S. I. P. I. E. M

نشریه سازندگان تجهیزات صنعت نفت (استصنا)

سال پنجم - شماره ۱۵- تابستان ۱۴۰۵- هفتصدو پنجاه هزارتومان

www.sipiem.org • Society of Iranian Petroleum Industry Equipment Manufacture • زنجیره رسانه ای نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی



PEM
Petro
Energy
Man Group



Reliable Engineering
Sustainable Solutions
Lasting Impact

About Petro Energy Man

Petro Energy Man (PEM), a recognized knowledge-based company established in 1996, has evolved from building projects into a leading Equipment Manufacturer serving the power, oil & gas, petrochemical, cement and industrial sectors with expertise in engineering, procurement, manufacturing, construction and commissioning. PEM delivers complete project while adhering to international standards and a strong commitment to quality and innovation Supported by over 200 skilled professionals and five subsidiary companies. PEM has built a solid reputation in both domestic and international markets for executing large-scale industrial projects.

Our Capabilities:

PEM specializes in the design and manufacturing of high-quality industrial equipment, including **Water Tube Boiler**, **Heat Exchanger**, **Pressure Vessel, Reactor**, **Tower**, and **Air Heater**. Our equipment is engineered to international standards and customized to meet specific process and operational requirements.

What We Do?

Engineering | **Procurement** | **Manufacturing** | **Construction** | **Commissiong**







+982157423
www.petroenergyman.com
info@petroenergyman.com
Unit 3, 16th Floor Baran Commercial & Administrative Complex Dr. Ali Shariati Street, Dashtestan 3rd Street Qoba Neighborhood, Central District,Tehran


S.I.P.I.E.M





شناسنامه

نشریه

سازندگان تجهیزات صنعت نفت

سال پنجم - شماره ۱۵

تابستان ۱۴۰۵

هفتصد و پنجاه هزار تومان

صاحب امتیاز: انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران

مدیر مسئول: داوود صفایی

شورای سیاست‌گذاری: احسان ثقفی، جلال جانی، عباس فتحی، حسن کاظمی

سردبیر: عباس فتحی

تحریریه: لیلین رحیمی، مرجان وثوق منش، محسن یادبروقی

طراح و صفحه آرا: زهرا جعفری

روابط عمومی: لیلین رحیمی

لیتوگرافی و چاپ: چاپ کهن

درباره انجمن

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران با هدف هم افزایی، پیگیری مطالبات حرفه ای و مشکلات مشترک اعضا و نیز مشارکت در فرآیند تصمیم سازی در نهادهای سیاست‌گذاری و متولی صنعت و حوزه کارفرمایی در سال ۱۳۷۹ با حضور تعدادی از مدیران خبره این صنعت تشکیل گردید و در سال ۱۳۹۲ به اتاق بازرگانی ایران ملحق شد و تاکنون بالغ بر ۱۱۰۰ شرکت به عضویت این تشکل درآمده اند.

نشانی: تهران، میدان هفت‌تیر، خیابان قائم مقام فراهانی، کوچه بهادری، پلاک ۲، طبقه ۳، واحد ۶ و ۵

تلفن: ۸۸۸۳۱۹۱۷ (۰۲۱) ◆ ۸۸۸۴۷۶۳۸ (۰۲۱)

۸۸۳۲۴۵۹۳ (۰۲۱) ◆ ۸۸۳۲۴۵۹۴ (۰۲۱)

فکس: ۸۸۸۳۸۶۰۸(۰۲۱) ◆ ایمیل: info@sipiem.org



فهرست

مصاحبه با حوزه کارفرمایی	۷
مصاحبه ها	۱۵
صدای اعضا	۲۳
اتاق های بازرگانی	۲۷
مقاله ها	۳۲
کتاب – استراتژی خوب، استراتژی بد	۴۴
گزارش	۵۰
قوانین و مقررات	۶۳
دستاوردها	۶۷
اعضا جدید	۷۰
اخبار داخلی استصنا	۷۴
هیات مدیره	۷۵
کارگروه‌ها و کمیسیون ها	۷۷
بازدید	۸۳
نشست ها با حوزه کارفرمایی	۸۴
دیدار با تازه واردها	۸۵
اعزام هیات تجاری استصنا	۸۶
همایش	۸۷
رویدادهای آتی	۹۰



سخن سردبیر

در روزهای سخت، آینده ساخته می‌شود

امروز اقتصاد ایران، بنگاه‌های اقتصادی، صنایع و به‌ویژه صنعت نفت کشور، در یکی از مقاطع مهم و سرنوشت‌ساز خود قرار گرفته است. در این میان، فشارهای روزافزون اقتصادی، نوسان‌های ارزی، دشواری تأمین، محدودیت‌های مالی و آسیب‌های حاصل از تهاجمات بیرونی، بخش قابل توجهی از زیرساخت‌های صنعت را تحت تأثیر قرار داده است؛ شرایطی که اگر به‌درستی مدیریت نشود، می‌تواند به بحرانی فراگیر و از دست رفتن بخش قابل توجهی از سرمایه صنعتی کشور بینجامد. صنعت نفت تنها مجموعه‌ای از چاه‌ها، پالایشگاه‌ها، خطوط لوله و تجهیزات نیست. پشت هر تجهیز، سال‌ها تجربه، دانش، مهارت و سرمایه انسانی ایستاده است. کارخانه‌ای که امروز فعال است، حاصل سال‌ها تلاش و سرمایه‌گذاری است و نیروی متخصصی که امروز در یک شرکت صنعتی فعالیت می‌کند، سرمایه‌ای نیست که بتوان به آسانی جایگزین کرد.

از این منظر، بازسازی صنعت نفت تنها بازسازی تأسیسات و تجهیزات آسیب‌دیده نیست؛ بازسازی توان تولید، دانش، زنجیره تأمین و اعتماد به آینده است.

دستیابی به چنین هدفی صرفاً با تصمیم یک سازمان یا توان یک بخش امکان‌پذیر نیست. این مسیر نیازمند یک عزم ملی است؛ عزم دولت و کارفرمایان، سازندگان و پیمانکاران، دانشگاه و بخش خصوصی و البته تشکل‌های تخصصی.در این میان، سازندگان تجهیزات صنعت نفت جایگاهی ویژه دارند. آنان در سخت‌ترین سال‌ها، هنگامی که مسیر واردات دشوار یا مسدود بوده، بخش مهمی از نیاز صنعت را پاسخ داده‌اند میتوانند این پشتوانه را برای مرحله بعدی توسعه صنعت بکار گیرند.

اگر کارخانه‌ای تعطیل شود، بازگرداندن ماشین‌آلات ممکن است؛ اما بازگرداندن نیروی انسانی، تجربه و شبکه‌ای که طی سال‌ها ساخته شده، به همان سادگی نیست. اگر زنجیره‌ای از تأمین‌کنندگان از هم گسسته شود، دوباره ساختن آن زمان می‌برد. و اگر بنگاه‌های صنعتی توان سرمایه‌گذاری و توسعه خود را از دست بدهند، فاصله گرفتن از رقبای منطقه‌ای و جهانی، دیر یا زود خود را نشان خواهد داد.

پس در این روزها، حفظ بنگاه‌های توانمند و استمرار تولید، خود یک اقدام توسعه‌ای و صیانت از آینده صنعت است.تشکل‌های حرفه‌ای نیز صرفاً محلی برای بیان مشکلات نیستند. تشکل باید بتواند میان تجربه‌های پراکنده اعضا پیوند برقرار کند، مسائل مشترک را به مسئله صنعت تبدیل کند و برای آنها راه‌حل جمعی بجوید. باید بتواند میان سازنده و کارفرما، میان صنعت و سیاست‌گذار و میان توان داخلی و فرصت‌های خارجی، پل ایجاد کند.بحران‌ها پایان می‌یابند. پروژه‌ها دوباره آغاز می‌شوند، سرمایه‌گذاری‌ها از سر گرفته می‌شوند و بازارها بار دیگر شکل می‌گیرند. پرسش مهم این است که در آن روز، صنعت تجهیزات نفت ایران با چه توانی وارد میدان خواهد شد؟

باید بازارهای داخلی را حفظ و توسعه دهیم، اما نباید خود را به آن محدود کنیم. باید به بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی نگاه کنیم؛ نه با رویکردی مقطعی و نمایشگاهی، بلکه با برنامه، شناخت بازار، استاندارد، کیفیت، خدمات پس از فروش و حضور مستمر.

صادرات تجهیزات و خدمات فنی و مهندسی، تنها راهی برای کسب درآمد ارزی نیست؛ فرصتی است برای آنکه توان صنعتی کشور در میدان رقابت واقعی سنجیده شود و شرکت‌های ایرانی خود را با معیارهای جهانی محک بزنند.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

مصاحبه با حوزه کارفرمایی





گفتگوی اختصاصی استصنا؛
پیمان اصفهانی- مدیرعامل شرکت پتروشیمی دماوند

ساخت داخل، انتخاب اول است؛ اگر رقابت‌پذیر باشد

پیمان اصفهانی، مدیرعامل شرکت دماوند انرژی عسلویه، از مدیرانی است که بخش مهمی از مسیر حرفه‌ای خود را در حوزه‌های فنی، مهندسی، پروژه و توسعه صنعت پتروشیمی طی کرده است. ریاست مهندسی و مدیریت پروژه واحدهای دماوند انرژی و حضور در برنامه‌ها و طرح‌های توسعه‌ای پتروشیمی پارس، از جمله سوابق اجرایی او پیش از تصدی مدیریت عامل دماوند انرژی است.

آقای مهندس با توجه به اینکه ساخت داخل سال‌ها با سیاست‌های حمایتی توسعه پیدا کرده است؛ از نگاه شما امروز صنعت تجهیزات نفت و پتروشیمی تا چه اندازه آماده عبور از «حمایت» و ورود به مرحله واقعی «رقابت‌پذیری» است؟

واقعیت این است که به نظر من، همین الان هم انتخاب اول یک شرکت، برای خرید از سازنده ایرانی است.ببینید، وقتی کالایی داریم که ایرانی است و قدرت رقابت نسبی با نمونه خارجی دارد، طبیعتاً عقل سلیم می‌گوید که شما نمونه ایرانی را انتخاب کنید و سراغ نمونه خارجی نروید.

دلیلش این است که به هر حال با توجه به شرایط کلی که کشور دارد، تأمین قطعات یدکی در صورت خراب شدن، تحمیل هزینه‌های ناشی از آن و قابلیت سرویس و پشتیبانی، و همچنین اگر چیزی نیاز به آپدیت داشته باشد، دریافت به‌روزرسانی‌ها و مواردی از این دست، همگی می‌توانند دردسرساز باشند.بنابراین، اگر کیفیت لازم در مورد یک کالای داخلی فراهم باشد، طبیعتاً این کالا در اولویت اول شرکت‌ها خواهد بود.

به نظر شما یک کارفرمای پتروشیمی، چه شاخص‌هایی نشان می‌دهد که یک تجهیز ایرانی دیگر صرفاً یک «جایگزین داخلی» نیست، بلکه محصولی رقابت‌پذیر در برابر نمونه خارجی است؟

مطابق شاخص‌های پروژه، طبیعتاً سه شاخص و رکن اصلی وجود دارد که باید یک کالای ایرانی یا هر کالایی داشته باشد تا بتواند نظر کسی را که می‌خواهد این کالا را خریداری کند، یا شرکتی را که می‌خواهد این کالا را در پروژه خود یا حتی در زمان تأمین و تدارکات استفاده کند، جلب کند. خیلی روشن است؛ اول اینکه قیمت کالا باید قابل قبول باشد.موضوع بعد این است که باید کیفیت لازم را داشته باشد؛ یعنی حداقل کیفیت‌های موردنظر و عملکرد مورد انتظار را تأمین کند.

و نکته سوم این است که در زمان مناسبی هم تحویل شود.

این سه شاخص، یعنی Cost، Time و Quality، تأثیرگذار هستند. طبیعتاً ما برای انتخاب یک کالا، این موارد را در کنار هم قرار می‌دهیم و این سه شاخص را همزمان با سایر تأمین‌کنندگان نیز مقایسه می‌کنیم تا بتوانیم به انتخاب خوبی برسیم.

حداقل در دو مورد از این سه شاخص، سازندگان ایرانی بعضاً عملکرد خیلی خوبی دارند؛ چون هم مشکلات حمل‌ونقل را ندارند و زمان کمتری نیاز دارند و هم به واسطه اینکه در کشور تولید می‌شوند، قیمت نیروی کار و انرژی در کشور می‌تواند قیمت‌های رقابتی ایجاد کند.

در مورد کیفیت هم که دیگر بسته به تلاش خودشان است. خوشبختانه خیلی از شرکت‌های ایرانی الان کیفیت‌های بسیار مطلوبی دارند.

در مواردی که میان حمایت از سازنده

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

داخلی و الزامات کارفرما در زمینه کیفیت، قیمت، زمان تحویل و قابلیت اطمینان تعارض ایجاد می‌شود، نقطه تعادل را کجا می‌دانید؟

ببینید، شرکت دماوند انرژی در تمام مناقصات و استعلام‌هایی که برگزار می‌کند، خودش را ملزم به استفاده از فهرست بلند نفت، یا همان IMoP، می‌داند.

از آن طرف هم هر شرکتی می‌تواند با نام‌گذاری و معرفی خود به شرکت دماوند، از طریق واحد سورسینگ یا در حقیقت واحد مدیریت منابع و خرید، اطلاعات لازم را ارائه بدهد. اگر اطلاعات و مستندات لازم را داشته باشد، قطعاً در فهرست تأمین‌کنندگان شرکت قرار می‌گیرد.

شرکت به‌فوریت هم در اولین مواردی که موجود باشد، از آن شرکت استعلام خواهد کرد و بعد از گذر از مراحل مهندسی، خرید و بررسی قیمت، تصمیم‌گیری انجام خواهد شد.در یک فضای رقابتی، این امکان وجود دارد که شرکت‌ها بتوانند برای فروش کالا یا خدمات خود اقدام کنند.

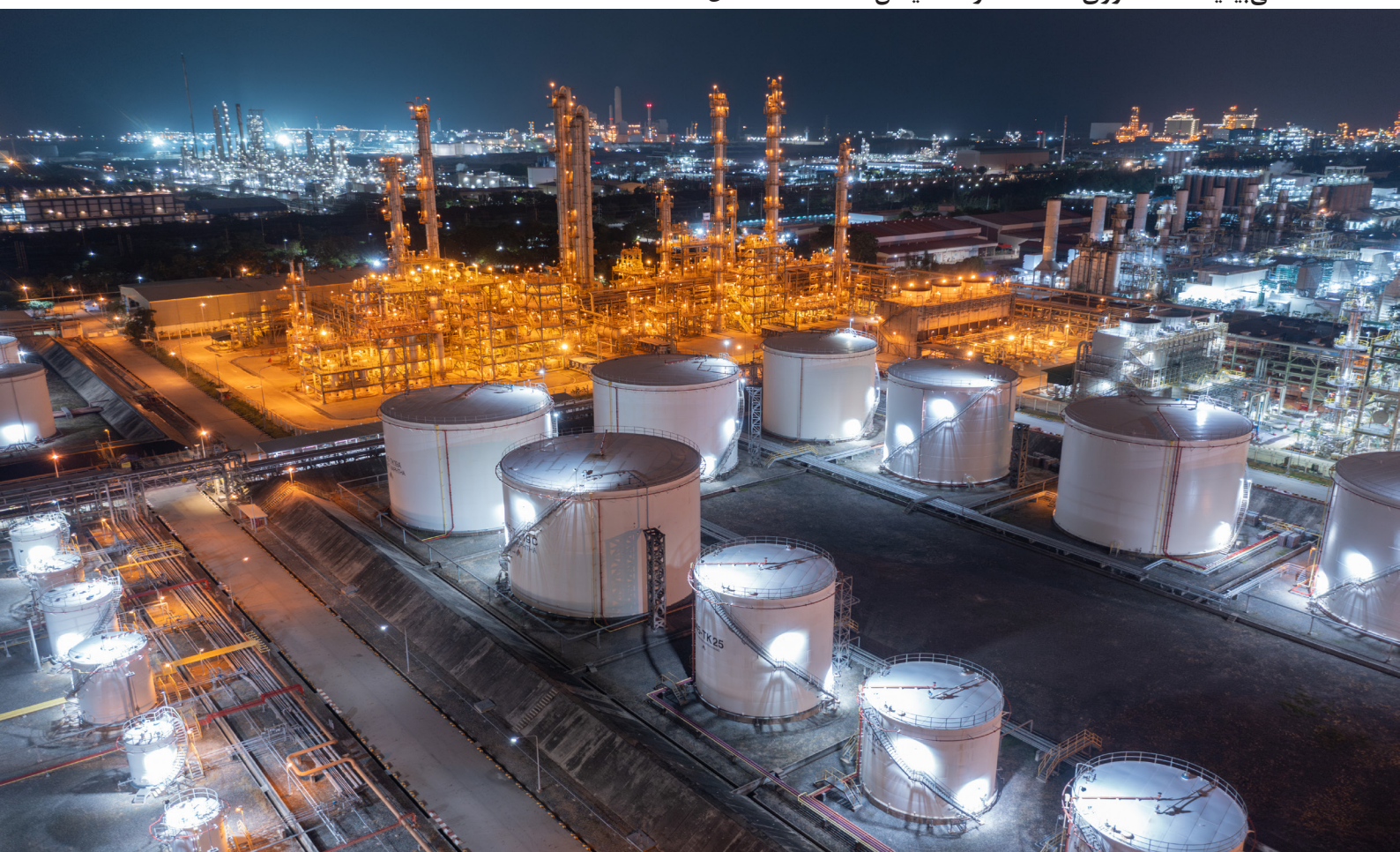
برای اینکه سازندگان ایرانی بتوانند از بازار تضمین‌شده داخلی عبور کنند و در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی رقابت کنند، مهم‌ترین شکاف امروز را در چه حوزه‌ای می‌بینید؛ فناوری، استاندارد، تأمین مالی، مقیاس تولید، خدمات پس از فروش یا ساختارهای تجاری و صادراتی؟

ما خودمان در شرکت دماوند بارها و بارها این کار را انجام داده‌ایم. حتی با بعضی از شرکت‌ها که شاید در این مصاحبه مناسب نباشد نامی از آن‌ها برده شود، این مسیر را طی کرده‌ایم و خوشبختانه در بسیاری از موارد نیز موفقیت‌آمیز بوده است.

بارها نمونه‌هایی از باتری‌های خودمان و همچنین ژنراتور کمپرسور ۴۰ مگاواتی را خدمت شما عرض کرده‌ام. در خصوص مکانیکال‌سیل‌های پمپ‌های بسیار پرکاربرد و گران‌قیمت که تداوم تولید و بهره‌برداری آن‌ها نیز اهمیت بسیار زیادی دارد، اقدام به داخلی‌سازی کرده‌ایم. البته بخشی از این تلاش‌ها با شکست مواجه شده، اما تعداد قابل‌توجهی از آن‌ها نیز با موفقیت همراه بوده است و در مجموع، از این مسیر برای شرکت نیز منافع اقتصادی خوبی حاصل شده است.

راهکارهای دیگری نیز از طریق معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری و در چارچوب مقررات و حمایت‌های مرتبط با فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان وجود دارد. همچنین قوانین و مقررات مربوط به ساخت داخل و جهش تولید، ظرفیت‌ها و تبصره‌هایی دارند که می‌توانند به توسعه این فعالیت‌ها کمک کنند.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M



از طرف دیگر، ماده ۱۱ قانون جهش تولید دانش‌بنیان نیز ظرفیت مهمی در این زمینه ایجاد کرده است که بر اساس آن، شرکت‌ها می‌توانند در صورت انجام پروژه‌های تحقیق و توسعه واجد شرایط، از ظرفیت اعتبار مالیاتی استفاده کنند. این مجموعه حمایت‌ها می‌تواند به کارفرمایان و مصرف‌کنندگان کمک کند تا رغبت بیشتری برای اجرای پروژه‌های داخلی‌سازی و توسعه فناوری داشته باشند. البته تحقق این موضوع نیازمند آن است که شرکت‌های سازنده و تأمین‌کننده نیز در این مسیر همکاری و مشارکت جدی داشته باشند و بتوانند راهکارهای مناسب و قابل اتکایی برای نیازهای صنعت ارائه کنند.

آیا صنعت پتروشیمی می‌تواند از نقش «خریدار تجهیزات داخلی» فراتر برود و به شریک توسعه فناوری و بازار سازندگان ایرانی تبدیل شود؟ اگر پاسخ مثبت است، این همکاری در عمل باید با چه سازوکاری شکل بگیرد؟

یکی از ویژگی‌های اصلی که هر کالایی باید داشته باشد، این است که به ما کمک کند در طول دوره بهره‌برداری، عملکرد مناسبی داشته باشیم؛ تعمیرات آن راحت باشد و دسترسی‌پذیری و قابلیت اطمینان مناسبی داشته باشد.

به بیان دیگر، محصول باید بتواند ساعات کارکرد مستمر و قابل‌قبولی داشته باشد، از نظر عملکرد مورد تأیید قرار گیرد و در مجموع، نیازهای بهره‌بردار را به شکل مناسبی برآورده کند.اگر قرار باشد پاسخ مستقیمی به سؤال پنجم شما بدهم، از نظر من پیشرفت فناوری در کشور و رشد صنعت، یک موضوع چندجانبه است.یک سمت این موضوع، سازندگان و تولیدکنندگان هستند؛ یک سمت، کارفرمایان و مصرف‌کنندگان قرار دارند و سمت دیگر نیز مراکز علمی و پژوهشی هستند.اگر بتوانیم پیوند و رابطه مؤثری میان این سه بخش برقرار کنیم، تعامل لازم میان آن‌ها شکل بگیرد و همه طرف‌ها به این فرآیند اعتقاد داشته باشند و با یک نگاه بلندمدت به آن توجه کنند، قطعاً زمینه موفقیت فراهم خواهد شد.

تداوم ارتباط میان سازندگان داخلی و کارفرمایان، در صورتی که این ارتباط به شکل موفق و هدفمند برقرار شود، می‌تواند به توسعه ساخت داخل، ارتقای فناوری و در نهایت رشد صنعت کشور کمک کند.





سید نورالله میراشرفی- مدیرعامل شرکت پتروشیمی تبریز در گفتگوی اختصاصی با استصنا؛

از «ساخت داخل» تا «ساخت رقابت‌پذیر»؛ مسیر جدید صنعت تجهیزات پتروشیمی

مدیرعامل شرکت پتروشیمی تبریز با تأکید بر اینکه آینده ساخت داخل در صنعت نفت و پتروشیمی از مسیر «رقابت‌پذیری» می‌گذرد، گفت: حمایت از سازندگان داخلی زمانی ارزشمند است که به توسعه فناوری، ارتقای کیفیت، کاهش هزینه، افزایش قابلیت اطمینان و در نهایت حضور در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی منجر شود. به گفته وی، تجربه پتروشیمی تبریز در حوزه مهندسی ساخت، مهندسی معکوس و دیجیتالی‌سازی نشان می‌دهد که ساخت داخل زمانی ارزشمند است که از «جایگزین کردن یک قطعه خارجی با نمونه ایرانی» عبور کند و به «ایجاد توان مهندسی، طراحی، ساخت، آزمون و بهبود مستمر» برسد. در این صورت، ساخت داخل نه‌تنها وابستگی را کاهش می‌دهد، بلکه به یک مزیت صنعتی تبدیل می‌شود.

ساخت داخل سال‌ها با سیاست‌های حمایتی توسعه پیدا کرده است؛ از نگاه شما امروز صنعت تجهیزات نفت و پتروشیمی تا چه اندازه آماده عبور از «حمایت» و ورود به مرحله واقعی «رقابت‌پذیری» است؟

به اعتقاد من، صنعت تجهیزات نفت، گاز و پتروشیمی در ایران بخشی از مسیر بلوغ خود را طی کرده است، اما هنوز نمی‌توان گفت همه سازندگان داخلی به یک سطح از رقابت‌پذیری رسیده‌اند. در سال‌های گذشته، سیاست‌های حمایتی، محدودیت‌های تأمین خارجی و ضرورت استمرار تولید، زمینه مناسبی برای شکل‌گیری ظرفیت‌های ساخت داخل فراهم کرد. امروز اما مرحله بعدی متفاوت است. دیگر صرف تولید یک تجهیز در داخل کشور نمی‌توان آن را موفقیت نهایی دانست؛ پرسش اصلی این است که آیا این تجهیز از نظر کیفیت، قابلیت اطمینان، هزینه چرخه عمر، زمان تحویل، خدمات فنی و امکان تکرارپذیری، توان رقابت با نمونه خارجی را دارد یا خیر.

از نگاه یک کارفرمای پتروشیمی، حمایت باید «سکوی پرتاب» باشد، نه «بازار تضمین‌شده دائمی». سازنده‌ای که سال‌ها از بازار داخلی استفاده کرده است، باید به تدریج بتواند کیفیت و فناوری خود را به سطحی برساند که بدون اتکا به حمایت، در یک فرآیند رقابتی نیز انتخاب شود.

تجربه پتروشیمی تبریز در حوزه مهندسی ساخت، نمونه‌ای از همین مسیر است. در سال ۱۴۰۴، در این مجتمع ۲۷۵۶ قطعه ساخته و ۳۵۹ پروژه مهندسی معکوس، طراحی و بازطراحی تجهیزات و قطعات حساس اجرا شده است. همچنین برای برخی تجهیزات و پکیج‌های صنعتی، دانش فنی ساخت در داخل توسعه یافته و همکاری با شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور نیز دنبال شده است.

این تجربه برای ما یک پیام روشن دارد: ساخت داخل زمانی ارزشمند است که از «جایگزین کردن یک قطعه خارجی با نمونه ایرانی» عبور کند و به «ایجاد توان مهندسی، طراحی، ساخت، آزمون و بهبود مستمر» برسد. در این صورت، ساخت داخل نه‌تنها وابستگی را کاهش می‌دهد، بلکه به یک مزیت صنعتی تبدیل می‌شود.

پتروشیمی تبریز به‌عنوان مجموعه‌ای با ظرفیت اسمی ۸۷۰ هزار تن انواع پلیمر و محصولات جانبی هیدروکربوری، با تجهیزات و فرآیندهایی مواجه است که کوچک‌ترین خطا در آن‌ها می‌تواند بر ایمنی، استمرار تولید و اقتصاد مجتمع اثر بگذارد. بنابراین برای ما، ساخت داخل یک موضوع صرفاً اقتصادی نیست؛ مستقیماً با پایداری تولید و

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

قابلیت اطمینان مجتمع ارتباط دارد.

بفرمایید از نگاه یک کارفرمای پتروشیمی، چه شاخص‌هایی نشان می‌دهد که یک تجهیز ایرانی دیگر صرفاً یک «جایگزین داخلی» نیست، بلکه محصولی رقابت‌پذیر در برابر نمونه خارجی است؟

به نظر من، رقابت‌پذیری یک تجهیز را نمی‌توان با یک شاخص سنجید. قیمت پایین‌تر به‌تنهایی مزیت نیست و ساخت داخل نیز به‌تنهایی دلیل انتخاب یک تجهیز محسوب نمی‌شود. تجهیز رقابت‌پذیر باید مجموعه‌ای از شاخص‌ها را هم‌زمان تأمین کند.

نخست، کیفیت و انطباق با مشخصات فنی و استانداردهای موردنیاز صنعت است. دوم، قابلیت اطمینان در شرایط واقعی بهره‌برداری است. کارفرما باید بداند تجهیز در محیط عملیاتی پتروشیمی و در طول زمان چگونه عمل می‌کند، نه اینکه فقط در مرحله تحویل مشخصات فنی مناسبی داشته باشد. سوم، هزینه چرخه عمر است. گاهی یک تجهیز در زمان خرید ارزان‌تر است، اما هزینه تعمیرات، قطعات یدکی، انرژی، توقف تولید و خدمات آن در سال‌های بعد بیشتر خواهد بود. بنابراین ارزیابی اقتصادی باید فراتر از صرفاً قیمت خرید انجام شود.

شاخص چهارم، زمان تحویل و توان تأمین پایدار است. سازنده‌ای که یک تجهیز را یک بار تولید می‌کند اما نمی‌تواند سفارش بعدی را با همان کیفیت و در زمان مشخص تحویل دهد، هنوز به بلوغ صنعتی کامل نرسیده است.

