ باید به آموزش هم فکر کنیم و باید توجه داشته باشیم اگر به مردم آموزش بدهیم، خود مردم قسمت زیادی از نظارت‌ها را انجام می‌دهند؛ مثلاً مردم ساکن در بردسیر، بافت، گوغرو نقاط دیگر، ارزش طبیعت را به خوبی می‌دانند و با تخریب مخالفند؛ یعنی اگر افراد محلی ببینند افرادی برای تخریب جنگل و مرتع آن‌ها آمده‌اند، حتماً برخورد می‌کنند و این ارزشمند است. اگر نظارت را فقط مربوط به واحدهای دولتی بدانیم، اشتباه است؛ البته به‌صورت رسمی نظارت برعهده سازمان جنگل‌ها و مراتع و سازمان حفاظت محیط زیست است که در همه استان‌ها هم واحدهای زیرمجموعه دارند.

واحدهایی در وزارت بهداشت و درمان بر استانداردسازی گیاهان دارویی نظارت می‌کنند، اما این واحدها هم مثل سایر مجموعه‌های کشوری، دارای اشکالاتی هستند. سازمان غذا و داروی وزارت بهداشت و سازمان استاندارد در این زمینه دخیل هستند؛ هرچند مثل بقیه کارها امکان تخلف وجود دارد.

و آورده، باید شناخته شده باشد و محصول او نیز ثبت نام شود تا اگر مشکلی داشت، به فرد اعلام کنند، اما هیچ کدام از این اتفاقات نمی‌افتد و این در حالی است که دستگاه‌ها، پیشرفته و برجسبها، رنگی و زیباست، اما تفکر صنعتی است.

○ نقش دانشگاه، نقش اتاق بازرگانی و نقش انجمن گیاهان

دارویی در توسعه گیاهان دارویی چه می‌تواند باشد؟

وقتی از اجزای مستقل صحبت می‌شود، باید هماهنگی و ارتباط بین اجزا برقرار شود تا بتوانند هر کدام نقش خود را ایفا کنند و قبل از هماهنگی و ارتباط، باید حس لزوم این ارتباط به وجود آید و این ارتباط نباید تشریفاتی باشد. به طور مثال ارتباط صنعت و دانشگاه که سال‌ها درباره آن صحبت می‌کنند، کاملاً تشریفاتی است و این لزوم هنوز حس نشده و هیچ کجا به دانشگاه نگفته‌اند که نیاز است با صنعت ارتباط داشته باشی و اگر نیاز است، در کجا و چه بخشی باید با صنعت ارتباط برقرار کنی. در مورد گیاهان دارویی هم همین گونه است؛ باید لزوم ارتباط، مشخص شود و سپس ارتباط برقرار شود و دولت در این میان نقش ارتباط‌دهنده را دارد. بخش خصوصی دنبال این کار نمی‌آید؛ چون لزوم این کار را حس نکرده؛ بنابراین، دولت باید به بخش خصوصی تفهیم کند به این دلیل که محصولش استاندارد نیست، ضرورت دارد با دانشگاه ارتباط برقرار کند و باید بر اساس اطلاعات علمی روز، محصول خود را اصلاح و به روز کند؛ ضمن این که دانشگاه هم به معنی مدرک نیست که از صاحبان مدارک مختلف استفاده شود، ارتباط با دانشگاه، یعنی فردی در دانشگاه که کار بلد باشد و بتواند کار را انجام دهد و تخصص واقعی داشته باشد، در این زمینه ورود کند که دولت می‌تواند با مشورت با دانشگاه و شوراها و جلساتی که برگزار می‌کند، این پرسش را از دانشگاه داشته باشد که چرا در زمینه گیاهان دارویی مشکل داریم؟ بنابراین، دانشگاه نظر خود را ارائه می‌کند، دولت هم نظر مشاوران خود را می‌گیرد و در ادامه، اگر متوجه شد درست است، بخش خصوصی و دانشگاه را در کنار هم می‌گذارد.

وقتی می‌خواهیم دو نفر را با هم آشتی دهیم، فقط این نیست که دست دو نفر را در دست یکدیگر بگذاریم؛ بلکه باید حرف‌های هر دو را گوش دهیم و بر اساس توانایی‌های دو نفر، افراد را به هم نزدیک کنیم، اما اکنون چنین سیستمی نداریم و دولت نمی‌داند چرا باید بخش خصوصی را کنار بخش علمی بگذارد.

باید شوراها را با هم آشتی دهیم، فقط این نیست که وقتی من می‌گویم آقای استاندار می‌خواهم برخی عیب‌ها و مشکلات را ارائه کنم، باید در اتاق استاندار باز باشد؛ نه این که استاندار به دانشگاه تلفن بزند که بگویید فلان استاد دانشگاه بیاید و در جلسه شرکت کند.

وقتی مدیران به دانشگاه اجازه دهند در فضای منطقی، دوستانه و خیرخواهانه نظرات خود را ارائه و مشکلات را بررسی کنند، در آن صورت می‌شود بخش خصوصی، دانشگاه و دولت را کنار هم گذاشت؛ در غیر این صورت به ظاهر کنار هم هستند، اما نمی‌توانند هیچ ارتباطی با هم برقرار کنند. ●

○ زمانی که پسته با مشکل آفاتوکسین مواجه شده بود، افراد

متخصص وارد شدند تا توانستند سم آفاتوکسین را در محصول پسته از بین ببرند، در گیاهان دارویی که به صورت خام ارسال می‌کنیم، اگر استانداردها در شرایط نگهداری رعایت نشود و با استانداردهای کشورهای واردکننده مطابقت نداشته باشد، بازارهای ما در گیاهان دارویی از دست می‌رود؟

محصولات تولیدی در همه واحدها این مشکل را دارند و دلیل این است که نظارت کافی قبل از خروج محصولات بر واحدهای تولیدی وجود ندارد؛ به طور مثال زیاد اتفاق افتاده که قطعه‌ای نو در خودرو استفاده نشده که به دلیل اشتباه شرکت تولیدکننده بوده و باید ریشه‌یابی شود که چرا چنین اتفاقی افتاده است؛ در مورد گیاهان دارویی هم این مشکل وجود دارد و قبل از صادرات باید نظارت درست باشد.

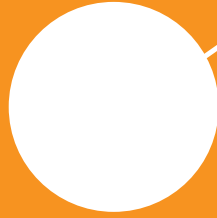
الان، صادرکننده پسته می‌داند اگر شرایطی که برای رشد قارچ‌های مولد آفاتوکسین وجود دارد، در محصول تولیدی ایجاد شود، قطعاً محصولش دچار مشکل خواهد شد؛ بنابراین، نیاز نیست سازمان دولتی ورود کنند که محصول تو مشکل دارد، باید دور بریزی؛ بلکه خودش می‌داند که محصولش قابل صادرات نیست؛ یعنی فرد می‌داند در تولید و بسته‌بندی پسته، چه مواردی منجر به تولید آفاتوکسین خواهد شد؛ بنابراین، خود تولیدکننده جلوی این آفت را می‌گیرد؛ در مورد گیاهان دارویی هم همین گونه است.

در کشور چقدر باید ناظر و پلیس داشته باشیم؟ همه جا ناظر و پلیس داریم که به جای آن باید به مردم آموزش‌های لازم داده شود که چطور کار کنند و چگونه زندگی کنند و مردم باید بدانند مشکلات کجاست تا خودشان جلوی مشکلات را بگیرند؛ نه اینکه دولت با هزینه زیاد ناظر استخدام کند تا دائم ایراد بگیرند.

باید آموزش کافی به همه واحدها داده شود و نگوئیم چون خصوصی است، به ما ربطی ندارد. واحد خصوصی اگر تقویت شود، علاوه بر خودش، سود این واحد به دولت هم می‌رسد که در واقع وقتی بخشی از سود به دولت برسد، یعنی این سود به مردم رسیده است؛ چراکه از مالیات و عوارضی که دولت دریافت می‌کند، همه سود می‌برند؛ بنابراین، واحدهای دولتی باید به فکر آموزش باشند.

چند نفر از افرادی که از طبیعت گیاه دارویی برداشت می‌کنند، اطلاعات کافی از محیط زیست دارند؟ خیلی‌ها ندارند، اما وقتی می‌خواهیم سبزی خریداری کنیم، بالای سر سبزی فروش، گواهی صنفی و بهداشتی او وجود دارد؛ یعنی آموزش‌های لازم صنفی و بهداشتی را در حوزه کاری خودش فراگرفته است؛ آیا این آموزش‌ها را به بهره‌برداران گیاهان دارویی هم می‌دهند؟ خیر، معلوم است چه افرادی هستند؟ خیر. هرکس فله‌ای آورد، محصول را از او می‌گیرند و وارد انبار می‌کنند؛ درحالی که این کار درست نیست، فردی که محصول را برداشت کرده

گردشگری



● گفت‌وگو با «مهدی سیاوشی»

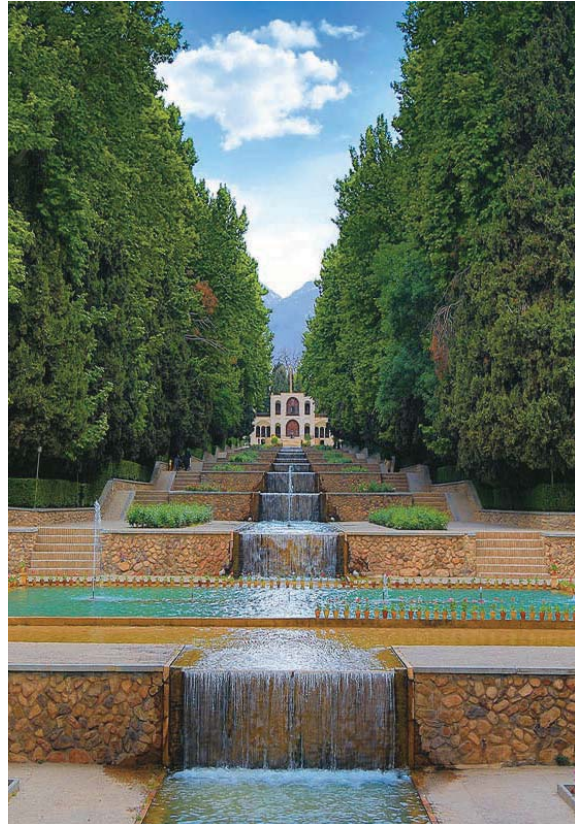
رئیس کمیسیون گردشگری اتاق کرمان

● گردشگری و صنایع دستی

در استان کرمان

● گفت‌وگو با «جاوید سبحانی»

مدرس دانشگاه و مدیر هتل‌های جهانگردی استان کرمان

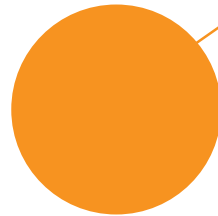


گفت‌وگو با «مهدی سیاوشی»

عضو هیئت‌رئیس و رئیس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان

استان کرمان؛ جاذبه بزرگ گردشگری کشور با شش اثر میراث جهانی

گردشگری یکی از پردرآمدترین فعالیت‌های اقتصادی کشورهاست. خدمات گردشگری در زمره کالاهای هر کشوری به حساب می‌آید و با پویایی این بخش، افزایش تولید و رشد اشتغال پایدار رقم می‌خورد. استان کرمان در بردارنده جاذبه‌های بزرگ گردشگری کشور است. در باب وضعیت گردشگری این استان با آقای مهدی سیاوشی رئیس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان گفت‌وگو کرده‌ایم که از نظر می‌گذرد.



گردشگری معرفی نشده است و طبق آماری که از یک گروه گردشگری دریافت کردیم، مشخص شد که کرمان در بخش داخلی نیز هنوز شناخته شده نیست. بنده معتقدم با معرفی کرمان در سطح داخلی و بین‌الملل، گردشگران فراوانی، کرمان را به‌عنوان مقصد گردشگری خود انتخاب خواهند کرد و امیدواریم زمینه‌های فراهم شود تا خدمات ویژه متناسب با علاقه‌مندی گردشگران به آن‌ها ارائه دهیم.

یکی از شاخص‌های گردشگری، مدیریت بازدیدکننده است، از این طریق در استان کرمان تا چه اندازه بین نیازهای بازدیدکنندگان و محیط سازش برقرار شده است؟

در این زمینه دو بخش وجود دارد؛ یک بخش گردشگران داخلی علاقه‌مند به خانه‌های بوم‌گردی و زندگی عادی مردم روستا و بخش دیگر گردشگران خارجی علاقه‌مند به آشنایی با فرهنگ و زندگی بومی مردم، صنایع‌دستی، تولیدات بومی و غذاهای محلی. به دلیل علاقه‌مندی گردشگران، خانه‌های بوم‌گردی در کشور راه‌اندازی شد که استان کرمان هم رقم خوبی از راه‌اندازی این خانه‌ها را به خود اختصاص داده است. تلاش می‌شود در نزدیکی این خانه‌ها صنایع‌دستی و عشایری و تولیدات بومی آن‌ها به معرض نمایش و مورد استفاده گردشگران خارجی قرار گیرد. در مناطق کویری و شهداد علاوه بر راه‌اندازی خانه‌های بوم‌گردی، اکو کمپی با رعایت بهداشت و استانداردهای جهانی توسط شرکت هواپیمایی ماهان برای اقامت گردشگران راه‌اندازی شده است. امیدواریم با تعریف استاندارد و رتبه‌بندی خانه‌های بوم‌گردی و با تلاش همکاران در اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری سرویس‌های لازم به گردشگران خارجی و داخلی ارائه شود. در حال حاضر هتل‌ها نیز برای سرویس‌دهی آماده و مجهزند و شش هتل در حال ساخت در سطح استان نیز در آینده به ظرفیت موجود اضافه می‌شود.

آیا بررسی شده است که تمایل به بازدید مجدد و نسبت گردشگران برگشتی استان چگونه است؟

تاکنون آمار مشخصی در این خصوص ارائه نشده است یا من در این خصوص اطلاعی ندارم، اما بر اساس آمار ارائه شده از شخصی که خانه بوم‌گردی در دشت خاک زرنده راه‌اندازی کرده است، در دو سال گذشته بیش از ۲ هزار گردشگر خارجی را برای بازدید مجدد به ایران دعوت کرده و پذیرای ۲ هزار گردشگر خارجی بوده است که تعداد قابل‌توجهی از این گردشگران برای بار دوم به ایران سفر کرده‌اند. همچنین در سومین ابرمارتن کویر که به‌تازگی در کویر کرمان برگزار شد، تعدادی از ورزشکاران و افراد دیگر برای بار سوم به ایران و کرمان سفر کردند، اما در مجموع عدد و ارقام مشخصی در این خصوص در دست نیست.

برای معرفی جاذبه‌های گردشگری و فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری استان چه اقداماتی انجام شده است؟

در رابطه با معرفی جاذبه‌های گردشگری و فرصت‌های سرمایه‌گذاری در این صنعت، باید بگویم که قرار بود این طرح با همکاری مشاور بین‌المللی از شرکت THR اسپانیا تهیه شود که به دلیل افزایش

استان کرمان از نظر زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت گردشگری در چه جایگاهی از صنعت گردشگری کشور قرار دارد؟

در پاسخ به این سؤال باید به این نکته اشاره کنم که مسائلی اعم از تحریم ده ساله کشورهای اروپایی و زلزله بم بر صنعت گردشگری استان کرمان بسیار تأثیرگذار بوده است و در پی این مسائل کرمان تا حد زیادی از مسیر کلاسیک گردشگری کشور خارج شد. پس به علت کاهش ورود گردشگر در طی سال‌های گذشته، نیازی به رشد زیرساخت‌ها احساس نشد؛ اما از ابتدای دولت یازدهم با خروج نام کرمان از لیست تحریم‌ها و با توجه به شرایط جهانی مناسب ایران، سیل گردشگر به سمت کشور و کرمان روانه شد. با ورود گردشگران به کرمان و تبدیل شدن استان به یکی از مقاصد اصلی گردشگری، تکمیل و توسعه زیرساخت‌های گردشگری در راستای کار سرمایه‌گذاران بخش خصوصی قرار گرفت، به‌گونه‌ای که در حال حاضر شش هتل در استان در حال ساخت است و طرح‌های بسیاری نیز توسط بخش خصوصی در سطح استان آغاز شده و بعضی از این طرح‌ها تا ۳۰ درصد پیشرفت فیزیکی داشته‌اند. همچنین بخشی از زیرساخت‌ها مانند راه نیز باید توسط دولت تأمین شود که در این زمینه در نشست با آقای دکتر فدایی، سرپرست استانداری کرمان، درخواست شد در تخصیص بودجه‌های عمرانی مناطق هدف گردشگری استان مدنظر قرار گیرد.

گردشگران غالباً مجذوب چه بخش‌هایی از جاذبه‌های گردشگری استان کرمان هستند؟

بخش‌هایی از کرمان مانند کویر و آثار باستانی و تاریخی کشف شده در جیرفت جاذب گردشگر خارجی است و بسیاری از گردشگران خارجی به‌خصوص گردشگران از کشورهای اروپایی علاقه‌مند به مشاهده جاذبه‌های کرمان هستند. در پی گردهمایی نمایندگان گردشگری ایران در خارج از کشور که در کرمان انجام شد، طی سال جاری و تاکنون ۳ گروه گردشگران ژاپنی علاوه بر گردشگرانی که به‌طور معمول به استان سفر می‌کنند، به‌صورت برنامه‌ریزی شده به استان خصوصاً مناطق جنوبی شامل شهرهای قلعه گنج، جیرفت، عنبرآباد، بم و رابن مسافرت کرده‌اند. بر همین اساس پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال ان شاء الله حداقل ۵ گروه دیگر نیز به استان و خصوصاً مناطق جنوبی سفر نمایند. این نشان‌دهنده ظرفیت فوق‌العاده گردشگری استان است که اگر شناسانده شود مورد اقبال شدید گردشگران قرار می‌گیرد، هم‌اکنون به گفته نماینده گردشگری ایران در ژاپن علاقه فراوانی برای بازدید از آثار تاریخی استان کرمان خصوصاً جیرفت و بم وجود دارد. کویر کرمان بخشی از ظرفیت گردشگری کرمان است که به‌شدت گردشگر خارجی را به‌سوی خود جذب می‌کند و با توجه به این‌که استان رتبه اول کشور در آثار ثبت شده در فهرست جهانی یونسکو را داراست، بدون شک این موضوع در انتخاب مقصد گردشگری، برای گردشگران خارجی تأثیرگذار خواهد بود؛ بنابراین این بخش از ظرفیت‌های کرمان، به‌شدت جاذب گردشگر خارجی است. تمام تلاش ما نیز در طی سال‌های اخیر، نشان دادن ظرفیت‌های گردشگری کرمان به علاقه‌مندان خارجی بوده است. در بخش داخلی نیز گردشگران ایرانی علاقه خاصی برای ورود به کرمان دارند. ما معتقدیم که کرمان به‌خوبی به علاقه‌مندان

در کرمان برای شب‌های گردشگر برنامه‌ای تدوین نشده است که در این زمینه در نشست با فعالان گردشگری و هیئت پهلوانی و زورخانه‌ای استان، پیشنهاد شد، به دلیل جذابیت خاص این ورزش برای گردشگران خارجی، سه زورخانه در شب برای گردشگران به نمایش فعالیت‌های ورزشی بپردازند، در این صورت هم وقت گردشگران پُر می‌شود و هم هزینه زورخانه تأمین می‌گردد.

برگشت سرمایه و روند رشد ارزش افزوده در حوزه گردشگری استان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در بعضی از بخش‌های حوزه گردشگری، مانند ساخت هتل، هزینه‌ی بسیاری برای آغاز پروژه‌ها لازم است. خوشبختانه به دلیل افزایش علاقه گردشگر به ایران و استان کرمان بازگشت سرمایه در حوزه گردشگری نسبت به دیگر حوزه‌ها در زمان کوتاه‌تری صورت می‌پذیرد و ایجاد شغل راحت‌تر است در بخش گردشگری با دریافت وام ۵۰ یا ۱۰۰ میلیون تومانی از محل تسهیلات صندوق کارآفرینی امید، یک روستایی می‌تواند خانه خود را به خانه بوم‌گردی تبدیل و با هزینه اولیه اندک در ایجاد اشتغال و توسعه صنایع‌دستی نقش عظیمی در اقتصاد کشور داشته باشد و در مدت‌زمان اندکی سرمایه اولیه برمی‌گردد؛ اما به نظر می‌رسد بانک‌ها علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری نیستند. طبق گزارش ارائه‌شده از اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان، کرمان در زمینه معرفی طرح برای دریافت تسهیلات رتبه دوم کشور را دارد، اما در زمینه جذب این تسهیلات جایگاه نوزدهم را به خود اختصاص داده است.

