



در کمیته های کمیسیون معادن اتاق اصفهان مطرح شد؛ توسعه بازار سنگ اصفهان از طریق سایت تخصصی youastone

بررسی مسایل و مشکلات مجتمع معدنی طلای موته

کمیته سنگهای تزئینی و صنایع وابسته ذیل کمیسیون معادن

«ابوالقاسم سرتیپی» نایب رییس کمیسیون معادن در پنجمین جلسه کمیته سنگ های تزئینی اتاق اصفهان در خصوص امضای تفاهم نامه بین ایران و ایتالیا در سطح وزرا گفت: واحدهای معدنی استان اصفهان می توانند نقش فعال تری در انجمن سنگ ایران ایفا کنند.

وی آشنایی واحدهای سنگ بری با فناوری ها و تجهیزات جدید بخش سنگ را لازم و ضروری دانست و گفت: در دوران پرننگ تر شدن استخراج مواد معدنی بخصوص در بیست سال گذشته، تاکنون در افزایش سطح علمی فعالیت های این بخش اقدام چندانی صورت نگرفته است.

وی تاکید کرد: در رابطه با روند سرمایه گذاری و با توجه به اینکه هیچ صنعتی مانند صنعت سنگ طی سه دهه اخیر رشد پیدا نکرده در حال حاضر نیاز به مدل گروهی و برای سوددهی بیشتر به شدت احساس می گردد.

«محمدیوسف صدیقی» مسوول کمیته سنگ های تزئینی کمیسیون در این جلسه خواستار ایجاد مراکز آموزشی در تهران و اصفهان برای برگزاری دوره های آموزشی معدنی و سنگ های تزئینی بر اساس تفاهم نامه همکاری بین ایران و ایتالیا شد.

«شهریار شعبانی» دیگر عضو کمیته در این جلسه با اعلام اینکه شهرک محمود آباد شاخص صنعت سنگ کشور است ولی روش ساخت کارخانه جات آن بصورت تقلیدی و تشابهی اجرا شده است، گفت: مسوولین فنی واحدهای سنگ بری می توانند ضمن تشخیص عیوب کارخانجات، خطوط تولید و محصولات فرآوری شده بخصوص سنگ های تزئینی، نخستین گام را در بهبود فرآوری سنگ در این شهرک انجام دهند.

«سیف اله آراسته» دیگر عضو کمیته در این جلسه گفت: شورای سیاست گذاری صنعت سنگ به سرقینی معاون معدنی تشکیل شده است. هماهنگی و پیگیری ارتقای آموزشی افراد شاغل از وظایف این شورا است و برای بالا بردن وجهه قانونی آن باید فعالیت و عضویت در انجمن سنگ ایران را افزایش داد.

«احمدرضا بصیری» دیگر عضو این کمیته بزرگترین ضعف سنگ تزئینی در بخش آموزش دانست و گفت: دوره های آموزشی برگزار شده را نیز به آن نقطه موثر که باید برسد نمی رسد چون نیاز سنجی و شناسایی مخاطبان برای دوره ها مطالعه نمی شود.

وی افزود: در حال حاضر با وجود سیستم های نوین و تکنولوژی های ماشین آلات پیشرفته باید با برنامه ریزی دقیق، تخمین پتانسیل ها و امکانات و پرسنل آموزش دیده واحدهای فرآوری سنگ و کارخانه جات را درجه بندی کرد و با توجه به سطح آنها نسبت به اعزام مسول فنی فرآوری اقدام کرد.

تولید 300 کیلوگرم طلا در مجتمع موته

پنجمین جلسه کمیته کانی های فلزی کمیسیون با حضور مدیر مجتمع طلای موته در ساختمان شماره 2 اتاق اصفهان برگزار شد.

«محمد رضا عالم» مسوول کمیته کانی فلزی کمیسیون معادن اتاق اصفهان در این جلسه گفت: مجتمع معدنی طلای موته یکی از مجتمع های فعال استان اصفهان است.

«حمید منتظری» مدیر مجتمع طلای موته در این جلسه گفت: این مجتمع اولین کارخانه استحصال طلا در ایران به روش سیانوراسیون مستقیم است که شامل سه بخش معدن، کارخانه و آزمایشگاه است و ظرفیت اسمی کارخانه 600 تن خاک با عیار 2/2 گرم بر تن در شبانه روز است. تولید سالیانه حدود 250 - 300 کیلوگرم شمش طلا با عیار 999 در هزار است

وی تامین ماده معدنی، فرسودگی ماشین آلات معدنی و افزایش هزینه تعمیرات، کمبود نیروی انسانی ماهر (فنی و باتجربه) و فروش محصول را از جمله مسایل و مشکلات پیش روی مجتمع طلای موته برشمرد.

«محمد رضا ممتاز» دیگر عضو کمیته در این جلسه با اشاره به خواستار تدوین اطلس ملی فولاد در انجمن فولاد ایران گفت: ارابه کلیاتی از طرح های فولادی کشور از آغاز استخراج و بهره برداری معدنی تا آخرین مراحل نورد و فولادسازی می تواند به افزایش بهره وری تولید مواد معدنی مورد نیاز کمک کند.

«علیرضا رستگار» دیگر عضو این کمیته در این جلسه خواستار توجه به نقاط ضعف و قوت ، تهدیدها و فرصت های این کمیته شد .

توسعه بازار سنگ اصفهان از طریق سایت تخصصی youastone

جمعی از روسای کمیته های کمیسیون معادن اتاق اصفهان با مدیر اجرایی و کارشناسان سایت تخصصی سنگ youastone دیدار و گفتگو کردند.

«شهریار شعبانی» مسوول کمیته صنایع معدنی کمیسیون در این جلسه گفت: این سایت می تواند ضمن معرفی سنگ های تزئینی استان اصفهان و همچنین اطلاع رسانی از آخرین تکنولوژی ها و ماشین آلات سنگ بری نقش موثری در تقویت صنعت سنگ کشور بویژه استان داشته باشد.

«رسا» مدیر اجرایی سایت youastone در این جلسه گفت: نبود آمارهای دقیق امکان تحلیل را از فعالان اقتصادی گرفته و باعث شده آنان نتوانند بر روی بازار برنامه ریزی داشته باشند.

وی تصریح کرد: جهت تهیه بانک اطلاعاتی باید امکانات کارخانجات فرآوری، ظرفیت ها و پتانسیل ها را شناسایی و به آن بازار های هدف را نیز اضافه کنیم.

وی اضافه کرد: باید در حوزه مارکتینگ و برندینگ معدنی، فعالان بخش سنگ استان فعالیت دوچندانی انجام دهند و در این بخش با ضعف های بسیاری روبرویم.

رسا خاطر نشان کرد: از نتایج برندینگ، ایده پردازی و نوگرایی در بازار است که می تواند بازار را به خود جلب کند .

وی در ادامه به فعالیت این سایت پرداخت و گفت: قسمت بازرگانی سایت مذاکرات، مسایل حقوقی، حمل و نقل، گشایش اعتبارات را دنبال می کند. رسا تاکید کرد: سنگ و مواد معدنی در صورتی که برند شده باشد در مرحله خام وقتی کوپ تزئینی نیز باشد فروش بالا و سود خوبی خواهد داشت.

وی اظهار داشت: بخش سنگ نیاز به اصلاح دارد و دید فعالان این بخش به مسایل باید حرفه ای تر شود، در چالش های حال حاضر بازار صادرکنندگان شکننده به راحتی از مسیر صادرات خارج می شوند