موضوع مهم دیگر، دانش فنی و قابلیت توسعه محصول است. سازنده رقابت‌پذیر نباید صرفاً یک نسخه داخلی از محصول خارجی تولید کند؛ باید بتواند بر اساس تجربه بهره‌برداری، محصول خود را اصلاح و ارتقا دهد.در پتروشیمی تبریز، تجربه مهندسی معکوس و بازطراحی تجهیزات برای ما دقیقاً از همین منظر اهمیت دارد. در این فرآیند، هدف صرفاً بازتولید یک قطعه نیست؛ بلکه تلاش می‌شود دانش فنی آن تجهیز، الزامات ساخت و نقاط حساس آن شناخته شود و در صورت امکان، محصول متناسب با نیاز واقعی مجتمع توسعه یابد. اجرای پروژه‌هایی در حوزه تجهیزات دوار، پمپ‌ها، شیرآلات، تجهیزات الکتریکی و برخی تجهیزات پیچیده، بخشی از همین رویکرد بوده است.

در مواردی که میان حمایت از سازنده داخلی و الزامات کارفرما در زمینه کیفیت، قیمت، زمان تحویل و قابلیت اطمینان تعارض ایجاد می‌شود، نقطه تعادل را کجا می‌دانید؟

به نظر می‌رسد، نقطه تعادل، «حمایت مشروط به عملکرد» است. کارفرما به هیچ عنوان نمی‌تواند به دلیل حمایت از ساخت داخل، الزامات ایمنی، کیفیت یا قابلیت اطمینان را نادیده بگیرد. در صنعت پتروشیمی، چنین رویکردی در نهایت به زیان خود سازنده داخلی نیز تمام خواهد شد؛ زیرا اگر یک تجهیز نامناسب موجب توقف تولید یا ایجاد ریسک عملیاتی شود، اعتماد کارفرما به کل زنجیره ساخت داخل آسیب می‌بیند.

در مقابل، کارفرما نیز نباید صرفاً به دلیل سابقه یک برند خارجی یا عادت به خرید خارجی، فرصت آزمون و توسعه محصول ایرانی را از سازنده داخلی بگیرد. بنابراین باید میان این دو نگاه، یک سازوکار حرفه‌ای ایجاد شود. پیشنهاد من این است که حمایت از سازنده داخلی بر مبنای سطح فناوری، حساسیت تجهیز، سابقه عملکرد، نتایج آزمون، استانداردهای موردنیاز، برنامه تضمین کیفیت و توان خدمات پس از فروش تعریف شود. هرجا ریسک تجهیز بالاتر است، فرآیند ارزیابی نیز باید دقیق‌تر باشد.

در برخی موارد نیز می‌توان به جای جایگزینی یکباره تجهیز، از روش‌های مرحله‌ای استفاده کرد؛ یعنی نمونه‌سازی، آزمون، بهره‌برداری محدود، ارزیابی عملکرد و سپس توسعه خرید. این مدل هم فرصت یادگیری به سازنده می‌دهد و هم ریسک کارفرما را مدیریت می‌کند.

در پتروشیمی تبریز، تجربه ساخت و مهندسی معکوس نشان داده است که وقتی مسئله واقعی تولید در اختیار تیم‌های مهندسی و سازندگان قرار می‌گیرد، امکان رسیدن به راه‌حل‌های بومی وجود دارد. در سال ۱۴۰۴، برخی اقلام با ارزش خرید خارجی حدود ۷۹۶ میلیارد ریال، با هزینه‌ای حدود ۱۸۴ میلیارد ریال در داخل ساخته شدند و بیش از ۶۱۲ میلیارد ریال صرفه‌جویی مستقیم ایجاد شد.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

این ارقام زمانی ارزشمند هستند که همراه با حفظ قابلیت اطمینان و استمرار تولید باشند. بنابراین از نظر من، حمایت واقعی از سازنده داخلی به معنای خرید بدون ارزیابی نیست؛ اتفاقاً ارزیابی حرفه‌ای و سخت‌گیرانه، یکی از مهم‌ترین ابزارهای رشد سازنده داخلی است.

برای اینکه سازندگان ایرانی بتوانند از بازار تضمین‌شده داخلی عبور کنند و در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی رقابت کنند، مهم‌ترین شکاف امروز را در چه حوزه‌ای می‌بینید؛ فناوری، استاندارد، تأمین مالی، مقیاس تولید، خدمات پس از فروش یا ساختارهای تجاری و صادراتی؟

اگر بخواهم مسئله را در یک عبارت خلاصه کنم، مهم‌ترین شکاف، تبدیل توان ساخت به توان صنعتی و تجاری قابل عرضه در بازار جهانی است. البته این شکاف یک علت واحد ندارد و مجموعه‌ای از عوامل فناوری، استاندارد، مقیاس تولید، تأمین مالی و ساختار صادراتی را دربرمی‌گیرد.

بخشی از سازندگان داخلی از نظر فنی توانمندی‌های قابل‌توجهی دارند، اما برای حضور پایدار در بازارهای خارجی، صرف توان مهندسی کافی نیست. محصول باید استانداردهای مورد پذیرش بازار هدف را داشته باشد، مستندات فنی و سوابق عملکرد قابل ارائه باشد، ظرفیت تولید و تحویل وجود داشته باشد و خدمات پس از فروش نیز در بازار مقصد تعریف شده باشد.

از سوی دیگر، مقیاس تولید اهمیت زیادی دارد. ممکن است یک شرکت بتواند یک تجهیز را با کیفیت بالا بسازد، اما برای حضور در بازار بین‌المللی باید بتواند تولید تکرارپذیر، کنترل کیفیت پایدار، زنجیره تأمین مطمئن و خدمات پس از فروش داشته باشد.

به همین دلیل، من معتقدم بخشی از حمایت‌های آینده باید از «حمایت از خرید» به سمت حمایت از توسعه محصول، استانداردسازی، آزمون، صدور گواهی‌های معتبر، توسعه بازار و ایجاد ظرفیت صادراتی تغییر کند.

در این میان، کارفرمایان بزرگ پتروشیمی می‌توانند نقش مهمی داشته باشند. تجربه ما در مهندسی ساخت نشان می‌دهد که همکاری با شرکت‌های دانش‌بنیان

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M



و فناور، انتقال دانش و حل مسائل واقعی صنعت می‌تواند به توسعه محصول کمک کند. پتروشیمی تبریز در این حوزه، شناسایی بیش از صد شرکت دانش‌بنیان و همکاری با ده‌ها شرکت فناور را دنبال کرده است.

آیا صنعت پتروشیمی می‌تواند از نقش «خریدار تجهیزات داخلی» فراتر برود و به شریک توسعه فناوری و بازار سازندگان ایرانی تبدیل شود؟ اگر پاسخ مثبت است، این همکاری در عمل باید با چه سازوکاری شکل بگیرد؟

اگر قرار باشد ساخت داخل در مرحله بعدی به یک مزیت پایدار صنعتی تبدیل شود، این تغییر نقش ضروری است. بسیاری از مسائل فناوری در همان مرحله‌ای شکل می‌گیرند که نیاز صنعتی تعریف می‌شود. بنابراین اگر کارفرما مسئله واقعی خود، مشخصات فنی، شرایط بهره‌برداری و نیازهای آینده را با سازنده در میان بگذارد، سازنده می‌تواند محصولی دقیق‌تر و متناسب‌تر توسعه دهد. این همکاری می‌تواند در قالب تعریف پروژه‌های مشترک توسعه فناوری، تدوین مشخصات فنی مشترک، ساخت نمونه اولیه، اجرای پایلوت، آزمون در شرایط واقعی، ثبت سوابق عملکرد، بهبود محصول و سپس توسعه بازار شکل گیرد.

یکی از موضوعات مهم در این مسیر، دانش سازمانی است. در صنایع فرایندی، بخش قابل‌توجهی از دانش در تجربه کارکنان شکل می‌گیرد. اگر این دانش مستندسازی نشود، با جابه‌جایی یا بازنشستگی افراد بخشی از سرمایه فنی سازمان نیز از دست می‌رود.

در نهایت، اگر کارفرما، سازنده، شرکت‌های دانش‌بنیان، دانشگاه‌ها و نهادهای استاندارد و تأمین مالی در یک زنجیره منسجم قرار بگیرند، صنعت پتروشیمی می‌تواند از یک «مصرف‌کننده تجهیزات داخلی» به یک موتور توسعه فناوری صنعتی تبدیل شود.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M



مصاحبه ها .....



گفتگوی اختصاصی استصنا با؛
رئیس هیئت‌مدیره انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران

مرجعیت را باید با اثرگذاری به دست آورد



صنعت تجهیزات نفت ایران امروز در نقطه‌ای ایستاده که مسئله دیگر صرفاً اثبات توان ساخت داخل نیست. سازندگان ایرانی سال‌هاست توان فنی خود را در پروژه‌های مختلف نشان داده‌اند؛ اما تداوم تولید، حفظ نیروی متخصص، تأمین نقدینگی، دسترسی به مواد اولیه و حضور مؤثرتر در پروژه‌های بزرگ، همچنان بخشی از دغدغه‌های جدی این صنعت است.

در چنین شرایطی، نقش تشکل‌های صنعتی نیز فراتر از انتقال مطالبات اعضا تعریف می‌شود؛ تشکل باید بتواند میان سازنده، کارفرما و سیاست‌گذار گفت‌وگویی مؤثر ایجاد کند و مسائل پراکنده بنگاه‌ها را به مطالبات مشخص و قابل پیگیری تبدیل کند.

در این شماره، با احسان ثقفی، رئیس هیئت‌مدیره انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران (استصنا) گفت‌وگو کرده‌ایم تا از زاویه نگاه بخش خصوصی، درباره وضعیت امروز سازندگان، مهم‌ترین موانع پیش‌روی آنها و مسیری که صنعت ساخت تجهیزات نفت برای عبور از شرایط فعلی باید طی کند، صحبت کنیم.

*** آقای مهندس بفرمایید آیا استصنا در حال حرکت از یک تشکل صنفی به سمت یک نهاد مرجع و اثرگذار در سیاست‌گذاری صنعت نفت است؟**

این تحول را باید یکی از الزامات بلوغ انجمن بدانیم. ظرفیت فنی، تولیدی و تجربی شرکت‌های عضو استصنا بخش مهمی از توان ساخت داخل صنعت نفت را نمایندگی می‌کند و طبیعی است که این ظرفیت در فرآیند تصمیم‌سازی نیز حضور مؤثر داشته باشد. البته مرجعیت با عنوان و ادعا ایجاد نمی‌شود؛ باید آن را با تخصص، داده معتبر، مواضع کارشناسی و ارائه راه‌حل‌های عملی به دست آورد.

*** برای حضور مؤثرتر انجمن در کنار وزارت نفت، مجلس، شرکت‌های اصلی و سایر نهادهای تصمیم‌گیر چه برنامه‌ای باید دنبال شود؟**

تعامل انجمن با نهادهای تصمیم‌گیر باید از ارتباطات موردی به یک فرآیند مستمر، سازمان‌یافته و کارشناسی تبدیل شود. استصنا باید مسائل مشترک صنعت را به‌درستی شناسایی و مستند کند و در کنار بیان هر مسئله، راهکار اجرایی و قابل دفاع نیز ارائه دهد. هدف نهایی این است که انجمن پیش از اتخاذ تصمیمات مهم، به‌عنوان یکی از مراجع مشورتی بخش خصوصی مورد توجه قرار گیرد، هر چند نهادهای یاد شده می بایست تصمیم به بهره گیری از این ظرفیت ارزشمند را داشته باشند.

*** خط قرمز استصنا در مسیر افزایش تعامل با سیاست‌گذاران و کارفرمایان چیست؟**

استقلال حرفه‌ای انجمن و دفاع منصفانه از منافع جمعی اعضا باید حفظ شود. استصنا نباید نماینده منافع یک شرکت یا گروه خاص باشد؛ بلکه باید بر مبنای منافع عمومی صنعت ساخت تجهیزات،

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

نظـرات کارشناسـی و واقعیت‌هـای اقتصـادی موضع‌گیـری کنـد. بخـش مهمـی از سـرمایه یـک تشـکل، اعتبـار و اعتمـاد اعضـا و طرف‌هـای تصمیم‌گیـر بـه اسـتقلال آن اسـت.پس اسـتقلال انجمـن خـط قرمـز آن اسـت.

*** هیئت‌مدیـره موفقیـت خـود را در پایـان دوره بـا چـه معیـاری بایـد ارزیابـی کنـد؟**

تعـداد جلسـات، مکاتبـات و دیدارهـا به‌تنهایـی معیـار کافـی بـرای سـنجش عملکرد نیسـت. اصلاح یـک مقـرره اثرگـذار، حـل یـک مانـع فراگیـر، افزایـش سـهم سـازندگان داخلـی یـا ایجـاد یـک مسـیر جدیـد بـرای توسـعه بـازار می‌توانـد بسـیار مهم‌تـر باشـد. هیئت‌مدیـره بایـد بتوانـد در پایـان دوره، کارنامـه‌ای روشـن، کمـی و قابـل ارزیابـی از نتایـج اقدامـات خـود بـه اعضـا ارائـه کنـد. هـر چنـد تجدیـد سـازمان و تقویـت سـاختار دبیرخانـه انجمـن نیـز مـی توانـد یکـی از ارزش هـای قابـل توجـه جهـت ارزیابـی باشـد





عباس فتحی – رئیس ستاد هماهنگی گروه‌های تخصصی در گفتگو با استصنا؛

گروه‌های تخصصی باید به کارخانه تولید راه‌حل تبدیل شوند

بفرمایید در شرایطی که سازندگان داخلی با کاهش سرمایه‌گذاری، محدودیت منابع مالی، مطالبات معوق، نوسانات ارزی و دشواری تأمین مواد اولیه مواجه‌اند، اولویت اصلی استصنا برای دفاع از منافع اعضا چیست؟

اولین اقدام، شناسایی و اولویت‌بندی مسائل مشترک اعضاست. گروه‌های تخصصی به دلیل ارتباط مستقیم با شرکت‌های هر حوزه، مناسب‌ترین بستر برای شناسایی مسائل فنی، قراردادی، مالی و بازار هستند. این مسائل باید پس از بررسی کارشناسی به پرونده‌های مشخص و مستند برای پیگیری در سطح انجمن و نهادهای تصمیم‌گیر تبدیل شوند.

***گروه‌های تخصصی چگونه می‌توانند از برگزاری جلسات صنفی فراتر رفته و به بازوی تخصصی و اجرایی انجمن تبدیل شوند؟**

هر گروه تخصصی باید برنامه عملیاتی مشخص، مسائل اولویت‌دار و خروجی قابل اندازه‌گیری داشته باشد. تهیه گزارش‌های تخصصی، پیشنهاد اصلاح مقررات، شناسایی فرصت‌های بازار و ایجاد زمینه همکاری میان شرکت‌های عضو می‌توانند بخشی از این مأموریت باشد. گروه تخصصی زمانی موفق است که از محل گفت‌وگوی اعضا به محل تولید راه‌حل برای مسائل صنعت تبدیل شود.

*** آیا می‌توان از ظرفیت گروه‌های تخصصی برای ایجاد همکاری اقتصادی میان اعضا نیز استفاده کرد؟**

قطعاً. شرکت‌های عضو در بسیاری از حوزه‌ها علاوه بر رقابت، دارای ظرفیت‌های مکمل هستند. تأمین مشترک، همکاری در پروژه‌ها، تشکیل کنسرسیوم‌های تخصصی، انتقال تجربه و حضور مشترک در بازارهای داخلی و خارجی از ظرفیت‌هایی است که می‌توان از طریق گروه‌ها توسعه داد. یکی از مأموریت‌های مهم گروه‌های تخصصی باید تبدیل توان پراکنده اعضا به قدرت جمعی باشد.

*** عملکرد گروه‌های تخصصی با چه شاخص‌هایی باید سنجیده شود؟**

تعداد جلسات نمی‌تواند معیار اصلی عملکرد باشد. تعداد مسائل حل‌شده، پیشنهادهای کارشناسی پذیرفته‌شده، میزان مشارکت اعضا، فرصت‌های تجاری ایجادشده و پروژه‌ها یا همکاری‌های مشترک شاخص‌های معنادارتری هستند. هر گروه تخصصی باید بتواند در پایان سال گزارش روشنی از خروجی و ارزش ایجادشده برای اعضای خود ارائه کند.



حسن کاظمی– رییس کمیسیون امور بین الملل و توسعه صادرات استصنا گفت؛

صادرات دیگر انتخاب نیست؛ ضرورت است



برای سازندگان تجهیزات صنعت نفت، حضور در بازارهای خارجی دیگر صرفاً یک فرصت برای افزایش فروش نیست؛ در شرایط امروز، توسعه بازار و ایجاد مسیرهای پایدار صادراتی به بخشی از الزامات رشد و رقابت‌پذیری بنگاه‌ها تبدیل شده است. با این حال، ورود به بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی تنها با برخورداری از توان تولید ممکن نمی‌شود و نیازمند شناخت بازار، ارتقای فناوری و کیفیت، توسعه روابط بین‌المللی و شکل‌گیری یک دیپلماسی صنعتی مؤثر است.

در گفت‌وگو با رئیس امور بین‌الملل و توسعه صادرات استصنا، از مسیر پیش‌روی سازندگان ایرانی برای حضور در بازارهای خارجی، اشتباهات رایج در فرآیند صادرات و نقشی که استصنا می‌تواند در توسعه بازار اعضای خود ایفا کند، پرسیده‌ایم؛ گفت‌وگویی با یک پیام روشن: «صادرات دیگر انتخاب نیست؛ ضرورت است.»

*** یکی از مطالبات جدی سازندگان، توسعه بازار و صادرات است. استصنا برای آنکه شرکت‌های عضو فقط به پروژه‌های داخلی وابسته نباشند، چه مسیری را باید برای ورود آنها به بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی دنبال کند؟**

در گام نخست، باید ضرورت حضور در تعاملات منطقه‌ای و بین‌المللی در سطح مدیریت بنگاه‌ها جدی گرفته شود و تمایل به ورود به این بازارها به بخشی از نگاه راهبردی شرکت‌ها تبدیل شود. پس از آن، هر بنگاه باید امکان حضور و رقابت خود در بازار هدف را به‌صورت دقیق ارزیابی کند. استفاده از الگوهای تحلیلی مانند PEST و PESTEL می‌تواند در شناخت شرایط و متغیرهای اثرگذار بر بازارهای هدف کمک‌کننده باشد. در مرحله بعد، لازم است شکاف‌های تکنولوژیکی میان محصولات تولیدی و نیازهای هر بازار شناسایی شود و برای برطرف کردن فاصله‌های موجود در حوزه‌هایی مانند کیفیت، قیمت و نحوه و زمان تحویل راهکار مشخصی در نظر گرفته شود. در کنار این موارد، افزایش دانش مدیریت روابط بین‌الملل و شناخت شیوه صحیح ارائه محصولات و خدمات متناسب با تقاضای بازار نیز اهمیت زیادی دارد. از سوی دیگر، حضور در کنسرسیوم‌های زنجیره تأمین و همکاری با شرکت‌های چندملیتی و بین‌المللی می‌تواند به کاهش قیمت تمام‌شده و ایجاد مسیری پایدارتر و کم‌ریسک‌تر برای حضور در بازارهای خارجی کمک کند. در نهایت، جذب فناوری‌های برتر و آموزش مستمر منابع انسانی نیز باید به‌عنوان یکی از الزامات توسعه پایدار صادرات مورد توجه بنگاه‌ها قرار گیرد.

***آیا می‌توان انتظار داشت «دیپلماسی صنعتی و صادراتی» به یکی از مأموریت‌های اصلی استصنا تبدیل شود؟**

بله، قطعاً؛ چراکه امروز صادرات دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت است. در سند چشم‌انداز ۱۴۰۷ نیز برای دست‌اندرکاران حوزه صادرات محصولات صنعتی و خدمات، مأموریت‌هایی در نظر گرفته شده و بر توسعه ظرفیت‌های صادراتی تأکید شده است. بر اساس این چشم‌انداز، ظرفیت و توانمندی صادرات در حوزه انرژی و صنایع وابسته، از جمله تجهیزات صنعت نفت و گاز و خدمات مرتبط، باید تا سه برابر افزایش یابد.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

در همین راستا، صیانت از بازارهای موجود و حرکت به سمت توسعه پایدار بازار برای اعضای انجمن، به‌ویژه در حوزه صادرات، در مأموریت‌های استصنا مورد توجه قرار گرفته است. بنابراین، تقویت دیپلماسی صنعتی و صادراتی می‌تواند یکی از محورهای جدی فعالیت انجمن برای توسعه حضور اعضا در بازارهای خارجی باشد.

*** مهم‌ترین اشتباه شرکت‌های ایرانی هنگام ورود به بازارهای خارجی چیست؟**

یکی از مهم‌ترین اشتباهات این است که برخی شرکت‌ها، ورود به بازارهای خارجی را یک اتفاق می‌بینند؛ در حالی که ورود به بازارهای بین‌المللی و توسعه پایدار در آن، یک علم است و باید بر اساس برنامه، شناخت و راهبرد مشخص انجام شود.

- یکی از آسیب‌های این حوزه، آن چیزی است که می‌توان از آن با عنوان «صادرات منجنیقی» یاد کرد؛ یعنی کالا صرفاً به بازار خارجی پرتاب شود، بدون آنکه پیوست‌های مالی، خدمات پس از فروش و برنامه‌ای برای توسعه و تداوم حضور در آن بازار وجود داشته باشد. چنین صادراتی الزاماً به ایجاد یک بازار پایدار برای شرکت منجر نخواهد شد.
- موضوع دیگر، کم‌توجهی به آموزش منابع انسانی است. شرکت‌هایی که قصد حضور مستمر در بازارهای خارجی را دارند، باید در کنار ارتقای خلاقیت و نوآوری برای تولید محصولات باکیفیت‌تر و اقتصادی‌تر، نیروهای خود را با شیوه‌ها و تکنیک‌های جدید تعاملات بین‌المللی نیز آشنا کنند.
- در کنار این موارد، رقابت‌های غیراخلاقی میان شرکت‌های ایرانی در بازارهای بین‌المللی نیز می‌تواند به منافع جمعی صادرکنندگان آسیب بزند. حضور موفق در بازار خارجی نیازمند رقابت حرفه‌ای است؛ رقابتی که ضمن حفظ منافع هر بنگاه، به اعتبار و جایگاه مجموعه صنعت ایران در بازار هدف نیز لطمه نزند.

*** نقش کمیسیون صادرات در این میان چیست؟**

کمیسیون صادرات، بازوی مشورتی انجمن در حوزه توسعه صادرات است و یکی از وظایف اصلی آن، ارزیابی و تبیین ضرورت و امکان حضور تجهیزات و خدمات شرکت‌های عضو در بازار کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای است.

در این مسیر، کمیسیون باید شکاف میان توان عرضه داخلی و تقاضای بازارهای خارجی را در هر یک از گروه‌های تخصصی انجمن شناسایی و ارزیابی کند و بر اساس نتایج این بررسی‌ها، راهکارهای اصلاحی و توسعه‌ای را در اختیار اعضا قرار دهد. بخش دیگری از مأموریت کمیسیون، شناسایی و ارزیابی ذی‌نفعان و عوامل مؤثر بر صادرات تجهیزات و خدمات، چه در داخل و چه در خارج از کشور، و تهیه گزارش‌های کاربردی برای اعضای انجمن است. این اطلاعات می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا شناخت دقیق‌تری از بازیگران، ظرفیت‌ها و الزامات بازارهای هدف داشته باشند. همچنین کمیسیون با بررسی نمایشگاه‌ها، نشست‌های تجاری و سایر رویدادهای مرتبط در داخل و خارج از کشور، پیشنهادهای لازم برای حضور هدفمند اعضا در این رویدادها را از طریق ارکان انجمن ارائه می‌کند. هدف این است که حضور خارجی شرکت‌ها از یک فعالیت پراکنده و موردی، به مسیری هدفمند و مبتنی بر شناخت بازار تبدیل شود.

*** موفقیت کمیسیون صادرات و امور بین‌الملل را با چه شاخص‌هایی باید سنجید؟**

موفقیت کمیسیون صادرات و امور بین‌الملل باید بر اساس مجموعه‌ای از شاخص‌های کمی و کیفی سنجیده شود. یکی از این شاخص‌ها، تهیه گزارش‌های ارزیابی بازار و تبیین ضرورت و ظرفیت حضور هر یک از گروه‌های تخصصی انجمن در بازارهای هدف است؛ گزارش‌هایی که بتواند مبنای تصمیم‌گیری اعضا برای ورود به بازارهای خارجی قرار گیرد. شاخص دیگر، تعداد و کیفیت توافق‌نامه‌ها و تفاهم‌نامه‌های داخلی و خارجی و میزان اثربخشی آنها در توسعه روابط و فرصت‌های صادراتی اعضاست. همچنین تعداد و کیفیت جلسات مشورتی و تبادل اطلاعات با ذی‌نفعان داخلی و خارجی، از جمله کمیسیون‌های امور بین‌الملل، رایزنان بازرگانی، اتاق‌های مشترک، شرکت‌های مدیریت صادرات (EMC) و طرف‌های خارجی، می‌توانند بخشی از عملکرد کمیسیون را نشان دهد.



علی اصغر اجتهادی–دبیر استصنا در گفتگویی ویژه گفت؛

صادرات دیگر انتخاب نیست؛ ضرورت است

*** بفرمایید استصنا امروز در چه نقطه‌ای ایستاده و قرار است طی سه تا پنج سال آینده به چه جایگاهی در صنعت نفت ایران برسد؟**

استصنا امروز یکی از تشکل‌های مهم و تخصصی در حوزه ساخت تجهیزات صنعت نفت است و ظرفیت قابلِ توجهی از اعضاء در اختیار دارد.استصنا صرفاً یک انجمن صنفی برای پیگیری مطالبات نیست، بلکه یک نهاد تخصصی بعنوان شریک و همکار صنعت نفت کشور است. به عقیده من استصنا ۳ سرمایه مهم دارد : ۱- دانش و تجربه سازندگان عضو ۲- شبکه گسترده شرکت های عضو ۳- ارتباط مستقیم با صنعت نفت و حضور در میدان عمل در آینده ۳ تا ۵ ساله، در حوزه بیرونی ، استصنا بعنوان تنها مرجع تخصصی سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران، بعنوان شریک اصلی در تصمیم سازی برای تهیه، تأمین و ساخت نیازمندیهای فناورانه صنایع نفت، گاز و پتروشیمی و پالایش خواهد بود. در حوزه داخلی هم استصنا نهادی توسعه یافته و تأثیرگذار با توانایی ایجاد بازار، تشکیل کنسرسیوم‌های تخصصی، ارائه دهنده الگوهای صادراتی مشخص و کاربردی، تهیه کننده مدل‌های اتصال فناوری و سرمایه و اصلاح کننده مقررات و قوانین خواهد بود.

*** فکر می کنید مهمترین تغییری که اعضاء باید در استصنای آینده نسبت به امروز احساس کنند چیست؟**

تغییر مهم آنست که اعضاء، استصنا را بعنوان خانه خود احساس کنند و در آن امنیت، گوش شنوا و حمایت و مدافع حقوق خود را ببینید.استصنا بایستی ارزش آفرین و ایجاد کننده مزیت اقتصادی و حرفه‌ای برای اعضا باشد. از جمله مزیت ها: دسترسی به فرصت های بازار، دریافت اطلاعات تخصصی و اقتصادی، ایجاد کنسرسیوم‌های تخصصی، کمک به انتقال فناوری، راههای مناسب تأمین مالی پروژه‌ها و طرح‌ها و استفاده از حداکثر توان و ظرفیت ساخت اعضاء در پروژه ها می‌باشد

*** استصنا در چه حوزه هایی می‌تواند از نقش مطالبه گری فراتر رفته و به یک بازیگر تأثیرگذار در تصمیم سازی تبدیل شود؟**

استصنا بایستی از الگوی طرح مشکل و آه و زاری عبور کرده و الگوی طرح مساله و ارائه راه حل کارشناسی را به عنوان تغییر استراتژیک خود ، انتخاب نماید تا در تصمیم سازی‌ها، تأثیرگذار باشد.