امیدوارم با پیگیری‌های اتاق بازرگانی، اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان و با کمک بانک‌ها و پرداخت به‌موقع تسهیلات، عملیات اجرایی پروژه‌ها هر چه سریع‌تر تکمیل شود.

چه مشوق‌هایی برای سرمایه‌گذاری وجود دارد؟ این مشوق‌ها تا چه اندازه در سرمایه‌گذاری بخش گردشگری استان تأثیرگذار بوده است؟

در حال حاضر دولت، برگشت بخشی از سود تسهیلات را تضمین می‌کند که این موضوع به‌نوبه خود می‌تواند برای سرمایه‌گذار مفید باشد و اگر این اقدام به‌موقع انجام شود، مشوق خوبی برای سرمایه‌گذاری خواهد بود. غیرازاین مورد مشوق دیگری برای سرمایه‌گذاری وجود ندارد.

چه پروژه‌های بزرگ‌مقیاس در طرح‌های توسعه گردشگری استان برای سرمایه‌گذاری ارائه شده است؟

۱۵ طرح بزرگ شامل احداث و راه‌اندازی هتل سبز، رستوران و تالاریخی، سالن مدرن ویژه برگزاری کنسرت‌ها و سایر برنامه‌های گردهمایی، دو هتل در شهداد و محور هفت باغ، باغ رستوران و تالار در ماهان، مجموعه پیست کارتنینگ و مجموعه پارک آبی در دست اجرا قرار دارند. با توجه به تعریف این پروژه‌های مهم در گردشگری استان و لزوم تأمین مالی این طرح‌ها، امیدواریم بتوانیم با پیگیری‌های لازم از تسهیلات صندوق توسعه ملی برای توسعه گردشگری استان استفاده کنیم.

قیمت یورو و هزینه‌های بسیار این طرح، دیگر نتوانستیم کار را با شرکت مزبور ادامه دهیم و در همان ابتدا کار متوقف شد. در صورت ادامه این کار، اتفاق بسیار مثبت و خوبی رخ می‌داد که متأسفانه این امر واقع نشد. برای معرفی جاذبه‌های گردشگری و آثار باستانی استان کرمان تاکنون دو گروه از تورگردان‌ها و دفاتر گردشگری بزرگ ایران را به استان دعوت کرده‌ایم و همچنین نمایندگان گردشگری ایران در خارج از کشور از کرمان بازدید کرده‌اند. فصل‌نامه گردشگری کرمان که به معرفی کرمان می‌پردازد نیز چاپ و در کشور توزیع می‌شود. از هر امکانی برای معرفی کرمان استفاده خواهیم کرد. در مورد پروژه‌های گردشگری هم که توسط بخش خصوصی آغاز شده جلسات تشکیل و با اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان پیگیری خواهیم کرد تا بتوانند برای تکمیل طرح‌های خود از تسهیلات بانک‌ها و صندوق توسعه ملی استفاده کنند. هم‌اکنون در حال مذاکره با یک شرکت ایرانی که تاکنون طرح جامع گردشگری بسیاری از استان‌ها را تهیه کرده است، هستیم. پس از عقد قرارداد با این شرکت طی برگزاری سمیناری، از افراد علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری دعوت به عمل می‌آوریم و پروژه‌ها را در این سمینار ارائه می‌دهیم. یکی از اقدامات این شرکت تعیین فرصت‌های سرمایه‌گذاری بخش گردشگری استان کرمان خواهد بود. به‌رغم وجود شرایط نامناسب اقتصادی، بسیاری از سرمایه‌گذاران پروژه‌های زیادی را در استان آغاز کرده‌اند و با پیشرفت فیزیکی ۲۰ الی ۳۰ درصد در صف انتظار دریافت تسهیلات از بانک‌ها هستند. بخش خصوصی در هفته‌های آتی، جلسات با بانک‌ها و سرمایه‌گذاران برگزار می‌کند تا با رفع مشکلات شاهد رونق در این بخش باشیم.

به نظر شما چرا استان کرمان با وجود وجه غالب منابع گردشگری، در مثلث طلایی گردشگری جای داده نشده است؟

مثلث طلایی گردشگری به‌طور رسمی در کشور مصوب نشده است و توافقی بین سه استان اصفهان، یزد و فارس است. البته کرمان می‌تواند با استان‌های دیگر مثلث طلایی گردشگری تشکیل دهد. طی گفت‌وگویی با یکی از فعالان گردشگری استان‌های مذکور، متوجه شدم زیاد هم از تشکیل مثلث راضی نیستند به دلیل اینکه اتفاق خاصی در صنعت گردشگری استان‌شان رخ نداده است.

مسائلی از جمله تحریم‌ها، قرار نگرفتن کرمان در مسیر کلاسیک تعریف‌شده گردشگری و زلزله به‌شدت روی گردشگری استان تأثیر گذاشت و باعث خارج شدن کرمان از چرخه گردشگری شد، اما در حال حاضر با توجه به آمار اعلام‌شده، کرمان به‌شدت موردتوجه قرار گرفته است و تعداد بسیاری از گردشگران، کرمان را به‌عنوان مقصد گردشگری انتخاب می‌کنند.

متوسط ماندگاری گردشگران در کرمان چه مدت است؟ برای افزایش آن چه باید کرد؟

آمارها نشان می‌دهد مدت ماندگاری گردشگر در کرمان حداکثر دو روز و نصف است که این مدت‌زمان، به دلیل پهناوری استان و فاصله زیاد بین شهرستان‌ها باید حداقل به سه روز افزایش یابد. متأسفانه

کرمان با وجود ظرفیت‌ها و ثبت شش اثر در فهرست میراث جهانی یونسکو جایگاه ویژه‌ای در کشور دارد. کویر کرمان به‌خودی‌خود می‌تواند بزرگ‌ترین جاذبه گردشگری باشد. همچنین فرهنگ، تمدن، آداب‌ورسوم بومی و غذاهای محلی شهرهای جنوبی استان در جذب گردشگر می‌تواند فوق‌العاده مؤثر باشند. تبادل فرهنگ، توسعه تولیدات روستایی و عشایری، صنایع‌دستی از جمله مواردی هستند که می‌توانند استان کرمان را به‌شدت به سمت توسعه سوق دهند و ما معتقدیم یکی از اصلی‌ترین بخش‌های مؤثر در پیشرانی توسعه اقتصادی استان کرمان، گردشگری است.

○ با وجودی که جایگاه گردشگری در اقتصاد جهان پس از نفت و خودرو قرار دارد، به نظر شما چرا کشور ما با وجود منابع و جاذبه‌های قوی گردشگری به اندک منافع حاصل در این بخش اکتفا کرده است؟

به‌طورقطع گردشگری به‌شدت تحت تأثیر مسائل مختلف است و مادامی‌که رسانه‌های بزرگ جهان علیه ایران تبلیغ کنند، صنعت گردشگری کشور دستخوش تأثیرات منفی تبلیغات می‌شود و گردشگر خارجی، ایران را به‌عنوان مقصد گردشگری انتخاب نمی‌کند. اکثر گردشگران خارجی با یک ذهنیت منفی برای اولین بار به استان کرمان سفر می‌کنند اما در انتهای سفر تصور آن‌ها در مورد کرمان کاملاً تغییر می‌یابد.

با توجه به محدودیت‌های بخش گردشگری، هم‌اکنون نیز تعداد بسیاری از گردشگران با همین شرایط و وضعیت، آماده بازدید از ایران هستند. ما باید تمامی زیرساخت‌ها و تسهیلات را برای آسایش و دسترسی راحت گردشگران به ایران فراهم کنیم. خوشبختانه در حال حاضر در اکثر استان‌های ما ویزای گردشگران در مراکز فرودگاهی صادر می‌شود که این مطلب می‌تواند بسیار مؤثر باشد. در چند سال اخیر شاهد مهیا شدن تسهیلات بوده‌ایم و به همین دلیل در سال گذشته عده‌ای از مراجع معتبر گردشگری دنیا معتقد بودند یکی از کشورهایی که باید در سال ۲۰۱۷ مورد بازدید قرار بگیرد، ایران است. در سال ۲۰۱۸ نیز همین اعتقاد باید پابرجا باشد؛ بنابراین در وهله اول باید تصویر واقعی ایران را به دنیا نشان دهیم، سپس تسهیلات لازم را فراهم کنیم. این مهم در صورتی رخ می‌دهد که تمامی افراد کشور و مسئولان اعتقاد یابند که گردشگری می‌تواند یکی از بخش‌های پیشران توسعه اقتصادی ایران باشد.

○ لطفاً چنانچه مطالب بیشتری لازم می‌دانید مطرح نمایید.

گردشگری یک امر بین‌دستگاهی است و تنها به یک دستگاه خاص مانند اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری مربوط نمی‌شود و در حدود ۳۰ دستگاه از جمله سازمان‌های گردشگری، فرودگاه، حمل‌ونقل، تشکله‌ها و غیره در آن دخیل هستند، البته هماهنگی بین این دستگاه‌ها کار دشواری است. اگر بین دستگاه‌ها اعتقاد به همکاری و هماهنگی وجود داشته باشد بدون شک گردشگری رونق پیدا خواهد کرد. امیدوارم با هماهنگی بین دستگاه‌ها، کرمان و ایران به جایگاه اصلی خود در گردشگری برسند. ●

○ در مجموع، استقبال از سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری استان را چگونه ارزیابی می‌نمایید؟

هم‌اکنون با استقبال بسیار خوبی در بخش بوم‌گردی و خانه مسافر روبرو شده‌ایم و سرمایه‌گذاران بسیاری علاقه‌مندند تا در شهرهای مختلف و مناطق هدف گردشگری سرمایه‌گذاری کنند و در حال حاضر نیز سرمایه‌گذاری خوبی صورت گرفته است و پروژه‌های بسیار زیادی در دست احداث‌اند. با راه‌اندازی پروژه‌ها شاهد افزایش گردشگر خواهیم بود و از طرفی گردشگر با دیدن امکانات استان، مبلغ خوبی برای توسعه گردشگری کرمان می‌شود.

○ اقدامات و نتایج مرتبط بر تفاهم‌نامه بین استانداری کرمان و کانون جهانگردی ایران در «حوزه گردشگری» چیست؟

تاکنون، با پیگیری‌های انجام‌شده، همایش نمایندگان گردشگری خارج از کشور در کرمان برگزار شده است، همچنین گروه‌های ماشین‌های کاروان مخصوص سفر (کمپر) نیز زیر نظر کانون جهانگردی ایران برگزار گردیده است. کانون اتومبیل‌رانی «آف‌رود» کرمان هم تشکیل و به‌عنوان تشکل بخش خصوصی در کرمان ثبت‌شده است.

○ استان کرمان در ارتقاء سطح آگاهی گردشگران و اطلاع‌رسانی صحیح به متقاضیان سفر تاکنون چه کرده است؟

تاکنون اقدامات مختلفی انجام گرفته است؛ در نشست با شهردار کرمان درخواست شد برای معرفی کرمان، در تعامل با مراکز استان‌های بزرگ کشور، بلیوردهایی با موضوع جاذبه‌های کرمان طراحی و در این شهرها نصب شود و به ازای آن نیز امکان معرفی آن استان‌ها در کرمان وجود داشته باشد. همچنین مطبوعات و رسانه‌ها نقش بسزایی در معرفی جاذبه‌های کرمان خواهند داشت و در حال حاضر نشریه گردشگری خاص استان کرمان با معرفی جاذبه‌ها و مناطق گردشگری در کل کشور توزیع می‌شود. آژانس‌ها و دفاتر گردشگری برای جذب گردشگران در حال تهیه بروشورها و اقلام تبلیغاتی هستند. افراد متخصص در فضای مجازی نیز در حال معرفی کرمان به طرق مختلف‌اند. در ادامه جمعی از جوانان تحصیل‌کرده کرمانی، با جمع‌آوری و تهیه مطالب درباره جاذبه‌ها و ظرفیت‌های استان، در زمینه تولید فیلم‌هایی برای معرفی هرچه بهتر کرمان تلاش کرده‌اند و در مذاکراتی با شرکت هواپیمایی ماهان، قرار شد کلیپ‌های باکیفیت و مورد تأیید این شرکت در پروازها پخش شوند.

○ اگر بخواهید پیشران اقتصاد استان را در شرایط عادی و عاری از موانع معرفی کنید، کدام بخش از فعالیت‌ها را نشان می‌دهید؟

من معتقدم بخش گردشگری در شرایط عادی و عاری از موانع می‌تواند فوق‌العاده مؤثر باشد. با توجه به وضعیت استان در بخش کشاورزی و صنعت و مشکلات مربوطه به آن‌ها، توسعه و ایجاد اشتغال در این حوزه‌ها دشوار است و با هزینه‌های بسیار بالا همراه است، اما در بخش گردشگری و صنایع‌دستی می‌توان با هزینه اندک در ایجاد اشتغال پایدار و رشد تولید ناخالص داخلی به ایفای نقش پرداخت.



گردشگری و صنایع دستی در استان کرمان

سید عبدالرضا جعفری صدر
استاد دانشگاه و مدرس گهرشناسی



در زنجیره ارزش گردشگری را به لحاظ عدم توسعه در زیرساخت، نداشتن برنامه بازاریابی محصولات، ارتقاء کیفیت و قیمت تمام شده مناسب را پیدا نموده است.

نیروی کار مناطق روستایی و عشایری، تحصیل کردگان و زنان خانه دار از مهم ترین منابع انسانی توسعه این بخش می باشند و با متناسب شدن نرخ برابری دلار در برابر ریال و گشایش در صادرات و افزایش تعداد گردشگران، استفاده از این فرصت یک ضرورت ایجابی است و نباید در این برهه از زمان با ایجاد محدودیت های بی مورد باعث خود تحریمی شویم و فرصت را از دست بدهیم. فرصت یعنی این که اگر دولت به این جمع بندی برسد که از طریق این صنعت می توان به حداقل رفع بخشی از مشکلات اقتصادی اقدام نماید، مطمئناً پیشرفت فراوانی را در این زمینه خواهیم داشت.

تبریز در سال ۲۰۱۸ به عنوان پایتخت گردشگری کشورهای اسلامی انتخاب گردید و با اختصاص بیش از ۱۰۰۰ میلیارد ریال بودجه برای مرمت آثار تاریخی گامی بلند برای رشد و توسعه گردشگری آذربایجان برداشته است. برتری تبریز نسبت به یزد به عنوان مدعی جدی این عنوان، این است که در زمینه گردشگری دارای حدود ۴۰۰۰ اثر ثبت شده تاریخی است که تعداد ۳۰۰۰ اثر در فهرست جهانی قرار دارند. تبریز بیش از ۸۰ نوع صنایع دستی را در کارنامه خود دارد و امکانات و منابع خود را برای رسیدن به این مقام بسیج نموده است. شهر یزد، رقیب تبریز که پیشگام گردشگری در بخش مرکزی ایران نیز هست، از شرایط آب و هوایی شبیه استان کرمان برخوردار است و جای دارد که برای توسعه گردشگری به تنوع بخشیدن تولیدات صنایع دستی و کسب درآمد غیرمستقیم گردشگری توجه شود.

مهم ترین پدیده قرن که نقش حیاتی در اقتصاد جهانی دارد، گردشگری است. توسعه و رشد گردشگری در گروه توسعه همه جانبه زیرشاخه های مرتبط با گردشگری است. صنایع دستی و صنعت گردشگری بر یکدیگر اثر متقابل دارند و می توانند موجبات رشد و توسعه یکدیگر را فراهم سازند. بسیاری از کشورهای گردشگر پذیر از صنایع دستی به عنوان بخشی از گردشگری فرهنگی در کنار سایر منابع گردشگری بهره می برند. صنایع دستی برای جوامع محلی منابع درآمدی و فرصت شغلی ایجاد می کند و از سوی دیگر صنایع دستی یکی از نمدهای هنر و فرهنگ یک تمدن محسوب می شود. توجه به نیازها و خواسته های گردشگران، درک تفاوت های فرهنگی و شناخت توانمندی های این حوزه می تواند به رشد و توسعه صنایع دستی کمک نماید.

تحقیقات متعدد به عمل آمده در سال های اخیر در مورد ارتباط میان معرفی صنایع دستی محلی و مکان های عرضه مستقیم تولیدات به گردشگران نشان می دهد که تا چه اندازه این اقدام در رونق صنایع دستی مؤثر بوده است. گردشگری از نوع خرید تقریباً ۱۸ درصد از مخارج گردشگران را شامل می شود و لذا رونق صنعت گردشگری در گرو توسعه همه جانبه زیر بخش های آن از جمله رونق تولید صنایع دستی است.

در سال ۲۰۱۷/۱۳۹۶ طبق آمار موجود حدود ۵ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر گردشگر ۱۰ میلیارد و پانصد میلیون دلار ارز وارد کشور نمودند که ۶۸۰ دلار آن به طور مستقیم و ۱۳۴۰ دلار به طور غیرمستقیم در گردشگری هزینه شده است. میزان ۱۳۴۰ دلار ارز هزینه شده غیرمستقیم، هزینه در زنجیره ارزش گردشگری نامیده می شود که خرید صنایع دستی در مقصد گردشگری یک بخش از آن است. در جوامع سنتی، هنوز فرصت افزایش درآمد از ارز

گوشه چشمی و کمکی از سوی دولت است. صنایع‌دستی که هنوز فرصت مناسب را برای عرضه به گردشگران و حضور در بازارهای جهانی را پیدا نموده‌اند. این صنایع‌دستی شامل ساخت زیورآلات، گوه‌های قیمتی تا مسگری، فرش و گلیم و پته و سوزن‌دوزی و ملبله‌دوزی است که هر یک می‌تواند رونقی به اقتصاد جوامع محلی بدهد.

به‌جرت می‌توان اظهار نمود که علیرغم تلاش‌های فراوان هنرمندان صنایع‌دستی، افق روشنی پیش روی این صنعت و هنرمندان نیست. از علت‌های مهم می‌توان به بی‌توجهی و عدم حمایت از هنرمندان صنایع‌دستی در توسعه مکان‌های فروش و عرضه مستقیم تولیدات اشاره نمود که روزبه‌روز این هنرمندان را بی‌انگیزه‌تر نموده است. صنایع‌دستی به‌طور کلی به دو گونه است: گونه اول بخش صنایع‌دستی سرمایه‌های مانند فرش، گلیم، پته و زیورآلات است که خریدار به‌قصد اندوخته و کاهش ارزش سرمایه از آن استفاده می‌نماید و گونه دوم بخش صنایع‌دستی تزئینی است که جنبه کاربردی و مصرفی دارد. توجه به هر دو گونه صنایع‌دستی ضروری است.

از مواردی که به‌عنوان فرصت در صنایع‌دستی از آن یاد می‌شود، می‌توان به هزینه تولید کم، استفاده از مواد اولیه داخلی، عدم وابستگی به زیرساخت‌های پیچیده و دارا بودن فرصت‌های فراوان برای اشتغال‌زایی اشاره نمود. صنایع‌دستی نیاز مبرم به ایجاد محتوا و فرهنگ‌سازی دارد. یکی از چالش‌های بزرگ پیش روی هنرمندان صنایع‌دستی هم‌زمان با پای بندی به اصالت هنر ایرانی، توجه به نیازها و سلیقه‌های مخاطب است تا کالای درخور به بازارهای جهانی تولید و عرضه گردد. افزایش کیفیت محصولات، متناسب نمودن قیمت محصولات، تنوع در محصولات و توسعه مکان‌های عرضه آن می‌تواند به رونق صنایع‌دستی کمک فراوان بنماید.

صنایع‌دستی ملی و غیر وابسته است و با ایجاد فرصت شغلی می‌تواند به کاهش مهاجرت و افزایش درآمد در مناطق محروم کمک نماید و چون فن‌آوری پیچیده‌ای را نیاز ندارد می‌توان در مناطق کمتر توسعه‌یافته رشد و تکامل پیدا نماید. از نقاط قوت توجه به صنایع‌دستی این است که صنایع‌دستی متکی به استفاده از منابع داخلی ارزان است، با سرمایه‌گذاری ناچیز قابلیت ایجاد و توسعه در کلیه مناطق شهری و روستایی را دارند، به کارشناسان خارجی نیازی نیست، امکان اشتغال خانگی و کارگاهی برای آن فراهم است و سازگار با محیط‌زیست است و با واردات و یا شرایط بین‌المللی دچار بحران و تغییرات گسترده روبرو نمی‌شود. تنوع رشته‌های صنایع‌دستی در استان می‌تواند راهی برای ایجاد اشتغال و کسب درآمد گردد.

