



صادرات سنگ های تزئینی، تشکیلاتی و منظم نیست

مشاور کمیسیون معادن اتاق بازرگانی اصفهان، در اولین جلسه هیات موسس کنسرسیوم توسعه صادرات سنگ تزئینی که در محل اتاق بازرگانی اصفهان تشکیل شد، گفت: صادرات سنگ های تزئینی کشور به دلیل غیرمنظم بودن و تشکیلاتی نبودن آن پایدار نیست.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان، **حسام الدین فرهادی** در این جلسه افزود: سنگ تزئینی ایران به لحاظ معادن غنی و متنوع، پتانسیل هایی دارد که صادرات و بازاریابی آن قابل چشم پوشی نیست.

وی تصریح کرد: در مذاکراتی که برای رفع موانع صادرات سنگ با ایمیدرو داشتیم، با استقبال این بخش دولتی مواجه شدیم و برنامه ها و توافقات خوبی در این راستا حاصل شد. فرهادی افزود: کمیسیون معادن اتاق تمام بضاعت و توان خود را در راستای تسهیل صادرات و رونق بخش سنگ به کار برده است و از اینجا به بعد خود عزیزان و همکاران صنف سنگ باید راهبری این موقعیت را داشته باشند و من امیدوارم از این فرصت به وجود آمده در راستای منافع ملی کمال استفاده را ببریم و باعث جهش صادرات و تحول در بازار سنگ شویم.

مشاور کمیسیون معادن اتاق بازرگانی اصفهان در ادامه گفت: ایمیدرو همچنین به ما اعلام کرده از تشکیل کنسرسیوم صادرات سنگ برای بازاریابی و فروش تا تشکیل یک شرکت توسعه صادراتی حمایت کرده تا مباحث مربوط به صادرات سنگ را با کمک ایمیدرو و توان متخصصان صادرات سنگ دنبال کند.

فرهادی گفت: به خاطر برخی از مشکلات ساختاری مانند عدم توانایی برای بازکردن حساب در خارج از کشور و همچنین نداشتن ضمانت اجرایی برای ایفای تعهد افراد در کنسرسیوم، مجبور به تشکیل شرکتی با محوریت اصفهان اما به صورت ملی هستیم.

وی تاکید کرد: این سلسله نشست ها با رعایت قید زمان و با هدف بحث و بررسی جامع و کارشناسی درخصوص تشکیل کنسرسیوم و یا شرکت صادرات محور با نگاه به معایب و محاسن آن و لحاظ صرفه و صلاح صنعت سنگ استان و کشور، با کمک شما اساتید و حتی دیگر کارشناسان و همکاران در قالب کمیته فنی و نهایتاً تدوین اساسنامه و استراتژی صادرات برای آن تشکیل شده است.

صنعت فرآوری سنگ ایران توان بالقوه ای دارد

محمداسماعیل مرندی، پیشکشوت و عضو هیات موسس کنسرسیوم توسعه صادرات سنگ تزئینی، با بیان اینکه صنعت سنگ ایران توان صادراتی بالقوه ای دارد؛ اما توان صادرات آن نزدیک به صفر است، گفت: دلیل مشکل این است که برای واحد فرآوری کننده این امکان میسر نیست به کشوری مانند آلمان برود؛ زیرا هزینه های صادرات و بازاریابی این کشورها بالاست.

وی ادامه داد: برای مثال، ما یک کانتینر سنگ با 5500 یورو هزینه به آمریکا صادر می کنیم و در مقابل، ترکیه همین کانتینر را با 700 یورو هزینه ارسال می کند که در خوشبینانه ترین حالت، مازاد بر هزینه های ما اگر درآمدی باشد، سود صادرکننده است.

وی تاکید کرد: با این حال، ما برای اینکه بتوانیم جای پای را که قبلاً باز کرده ایم حفظ کنیم، هنوز استقامت می کنیم؛ ضمن آنکه دولت ترکیه به صادر کننده اش در نمایشگاه های بین المللی سرویس و امکانات داده و حتی از او حمایت می کند؛ اما صادر کننده ما بدون پشتوانه و در بدترین حالت در این نمایشگاه ها شرکت می کند.

مرندی تصریح کرد: واقعیت این است که ما توان صادرات را داریم؛ اما در موارد متعدد برخی از همکاران ما با ارزان فروشی کوپ و با لابیگری، شرکای ما را اغفال کرده و دست ما را برای رقابت، خالی گذاشته اند.

عضو هیات موسس کنسرسیوم توسعه صادرات سنگ تزئینی، گفت: به دلیل نداشتن همین امکانات، مصرف کننده نهایی را نمی توانیم پوشش دهیم؛ در نتیجه صادر کننده کالا را به رقیب خودش در خارج می فروشد و رقیب ما نیز ترجیح می دهد ماده اولیه به جای فرآوری شده بخرد؛ زیرا هم برای آنها ارزش افزوده و هم اشتغالزایی دارد.