حوزه‌های قابل ورود عبارتند از:

۱-سیاست گذاری، قوانین و مقررات، حضور موثر در قبل از تصویب قوانین و مقررات و ارائه راه حل‌های کارشناسی ساده و نتیجه گر.

۲-نظام ارزیابی سازندگان در سامانه ساخت: ورود و کمک به ارزیابی سازندگان عضو با توجه به تخصص و کارشناسی در این زمینه.

۳-توسعه بازار: بررسی بازارهای داخلی، منطقه ایی و بین المللی و ارائه الگوهای مشخص و به روز برای ورود به آنها.

۴-تأمین مالی و سرمایه گذاری: ارتباط موثر بین بانک‌ها، صندوق‌ها و سرمایه گذاران و ارائه الگوهای مشارکتی جواب داده شده به اعضاء

۵-توسعه فناوری: افزایش توان ورود به پروژه های بزرگ در قالب تشکیل کنسرسیوم و زنجیره تأمین

۶-همکاری بیش از پیش اعضاء: هم افزایی و مشارکت حداکثری اعضاء در استصنا و همفکری و همراهی جهت گرفتن تصمیم

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

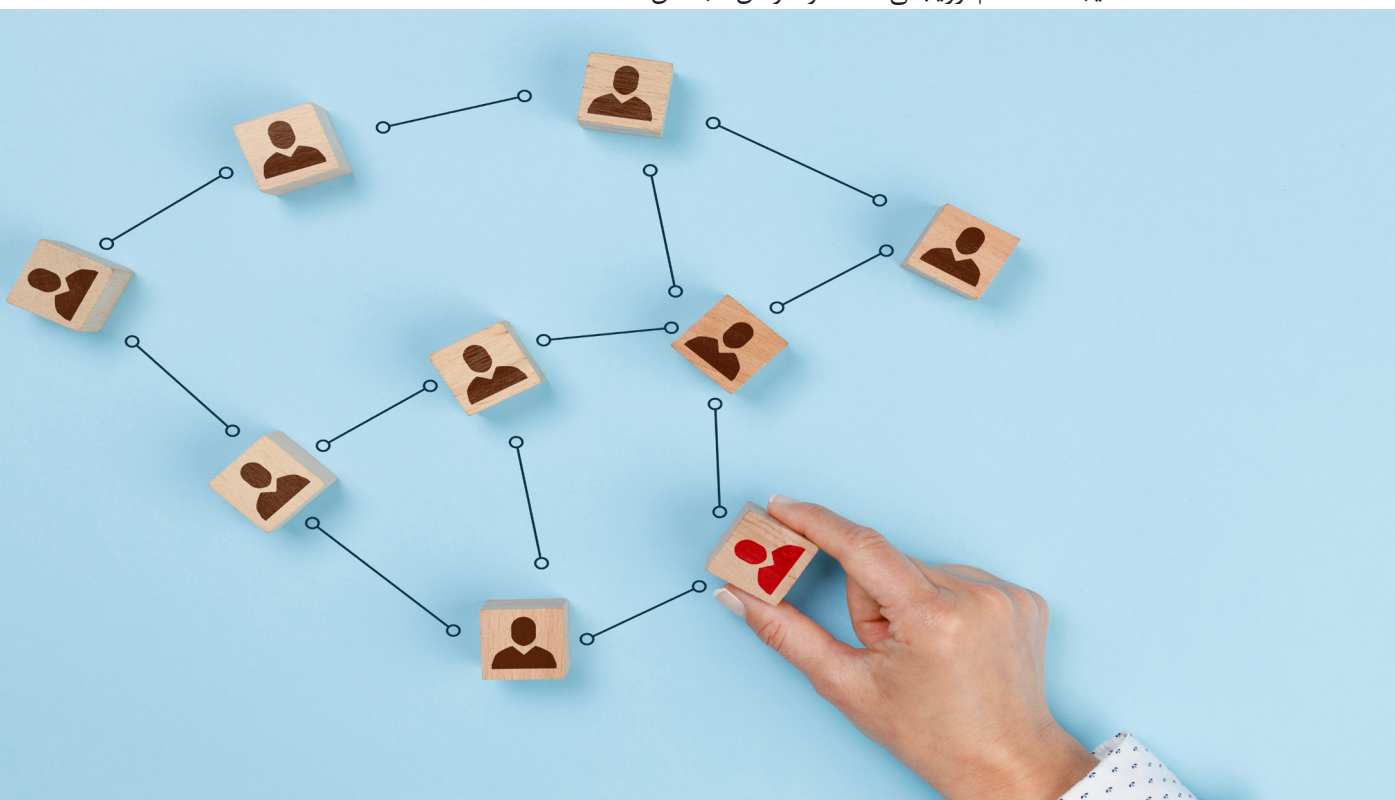
هـای بـزرگ
۷-اطلاعـات طرحهـا و پـروژه هـای ۵ سـال آینـده صنعـت نفـت: دریافـت اطلاعـات پـروژه هـای ۵ سـال بعـد کمـک بزرگـی بـه تجهیـز، توسـعه فنـاوری اقتصـادی کـردن هزینـه هـا و کاهـش هزینـه هـای سـربار بـرای اعضـاء خواهـد نمـود.

*** بـرای تحقـق چنیـن تحولـی آیا سـاختار و شـیوه اداره انجمـن نیـز نیازمنـد تغییـر اسـت؟**

قطعـاً بلـه ، تغییـر سـاختار و روش اداره انجمـن یـک ابـزار تحقـق ماموریـت اسـت، نـه هـدف .
تحـول از مطالبـه گـری بـه ورود به سیاسـتگذارای، مشـارکت در تصمیـم سـازی و ارائـه راهکارهـای حـل مسـأله نیازمنـد سـاختار جدیـد و متناسـب بـا آن ماموریـت می‌باشـدکه عبارتنـد از :
۱-عبـور از سـاختار اداری بـه سـاختار تخصصـی و پـروژه محـور.
کمیسـیون هـا و گـروه هـای تخصصـی بایـد خروجـی مشـخص و متناسـب بـا نیـاز و مسـاله هـای روز اعضـاء داشـته باشـند و راهکارهـای حـل مسـأله را بصـورت کارشناسـی و قابـل اجـراء ارائـه نماینـد.
هـر کـدام از آنهـا بایسـتی برنامـه دقیـق، مسـئول اجـراء و زمـان مشـخص و شـاخص عملکـرد داشـته باشـند.
۲-متناسـب بـا نیـاز روز و تعریـف مسـاله یـک کارگـروه تخصصـی مشـخص تشـکیل، مسـأله را تعریـف و راهـکار کارشناسـی آن را تعییـن و ارائـه نمایـد و پـس از انجـام فرآینـد، کارگـروه حـذف گـردد.
۳-ایجـاد نظـام ارزیابـی عملکـرد ارکان انجمـن بصـورت فصلـی بـا ارائـه گـزارش عملکـرد و بررسـی آن و در صـورت نیـاز اصـلاح و بازنگـری فرآیندهـای کاری و پایـش شـاخص‌های کلیـدی در دسـتیابی بـه اهـداف
۴-اسـتفاده کارشناسـان متخصـص در حـوزه هـای تخصصـی مـورد نیـاز در دبیرخانـه و همچنیـن بـرون سـپاری و نظـارت کامـل فعالیتهـای قابـل واگـذاری بـه خـارج از انجمـن

*** در نهایـت معیـار واقعـی موفقیـت اسـتصنای آینـده چیسـت؟**

میـزان موفقیـت اسـتصنا در تعـداد جلسـات یـا مکاتبـات و ... نیسـت کـه البتـه همه آنها لازم اسـت امـا کافـی نیسـت، بلکـه بـرای معیارهـای واقعـی می‌تـوان چنـد شـاخص زیـر را معرفـی نمـود:
۱- افزایش سهم سازندگان داخل
۲-افزایـش میـزان صـادرات تجهیـزات و خدمـات فنـی و مهندسـی اعضـاء.
۳- تعـداد و ارزش پـروژه هـای تعریـف و اجـرا شـده از روش همـکاری کنسرسـیوم یـا شـبکه سـازی اعضـاء
۴- میـزان مشـارکت فعـال اعضـا در فعالیت‌هـای انجمـن
۵-سـهم رضایتمنـدی اعضـا از ارائـه خدمـات و فعالیتهـای انجمـن بـرای آنهـا.
در نهایـت اسـتصنای آینـده، بـا معیـار افتخـار کـردن اعضـای آن بـه عضویـت خـود در خانـواده بـزرگ سـازندگان تجهیـزات نفـت شـناخته خواهـد شـد کـه هـر یـک از سـازندگان داخلـی بـرای عضویـت در ایـن انجمـن بـا اشـتیاق و علاقـه اصـرار نماینـد.





شرکت نیکان تک ایرانیان از شرکت‌های دانش‌بنیان و فعال در زنجیره تأمین صنایع نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی است که در زمینه طراحی و تولید انواع پیچ و مهره‌های صنعتی و تأمین لوله و اتصالات فعالیت دارد. این مجموعه از تأمین‌کنندگان پیچ و مهره مورد نیاز تجهیزات صنایع پتروشیمی کشور به شمار می‌رود.در این شماره، مرتضی شالی مدیر کارخانه این شرکت از تجربه و نگاه خود درباره شرایط امروز تولید، مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی سازندگان و چشم‌انداز ماه‌های آینده می گوید.

۱. اگر بخواهید فقط سه مورد را نام ببرید، مهم‌ترین مشکلات شرکت شما در شش ماه گذشته چه بوده است؟
در حال حاضر مهمترین مشکلات نقدینگی، مطالبات، مواداولیه هستند

۲.بفرمایید در حال حاضر تقریباً چند درصد از ظرفیت واقعی تولید شرکت شما فعال است؟
حدود پنجاه درصد ظرفیت کارخانه مشغول بکار می باشند

۳.وضعیت نقدینگی و وصول مطالبات شما چگونه است؟ به‌طور متوسط مطالباتتان از کارفرما چند ماهه وصول می‌شود؟
مطالبات کارفرماهای دولتی و بزرگ حدود دو ماه الی شش ماه بطول می انجامد

۴.در ثبت سفارش، تخصیص ارز و تأمین مواد اولیه یا قطعات موردنیاز، مهم‌ترین مشکلی که الان با آن درگیر هستید چیست؟
در حمل ثبت سفارشات خارج از کشور بدلیل محاصره کشور با مشکل مواجه هستیم

۵. شش ماه آینده شرکت خودتان و بازار صنعت نفت، گاز و پتروشیمی را چگونه می‌بینید؛ انتظار افزایش سفارش دارید، ثبات یا کاهش فعالیت؟
در صورت رفع موانع نقدینگی و... با توجه به بازسازی و نوسازی صنعت نفت سفارشات افزایشی خواهد بود

۶. اگر قرار باشد فقط یک مشکل سازندگان تجهیزات صنعت نفت همین امروز حل شود، از نظر شما آن مشکل چیست؟
وصول مطالبات کارفرمایی بابت حل مشکل نقدینگی

با همه این شرایط، نسبت به شش ماه آینده خوش‌بین هستید یا



شرکت گالوانیزه زنده رود از مجموعه‌های فعال در حوزه گالوانیزه گرم و پوشش‌های محافظتی قطعات و سازه‌های فلزی است که خدمات خود را با هدف افزایش مقاومت تجهیزات در برابر خوردگی به صنایع و پروژه‌های زیرساختی ارائه می‌دهد. مهدی آقاهادی مدیرعامل این شرکت از تجربه و نگاه خود درباره شرایط امروز تولید، مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی سازندگان و چشم‌انداز ماه‌های آینده می‌گوید.

۱.اگر بخواهید فقط سه مورد را نام ببرید، مهم‌ترین مشکلات شرکت شما در شش ماه گذشته چه بوده است؟

از نظر بنده سه مسئله بیش از بقیه فشار ایجاد کرده‌اند: نقدینگی و تأخیر در وصول مطالبات، نوسانات شدید نرخ ارز و دشواری تأمین مواد اولیه و قطعات. این مسائل مستقیماً روی برنامه‌ریزی تولید، قیمت تمام‌شده و امکان پذیرش پروژه‌های جدید اثر گذاشته‌اند. از طرف دیگر، وقتی قراردادها با شرایط ثابت منعقد می‌شوند اما هزینه‌های تولید در طول اجرای قرارداد تغییر می‌کند، ریسک اقتصادی پروژه برای سازنده افزایش پیدا می‌کند.

۲.در حال حاضر تقریباً چند درصد از ظرفیت واقعی تولید شرکت شما فعال است؟

در شرایط فعلی، ظرفیت اسمی شرکت‌ها الزاماً نشان‌دهنده ظرفیت قابل استفاده آنها نیست. بخشی از ظرفیت به دلیل کمبود نقدینگی، محدودیت سفارش و بلاتکلیفی در پروژه‌ها فعال نمی‌شود. بنابراین مهم است بین «ظرفیت تولید» و «ظرفیت اقتصادی قابل بهره‌برداری» تفاوت قائل شویم.

۳. وضعیت نقدینگی و وصول مطالبات شما چگونه است؟ به‌طور متوسط مطالباتتان از کارفرما چند ماهه وصول می‌شود؟

یکی از جدی‌ترین مشکلات سازندگان همین موضوع است. طولانی شدن دوره وصول مطالبات، سرمایه در گردش شرکت را قفل می‌کند؛ در حالی که شرکت باید حقوق کارکنان، خرید مواد اولیه، هزینه انرژی و سایر تعهداتش را به‌موقع پرداخت کند. این وضعیت باعث می‌شود حتی یک شرکت دارای سفارش و بازار مناسب، در تأمین نقدینگی روزمره با مشکل مواجه شود.

۴.در ثبت سفارش، تخصیص ارز و تأمین مواد اولیه یا قطعات موردنیاز، مهم‌ترین مشکلی که الان با آن درگیر هستید چیست؟

مشکل اصلی، فقط «دسترسی به ارز» نیست؛ بلکه عدم قطعیت در زمان و هزینه تأمین است. سازنده برای یک پروژه باید بتواند زمان ورود مواد اولیه و قیمت تمام‌شده را پیش‌بینی کند. وقتی این پیش‌بینی ممکن نباشد، قیمت‌گذاری و تعهد به زمان تحویل پروژه بسیار پرریسک می‌شود.

۵.در شش ماه گذشته تعدیل نیرو داشته‌اید؟ اگر بله، تقریباً چند نفر یا چند درصد از نیروی شرکت؟

تعدیل نیرو برای یک واحد تولیدی معمولاً اولین راه‌حل نیست؛ چون نیروی متخصص، حاصل سال‌ها تجربه و آموزش است و جایگزینی آن ساده نیست. با این حال، اگر رکود سفارش‌ها و فشار نقدینگی طولانی شود، حفظ کامل ساختار نیروی انسانی برای بعضی شرکت‌ها دشوار خواهد شد. حفظ سرمایه انسانی صنعت باید به‌عنوان یک موضوع راهبردی مورد توجه قرار گیرد.

۶.در یک سال گذشته صادرات

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

داشته‌اید؟ اگر بله، به چه کشورهایی و حدوداً چه میزان؟ مهم‌ترین مانع توسعه صادراتتان چیست؟

صادرات برای سازندگان تجهیزات نفت، گاز و پتروشیمی می‌تواند یکی از مسیرهای مهم توسعه بازار باشد، اما موانعی مانند رقابت بین‌المللی، محدودیت‌های مالی و بانکی، هزینه حمل‌ونقل، استانداردها و دشواری ورود به بازارهای جدید توسعه آن را سخت می‌کند. برای صادرات پایدار، صرفاً توان تولید کافی نیست؛ باید شبکه بازاریابی، تأمین مالی و پشتیبانی پس از فروش نیز تقویت شود.

۷.شش ماه آینده شرکت خودتان و بازار صنعت نفت، گاز و پتروشیمی را چگونه می‌بینید؛ انتظار افزایش سفارش دارید، ثبات یا کاهش فعالیت؟

به نظرم نمی‌توان یک تصویر یکسان برای همه سازندگان ارائه کرد. بخشی از بازار به دلیل پروژه‌های زیرساختی و نیاز مستمر صنعت نفت، گاز و پتروشیمی همچنان ظرفیت فعالیت دارد؛ اما مسئله اصلی، تبدیل این ظرفیت بالقوه به سفارش قطعی و سپس تأمین مالی و اجرای اقتصادی پروژه‌هاست. اگر موضوع نقدینگی و پرداخت مطالبات مدیریت شود، امکان فعال‌تر شدن ظرفیت تولید وجود دارد.

۸.اگر قرار باشد فقط یک مشکل سازندگان تجهیزات صنعت نفت همین امروز حل شود، از نظر شما آن مشکل چیست؟

اگر قرار باشد فقط یک مسئله را انتخاب کنم، اصلاح نظام وصول مطالبات و تأمین نقدینگی سازندگان را انتخاب می‌کنم. چون وقتی پول به‌موقع به زنجیره تولید برگردد، شرکت می‌تواند مواد اولیه بخرد، حقوق بدهد، تولید را ادامه دهد، سرمایه‌گذاری کند و نیروی متخصص خود را حفظ کند. در واقع، نقدینگی فقط یک مسئله مالی نیست؛ زنجیره حیات تولید را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

با همه این شرایط، نسبت به شش ماه آینده خوش‌بین هستید یا نگران؟ چرا؟

من نگرانم، اما بدبین نیستم. نگرانی به دلیل واقعیت‌هایی مثل نوسان ارز، تأخیر در پرداخت‌ها، هزینه تأمین مالی و عدم قطعیت در پروژه‌هاست؛ اما صنعت تجهیزات ایران ظرفیت فنی، نیروی انسانی و تجربه قابل توجهی دارد. اگر سیاست‌گذاری‌ها به سمت ثبات، پرداخت به‌موقع مطالبات، قراردادهای عادلانه‌تر و استفاده واقعی از ظرفیت سازندگان داخلی حرکت کند، می‌توان به آینده امیدوار بود.

شرکت پیچ و مهره سازان صنعتی از شرکت‌های باسابقه در حوزه تولید انواع پیچ و مهره‌های صنعتی، بولت و استادبولت است که محصولات آن در صنایع مختلف از جمله نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی کاربرد دارد. در این شماره از «صدای اعضا»، رحیم حبیب نژاد، مدیرعامل این مجموعه از شرایط امروز تولید و مهم‌ترین مسائل و چالش‌های پیش‌روی فعالان صنعت می گوید.

۱.اگر بخواهید فقط سه مورد را نام ببرید، مهم‌ترین مشکلات شرکت شما در شش ماه گذشته چه بوده است؟

عدم امکان واردات متریال ۶ ماه پیش، متریال خام از چین خریداری و کلیه مبلغ قرارداد و کرایه حمل نقداً پرداخت و توسط قطار حمل شده هنوز بلاتکلیف مانده است

۲.در حال حاضر تقریباً چند درصد از ظرفیت واقعی تولید شرکت شما فعال است؟

ظرفیت تقریباً ۱۰۰٪ ظرفیت کار میکنیم (با توجه به تقاضای زیاد)

۳.وضعیت نقدینگی و وصول مطالبات شما چگونه است؟ به‌طور متوسط مطالباتتان از کارفرما چند ماهه وصول می‌شود؟

یکی از مشکلات اصلی عدم پرداخت به موقع از طرف کارفرماست که بعضاً تا ۳ ماه تاخیر داشته است

۴.در ثبت سفارش، تخصیص ارز و تأمین مواد اولیه یا قطعات موردنیاز، مهم‌ترین مشکلی که الان با آن درگیر هستید چیست؟

تخصیص ارز وجود نداد، تامین مواد اولیه در شرایط فعلی عدم امکان حمل است

۵.در شش ماه گذشته تعدیل نیرو داشته‌اید؟ اگر بله، تقریباً چند نفر یا چند درصد از نیروی شرکت؟

خداروشکر تاکنون تعدیل نداشته ایم

۶.در یک سال گذشته صادرات داشته‌اید؟ اگر بله، به چه کشورهایی و حدوداً چه میزان؟ مهم‌ترین مانع توسعه صادراتتان چیست ؟

خیر، صادرات نداشتیم و علت آن تقاضای زیاد بازار داخل است

۷.شش ماه آینده شرکت خودتان و بازار صنعت نفت، گاز و پتروشیمی را چگونه می‌بینید؛ انتظار افزایش سفارش دارید، ثبات یا کاهش فعالیت؟

در حال حاضر و ۶ ماه آینده سفارشات زیاد خواهند شد، و علت آن فرسودگی و تعمیرات نیروگاه های کشور و افزایش تقاضا می باشد

۸.اگر قرار باشد فقط یک مشکل سازندگان تجهیزات صنعت نفت همین امروز حل شود، از نظر شما آن مشکل چیست؟

حل مشکل حمل از خارج از کشور خصوصاً از کشور چین و فرسودگی خط تولید و عدم امکان جایگزینی ماشین آلات جدید با این شرایط بحرانی موجود هیچ جای خوش بینی وجود ندارد و باید تصمیم های اساسی در این زمینه اتخاذ شود.

اتاق های بازرگانی

رئیس اتاق اهواز مطرح کرد:

اتاق های بازرگانی و ساخت داخل؛ از حمایت تا بازسازی



مرور اقدامات و مواضع اتاق‌های بازرگانی نشان می‌دهد نگاه بخش خصوصی به «حمایت از ساخت داخل» در حال فاصله گرفتن از مفهوم ساده ممنوعیت واردات است. محور پررنگ‌تر، ایجاد بازار برای تولیدکننده داخلی، برقراری ارتباط مستقیم میان سازنده و کارفرما، ارتقای استاندارد و فناوری و فراهم کردن مسیر حضور تولیدکنندگان ایرانی در بازارهای صادراتی است.

اتصال مستقیم سازنده به کارفرما

یکی از ملموس‌ترین اقدامات اخیر در این حوزه در اتاق بازرگانی اصفهان دیده می‌شود. در نشست مشترک اعضای انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت استان اصفهان با مدیرعامل و مدیران ارشد شرکت پالایش نفت اصفهان، ظرفیت سازندگان استان، نحوه حضور شرکت‌های بومی در مناقصات و خریدهای پالایشگاه و موانع پیش روی آنها بررسی شد.

محور اصلی این گفت‌وگو، افزایش استفاده از ظرفیت ساخت داخل و ایجاد امکان حضور مؤثرتر شرکت‌های توانمند بومی در زنجیره تأمین پالایشگاه بود. اهمیت چنین نشست‌هایی برای سازندگان در این است که حمایت از تولید داخلی را از سطح شعار به مسئله «دسترسی به بازار» منتقل می‌کند. برای یک سازنده تجهیزات، حمایت زمانی اثر اقتصادی پیدا می‌کند که به امکان حضور در مناقصه، ورود به فهرست تأمین‌کنندگان و در نهایت دریافت سفارش منجر شود.

نمایش توان ساخت داخل در برابر خریداران بزرگ اتاق بازرگانی اصفهان در هفتمین نمایشگاه و همایش تخصصی نفت، گاز، پتروشیمی و پالایش کیش نیز با برپایی پاویون، زمینه معرفی مستقیم توانمندی صنعتگران استان به شرکت‌های بزرگ نفتی را فراهم کرد. در این رویکرد، نمایشگاه صرفاً محل ارائه محصول نیست؛ بلکه به ابزاری برای برقراری ارتباط B۲B، مذاکره مستقیم سازندگان با کارفرمایان و معرفی ظرفیت‌هایی تبدیل می‌شود که ممکن است هنوز در زنجیره تأمین شرکت‌های

بزرگ نفت، گاز و پتروشیمی شناخته نشده باشند. برای صنعت تجهیزات نفت، این مدل می‌تواند یکی از مسیرهای عملی توسعه بازار ساخت داخل باشد: شناسایی سازنده توانمند، معرفی به کارفرما، مذاکره مستقیم و فراهم کردن مسیر ورود به زنجیره تأمین.

حمایت از ساخت داخل؛ اما نه به قیمت حذف رقابت

در کنار حمایت مستقیم از تولیدکنندگان، در اتاق‌های بازرگانی یک ملاحظه مهم نیز مطرح شده است: حمایت از تولید داخلی نباید صرفاً مترادف با ممنوعیت واردات باشد. در بررسی سیاست «نهضت ساخت داخل و ممنوعیت ورود کالاهای دارای مشابه داخلی» در کمیسیون‌های تخصصی اتاق تهران، فعالان بخش خصوصی درباره پیامدهای محدودیت واردات و الزامات حمایت مؤثر از تولید داخلی بحث کرده‌اند. این نگاه برای صنعت تجهیزات نفت اهمیت ویژه‌ای دارد. سازنده داخلی زمانی می‌تواند در پروژه‌های بزرگ و سپس در بازارهای خارجی حضور پایدار داشته باشد که محصول او از نظر کیفیت، فناوری، قیمت، استاندارد، زمان تحویل و خدمات پس از فروش قابلیت رقابت داشته باشد.

بنابراین حمایت مؤثر را می‌توان در سه مرحله دید:
فرصت ورود به بازار داخلی ← ارتقای کیفیت و فناوری ← توان رقابت در بازار داخلی و خارجی
در چنین مدلی، بازار داخلی سکوی رشد سازنده است، نه بازاری دائماً حفاظت‌شده از رقابت.
ساخت داخل در انرژی‌های نو؛ از تجهیزات تا دانش فنی
در بخش انرژی‌های تجدیدپذیر نیز تشکل وابسته به اتاق ایران، «کارگروه فنی و ساخت داخل» را با هدف توسعه تجهیزات داخلی، ارتقای استانداردهای فنی و آموزش نیروی متخصص ایجاد کرده است. در برنامه‌های این کارگروه، علاوه بر حمایت از استفاده از تجهیزات ساخت داخل، همکاری با نهادهای تخصصی برای تدوین دستورالعمل‌ها، آموزش نیروی انسانی، بازدید از کارخانه‌های داخلی و کمک به شرکت‌ها برای دستیابی به استانداردهای فنی دیده می‌شود.

نکته قابل توجه، قرار گرفتن «انتقال دانش» و «بازار خارجی» در کنار ساخت داخل است. این رویکرد نشان می‌دهد بومی‌سازی زمانی پایدار خواهد بود که علاوه بر تولید تجهیز، توسعه دانش فنی، نیروی متخصص و قابلیت صادرات نیز شکل بگیرد.

یک تغییر مهم در مفهوم حمایت

جمع‌بندی این اقدامات یک پیام مشخص برای صنعت دارد: ساخت داخل بیش از گذشته به بازارسازی نیاز دارد. تولیدکننده‌ای که محصول قابل رقابت ساخته اما به کارفرمای بزرگ دسترسی ندارد، همچنان با یک حلقه مفقوده روبه‌رو است. از سوی دیگر، معرفی یک تولیدکننده به کارفرما بدون توجه به کیفیت، استاندارد و قابلیت تحویل نیز نمی‌تواند به همکاری پایدار منجر شود.

در این میان اتاق‌های بازرگانی می‌توانند حلقه اتصال سه ضلع باشند:

سازنده داخلی ـ کارفرمای بزرگ ـ بازارهای صادراتی
برای سازندگان تجهیزات صنعت نفت، نتیجه چنین رویکردی روشن است: حمایت مؤثر از ساخت داخل باید در نهایت در چهار شاخص قابل مشاهده باشد؛ افزایش سهم سازندگان ایرانی از خریدهای کارفرمایان، حضور بیشتر در مناقصات و وندورلیست‌ها، توسعه فناوری و استاندارد، و افزایش صادرات تجهیزات و خدمات فنی و مهندسی.
در غیر این صورت، «حمایت از ساخت داخل» ممکن است در سطح شعار باقی بماند؛ در حالی که آنچه صنعت امروز نیاز دارد، تبدیل توان ساخت به سفارش، بازار و قدرت رقابت است.

ارز، تأمین مالی و صادرات؛ سه مطالبه در صدر دغدغه‌های صنعت



مرور تحولات اخیر اتاق بازرگانی اراک نشان می‌دهد بخش قابل توجهی از دغدغه فعالان اقتصادی استان مرکزی همچنان حول موانعی می‌چرخد که مستقیماً بر فعالیت واحدهای تولیدی اثر می‌گذارند؛ از تأمین مالی و مسائل بانکی گرفته تا تخصیص ارز، ثبت سفارش و توسعه صادرات.