حدود یک‌پنجم هزینه گردشگران در مقاصد گردشگری، خرید صنایع‌دستی است. جغرافیای هر منطقه شرایط مساعدی را برای تولید متفاوت و متنوع صنایع‌دستی فراهم نموده است. وجود بیش از ۲۵۶ رشته صنایع‌دستی در ایران و اشتغال حدود ۲/۵ میلیون نفر به‌طور مستقیم نشانه قوت این صنعت است. صنایع‌دستی باید هویت پیدا نماید تا بتوانند در کیفیت و قیمت با بازار رقابت نمایند. انتظار است تا بسیاری از جویندگان کار به سمت اشتغال در صنایع‌دستی سودآور که نیاز به سرمایه اندکی دارد ترغیب شوند. لزوم کنترل کیفیت و تهیه استانداردی برای قیمت‌گذاری محصولات صنایع‌دستی ضرورت دارد. ●

در سال ۲۰۱۵/۱۳۹۴ در بین ۱۴۱ کشور، ایران در بخش زیرساخت رتبه ۱۱۹، حمل‌ونقل ۹۳ و در شاخص اولویت صنعت گردشگری برای دولت رتبه ۱۳۵ را اخذ نموده است. رتبه جهانی ۱۱۷ ایران در صنعت گردشگری نشان می‌دهد که باور و عزم جدی برای تقویت گردشگری و زنجیره ارزش آن علیرغم اهمیت آن در نزد مسئولان، سیاست‌گذاران و برنامه ریزان وجود ندارد. در سال ۲۰۱۶/۱۳۹۵ امارات متحده عربی ۶۴ میلیارد دلار، ترکیه ۲۶ میلیارد دلار و در خوش‌بینانه‌ترین آمار سهم کشور ما ۶ تا ۸ میلیارد دلار بوده است. باید توجه کنیم که وسعت ایران، تنوع قومی، آب و هوایی، داشته‌های میراثی و ... با کشورهایی که نام برده شد، قابل‌مقایسه نیست.

ضعف‌های ما در حوزه گردشگری عبارت است از: فقدان طرح جامع با نگرش همه‌جانبه به صنعت گردشگری و زنجیره ارزش آن، ضعف شدید در گردشگری الکترونیک، عدم تلاش برای اصلاح تصورات گردشگران برای سفر به ایران، کمبود راهنمایان مسلط به زبان‌های خارجی، عدم استفاده از سامانه‌های مدرن ارائه محتوای ویژگی‌های آثار تاریخی، میراثی و صنایع‌دستی به زبان‌های بیشتر متداول خارجی، عدم توجه به افزایش میزان درآمد غیرمستقیم گردشگری و توسعه منابع ارزی در زنجیره ارزش، عدم توجه به مصوبات قانونی و برخورد سلیقه‌ای است که گریبان این صنعت را سالیان سال گرفته است.

نگرانی از تهدیدهایی در منطقه نیز هست که اگر به‌موقع در مورد حفظ جایگاه کشور در صنعت گردشگری اقدامی نشود این خسارت‌ها در سال‌های آینده غیرقابل‌جبران خواهد شد. کشور به‌شدت محافظه‌کار عربستان که تاکنون رغبتی به حضور در صنعت گردشگری تفریحی نداشته، به‌یک‌باره خیز بزرگی را به‌سوی استفاده از منافع صنعت گردشگری شروع نموده است. ایجاد پروژه‌های گردشگری در حاشیه دریای سرخ از این موارد است و مسلماً اگر برای برنامه‌ریزی، مدیریت و اقدام برای کسب جایگاه اول صنعت گردشگری نماییم و برنامه عملیاتی جامعی نداشته باشیم، مسلماً فضای رقابتی روزبه‌روز تنگ‌تر خواهد شد و در آینده به طرز شگفت‌آوری با سرمایه‌گذاری فراوان و ایجاد مناطق گردشگری متفاوت با خدمات متفاوت و رقابت بیشتر در منطقه خاورمیانه روبرو خواهیم شد که عرصه را بر ما تنگ خواهند نمود و در این رقابت بازنده کسی است که بخواهد الابتختگی و بدون برنامه به جایگاه ممتاز برسد.

پس از رفع تحریم‌ها در سال ۲۰۱۶/۱۳۹۵ جنب‌وجوشی در صنعت گردشگری رخ داد و صنعت گردشگری کشور فرصتی پیدا نمود تا پذیرای گردشگران اروپایی و آمریکایی باشد و افزایش حضور این گردشگران نشان می‌داد که این مسافران ترجیح داده‌اند که در کنار سفر به امارت و ترکیه، از میراث فرهنگی ایران که زبانزد خواص و عام است، دیدن نمایند. متأسفانه در این فرصت کوتاه نتوانستیم جایگاه بهتری را در آمارهای جهانی به دست آوریم و همچنان گردشگری کشور از موازنه منفی درآمد گردشگری در رنج است.

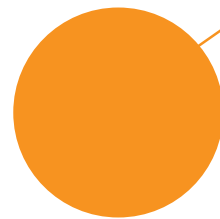
صنایع‌دستی در کنار گردشگری می‌تواند یک تجارت درآمدزا گردد، کمتر گردشگر خارجی را می‌توان یافت که به ایران آمده باشد و قطعه‌ای از صنایع‌دستی ایران را با خود به ارمغان نبرده باشد. در استان کرمان تنوع صنایع‌دستی بسیار زیاد است و از شمال تا جنوب در هر گوشه‌ای و در پستوی هر خانه‌ای هنوز چراغ تولید صنایع‌دستی سوسو می‌زند و منتظر



گفت‌وگو با «جاوید سبحانی»
مدرس دانشگاه و مدیر هتل‌های جهانگردی استان کرمان

توسعه گردشگری با تبدیل تهدیدها به فرصت

استان کرمان دارای تاریخی غنی و برخوردار از مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی است و پتانسیل بسیار بالایی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد. گردشگری، از پدیده‌های مهم عصر حاضر بوده و به‌عنوان یکی از منابع مهم اقتصادی و عاملی مؤثر در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع قلمداد می‌شود. لذا با توجه به اهمیت موضوع و نقش گردشگری، با جاوید سبحانی که ۲۲ سال در چندین استان کشور در صنعت گردشگری فعالیت داشته و در حال حاضر مدیر هتل جهانگردی کرمان و هتل‌های جهانگردی استان کرمان و همچنین مدرس دانشگاه است، به گفت‌وگو نشستیم که در ادامه می‌خوانید.



کشورهای دیگر درباره افزایش درصد گردشگری ارائه می‌دهند بر مبنای همین تعریف است. واقعیت این است که در دنیا ورود گردشگر را بر اساس اقامت در هتل محاسبه می‌کنند، اما در کشور ما بر اساس عبور از مرز بوده و این افراد ممکن است تنها از مرز عبور کرده و در کشور اقامتی نداشته باشند؛ بنابراین منبع معتبری برای ارائه آمار ورود گردشگر به ایران وجود ندارد اما آنچه مسلم است در ماه‌های اخیر با کاهش ورود گردشگر اروپایی و افزایش ورود گردشگران مذهبی عراقی، آذربایجانی و ترکیه‌ای روبرو بوده‌ایم.

○ **مواقفید که اگر ما یک سازمان متولی واحد برای آمار داشته باشیم، می‌توانیم در برنامه‌ریزی‌ها بهتر عمل کنیم؟**

ببینید در تمام دنیا برنامه‌ریزی‌ها و سازمان‌دهی‌ها بر مبنای آمار انجام می‌شود و ما اگر آمار دقیق و درستی از گردشگران خروجی و ورودی به ایران و شاغلان این صنعت در دست نداشته باشیم، قطعاً نمی‌توانیم برنامه‌ریزی درستی در این حوزه انجام دهیم. در حال حاضر برای اطلاع از آمار گردشگر باید به سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور اتکا کرد، همچنین اداره کل امور اتباع و مهاجرین خارجی و پلیس راهنمایی و رانندگی کشور نیز می‌توانند آماری از ورود و خروج گردشگر ارائه دهند. ما در نحوه محاسبه آمار متفاوت عمل می‌کنیم و معتقدم باید دستگاه‌های متولی در این امر با تشکیل کارگروه، آمار واحدی از ورود و خروج گردشگر به سرمایه‌گذاران ارائه دهند.

○ **در خصوص مسائل و مشکلات و زمینه‌های رفع آن‌ها توضیح بفرمایید.**

در حال حاضر فعالان صنعت گردشگری در مورد کاهش گردشگر صحبت می‌کنند. آیا نمی‌شود مشکلات و تهدیدهای مربوط به این حوزه را به فرصت تبدیل کرد؟ ما در این زمینه باید به دنبال راه‌کار باشیم. از دیگر مباحث موجود در صنعت گردشگری می‌توان به ایجاد مثلث طلایی گردشگری اشاره کرد که سه موضوع حمل‌ونقل، اقامت و پذیرایی اضلاع تشکیل‌دهنده این مثلث هستند. با ارزان‌سازی و همگانی کردن مبحث حمل‌ونقل، توسعه دادن اقامتگاه‌ها و خانه‌های بوم‌گردی مجاز و بالا بردن کیفیت پذیرایی و سرویس‌دهی به گردشگر، می‌توانیم باعث رونق گردشگری در استان و کشور شویم. شنیده‌ها حاکی از این است که امروزه مشکل گردشگری ایران، تورها و خانه‌های بوم‌گردی غیرمجاز است، اما به نظر من، بیمه نشدن راهنمایان تورها مسأله اصلی آن‌هاست. آیا نمی‌شود تورها و خانه‌های بوم‌گردی غیرمجاز را از طریق آموزش و در چهارچوب قانون و مقررات مجاز کرد؟

○ **در مورد راه‌های توسعه گردشگری در استان چه نظری دارید؟**

ارزیابی در این خصوص به‌صورت محدود و موقت انجام شده است. برای توسعه گردشگری استان، باید رویدادهای ملی و بین‌المللی تعریف کنیم. همان‌طور که می‌دانید در سطح کشور و استان‌های مختلف رویدادها و همایش‌های ملی در سطح وزارتخانه برگزار می‌شود. کرمان نیز با وجود اماکن باستانی متعدد و برخورداری از طبیعت چهارفصل، می‌تواند گزینه مناسبی برای برگزاری نمایشگاه‌های

○ **به نظر شما گردشگری در کشور و استان کرمان از چه وضعیتی برخوردار است؟**

امروزه در دنیا از گردشگری به‌عنوان یک صنعت فرا بخشی یاد می‌شود و جزء فعالیت‌های اقتصادی پرسود و کم‌هزینه است و همه دنیا از کوچک‌ترین ظرفیت خود در این عرصه استفاده می‌کنند، اما در کشور ما با وجود ظرفیت‌های فراوان، آن چنانکه باید و شاید از این ظرفیت‌ها بهره‌برداری لازم صورت نگرفته است. باید تسهیلات در این صنعت به‌گونه‌ای فراهم شود تا همه افراد قادر به جذب گردشگر باشند. اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی و... به‌تنهایی نمی‌توانند کارها را پیش ببرند و اگر بخواهیم گردشگری محور توسعه پایدار باشد، باید تمام دستگاه‌های اجرایی در امر توسعه گردشگری مشارکت داشته باشند. همچنین گردشگری نباید متأثر از گرانی حامل‌های انرژی و آب باشد. سازمان‌های متولی با تعریف یارانه و ارزان‌سازی عوارض و بیمه‌ها، می‌توانند موجب اشتغال‌زایی این صنعت در سطح گسترده شوند.

با این که در سال‌های اخیر اتفاقات مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و حتی حوادث طبیعی، شوک‌های ناگهانی زیادی را به صنعت گردشگری جهان وارد کرده، اما این صنعت نشان داده است که مقاومت زیادی دارد و می‌تواند با وجود همه این شرایط همچنان مسیری رو به رشد را طی کند و هرروز پیشرفت بیشتری نسبت به دیروز داشته باشد.

امروزه سفر به‌عنوان یکی از نیازهای خانواده و به‌عنوان آخرین ضرورت به‌منظور گذراندن اوقات فراغت و پر کردن خلأ ناشی از کار و فشارهای شهری در سید خانوار قرار گرفته است و بسیاری از کشورها با در نظر گرفتن یارانه، مردم را برای سفر تشویق می‌کنند. البته در کشور ما نیز تا حدودی به این موضوع پرداخته‌اند، اما کافی نیست. از طرفی با وجود ثبت هفت اثر استان کرمان در فهرست میراث جهانی یونسکو، ما هنوز نتوانسته‌ایم این آثار را آن‌طور که باید و شاید به جهانیان معرفی کنیم و گردشگری را در استان رواج دهیم. در واقع برای شناساندن و تبلیغ این آثار به جهان، باید همه اصحاب گردشگری اعم از بخش خصوصی، بخش دولتی و مردم همکاری کنند.

تحریم‌ها نیز در روند فعالیت صنعت گردشگری تأثیرات منفی داشته و در سال‌های اخیر کمتر شاهد ورود گردشگران اروپایی به ایران بوده‌ایم که در خصوص این موضوع باید بازارهای جدید را در صنعت گردشگری جایگزین کنیم. به‌عنوان مثال در شرایط اخیر با از دست دادن عربستان در مبحث گردشگری مذهبی، عراق جایگزین شد. همچنین با لغو ویزای عمان در بخش گردشگری سلامت، عمان به‌عنوان بازار هدف ما در حوزه گردشگری درمانی شناخته شد. باید بخش گردشگری را توسعه دهیم و خود را به یک بازار محدود نکنیم.

○ **صنعت گردشگری استان کرمان با چه تعداد گردشگر فعال است؟**

بر اساس تعریفی که سازمان جهانگردی از گردشگری ارائه می‌دهد؛ هر شخصی که بیش از ۲۴ ساعت تا یک سال از یک مبدأ به یک مقصد سفر کند و در این مدت فرصت شغلی را اشغال نکند می‌تواند با هر انگیزه تجاری، درمان و تفریح به‌عنوان یک گردشگر محسوب شود و آماری که

مرتبط با گردشگری به صورت ملی و بین‌المللی باشد. به‌عنوان مثال رویداد تبریز ۲۰۱۸ و همدان ۲۰۱۸ فرصت مناسبی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری ایران به جهان به شمار می‌رود. همچنین در چند سال گذشته سال خوش‌آمد به یزد را داشتیم که از آن سال به بعد یزد به جهانیان معرفی و بخش‌هایی از این استان جهانی شد. باید برای کرمان نیز برنامه‌هایی در خصوص معرفی استان تدوین شود. با برنامه‌ریزی و مشخص کردن اقامتگاه‌ها و ترانسفرها می‌توان کرمان ۱۴۰۰ یا ۲۰۲۰ را تعریف کرد و شک نکنید همین شعار تبدیل به نقطه عطف گردشگری کرمان می‌شود و با معرفی استان به جهان، گردشگری رونق و توسعه پیدا می‌کند. ما باید هر چه زودتر سال و شعار مشخصی تعیین و کرمان را از این وضعیت خارج کنیم.

بهترین روش تبلیغات در حوزه گردشگری چیست؟

امروزه بازاریابی‌ها و تبلیغات نوین در فضای مجازی جایگزین تبلیغات سنتی شده است که به نظر بنده همراهی این دو روش باهم نتیجه مطلوب‌تری را به دنبال خواهد داشت. با انتخاب لقب و شعار درخور و شأن استان و تبلیغات گسترده در رسانه‌ها و با تعریف شبکه‌های گردشگری، معرفی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی کرمان باشیم و این استان را به جهانیان بشناسانیم.

تأثیر متغیرهای اقتصاد، امنیت و فرهنگ در وجه محلی را بر حوزه گردشگری استان چگونه تحلیل و ارزیابی می‌نمایید؟

هر شخصی که بیش از ۲۴ ساعت تا یک سال از یک مبدأ به یک مقصد سفر کند و در این مدت فرصت شغلی را اشغال نکند می‌تواند با هر انگیزه تجاری، درمان و تفریح به عنوان یک گردشگر محسوب شود...

از دیگر مباحث موجود در صنعت گردشگری می‌توان به ایجاد مثلث طلایی گردشگری اشاره کرد که سه موضوع حمل و نقل، اقامت و پذیرایی اضلاع تشکیل‌دهنده این مثلث هستند. با ارزان‌سازی و همگانی کردن مبحث حمل و نقل، توسعه دادن اقامتگاه‌ها و خانه‌های بوم‌گردی مجاز و بالا بردن کیفیت پذیرایی و سرویس دهی به گردشگر، می‌توانیم باعث رونق گردشگری در استان و کشور شویم.

امنیت، اولین مؤلفه گردشگری است و در این مبحث ایران و کرمان از این قاعده مستثنی نیستند. با توجه به امنیت حاکم در ایران، یکی از مشکلات گردشگری کرمان قرار گرفتن نام این استان در لیست زرد گردشگری کشورهای ژاپن و فرانسه است که امیدواریم این موضوع توسط وزارت امور خارجه پیگیری و کرمان نیز در لیست سبز این دو کشور جای گیرد. در بحث اقتصاد با توجه به نوسانات به وجود آمده در بازار ارز و افزایش نرخ دلار و کاهش ارزش پول ملی، به نظر می‌رسد در این شرایط صنعت گردشگری می‌تواند به اقتصاد کشور کمک کند و شرایط کنونی بهترین زمان برای ورود گردشگر است، اما متأسفانه تصمیم‌گیری در این مسأله نشده است. ایران یک کشور ارزان‌قیمت است و اروپایی‌ها و غربی‌ها این نکته را به‌درستی نمی‌دانند، ما باید از فرصت به وجود آمده به نحو احسن استفاده و با شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی این نکته را مطرح کنیم. عده‌ای معتقدند ما در مباحث فرهنگی نیز مشکلاتی داریم، اما فرهنگ ما جزء فرصت‌هایی است که می‌توانیم به تمام دنیا صادر کنیم. بعضی‌ها این تصور را دارند که گردشگر خارجی به دلیل رعایت حجاب تمایلی برای ورود به ایران ندارد، اما این‌گونه نیست و اکثر گردشگران بیشتر به دلیل بحث فرهنگی به ایران سفر می‌کنند و حجاب مردم ایران برای آن‌ها دارای جذابیت است و این را برای خود محدودیت تلقی نمی‌کنند. گردشگران کدهای اخلاقی را به‌خوبی می‌شناسند و قبل از ورود به هر کشور کدهای اخلاقی مختص آن کشور، به گردشگران آموزش داده می‌شود.

با توجه به مسئولیتی که در امر هتلداری دارید، به این قسمت از موضوع گردشگری اشاره‌ای داشته باشید.

هتل‌داری یکی از زیرساخت‌ها و تأسیسات مهم گردشگری محسوب می‌شود و یکی از مشکلات هتل‌داری در استان و کشور، کمبود نیروی انسانی متخصص و عدم آموزش درست و کارآمد دانشجویان این رشته است. در نگاه کلان متولیان به این رشته به‌عنوان یک رشته موردنیاز و مهم نگاه نکرده و آن را جدی نمی‌گیرند.

آموزش باید در دو سطح برای صنعت گردشگری انجام شود؛ یک سطح آموزش‌های تخصصی هتل‌داری است که همه همکاران باید به بحث آموزش‌های ضمن خدمت و حین خدمت بپردازند و همچنین تسلط خود را بر زبان انگلیسی افزایش دهند. خوشبختانه وجود دو موسسه خصوصی و دانشکده جهانگردی در استان با کادر خوب آموزشی می‌تواند این موضوع را در راستای اقدامات خود قرار دهند، بحث دوم آموزش همگانی است یعنی همه مردم باید برای گردشگری آموزش ببینند و بدانند چگونه و با چه ادبیاتی با گردشگر داخلی و خارجی ارتباط برقرار کنند. باید در این زمینه اقدامات لازم انجام شود تا مشکلات به حداقل برسد.

در عین حال افزایش مالیات‌ها و عوارض هزینه زیادی را برای هتلدار ایجاد می‌کند. ۳۵ درصد هزینه‌ی پرداخت‌شده توسط مسافر برای اقامت در هتل به‌عنوان عوارض به حساب سازمان‌های مربوطه واریز می‌شود. قرار بر این بود که مالیات بر ارزش افزوده را برای هتل‌های یک تا سه ستاره کاهش دهند که متأسفانه این اقدام هنوز اجرایی نشده است.