وی افزود: ما باید با تشکیل کنسرسیوم سنگ، راه های نفوذ را ببندیم تا بتوانیم تمام تولیدات مان را به بازار عرضه و صادر کنیم.

مرندی تاکید کرد: امروز میلیون ها متر سنگ فرآوری شده در کارخانه های ما بدون مشتری مانده است که ما باید در این خصوص ریشه یابی کنیم.

وی با بیان این مطلب که پیشنهاد آسکوتک و ایمیدرو برای تشکیل کنسرسیوم و نیز ایجاد دفاتر در آلمان و ایتالیا بسیار خوب است، تصریح کرد: به جرات می گویم پس از سالها اتاق بازرگانی اصفهان تصمیم و قدم درستی را در این خصوص برداشته است و اگر بتوانیم از این ظرفیت به خوبی استفاده کنیم، کار به سرانجام می رسد.

این صادر کننده سنگ افزود: ما حمایت دولت را می خواهیم تا مجموعه صادرات سنگ را راه اندازی کنیم و متأسفانه تا می خواهیم حرکتی هم بکنیم، با غوغا سالاری که حقیقت هم ندارد، عنوان می شود که دارند خام فروشی می کنند یا می خواهند ارز از کشور خارج کنند که این آسیبی برای صادرات کشور است.

چین و هند بیش ترین وارد کننده سنگ های تزئینی هستند

محمدعلی حاجی آبادی، عضو دیگر هیات موسس کنسرسیوم سنگ اصفهان گفت: ما باید بتوانیم کشورهای مقصد برای صادرات سنگ را شناسایی کنیم. در همین راستا مطالعاتی را انجام داده ایم و دریافته ایم که چین و هند دو مقاصد مهم در این خصوص هستند، بنابراین، باید تمام بازار هدف را نیز در نظر بگیریم و دفاترمان را در جاهایی که حمل و نقل دریایی دارد، برای این مهم انتخاب کنیم.

وی افزود: در مطالعه دیگری که انجام شده، راندمان کار ما در معدن سنگ مانند جندق 15 درصد است که به عنوان مثال از هر هزار تن، 150 تن سنگ مناسب و باکیفیت استخراج می شود که با رعایت راندمان قیمت تمام شده می توانیم این راندمان را تا 50 درصد افزایش دهیم.

حاجی آبادی ادامه داد: متأسفانه ما در تامین و نگهداری سنگ های تزئینی هم ضعیف هستیم؛ ضمن آنکه آموزش در معادن هم نداریم.

وی تاکید کرد: ما برای خودمان گردابی درست کرده و مقصد و بازار قوی صادرات سنگ را به خوبی شناسایی نکرده ایم.

باید از برندهای دنیا استفاده کنیم

علیرضا اقتداری از اعضای هیات موسس کنسرسیوم سنگ اصفهان گفت: در اقتصاد بحثی به نام سود عقب ماندگی داریم که متأسفانه ما از این ظرفیت به خوبی نتوانسته ایم استفاده کنیم.

وی تاکید کرد: باید بتوانیم به نحو احسن از تشکیل کنسرسیوم و یا شرکت در بحث صادرات سنگ استفاده کنیم و نیاز است که در این خصوص از برندهای دنیا برای فروش استفاده کنیم تا مشارکت در تولید داخلی داشته باشیم.

اقتداری تصریح کرد: ماده اولیه، انرژی و کارگر ارزان در کشور از مزیت هایی است که باید از آنها به خوبی اسفاده کنیم تا صادرات سنگ ما با کمترین هزینه و بهترین شکل انجام شود.

وی در خاتمه گفت: ما نباید از فناوری سنگ در این بخش غافل شویم؛ زیرا این مزیت هزینه ها را بسیار پایین می آورد.

آموزش معدن داران بازدهی و خروجی نداشته است

مسعود کاظمی دیگر عضو هیات موسس کنسرسیوم سنگ اصفهان نیز گفت: سال هاست که بر روی بحث آموزش معدن داران کار شده که متاسفانه خروجی خوبی در این خصوص نداشته ایم.

وی افزود: ما باید نقاط ضعف و قوت کنسرسیوم را به درستی مورد بررسی کارشناسی قرار دهیم، تا بتوانیم به درستی تهدید را به فرصت تبدیل کنیم.

دیگر اعضای هیأت موسس نیز بر جلوگیری از دوباره کاری و استفاده از فرصت موجود تاکید کردند و در پایان با تقسیم بندی مباحث به صورت مستقل برای تحقیق و جمع آوری اطلاعات و نظرات کارشناسی هر بخش از آن به یکی از اعضای هیات موسس محول شد.