تأمین مالی و موانع تولید روی میز

در نشست‌های اخیر کارگروه ستاد تسهیل و رفع موانع تولید استان مرکزی، پرونده واحدهای تولیدی و صنعتی در حوزه‌هایی نظیر تأمین مالی، مسائل بانکی، مالیات و تأمین اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت.

تمرکز این جلسات بر یافتن راهکارهایی برای کاهش موانع فعالیت واحدهای تولیدی و حمایت از تداوم تولید و اشتغال بوده است؛ موضوعی که در شرایط افزایش هزینه‌های تولید و فشار بر سرمایه در گردش بنگاه‌ها اهمیت بیشتری پیدا کرده است. تخصیص ارز؛ وقتی تأخیر هزینه‌ساز می‌شود

یکی از موضوعات مهم مطرح‌شده در شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان مرکزی، پیامدهای تأخیر در تخصیص ارز بوده است. افزایش هزینه‌های انبارداری و خطر متروکه شدن کالا در نتیجه تخصیص‌نیافتن به‌موقع ارز، بررسی صحت قبض انبار در فرآیند ثبت سفارش و مسائل مرتبط با بازگشت ارز حاصل از صادرات از جمله موضوعاتی بوده که در این شورا مورد بررسی قرار گرفته است.

این مسئله برای صنایع وابسته به مواد اولیه، قطعات و تجهیزات وارداتی اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا طولانی شدن فرآیند تخصیص ارز و ثبت سفارش می‌تواند علاوه بر افزایش هزینه، زمان‌بندی تولید و اجرای قراردادها را نیز تحت تأثیر قرار دهد.

مطالبه برای نقش جدی‌تر بخش خصوصی ناصر بیکی، رئیس اتاق بازرگانی اراک، در نشست شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی بر ضرورت افزایش نقش بخش خصوصی در تصمیم‌گیری‌های

اقتصادی استان تأکید کرده است. بر اساس اظهارات منتشرشده از او، کاهش سهم بخش صنعت از اقتصاد از جمله نشانه‌هایی است که ضرورت بازنگری در برخی سیاست‌های اقتصادی و استفاده بیشتر از ظرفیت بخش خصوصی را برجسته می‌کند.

از منظر فعالان صنعتی، اهمیت این مطالبه زمانی بیشتر می‌شود که تصمیمات مرتبط با ارز، تأمین مالی، مالیات، تأمین اجتماعی و تجارت خارجی مستقیماً بر هزینه و امکان برنامه‌ریزی بنگاه‌های تولیدی اثر می‌گذارد.

اراک به دنبال تقویت مسیر تجارت با چین

یکی دیگر از تحولات قابل توجه، امضای تفاهم‌نامه همکاری میان اتاق بازرگانی و صنایع ایران و چین و اتاق بازرگانی اراک در ۲۲ شهریور ۱۴۰۵ است. این تفاهم‌نامه در نشست کارگروه توسعه صادرات غیرنفتی استان مرکزی و با هدف ایجاد «میز چین» در اتاق بازرگانی اراک منعقد شد. ایجاد چنین ساختاری می‌تواند زمینه منسجم‌تری برای ارائه اطلاعات تجاری، شناخت بازار چین، برقراری ارتباط میان بنگاه‌ها و توسعه فعالیت‌های صادراتی و تجاری شرکت‌های استان فراهم کند؛ هرچند اثر واقعی آن برای تولیدکنندگان به خدمات عملیاتی و ارتباطاتی خواهد بستگی داشت که در ادامه از طریق این میز ارائه می‌شود.

صادرات؛ از انتخاب صادرکننده نمونه تا حل موانع ارزی

در کنار ایجاد میز چین، موضوع صادرات در دیگر برنامه‌های اتاق اراک نیز دیده می‌شود. فراخوان انتخاب صادرکنندگان نمونه ملی منتشر شده و در شورای گفت‌وگوی استان نیز موضوع بازگشت ارز حاصل از صادرات و امکان تفویض برخی اختیارات مرتبط به استان مورد بررسی قرار گرفته است.

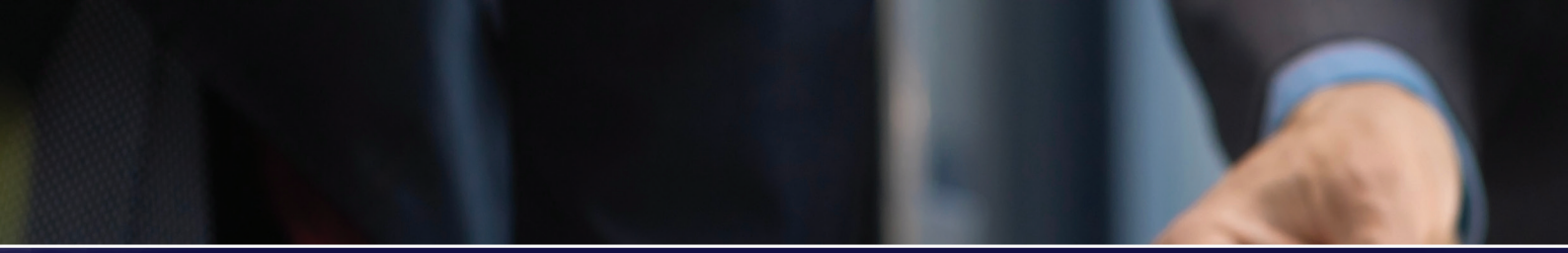
در مجموع، آنچه از تحولات اخیر اتاق بازرگانی اراک دیده می‌شود، تمرکز بر مسائلی است که این روزها در بسیاری از بنگاه‌های صنعتی نیز شنیده می‌شود:

نقدینگی، تأمین مالی، ارز، ثبت سفارش، هزینه تولید و توسعه بازارهای صادراتی.

برای سازندگان تجهیزات صنعت نفت نیز این موضوعات آشناست. بخشی از توان رقابت سازنده ایرانی نه فقط در کارخانه و توان مهندسی او، بلکه در محیطی تعیین می‌شود که امکان تأمین مواد اولیه، دسترسی به منابع مالی، واردات قطعات موردنیاز و حضور در بازارهای خارجی را برای او فراهم می‌کند.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M





مقاله ها

وقتی دو نسل، یک حرف را متفاوت می‌فهمند؛

دیباچه

ورود نسل Z به محیط‌های کاری، به‌ویژه در صنایع تخصصی و دانش‌محور، موضوعی است که در سال‌های اخیر توجه بسیاری از مدیران منابع انسانی و رهبران سازمانی را به خود جلب کرده است. در بسیاری از سازمان‌ها، مواجهه با این نسل با پرسش‌ها و نگرانی‌هایی همراه شده است: آیا نسل Z نسبت به نسل‌های گذشته تفاوت بنیادین دارد؟ آیا انتظارات این نسل با ساختارهای سازمانی موجود سازگار است؟ و آیا چالش‌های ایجادشده ناشی از ویژگی‌های این نسل است یا حاصل تغییر شرایط و انتظارات محیط کار؟ بررسی دقیق‌تر نشان می‌دهد که بخشی از چالش‌هایی که امروز درباره نسل Z مطرح می‌شود، لزوماً پدیده‌ای جدید نیست. هر نسلی در ابتدای مسیر حرفه‌ای خود با فاصله میان توانمندی اولیه و تجربه حرفه‌ای مواجه بوده است. کارکنان جوان نسل‌های قبل نیز در آغاز فعالیت شغلی خود نیازمند یادگیری، کسب تجربه، شناخت محدودیت‌های سازمانی و درک پیچیدگی‌های تصمیم‌گیری بوده‌اند. هیچ فردی صرفاً با اتکا به دانش دانشگاهی یا توانمندی‌های اولیه، بدون طی مسیر تجربه عملی، به بلوغ حرفه‌ای دست پیدا نمی‌کند. با این حال، این واقعیت به معنای آن نیست که همه چالش‌های امروز را می‌توان به فرآیند طبیعی ورود کارکنان جوان به دنیای کار نسبت داد. تغییرات فناوری، شیوه‌های ارتباطی، انتظارات جدید از محیط کار و تحول در نگاه کارکنان به رشد، مشارکت و رابطه با مدیران، زمینه‌ای متفاوت از گذشته ایجاد کرده است. از این رو، برای درک چالش‌های تعامل با نسل Z، لازم است میان آنچه بخشی از مسیر طبیعی شکل‌گیری تجربه حرفه‌ای است و آنچه از تغییر در انتظارات و مناسبات کاری ناشی می‌شود، تمایز قائل شد. بنابراین تفاوت اصلی نسل Z در این نیست که با چالش تجربه یا سازگاری سازمانی مواجه است؛ زیرا این موضوع بخشی طبیعی از فرآیند رشد حرفه‌ای همه نسل‌ها بوده است. تفاوت اساسی در شرایط محیطی، سرعت تغییرات، دسترسی گسترده به اطلاعات، تحول فناوری و تغییر انتظارات از رابطه میان فرد و سازمان شکل گرفته است. نسل‌های گذشته عمدتاً در چارچوب یک قرارداد روانی سنتی وارد سازمان می‌شدند؛ قراردادی که در آن فرد انتظار داشت با طی کردن یک مسیر تدریجی، کسب تجربه و پذیرش ساختارهای سازمانی، به مرور جایگاه حرفه‌ای خود را ارتقا دهد. در مقابل، نسل Z در محیطی رشد کرده است که اطلاعات به‌سرعت در دسترس است، فناوری‌های دیجیتال و هوش مصنوعی مرزهای یادگیری را تغییر داده‌اند و نمونه‌های متعددی از موفقیت‌های سریع در فضای کسب‌وکار مشاهده می‌شود. در نتیجه، انتظار این نسل از سرعت رشد، میزان مشارکت در تصمیم‌گیری و نحوه تعامل با مدیران تغییر کرده است. از سوی دیگر، نباید این تفاوت‌ها به معنای ضعف یا ناتوانی نسل Z تلقی شود. این نسل دارای مزیت‌هایی همچون سرعت یادگیری بالا، توانایی استفاده از فناوری، دسترسی سریع به دانش، آمادگی برای تغییر و تمایل به نوآوری است که در محیط‌های کسب‌وکار امروز می‌تواند یک مزیت رقابتی محسوب شود. مسئله اصلی آن است که این ظرفیت‌ها چگونه باید در چارچوب تجربه سازمانی، استانداردهای حرفه‌ای و اهداف کسب‌وکار هدایت شوند. در مقابل، سازمان‌ها و مدیران نیز باید توجه داشته باشند که روش‌های سنتی مدیریت، که عمدتاً بر کنترل، سلسله‌مراتب و انتقال یک‌طرفه دستورها استوار بوده‌اند، الزاماً پاسخگوی محیط کاری جدید نیستند. نسل Z بیش از آنکه خواهان حذف مدیر یا کاهش استانداردهای کاری باشد، انتظار دارد رابطه کاری بر پایه شفافیت، احترام متقابل، بازخورد مستمر، فرصت رشد و مشارکت در حل مسائل شکل گیرد.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

تهیه و تنظیم:
کارگروه بانوان
نوآفرین استصنا



بر این اساس، مسئله اصلی سازمان‌ها در مواجهه با نسل Z، «تغییر دادن یک نسل» نیست؛ بلکه بازطراحی شیوه انتقال تجربه، توسعه کارکنان، مربیگری مدیران و ایجاد تعادل میان استانداردهای سازمانی و انتظارات نسل جدید است. در صنایع تخصصی مانند نفت، گاز، نیرو، تجهیزات و صنایع مهندسی که سرمایه اصلی سازمان‌ها ترکیبی از تجربه خبرگان و توان نوآوری نسل جدید است، رویکرد موفق نه جایگزینی یک نسل با نسل دیگر، بلکه ایجاد یک مدل همکاری بین‌نسلی خواهد بود؛ مدلی که در آن تجربه نسل‌های گذشته به عنوان سرمایه سازمانی حفظ شود و همزمان انرژی، سرعت یادگیری و توان دیجیتال نسل Z به موتور تحول آینده تبدیل گردد. بر همین اساس، این گزارش تلاش می‌کند با بررسی دیدگاه مدیران، تجربیات کارکنان نسل Z و مقایسه آن‌ها با یافته‌های مطالعات جهانی منابع انسانی، تصویری واقع‌بینانه از چالش‌ها و فرصت‌های تعامل بین‌نسلی ارائه دهد و مسیرهای مدیریتی متناسب با نیازهای سازمان‌های آینده را تبیین کند.

۱. ریشه‌یابی شکاف نسلی در محیط کار؛ تفاوت نسل‌ها یا تغییر در قواعد بازی سازمانی؟

یکی از نکات مهم در تحلیل تعامل نسل Z با مدیران آن است که بخش قابل‌توجهی از چالش‌های مطرح‌شده درباره این نسل، پدیده‌ای کاملاً جدید یا منحصر به آن نیست. هر نسل از کارکنان در آغاز مسیر حرفه‌ای خود با فاصله میان دانش اولیه، توانمندی فردی و تجربه واقعی محیط کار مواجه بوده است. کارکنان جوان نسل‌های گذشته نیز برای شناخت پیچیدگی‌های سازمان، محدودیت‌های اجرایی، الزامات کسب‌وکار، نحوه تصمیم‌گیری و پیامدهای عملی تصمیم‌ها، به زمان و تجربه نیاز داشته‌اند. بنابراین، فاصله میان «توانمندی اولیه» و «بلوغ حرفه‌ای» را نمی‌توان به‌خودی‌خود ویژگی منفی یک نسل دانست. آنچه شرایط امروز را متفاوت کرده، بیش از آنکه وجود این فاصله باشد، تغییر محیطی است که این فاصله در آن شکل می‌گیرد. مسیر رشد حرفه‌ای در گذشته عمدتاً تدریجی‌تر و قابل پیش‌بینی‌تر بود و یادگیری بسیاری از مهارت‌ها از طریق حضور مستمر در سازمان، مشاهده مدیران و افراد باتجربه‌تر و پذیرش تدریجی مسئولیت‌ها شکل می‌گرفت. در مقابل، محیط کاری امروز با سرعت بالای تحولات فناوری، دسترسی گسترده به اطلاعات، ابزارهای هوش مصنوعی و تغییر شیوه‌های یادگیری و ارتباطات حرفه‌ای، امکان یادگیری و اثرگذاری را در مراحل زودتری از مسیر شغلی فراهم کرده است. مطالعات جدید نیز بر همین تغییر در انتظارات و رابطه کاری نسل Z با سازمان تأکید دارند. در نتیجه، کارکنان جوان امروز ممکن است انتظار داشته باشند سریع‌تر یاد بگیرند، زودتر در حل مسائل مشارکت کنند، درباره منطق تصمیم‌ها سؤال بپرسند و مسیر رشد خود را شفاف‌تر ببینند. این انتظارات لزوماً به معنای نپذیرفتن ساختار سازمانی یا استانداردهای حرفه‌ای نیست؛ بلکه می‌تواند نشان‌دهنده تغییر در نحوه شکل‌گیری رابطه میان فرد و سازمان باشد. در مقابل، سازمان همچنان با الزاماتی مواجه است که با سرعت یادگیری یا دسترسی به اطلاعات

جایگزین نمی‌شوند: قضاوت حرفه‌ای، شناخت محدودیت‌ها، مدیریت ریسک، درک پیامدهای تصمیم‌ها، تعامل با ذی‌نفعان و توانایی تبدیل دانش و ایده به نتیجه عملی. از این منظر، شکاف میان نسل‌ها را بهتر است نه به‌صورت تقابل «نسل قدیم و نسل جدید»، بلکه به‌عنوان تفاوت میان دو سرمایه مکمل سازمانی در نظر گرفت.

نسل‌های باتجربه‌تر، سرمایه تجربه را با خود دارند:

- تجربه عملی و شناخت فرایندهای واقعی کار؛
- شناخت عمیق‌تر از سازمان و محدودیت‌های اجرایی؛
- قضاوت حرفه‌ای و توان ارزیابی پیامدهای تصمیم‌ها؛
- شناخت ریسک‌ها، ذی‌نفعان و الزامات حرفه‌ای.

نسل

- سرمایه‌های جدیدی را وارد سازمان می‌کند:
- سرعت بالای یادگیری و دسترسی به منابع دانشی؛
- توانمندی و سهولت بیشتر در استفاده از فناوری‌های دیجیتال؛
- آمادگی بیشتر برای یادگیری ابزارها و روش‌های جدید؛
- نگاه تازه به حل مسئله و مشارکت در تغییر.

پژوهش‌های جدید نیز بر اهمیت هم‌زمان فناوری، انتظارات کاری و تعامل بین‌نسلی در مدیریت نسل Z تأکید کرده‌اند؛ بنابراین، مسئله را نمی‌توان صرفاً به یک ویژگی فردی یا نسلی تقلیل داد. چالش زمانی شکل می‌گیرد که یکی از این دو سرمایه نادیده گرفته شود. تکیه صرف بر تجربه گذشته می‌تواند سازمان را در برابر تغییرات جدید کم‌انعطاف کند؛ در مقابل، اتکا صرف به سرعت یادگیری و دانش اولیه، بدون فرصت کافی برای تجربه‌اندوزی و قضاوت حرفه‌ای، می‌تواند در موقعیت‌های پیچیده و پرریسک محدودیت ایجاد کند. بنابراین، مسئله سازمان حذف یکی از این دو سرمایه یا تغییر کامل استانداردهای موجود نیست؛ بلکه ایجاد سازوکاری برای تبدیل این دو سرمایه به یکدیگر است. تجربه باید به نسل جدید منتقل شود، اما انتقال تجربه نباید به معنای محدود کردن فرصت یادگیری و اثرگذاری باشد. در مقابل، نسل Z نیز باید فرصت مشارکت و اختیار را در کنار پذیرش بازخورد، تجربه‌اندوزی و پاسخگویی حرفه‌ای دنبال کند.

بر این اساس، همکاری بین‌نسلی زمانی شکل می‌گیرد که:

تجربه به دانش قابل انتقال تبدیل شود؛ نسل Z فرصت یادگیری، مشارکت و اثرگذاری واقعی داشته باشد؛ اختیار متناسب با شایستگی و تجربه افزایش یابد؛ مدیران از نقش صرفاً ناظر و کنترل‌کننده به سمت نقش مربی و توسعه‌دهنده حرکت کنند؛ کارکنان جوان نیز مسئولیت طی مسیر رشد حرفه‌ای و پیامدهای تصمیم‌های خود را بپذیرند. در چنین چارچوبی، شکاف نسلی نه یک مسئله برای حذف، بلکه تفاوتی است که باید مدیریت و به یک ظرفیت سازمانی تبدیل شود. مسئله اصلی سازمان‌ها در مواجهه با نسل Z، «اصلاح یک نسل» نیست؛ بلکه بازطراحی رابطه کار، شیوه انتقال تجربه و سازوکارهای یادگیری و مشارکت به‌گونه‌ای است که تجربه و نوآوری در کنار یکدیگر قرار گیرند.

۲. چارچوب مطالعه و روش‌شناسی

تحلیل؛ از ادراکات مدیران تا تجربه زیسته نسل Z در محیط کار

با توجه به اینکه موضوع نسل Z و چالش‌های تعامل آن با سازمان، موضوعی صرفاً نظری نیست و بخش مهمی از آن در تجربه روزمره مدیران و کارکنان شکل می‌گیرد، در این مطالعه تلاش شده است در کنار بررسی ادبیات علمی و مطالعات جهانی، دیدگاه ذی‌نفعان اصلی این موضوع در محیط واقعی سازمان نیز مورد بررسی قرار گیرد. در تحلیل تفاوت‌های نسلی، نگاه یک‌طرفه به موضوع می‌تواند تصویر ناقصی از رابطه میان کارکنان و سازمان ایجاد کند؛ به این معنا که یا رفتار نسل جدید صرفاً از منظر مدیران ارزیابی شود، یا انتظارات و دغدغه‌های کارکنان جوان بدون در نظر گرفتن محدودیت‌ها و الزامات مدیریتی بررسی گردد. در حالی که رابطه کاری، حاصل تعامل و تأثیر متقابل میان دو سوی سازمان است و شناخت آن نیازمند شنیدن هر دو دیدگاه است. بر همین اساس، این گزارش موضوع تعامل با نسل Z را از دو زاویه مکمل مورد بررسی قرار داده است:

۱. دیدگاه مدیران و رهبران سازمانی برای شناخت چالش‌هایی که مدیران در تعامل با کارکنان نسل Z تجربه می‌کنند، انتظارات آنان از کارکنان جوان و عواملی

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

GENERATION Z



که از نگاه آنان می‌تواند بر عملکرد، ماندگاری، مسئولیت‌پذیری، نظم، رشد حرفه‌ای و همکاری اثرگذار باشد. همچنین تلاش شده است نقاط قوتی که مدیران در کارکنان جوان مشاهده می‌کنند نیز شناسایی شود تا تحلیل صرفاً بر نگرانی‌ها و چالش‌ها متمرکز نباشد.

۲. تجربه و انتظارات کارکنان نسل Z برای شناخت برداشت کارکنان جوان از محیط کار، انتظارات آنان از مدیران و سازمان، عوامل مؤثر بر انگیزش و ماندگاری و نوع رابطه حرفه‌ای که آن را سازنده و قابل قبول می‌دانند.

هدف از این رویکرد، یافتن مقصر یا تأیید یک گروه خاص نیست؛ بلکه شناسایی نقاط توافق، اختلاف و شکاف‌های ادراکی میان دو سوی رابطه کاری و بررسی عواملی است که می‌توانند به بهبود همکاری بین‌نسلی در سازمان کمک کنند.در این چارچوب، یافته‌های حاصل از پرسشنامه‌های مدیران و کارکنان نسل Z، در کنار شواهد علمی و مطالعات جهانی مورد بررسی قرار گرفته‌اند تا از یک سو، برداشت‌های رایج درباره نسل Z بدون اتکا به کلیشه‌ها ارزیابی شود و از سوی دیگر، ویژگی‌های واقعی محیط کاری و سازمان‌های مورد مطالعه در تحلیل نهایی لحاظ گردد. بنابراین، مسیر تحلیل گزارش از ادراک مدیران و تجربه کارکنان آغاز می‌شود، در مرحله بعد نقاط همگرایی و اختلاف میان این دو دیدگاه بررسی خواهد شد و در ادامه، با استفاده از شواهد جهانی، مشخص می‌شود کدام برداشت‌ها را باید تأیید، تعدیل یا با احتیاط تفسیر کرد. در نهایت نیز بر اساس این یافته‌ها، چارچوبی برای مدیریت تعامل بین‌نسلی ارائه خواهد شد.

بررسی دیدگاه مدیران؛ چالش‌های مدیریت نسل Z از نگاه رهبران سازمان در بخش نخست مطالعه، فرم‌هایی در اختیار مدیران قرار گرفت تا تجربه، برداشت و چالش‌های آنان در مواجهه با کارکنان نسل Z بررسی شود. هدف از این بخش، پاسخ به پرسش‌هایی از این دست بود:

- مدیران چه تفاوت‌هایی را در رفتار کاری نسل Z مشاهده می‌کنند؟
- مهم‌ترین نگرانی آنان در مدیریت این نسل چیست؟
- کدام ویژگی‌های نسل Z را یک فرصت می‌دانند؟
- چه رفتارهایی را نیازمند توسعه و اصلاح می‌دانند؟
- مدیران برای حل اختلاف و ایجاد تعامل بهتر چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنند؟

بر اساس تحلیل پاسخ‌های مدیران، یافته‌های این بخش در دو محور اصلی قابل بررسی است:

الف) برداشت مدیران از توانمندی‌های نسل Z

ب) نگرانی‌ها و چالش‌های مدیران در تعامل با نسل Z

لازم است تأکید شود که یافته‌های این بخش، بازتاب تجربه و ادراک مدیران مورد مطالعه در انجمن استصناست و نباید به‌عنوان ویژگی قطعی یا تعمیم‌یافته همه کارکنان نسل Z در نظر گرفته شود. تجربه مدیران می‌تواند تحت تأثیر صنعت، نوع شغل، فرهنگ سازمانی، سبک مدیریت، سطح تجربه کارکنان و شرایط خاص سازمان قرار داشته باشد.

نگاه مدیران به نسل Z صرفاً منفی نیست. در پاسخ‌های گردآوری‌شده، مجموعه‌ای از توانمندی‌ها نیز مورد توجه قرار گرفته است که می‌تواند برای سازمان‌ها ارزش‌آفرین باشد.

ادامه مطلب

هوش مصنوعی؛ ابزار جدید مدیران صنعتی برای تصمیم‌گیری، بهره‌وری و نوآوری با تأکید بر صنعت ساخت تجهیزات نفت

چکیده

هوش مصنوعی دیگر موضوعی متعلق به آینده نیست. این فناوری به تدریج وارد محیط واقعی کسب‌وکار و صنعت شده و در حال تغییر شیوه‌ای است که مدیران اطلاعات را دریافت، تحلیل و بر اساس آن تصمیم‌گیری می‌کنند. این تغییر برای شرکت‌های سازنده تجهیزات صنعت نفت اهمیت بیشتری دارد؛ زیرا این شرکت‌ها همزمان با مسائل پیچیده مهندسی ، الزامات کیفیت و ایمنی، محدودیت منابع، تأمین قطعات، فشار هزینه و ضرورت تحویل به‌موقع پروژه‌ها روبه‌رو هستند. با این حال، مسئله اصلی برای مدیر صنعتی نباید «چگونه هوش مصنوعی را وارد شرکت کنیم؟» باشد. بلکه سؤال درست این است که کدام مسئله واقعی شرکت را می‌توان با کمک هوش مصنوعی بهتر حل کرد و این کار چه ارزشی ایجاد خواهد کرد؟ این مقاله با رویکردی علمی ـ کاربردی، مهم‌ترین زمینه‌های استفاده از هوش مصنوعی در شرکت‌های سازنده تجهیزات صنعت نفت، از تحقیق و توسعه و طراحی محصول تا تولید، کنترل کیفیت، نگهداری و زنجیره تأمین را بررسی می‌نماید. سپس چارچوبی شش‌مرحله‌ای برای انتخاب و استقرار پروژه‌های AI پیشنهاد می‌دهد: مسئله، ارزش، آمادگی، پایلوت، ارزیابی و مقیاس‌گذاری. استدلال اصلی مقاله این است که هوش مصنوعی زمانی به مزیت رقابتی تبدیل می‌گردد که در خدمت مسائل واقعی کسب‌وکار قرار گیرد، نه اینکه صرفاً به عنوان یک فناوری جدید خریداری یا آزمایش شود.

واژگان کلیدی: هوش مصنوعی، مدیریت صنعتی، تجهیزات صنعت نفت، بهره‌وری، نوآوری، تصمیم‌گیری، تولید هوشمند.

مقدمه؛ مسئله اصلی فناوری نیست

یک مدیر کارخانه یا مدیرعامل شرکت سازنده تجهیزات صنعت نفت هر روز با ده‌ها تصمیم مواجه است: آیا سفارش در موعد مقرر تحویل خواهد شد؟ کدام تأمین‌کننده احتمالاً تأخیر خواهد داشت؟ چرا نرخ دوباره‌کاری افزایش یافته است؟ کدام تجهیز احتمال خرابی بیشتری دارد؟ کدام محصول ارزش سرمایه‌گذاری برای توسعه دارد؟ و از همه مهم‌تر، کدام اطلاعات موجود در سازمان می‌توانند تصمیم امروز را بهتر نمایند؟ سال‌هاست برای پاسخ به این پرسش‌ها از نرم‌افزارهای مختلف، گزارش‌های مدیریتی و تجربه کارشناسان استفاده می‌شود. اکنون هوش مصنوعی امکان جدیدی ایجاد کرده است: استفاده همزمان از حجم بزرگی از داده برای تشخیص الگو، پیش‌بینی و پشتیبانی از تصمیم. گزارش‌های AI Index در سال‌های ۲۰۲۴ و ۲۰۲۵ نیز نشان‌دهنده رشد سریع قابلیت‌ها و کاربردهای سازمانی هوش مصنوعی هستند

اما اینجا یک اشتباه رایج وجود دارد. بسیاری از سازمان‌ها از خود می‌پرسند: «کدام ابزار AI را بخریم؟» در حالی که سؤال مهم‌تر این است: کدام مسئله صنعتی ما ارزش استفاده از AI را دارد؟ این تغییر زاویه نگاه، تفاوت میان «استفاده از یک فناوری» و «تحول مدیریتی» است.