یکی دیگر از مشکلات موجود در این صنعت، همکاری ضعیف ادارات و سازمان‌ها با هتل‌داران است که امیدواریم با یاری‌رساندن این سازمان‌ها شاهد تحولات عظیم در توسعه گردشگری و جذب گردشگر باشیم. ●

بازرگانی و خدمات

● صادرات، دست‌خوش بخشنامه‌های ارزی

● بررسی مبادلات تجاری کشور

● جمهوری آفریقای جنوبی

● با جهان، ایران و استان کرمان

● عبور از رکود با شرکت‌های خدمات صادرات در ایران

● واردات سنگ در چین

● گفت‌وگو با «سیدعلی حاج سید علیخانی»

● مدیر کل راهداری و حمل‌ونقل استان کرمان



صادرات

دست خوش بخشنامه‌های ارزی

جلیل کاربخش راوری

عضو هیئت نمایندگان اتاق‌های بازرگانی،
صنایع، معادن و کشاورزی ایران و کرمان*



تکنرخی کردن ارز و ایجاد تکلیف برای صادرکنندگان در مورد برگشت ارز حاصل از صادرات

بخشنامه ۲۱ فروردین ۹۷ از سوی معاون اول رئیس‌جمهور، مبنی بر تکنرخی کردن ارز و ایجاد تکلیف برای صادرکنندگان در مورد برگشت ارز حاصل از صادرات به نرخ ۴۲۰۰ تومان صادر شد که این تصمیم‌گیری در پی افزایش نرخ ارز بازار بود. به‌موجب این بخشنامه صادرکنندگان مکلف به برگشت ارز با نرخ تعیین شده در بخشنامه، به دولت شدند.

بارها از سوی صاحب‌نظران مختلف در مورد اشتباه بودن این تصمیم و آسیب‌های ناشی از آن به اقتصاد کشور گفته شده است. این تصمیم در برهه‌ای از زمان منجر به توقف صادرات شد و به دلیل دستوری بودن نرخ ۴۲۰۰ تومان هیچ‌گونه منابع صادراتی به سامانه وارد نشد و دولت به‌اجبار از محل منابع نفتی موجود خود، ارز ۴۲۰۰ تومانی را جهت واردات به بازار تزریق کرد، اما متأسفانه این ارز به کالاهای غیرضروری نظیر موبایل نیز تخصیص داده شد. پیرو این تصمیم در دوم اردیبهشت‌ماه سال جاری بخشنامه بعدی با تصمیمات متفاوت ابلاغ شد و صادرکنندگان را مجدداً ملزم کردند ارز حاصل از صادرات را با نرخ دیگر به سامانه نیما ببرند که این اتفاق هم موجب سوءاستفاده از ارز اولیه و کاهش صادرات شد و در پی آن تأکید کردند که باید ارز حاصل از صادرات آن‌هم با نرخ متفاوتی به سامانه برگردد.

به دلیل احساس مسئولیت و با توجه به آسیب‌هایی که این بخشنامه‌ها می‌تواند به اقتصاد کشور وارد کند، به‌سرعت مکاتبات اولیه

کرمان به‌عنوان یکی از استان‌های صادرات محور در کشور شناخته‌شده و محصول پسته تولیدی در این استان، اصلی‌ترین کالای صادراتی آن است؛ اگر چه طی سال‌های اخیر به دلیل خشک‌سالی‌های متعدد تولید این محصول آسیب‌دیده، اما همچنان کرمان استان اول و برتر تولید و صادرات پسته کشور است. از دیگر محصولات کشاورزی و تولیدات صنعتی دارای مزیت صادراتی استان، می‌توان به خرما، مس، فولاد، سیمان و برخی محصولات صنعتی اشاره کرد.

همان‌گونه که اشاره شد به دلیل خشک‌سالی سنوات اخیر، آسیب‌هایی به تولید محصولات کشاورزی به‌خصوص پسته وارد شده است، اما عامل اصلی که در سال جاری، صادرات را دستخوش تغییر کرده، بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های صادره شده از طرف دولت است که آسیب‌های فراوانی به اقتصاد این استان خصوصاً به تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات کشاورزی وارد نموده است.

تصمیم پیمان‌سپاری ارزی که در پی مشکلات ارزی دولت از فروردین ماه ۹۷ طی بخشنامه‌های متعدد آغاز و در شهریورماه ابلاغ شد؛ درحالی‌است که در تناقض با ماده ۱۳ قانون مقررات صادرات و واردات است که در آن دولت از برقراری هرگونه پیمان برای صادرات کالاهای غیرنفتی منع شده است؛ لذا در خصوص صدمات وارده ناشی از «تصمیم پیمان‌سپاری ارزی» پیشنهادهای راه‌حل‌های ارائه‌شده به دولت از سوی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان را در ادامه بیان می‌نمایم.

تحریم‌های بین‌المللی شود، خریدار کالا و صادرکننده تمایلی به دیده شدن و استفاده از این سامانه را ندارند. لذا با پیگیری‌های اتاق کرمان به‌عنوان نماینده صادرکنندگان، پیشنهاد شد محصولات کشاورزی و صنایع وابسته از این تعهد و تکلیف پیمان سپاری مستثنی گردند و در غیر این صورت به صادرکنندگان اجازه تسویه به روش برگشت اسکناس در سامانه جامع تجارت داده شود.

البته ناگفته نماند دلیل اصلی دولت برای صدور این بخشنامه، جلوگیری از فرار ارز از کشور است و تنها به این دلیل می‌توان این تصمیم را توجیه کرد و چنان چه طبق قانون بهبود محیط کسب‌وکار در تصمیم‌گیری‌ها نظر اتاق‌های بازرگانی را هم پرسیده بودند، این وقفه و لختی در صادرات پیش نمی‌آمد، زیرا بعد از تحریم‌های بین‌المللی هیچ تضمینی بر ادامه صادرات برای صادرکنندگان باقی نمانده است و عملاً مشتریانی که با صادرکنندگان ایرانی کار می‌کنند از آن‌ها اعتبار می‌گیرند که بخشنامه اخیر باعث شده ما این مشتریان را نیز از دست بدهیم.

از آنجا که ایران در بازار پرسته رقیب بزرگی مانند آمریکا دارد و طبیعتاً آن‌ها منتظر ایجاد خلل در عرضه محصول هستند تا به-سرعت مشتریان ما را جذب کنند و با توجه به این که سرمایه صادرکنندگان در واقع مشتریان آن‌ها هستند که سال‌های طولانی با زحمت و شرکت در نمایشگاه‌ها انتخاب و غربال شده‌اند، متأسفانه بخشنامه‌های اخیر صادر شده از سوی حاکمیت، باعث شده عمده صادرکنندگان معتبر و دارای برند بازارهای بین‌المللی خود را از دست بدهند.

بازگرداندن حداقل ۹۵ درصد ارزش کالای صادرشده به چرخه اقتصادی کشور

یکی دیگر از مفاد این بخشنامه، صادرکنندگان کالا را مکلف می‌کند که حداکثر ظرف مدت سه ماه از تاریخ صدور پروانه صادراتی گمرک، حداقل ۹۵ درصد ارزش کالای صادرشده را به چرخه اقتصادی کشور بازگردانند و از طریق سامانه جامع تجارت به بانک مرکزی اظهار نمایند. پنج درصد باقی‌مانده به‌منظور تأمین هزینه‌هایی از قبیل بازاریابی، تبلیغات، دفاتر خارج از کشور و... در اختیار صادرکننده خواهد بود؛ اما طبق پیشنهادی که ارائه کردیم خواستار افزایش سهم هزینه‌ها تا سقف ۲۰ درصد شدیم تا امکان پوشش دادن هزینه‌ها توسط صادرکننده راحت‌تر باشد.

تعیین قیمت واقعی محصول در کمیته ارزش‌گذاری در سازمان امور گمرکی

در سنوات گذشته عمده تعرفه‌های صادراتی در کمیته تخصصی، به دلیل این که حساسیتی بر این موضوع نبوده است به‌صورت غیرواقعی از سوی گمرک تعیین می‌شد، بنابراین پیشنهاد می‌شود برای واقعی کردن تعهدات صادرکنندگان غیردولتی و واقعی شدن ارزش تعرفه‌های گمرکی، بازنگری سریع در تعیین ارزش کالاهای صادراتی با نظرات تشکل‌های تخصصی اتاق بازرگانی به عمل آید، به‌عنوان مثال ارزش صادراتی محصول خرما یک دلار و ۷۵ سنت است، در صورتی که ارزش واقعی فروش خرما در بهترین حالت با بهترین کیفیت حدود ۹۰ سنت است و صادرکننده باید ۸۵ سنت بیشتر یعنی نزدیک به دو برابر صادرات واقعی انجام‌شده، تعهد بدهد. به همین منوال کاشی دارای ارزش تعرفه

را با مراجع تصمیم‌گیری اعم از دولت، مجلس، بانک مرکزی و نیز هر مقام دولتی در کشور و استان که تصور می‌شد می‌تواند به تغییر در تصمیم‌گیری‌های شتابزده کمک کند، انجام دادیم. البته برخی اوقات مدیران سازمان توسعه تجارت و مسئولان مربوطه وعده‌هایی به‌صورت شفاهی می‌دادند مبنی بر این که صادرات محصولات کشاورزی مشمول برگشت ارز ۴۲۰۰ تومانی نمی‌شود، اما این موضوع به‌طور رسمی و مکتوب اعلام نگردید.

متأسفانه از فروردین‌ماه تاکنون از سوی بانک مرکزی، وزارت صنعت، معدن و تجارت و هیئت‌وزیران بخشنامه‌های متعددی در خصوص ارز حاصل از صادرات، ابلاغ گردیده که این بخشنامه‌ها در پی تکالیفی که برای صادرکنندگان ایجاد کرده، منجر به کاهش صادرات شده است. پیشنهاد ما در این خصوص این بود که صادرکنندگان واقعی بخش خصوصی به‌ویژه صادرکنندگان بخش کشاورزی و صنایع وابسته از این‌گونه پیمان‌سپاری ارزی معاف شوند.

در چهاردهم شهریورماه ۹۷، در مرحله تصویب آخرین بخشنامه، از اتاق بازرگانی ایران درخواست شد که به‌عنوان تشکل بخش خصوصی در مورد نحوه برگشت ارز حاصل از صادرات نظر خود را اعلام نماید، لذا مقرر شده بود این موضوع در جلسه کارگروه ارزی اتاق ایران در نوزدهم شهریورماه ۹۷ مطرح گردد که متأسفانه شب قبل از تشکیل جلسه مذکور طی بخشنامه ای از سوی بانک مرکزی مجدداً صادرکنندگان را مکلف به برگشت ارز حاصل از صادرات با روش‌های پیشنهادی خودشان نمودند و در نتیجه جلسه کارگروه ارزی در نوزدهم شهریورماه لغو شد و به این ترتیب در این خصوص نظر بخش خصوصی لحاظ نشد.

وجود امکان تسویه به‌صورت ریالی

در سنوات گذشته صادرات به کشورهای عراق، افغانستان، پاکستان، کشورهای حوزه CIS و کشورهای حوزه خلیج فارس به‌صورت ریالی بوده و بخش عمده‌ای از این صادرات به‌صورت مبادلات کالایی از بازارچه‌های مرزی صورت می‌گرفت، لذا درخواست ما این است که صادرکنندگان این حوزه از مقررات دست‌و‌پا‌نهادی مذكور معاف شوند و بر اساس بخشنامه دوم اردیبهشت ۹۷ اقدام گردد، طی جلسات متعددی با حضور نمایندگان مجلس در اتاق کرمان و بررسی دغدغه‌های بخش خصوصی مراتب به وزارت جهاد کشاورزی و سازمان توسعه تجارت، نیز اعلام گردید.

در بندهایی از بخشنامه، نحوه برگشت ارز توضیح داده شده و عنوان شده است که صادرکنندگان می‌توانند به پنج روش ارز خود را برگشت دهند:

۱. با استفاده از واردات خود در مقابل صادرات،
۲. با استفاده از واردات اشخاص ثالث در مقابل صادرات خود،
۳. از طریق فروش ارز به بانک‌ها و صرافی‌های مجاز،
۴. از طریق رفع تعهد دیون ارزی نزد بانک‌های ایرانی و خارجی،
۵. سپرده بانکی.

از آنجا که صادرکنندگان در پی تحریم‌های بین‌المللی چندین ساله اخیر یک شبکه مویرگی برگشت ارز صادراتی را ایجاد نموده‌اند و مشتری و صادرکننده برای ایجاد این شبکه هزینه هنگفتی پرداخت کرده‌اند؛ و در سامانه موجود به دلیل این که باید آمار و مشخصات مشتری، صرافی و صادرکننده ثبت شود و ممکن است مشتری خارجی نیز مشمول

در کنار مباحث بالا خوب است که به دو دغدغه بسیار مهم تأمین مالی صادرات محصولات کشاورزی و معافیت مالیاتی صادرات و اقدامات در این راستا نیز اشاره شود:

- تلفیق منابع صندوق توسعه ملی با منابع داخلی بانکها

ازجمله اقدامات اتاق کرمان در سالهای اخیر، تلاش و پیگیری برای تأمین مالی صادرات محصولات کشاورزی بوده است که امسال نیز با پیگیری اتاق و حضور در جلسات صندوق توسعه ملی و مساعدت آن ها، منابع صندوق توسعه ملی با منابع داخلی بانکها به خصوص بانکهای کشاورزی و توسعه صادرات تلفیق و پرداخت می شود که البته نرخ سود ۱۴/۵ درصد تسهیلات صندوق توسعه ملی در حوزه صادرات مناسب نیست.

به دستگاههای مربوطه پیشنهاد می شود که اگر تسهیلاتی را برای صادرکنندگان در نظر می گیرند حداقل با نرخ پایه ۱۱ مصوب صادرات باشد اگرچه، آن هم در مقایسه با نرخ تأمین مالی رقبای بین المللی ما توجیه ندارد.

دغدغه های مالیاتی

یکی دیگر از مشکلات صادرکنندگان دغدغه های مالیاتی است. در قانون اصلاح مالیاتی که از ابتدای سال ۹۵ اجرایی شده است، صادرکنندگان قبل از سال ۹۵، با قانون قبلی مشمول معافیت مالیاتی می شدند و با ابلاغ و اجرای قانون اصلاح مالیاتی صادرکنندگان مشمول نرخ صفر شدند. حال در ماده ۱۴۶ مکرر اصلاحیه قانون مالیاتهای مستقیم گفته شده که مشمولین نرخ صفر مکلفاند دفاتر و اسناد مثبت را نگهداری کنند، اما برخی از صادرکنندگان سنتی به دلیل عدم آگاهی تصور می کردند مانند قبل، می توانند با ارائه اسناد و اظهارنامه گمرکی به سازمان مالیاتی و تنها دادن اظهارنامه مالیاتی رفع تکلیف کنند و از سویی در قانون برنامه ششم بر صادرات با نرخ صفر تأکید شده است.

در برنامه پنجم توسعه هیچ تکلیفی برای صادرکنندگان وجود نداشته و مطابق قانون قبلی مالیات بوده است، از طرفی هم قانون برنامه پنجم در پایان سال ۹۴ به دلیل آماده نبودن برنامه ششم یک سال تمدید شد؛ که به همین علت بارها با سازمان مالیاتی کشور مکاتباتی را انجام دادیم و پیشنهاد داده شد که صادرکنندگانی که در سال ۹۵ هم مشمول قانون برنامه پنجم شدند، تکلیفی مبنی بر نگهداری دفاتر و تکالیف ایجاد شده در قانون اصلاحی نداشته باشند.

از سویی با پیگیری هایی که به نمایندگی از اتاق ایران در کارگروهی برای اصلاح قانون مالیاتهای مستقیم انجام داده ایم حذف بخشی از ماده ۱۴۶ مکرر که مشمولان نرخ صفر را نیز مکلف به نگهداری دفاتر و اسناد می نماید پیشنهاد داده ایم که امیدواریم به زودی طی لایحه ای از سوی دولت به مجلس تقدیم و به سرعت به تصویب مجلس برسد.

در پایان از رئیس اتاق بازرگانی کرمان و همکارانم در اتاق به دلیل پیگیری های مستمر و حمایت های همه ی دوستان تشکر ویژه دارم که اگر امروز زحمات ما به ثمر رسیده، حاصل حمایت های آن ها بوده، همچنین از همراهی های نمایندگان مردم استان در مجلس، آقای رزم حسینی استاندار سابق، آقای دکتر فدایی سرپرست استانداری کرمان، مدیران دستگاه های

دولتی و مسئولان مرتبط قدردانی و تشکر می نمایم. ●

صادراتی، ۴ دلار در هر مترمربع است؛ اما کاشی باقیمت واقعی یک دلار در هر مترمربع به فروش می رسد، به این ترتیب ۴ برابر ارزش کالا برای صادرکننده تعهد ایجاد می شود که درخواست فوری تعیین ارزش واقعی محصولات را ارائه داده ایم.

کارت های بازرگانی اجاره ای

در چند سال اخیر واردات بی رویه و قاچاق کالا به یکی از معضلات عرصه تجارت کشور تبدیل شده و کارت بازرگانی به عنوان یکی از ابزارهای اصلی تجارت فرامرزی در روند قاچاق کالا از مبادی رسمی تأثیر به سزایی داشته است؛ مواردی چون فرار مالیاتی گسترده، انباشت بدهی های گمرکی، کاهش درآمدهای دولتی و تضییع حقوق بیت المال، نابسامانی فضای اقتصادی، تولید داخلی و کسب و کار و ... بخشی از معضلات کارت های بازرگانی اجاره ای است.

از آنجا که دستورالعمل های مبنی بر قانون صادرات و واردات در فروردین ماه هر سال توسط سازمان توسعه تجارت ایران ابلاغ می شود و هم زمان تجار و بازرگانان کشور، فعالیت های خود را با این دستورالعمل ها تطبیق می دهند، قطعاً بیشتر تجار و بازرگانان قراردادهای سال ۹۷ خود را منعقد نموده اند، لذا پیشنهاد می گردد اجرای این دستورالعمل به ابتدای سال ۹۸ موکول گردد.

در نهایت امیدواریم با تأثیرگذاری پیگیری های انجام شده و پیشنهاد های ارائه شده، پاره ای از صدمات ناشی از بخشنامه ها و تصمیمات شتابزده دولت سریعاً جبران شود.

در سنوات گذشته عمده تعرفه های صادراتی در کمیته تخصصی، به دلیل این که حساسیتی بر این موضوع نبوده است به صورت غیر واقعی از سوی گمرک تعیین می شد، بنابراین پیشنهاد می شود برای واقعی کردن تعهدات صادرکنندگان غیردولتی و واقعی شدن ارزش تعرفه های گمرکی، بازنگری سریع در تعیین ارزش کالاهای صادراتی با نظرات تشکل های تخصصی اتاق بازرگانی به عمل آید، به عنوان مثال ارزش صادراتی محصول خرما یک دلار و ۷۵ سنت است، در صورتی که ارزش واقعی فروش خرما در بهترین حالت با بهترین کیفیت حدود ۹۰ سنت است و صادرکننده باید ۸۵ سنت بیشتری یعنی نزدیک به دو برابر صادرات واقعی انجام شده، تعهد بدهد.

بررسی مبادلات تجاری کشور جمهوری آفریقای جنوبی با جهان، ایران و استان کرمان

< معصومه سعید *

مدیر توسعه بازار و بهبود فضای
کسب‌وکار اتاق کرمان



را کشوری با زیرساخت‌های اقتصادی بسیار قوی برشمرد. سارا دین، IT و ICT و بخش گردشگری را از حوزه‌های بسیار مهم برای همکاری‌های مشترک عنوان و اعلام نمود که قابلیت‌ها و ظرفیت‌های استان کرمان به فعالان اقتصادی آفریقای جنوبی منعکس خواهد شد. در پایان هر دو طرف اعلام آمادگی کردند که از طریق شورا یا انجمن و یا میز مشترک، زمینه توسعه فعالیت‌های اقتصادی، تجاری و سرمایه‌گذاری طرفین مورد بررسی قرار گیرد، در حال حاضر هماهنگی‌های لازم برای ایجاد میز مشترک کرمان-آفریقای جنوبی در حال پیگیری است. در ادامه به‌منظور آشنایی کلی با وضعیت مبادلات تجاری کشور جمهوری آفریقای جنوبی با جهان، ایران و استان کرمان، اطلاعاتی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

اطلاعات اساسی کشور جمهوری آفریقای جنوبی

جمعیت: ۵۶ میلیون نفر

مساحت: ۱۲۱۹۰۹۰ کیلومترمربع

پایتخت: پرتوریا

زبان رسمی: ۱۱ زبان رسمی، انگلیسی و آمریکایی در سراسر کشور

دین و مذهب: مسیحی ۸۰٪، فاقد گرایش مذهبی ۱۵٪، مسلمان - یهودی و هندو ۳٪

شهرهای مهم: کیپ تاون، ژوهانسبورگ، دوربان

GDP بر اساس برابری قدرت خرید: ۷۵۷ میلیارد دلار (۲۰۱۷)

GDP بر اساس نرخ رسمی ارز: ۰/۷ (۲۰۱۷)

نرخ تورم: ۵/۴ درصد

درآمد سرانه: ۱۳۴۰۰ دلار

حجم سرمایه‌گذاری خارجی: در داخل ۱۳۹ میلیارد دلار، در خارج ۱۷۶ میلیارد دلار

ذخایر ارزی و طلا: ۴۸ میلیارد دلار

بودجه جاری: درآمد ۹۲/۴ میلیارد دلار، هزینه ۱۰۳ میلیارد دلار

کسری بودجه (درصد): GDP ۳/۲

از اردیبهشت‌ماه سال جاری، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان از سوی اتاق بازرگانی ایران به‌عنوان معین کشور آفریقای جنوبی انتخاب گردید. در گام اول برای برنامه‌ریزی‌های لازم در جهت توسعه روابط اقتصادی و تجاری کرمان و آفریقای جنوبی، پس از بررسی وضعیت مبادلات تجاری کشور آفریقای جنوبی، از بخش اقتصادی سفارت آفریقای جنوبی دعوت به عمل آمد تا راه‌کارهای توسعه همکاری‌های اقتصادی و تجاری طی نشست در کرمان مورد بررسی قرار گیرد.

در این نشست آقای مهندس زاده رئیس اتاق بازرگانی کرمان، آفریقای جنوبی را کشوری بسیار مهم با اقتصادی بزرگ در بین اتحادیه کشورهای آفریقایی عنوان کرد. وی میزان تبادل تجاری استان را با آفریقای جنوبی رضایت‌بخش ندانست و اعلام نمود این استان آمادگی کامل برای صادرات محصولاتی مانند خرما، پسته، فرش دستباف، تجهیزات برقی، روغن صنعتی، کاشی و سرامیک و ... به آفریقای جنوبی را دارد. یکی دیگر از زمینه‌های همکاری مشترک، اکتشاف و استخراج معادن و ساخت تجهیزات معدنی است که آفریقای جنوبی و استان کرمان می‌توانند در همکاری‌های مشترک و مؤثر به نتایج مطلوبی دست یابند.

یکی دیگر از مشاهدات آفریقای جنوبی و استان کرمان، تنوع اقلیم است که با توجه به متفاوت بودن دوره سرما و گرما در آفریقای جنوبی و کرمان، امکان صدور محصولات کشاورزی را تقویت می‌کند.

خانم سارا دین، رایزن اقتصادی سفارت آفریقای جنوبی، ضمن اعلام روابط سیاسی بسیار خوب ایران و آفریقای جنوبی در سالیان متممادی، از توسعه همکاری‌های مشترک بین کرمان و این کشور استقبال نمود.

وی همکاری‌ها در ارتباط با صنایع اتومبیل‌سازی و قطعات یدکی، تأمین محصولات در ارتباط با صنایع غذایی در فصل زمستان، همکاری‌های مشترک در زمینه تکنولوژی معدن و ماشین‌آلات را یادآور شد و کیفیت خرما استان کرمان را بی‌نظیر دانست و خواستار صادرات این محصول به آفریقای جنوبی شد.

خانم دین از آفریقا به‌عنوان دروازه ورود به قاره آفریقا یادکرد و این کشور

محصولات عمده کشاورزی: ذرت، گندم، نیشکر، میوه‌ها، سبزی‌ها، گوشت گاو، گوسفند و مرغ، پشم، محصولات لبنی.
 محصولات عمده صنعتی: معدن (بزرگ‌ترین تولیدکننده طلا، پلاتین و کرومیت)، مونتاژ اتومبیل، ماشین‌آلات، محصولات فلزی، منسوجات، آهن و فولاد، مواد شیمیایی، کود، مواد غذایی.
 محصولات عمده معدنی: شامل طلا، الماس، اورانیوم، پلاتین، زغال‌سنگ، سنگ مس، نیکل، قلع، گاز طبیعی، کرومیت، وانادیوم، نمک و نقره.

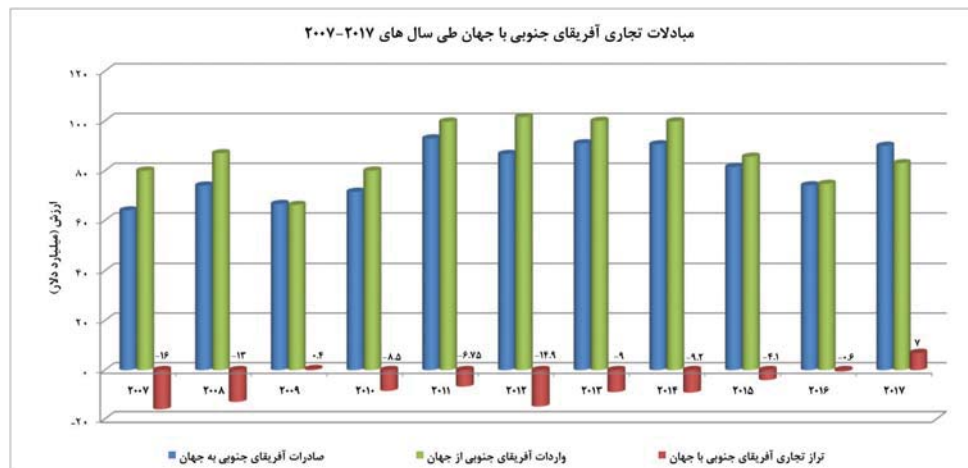
نوع پول و برابری با دلار: ۱ دلار = ۱۳,۶۷۷ ریال (زر)
 بدهی خارجی: ۱۴۴ میلیارد دلار

آفریقای جنوبی در سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای از جمله سازمان ملل و ارگان‌های وابسته، اتحادیه آفریقا، جنبش غیر متعهدها، سازمان کشورهای مشترک‌المنافع، جامعه توسعه جنوب آفریقا (سادک)، جامعه همکاری‌های منطقه‌ای کشورهای حاشیه اقیانوس هند (IOR)، سازمان تجارت ARC جهانی، گروه ۷۷ و انکتاد عضویت دارد.



مبادلات تجاری آفریقای جنوبی با جهان

نمودار شماره ۱- مبادلات تجاری آفریقای جنوبی با جهان طی سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۷



| کشور مقصد صادراتی آفریقای جنوبی | سهم از صادرات | کشور مبدأ وارداتی آفریقای جنوبی | سهم از واردات |
|---------------------------------|---------------|---------------------------------|---------------|
| چین | ۹٫۶٪ | چین | ۱۸٫۳٪ |
| ایالات متحده آمریکا | ۷٫۵٪ | آلمان | ۱۱٫۶٪ |
| آلمان | ۷٫۱٪ | آمریکا | ۶٫۶٪ |
| ژاپن | ۴٫۷٪ | هند | ۴٫۷٪ |
| هند | ۴٫۷٪ | عربستان سعودی | ۴٫۶٪ |
| بوتسوانا | ۴٫۳٪ | ژاپن | ۳٫۴٪ |
| نامیبیا | ۴٪ | تایلند | ۳٪ |

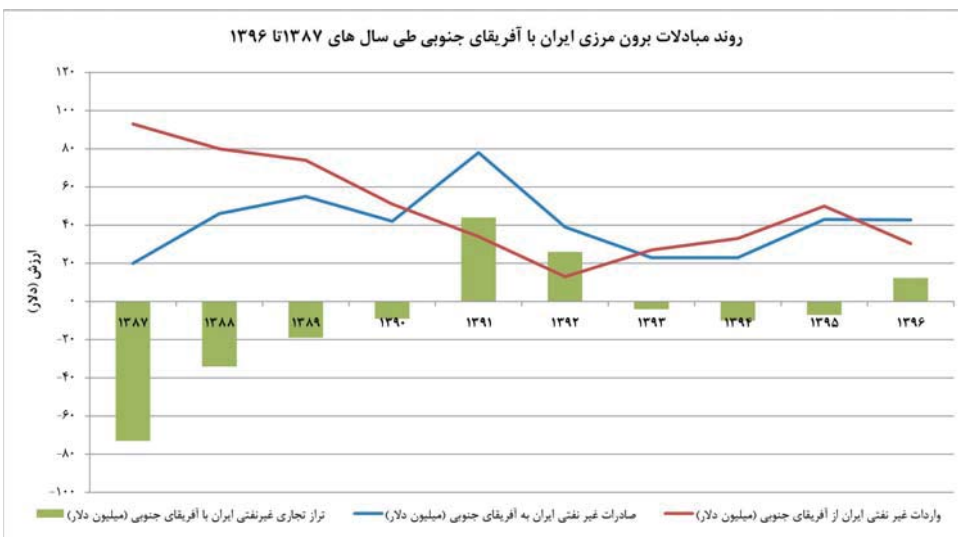
جدول شماره ۱- کشورهای عمده مقصد صادراتی و مبدأ وارداتی آفریقای جنوبی در سال ۲۰۱۷

ایران در سال ۲۰۱۷ با واردات ۴۱٫۷ میلیون دلاری از آفریقای جنوبی، رتبه ۹۲ در واردات و با صادرات ۳۰٫۴ میلیون دلاری به آن کشور، رتبه ۸۵ در صادرات را کسب نموده است.

| اقلام عمده صادراتی آفریقای جنوبی | ارزش (میلیارد دلار) | اقلام عمده وارداتی آفریقای جنوبی | ارزش (میلیارد دلار) |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------------------------|---------------------|
| زغال سنگ | ۵٫۶ | نفت خام و روغن‌های حاصل از مواد معدنی | ۲ |
| طلا | ۵٫۲ | روغن‌های سبک و فرآورده‌های آن | ۴٫۴ |
| فروکروم | ۳ | دستگاه‌های تلفن باسیم | ۱٫۷ |
| سنگ آهن و کنستانتره | ۳ | دارو | ۱٫۴ |
| وسایل نقلیه موتور برای حمل و نقل کالا | ۲٫۷ | وسایل نقلیه با موتور پیستونی | ۱٫۱ |
| سنگ منگنز | ۲٫۶ | وسایل نقلیه با موتور پیستونی تناوبی | ۱ |
| وسایل نقلیه با موتور پیستونی | ۲٫۴ | دستگاه‌های مخابراتی | ۱ |
| روغن‌های نفتی سبک و فرآورده‌های آن | ۲٫۳ | ماشین‌های پردازش | ۰٫۸ |
| پلاتین | ۲٫۲ | وسایل نقلیه با موتور پیستونی درون‌سوز | ۰٫۸ |
| سنگ کروم | ۲٫۲ | هواپیما و سایر وسایل نقلیه هوایی | ۰٫۶ |
| | | اکسید آلومینیوم | ۰٫۵ |

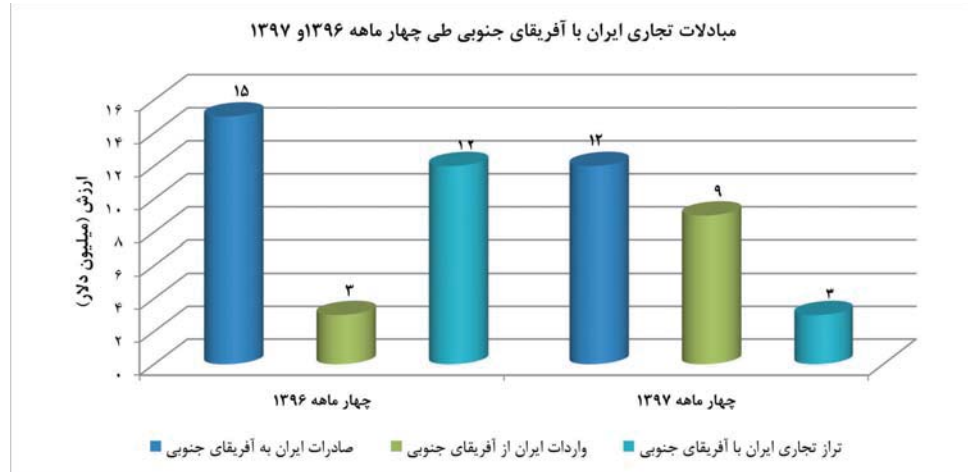
جدول شماره ۲- اقلام عمده صادراتی و وارداتی آفریقای جنوبی به جهان در سال ۲۰۱۷

مبادلات تجاری آفریقای جنوبی با ایران

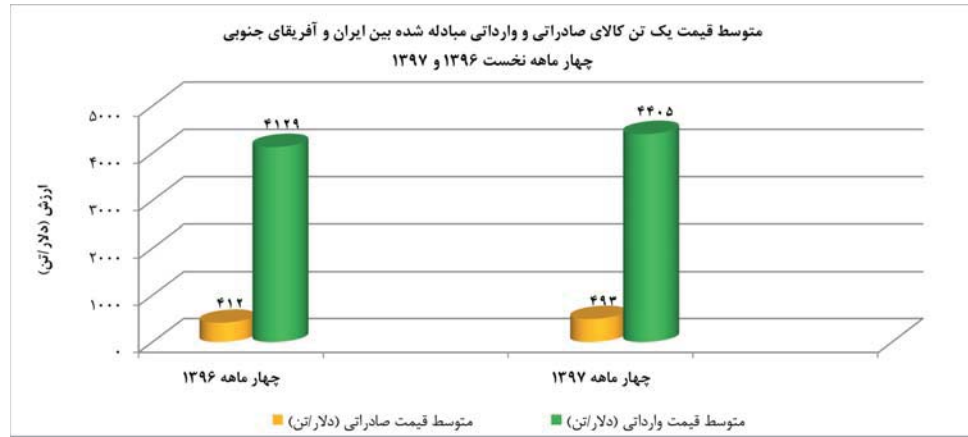


نمودار شماره ۲- روند مبادلات برون مرزی ایران با آفریقای جنوبی طی سال های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶

نمودار شماره ۳- مبادلات تجاری ایران با آفریقای جنوبی طی چهارماهه نخست سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷



نمودار شماره ۴- متوسط قیمت یک تن کالای صادراتی و وارداتی مبادله شده بین ایران و آفریقای جنوبی در چهارماهه نخست ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷

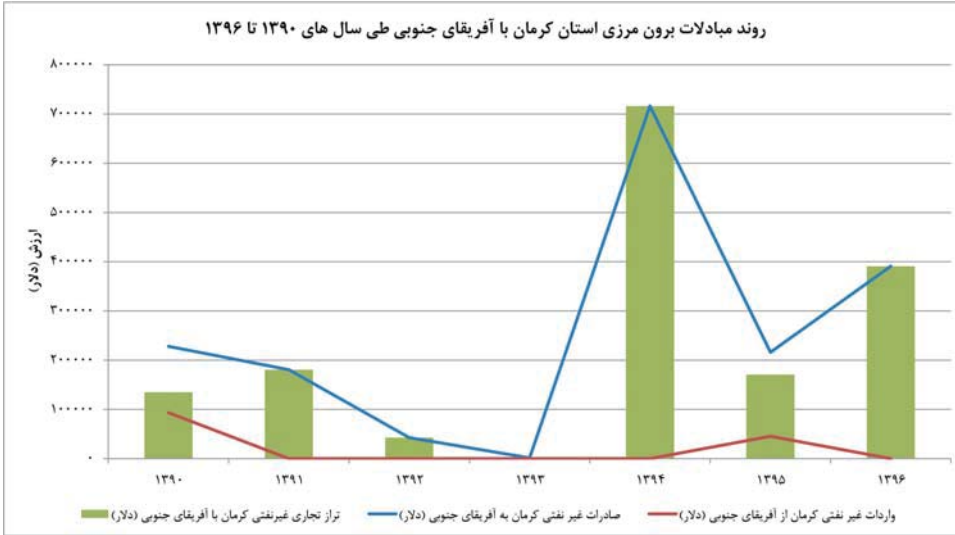


جدول شماره ۳- اقلام عمده صادراتی و وارداتی ایران با آفریقای جنوبی در سال ۱۳۹۶

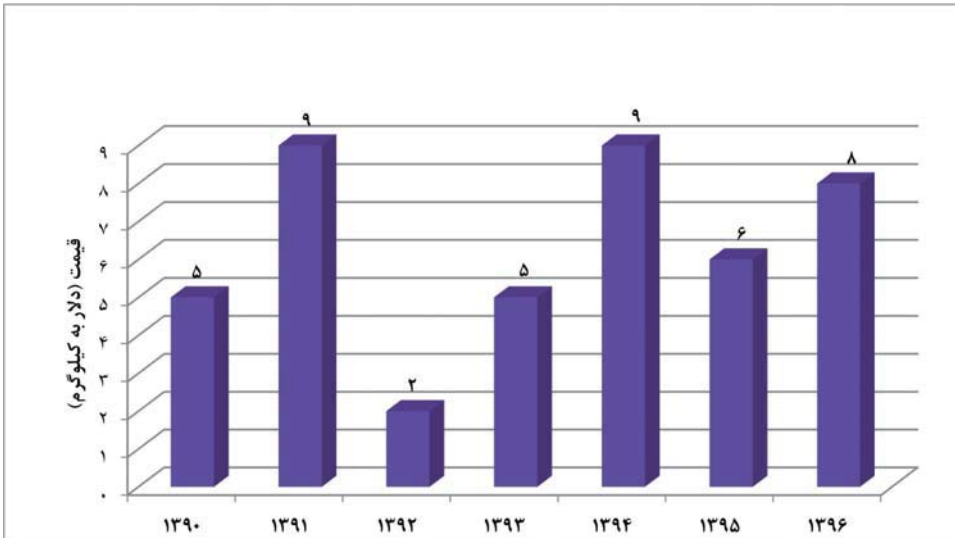
| اقلام عمده صادراتی ایران به آفریقای جنوبی | ارزش (میلیون دلار) | اقلام عمده وارداتی ایران از آفریقای جنوبی | ارزش (میلیون دلار) |
|---|--------------------|--|--------------------|
| انواع کف‌پوش‌ها | ۱۴.۷ | ماده آمالگام (Amalgams) | ۱۴.۲ |
| بوئان مایع‌شده | ۹ | دامپرها برای استفاده در خارج از شاهراه‌ها | ۳.۲ |
| قیر نفت | ۶.۴ | محصولات از فولاد زنگ‌نزن تخت فقط سرد نوردشده | ۱.۴ |
| اوره | ۵.۳ | ماشین‌های مخلوط کردن یا ورز دادن خاک | ۱.۱ |
| وازلین | ۰.۵ | انواع تخته فیبری از چوب | ۰.۸ |
| خرمای تازه یا خشک | ۰.۵ | ماشین‌های چورکردن، غربال کردن، جدا کردن یا شستن خاک، سنگ و کلوخه‌ها و سایر مواد معدنی جامد | ۰.۶ |
| موم پارافین | ۰.۳ | سنگ تیتان | ۰.۵ |
| فرمولیبدن | ۰.۴ | سنگ کروم | ۰.۵ |
| اندوهای بنایی | ۰.۳ | عصاره درخت ابریشم یا شب حسب | ۰.۴ |
| بیتومن انامل | ۰.۳ | انواع نخ‌های پلی‌استر | ۰.۳۵ |

مبادلات تجاری آفریقای جنوبی با استان کرمان

(توضیح: سهم استان کرمان از صادرات جمهوری اسلامی ایران به آفریقای جنوبی در سال ۱۳۹۶ برابر با یک درصد می‌باشد.)



نمودار شماره ۵ - روند مبادلات برون مرزی استان کرمان با آفریقای جنوبی طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶



نمودار شماره ۶ - متوسط قیمت یک کیلوگرم کالای صادراتی از استان کرمان به آفریقای جنوبی طی سال های ۱۳۹۰-۱۳۹۶

| ردیف | تعارف/فصل کالایی | شرح تعارفه | ارزش دلاری | |
|------|------------------|---------------------------------|------------|----------|
| | | | سال ۱۳۹۵ | سال ۱۳۹۶ |
| ۱ | ۰.۸۰۲۵ | پسته و مغز پسته | ۱۴۰۵۹۲ | - |
| ۲ | ۷۲ | چدن، آهن و فولاد | ۴۵۶۰۰ | ۱۲۶۳۰۰ |
| ۳ | ۳۹ | پلاستیک و اشیاء ساخته شده از آن | ۲۵۲۹۰ | - |
| ۴ | ۰.۸۰۴۱ | خرما خشک و تازه | ۴۴۹۱ | ۱۶۱۴۳ |

جدول شماره ۴ - اقلام صادراتی استان کرمان به آفریقای جنوبی در سال های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶



عبور از رکود با شرکت‌های خدمات صادرات در ایران

< صادق نخعی

رئیس کمیسیون بازرگانی انجمن سنگ، مدیرعامل شرکت مدیریت صادرات ساحران تجارت کامرانیا



اقتصادی- فرهنگی و اجتماعی و اجرایی شدن بند ۲ برنامه مصوب اقتصاد مقاومتی در خصوص پیشبرد «برون‌گرایی اقتصاد و توسعه صادرات غیرنفتی» موتور محرکه رشد اقتصادی و توسعه پایدار کشور خواهد بود. حضور مداوم در بازارهای بین‌المللی برای بسیاری از کشورها به لحاظ سیاسی و اقتصادی دارای اهمیت بوده و به‌عنوان شاخصی در عملکرد بین‌المللی آن‌ها به حساب می‌آید؛ لذا با توجه به پیچیدگی امر و افزایش حساسیت رقابتی، تصمیم‌گیری مطلوب از اهمیت بالایی برخوردار شده است.