دیجیتالی‌شدن، اتوماسیون و هوشمندسازی یکی نیستند

اگر اطلاعات سفارش‌ها را از فرم کاغذی به نرم‌افزار منتقل کنیم، دیجیتالی‌شدن اتفاق افتاده است. اگر سیستم به‌صورت خودکار سفارش خرید صادر کند، اتوماسیون رخ داده است. اما زمانی که سیستم با تحلیل سوابق تأمین‌کننده و شرایط فعلی، احتمال تأخیر سفارش را پیش‌بینی کند، وارد حوزه هوشمندسازی شده‌ایم. این تفاوت برای صنعت تجهیزات نفت مهم است. اگر داده‌های تولید، خرید، کیفیت یا طراحی ناقص و پراکنده باشند، اضافه‌کردن یک الگوریتم هوش مصنوعی مشکل را حل نمی‌کند AI روی داده ضعیف، الزاماً تصمیم خوب تولید نمی‌کند. از همین‌جا یکی از نخستین وظایف مدیر مشخص می‌شود: قبل از انتخاب فناوری، باید وضعیت فرآیند و داده را شناخت.

AI کجا برای سازنده تجهیزات نفت ارزش ایجاد می کند ؟

تحقیق و توسعه و طراحی محصول

یکی از با ارزش‌ترین دارایی‌های یک سازنده تجهیزات صنعت نفت، دانش انباشته‌شده در پروژه‌های گذشته است: نقشه‌ها، مشخصات فنی، استانداردها، نتایج آزمون‌ها، گزارش‌های عدم انطباق، تغییرات طراحی و تجربه مهندسان.

مشکل این است که این دانش معمولاً در یک سیستم واحد جمع نشده است. بخشی در اسناد، بخشی در نرم‌افزارها و بخش مهمی نیز در ذهن افراد قرار دارد. هوش مصنوعی می‌تواند جست‌وجوی این دانش، مقایسه اسناد، استخراج اطلاعات و بررسی سوابق پروژه را سریع‌تر کرده و به مهندس در مراحل اولیه طراحی کمک نماید. اما در اینجا نباید مرز مسئولیت را گم کرد AI. می‌تواند پیشنهاد طراحی بدهد؛ اما تأیید نهایی باید همچنان بر عهده مهندس و نظام کنترل فنی سازمان باشد.

تولید و برنامه‌ریزی

شرکت‌های سازنده تجهیزات نفت اغلب با سفارش‌های متنوع و پروژه‌های زمانبندی شده کار می‌کنند. یک تأخیر کوچک در تأمین مواد یا یک توقف ماشین‌آلات می‌تواند برنامه تحویل را تحت تأثیر قرار دهد. AI می‌تواند با کنار هم قراردادن

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M



تهیه و تنظیم :
محسن یادبروقی
امور کارشناسی
استصنا

اطلاعات سفارش، ظرفیت تولید، وضعیت ماشین‌آلات، موجودی و سوابق پروژه‌ها، احتمال تأخیر را زودتر آشکار نماید. در اینجا مدیر نباید موفقیت پروژه را با «داشتن یک سامانه هوشمند» بسنجد. شاخص واقعی باید مثلاً کاهش تأخیر، کاهش زمان چرخه، کاهش اضافه‌کاری یا افزایش تحویل به‌موقع باشد.

کنترل کیفیت

در تولید تجهیزات حساس، کیفیت فقط یک شاخص تولید نیست؛ بخشی از اعتبار شرکت و ریسک کسب‌وکار است. بینایی ماشین و تحلیل داده‌های فرآیند می‌توانند برای شناسایی برخی عیوب و انحرافات به کار گرفته شوند. این فناوری می‌تواند سرعت بازرسی را افزایش دهد و موارد مشکوک را برای بررسی متخصص مشخص کند.

اما در تجهیزات صنعت نفت، AI نباید بهانه‌ای برای حذف کنترل‌های مهندسی، آزمون‌های الزامی یا الزامات استانداردی باشد. در کاربردهای حساس، AI باید کنار متخصص قرار گیرد، نه به جای او.

نگهداری و تعمیرات

کاربرد AI در نگهداری پیش‌بینانه یکی از روشن‌ترین نمونه‌های ارزش‌آفرینی در صنعت است. داده‌های ارتعاش، دما، فشار، مصرف انرژی یا سایر پارامترهای عملکردی می‌توانند برای شناسایی نشانه‌های اولیه خرابی تحلیل شوند.

برای سازنده تجهیزات، اهمیت این موضوع حتی بیشتر است. اگر داده عملکرد تجهیز پس از نصب به سازنده بازگردد، سازمان می‌تواند از تجربه واقعی محصول برای اصلاح طراحی نسل بعد استفاده کند.

در این حالت یک چرخه یادگیری شکل می‌گیرد:

طراحی → ساخت → عملکرد واقعی → داده → تحلیل AI → یادگیری → بهبود محصول

اینجاست که AI از یک ابزار تعمیراتی به ابزاری برای نوآوری محصول تبدیل می‌شود.

زنجیره تأمین

تأخیر تأمین مواد و قطعات یکی از نقاط آسیب‌پذیر شرکت‌های تجهیزات نفت است. AI می‌تواند سوابق تأمین‌کنندگان، زمان تحویل، تغییرات قیمت و الگوهای سفارش را تحلیل کند و در شناسایی ریسک تأمین یا برنامه‌ریزی موجودی کمک کند.

اما باز هم معیار موفقیت روشن است: آیا سرمایه خوابیده در موجودی کاهش یافته؟ آیا توقف تولید کمتر شده؟ آیا خرید اضطراری کاهش یافته است؟ اگر پاسخ منفی باشد، صرف پیچیده‌بودن مدل AI ارزش اقتصادی ایجاد نمی‌کند.

مدیر آینده باید چه چیزی بداند؟

لازم نیست مدیرعامل یا مدیر تولید برنامه‌نویس AI باشد. اما باید بتواند یک مسئله را درست تعریف کند.

مدیر باید بپرسد:

- مسئله دقیقاً چیست؟
- چه داده‌ای برای آن داریم؟
- داده چقدر قابل اعتماد است؟
- AI کدام بخش مسئله را حل می‌کند؟
- نتیجه چگونه کنترل می‌شود؟
- چه کسی مسئول تصمیم نهایی است؟
- و مهم‌تر از همه، نتیجه را با چه شاخصی خواهیم سنجید ؟

این مجموعه مهارت‌ها را می‌توان بخشی از سواد مدیریتی هوش مصنوعی دانست.

مدل شش‌مرحله‌ای برای استقرار AI

برای شرکت‌های سازنده تجهیزات نفت، یک روش ساده و عملی می‌تواند چنین باشد:

۱. مسئله: مسئله واقعی و دارای اهمیت شناسایی شود.
۲. ارزش: مشخص شود حل مسئله چه ارزش اقتصادی یا عملیاتی ایجاد می‌کند.
۳. آمادگی: داده، زیرساخت، امنیت و توانمندی نیروی انسانی بررسی شود.
۴. پایلوت: پروژه‌ای کوچک و قابل اندازه‌گیری اجرا شود.
۵. ارزیابی: نتیجه با وضعیت قبل مقایسه شود.
۶. مقیاس‌گذاری: تنها راهکارهایی که ارزش خود را اثبات کرده‌اند در سطح سازمان توسعه یابند.

این مدل یک اصل ساده دارد:

تحول AI باید از مسئله شروع شود، نه از فناوری.

ریسک اجرا

هوش مصنوعی فقط فرصت نیست. مدل‌های مولد ممکن است اطلاعات نادرست تولید کنند؛ داده‌های محرمانه می‌توانند در معرض خطر قرار گیرند و عملکرد مدل ممکن است در شرایط واقعی با محیطی که مدل در آن آموزش دیده متفاوت باشد. NIST در چارچوب مدیریت ریسک هوش مصنوعی و پروفایل هوش مصنوعی مولد بر شناسایی و مدیریت این ریسک‌ها در طول چرخه عمر سیستم تأکید کرده است [۳،۴].

در صنعت تجهیزات نفت، به‌ویژه در تصمیم‌های مرتبط با ایمنی، کیفیت و قابلیت اطمینان، اصل Human-in-the-loop باید جدی گرفته شود؛ یعنی خروجی AI بدون کنترل و تأیید انسانی مبنای تصمیم حساس قرار نگیرد.

نقش مدیران ارشد و سیاست‌گذاران

هوشمندسازی پروژه واحد IT نیست. مدیرعامل باید مالک ارزش و نتیجه باشد؛ واحد IT زیرساخت و امنیت را فراهم کند؛ R&D کاربردهای فناورانه و محصولی را پیگیری و مدیران تولید و فنی مسائل واقعی را به پروژه تبدیل نمایند.

در سطح کشور نیز سیاست‌گذاری AI صنعتی باید از پروژه‌های نمایشی فاصله بگیرد. حمایت مؤثر زمانی شکل می‌گیرد که منابع به سمت حل مسائل واقعی صنعت هدایت شوند: افزایش بهره‌وری، توسعه محصول، ارتقای کیفیت، کاهش زمان تحویل، کاهش وابستگی فناورانه و افزایش توان صادراتی.

جمع‌بندی

هوش مصنوعی قرار نیست مدیر صنعتی را حذف کند. ارزش آن در این است که بتواند بخشی از عدم‌قطعیت موجود در تصمیم‌های مدیریتی را کاهش دهد، اطلاعات پراکنده را به دانش قابل استفاده تبدیل کند و امکان پیش‌بینی و واکنش سریع‌تر را فراهم آورد.

اما یک واقعیت را نباید نادیده گرفت: شرکتی که فرآیندهای ضعیف و داده بی‌کیفیت دارد، با خرید AI هوشمند نمی‌شود.

مزیت رقابتی زمانی ایجاد می‌شود که سازمان بداند چه مسئله‌ای دارد، چه داده‌ای در اختیارش است، AI

در کجا می‌تواند ارزش ایجاد کرده و چگونه باید نتیجه را اندازه‌گیری و کنترل کند.
بنابراین پرسش مدیر صنعت تجهیزات نفت نباید این باشد: «هوش مصنوعی چه کاری می‌تواند انجام دهد؟»
پرسش درست این است: «کدام مسئله صنعتی را می‌توان با کمک هوش مصنوعی بهتر حل کرد؟»
به نظر می‌رسد پاسخ به همین سؤال، نقطه آغاز عبور از هوش مصنوعی به‌عنوان یک فناوری به هوش مصنوعی به‌عنوان یک ابزار مدیریت صنعتی باشد.

منابع

۱) Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence. AI Index Report ۲۰۲٤. Stanford University, ۲۰۲٤.
۲) https://aiindex.stanford.edu/report/
Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence. AI Index Report ۲۰۲٥. Stanford University, ۲۰۲٥.
۳) https://aiindex.stanford.edu/report/
National Institute of Standards and Technology. Artificial Intelligence Risk Management Framework (AI RMF ۱.۰). NIST AI ۱۰۰-۱. https://doi.org/۱۰.٦۰۲۸/NIST.AI.۱۰۰-۱
۴) National Institute of Standards and Technology. Artificial Intelligence Risk Management Framework: Generative Artificial Intelligence Profile. NIST AI ٦۰۰-۱, ۲۰۲٤. https://doi.org/۱۰.٦۰۲۸/NIST.AI.٦۰۰-۱
International Federation of Robotics. World Robotics – ۲۰۲٤ Industrial Robots. ۲۰۲٤.
۵) https://ifr.org/worldrobotics/
International Energy Agency. Energy and AI. Paris: IEA, ۲۰۲٥.
٦) https://www.iea.org/reports/energy-and-ai

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M



تحلیل پارادوکس نسبت مالکانه در چرخه عمر پروژه‌های صنعتی

تبیین همزمان اثر «تورم پیش‌دریافت» و «انجماد مطالبات تجاری» در نظام اعتبارسنجی بانکی

چکیده

در الگوهای متداول اعتبارسنجی شبکه بانکی کشور و مقررات احتیاطی بانک مرکزی (از جمله مفاد بخشنامه ۹۸/۴۱۶۶۲۲)، «نسبت مالکانه» (Equity Ratio) مبنای اصلی تشخیص حد اعتباری و سلامت ساختار سرمایه بنگاه‌ها محسوب می‌شود. با این حال، در شرکت‌های سازنده تجهیزات نفت، گاز و نیرو تکیه صلب بر این شاخص سبب ایجاد خطای تحلیلی فاحش می‌گردد. این پژوهش با استفاده از داده‌های واقعی یک بنگاه تولیدی در دوره سه‌ساله ۱۴۰۱ الی ۱۴۰۳ و با استفاده از روش‌شناسی شاخص‌سازی (سال پایه ۱۴۰۱ = ۱۰۰)، «اثر قیچی ترازنامه» ناشی از رفتار متقابل دو متغیر کلیدی «پیش‌دریافت‌های قراردادی» و «بدهکاران تجاری» را مدل‌سازی می‌کند.

یافته‌ها نشان می‌دهد در فاز آغازین و اوج پروژه‌ها، هجوم پیش‌دریافت‌ها موجب تورم کاذب سمت چپ ترازنامه و مخرج کسر شده و نسبت مالکانه اسمی را تا سطح بحرانی ۱۵,۲۴٪ تضعیف می‌کند؛ در حالی که در فاز تحویل نهایی کالا، با تسویه صوری پیش‌دریافت‌ها و جهش نسبت مالکانه اسمی به ۳۶,۶۲٪، پدیده معکوس «انجماد سرمایه در گردش» در قالب افزایش ۴۷,۶ درصدی شاخص مطالبات تجاری و قفل‌شدگی نقدینگی رخ می‌دهد. در پایان، الگوی ترکیبی «نسبت مالکانه هسته عملیاتی (Double-Adjusted)» و راهکارهای عملیاتی نظیر فاکتورینگ معکوس و تهاتر مطالبات دولتی پیشنهاد گردیده است.

واژگان کلیدی: نسبت مالکانه، پیش‌دریافت قراردادی، بدهکاران تجاری، اعتبارسنجی بانکی، حبس نقدینگی، ساختار سرمایه.

مقدمه و بیان مسئله

پایداری جریان مالی و حفظ رتبه اعتباری نزد شبکه بانکی، شریان حیاتی بقای سازندگان تجهیزات در زنجیره تأمین پروژه‌های ملی نفت، گاز و پتروشیمی است. بر اساس الزامات بانک مرکزی ج.ا.ایران، حداقل نسبت مالکانه قابل قبول جهت اعطای تسهیلات و صدور ضمانت‌نامه‌ها در محدوده ۱۵ الی ۲۵ درصد تعیین شده است. در تئوری‌های ارزیابی ریسک اعتباری، هرگونه تقلیل این نسبت به منزله افزایش ریسک ورشکستگی و اتکای خطرناک به اهرم مالی بیرونی قلمداد می‌شود.

با این وجود، ماهیت تولیدات صنعتی سفارشی (Make-to-Order) از قبیل تجهیزات خاص پروژه‌ای، مستلزم تأمین مواد اولیه سنگین (ورق‌های فولادی، قطعات آلومینیومی ،مس ،دایکست و ....) در ابتدای قرارداد است. این فرآیند دو پیامد گریزناپذیر در صورت‌های مالی سازندگان خلق می‌کند:

۱.پیش‌دریافت‌های اجباری:

کارفرمایان جهت استارت فرایند تأمین، مبالغی را تحت عنوان پیش‌پرداخت در ازای ضمانت‌نامه پرداخت می‌کنند.

۲.بدهکاران تجاری مزمن:

پس از ساخت و تحویل تجهیزات، طولانی شدن تشریفات صورت‌وضعیت‌ها، تأییدیه‌های بازرسی فنی و کسور وجه‌الضمان، منجر به انباشت سهمگین حساب‌های دریافتنی می‌شود.

تحمیل این دو پدیده بر ترازنامه سازندگان، یک چرخه نامتقارن و گمراه‌کننده پدید می‌آورد: در زمان دریافت نقدینگی (پیش‌دریافت)، شرکت در سیستم بانکی متهم به بی انضباطی مالی و افت نسبت مالکانه می‌شود؛ و در زمان تحویل

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M



تهیه و تنظیم :
علیرضا تمدن
دبیر کمیسیون تسهیل کسب و کار

پـروژه و افزایـش کاذب نسـبت مالکانـه، شـرکت بـا خطـر انجمـاد نقدینگـی در سـرفصل بدهـکاران مواجـه می‌گـردد.

۲. چارچوب مفهومی:

تبیین ریاضی اثر دوجانبه اقلام قراردادی فرمـول متـداول بانکـی نسـبت مالکانـه بـه شـرح زیـر ا ست :

$$\text{Nominal Equity Ratio} = \frac{\text{Equity}}{\text{Total Assets}} = \frac{E}{A}$$

در صنایـع سـازنده تجهیـزات، دو مؤلفـه سـاختاری ترازنامـه را دسـتخوش دگرگونـی می‌کننـد:

پیش‌دریافت‌ها (Adv):
همزمـان سـرفصل بدهـی جـاری و دارایـی نقـدی را بـدون تغییـر در حقـوق صاحبـان سـهام متـورم می‌کننـد ($\Delta A=\Delta ADV$).

بدهکاران تجاری (AR):
مانـده مطالبـات معـوق کـه بخـش قابـل توجهـی از دارایی‌هـای جـاری را بلوکـه کـرده و اجـازه چرخـش نقدینگـی نمی‌دهنـد.
بـه منظـور ارزیابـی دقیـق، دو شـاخص تحلیلـی مکمـل تعریـف می‌شـود:

۲.۱. شـاخص تـورم اقـلام قـراردادی (Asset Bloat Index)
نشـان‌دهنده سـهم تعهـدات و مطالبـات معلـق ناشـی از قراردادهـا در کل حجـم دارایی‌هـا:

$$\text{Asset Bloat Index} = \frac{\text{Advances} + \text{Receivables}}{\text{Total Assets}}$$

۲.۲. تراز خالص موقعیت قراردادی

تعیین‌کننـده ایـن کـه در چرخـه قـرارداد، چـه کسـی عمـلاً تأمین‌کننـده مالـی اسـت:

$$\text{Net Position} = \text{Receivables} - \text{Advances}$$

وضعیـت منفـی ($NeT<۰$): کارفرمـا از طریـق پیش‌دریافـت، تأمیـن مالـی فراینـد سـاخت را بـر عهـده دارد.
وضعیـت مثبـت ($۰<NeT$): سـازنده تجهیـزات عمـلاً در نقـش بانـک کارفرمـا عمـل کـرده و بـار کسـری نقدینگـی پـروژه را بـه دوش می‌کشـد.

۳. تحلیـل داده‌هـای تجربـی سه‌سـاله (۱۴۰۱ الـی ۱۴۰۳)

داده‌هـای مالـی یـک شـرکت تولیدکننـده صنعتـی فعـال در حـوزه تجهیـزات صنایـع نفـت و گاز در یک بـازه زمانـی ۳ سـاله بـا اسـتفاده از روش اسـتاندارد شاخص‌سـازی (۱۴۰۱ =۱۰۰) تنظیـم گردیـده تـا روندهـا بـدون افشـای ارقـام ریالـی اسـتخراج شـوند.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M



جدول ۱: ماتریس شاخص اقلام کلیدی ترازنامه و شاخص‌های ترکیبی (سال پایه ۱۴۰۱ = ۱۰۰)

عنوان متغیر مالی / شاخص	سال ۱۴۰۱ (شاخص)	سال ۱۴۰۲ (شاخص)	سال ۱۴۰۳ (شاخص)	تحلیل رفتار مالیاتی و نقدینگی
جمع کل دارایی‌ها (A)	۱۰۰/۰	۱۶۰/۶	۱۹۵/۳	رشد ۹۵ درصدی حجم ترازنامه ناشی از تورم و حجم قراردادها
حقوق صاحبان سهام (E)	۱۰۰/۰	۱۱۰/۵	۳۲۳/۰	جهش فوق‌العاده در سال ۱۴۰۳ ناشی از تجمیع سود پروژه‌ها
پیش‌دریافت‌های مشتریان (Adv)	۱۰۰/۰	▲ ۱۸۶/۰	▼ ۹۳/۸	اوج‌گیری جذب نقدینگی قراردادها در سال دوم
بدهکاران تجاری (AR)	۱۰۰/۰	▼ ۷۵/۶	▲ **۱۴۷/۶**	انباشت مطالبات کارفرمایان در فاز تحویل نهایی کالا
موجودی مواد و کالا	۱۰۰/۰	۱۶۴/۳	۲۶۰/۱	انباشت سنگین جهت پیشگیری از تکانه‌های تورمی زنجیره تأمین
شاخص تورم ترازنامه (Bloat Ratio)	**۸۱/۶٪**	**۶۸/۶٪**	**۴۹/۶٪**	تسلط مطلق اقلام قراردادی بر ساختار دارایی‌ها
تراز خالص کارفرما (AR − Adv)	منفی	شدیداً منفی	**مثبت (۵۵+ میلیارد ریال معادل)**	**تغییر جهت چرخه مالی به زیان سازنده تجهیزات**
نسبت مالکانه اسمی (معیار بانک)	**۲۲/۱۴٪**	● **۱۵/۲۴٪**	○ **۳۶/۶۲٪**	سقوط تصنعی در سال دوم و بهبود اسمی در سال سوم
نسبت مالکانه تعدیل‌شده (حذف پیش‌دریافت)	**۳۹/۴۳٪**	**۳۰/۹۵٪**	**۴۶/۳۸٪**	اثبات عدم وجود ریسک ورشکستگی در سال دوم
نسبت مالکانه هسته عملیاتی (تعدیل دوجانبه)	**۱۲۰/۶٪**	**۴۸/۵٪**	**۷۲/۷٪**	واقعیت ساختار مالکیت خالص از اقلام غیرعملیاتی

$$\text{Double-Adjusted Equity Ratio} = \frac{E}{A - \text{Advances} - \text{Receivables}}$$

۴. یافته‌های تحلیلی: رمزگشایی از خطای ارزیابی بانکی

۴.۱. سال ۱۴۰۲؛ قربانی شدن سازنده با خطای «پیش‌دریافت»

در سال ۱۴۰۲، شاخص پیش‌دریافت‌ها با رشدی ۸۶ درصدی به عدد ۱۸۶ رسید. نیمی از کل دارایی‌های ترازنامه شرکت (۵۰٫۷۷٪) مستقیماً از محل پیش‌دریافت‌های متکی به ضمانت‌نامه تأمین شده بود.

• **خطای سیستم بانکی:** فرمول سنتی بانک بدون درک ماهیت این پیش‌دریافت‌ها، نسبت مالکانه را معادل ۱۵٫۲۴٪ محاسبه کرده و بنگاه را به مرز مسدودی حد اعتباری و شمول دستورالعمل‌های احتیاطی رساند.

• **واقعیت ترازنامه:** نسبت مالکانه تعدیل‌شده نشان می‌دهد شرکت در این سال در سطح

ایمن ۳۰,۹۵٪ قرار داشته و با در نظر گرفتن نسبت هسته عملیاتی (۴۸,۵٪)، ریسک عدم ایفای تعهدات نزدیک به صفر بوده است.

۴.۲. سال ۱۴۰۳؛ سراب سلامت مالی و پدیده «انجماد مطالبات»

در سال ۱۴۰۳، با تحویل بخش اعظم محموله‌های صنعتی و صدور فاکتور نهایی، شاخص پیش‌دریافت‌ها به ۹۳,۸ کاهش یافته و سود محقق‌شده باعث رشد ۳ برابری شاخص حقوق صاحبان سهام (شاخص ۳۲۳) گردید.

• **ظاهر فریبنده:** نسبت مالکانه اسمی به رقم کم‌نظیر ۳۶,۶۲٪ جهش یافت که از منظر سامانه‌های بانکی، حاکی از عالی‌ترین وضعیت مالی است.

• **واقعیت نگران‌کننده (دیدگاه بدبینانه مدیریت مالی):** در همین سال، شاخص بدهکاران تجاری با رشدی حدوداً دو برابری نسبت به سال قبل به ۱۴۷,۶ رسید. تراز خالص قراردادی از حالت منفی به مثبت چرخید؛ یعنی بنگاه صنعتی حجم عظیمی از نقدینگی خود را نزد کارفرمایان دولتی و نفتی بلوکه کرد. سقوط شاخص موجودی نقد به کمتر از ۵٪ بدهی‌های جاری اثبات می‌کند که بنگاه با وجود نسبت مالکانه اسمی عالی، در شدیدترین فشار خشکسالی نقدینگی قرار گرفته است.

۵. توصیه‌های راهبردی و بسته پیشنهادی برای اعضای انجمن استصنا

برای برون‌رفت از این دوگانه مخرب، اقدامات مالی و حقوقی زیر پیشنهاد می‌گردد:

۱. پیگیری اصلاح مقررات اعتبارسنجی در شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران (استصنا) باید از طریق کمیته‌های تخصصی، اصلاح تبصره‌های بخشنامه ۴۱۶۶۲۲/۹۸ را مطالبه نماید:

• **تبصره پیشنهادی:**

«در شرکت‌های پیمانکاری و سازنده تجهیزات پروژه‌ای، آن بخش از پیش‌دریافت‌های قراردادی که در قبال اخذ ضمانت‌نامه معتبر بانکی و به منظور خرید مواد اولیه تولید دریافت شده است، از مخرج کسر نسبت مالکانه کسر گردد.»

۲. پیاده‌سازی ابزارهای فاکتورینگ و خرید دین دولتی

با عنایت به آیین‌نامه اجرایی فاکتورینگ و اسناد خزانه، واحدهای مالی سازندگان باید حجم فزاینده «بدهکاران تجاری» را از طریق انتقال قراردادها و مطالبات تأییدشده به شبکه بانکی تنزیل نمایند. این کار دو خروجی همزمان دارد:

• تزریق فوری نقدینگی به جای معطل ماندن ۶ تا ۱۸ ماهه مطالبات.

• خروج مطالبات از سرفصل بدهکاران، کوچک شدن مخرج ترازنامه و بهبود واقعی ساختار مالی.

۳. تهاتر مطالبات دولتی با بدهی‌های مالیاتی و تأمین اجتماعی

مطابق ظرفیت‌های قانونی بودجه‌های سنواتی، استفاده از اوراق تسویه خزانه (نوع اول و دوم) جهت تهاتر مطالبات معوق از شرکت‌های زیرمجموعه وزارت نفت و نیرو با بدهی‌های مالیات بر عملکرد، ارزش افزوده و حق بیمه قراردادهای کارگاهی (ماده ۳۸ قانون تأمین اجتماعی).

۴. اتخاذ رویکرد دفاعی دوگانه در کمیته‌های اعتباری بانک‌ها

مدیران مالی اعضای استصنا نباید ترازنامه خام حسابرسی‌شده را بدون یادداشت پیوست به کارگروه اعتبارات تحویل دهند. ارائه جدول ماتریس شاخص‌های سه‌گانه نسبت مالکانه (اسمی، تعدیل‌شده با پیش‌دریافت، و هسته عملیاتی) اثبات خواهد کرد که افت رتبه اعتباری ناشی از اجرای تعهدات است، نه ضعف بنیادی ساختار سرمایه. . جمع‌بندی و نتیجه‌گیری پژوهش حاضر به وضوح نشان داد که نظام خط‌کشی تک‌متغیره در اعتبارسنجی بانکی کشور، در مواجهه با ماهیت عملیاتی سازندگان تجهیزات صنعتی با خطای سیستماتیک مواجه است. هم‌افزایی «پیش‌دریافت» در نیمه اول عمر پروژه‌ها و «مطالبات معوق» در نیمه دوم، ترازنامه این شرکت‌ها را همواره در وضعیت شکنندگی ظاهری یا بحران نقدینگی واقعی قرار می‌دهد. خروج از این چالش، نیازمند گذار بانک‌ها از صورت‌های مالی ایستا به تحلیل چرخه عمر جریان نقد پروژه‌ها و به‌کارگیری نسبت‌های مالکانه دوبار تعدیل‌شده است.

مراجع و مستندات قانونی:

۱.بخشنامه شماره ۴۱۶۶۲۲/۹۸ مورخ ۰۲/۱۲/۱۳۹۸ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران پیرامون ضوابط اعطای تسهیلات و نسبت‌های مالی.

۲.استاندارد حسابداری شماره ۱ و شماره ۴۳ سازمان حسابرسی.