توجه به این نکته دارای اهمیت است که ایجاد فرهنگ و بلوغ استفاده از خدمات شرکت مدیریت صادرات به‌صورت پذیرش مشترک ریسک توسط تولیدکننده و شرکت مدیریت صادرات از جمله مسائلی

است که در حوزه صادرات کشور مغفول مانده است.

با اعلام تعریف و تدوین بسته حمایت از شرکت‌های مدیریت صادرات توسط سازمان توسعه تجارت ایران و ایجاد نگرش تخصصی به کار صادرات در کشور در سال‌های اخیر، کار تخصصی صادرات و برون‌سپاری حرفه‌ای به شرکت‌های مدیریت صادرات در کشور در حال بررسی و انجام مراحل اولیه است. به عقیده کارشناسان حوزه تجارت، بررسی نقاط ضعف و قوت شرکت‌های مدیریت صادرات و کنسرسیوم‌های صادراتی در مستندات پیشنهادی سازمان توسعه تجارت نشان‌دهنده اثربخشی بالای کار تخصصی این مجموعه‌ها در توسعه صادرات ایران دارد.

ایران به‌رغم پیشرفت‌هایی که در امر صادرات غیرنفتی تجربه کرده است، از توجه و فرهنگ‌سازی برای برخی زیرساخت‌های تجاری بی‌بهره مانده که شرکت‌های خدمات صادرات نمونه‌ای از این موارد است.

طبق آمار وزارت صنعت معدن و تجارت در حال حاضر ۷ هزار و ۵۰۰ واحد صنعتی راکد و ۲ هزار واحد صنعتی نیمه‌فعال در کشور وجود دارد که فقدان منابع مالی و انسانی برای مدیریت صادرات، اولویت دادن سرمایه‌گذاران به تأمین مواد اولیه، توجه کم به بازاریابی، دانش کم نسبت به بازارها، نداشتن دیدگاه علمی و نوین نسبت به شناخت بازار و مخاطب مهم‌ترین نقاط ضعف بنگاه‌های کوچک و متوسط در حال حاضر است.

حال در زمانی که بازار داخلی اشباع شده و یا اشتیاق به محصولی در بازارهای خارجی بیشتر دیده می‌شود بیشتر تولیدکنندگان به سمت صادرات روی می‌آورند، اما صادرات کور. لذا حضور در بازارهای خارجی یک تصمیم راهبردی به حساب می‌آید، بنابراین یک شرکت قبل از تصمیم‌گیری درباره گسترش فعالیت‌های خود به خارج از مرزهای کشور باید درک روشنی از محیط بازاریابی بین‌المللی داشته باشد به‌منظور رفع این نیاز و توسعه فعالیت‌های شرکت‌های صادراتی، شرکت‌های ارائه‌کننده خدمات بازاریابی صادراتی می‌توانند خدمات مفیدی را ارائه نمایند.

بی‌شک توسعه صادرات بر اساس قانون برنامه‌های توسعه

خواهد بود. در ایران شرکت تولیدی حاضر به پذیرش ریسک بازار صادرات نیستند و اساساً شرکت مدیریت صادرات را برای پذیرش ریسک بازارهای هدف نیاز دارند، لذا شرکت مدیریت صادرات با تأمین مالی پروژه صادرات توسط خود، تمام یا بخشی از ریسک صادرات تولیدکننده را پذیرفته است و درواقع با سرمایه خود صادرات یک تولیدکننده را توسعه داده است؛ این مدل عملکرد در شرکت‌های واسطه صادراتی تجاری مرسوم است و شرکت مدیریت صادرات علاوه بر تأمین مالی تعهد و پایبندی یک شرکت مدیریت صادرات به تولیدکننده را نیز دارد.

شرکت مدیریت صادرات EMC یک شرکت کاملاً مستقل است که مانند یک دپارتمان انحصاری فروش صادراتی برای صادرکننده‌ها عمل می‌کند و اغلب یک قرارداد رسمی جهت مدیریت امر صادرات شرکت‌ها با آن‌ها می‌بندد؛ در بعضی موارد شرکت مدیریت صادرات نمایندگی تمام محصولات خط تولید آن‌ها را می‌پذیرد و گاهی بخشی از محصولات را تقبل می‌نماید.

شرکت‌های مدیریت صادرات نباید با شرکت‌های تجارت صادرات (ETC) که معمولاً به دنبال پیدا کردن مشتریان خارجی هستند و هیچ تعهدی به صادرکننده ندارند، اشتباه شوند. تعهد در قبال حفظ رابطه بلندمدت با تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ماهیت شرکت مدیریت صادرات را از سایر واحدهای تجاری متمایز می‌نماید؛ یکی از تعهدات شرکت‌های مدیریت صادرات در راستای شناسایی و انگیزش تقاضای بازارهای بین‌المللی و همچنین نحوه پردازش و پاسخ صحیح به تقاضای بازارهای خارجی به بنگاه‌ها، خدمات ارائه می‌دهد و به عبارتی موجب تسهیل تجارت خارجی بنگاه‌های تولیدی-صادراتی می‌شود.

لازم به ذکر است روابط میان شرکت‌های واسطه صادراتی و تولیدکننده‌ها، یک رابطه دوسویه و برد-برد خواهد بود؛ چراکه شرکت مدیریت صادرات هم از ایجاد رابطه بلندمدت بین صادرکننده و خریدار سود می‌برد و نتیجه هم‌افزایی این ارتباط نیز، نیل به یکی از اهداف مهم توسعه اقتصادی یعنی توسعه صادرات غیرنفتی خواهد بود. بعضی از شرکت‌های EMC شبیه به یک نمایندگی عمل می‌کنند، به طوری که در یک بازار حضور پیدا کرده و به دنبال جذب مشتریان خارجی هستند، ولی با نام خود صادرکننده اصلی فعالیت می‌کنند. فاکتورها به نام خود تولیدکننده صادر می‌شود و به تولیدکننده در تمامی مراحل و جزئیات انجام صادرات کمک می‌کند. در این حالت صادرکننده خود ریسک عدم پرداخت پول را می‌پذیرد و ممکن است قیمت را به تولیدکننده پیشنهاد دهد، ولی در این حالت اخذ تصمیم و تعیین قیمت نهایی توسط تولیدکننده انجام می‌شود.

در سایر موارد شرکت‌های مدیریت صادرات همانند یک توزیع‌کننده عمل می‌کنند. در اغلب موارد شرکت مدیریت صادرات به‌مثابه یک توزیع‌کننده انحصاری است، به طوری که محصول را از تولیدکننده با یک قیمت ثابت و توافقی می‌خرد و سپس به مشتری خارجی با قیمت موردنظر خودش می‌فروشد. در این حالت شرکت مدیریت صادرات خود مسئول صدور فاکتور و پذیرش ریسک عدم پرداخت

شرکت‌های مدیریت صادرات بسته به شرایط و نیاز می‌توانند مدیریت تمام یا بخشی از فعالیت‌های صادراتی بنگاه‌های کوچک و متوسط را به عهده بگیرند. این شرکت‌ها در آمریکا به EMC، در اروپا با نام trading house و در ژاپن و کشورهای جنوب شرقی آسیا با نام General trading Company یا سوگوشوشا شناخته می‌شوند که در تمام دنیا خدمات تقریباً مشابهی را ارائه می‌دهند.

با توجه به تجربه سایر کشورها در زمینه ایجاد شرکت‌های مدیریت صادرات، شرکت‌های مدیریت صادرات ژاپنی یا سوگوشوشا، شرکت‌های مدیریت صادرات کره جنوبی یا چائولها و سوگوشوشای آمریکایی نیاز به توسعه کمی شرکت‌های مدیریت صادرات و کنسرسیوم‌های صادراتی را به‌عنوان یک مدل توسعه صادرات برای همه کشورها خاطرنشان می‌کنند، منتها برخی مشکلات فکری و معضلات قانونی در ایران، مسیر تشکیل و توسعه این شرکت‌ها را سخت و ناهموار نموده است.

لازم به ذکر است، یکی از عوامل توسعه این مدل در کشور می‌تواند سیاست‌های تشویقی در استفاده از خدمات شرکت‌های مدیریت صادرات به شرکت‌های تولیدی باشد، ولی اختصاص جایزه صادراتی و مشوق‌ها در قبال استفاده از خدمات شرکت مدیریت صادرات که در طرح اولیه سازمان توسعه تجارت دیده شده بود، در عمل آثار چندانی به‌جای نگذاشته است.

همچنین یکی از نکات مهم در حوزه توسعه شرکت‌های خدمات صادراتی، ارائه تسهیلات و تأمین سرمایه ارزان‌قیمت به این شرکت‌ها

خدمات یک شرکت مدیریت صادرات بسیاری از جنبه‌های مربوط به صادرات از جمله انجام تحقیقات بازار، ترتیب امور حمل‌ونقل، تعیین توزیع‌کننده یا نماینده خارجی، حضور در نمایشگاه‌های خارجی، انجام امور مربوط به تبلیغات، تنظیم اسناد و صورت حساب‌ها را پوشش می‌دهد. به‌طور کلی خدماتی را که برای شرکت‌های مدیریت صادرات برشمرده‌اند به دو دسته تقسیم می‌شود یک دسته خدماتی است که برای ایجاد تقاضا در بازارهای بین‌المللی است و دسته دیگر خدماتی است که شرکت‌های مدیریت صادرات به بنگاه‌های کوچک و متوسط ارائه می‌دهند تا آن‌ها را در پاسخ به تقاضای مشتریان بین‌المللی یاری دهند.

از این رهگذر می‌توان به صادرات به بیشتر کشورهای جهان و رشد فزاینده صادرات واحدهای تولیدی تحت پوشش این مجموعه و در پی آن ایجاد اشتغال صدها نفر به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم نام برد. این شرکت‌ها در راستای گسترش بازارهای صادراتی و با توجه به توانایی خود در امر بازاریابی بین‌المللی و نیاز مبرم واحدهای تولیدی به عملیات تخصصی صادراتی از آمادگی لازم جهت توسعه محصولات و بازارهای واحدهای تحت پوشش خود برخوردار هستند.

یکی دیگر از خدمات شرکت‌های مدیریت صادرات باهدف کمک به شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای فناور در قالب انجام پژوهش جهت شناسایی بازار هدف؛ تشخیص کمی و کیفی ویژگی‌های محصول موردنیاز در بازار هدف، خدمات بازاریابی و خلق بازار در داخل و خارج از کشور، شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی و عمومی داخل و خارج به‌عنوان نمایندگان سایر کمپانی‌ها، کمک به تنظیم قراردادهای فروش، مذاکرات تجاری و عضویت در شبکه‌های توزیع خارجی، تبادل انتقال فناوری، تبادل ارز و بازاریابی محصولات فناورانه‌شان (مخصوصاً در بازارهای خارجی) است که با کمک این شرکت‌های مدیریت صادرات تاکنون چندین قرارداد فروش محصول و ایده فناورانه با واحدهای صنعتی و سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی منعقد شده است.

فعالیت‌ها و خدمات تخصصی که شرکت‌های مدیریت صادرات ارائه می‌دهند به‌صورت مختصر عبارت است از:

- انجام کلیه اقدامات مشتمل بر ایجاد تقاضا در بازارهای بین‌المللی شامل:
- انجام تحقیقات بازاریابی بین‌المللی (صادراتی) به‌منظور شناسایی و انتخاب بازار هدف مناسب،
- تعیین ویژگی‌های کمی و کیفی محصول موردنیاز متناسب با بازار هدف انتخابی،
- کمک به تدوین استراتژی محصول، قیمت‌گذاری، تبلیغات و ترفیحات،
- شناسایی و انتخاب توزیع‌کننده،
- مذاکره برای کسب مجوزهای لازم،
- آموزش توزیع‌کنندگان در مورد نحوه بازاریابی هر محصول خاص،
- ارائه خدمات پس از فروش،
- انجام کلیه اقدامات لازم جهت پاسخ به تقاضای موجود و یا ایجاد شده در بازارهای بین‌المللی شامل
- تهیه اسناد و مدارک موردنیاز صادرات،
- مارک گذاری و بسته‌بندی محصول صادراتی،
- تعیین دقیق هزینه‌های بیمه، حمل‌ونقل و ...،
- خدمات انبارداری،
- هماهنگی امور حمل‌ونقل،
- کنترل کیفی محصولات،
- مدیریت امور مالی و ریسک. ●

کلیدواژه: شرکت مدیریت صادرات (EMC)، تحقیقات بازاریابی بین‌المللی، خدمات بازاریابی و خلق بازار، سوگوشا

است. در این موارد تولیدکننده هیچ کنترلی بر قیمت صادراتی ندارد، حتی ممکن است مشتری خارجی را نیز نشناسد.

خدمات یک شرکت مدیریت صادرات بسیاری از جنبه‌های مربوط به صادرات از جمله انجام تحقیقات بازار، ترتیب امور حمل‌ونقل، تعیین توزیع‌کننده یا نماینده خارجی، حضور در نمایشگاه‌های خارجی، انجام امور مربوط به تبلیغات، تنظیم اسناد و صورت‌حساب‌ها را پوشش می‌دهد. به‌طورکلی خدماتی را که برای شرکت‌های مدیریت صادرات برشمرده‌اند به دو دسته تقسیم می‌شود یک دسته خدماتی است که برای ایجاد تقاضا در بازارهای بین‌المللی است و دسته دیگر خدماتی است که شرکت‌های مدیریت صادرات به بنگاه‌های کوچک و متوسط ارائه می‌دهند تا آن‌ها را در پاسخ به تقاضای مشتریان بین‌المللی یاری دهند.

بر اساس مجموعه مطالعات، بررسی‌ها و استفاده از نظرات خبرگان بازاریابی کشور، چهار خرده نظام به‌منظور حمایت از مؤسسات خدمات بازاریابی وجود دارد که عبارت است از: نظام قانون‌گذاری؛ نظام حمایت و پشتیبانی، نظام اطلاع‌رسانی و نظام نظارت و ارزیابی. همچنین حمایت‌های موردنیاز این مؤسسات در شش دسته طبقه‌بندی شده است که عبارت‌اند از: مشاوره‌ای، اطلاعاتی، حقوقی، پژوهشی، آموزشی، مالی و پشتیبانی. علاوه بر این رتبه‌بندی این حمایت‌ها نیز مشخص شد.

نتایج مطالعات اقتصادی در زمینه بنگاه‌های واسطه صادراتی حاکی از این است که فراهم‌سازی زیرساخت‌های صادرات، جهت‌گیری به سمت بازارهای صادراتی و اجرای تحقیقات بازار، استفاده از تکنیک‌های مؤثر بازاریابی و ایجاد وجهه و مهارت برقراری ارتباط و چانه‌زنی از شرایط اولیه موفقیت در امر صادرات برای SMEs (بنگاه‌های کوچک و متوسط) است.

در این کارزار با شناسایی تمامی مشکلات تولیدکنندگان و از آن‌طرف تحلیل بازارهای هدف بین‌المللی که تشنه تولیدات باکیفیت اما گمنام ایران هستند مجموعه‌ای به نام شرکت مدیریت صادرات (EMC) تمام عملیات صادرات از قبیل تحقیقات بازاریابی، تبلیغات، حمل‌ونقل فیزیکی کالا و غیره را با انعقاد قرارداد با تولیدکنندگان انجام می‌دهد و تولیدکنندگان می‌توانند بدون درگیری مستقیم با امور بازرگانی، با استفاده از خدمات این شرکت برای خود واحد بازرگانی ایجاد نمایند و از مزیت‌هایی چون دسترسی سریع به اطلاعات بازارهای خارجی، صرفه‌جویی در هزینه راه‌اندازی یک واحد بازرگانی و صادرات بین‌المللی بهره‌جویند. این شرکت با عقد قرارداد با شرکت‌های تولیدی مستعد، کلیه امور مربوط به صادرات اعم از فروش، خدمات ترویجی، شرکت در نمایشگاه‌ها، بازاریابی الکترونیکی، مدیریت ارتباط با مشتریان، پاسخ‌گویی به ایمیل‌ها، ارتباط مداوم و نزدیک با مشتریان را عهده‌دار است و با تکیه بر پتانسیل حاصله، اقدام به تحقیقات بازاریابی و صادرات به کشورهای مختلف جهان می‌نماید. به‌عبارت‌دیگر این مجموعه با اعتقاد بر کار تخصصی در زمینه تولید و فروش، با طراحی مدلی خلاقانه با استفاده از توان تولیدکنندگان خوب کشور و توان بالای بازاریابی و فروش صادراتی مجموعه خود، دو بال را برای پرواز به‌سوی اهداف والای صادراتی فراهم می‌نماید.

واردات سنگ در چین

< نوشین عبداللهزاده

کارشناس ارشد و عضو کمیسیون روابط عمومی انجمن سنگ



صنعت ساختمان‌سازی جایگاه مهمی در اقتصاد چین دارد، پرجمعیت‌ترین کشور جهان زوال بازار در سال ۲۰۱۵ را به علت کاهش رشد اقتصادی در صنعت ساختمان برای اولین بار طی چندین سال نشان داد. چین در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴، حدود ۱/۸ میلیارد مترمکعب در سال ساخت‌وساز کرده است، این رقم برابر با یک‌سوم تولید جهانی است. این کشور تقاضای ۵۵ درصد تولید سیمان در جهان را داشته است. به عبارت دیگر، چین هر ساله یک منطقه معادل کل ساخت‌وساز در اسپانیا یا بریتانیا را ایجاد می‌کند.

عمده فعالیت‌ها (حدود ۸۵٪) در شهرهای ساحلی شرقی متمرکز است، با این وجود، رشد بیشتر در شهرهای کم‌اهمیت‌تر (چنگدو، چونگ کینگ، چانگچون) دیده شده است که برای شهرهای اصلی (پکن، شانگهای) زیان‌آور است و تغییر وضعیت آینده را نشان می‌دهد. سال ۲۰۱۵ برای صنعت ساخت‌وساز در چین دشوار بود و یک شکاف در روند تاریخی در دهه‌های گذشته نشان داد. مقیاس‌های اقتصادی جدید و تغییرات معیارهای اعطای امتیاز به املاک و مستغلات باعث کاهش تقاضا شد. همه‌ی شرکت‌ها و بانک‌هایی که با صنعت سروکار داشتند، پس از چند دهه رشد زیاد در روند تطبیق با واقع‌های جدید دچار افول شدند.

طبق دیدگاه «چشم‌انداز ساخت‌وساز جهانی»، رشد صنعت ساخت‌وساز در چین از ۳/۹٪ به ۴/۸٪ از سال ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵ و ۵/۲٪ از سال ۲۰۲۵ تا ۲۰۳۰ کاهش می‌یابد. علی‌رغم میزان پیش‌بینی‌شده در سال ۲۰۱۵ (کاهش شصت درصدی) انتظار می‌رفت که در شهرهای ساحلی شرقی که تعداد زیادی از کارها متوقف شده بود، از این میزان کمتر باشد. مشاوران بازار املاک در چین به روند مثبت و ثبات در سال ۲۰۱۶ اشاره کردند و چین بزرگ‌ترین بازار ساخت‌وساز در سال ۲۰۳۰ باقی خواهد ماند. با رشد برنامه‌ریزی‌شده، صنعت ساختمان‌سازی چینی طرح‌های بزرگ و چشم‌انداز مثبت را پیش‌بینی می‌کند. تغییرات گروه‌های سنی در جمعیت شهری نشان‌دهنده تداوم و پیچیدگی تقاضاست که فرصت‌های خوبی به شرکت‌های تأمین مواد ساختمانی از جمله فولاد، سیمان و سنگ می‌دهد.

مهاجرت بسیار زیاد به شهرها و رشد درآمد سرانه شهری به افزایش تقاضا ادامه خواهد داد. امروزه بیش از نیمی از جمعیت در شهرها زندگی می‌کنند و این تعداد تا سال ۲۰۲۰ به ۷۰ درصد افزایش پیدا می‌کند. در ماه اکتبر سال ۲۰۱۵، دولت، پایان سیاست کنترل جمعیت (یک کودک در هر ازدواج) را اعلام کرد. افزایش جمعیت تأثیر مثبتی بر نیروی کار حدوداً در سال ۲۰۳۰ خواهد داشت که موج رشد جدیدی را خلق می‌کند. انتظار می‌رود تا سال ۲۰۳۰، ۸/۵ میلیارد مسکن جدید

ساخته شود.