۳.قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی (مصوب ۱۵/۰۲/۱۳۹۸).

۴.دستورالعمل اجرایی فاکتورینگ در نظام بانکی کشور مصوب شورای پول و اعتبار.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

کتاب



استراتژی خوب، استراتژی بد

نگاهی متفاوت به هنر تصمیم‌گیری و رقابت

اثر ریچارد روملت



چرا بعضی شرکت‌ها با وجود داشتن «استراتژی» پیشرفت نمی‌کنند؟

در ادبیات مدیریت، کمتر واژه‌ای به اندازه «استراتژی» پرکاربرد و در عین حال مبهم شده است. تقریباً هر سازمانی از استراتژی سخن می‌گوید؛ از استراتژی رشد و توسعه بازار گرفته تا استراتژی منابع انسانی، استراتژی فروش و استراتژی تحول دیجیتال.

اما یک پرسش اساسی همچنان باقی است: آیا هر چیزی که استراتژی نامیده می‌شود، واقعاً استراتژی است؟

ریچارد روملت، استاد دانشگاه UCLA و یکی از صاحب‌نظران شناخته‌شده حوزه استراتژی، در کتاب مشهور خود Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters تلاش می‌کند همین ابهام را برطرف کند.

این کتاب که نخستین‌بار در سال ۲۰۱۱ منتشر شد، از مدیران می‌خواهد به جای پناه بردن به شعارها، اهداف بلندپروازانه و واژه‌های پرزرق‌وبرق مدیریتی، با مسئله واقعی سازمان مواجه شوند و برای غلبه بر آن، مسیر مشخصی از اقدامات هماهنگ طراحی کنند.

روملت در واقع یک سؤال ساده اما چالش‌برانگیز مطرح می‌کند:

اگر سازمان با یک مانع جدی روبه‌روست، دقیقاً چه چیزی قرار است آن مانع را از میان بردارد؟

این پرسش ساده، نقطه شروع نگاه متفاوت روملت به استراتژی است.

استراتژی از جایی شروع می‌شود که مسئله را جدی بگیریم

روملت کتاب را با داستانی تاریخی آغاز می‌کند؛ نبرد ترافالگار در سال ۱۸۰۵.

ناوگان بریتانیا از نظر تعداد کشتی‌ها از ناوگان متحد فرانسه و اسپانیا کوچک‌تر بود. روش معمول نبرد دریایی نیز این بود که دو ناوگان در خطوطی موازی مقابل یکدیگر قرار بگیرند و به تبادل آتش بپردازند.

اما دریاسالار نلسون به جای پذیرفتن قواعد معمول، مسئله را جور دیگری دید. او ناوگان خود را به دو ستون تقسیم کرد و با حرکتی عمود بر خط دشمن، انسجام آرایش نیروهای مقابل را هدف قرار داد. نتیجه، شکستن انسجام ناوگان فرانسه و اسپانیا و پیروزی بریتانیا بود.

اهمیت این مثال برای روملت فقط در پیروزی نلسون نیست. نکته مهم‌تر این است که نلسون تلاش نکرد صرفاً «بهتر بجنگد»؛ او ابتدا نقطه تعیین‌کننده مسئله را تشخیص داد و سپس منابع خود را روی همان نقطه متمرکز کرد.

از نگاه روملت، استراتژی خوب اغلب پیچیده و پرزرق‌وبرق نیست. گاهی در ساده‌ترین شکل ممکن بیان می‌شود:

یک مسئله مهم را درست تشخیص بده، نقطه اثرگذار را پیدا کن و اقدامات را برای اثرگذاری بر همان نقطه هماهنگ کن.

این ایده برای مدیران بنگاه‌های صنعتی اهمیت ویژه‌ای دارد. شرکت تولیدکننده تجهیزات صنعت نفت ممکن است هم‌زمان با ده‌ها مسئله روبه‌رو باشد: تأمین مالی، مواد اولیه، نوسان نرخ ارز، محدودیت‌های وارداتی، کمبود نقدینگی، تأخیر پرداخت مشتریان، رقابت قیمتی، فناوری، نیروی انسانی، توسعه بازار و ده‌ها موضوع دیگر.

اما اگر همه این مسائل هم‌زمان در سطح «اولویت استراتژیک» قرار بگیرند، در عمل هیچ‌کدام اولویت واقعی نخواهند داشت. استراتژی دقیقاً از همین‌جا آغاز می‌شود: انتخاب.

استراتژی خوب، فهرست آرزوها نیست

یکی از مهم‌ترین نقدهای روملت به برداشت رایج از استراتژی این است که بسیاری از سازمان‌ها، «هدف» را با «استراتژی» اشتباه می‌گیرند.

رشد، افزایش سهم بازار، سودآوری بیشتر، صادرات، رضایت مشتری، نوآوری، توسعه فناوری و تبدیل شدن به یک شرکت پیشرو، همگی می‌توانند اهداف ارزشمندی باشند.

اما هیچ‌یک به‌تنهایی پاسخ نمی‌دهد که:

چگونه؟

اگر مدیرعامل شرکتی بگوید:

هدف ما این است که طی سه سال آینده به یکی از پنج تولیدکننده برتر منطقه تبدیل شویم.هنوز استراتژی ارائه نشده است.

سؤال بعدی این است:
برای رسیدن به این جایگاه، قرار است با کدام مسئله اصلی مقابله کنیم و چه اقدام متفاوتی انجام دهیم؟
روملت تأکید می‌کند که استراتژی خوب باید به یک چالش واقعی پاسخ دهد و راهی مشخص برای غلبه بر آن ارائه کند. صرف بلندپروازی، استراتژی نیست.
به همین دلیل است که ممکن است دو شرکت اهداف تقریباً یکسانی داشته باشند، اما یکی از آنها استراتژی داشته باشد و دیگری نه.
می‌خواهیم بهترین باشیم»؛ جمله‌ای آشنا اما ناکافی
یکی از نمونه‌هایی که روملت در مقدمه کتاب مطرح می‌کند، مربوط به یک نشست به اصطلاح «استراتژیک» در یک شرکت بزرگ است؛ جلسه‌ای پرزرق‌وبرق با حضور مدیران ارشد، فیلم تبلیغاتی، سخنرانی مدیرعامل، اهدافی مانند رهبری بازار، رشد و افزایش بازده سهامداران و حتی برنامه‌هایی برای ایجاد هیجان و همراهی مدیران.
اما به تعبیر روملت، در آن برنامه تقریباً همه چیز وجود داشت جز خودِ استراتژی.
این مثال، برای بسیاری از سازمان‌ها آشناست.
گاهی یک برنامه استراتژیک شامل صفحات متعدد، نمودارهای فراوان و مجموعه‌ای از اهداف بزرگ است؛ اما وقتی از آن می‌پرسیم:
مسئله اصلی چیست و دقیقاً چه کاری باید متفاوت انجام دهیم؟پاسخ روشنی وجود ندارد.
در چنین شرایطی، استراتژی بیشتر به یک فهرست خواسته‌ها شباهت دارد تا یک مسیر تصمیم‌گیری.
تفاوت «استراتژی خوب» با «استراتژی بد»
روملت معتقد است استراتژی بد الزاماً به این معنا نیست که سازمان هیچ استراتژی‌ای ندارد یا حتماً شکست خورده است. «استراتژی بد» نوع مشخصی از فکر کردن درباره استراتژی است که در آن، اهداف زیادند اما سیاست و اقدام مشخص کم‌رنگ است.
او چهار نشانه مهم برای استراتژی بد معرفی می‌کند:

۱. کلی‌گویی و «پُرگویی استراتژیک»

گاهی متن استراتژی پر از اصطلاحات تخصصی و عبارت‌های جذاب است، اما اگر آنها را کنار بگذاریم، چیز جدیدی باقی نمی‌ماند.
روملت این وضعیت را نوعی پوشش ظاهری برای نبود تحلیل واقعی می‌داند؛ یعنی استفاده از واژه‌های پیچیده برای بیان حرف‌هایی که در اصل بسیار ساده‌اند.
برای یک شرکت صنعتی، عباراتی مانند «حرکت به سوی تعالی»، «رشد پایدار»، «توسعه همه‌جانبه»، «تحول سازمانی» و «رهبری بازار» زمانی ارزش استراتژیک پیدا می‌کنند که به تصمیم‌های مشخص منجر شوند.
سؤال مهم این است:
این عبارت‌ها قرار است چه تصمیمی را تغییر دهند؟

۲. نادیده گرفتن مسئله اصلی

یکی از خطرناک‌ترین شکل‌های استراتژی بد، این است که سازمان اصلاً با مشکل واقعی روبه‌رو نشود.
ممکن است یک شرکت بگوید:
فروش ما باید افزایش پیدا کند.
اما این جمله علت را مشخص نمی‌کند.
آیا مشکل، قیمت تمام‌شده است؟
آیا محصول مزیت رقابتی ندارد؟
آیا شرکت در بازار اشتباهی فعالیت می‌کند؟
آیا فرآیند فروش ناکارآمد است؟
آیا مشتریان به دلیل کیفیت یا زمان تحویل، شرکت را انتخاب نمی‌کنند؟
یا اساساً بازار هدف به اندازه کافی جذاب نیست؟
(فروش پایین) یک نتیجه است؛ استراتژی باید به دلایل و عوامل ایجادکننده آن بپردازد.
روملت در یکی از مثال‌های کتاب نشان می‌دهد که اگر مدیر صرفاً «عملکرد پایین» را به عنوان مسئله تعریف کند، ممکن است از علت واقعی فاصله بگیرد. تشخیص درست باید توضیح دهد که چرا وضعیت موجود شکل گرفته و چه چیزی مانع پیشرفت شده است.

۳. اشتباه گرفتن هدف با استراتژی

هدف می‌گوید:
کجا می‌خواهیم برویم؟
استراتژی باید توضیح دهد:
چگونه و از چه مسیری قرار است به آنجا برسیم؟
این تفاوت ساده، اما بسیار مهم است.
برای مثال، «افزایش صادرات» یک هدف است.
اما اگر شرکت تصمیم بگیرد بر دو بازار مشخص تمرکز کند، محصولاتی را که در آنها مزیت فنی دارد انتخاب کند، شبکه فروش محلی ایجاد کند و منابع محدود خود را به همین دو بازار اختصاص دهد، تازه داریم به قلمرو استراتژی نزدیک می‌شویم.
استراتژی با انتخاب و تمرکز معنا پیدا می‌کند

اهداف غیرواقعی و «آسمان آبی»
چهارمین نشانه، تعیین اهدافی است که صرفاً وضعیت مطلوب را تکرار می‌کنند، بدون اینکه نشان دهند چگونه قرار است به آن وضعیت برسیم.
برای مثال:
می‌خواهیم سازمانی تحول‌آفرین، نوآور و در سطح جهانی باشیم.این جمله ممکن است الهام‌بخش باشد، اما هنوز راه‌حل نیست.
هدف استراتژیک باید با منابع، توانمندی‌ها و واقعیت‌های موجود ارتباط داشته باشد. روملت تأکید می‌کند که یک

هدف خوب باید با توجه به منابع و قابلیت‌های موجود، شانس معقولی برای تحقق داشته باشد.

چرا این نگاه برای صنعت تجهیزات اهمیت دارد؟

در فضای صنعت تجهیزات نفت و گاز، مدیران با محیطی مواجه‌اند که در آن تصمیم‌گیری استراتژیک بیش از هر زمان دیگری اهمیت پیدا می‌کند.

شرکت‌ها باید هم‌زمان درباره ظرفیت تولید، فناوری، سرمایه‌گذاری، زنجیره تأمین، بازار داخلی و خارجی، توسعه محصول و منابع انسانی تصمیم بگیرند؛ در حالی که منابع آنها نامحدود نیست.

در چنین شرایطی، شاید یکی از مهم‌ترین درس‌های روملت این باشد:

شرکت نمی‌تواند همه‌چیز را هم‌زمان دنبال کند.

استراتژی یعنی تشخیص اینکه در میان مجموعه‌ای از مسائل، کدام مسئله بیشترین اهمیت را برای آینده شرکت دارد و کدام نقطه می‌تواند بیشترین اثر را بر عملکرد آن ایجاد کند.

برای یک سازنده تجهیزات، این نقطه ممکن است فناوری یک محصول خاص باشد؛ برای دیگری، کاهش زمان تحویل؛ برای شرکتی دیگر، ورود به یک بازار صادراتی مشخص؛ و برای شرکتی دیگر، حل مشکل نقدینگی و اصلاح مدل قراردادها.

بنابراین نسخه واحدی برای استراتژی وجود ندارد.

آنچه اهمیت دارد، درست دیدن وضعیت خاص خود شرکت و انتخاب آگاهانه مسیر است.

یک پرسش ساده برای مدیران

اگر بخواهیم ایده روملت را به یک تمرین مدیریتی ساده تبدیل کنیم، می‌توان از مدیران شرکت‌ها خواست به چهار سؤال پاسخ دهند:

۱. مهم‌ترین مانع پیش روی شرکت ما چیست؟

نه فهرستی از ده مشکل؛ فقط مهم‌ترین مانع.

۲. چرا این مانع به وجود آمده است؟

چه عواملی آن را ایجاد یا تقویت می‌کنند؟

۳. کدام بخش از این مسئله بیشترین امکان اثرگذاری را برای ما دارد؟

کجا می‌توان با منابع محدود، بیشترین نتیجه را ایجاد کرد؟

۴. چه اقداماتی باید انجام دهیم و چه اقداماتی را باید کنار بگذاریم؟

پاسخ به این چهار سؤال، می‌تواند نقطه شروعی برای یک گفت‌وگوی واقعی درباره استراتژی باشد.

استراتژی خوب، الزاماً پیچیده نیست

شاید جذاب‌ترین پیام آغازین کتاب روملت همین باشد که استراتژی خوب الزاماً پیچیده نیست.

در واقع، گاهی هرچه یک استراتژی را بیشتر توضیح می‌دهیم، بیشتر مشخص می‌شود که هنوز مسئله اصلی را پیدا نکرده‌ایم.

استراتژی خوب باید بتواند میان تشخیص، انتخاب و اقدام ارتباط برقرار کند.

روملت در مقدمه کتاب، استراتژی را صرفاً یک تصمیم منفرد یا یک هدف نمی‌داند؛ بلکه آن را پاسخی منسجم به یک چالش مهم معرفی می‌کند؛ پاسخی که تحلیل، سیاست، استدلال و اقدام را در کنار هم قرار می‌دهد. همچنین تأکید می‌کند که اقدامات مشخص، بخشی از خود استراتژی‌اند، نه چیزی که بعداً و در مرحله‌ای جداگانه به آن اضافه شود.

این نکته، مرز مهمی میان «استراتژی» و «برنامه آرزوها» ایجاد می‌کند.

یک پرسش ساده برای مدیرانیک=اگر بخواهیم ایده روملت را به یک تمرین مدیریتی ساده تبدیل کنیم، می‌توان از مدیران شرکت‌ها خواست به چهار سؤال پاسخ دهند:

۱. مهم‌ترین مانع پیش روی شرکت ما چیست؟

نه فهرستی از ده مشکل؛ فقط مهم‌ترین مانع.

۲. چرا این مانع به وجود آمده است؟

چه عواملی آن را ایجاد یا تقویت می‌کنند؟

۳. کدام بخش از این مسئله بیشترین امکان اثرگذاری را برای ما دارد؟

از «می‌خواهیم» به «چه باید بکنیم؟»

شاید بتوان نخستین بخش از اندیشه روملت را در یک تغییر کوچک اما اساسی خلاصه کرد:

به جای اینکه از خود بپرسیم:

«چه می‌خواهیم؟»

بپرسیم:

برای رسیدن به آنچه می‌خواهیم، با کدام مسئله اساسی باید روبه‌رو شویم و چه انتخابی باید انجام دهیم؟ این تغییر نگاه، نقطه شروع تفکر استراتژیک است.

برای شرکت‌های صنعتی نیز همین‌طور است. ممکن است همه بخواهند رشد کنند، سودآورتر شوند، صادرات را افزایش دهند و سهم بیشتری از بازار به دست آورند. اما مزیت واقعی در این نیست که چه کسی آرزوهای بزرگ‌تری دارد؛ در این است که چه کسی مسئله را دقیق‌تر می‌بیند و منابع خود را هوشمندانه‌تر متمرکز می‌کند.

کجا می‌توان با منابع محدود، بیشترین نتیجه را ایجاد کرد؟

۴. چه اقداماتی باید انجام دهیم و چه اقداماتی را باید کنار بگذاریم؟

پاسخ به این چهار سؤال، می‌تواند نقطه شروعی برای یک گفت‌وگوی واقعی درباره استراتژی باشد.

استراتژی خوب، الزاماً پیچیده نیست

شاید جذاب‌ترین پیام آغازین کتاب روملت همین باشد که استراتژی خوب الزاماً پیچیده نیست.

در واقع، گاهی هرچه یک استراتژی را بیشتر توضیح می‌دهیم، بیشتر مشخص می‌شود که هنوز مسئله اصلی را پیدا نکرده‌ایم.

استراتژی خوب باید بتواند میان تشخیص، انتخاب و اقدام ارتباط برقرار کند.

روملت در مقدمه کتاب، استراتژی را صرفاً یک تصمیم منفرد یا یک هدف نمی‌داند؛ بلکه آن را پاسخی منسجم به یک چالش مهم معرفی می‌کند؛ پاسخی که تحلیل، سیاست، استدلال و اقدام را در کنار هم قرار می‌دهد.

همچنین تأکید می‌کند که اقدامات مشخص، بخشی از خود استراتژی‌اند، نه چیزی که بعداً و در مرحله‌ای جداگانه به آن اضافه شود.

این نکته، مرز مهمی میان «استراتژی» و «برنامه آرزوها» ایجاد می‌کند.

از «می‌خواهیم» به «چه باید بکنیم؟»

شاید بتوان نخستین بخش از اندیشه روملت را در یک تغییر کوچک اما اساسی خلاصه کرد:

به جای اینکه از خود بپرسیم:

«چه می‌خواهیم؟»

بپرسیم:

برای رسیدن به آنچه می‌خواهیم، با کدام مسئله اساسی باید روبه‌رو شویم و چه انتخابی باید انجام دهیم؟ این تغییر نگاه، نقطه شروع تفکر استراتژیک است.

برای شرکت‌های صنعتی نیز همین‌طور است. ممکن است همه بخواهند رشد کنند، سودآورتر شوند، صادرات را افزایش دهند و سهم بیشتری از بازار به دست آورند. اما مزیت واقعی در این نیست که چه کسی آرزوهای بزرگ‌تری دارد؛ در این است که چه کسی مسئله را دقیق‌تر می‌بیند و منابع خود را هوشمندانه‌تر متمرکز می‌کند.

ادامه این مسیر در شماره بعد

اما تشخیص مسئله، تنها آغاز کار است.

اگر استراتژی خوب با شناخت درست چالش شروع می‌شود، سؤال بعدی این است:

چگونه می‌توان از میان انبوه مسائل، مسئله‌ای را پیدا کرد که واقعاً تعیین‌کننده است؟

و پس از آن:

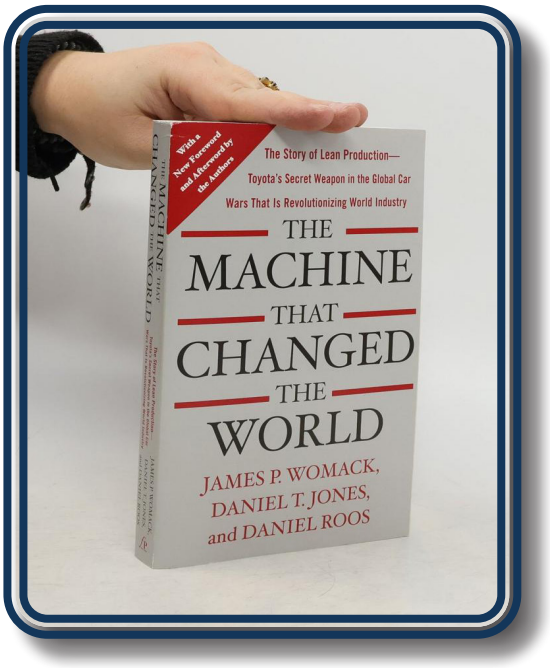
چگونه می‌توان یک پاسخ متفاوت و مؤثر برای آن طراحی کرد؟

در بخش بعدی این پرونده، به همین موضوع خواهیم پرداخت؛ جایی که روملت از مفهوم قدرت و اهمیت کشف نقاطی سخن می‌گوید که می‌توانند اثر اقدامات یک سازمان را چند برابر کنند.

در شماره پاییز، مسیر را با این پرسش ادامه خواهیم داد: مسئله واقعی کجاست؟ نگاهی به هنر تشخیص چالش و پیدا کردن نقطه اثرگذار در استراتژی



معرفی کتاب



انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

«چگونه با منابع کمتر، بهتر تولید کنیم؟»

رقابت‌پذیری سازندگان ایرانی

این کتاب مستقیماً به فضای تولید صنعتی، بهره‌وری، کیفیت، کاهش اتلاف و رقابت‌پذیری تولیدکننده مربوط می شود
«کارخانه ناب» (The Machine That Changed the World) نوشته جیمز وومک، دنیل جونز و دنیل روس است.

کتاب «کارخانه ناب» نوشته جیمز وومک، دنیل جونز و دنیل روس، از آثار تأثیرگذار در حوزه مدیریت و تولید صنعتی است. نویسندگان با بررسی نظام‌های تولید، نشان می‌دهند که رقابت‌پذیری فقط به داشتن تجهیزات بیشتر یا افزایش ظرفیت تولید وابسته نیست؛ بلکه نحوه مدیریت فرآیندها، کاهش اتلاف، کیفیت و استفاده مؤثر از منابع نیز تعیین‌کننده است.

کتاب، مفهوم تولید ناب (Lean Production) را به شکلی کاربردی مطرح می‌کند و توضیح می‌دهد چگونه یک بنگاه صنعتی می‌تواند با حذف فعالیت‌های بدون ارزش افزوده، فرآیند تولید را کارآمدتر کند.

برای مدیران شرکت‌های تولیدی و سازندگان تجهیزات، پیام کتاب همچنان قابل تأمل است: در بازار رقابتی، برنده الزاماً شرکتی نیست که منابع بیشتری دارد؛ شرکتی است که از منابع موجود، هوشمندانه‌تر استفاده می‌کند.

گزارش



بازار عراق؛ از نمایشگاه نفت و گاز تا فرصت‌های همکاری صنعتی

حضور در چهارمین نمایشگاه بین‌المللی نفت، گاز و پروژه‌های نفتی بغداد ... سپتامبر ۲۰۲۶

چهارمین نمایشگاه بین‌المللی نفت، گاز و پروژه‌های نفتی بغداد در سپتامبر ۲۰۲۶، فرصتی برای بررسی آخرین جهت‌گیری‌های صنعت انرژی عراق، شناسایی نیازهای شرکت‌های نفتی این کشور و گفت‌وگو درباره ظرفیت‌های همکاری میان شرکت‌های عراقی و مجموعه‌های صنعتی و فناورانه ایران بود.

اهمیت این رویداد صرفاً به حضور شرکت‌ها و معرفی محصولات محدود نبود؛ بلکه فضای حاکم بر نمایشگاه نشان داد عراق در حال حرکت از رویکرد سنتی «تولید و صادرات نفت خام» به سمت افزایش ارزش افزوده، توسعه پالایش، استفاده از گازهای همراه، توسعه زیرساخت‌ها، انتقال فناوری و جذب سرمایه‌گذاری است. این نمایشگاه با حضور بیش از ۹۰ شرکت داخلی و خارجی برگزار شد و حوزه‌هایی از اکتشاف و تولید تا پالایش، پتروشیمی، تجهیزات صنعتی و خدمات نفتی را پوشش داد.

تغییر اولویت‌های صنعت انرژی عراق

یکی از مهم‌ترین پیام‌های مطرح‌شده در جریان افتتاحیه نمایشگاه، تأکید بر امنیت انرژی و پایداری اقتصادی بود.

از دیدگاه طرف عراقی، توسعه مسیرهای انتقال، افزایش انعطاف‌پذیری صادرات، توسعه خطوط لوله، افزایش ظرفیت پالایش، جمع‌آوری گازهای هدررفته و استفاده از آن در نیروگاه‌ها و صنایع پتروشیمی، از اولویت‌های اساسی سال‌های آینده است.

این رویکرد با سیاست‌های اعلام‌شده وزارت نفت عراق نیز هم‌راستا است؛ به‌گونه‌ای که در سال ۲۰۲۶ توسعه ظرفیت پالایش، کاهش اتکا به صادرات نفت خام، سرمایه‌گذاری در گاز و افزایش ارزش افزوده منابع انرژی در مرکز توجه قرار گرفته است.

از «سرمایه مالی» به «سرمایه‌گذاری تکنولوژیک»

یکی از نکات مهم قابل توجه برای صنعتگران ایرانی، تأکید عراق بر سرمایه‌گذاری تکنولوژیک در کنار سرمایه‌گذاری مالی است.

دیجیتالی‌سازی مدیریت پالایشگاه‌ها، هوشمندسازی شبکه گاز، استفاده از فناوری‌های کم‌کربن، توسعه مهارت‌های تخصصی و انتقال دانش فنی، بخشی از نیازهای جدید بازار عراق را تشکیل می‌دهد.

از این منظر، فرصت بازار عراق صرفاً فروش تجهیزات نیست؛ بلکه می‌تواند شامل:

- **انتقال فناوری؛**
- **خدمات فنی و مهندسی؛**
- **آموزش و مهارت‌آموزی؛**
- **تعمیرات و نگهداری؛**
- **ایجاد کارگاه‌های تخصصی؛**
- **تولید مشترک؛**
- **سرمایه‌گذاری مشترک؛**
- **و توسعه زنجیره تأمین منطقه‌ای باشد.**

این تغییر ماهیت تقاضا، برای سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران اهمیت ویژه‌ای دارد.

زنجیره تأمین منطقه‌ای؛ یک فرصت راهبردی

در مذاکرات انجام‌شده، یکی از محورهای قابل توجه، بازتعریف نقش شرکای منطقه‌ای و کشورهای همسایه در توسعه صنعت انرژی عراق بود.

برای شرکت‌های ایرانی، این موضوع می‌تواند نقطه شروع یک مدل جدید همکاری باشد؛ مدلی که در آن شرکت ایرانی صرفاً «تأمین‌کننده کالا» نباشد، بلکه به‌عنوان بخشی از یک زنجیره تأمین منطقه‌ای در کنار شرکت عراقی قرار گیرد.

چنین مدلی می‌تواند زمینه ایجاد کنسرسیوم‌های تخصصی، شرکت‌های مشترک، دفاتر محلی، کارگاه‌های خدماتی و حتی پروژه‌های تولید مشترک را فراهم کند.

گفت‌وگوی مستقیم با شرکت‌های نفتی عراق

در جریان این سفر، بازدیدهایی از شرکتهای نفتی در مناطق مختلف شمال، واسط، و جنوب عراق انجام شد و نشست‌هایی با مدیران بخش‌های بازرگانی و تدارکات این شرکت‌ها برگزار شد.

هدف اصلی این نشست‌ها، شناخت مستقیم نیازها و انتظارات شرکت‌های عراقی و بررسی ظرفیت‌های همکاری با شرکت‌های ایرانی بود.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

تهیه و تنظیم :
کمیسیون امور بین الملل و توسعه صادرات

یکی از نتایج مهم این مذاکرات، آشکار شدن این واقعیت بود که ورود به بازار عراق صرفاً با ارائه کاتالوگ و قیمت رقابتی امکان‌پذیر نیست؛ بلکه شرکت ایرانی باید سازوکار مشخصی برای حضور، ثبت صلاحیت، تأیید استانداردها، ارائه خدمات پس از فروش و تعامل مستمر با کارفرمای عراقی داشته باشد.

یکی از مهم‌ترین موضوعات مطرح‌شده در مذاکرات، ضرورت شناسایی و رفع محدودیت‌های حضور شرکت‌های ایرانی در بازار عراق بود.در همین چارچوب بررسی موضوعات نشان می‌دهد که برای موفقیت در عراق باید از مدل «صادرات موردی» به مدل «توسعه بازار» تغییر رویکرد داد.

یکی از پیشنهادهای مطرح‌شده پس از مذاکرات، تشکیل نخستین نشست «شورای طرح‌های انرژی در عراق» با محوریت پیگیری موضوعات اجرایی بازار بود که موارد ذیل مورد طرح و بررسی قرار گرفت:

۱. پیگیری پذیرش AVL وزارت نفت ایران در بخش OPEX عراق؛

۲. پیگیری ارائه خدمات آکادمی استصنا؛

۳. تدوین نقشه راه ایجاد کارگاه‌های مهارت‌آموزی و نگهداری و تعمیرات در مجاورت پالایشگاه‌ها؛

۴. پیگیری پذیرش استانداردهای IPI و استانداردهای متنا ظر ؛

۵. تدوین نقشه راه سرمایه‌گذاری مالی و تکنولوژیک در بازار عراق.

این محورها در صورت تبدیل شدن به برنامه عملیاتی، می‌توانند حضور شرکت‌های ایرانی در عراق را از سطح ارتباطات نمایشگاهی به سطح همکاری های ساختاری ارتقا دهند.

پنج فرصت اصلی پیش روی صنعت تجهیزات ایران

۱. تأمین تجهیزات و قطعات

بازسازی، توسعه و ارتقای تأسیسات نفت، گاز، پالایش و نیروگاهی عراق، تقاضای مستمری برای تجهیزات و قطعات ایجاد می‌کند.

۲. خدمات تعمیرات و نگهداری

ایجاد کارگاه‌های تخصصی در مجاورت پالایشگاه‌ها می‌تواند مدلی برای حضور مستمر شرکت‌های ایرانی و صادرات خدمات فنی باشد.

۳. انتقال فناوری و آموزش

آموزش نیروی انسانی و انتقال دانش فنی، به‌ویژه در حوزه‌های تخصصی، می‌تواند مکمل فروش تجهیزات باشد.

۴. تولید و سرمایه‌گذاری مشترک

ایجاد شرکت یا کارگاه مشترک با شریک عراقی می‌تواند بخشی از محدودیت‌های مدل سنتی صادرات را کاهش داده و حضور شرکت ایرانی را پایدارتر کند.

۵. کنسرسیوم‌های محصول‌محور

تجمیع ظرفیت چند سازنده ایرانی در قالب کنسرسیوم می‌تواند قدرت مذاکره، توان تأمین، خدمات پس از فروش و امکان حضور در پروژه‌های بزرگ را افزایش دهد.

بر اساس جمع‌بندی مذاکرات و بررسی‌های انجام‌شده، پیشنهاد می‌شود استصنا برای بازار عراق، یک برنامه مشخص و چندمرحله‌ای را دنبال کند:

اول ـ تشکیل کارگروه بازار عراق

یک کارگروه تخصصی با مأموریت مشخص، مسئولیت پایش پروژه‌ها، شناسایی نیازها، بررسی موانع ورود و پیگیری مصوبات را بر عهده گیرد. پیشنهاد ایجاد چنین کارگروهی در جمع‌بندی گزارش نیز مطرح شده است.

دوم ـ تدوین نقشه راه حضور در بازار عراق

این نقشه راه بهتر است با مشارکت استصنا، تشکل‌های مرتبط، وزارت نفت، وزارت امور خارجه و بخش خصوصی تهیه شود و به جای کلی‌گویی، پروژه‌ها، بازارهای هدف، موانع، مسئول هر اقدام و زمان‌بندی مشخص را تعیین کند.

سوم ـ ارتباط ساختاری با اتحادیه پیمانکاران عراق و سایر تشکل های متناظر

ارتباط با اتحادیه‌ها و تشکل‌های پیمانکاری عراق می‌تواند مسیر ارتباط مستقیم سازندگان ایرانی با کارفرمایان و پیمانکاران عراقی را تسهیل کند.

چهارم ـ تشکیل کنسرسیوم‌های تخصصی

شرکت‌هایی که محصولات مکمل دارند، به جای رقابت پراکنده، در قالب کنسرسیوم‌های محصول‌محور و پروژه محور وارد بازار شوند.

پنجم ـ ایجاد حضور محلی در بغداد

بررسی ایجاد دفتر مشترک با مشارکت یک شرکت عراقی می‌تواند گام عملی برای تبدیل ارتباطات نمایشگاهی به کسب‌وکار مستمر باشد.

آنچه از نمایشگاه نفت و گاز بغداد و مذاکرات انجام‌شده می‌توان دریافت، این است که عراق در حال تعریف مرحله جدیدی از توسعه صنعت انرژی خود است؛ مرحله‌ای که در آن پالایش، گاز، زیرساخت، فناوری، خدمات تخصصی، آموزش، دیجیتالی‌سازی و سرمایه‌گذاری در کنار تولید نفت خام اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند.

برای صنعت تجهیزات ایران، این تحول یک فرصت مهم است؛ اما این فرصت به‌صورت خودکار به قرارداد تبدیل نخواهد شد.

رقابت در بازار عراق جدی است و حضور شرکت‌های بین‌المللی و منطقه‌ای نشان می‌دهد که شرکت ایرانی باید با محصول رقابتی، استاندارد قابل قبول، شریک محلی، خدمات پس از فروش، توان مالی، حضور مستمر و مدل همکاری مشخص وارد بازار شود.

بنابراین، توصیه اصلی این گزارش آن است که استصنا و شرکت‌های عضو، بازار عراق را نه به‌عنوان مجموعه‌ای از فرصت‌های موردی صادراتی، بلکه به‌عنوان یک پروژه توسعه بازار منطقه‌ای بلندمدت تعریف کنند.

در چنین رویکردی، نمایشگاه بغداد نقطه پایان یک سفر تجاری نیست؛ بلکه می‌تواند نقطه شروع یک برنامه منسجم برای حضور صنعتی ایران در بازار انرژی عراق باشد.

رادار آینده؛

شش ماه آینده صنعت؛ چه چیزهایی را باید زیر نظر داشت؟

تصویری از نقدینگی، تأمین، نیروی انسانی و بازار انرژی پیش روی سازندگان تجهیزات صنعت نفت

شش ماه آینده برای صنعت ساخت تجهیزات نفت ایران بیش از آنکه دوره‌ای برای پیش‌بینی‌های قطعی باشد، دوره‌ای برای «رصد نشانه‌ها» خواهد بود. متغیرهای اثرگذار آن‌قدر به یکدیگر وابسته شده‌اند که تغییر در بازار ارز می‌تواند مستقیماً به تأمین مواد اولیه برسد، اختلال در ثبت سفارش زمان تحویل پروژه را تغییر دهد، تأخیر در وصول مطالبات نقدینگی تولیدکننده را کاهش دهد و در نهایت فشار حاصل از همه این عوامل خود را در تولید و اشتغال نشان دهد. بنابراین سؤال اصلی این گزارش این نیست که شش ماه آینده دقیقاً چه اتفاقی خواهد افتاد؛ سؤال این است که برای فهمیدن اینکه صنعت به کدام سمت می‌رود، باید چه چیزهایی را زیر نظر داشته باشیم؟

نقدینگی؛ شاید مهم‌ترین علامت هشدار

برای یک شرکت سازنده، داشتن سفارش الزاماً به معنای داشتن شرایط مناسب کسب‌وکار نیست. فاصله میان خرید مواد اولیه، پرداخت حقوق، تأمین هزینه پروژه و زمان دریافت مطالبات از کارفرما می‌تواند حتی یک شرکت دارای پروژه را با کمبود منابع در گردش مواجه کند.

در شش ماه آینده باید سه عدد را جدی‌تر از گذشته دنبال کرد: مدت زمان وصول مطالبات، دسترسی شرکت‌ها به سرمایه در گردش و فاصله میان هزینه واقعی اجرای پروژه و مبلغ قرارداد.

اگر زمان وصول مطالبات افزایش یابد و هم‌زمان هزینه مواد اولیه و ارز بالا برود، بخشی از سازندگان ممکن است در پذیرش پروژه‌های جدید محتاط‌تر شوند. بنابراین یکی از مهم‌ترین شاخص‌های سلامت صنعت در ماه‌های پیش رو نه فقط «تعداد پروژه‌ها»، بلکه توان مالی شرکت‌ها برای اجرای همان پروژه‌ها خواهد بود.

ثبت سفارش و ارز؛ مسئله فقط واردات نیست

بخش قابل توجهی از تجهیزات ساخت داخل نیز برای تولید به مواد، قطعات یا فناوری‌هایی نیاز دارد که تأمین آنها وابسته به واردات است. به همین دلیل اختلال در ثبت سفارش، تخصیص ارز یا ترخیص کالا مستقیماً می‌تواند برنامه تولید یک سازنده داخلی را تحت تأثیر قرار دهد.

فشار بر بازار ارز نیز این مسئله را حساس‌تر کرده است. در ابتدای سپتامبر ۲۰۲۶، بانک مرکزی ایران از آمادگی برای مداخله در بازار ارز خبر داده؛ موضوعی که نشان می‌دهد ثبات ارزی همچنان یکی از متغیرهای مهم اقتصاد ماه‌های پیش رو خواهد بود.

برای سازندگان، مسئله فقط نرخ ارز نیست؛ زمان دسترسی به ارز و امکان برنامه‌ریزی برای خرید خارجی گاهی حتی مهم‌تر از خود قیمت ارز است.

مواد اولیه؛ فشار از دو سمت

مواد اولیه در شش ماه آینده باید از دو زاویه دنبال شود: «قیمت» و «دسترسی».

هر افزایش قیمت مواد اولیه زمانی دشوارتر می‌شود که سازنده قرارداد بلندمدتی با قیمت ثابت داشته باشد. در چنین شرایطی ممکن است قیمت تمام‌شده محصول در فاصله امضای قرارداد تا زمان تولید به میزان قابل توجهی تغییر کند.

از طرف دیگر، بحران‌های منطقه‌ای و اختلال در مسیرهای حمل‌ونقل انرژی نشان داده‌اند که زنجیره تأمین جهانی نیز همچنان

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M



انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

آسیب‌پذیر است.
بنابراین برای سازنده ایرانی، سؤال شش ماه آینده تنها این نیست که «مواد اولیه چقدر گران خواهد شد؟»؛ بلکه باید پرسید: آیا ماده موردنیاز در زمان مناسب قابل تهیه خواهد بود و قراردادهای موجود تا چه اندازه افزایش هزینه را پوشش خواهند داد؟

نیروی انسانی؛ شاخصی که باید زودتر دیده شود

تعدیل نیروی انسانی معمولاً یکی از آخرین واکنش‌های یک شرکت صنعتی به فشارِ اقتصادی است. پیش از آن، شرکت‌ها معمولاً استخدام را متوقف می‌کنند، اضافه‌کاری را کاهش می‌دهند، پروژه‌های توسعه‌ای را عقب می‌اندازند یا بخشی از هزینه‌ها را محدود می کنند .

به همین دلیل برای ارزیابی وضعیت واقعی صنعت نباید فقط تعداد تعدیل‌شدگان را ثبت کرد.

در شش ماه آینده استصنا می‌توانند چهار شاخص را میان اعضای خود رصد کنند: تعداد شرکت‌های دارای تعدیل نیرو، تعداد نیروی تعدیل‌شده، شرکت‌هایی که استخدام را متوقف کرده‌اند و تخصص‌هایی که جذب یا حفظ آنها دشوار شده است.

اگر همزمان کاهش ظرفیت تولید، افزایش زمان وصول مطالبات و رشد تعدیل نیروی انسانی مشاهده شود، با یک علامت جدی‌تر از فشار بر بنگاه‌های صنعتی مواجه خواهیم بود.

بازار انرژی؛ فرصت در دل بی‌ثباتی

در سمت دیگر معادله، بازار جهانی انرژی همچنان بسیار پرنوسان است.

گزارش اوت ۲۰۲۶ آژانس بین‌المللی انرژی نشان می‌دهد بازار نفت تحت تأثیر اختلالات خاورمیانه و محدودیت مسیرهای صادراتی قرار گرفته است. این نهاد پیش‌بینی کرده عرضه جهانی نفت در سال ۲۰۲۶ به‌طور متوسط ۴.۳ میلیون بشکه در روز کاهش یابد. در عین حال، تقاضای جهانی نیز تحت فشار قیمت‌های بالا و اختلالات بازار قرار گرفته است.

دامنه نوسان قیمت نیز قابل توجه بوده؛ نفت در تابستان ۲۰۲۶ در مقاطعی از حدود ۷۰ دلار تا بیش از ۱۰۰ دلار در هر بشکه حرکت کرده است.

این وضعیت برای ایران دو پیام متفاوت دارد.

از یک طرف، اهمیت امنیت انرژی، نگهداشت تولید، پالایش، تعمیرات و حفظ ظرفیت عملیاتی تأسیسات افزایش پیدا می‌کند. این شرایط بالقوه می‌تواند تقاضا برای تجهیزات، قطعات، تعمیرات و خدمات فنی را افزایش دهد.

اما از طرف دیگر، فشارهای ژئوپلیتیکی، محدودیت تجارت، مشکلات نقل‌وانتقال مالی و اختلال زنجیره تأمین می‌تواند اجرای همین فرصت‌ها را دشوارتر کند.

بنابراین قیمت بالاتر نفت الزاماً به معنای بازار بهتر برای سازنده ایرانی نیست. آنچه اهمیت دارد این است که درآمد و ضرورت سرمایه‌گذاری در صنعت انرژی تا چه اندازه

به پروژه واقعی، سفارش تجهیزات و پرداخت به‌موقع مطالبات سازندگان تبدیل شود.

پتروشیمی؛ فاصله ظرفیت اسمی و تولید واقعی

یکی دیگر از شاخص‌هایی که باید زیر نظر باشد میزان استفاده واقعی از ظرفیت صنعت پتروشیمی است.

داده‌های منتشرشده بر مبنای آمار شرکت ملی صنایع پتروشیمی نشان می‌دهد فاصله قابل توجهی میان ظرفیت اسمی و تولید واقعی این صنعت ایجاد شده است. این فاصله، به‌ویژه در شرایط محدودیت خوراک و انرژی، اهمیت زیادی دارد.

برای سازندگان تجهیزات، این موضوع دو وجه دارد: کاهش فعالیت پروژه‌ها می‌تواند سفارش‌های جدید را محدود کند؛ اما نیاز به افزایش بهره‌وری، بازسازی، تعمیرات، رفع گلوگاه‌ها و حفظ تولید می‌تواند بازار متفاوتی برای سازندگان و شرکت‌های خدمات فنی ایجاد کند.

پس شش ماه آینده کجا هستیم؟

تصویر فعلی نه کاملاً رکودی است و نه می‌توان آن را دوره‌ای روشن برای توسعه سریع صنعت دانست.

شش ماه آینده احتمالاً دوره‌ای خواهد بود که توان تاب‌آوری بنگاه‌ها اهمیت بیشتری از رشد اسمی آنها پیدا می‌کند.

شرکتی که نقدینگی مناسب‌تر، مطالبات قابل مدیریت، دسترسی مطمئن‌تر به مواد اولیه، نیروی انسانی کلیدی و انعطاف بیشتری در تأمین داشته باشد، شانس بیشتری برای عبور از این دوره خواهد داشت.

در مقابل، ترکیب «مطالبات طولانی + افزایش هزینه تولید + اختلال تأمین + قراردادهای غیرقابل تعدیل» می‌تواند حتی شرکت‌های دارای سفارش را تحت فشار قرار دهد.

پنج چراغی که باید روشن بماند

تا پایان شش ماه آینده، برای فهم وضعیت صنعت باید مرتباً این پنج متغیر را بررسی کرد:

نقدینگی: مطالبات شرکت‌ها چند ماهه وصول می‌شود؟

ثبت سفارش و ارز: زمان واقعی تأمین ارز و واردات مواد و قطعات چقدر شده است؟

مواد اولیه: قیمت و دسترسی نسبت به ماه قبل چه تغییری کرده است؟

نیروی انسانی: شرکت‌ها استخدام می‌کنند، نیرو را حفظ کرده‌اند یا وارد مرحله تعدیل شده‌اند؟

بازار: حجم سفارش‌ها، مناقصات و پروژه‌های واقعی صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی در حال افزایش است یا کاهش؟

پاسخ همین پنج سؤال می‌تواند خیلی زودتر از بسیاری از شاخص‌های رسمی نشان دهد که صنعت ساخت تجهیزات نفت ایران به کدام سمت حرکت می‌کند.

سه سناریو برای شش ماه آینده

سناریوی بهبود: ثبات نسبی ارز، روان‌تر شدن تأمین و ثبت سفارش، کاهش زمان وصول مطالبات و افزایش سفارش پروژه‌ها. در این وضعیت، بخشی از ظرفیت غیرفعال سازندگان می‌تواند دوباره وارد مدار شود و فشار بر اشتغال کاهش یابد.

سناریوی میانه: پروژه وجود دارد اما نقدینگی، ارز و تأمین همچنان دشوار است. شرکت‌ها فعالیت خود را حفظ می‌کنند اما توسعه سرمایه‌گذاری و استخدام محدود می‌ماند. در شرایط فعلی، این سناریو یکی از مسیرهایی است که باید جدی در نظر گرفته شود.

سناریوی فشار: تشدید محدودیت ارزی و تجاری، افزایش هزینه مواد اولیه، طولانی‌تر شدن وصول مطالبات و کاهش پروژه‌های قابل اجرا. در این وضعیت، اولین نشانه‌ها احتمالاً در کاهش ظرفیت تولید، توقف استخدام و سپس تعدیل نیروی انسانی ظاهر خواهد شد.

شش ماه آینده را بنابراین نباید تنها با قیمت نفت سنجید. برای سازندگان تجهیزات صنعت نفت، آینده در نقطه تلاقی پول، پروژه، مواد اولیه، نیروی انسانی و بازار انرژی تعیین خواهد شد.

و شاید مهم‌ترین شاخص برای استصنا این باشد:

چند درصد از ظرفیت واقعی اعضای انجمن شش ماه بعد همچنان فعال خواهد بود؟

منبع:

برای بخش بازار انرژی از تازه‌ترین گزارش آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) استفاده شده است؛ این گزارش در ۱۲ اوت ۲۰۲۶ منتشر شده و کاهش ۱.۶ میلیون بشکه‌ای تقاضای جهانی در ۲۰۲۶، افت ۴.۳ میلیون بشکه‌ای عرضه و نوسانات شدید قیمت نفت را گزارش می‌کند. همچنین نظرسنجی ۳۱ تحلیلگر رویترز در پایان اوت، میانگین قیمت مورد انتظار نفت برنت در ۲۰۲۶ را حدود ۸۵ دلار نشان می‌دهد.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M


صنعت نفت ایران
شاخص‌های کلیدی تا مهر ۱۴۰۵
آخرین داده‌های منتشرشده؛ دوره هر شاخص زیر آن مشخص شده است
تغییر تولید نفت نسبت به ماه قبل
کاهش ۹۹ هزار
بشکه در روز
اوپک
تولید نفت خام ایران
حدود ۲ میلیون
بشکه در روز
شهریور ۱۴۰۵ | اوپک، گزارش اکتبر ۲۰۲۶
ظرفیت گاز بازگشته به مدار
حدود ۱۰۰ میلیون
مترمکعب در روز
۱۳ مهر ۱۴۰۵، شرکت ملی گاز
ظرفیت فرآورش گاز خارج‌شده
از مدار پارس جنوبی
حدود ۲۳۰ میلیون
مترمکعب در روز
گزارش شرکت ملی گاز، مهر ۱۴۰۵
صادرات نفت خام
نزدیک صفر
طبق برآورد ردیابی نفتکش‌ها
۱۳ اکتبر ۲۰۲۲ ، ورتکسا به نقل از رویترز؛
برآورد مستقل، نه آمار رسمی ایران
باقی‌مانده ظرفیت نیازمند بازیابی
حدود ۱۳۰ میلیون
مترمکعب در روز
محاسبه تفاضلی دو رقم فوق
مقایسه ظرفیت‌های کلیدی گاز (میلیون مترمکعب در روز)
250
200
150
100
50
0
۲۳۰
۱۰۰
۱۳۰
ظرفیت فرآورش گاز خارج‌شده از مدار پارس جنوبی
ظرفیت گاز بازگشته به مدار
باقی‌مانده ظرفیت نیازمند بازیابی
منابع : اوپک، شرکت ملی گاز ایران.....

صنعت نفت ایران در ماه‌های گذشته؛
از فشار اقتصاد تا بازار بازسازی

ماه‌های نخست سال ۱۴۰۵ برای اقتصاد و صنعت ایران دوره‌ای عادی نبوده است. همزمانی فشار بر تجارت خارجی، افزایش نرخ ارز و طلا، نوسان شدید بازار نفت، محدودیت‌های بانکی و حمل‌ونقل و نیاز فزاینده صنعت نفت به حفظ تولید و بازسازی تأسیسات، محیطی ساخته که در آن فرصت و ریسک در کنار یکدیگر حرکت می‌کنند.

برای سازندگان تجهیزات صنعت نفت نیز تصویر همین‌گونه است. از یک سو، نیاز به تعمیر، نگهداشت، بازسازی و تأمین تجهیزات افزایش پیدا کرده و بازار بالقوه‌ای شکل گرفته که می‌تواند برای بسیاری از شرکت‌های داخلی فرصت‌ساز باشد. از سوی دیگر، افزایش هزینه مواد اولیه، دشواری تأمین برخی قطعات، نوسان ارز، محدودیت سرمایه در گردش و طولانی‌شدن مسیرهای تجارت، اجرای همین سفارش‌ها را دشوارتر کرده است.

این دو وجه را باید همزمان دید. بازار ممکن است بزرگ‌تر شود، اما توان استفاده از این بازار لزوماً به همان نسبت افزایش پیدا نمی‌کند.

تجارت خارجی؛ علامتی که صنعت نباید ساده از کنار آن عبور کند.

یکی از مهم‌ترین داده‌های ماه‌های گذشته، کوچک‌شدن حجم تجارت خارجی ایران است. بر اساس آمار منتشرشده از عملکرد پنج‌ماهه نخست سال، ارزش واردات به حدود ۱۶.۸ میلیارد دلار رسیده؛ در حالی که این رقم در مدت مشابه سال قبل حدود ۲۲.۳ میلیارد دلار بوده است. یعنی ارزش واردات حدود ۲۵ درصد کاهش یافته است. همزمان رئیس‌جمهور نیز در ارزیابی کلی شرایط اقتصاد کشور از کاهش نزدیک به ۳۵ درصدی صادرات و واردات تحت تأثیر تحریم‌ها و محدودیت‌های ایجادشده برای تجارت خارجی سخن گفته است.

برای صنعت، کاهش واردات الزاماً یک خبر مثبت یا منفی مطلق نیست؛ ترکیب آن اهمیت دارد. اگر کاهش مربوط به کالاهای مصرفی باشد، یک معنا دارد، اما اگر مواد اولیه، ماشین‌آلات، قطعات تخصصی یا کالاهای واسطه‌ای کمتر وارد شوند، اثر آن با فاصله زمانی در خطوط تولید ظاهر خواهد شد.

این مسئله برای سازندگان تجهیزات نفت اهمیت مضاعف دارد. ممکن است بخش عمده یک تجهیز در داخل کشور ساخته شود، اما تولید آن همچنان به یک آلیاژ خاص، قطعه الکترونیکی، ابزار دقیق یا ماده اولیه خارجی وابسته باشد. نبود همان بخش محدود می‌تواند زمان تحویل کل پروژه را تغییر دهد.

به همین دلیل در دوره پیش‌رو، بحث «ساخت داخل» باید یک مرحله دقیق‌تر شود. سؤال فقط این نیست که چه میزان از یک تجهیز در ایران ساخته می‌شود؛ سؤال این است که زنجیره تأمین همان تجهیز تا چه اندازه در برابر اختلال خارجی مقاوم است.

ارز؛ مهم‌ترین متغیر پنهان در قراردادهای صنعتی

دلار بازار آزاد در ۷ شهریور به محدوده ۲۰۶ هزار تومان رسید.

برای یک سازنده تجهیزات، این عدد فقط نرخ ارز نیست. نرخ ارز وارد قیمت آلیاژ، قطعه، ابزار، حمل‌ونقل، ماشین‌آلات، خدمات خارجی و حتی هزینه تأمین سرمایه می‌شود.

مسئله مهم‌تر، فاصله زمانی میان ارائه پیشنهاد قیمت و تحویل تجهیز است. در بسیاری از قراردادهای صنعتی، ممکن است چند ماه میان مناقصه، عقد قرارداد، دریافت پیش‌پرداخت، خرید مواد اولیه و تحویل فاصله وجود داشته باشد. در چنین محیطی، قرارداد ثابت‌قیمت بدون سازوکار تعدیل مناسب می‌تواند بخشی از ریسک اقتصاد کلان را مستقیماً به تولیدکننده منتقل کند.از این رو، یکی از مطالبات جدی سازندگان در دوره پیش رو باید واقعی‌ترشدن فرمول‌های تعدیل قیمت قراردادها، کوتاه‌شدن زمان پرداخت و تسهیل تأمین سرمایه در گردش باشد.

طلا؛ شاخصی از انتظارات و رفتار سرمایه

طلای ۱۸ عیار در ۷ شهریور در محدوده ۲۱.۸ تا ۲۱.۹ میلیون تومان به ازای هر گرم معامله شده است. داده‌های بازار همچنین از افزایش معنادار قیمت طلا در مقایسه با ماه‌های گذشته

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

تهیه و تنظیم : روابط عمومی استصنا



حکایت دارند. طلا برای صنعت نفت یک شاخص عملیاتی مستقیم نیست، اما یک پیام اقتصادی مهم دارد: در محیطی که بخشی از نقدینگی به سمت دارایی‌های پوشش‌دهنده ریسک حرکت می‌کند، رقابت بخش تولید برای جذب سرمایه دشوارتر می‌شود.

سرمایه‌ای که در بازارهای کوتاه‌مدت امکان حفظ ارزش یا کسب بازده دارد، به‌سادگی وارد یک پروژه صنعتی چندساله نمی‌شود. این موضوع یکی از دلایلی است که تأمین مالی باید در کنار فناوری و بازار، به یکی از محورهای اصلی سیاست صنعتی تبدیل شود.

بورس؛ رشد شاخص، اما با یک ملاحظه مهم

شاخص کل بورس تهران در ۷ شهریور از مرز ۶.۵ میلیون واحد عبور کرد و در پایان معاملات حوالی ۶.۵۱ میلیون واحد قرار گرفت. ارزش معاملات خرد سهام و صندوق‌های سهامی نیز از ۴۱ هزار میلیارد تومان عبور کرد که نشان می‌دهد رشد اخیر فقط یک حرکت کم‌حجم نبوده است.

با این حال نباید رشد شاخص بورس را مستقیماً معادل بهبود اقتصاد واقعی دانست. بخشی از رشد ارزش بازار شرکت‌ها می‌تواند ناشی از افزایش نرخ ارز، تورم دارایی‌ها و افزایش ارزش جایگزینی باشد.

اما برای صنعت تجهیزات نفت یک فرصت مهم در همین بازار وجود دارد: بازار سرمایه نباید فقط محل خریدوفروش سهام شرکت‌های صنعتی باشد؛ می‌تواند به محل تأمین مالی پروژه صنعتی تبدیل شود.

صندوق پروژه، اوراق، افزایش سرمایه، تأمین مالی زنجیره‌ای و ابزارهای بازار سرمایه می‌توانند بخشی از کمبود نقدینگی شرکت‌های سازنده را پوشش دهند. ایجاد ارتباط نظام‌مند میان سازندگان و نهادهای مالی می‌تواند یکی از برنامه‌های عملیاتی مهم صنعت در ماه‌های آینده باشد. نفت؛ قیمت بالا، اما درآمد تضمین‌شده نیست، نفت برنت در پایان اوت در محدوده نزدیک به ۹۰ دلار در هر بشکه قرار دارد. بازار همچنان به تحولات تنگه هرمز بسیار حساس است و در پی افزایش دوباره تنش میان ایران و آمریکا، قیمت نفت بار دیگر بالا رفت. اما برای ایران، قیمت جهانی نفت تنها یک متغیر از معادله است.