درصد جمعیت چینی ۶۵ ساله یا بالاتر از آن تا سال ۲۰۳۰ به ۲۰ درصد و در سال ۲۰۵۰ به ۳۰ درصد خواهد رسید. این امر تقاضای بیمارستان‌ها و مراکز درمانی را افزایش می‌دهد و نیاز به ساخت واحدهای مسکونی جدید و همچنین اصلاح و نوسازی ۲۴۰۰۰ بیمارستان کشور پیدا می‌شود. این نشان‌دهنده یک سرمایه‌گذاری یک تریلیون دلاری تا سال ۲۰۲۰ است.

هند در دهه گذشته، بلوک‌های گرانیت و سنگ مرمر و همچنین کاشی و کاشی‌های آماده مصرف را صادر کرده است. طی رکود جهانی سال ۲۰۰۹، چین مقدار ۸۰۶۲۰۰۰ تن بلوک خام را وارد کرد که به تدریج به ۱۷،۵۲۲،۰۰۰ تن در سال ۲۰۱۳ افزایش یافت، سپس در سال ۲۰۱۵ به ۱۲،۲۴۷،۰۰۰ تن و در سال ۲۰۱۶ به ۱۲،۳۴۲،۰۰۰ تن کاهش یافت. واردات تمام شده در سال ۲۰۱۳، ۲۲۲،۰۰۰ تن بود که به تدریج به ۴۴،۰۰۰ تن در سال ۲۰۱۵ و ۴۸،۰۰۰ تن در سال ۲۰۱۶ کاهش پیدا کرده است. باین‌حال، مصرف داخلی ۲۲/۱۸۰ میلیون تن در سال ۲۰۱۳ و ۲۳/۳۵۱ میلیون تن در سال ۲۰۱۶ در چین افزایش یافته است.

تقاضا پس از سال ۲۰۱۵ در چین به‌طور عمده به دلیل رکود در صنعت ساخت‌وساز و کاهش تقاضای تخته‌های سنگی، کاشی و سقف‌های کاذب در ایالات متحده بود. همچنین، این دو عامل واردات بلوک‌های خام و محصولات پایان‌یافته از هند را کاهش داد.

با پیش‌بینی رشد صنعت ساخت‌وساز و مصرف سرانه در شهرها و افزایش سطح زندگی، استفاده از سنگ برای کف، کفپوش و سایر استفاده‌ها در چین رشد پیدا می‌کند که قطعاً صادرات از هند به‌ویژه از گونه‌های منحصربه‌فرد آن افزایش می‌یابد. باین‌حال، شرکت‌های هند باید بسیار رقابتی باشند زیرا گونه‌های متفاوتی از سنگ مرمر، گرانیت و ماسه‌سنگ در چین وجود دارد، هرچند که رنگ و طرح‌های شگفت‌انگیزی ندارند. چین همچنان بزرگ‌ترین واردکننده بلوک‌ها نه‌تنها از هند، بلکه از ترکیه، برزیل، پرتغال، یونان، نروژ و ایتالیا باقی می‌ماند. شرکت‌های هند قطعاً می‌توانند در ساخت انبارها و همچنین امکانات تولید در مناطق ساحلی بسیار نزدیک به پکن و شانگهای سرمایه‌گذاری کنند. آن‌ها همچنین می‌توانند پروژه‌های سرمایه‌گذاری مشترک را راه‌اندازی کنند تا محصولات پایان‌یافته بتوانند به ژاپن و فیلیپین صادر شود، استراتژی برای تولید محصولات باکیفیت و با دقت باید توسعه پیدا کند.

منبع:

مجله stone panorama - کشور هند - ناشر stone technology center



صنعت حمل و نقل دارای نقش زیربنایی در اقتصاد است. این بخش در تولید کالا و خدمات و اشتغال سهم تعیین کننده‌ای دارد، لذا در خصوص مسائل حمل و نقل جاده‌ای استان کرمان با سیدعلی حاج سید علیخانی، مدیرکل راهداری و حمل و نقل استان، گفت و گویی انجام داده‌ایم که در ادامه می‌خوانیم:

○ چه سهمی از شرکت‌ها، بنگاه‌ها و ناوگان حمل و نقل جاده‌ای استان کرمان دولتی و چه سهمی در مالکیت بخش خصوصی است؟

ناوگان حمل کالا و بار استان کرمان، بیش از ۱۲ هزار دستگاه و ناوگان حمل و نقل عمومی مسافر، ۳۵۰۰ دستگاه است که در بخش خصوصی مشغول فعالیت‌اند و آمار و اطلاعات ناوگان حمل و نقل دولتی در اختیار این اداره کل نیست.

○ به نظر شما تصدی‌گری دولت در بخش حمل و نقل حداکثر تا چه اندازه می‌تواند ضروری باشد؟

در مجموع صاحب و حمل کننده کالا و تولیدکننده، بخش خصوصی هستند، اما اگر دولت بتواند در حمل و نقل عمومی وارد شود، گاهی اوقات می‌تواند کمک کند؛ به‌طور مثال وقتی رانندگان به مشکلی برخورد می‌نمایند، اگر دولت بتواند یارانه مورد نیاز برای تأمین ناوگان حمل و نقل با تعداد بالا را در اختیار شرکت‌ها قرار دهد، می‌تواند به‌عنوان بخش

گفت‌وگو با «سیدعلی حاج سید علیخانی»
مدیرکل راهداری و حمل و نقل استان کرمان

حمل و نقل جاده‌ای استان کرمان

دولتی، سهم تأثیرگذاری در حمل و نقل داشته باشد و دیگر از عدم ارسال مایحتاج ضروری مردم هراس نخواهیم داشت.

در مورد چگونگی فعالیت و رقابت مناطق مختلف استان در بخش لجستیک و پایانه‌ها توضیح دهید.

پایانه‌ها یا خصوصی هستند و یا عمومی و پایانه عمومی، شامل پایانه بار می‌شود که چند شرکت حمل و نقل در یک مجموعه متمرکز شده‌اند. در استان سه پایانه حمل و نقل در کرمان، رفسنجان و سیرجان وجود دارد که صاحبان کالا با شرکت‌های حمل و نقل نسبت به عقد قرارداد حمل بار اقدام می‌کنند و بار توسط شرکت‌ها حمل می‌شود. پایانه‌های سیرجان و رفسنجان، پایانه‌های خصوصی و با مالکیت خصوصی هستند و پایانه کرمان دولتی است؛ ضمناً یک پایانه هم در جیرفت وجود دارد که زیر نظر اداره کل حمل و نقل و پایانه‌های جنوب استان فعالیت می‌کند. بقیه هم در شرکت‌های حمل و نقل شخصی فعال هستند.

در رابطه با رقابت هم باید گفت حسب قراردادی که شرکت‌ها و مؤسسات حمل بار منعقد می‌کنند، فعالیت می‌کنند که یا از طریق اسناد مناقصه است و یا به صورت حضوری با صاحب کالا مذاکره کرده و نسبت به حمل بار اقدام می‌کنند.

استان کرمان در مسیر کدام کریدور ترانزیتی قرار دارد و چه جایگاهی در ترانزیت کشور ایفا می‌کند؟

در مسیر کریدور شمال جنوب قرار دارد که یک مسیر از سمت بندرعباس، شمال کشور را تغذیه می‌کند و یک مسیر هم سیستان و بلوچستان. اهمیت مسیر ترانزیتی استان هم خیلی بالاست؛ چراکه هرچه کالا چه از سیستان و بلوچستان و چه از بندرعباس - حمل می‌شود، از روی محور سیرجان عبور می‌کند.

چه تشکلهایی در حوزه حمل و نقل استان ایجاد و انجام چه خدماتی به آن‌ها واگذار شده است؟ آیا در امور سیاست‌گذاری، مشاوره و تسهیل فعالیت‌های این بخش، جذب سرمایه‌گذاری و حمایت از منافع فعالان بخش نقشی ایفا می‌کنند؟

در استان چهار انجمن صنفی حمل و نقل کالا داریم که شرکت‌ها و مؤسسات حمل و نقل تحت پوشش این انجمن‌ها قرار دارند. این شرکت‌ها در کرمان، سیرجان، رفسنجان و بم فعال هستند. هفت انجمن صنفی رانندگان داریم که رانندگان استان تحت پوشش این شرکت‌ها هستند و انجام خدماتی از جمله صدور کارت هوشمند، المثنی، تعویض و تمدید کارت‌ها را برای جلوگیری از رفت و آمد راننده‌ها انجام می‌دهند تا به طور مثال یک راننده اهل شهربابک نیاز نباشد برای تمدید کارت هوشمند، ۳۰۰ کیلومتر را تا مرکز استان طی کند؛ بلکه در همان شهربابک به انجمن مراجعه و نسبت به تمدید کارت هوشمند خود اقدام می‌کند.

ارزیابی شما از فعالیت شرکت‌های حمل و نقل استان در خصوص شاخص‌های مهمی همچون برخورداری از نیروی انسانی

متخصص، دارا بودن ناوگان ملکی، داشتن شبکه عملیاتی و مسیرهای مشخص و ایمنی و کنترل کالا در جهت تأمین اطمینان صاحب کالا، چیست؟

شرکت‌های حمل و نقل حسب ضوابط زمان تأسیس شرکت، نسبت به ارائه ناوگان حمل ملکی اقدام کرده‌اند؛ به طور مثال اگر شرکتی الان در کرمان تأسیس شود، باید ۱۲ دستگاه خودروی ملکی داشته باشد، اما شرکتی که سال ۱۳۷۵ تأسیس شده، نیازی به خودروی ملکی نداشته است.

اکنون، ۱۷۳ شرکت و مؤسسه در استان وجود دارد که حسب شرایط تأسیس، ناوگان ملکی داشته‌اند و هم‌اکنون در شهر کرمان شرکتی با ۵۰ دستگاه خودروی ملکی فعالیت می‌کند.

نیروهای شرکت‌های حمل و نقل هیچ‌کدام روز اول متخصص نبوده‌اند، اما به مرور زمان کارآزموده شده‌اند. در شرکت‌های حمل و نقل، یک نفر باید به عنوان مدیرعامل و یک نفر هم به عنوان مدیر فنی حضور داشته باشد و عده‌ای هم اعضای هیئت‌مدیره هستند که لزومی به حضور اعضای هیئت‌مدیره در شرکت‌ها نیست، اما مدیرعامل و مدیر فنی باید طبق ضوابط شرایطی داشته باشند.

انجام آموزش‌های مستمر در جهت انتقال مطالب تخصصی و افزایش دانش و مهارت مدیران و کارکنان بنگاه‌های حمل و نقل و رانندگان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، در این خصوص چه برنامه‌ها و اقداماتی انجام شده است؟

هنگامی که راننده بخواهد کارت هوشمند دریافت کند، یکی از شرایطی که باید داشته باشد، گذراندن دوره‌های آموزشی است. هشت دوره آموزشی به عنوان دوره‌های بدو خدمت وجود دارد که شامل تمام دوره‌های ابتدایی و پایه‌ای است که یک راننده باید بگذراند تا مدرک این دوره‌های آموزشی را به عنوان یکی از مدارک مورد نیاز کارت هوشمند دریافت کند. این دوره‌ها شامل قوانین و مقررات، اخلاق فردی، حمل کالای خطرناک، مهار بار، اصول ابعاد و اوزان بار و غیره است.

برخی دوره‌های حین خدمت هم برای راننده‌ها، مدیران عامل و اعضای شرکت‌های حمل بار وجود دارد که حسب بخش‌نامه‌هایی که سازمان ابلاغ می‌کند، این دوره‌ها برگزار می‌شود.

چه تعداد شرکت و بنگاه حمل و نقل جاده‌ای داخلی و بین‌المللی در استان وجود دارد؟

تعداد شرکت‌ها و مؤسسات حمل و نقل استان ۱۷۳ شرکت است که در قالب شرکت، مؤسسه و شعبه فعالیت می‌کنند؛ از این تعداد حدود هفت شعبه، حدود ۳۰ مؤسسه و بقیه هم شرکت حمل و نقل بار است.

هم‌چنین فقط یک شرکت حمل و نقل بین‌المللی در سیرجان وجود دارد و بقیه، نمایندگی شرکت‌های بین‌المللی هستند که در تهران و مشهد فعال هستند؛ ضمن این‌که کرمان، استان مرزی هم نیست که نیاز به شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی داشته باشد، اما در عین حال نمایندگی‌های شرکت‌های بین‌المللی در استان مستقر هستند تا اگر صاحب کالایی مراجعه کرد و درخواست حمل بار به خارج از کشور را داشت، این نمایندگی‌ها با هماهنگی شرکت، امور مربوط به حمل بار به خارج از کشور را انجام می‌دهند.

می‌دهد؟ کیفیت ناوگان از نظر عمر وسایل نقلیه چگونه است؟

در استان کرمان ۱۲ هزار دستگاه ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای کالا شامل کامیون و کامیونت و بیش از ۵۰۰ اتوبوس وجود دارد؛ ضمن این‌که مجموع ناوگان حمل مسافر استان بیش از ۳۵۰۰ خودروست که مینی‌بوس و سواری را نیز شامل می‌شود. متوسط عمر ناوگان حمل بار نیز حدود ۱۳ سال است.

چند درصد ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای، خودروی سنگین در مالکیت یا اجاره شرکت‌های حمل‌ونقل خصوصی، چند درصد دولتی و چه سهمی از آن متعلق به رانندگان است؟

تعداد زیادی از ناوگان حمل‌ونقل بار، متعلق به راننده‌هاست و راننده خود مالک است و شرکت‌ها به این دلیل که طی سال‌های قبل تأسیس شده‌اند و لزومی به ارائه ناوگان ملکی نداشته‌اند، تعداد کمی از خودروهای ناوگان حمل‌ونقل را در اختیار دارند. آمار خودروهای سنگین و نیمه‌سنگین دولتی از جمله سپاه، آموزش و پرورش، برخی شرکت‌های دارویی دولتی و غیره نیز در اختیار ما نیست.

به گزارش سازمان راهداری کشور، ۴۵ درصد از ظرفیت حمل‌ونقلی بار ایران بلااستفاده مانده است، از این باب وضعیت در استان کرمان چگونه است؟

طی بررسی‌های دو سال گذشته در زمینه حمل مسافر، متوسط ضریب اشغال صندلی‌های ناوگان حمل مسافر که میانگین هر اتوبوس ۴۰ صندلی است، ۱۵ نفر بود که نشان از ۶۰ درصد ظرفیت خالی دارد. در حمل بار هم همین‌گونه است؛ چراکه وقتی در یک سیستم عرضه زیاد شود، نسبت تقاضا به عرضه کاهش می‌یابد و اکنون، تعداد ناوگان حمل‌ونقل بیش از بار تولیدی است. البته بار وجود دارد و در استان کرمان ۴۵ درصد ظرفیت خالی وجود ندارد؛ در شهرستان سیرجان خودروهای حمل بار خاموش نمی‌شوند؛ چون بار زیاد است، اما محموله‌هایی که معدنی نیستند و یا محموله‌های سوختی چون از استان‌های دیگر هم ناوگان در سیستم ما تزریق می‌شود و وقتی تعداد ناوگان از سمت بیرجند و سیستان مواد سوختی را حمل می‌کنند؛ خودروی بومی استان هفته‌ای یک محموله غیربومی بتواند حمل کند که اگر این‌گونه محاسبه کنیم، شاید ظرفیت خالی داشته باشیم، اما به ۴۵ درصد نخواهد رسید.

به‌ویژه در حوزه مواد معدنی تقاضا بیش از ظرفیت حمل‌ونقل بار است...

بله، در حمل مواد معدنی خودروها اصلاً خاموش نمی‌شوند و حتی با دو راننده کار می‌کنند.

نرخ رسمی حمل بار و کارمزد شرکت‌های حمل‌ونقل چگونه است و بر چه مبنایی تعیین می‌شود؟ آیا نرخ‌های تعیین‌شده رعایت می‌شود؟ کارمزد دریافتی از رانندگان در شرکت‌ها چند درصد کرایه حمل است؟

نظام قیمت‌گذاری خدمات در این بخش بر چه مبنایی است و چگونه تعیین می‌شود و تا چه اندازه رضایت کامیون‌داران و مشتریان را تأمین می‌کند؟

وزارت راه و ترابری سال ۷۴ بخش‌نامه‌ای صادر کرد مبنی بر این‌که صاحب کالا و شرکت حمل‌ونقل برای حمل محموله‌ها از نرخ توافقی استفاده کنند؛ بنابراین، ما در قیمت‌گذاری حمل‌ونقل نقشی نداریم. امکان دارد یک کامیون در طول سال حتی کالاهای مشابه را در مسیر کرمان تا تهران با چهار کرایه متفاوت حمل کند. به‌طور مثال در فصل محصولات جالیزی، کرایه یک کامیون تک، تا دو برابر افزایش پیدا می‌کند؛ بنابراین، قیمت بر مبنای عرضه و تقاضا تعیین می‌شود.

رانندگان بیان می‌کنند که بازار حمل‌ونقل هم مانند برخی بازارهای دیگر آلوده به وجود واسطه‌های غیرضرور و دلالان است، چرا این قبیل فعالیت‌ها در سیستم حمل‌ونقل وجود دارد و کارآمد است؟ هزینه حضور آن‌ها را در واقع چه کسی باید تحمل کند؟ وجود آن‌ها چه تأثیری در قیمت خدمات حمل‌ونقل دارد؟

دلالتی، در تمام حوزه‌ها وجود دارد، اما دلالتی در حمل‌ونقل به دو صورت می‌تواند اتفاق بیفتد؛ شاید صاحب کالایی به شرکت حمل‌ونقل بگوید با این شرط حمل این بار را به شما واگذار می‌کنم که بخشی از کرایه را به من برگردانید؛ بنابراین، این صاحب کالا به‌عنوان واسطه‌ای است که می‌شود نام دلال بر او گذاشت. مثلاً صاحب بار شرط می‌کند در صورتی که کمیسیون ۱۰ درصدی را هشت درصد دریافت کنید، حمل بار را به شما واگذار می‌کنم. یا این‌که شخصی در فصل محصولات جالیزی، نه راننده است، نه صاحب بار و نه صاحب شرکت، اما به نمایندگی از فرد دیگری، محصول را از کشاورز خریداری می‌کند و باهماهنگی با یکی از شرکت‌های حمل‌بار، محصول را به مقصد ارسال می‌کند و در این میان درصدی دریافت می‌کند و سود می‌برد که در این‌جا هم می‌توان به این فرد، واسطه و یا دلال گفت.

چرا کلاس‌بندی وسایل حمل‌ونقل بار در کشور مانند بسیاری کشورها انجام نمی‌شود؟ برای ایجاد سیستم حمل‌ونقل استاندارد چه اقداماتی انجام گرفته است؟

هر کالایی برای حمل نیاز به وسیله حمل‌ونقل خاصی دارد؛ به‌طور مثال سیمان فله را نمی‌شود با کفی حمل کرد؛ نیاز به بونکر دارد و یا بار فاسدشدنی را نمی‌شود با ناوگان بدون یخچال حمل کرد. خودروهای سنگینی که الان وجود دارد؛ شامل کفی، اتاق‌دار، بغل‌دار، کمپرسی، بونکر و تانکر است که بونکر برای حمل مواد فله، تانکر برای حمل مواد سوختی، کمپرسی و بغل‌دار برای حمل محموله‌های بسته‌بندی‌شده، مواد معدنی از جمله گندله و سنگ‌آهن و کالاهایی مثل لوله پلی‌اتیلن و غیره استفاده می‌شود؛ بنابراین، کلاس‌بندی به شکلی که بیان کردم، وجود دارد.

چه تعداد کامیون و اتوبوس و با چه ظرفیتی، ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای بار و مسافر استان کرمان را تشکیل

شرکت‌ها خود مالک شوند و تعداد ناوگان ملکی بیشتری خریداری کنند، بسیاری از مشکلات حل می‌شود.

وظیفه کنترل این که بار در جاده‌ها بدون برنامه حمل می‌شود، بر عهده سازمان حمل و نقل نیست؛ بلکه وظیفه پلیس راه است که آن‌ها هم می‌گویند طبق قوانین، جرم باید مشهود باشد تا بتوانیم جلوی خودرویی را بگیریم؛ ضمن این که اگر دو جرم باهم وجود داشته باشد؛ به‌طور مثال خودرویی مشکل فنی دارد و برنامه هم ندارد، قطعاً به دلیل مشکل فنی خودرو با راننده برخورد می‌شود.

در حمل و نقل مسافر هم مهم‌ترین مشکل حمل مسافر توسط مسافربراهی شخصی است؛ به‌طور مثال دور میدان بیرم‌آباد، تعدادی مسافربراهی وجود دارد که مسافران را با کرایه پایین‌تر جابه‌جا می‌کنند و این درحالی است که مسافران آگاهی ندارند در صورت جابه‌جایی با مسافربراهی شخصی، مشکلات امنیتی زیادی در کمین آن‌ها خواهد بود.

برخی رانندگان از توزیع ناعادلانه بار در بعضی شرکت‌ها و عدم تسویه به‌هنگام سهم رانندگان و حتی عدم رعایت حق کمیسیون به‌شدت گلایه دارند و این موضوع را باعث پناه بردن به دلال باوجود نرخ‌های تحمیلی بیان می‌کنند، این هنجارشکنی را چگونه باید حل کرد؟

در حال حاضر، در حال مقابله با این موضوع هستیم، در این زمینه کمیسیون رسیدگی به تخلفات تشکیل داده‌ایم و در پایانه بار هم اطلاع‌رسانی کرده‌ایم که هر فردی بیشتر از نرخ مصوب کمیسیون پرداخت کرد، به مدیر اجرایی پایانه بار مراجعه و مدارک و اسناد را ارائه کند تا با متخلف برخورد شود. حتی اگر شرکتی سه‌بار این تخلف را انجام دهد، تعطیل خواهد شد. درباره توزیع ناعادلانه بار هم باید گفت صاحب کالا محصولی را تولید کرده و با یک شرکت حمل و نقل قرارداد منعقد می‌کند و آن شرکت هم موظف است روزانه تعداد خودروی سنگینی که در قرارداد مشخص شده را تأمین کرده و محموله را حمل کند؛ ضمن این که گستردگی استان کرمان به‌گونه‌ای است که صاحبان کالا در نقاط مختلف پراکنده هستند؛ بنابراین، اگر بخواهیم تمام این موارد را در یک سیستم متمرکز کنیم، کار دشواری است.

البته سیستم نوبت‌دهی هم راه‌اندازی شده، اما صاحبان کالا از ارائه بار در این سیستم خودداری می‌کنند. به‌طور مثال وقتی شرکت مس با یک شرکت حمل بار قرارداد منعقد می‌کند، مبلغ زیادی ضمانت‌نامه دریافت می‌کند و شرکت حمل بار هم از راننده ضمانت دریافت می‌کند؛ چراکه محموله‌ای که قیمت بالایی دارد را نمی‌توانند به هرکسی بسپارند.

کامیون‌ها و تریلرهای فرسوده در ناوگان حمل و نقل، موجب خطرات، سوانح جاده‌ای، آلودگی محیط‌زیست، تصادفات و کاهش صرفه اقتصادی است، برای حذف آن‌ها از ناوگان حمل و نقل چه اقداماتی شده و چه اقدامات کارسازی باید انجام شود تا این مشکل مهم برطرف شود؟

در حال حاضر، طرح از رده خارج کردن ناوگان با عمر بالای ۳۵ سال و ظرفیت بالای ۱۰ تن در دستور کار است که برای آن شرایط خاصی تعریف شده؛ از جمله این که فردی که می‌خواهد از این تسهیلات استفاده

سه پارامتر برای کمیسیون دریافتی شرکت‌ها وجود دارد؛ یا شرکت حمل و نقل در پایانه‌های بار مستقر هستند؛ یعنی مستحقات شخصی ارائه نکرده‌اند، یا این که بیرون از پایانه هستند و مستحقات ارائه کرده‌اند و یا شرکت‌هایی که فقط در زمینه حمل سیمان فعالیت می‌کنند. شرکت‌های حمل و نقلی که بیرون از پایانه فعالیت می‌کنند، ۱۰ درصد کرایه حمل بار را به‌عنوان کمیسیون دریافت می‌کنند، شرکت‌هایی که داخل پایانه هستند، اگر تجاری کار کنند، هشت درصد کرایه را به‌عنوان کرایه اخذ می‌کنند و شرکت‌هایی که در زمینه حمل سیمان فعالیت می‌کنند، اگر داخل پایانه یا خارج پایانه باشند، شش درصد کمیسیون می‌گیرند؛ ضمن این که چهار درصد به‌عنوان سهم سازمان راهداری حمل و نقل جاده‌ای، از راننده دریافت می‌کنند. علاوه بر این دو کمیسیون، مبالغ جزئی است که باید در زیر برنامه درج شود تا راننده از صاحب کالا بگیرد که شامل هزینه بیمه حمل بار می‌شود که با توجه به قیمتی که محموله دارد، باید تعیین شود و ارزش افزوده نیز مبلغ دیگری است که دریافت می‌شود. هم‌چنین در برخی کارخانه‌ها، راننده هزینه بارگیری پرداخت می‌کند؛ به‌طور مثال در شهرک صنعتی کرمان، ۲۰ هزار تومان به‌عنوان ورودی و ۱۰ هزار تومان هم هزینه لیفتراک اخذ می‌شود و یا در جنوب، هزینه بارگیری محصولات کشاورزی از راننده گرفته می‌شود که این هزینه‌ها در مجموع محاسبه و در برنامه درج می‌شود تا راننده بتواند از صاحب کالا دریافت کند.

چهار درصد سهم سازمان راهداری حمل و نقل جاده‌ای، اضافه بر درصد کمیسیون اخذ می‌شود؟

بله، یعنی در واقع ۱۴ درصد برای شرکت‌های بیرون از پایانه، ۱۲ درصد برای شرکت‌های داخل پایانه و ۱۰ درصد برای حمل سیمان محاسبه می‌شود.

میزان اشتغال در حمل و نقل جاده‌ای استان و ظرفیت افزایش آن برای زمان مشخص چه میزان است؟

در استان کرمان ۱۷۳ شرکت حمل بار و ۱۰۰ شرکت مسافربری وجود دارد؛ یعنی در مجموع حدود ۲۷۰ شرکت حمل و نقل داریم که هر شرکت دو سه نفر کارمند و سه تا پنج نفر اعضای هیئت‌مدیره دارد. تعداد راننده‌های حمل بار نیز بیش از ۱۶ هزار نفر است و تعداد راننده‌های مسافر هم حدود ۵۰۰۰ هزار نفر است. البته تشکلهای زیادی به‌صورت غیرمستقیم با سیستم حمل و نقل مرتبط هستند.

مهم‌ترین مشکلات و چالش‌های محیط کسب و کار در بخش حمل و نقل جاده‌ای چیست؟

یکی از مهم‌ترین مشکلات در حمل و نقل بار، حمل بار بدون برنامه است. از ابتدای سال ۹۱، معاون اول رئیس‌جمهور وقت، مصوبه‌ای ابلاغ کرد که در حمل و نقل جاده‌ای، حتماً باید اسناد حمل بار دریافت شود، اما در خیلی از مسیرها راننده‌ها برنامه نمی‌گیرند. به‌طور مثال محموله‌های معدنی که در جاده‌های اطراف زرنند از معادن جابه‌جا می‌شوند، محموله‌هایی که بین خاتون‌آباد و سرچشمه حمل می‌شوند و یا بارهایی که از معادن اطراف استان حمل می‌شوند، برنامه ندارند؛ ضمن این که محموله‌هایی مثل کود، اثاثیه و غیره هم بدون برنامه حمل می‌شود.

در این زمینه اگر تسهیلاتی به شرکت‌های حمل و نقل داده شود تا

برای حذف فرآیندهای دستوپا گیر و مدرنیزه کردن سیستم حمل و نقل چه اقداماتی در استان کرمان انجام شده است؟

در حال حاضر، سیستم حمل و نقل سنتی است و کار خاصی برای مدرنیزه کردن آن انجام نشده است.

برای مدرنیزه کردن سیستم حمل و نقل جاده‌ای چه باید کرد؟

فرایندها باید در قالب نرم‌افزار قرار بگیرند؛ به‌طور مثال اپلیکیشن‌هایی طراحی شود که صاحبان بار محموله‌های خود را در این نرم‌افزار ثبت کند، راننده هم در این نرم‌افزار ثبت‌نام کند و شرکت حمل و نقل هم در همین نرم‌افزار اعلام آمادگی کند و راننده با علم به این‌که می‌تواند از طریق این «آپ» بار دریافت کند، وارد سیستم شده، بار را انتخاب، کرایه را اعلام و حمل بار را تأیید کند و در نهایت یک کد رهگیری برای راننده ارسال شود تا از صاحب بار، محموله را دریافت کند. البته این اتفاق در برخی استان‌های کشور افتاده و در استان کرمان هم یک «آپ» طراحی شده، اما مورد استقبال قرار نگرفت که شاید دلایل آن عدم آگاهی و یا عدم اطمینان راننده‌ها به این شیوه است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که نگاه دنیای مرفعی به مدل حمل و نقل، ترکیبی است، وضعیت استان در این خصوص چگونه است؟

حمل و نقل ترکیبی، یعنی از حمل و نقل‌های مختلف جاده‌ای، ریلی، هوایی و دریایی استفاده شود؛ به این معنی که سیستم‌های مختلف حمل و نقل به هم لینک شوند که با توجه به بستری‌هایی که آماده شده، اکنون برای انتقال بار معادن سیرجان به بندرعباس یا اهواز، بخشی از مسیر توسط حمل و نقل جاده‌ای و بخشی از مسیر هم توسط ریل جابه‌جا می‌شود، اما مشکل اصلی در استان برای حمل ریلی، فراهم نبودن زیرساخت‌هاست. در صورتی که زیرساخت‌ها و تعداد خطوط موردنیاز ریلی آماده شود، قطعاً از ظرفیت حمل و نقل ریلی استقبال می‌شود.

در خصوص برنامه‌های آتی توسعه بخش حمل و نقل جاده‌ای استان و ارتقای شاخص عملکرد لجستیک حمل و نقلی توضیح دهید.

هدف ما در مجموع این است که نوسازی ناوگان حمل و نقل را گسترش دهیم تا ناوگان نو و با ظرفیت بالا وارد سیستم حمل و نقل شود که هم بازدهی بیشتری در راندمان کار داشته باشند و هم بیشتر فعالیت کنند.

دیگر این‌که باید شرکت‌های حمل و نقل را به این سمت سوق دهیم تا دارای ناوگان ملکی و خود مالک شوند و موفق‌تر فعالیت کنند و دلالت‌های نیز حذف شود.

در راستای توسعه سیستم‌های حمل و نقل هوشمند در استان و برای جلوگیری از تصادفات حمل و نقل عمومی در جاده‌ها، در بسیاری از محورهای استان دوربین‌های کنترل متوسط سرعت در حال نصب است و به‌زودی ظرفیت زیادی از راه‌های استان تحت پوشش این سیستم قرار می‌گیرد که در کاهش تصادف‌ها خیلی مؤثر خواهد بود. ●

کند، باید کارت هوشمند داشته باشد و در سال ۹۶ براساس اسناد حمل، ۱۲ بارنامه گرفته باشد.

استفاده از شرایط نوسازی هم این‌گونه است که مالک خودرو با یکی از شرکت‌های طرف قرارداد سازمان از جمله ماموت، سایپادیزل، آریادیزل، زامیاد و ... قرارداد منعقد می‌کند، گواهی اسقاط خودرو را تحویل می‌دهد و براساس ناوگانی که هر شرکت موجود دارد، نسبت به دریافت خودرو اقدام می‌کند. شرایط تسهیلات هم به این شکل است که سقف تسهیلات ۸۰ درصد قیمت خودرو است؛ البته بیش از ۴۰۰ میلیون تومان تسهیلات پرداخت نمی‌شود؛ به‌طور مثال اگر قیمت خودرویی یک میلیارد تومان باشد، ۸۰ درصد یک میلیارد تومان، ۸۰۰ میلیون تومان می‌شود، اما سقف تسهیلات سازمان، ۴۰۰ میلیون تومان با بازپرداخت پنج‌ساله و سود ۱۸ درصد است که ۹ درصد سود را مالک خودرو و ۹ درصد سود را هم دولت پرداخت می‌کند.

از این طرح استقبال شده است؟

نه‌چندان، دلیل عدم استقبال هم این است که خودروهایی که عرضه می‌شود، تریلی و با ظرفیت بالای ۲۶ تن است که قیمت آن بالاست و مالکان خودرو توان پرداخت مابه‌التفاوت را ندارند؛ البته در برخی نقاط از جمله سیرجان استقبال خوبی شده؛ چراکه راننده‌ها و شرکت‌ها به این نوع خودروهای سنگین نیاز دارند، اما در شهر کرمان اگر فرد بتواند یک خودروی خاور هم خریداری کند، می‌تواند فعالیت کند.

ظرفیت استان برای سرمایه‌گذاری در بخش حمل و نقل چه میزان برآورد می‌شود؟ صرفه اقتصادی در این بخش را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ اصولاً استقبال بخش خصوصی از سرمایه‌گذاری در این بخش چگونه است؟

اگر شرکت توان عقد قرارداد با صاحب کالا را داشته باشد، سرمایه‌گذاری در حوزه حمل و نقل به‌صرفه است، اما در حال حاضر با توجه به تعدد شرکت‌های حمل و نقل و این‌که سرمایه‌گذار باید امکاناتی داشته باشد تا در این بخش ورود کند، اگر تحلیل اقتصادی داشته باشد، به این نتیجه می‌رسد که سرمایه‌گذاری در این حوزه به‌صرفه نیست.

آیا زمینه سرمایه‌گذاری خارجی در حوزه حمل و نقل جاده‌ای استان و تقاضایی در این زمینه وجود دارد؟

تاکنون، سرمایه‌گذار خارجی در حوزه حمل و نقل جاده‌ای استان ورود نکرده است، اما زمینه سرمایه‌گذاری خارجی وجود دارد؛ به‌طور مثال اگر یک سرمایه‌گذار خارجی، شرکت حمل و نقل سراسری راه‌اندازی کند و ۲۰۰ دستگاه خودروی سنگین هم در حمل و نقل استان وارد کند، می‌تواند موفق باشد.

اما پیش از این گفتید سرمایه‌گذاری در این حوزه به‌صرفه نیست...

سرمایه‌گذاری خرد به‌صرفه نیست اما اگر فردی ۲۰۰ دستگاه خودرو داشته باشد و به شرکت‌های بزرگ به‌ویژه شرکت‌های معدنی تعهد بدهد که روزانه ۲۰۰ دستگاه خودروی سنگین برای حمل محموله‌های آن‌ها تأمین می‌کند، قطعاً استقبال خواهد شد و سرمایه‌گذاری موفق خواهد بود.

هدیه کرمان به کرمانشاه

گشایش مدرسه حشمر کرمانشاه در آغاز سال تحصیلی جدید



اکنون پس از گذشت روزهای سخت نخست پس از زلزله، با بازسازی مدارس در کنار مردم هستیم.

در ادامه این آیین دبیر کل اتاق کرمانشاه، با اشاره به امضای تفاهنامه بین اتاق ایران، استانداری کرمانشاه و سازمان نوسازی مدارس کرمانشاه در بهمن‌ماه سال گذشته گفت: اتاق ایران متعهد شد که ۵۰ مدرسه در مناطق زلزله‌زده را بازسازی کند.

داریوش پناهی، بابیان اینکه کار بازسازی تعداد زیادی از این مدارس آغاز شده و ادامه دارد، افزود: امروز شاهد افتتاح اولین مدرسه از این مدارس به همت اتاق کرمان و در روستای حشمر کرمانشاه هستیم. به گفته وی تمامی هزینه‌های ساخت این مدرسه توسط اتاق کرمان و خیرین عضو این اتاق تأمین شده است.

فرماندار شهرستان ثلاث باباجانی نیز در این آیین از خیرین و اتاق بازرگانی کرمان برای ساخت این مدرسه قدردانی و اظهار کرد: مدرسه این روستا در زلزله سال گذشته آسیب دیده و امروز با همکاری اتاق کرمان شاهد بازسازی آن هستیم. صادق خدادادی، از روستای حشمر به‌عنوان یکی از روستاهای شهیدپرور استان یادکرد که ۱۳ شهید را تقدیم اسلام و انقلاب کرده و امروز نیازمند توجه ویژه است.

سرناظر اداره کل نوسازی مدارس استان کرمانشاه نیز در ادامه این آیین گفت: این مدرسه سه کلاسه با ۱۲۰ مترمربع زیربنا و با اعتبار اولیه ۱۷۰ میلیون تومان به همت اتاق کرمان به بهره‌برداری رسید. کرمی، بابیان اینکه تمام آیین‌نامه‌ها و استانداردهای مربوط به ساخت ساختمان در این پروژه رعایت شده و در برابر زلزله بسیار مقاوم است، تأکید کرد: دانش آموزان با خیال راحت سر کلاس درس حاضر شوند.

اتاق کرمان در این مراسم کوشید تا کام دانش‌آموزان زلزله‌زده این روستا را تا آنجا که (زدست برآید) شیرین کند، لذا با تمهیداتی که اندیشیده شده بود، مناسب و زیبایی را بین دانش‌آموزان توزیع کرد که مورد توجه آنان قرار گرفت. امید آن‌که این کم‌ترین خدمت به پیشگاه یگانه هستی قبول افتد، گر چه بر این باوریم که:

می‌برد هرکس به نزد دوست از جان‌مایه‌ای

ما تهیدستان بی دل شرمساری می‌بریم.

* «حشمر»، روستایی از توابع بخش مرکزی شهرستان ثلاث باباجانی در استان کرمانشاه است.

حوادث طبیعی و رویدادهایی که در یک‌چشم بهم زدن طومار زندگی انسان‌ها را در هم می‌نوردد و کاخ آرزوهای آنان را فرومی‌ریزد، بار سنگینی بر دوش بازماندگانی است که اگر یاری و مدد دیگران و همنوعان در میان نباشد، بی‌گمان اندوه‌گرانشان قابل تحمل نخواهد بود.

زمین لرزه‌ای که منطقه کرمانشاه را لرزاند و هزاران انسان را به کام مرگ کشانید، آنچه در مسیرش بود ویران کرد و بناهای عمومی را تخریب نمود، از جمله، مدارس که بدون آن‌ها ادامه حیات معنوی برای هیچ جامعه‌ای میسر نخواهد بود. اینک ضرورت داشت تا همه خیرخواهان و نیک اندیشان، به میدان همراهی با دولت آمده و هرچه سریع‌تر نسبت به آماده‌سازی مدارس اقدام کنند.

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان، با همکاری و مشارکت فعالان اقتصادی این استان یکی از نخستین نهادهایی بود که با درک این مسئولیت خطیر، قدم به‌پیش نهاد و ساخت مدرسه‌ای را در یکی از روستاهای محروم به نام «حشمر» آغاز کرد و تمامی توان خود را به کار گرفت تا بتواند آن را در کوتاه مدت به پایان رساند و از وقفه تحصیلی دانش‌آموزان این روستا جلوگیری کند، این نیت خیر سرانجام محقق شد و ساختمان این واحد آموزشی آماده بهره‌برداری گردید و با آغاز سال تحصیلی جدید (۹۸-۱۳۹۷)

رسماً گشایش یافت. در این مراسم دبیر کل اتاق کرمان ضمن تبریک آغاز سال تحصیلی جدید به دانش‌آموزان افزود: از حمایت‌های فعالان اقتصادی کرمان در ساخت این مدرسه و کمک‌های غیر نقدی در زمان زلزله به این منطقه قدردانی می‌کنیم. حسن امیری، با بیان اینکه حدود ۲۲۰ میلیون تومان برای ساخت این مدرسه هزینه شده است، اظهار کرد: کمک‌هایی شامل مواد غذایی، البسه، مواد شوینده و... به ارزش ۶۶۰ میلیون تومان از کرمان به مناطق زلزله‌زده کرمانشاه ارسال شده که در مجموع حدود ۸۰۰ میلیون تومان کمک به همت اتاق استان کرمان صورت گرفته است.

نماینده فعالان اقتصادی استان کرمان نیز در این آیین ضمن ابراز خرسندی از بهره‌برداری مدرسه روستای حشمر بیان کرد: جمعی از فعالان اقتصادی کرمان تلاش کردند تا به‌نوعی به مردم و دانش‌آموزان این روستا کمک کنند.

محمد ربانی، با اشاره به زلزله مهیب آبان سال گذشته در این منطقه، خاطر نشان کرد: از آنجا که تمامی ملت ایران عضو یک خانواده محسوب می‌شوند، همه تلاش کردند تا به مردم مناطق زلزله‌زده کمک کنند و ما