داده‌های اولیه Kpler نشان می‌دهد خرید نفت ایران توسط چین در ماه اوت به حدود ۵۳۴ هزار بشکه در روز کاهش یافته؛ در حالی که متوسط خرید چین در سال ۲۰۲۵ حدود ۱.۴ میلیون بشکه در روز برآورد شده بود. البته این داده‌ها بر اساس رصد کشتی‌ها هستند

و خاموش‌بودن فرستنده برخی شناورها می‌تواند اندازه‌گیری دقیق را دشوار کند.
نتیجه برای صنعت داخلی روشن است: نفت گران الزاماً به معنای منابع مالی بیشتر برای پروژه‌ها نیست. حجم فروش، امکان انتقال درآمد و هزینه صادرات نیز تعیین‌کننده‌اند. هرچه جریان نقدی صنعت نفت محدودتر شود، تأمین مالی طرح‌های توسعه‌ای، پرداخت مطالبات پیمانکاران و شروع پروژه‌های جدید دشوارتر خواهد شد.
مسئله‌ای که شاید بازار چند سال آینده را تعریف کند: بازسازی
در کنار همه محدودیت‌ها، یکی از مهم‌ترین تحولات صنعت نفت در ماه‌های آینده احتمالاً گسترش بازار بازسازی، تعمیر، نگهداشت و بازگرداندن ظرفیت تولید خواهد بود.
تأسیسات انرژی کشور نمی‌توانند تا عادی‌شدن کامل شرایط متوقف بمانند. هر واحدی که از مدار خارج می‌شود، باید در سریع‌ترین زمان ممکن ارزیابی، تعمیر یا جایگزین شود.
در چنین بازاری، تعریف ارزش تغییر می‌کند. در یک پروژه جدید شاید قیمت و زمان ساخت دو عامل مهم باشند، اما در پروژه بازسازی، زمان بازگشت تولید ممکن است مهم‌ترین شاخص اقتصادی باشد.
گاهی تعمیر یک تجهیز موجود که بتواند یک واحد را چند ماه زودتر به مدار برگرداند، از خرید تجهیز جدید ارزش بیشتری دارد.
این دقیقاً همان حوزه‌ای است که بخش بزرگی از توان سازندگان داخلی می‌تواند وارد میدان شود: تجهیزات دوار، پمپ و کمپرسور، شیرآلات، مبدل‌ها، مخازن و تجهیزات ثابت، برق و کنترل، ابزار دقیق، تجهیزات خطوط لوله، قطعات یدکی و خدمات مهندسی، تعمیر و بازمهندسی.
سازنده آینده فقط «تولیدکننده تجهیز» نیست، تحولات ماه‌های گذشته نشان داده که مزیت رقابتی شرکت‌های سازنده نیز در حال تغییر است.در سال‌های گذشته، داشتن دانش فنی و توان تولید ممکن بود برای رقابت کافی باشد. امروز چند عامل دیگر به همان اندازه مهم شده‌اند: دسترسی به مواد اولیه، موجودی قطعات حیاتی، توان تعمیر سریع، شبکه تأمین داخلی، نقدینگی کافی و زمان تحویل.
شرکتی که تجهیز باکیفیتی تولید می‌کند اما برای یک قطعه حیاتی فقط یک تأمین‌کننده خارجی دارد، یک نقطه آسیب‌پذیر جدی دارد. در مقابل، شرکتی که برای اقلام حیاتی مسیر دوم تأمین تعریف کرده، امکان تعمیر و بازسازی دارد و بتواند سریع‌تر تحویل دهد، در پروژه‌های آینده مزیت قابل توجهی خواهد داشت.
از این منظر، بهتر است در کنار «فهرست توانمندی‌های ساخت داخل»، یک نقشه تاب‌آوری زنجیره تأمین تجهیزات صنعت نفت نیز تهیه شود؛ سندی که مشخص کند تجهیزات حیاتی کدام‌اند، گلوگاه خارجی هرکدام چیست و کدام ظرفیت‌های داخلی می‌توانند آنها را پوشش دهند.
یک بازار کمتر دیده‌شده: خدمات و بازسازی بخش دیگری که ارزش توجه بیشتری دارد، اقتصاد خدمات پس از ساخت است.
در بسیاری از صنایع پیشرفته، درآمد شرکت سازنده صرفاً از فروش تجهیز جدید حاصل نمی‌شود. تعمیرات اساسی، ارتقای تجهیز، تأمین قطعه، بازمهندسی، پایش وضعیت و قراردادهای بلندمدت خدمات، بخش قابل توجهی از مدل کسب‌وکار شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد.
شرایط فعلی صنعت نفت ایران می‌تواند زمینه توسعه همین مدل را فراهم کند.
بازسازی را باید به‌عنوان یک صنعت مستقل دید؛ نه یک اقدام موقت پس از بحران.
شرکت‌هایی که بتوانند برای تجهیزات موجود خدمات عمرسنجی، تعمیر، ارتقا و بازمهندسی ارائه کنند، احتمالاً در سال‌های آینده با بازار بزرگ‌تری روبه‌رو خواهند شد. سه سناریوی قابل راستی‌آزمایی برای ماه‌های آینده
سناریوی پایه: تنش‌های منطقه‌ای ادامه پیدا می‌کند اما به اختلال کامل در تجارت و صادرات منجر نمی‌شود. نفت در محدوده نسبتاً بالا باقی می‌ماند، ارز در سطح بالایی نوسان می‌کند و پروژه‌های تعمیر و بازسازی ادامه می‌یابند. در این سناریو، بزرگ‌ترین مشکل سازندگان احتمالاً همچنان نقدینگی، تأمین مواد و زمان وصول مطالبات خواهد بود.
سناریوی مثبت: تردد در هرمز بهبود پیدا می‌کند، صادرات نفت افزایش می‌یابد و فشار بر مسیرهای مالی کاهش می‌یابد. در این شرایط امکان تأمین مالی پروژه‌های توسعه‌ای بیشتر می‌شود و علاوه بر بازسازی، سرمایه‌گذاری در پروژه‌های جدید نیز سرعت می‌گیرد.
سناریوی منفی: تشدید درگیری یا اثرگذاری بیشتر تحریم‌های ثانویه بر خریداران نفت و بانک‌ها، صادرات و تجارت را محدودتر می‌کند. در این حالت امکان جهش دوباره ارز، افزایش هزینه مواد اولیه و تأخیر در پرداخت پروژه‌ها وجود دارد؛ حتی اگر قیمت جهانی نفت افزایش پیدا کند. فشار تحریم‌های ثانویه نیز

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M



بنا بر اعلام وزارت خزانه‌داری آمریکا قرار است در دوره پیش رو تشدید شود.

نکته مهم این است که این سناریوها قابل سنجش‌اند. برای تشخیص اینکه کدام مسیر در حال تحقق است، باید چند شاخص را مرتب رصد کرد: حجم واقعی تردد هرمز، صادرات نفت، نرخ ارز، تجارت خارجی، میزان آغاز پروژه‌های جدید، حجم مطالبات پیمانکاران و وضعیت تأمین مواد اولیه.آنچه سازندگان امروز بیش از هر چیز نیاز دارند، اگر بخواهیم از میان همه داده‌های این گزارش چند نیاز اصلی را استخراج کنیم، تصویر روشن است: شرکت‌های سازنده در ماه‌های آینده بیش از گذشته به سرمایه در گردش، تعدیل منطقی قراردادها، پرداخت به‌موقع مطالبات، دسترسی سریع به مواد اولیه و اقلام حیاتی، اطلاعات زودهنگام درباره پروژه‌ها و سهم واقعی از پروژه‌های بازسازی نیاز خواهند داشت.

در مقابل، خود سازندگان نیز باید برای بازار جدید آماده شوند؛ فقط تولید تجهیز جدید کافی نیست. تعمیر، بازسازی، ارتقا، مهندسی معکوس و تحویل سریع باید به بخش جدی‌تری از مدل کسب‌وکار شرکت‌ها تبدیل شود.

جمع‌بندی

ماه‌های گذشته نشان داده‌اند که صنعت نفت ایران وارد دوره‌ای شده که در آن «توسعه» تنها محرک بازار تجهیزات نیست. حفظ تولید، بازسازی، تعمیر و تاب‌آوری تأسیسات نیز به موتور جدید تقاضا تبدیل شده‌اند.در همین حال اقتصاد کلان محیط دشوارتری برای تولید ساخته است: ارز بالاتر، تجارت کوچک‌تر، محدودیت‌های مالی بیشتر و هزینه تأمین بالاتر.به همین دلیل شاید مهم‌ترین واقعیت پیش روی صنعت تجهیزات نفت این باشد: فرصت سفارش در حال افزایش است، اما استفاده از این فرصت به توان مالی، زنجیره تأمین و سرعت عمل سازنده بستگی دارد. برای انجمن و اعضای آن نیز دوره پیش رو فرصتی است تا مفهوم ساخت داخل را یک مرحله جلوتر ببرند؛ از «توان ساخت تجهیز» به توان حفظ، تعمیر، بازسازی و ادامه تولید در شرایط دشوار. در نهایت، صنعتی که بتواند در روزهای عادی تجهیزات کشور را بسازد و در روزهای سخت نیز آنها را تعمیر، بازسازی و به‌موقع جایگزین کند، فقط یک صنعت سازنده نیست؛ بخشی از زیرساخت امنیت انرژی کشور است.

در استصنا چه گذشت؟

روایتی از آنچه بر سازندگان گذشت و آنچه باقی ماند

برای استصنا، مرور ماه‌های گذشته را نمی‌توان تنها با تعداد جلسات، نشست‌ها، مکاتبات یا حضور در رویدادها روایت کرد. مهم‌تر از اینکه «چه کردیم»، این است که بدانیم اعضای انجمن در این مدت چه مسیری را پشت سر گذاشتند، چه میزان از ظرفیت صنعتی خود را حفظ کردند، کجا آسیب دیدند و در نهایت به کجا رسیدند. ماه‌های گذشته برای بخشی از سازندگان تجهیزات صنعت نفت، دوره‌ای همراه با فشارهای جدی بود. محدودیت نقدینگی، دشواری تأمین مواد اولیه و تجهیزات، افزایش هزینه‌های تولید، نوسانات ارزی، طولانی‌شدن فرآیند وصول مطالبات، محدودیت‌های ناشی از تحریم و کاهش امکان برنامه‌ریزی بلندمدت، بنگاه‌های صنعتی را با شرایط متفاوتی روبه‌رو کرد.

بررسی وضعیت اعضای استصنا نشان می‌دهد که از میان شرکت‌های مورد بررسی، بیش از نیمی شرکت های عضو در این دوره به اشکال مختلف از شرایط اقتصادی و صنعتی آسیب دیده‌اند. دامنه این آسیب یکسان نبوده است؛ برای برخی به معنای کاهش سفارش و استفاده کمتر از ظرفیت تولید و برای برخی دیگر به شکل افزایش هزینه‌ها، تأخیر پروژه‌ها، مشکلات نقدینگی یا دشواری در حفظ نیروی انسانی متخصص ظاهر شده است.

یکی از شاخص‌هایی که بیش از هر چیز می‌تواند وضعیت واقعی صنعت را نشان دهد، اشتغال است. در این دوره نیمی از شرکت عضو ناچار به تعدیل بخشی از نیروی انسانی خود شده‌اند و در مجموع ۵۰درصد فرصت شغلی در شرکت‌های مورد بررسی کاهش یافته است. این عدد صرفاً یک شاخص اشتغال نیست؛ پشت هر نیروی متخصصی که از یک مجموعه صنعتی خارج می‌شود، بخشی از دانش و تجربه‌ای قرار دارد که جایگزینی آن برای صنعت ساده و کم‌هزینه نیست.

اما این همه روایت نیست.

در همین شرایط، بخش دیگری از اعضای استصنا توانسته‌اند مسیر توسعه را ادامه دهند. تعدادی از شرکت عضو در این دوره موفق به صادرات محصول یا خدمات فنی و مهندسی شده‌اند و محصولات ساخت ایران به بازارهای کشورها/مناطق هدف راه یافته است. ارزش صادرات ثبت‌شده اعضای مورد بررسی نیز به حدود میلیاردها دلار رسیده است.

اهمیت این اتفاق تنها در درآمد ارزی آن نیست. شرکتی که می‌تواند در شرایط محدودیت‌های بین‌المللی، محصول صنعتی ایرانی را به بازار خارجی برساند، در واقع آزمون دشوارتری از رقابت را پشت سر گذاشته است؛ رقابتی که در آن کیفیت، قیمت، استاندارد، تحویل به‌موقع و خدمات پس از فروش تعیین‌کننده‌اند.

در کنار صادرات، ۲۰ شرکت عضو موفق به توسعه محصول یا فناوری جدید شده‌اند، ۳۰درصد شرکت های عضو ظرفیت تولید خود را افزایش داده‌اند و متاسفانه تعداد کمی از شرکت ها توانسته‌اند وارد پروژه‌ها یا بازارهای جدید شوند. ثبت این اعداد برای استصنا اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا تصویر دقیق‌تری از فاصله میان «ظرفیت بالقوه ساخت داخل» و «ظرفیت بالفعل مورد استفاده در صنعت» ارائه می‌کند.

بنابراین اگر بخواهیم بگوییم در استصنا چه گذشت، پاسخ را نباید فقط در تقویم فعالیت‌های انجمن جست‌وجو کنیم. روایت اصلی را باید در وضعیت شرکت‌های عضو دید؛ شرکت‌هایی که بخشی از آنها تحت فشار قرار گرفتند، برخی ناچار به کوچک‌تر کردن فعالیت خود شدند و در مقابل، گروهی توانستند بازار تازه پیدا کنند، محصول جدید

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M



تهیه و تنظیم :
لیلین رحیمی
مدیر روابط عمومی





بسازند، صادرات داشته باشند یا سهم بیشتری از پروژه‌های داخلی به دست آورند.

این تصویر دوگانه شاید مهم‌ترین واقعیت امروز صنعت ساخت تجهیزات نفت ایران باشد: صنعتی که هم‌زمان با فشار برای بقا، برای توسعه نیز تلاش می‌کند.

برای استصنا نیز نقطه آغاز مرحله بعد دقیقاً همین‌جاست. دانستن اینکه چند شرکت آسیب دیده‌اند کافی نیست؛ باید بدانیم چرا آسیب دیده‌اند. دانستن تعداد صادرکنندگان کافی نیست؛ باید مشخص شود چه چیزی آنها را در صادرات موفق کرده است. تعداد شرکت‌هایی که تعدیل نیرو داشته‌اند زمانی معنا پیدا می‌کند که بتوان عوامل مشترک میان آنها را شناسایی کرد.

از این منظر، «در استصنا چه گذشت؟» قرار نیست گزارش گذشته باشد؛ قرار است تصویری از نقطه‌ای باشد که امروز در آن ایستاده‌ایم.

تصویری مبتنی بر عدد، تجربه و واقعیت بنگاه‌های عضو؛ تا بتوان بر اساس آن درباره قدم بعدی تصمیم گرفت.

قوانین و مقررات



۱۱۰ حمایت از موسسات و شرکت های دانش بنیان

حمایت دوم: معافیت مالیاتی شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری

چکیده

پارک‌های علم و فناوری به‌عنوان یکی از ارکان اصلی زیست‌بوم نوآوری ایران، از دو نظام معافیت مالیاتی متمایز بهره‌مندند: نخست، معافیت مالیات بر درآمد واحدهای فناور مستقر در پارک‌ها موضوع ماده (۹) قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان (۱۳۸۹) که مزایای مناطق آزاد را برای این واحدها پیش‌بینی کرده است؛ دوم، معافیت مالیات بر حقوق کارکنان شاغل در پارک‌ها موضوع بند (ج) ماده (۸) قانون جهش تولید دانش‌بنیان (۱۴۰۱). بند ۲ کتاب «صد و ده حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان» به‌طور اختصاصی به تبیین سازوکار معافیت نخست اختصاص یافته است. این مقاله با روش توصیفی تحلیلی و با تکیه بر منابع کتابخانه‌ای، اسناد قانونی، رویه قضایی و تحلیل‌های مدیریتی، به بررسی ابعاد حقوقی، رویه اجرایی و پیامدهای کسب‌وکاری این معافیت می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که هرچند این معافیت از حیث فرآیندی ساده‌تر از معافیت ماده (۳) است و نیاز به تأیید دبیرخانه کارگروه ندارد، اما در عمل با چالش‌هایی نظیر ابهام در دامنه شمول مکانی، تعارض رویه‌های استانی و عدم تطابق با واقعیت‌های امروز زیست‌بوم فناوری (به‌ویژه فعالیت‌های برخط) روبه‌روست. رأی شماره ۲۰۱ ۱۵ شورای عالی مالیاتی مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۹ و دادنامه شماره ۱۴۰۱۰۹۹۷۰۹۰۵۸۱۰۱۰۶ مورخ ۱۴۰۱/۰۱/۱۶ هیأت عمومی دیوان عدالت اداری، رویکردی مبتنی بر «محل انجام فعالیت» را تثبیت کرده‌اند. مقاله پیشنهاد می‌کند که دستورالعمل تفسیری واحد از سوی معاونت علمی تدوین شود و اصلاحات لازم در متن ماده (۹) برای تطبیق با واقعیت‌های امروز زیست‌بوم فناوری انجام گیرد.

۱. مقدمه

کتاب «صد و ده حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان» که توسط مرکز شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری تدوین و در دی ماه ۱۳۹۸ به چاپ دوم رسیده، در واقع یک نقشه راه جامع برای فعالان زیست‌بوم فناوری است. این کتاب، ۱۱۰ عنوان حمایت را در دسته‌بندی‌های مختلف گردآوری کرده و برای هر یک، مرجع اجرا، شیوه استفاده و مستند قانونی را مشخص نموده است.

بند دوم این کتاب با عنوان «معافیت مالیاتی شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری» به موضوعی اختصاص دارد که برای بسیاری از شرکت‌های مستقر در پارک‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. آنچه این حمایت را متمایز می‌کند، نه فقط معافیت از مالیات بر درآمد، بلکه مسیر اداری ساده‌تر آن است. برخلاف معافیت ماده (۳) که نیازمند تأیید دبیرخانه کارگروه است، این معافیت تنها با «مجوز مدیریت پارک علم و فناوری» قابل اعمال است. پرسش‌هایی که این مقاله می‌کوشد به آن‌ها پاسخ دهد عبارتند از: این معافیت در چه چارچوب حقوقی تعریف می‌شود؟ چه نسبتی با سایر معافیت‌های مالیاتی دارد؟ رویه قضایی و اداری چه محدودیت‌هایی را برای آن ایجاد کرده است؟ و از منظر مدیریتی و کسب‌وکاری چه پیامدهایی برای شرکت‌ها و پارک‌ها دارد؟ برای پاسخ، ابتدا مبانی نظری و پیشینه پژوهشی مرور می‌شود، سپس متن بند ۲ کتاب تحلیل می‌گردد، رویه قضایی و اداری بررسی شده، و در نهایت چالش‌ها و پیشنهادها ارائه می‌گردد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهشی

۲ ۱. جایگاه پارک‌های علم و فناوری در نظام حقوقی ایران

پارک‌های علم و فناوری در ایران از ابتدای تأسیس خود در دهه ۷۰ به‌عنوان «محرک نوآوری و توسعه اقتصادی» شناخته شده‌اند. بر اساس آمارهای اخیر، تعداد پارک‌های علم و فناوری در ایران به ۵۹ پارک افزایش یافته که زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری فعالیت می‌کنند و در آن‌ها حدود ۱۴۰ هزار نفر شاغل و نزدیک به ۱۳ هزار واحد فناور مستقر هستند. قانون‌گذار از همان ابتدا برای این پارک‌ها جایگاه ویژه‌ای در نظام حمایتی قائل گردید. ماده (۹) قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان (مصوب ۱۳۸۹/۰۸/۰۵) مقرر می‌دارد: «به منظور ایجاد و توسعه شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و تقویت همکاری‌های بین‌المللی اجازه داده می‌شود واحدهای پژوهشی و فناوری و مهندسی مستقر در پارک‌های علم و فناوری در جهت انجام مأموریت‌های محوله از مزایای قانونی مناطق آزاد در خصوص روابط کار، معافیت‌های مالیاتی و عوارض سرمایه‌گذاری خارجی و مبادلات مالی بین‌المللی برخوردار شوند». این ماده، معافیت را به «استقرار در پارک» گره زده است. یعنی مسئله اصلی این نیست که شرکت دانش‌بنیان است یا نه؛ مسئله این است که کجاست. بر اساس بند ۲ کتاب «۱۱۰ حمایت»، این معافیت «بدون نیاز به تأیید دبیرخانه کارگروه» و صرفاً بر اساس «مجوز مدیریت پارک علم و فناوری» قابل اعمال است. مدیریت پارک با صدور مجوز و ارسال آن به اداره امور مالیاتی منطقه، نسبت به معرفی و تأیید شرکت اقدام می‌کند. شایان ذکر است شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری و همچنین شرکت‌های مستقر در مناطق آزاد برای بهره‌مندی از مزایای ماده (۹)، اساساً نیازی به تأییدیه کارگروه ندارند؛ ولی شرکت‌های خارج از پارک‌های علم و فناوری برای استفاده از معافیت مالیاتی ماده (۳)، باید تأیید کارگروه ارزیابی و تشخیص صلاحیت شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان را برای هر سال داشته باشند.

۲ ۲. پیشینه پژوهشی

پژوهش‌های موجود در این حوزه عمدتاً بر دو محور متمرکز بوده‌اند: نخست، تحلیل کلان نظام حقوقی دانش‌بنیان، و دوم، بررسی چالش‌های اجرایی حمایت‌ها. ابراهیم‌زاده، پروین و میرقاسمی (۱۴۰۳) در مقاله «تحلیل نظام حقوقی شرکت‌های دانش‌بنیان در پرتوی مفهوم توسعه اقتصادی» که در فصلنامه پژوهش‌های نوین حقوق اداری منتشر شده، نشان می‌دهند که اعمال و کاربست سیاست‌های حمایتی دولت در قبال شرکت‌های دانش‌بنیان در بلندمدت، اثرات قابل توجهی بر اقتصاد دانش‌بنیان دارد. همچنین، شرکت‌های مذکور نقش مهمی در تحقق استقلال و خودکفایی اقتصادی موضوع اصل ۴۳ قانون اساسی ایفا می‌کنند. عسگری، حبیبی‌تبار و قیومزاده (۱۴۰۱) در «واکاوی چالش‌های اداری حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان» که در فصلنامه پژوهش‌های نوین حقوق اداری منتشر شده، بر تعدد نهادهای تصمیم‌گیر تأکید کرده‌اند. یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های پیشروی صنعت دانش‌بنیان، تعدد مقررات دست و پاگیر و فرآیندهای اداری پیچیده است که نه‌تنها سرعت رشد شرکت‌های دانش‌بنیان را کاهش می‌دهد، بلکه انگیزه نوآوری و کارآفرینی را نیز تضعیف می‌کند. انتظاری کاشانی (۱۴۰۳) در «از های‌تک(High tech) تا تسلط بر دانش فنی: تطور مفهوم شرکت دانش‌بنیان در فرایند اجرای قانون حمایت» که در نشریه بهبود مدیریت منتشر شده، نشان می‌دهد که مفهوم شرکت دانش‌بنیان در فرآیند اجرا از تمرکز صرف بر «های‌تک» به «تسلط بر دانش فنی» تغییر یافته است. در سال‌های اخیر، توسعه و تکثیر شرکت‌های دانش‌بنیان به یکی از ارکان کلیدی رشد اقتصادی و فناوری تبدیل شده و مجریان قانون به تدریج معیارهای احراز صلاحیت را بازنگری کرده‌اند. همچنین، پژوهش‌های نهادی در حوزه پارک‌های علم و فناوری نشان می‌دهد که این پارک‌ها در ایران با پنج دسته چالش اصلی مواجه‌اند: مالی اقتصادی، زیرساختی، زیست‌بوم نوآوری، نهادی حکمرانی و فرهنگی محیطی. چالش مالی اقتصادی یکی از مهم‌ترین موانع توسعه پارک‌هاست و نظام معافیت مالیاتی

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

به‌عنوان یک ابزار سیاستی کلیدی برای جبران این چالش تلقی می‌شود. با این حال، هیچ‌یک از این پژوهش‌ها به‌طور اختصاصی به بند ۲ کتاب «۱۱۰ حمایت» و تحلیل حقوقی مدیریتی معافیت مالیاتی شرکت‌های مستقر در پارک‌ها نپرداخته‌اند. این مقاله می‌خواهد همین خلأ را پر کند.

۳. روش‌شناسی

این پژوهش، توصیفی تحلیلی با رویکرد حقوقی تفسیری است. داده‌ها از طریق منابع کتابخانه‌ای، اسناد قانونی (قوانین، آیین‌نامه‌ها، بخشنامه‌های سازمان امور مالیاتی و آرای دیوان عدالت اداری) و رویه اجرایی معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان گردآوری شده است. تحلیل، بر پایه اصول تفسیر نظام‌مند و هدف‌گرا انجام می‌شود. علاوه بر تحلیل حقوقی، ابعاد مدیریتی و کسب‌وکاری این معافیت نیز با تکیه بر ادبیات مدیریت راهبردی و تجربه بین‌المللی بررسی می‌گردد.

ادامه مطلب

دستاوردها

بر اساس مصوبه هیئت‌مدیره استصنا و در راستای معرفی و انعکاس توانمندی‌ها، ظرفیت‌ها و موفقیت‌های شرکت‌های عضو، دستاوردهای جدید اعضا که در سال جاری محقق شده است، به‌صورت رایگان در فصلنامه استصنا منتشر خواهد شد. اعضای محترم می‌توانند دستاوردهای شاخص سال جاری خود، از جمله تولید یا بومی‌سازی محصولات و تجهیزات جدید، اجرای پروژه‌های مهم، توسعه فناوری، دریافت تأییدیه‌ها و گواهینامه‌های تخصصی، موفقیت‌های صادراتی و سایر دستاوردهای قابل توجه شرکت را جهت بررسی و انتشار در فصلنامه به دبیرخانه انجمن ارسال نمایند. این اقدام با هدف معرفی هرچه بیشتر توانمندی‌های اعضای انجمن و ایجاد بستری برای انعکاس ظرفیت‌های واقعی سازندگان ایرانی در صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی انجام می‌شود. انتشار دستاوردهای واجد شرایط اعضا در این بخش فصلنامه، بدون دریافت هزینه خواهد بود.

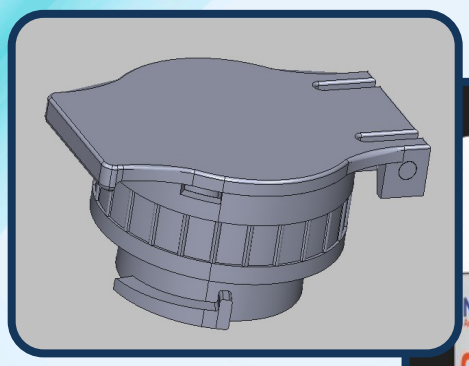


گام‌های تازه پلاتین ایران در توسعه فناوری باتری‌های پیشرفته

شرکت پلاتین ایران در سال ۱۴۰۴–۱۴۰۵ مجموعه‌ای از دستاوردهای فناورانه، تحقیق و توسعه و اخذ تأییدیه‌های تخصصی را در حوزه باتری‌های سرب-اسیدی و فناوری‌های مرتبط به ثبت رسانده است. **یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این شرکت**، تولید باتری سرب-اسید گرافنی به‌عنوان نسل جدید باتری‌های سرب-اسید پیشرفته است. بر اساس اطلاعات ارائه‌شده از سوی شرکت، این محصول در مقایسه با باتری‌های معمولی، از افزایش ظرفیت تا ۱۰ درصد و افزایش طول عمر سیکلی بیش از ۵۰ درصد، بسته به نوع کاربرد برخوردار است.

در ادامه فعالیت‌های تحقیق و توسعه مرتبط با این فناوری، اختراع بین‌المللی PCT با تأیید کانون پتنت و با عنوان "POROUS CARBON-BASED MATERIAL FOR LEAD-ACID BATTERY" به ثبت رسیده است. همچنین طرح مرتبط با این فناوری به‌عنوان یکی از ۸۰ طرح منتخب راهبردی کشور از سوی معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری انتخاب و در نمایشگاه فناوری‌های روزآمد ایران «فر ایران»، در آبان‌ماه ۱۴۰۴، ارائه شده است. از دیگر دستاوردهای علمی و فناورانه شرکت، دریافت گواهی اعتبارسنجی اختراع «تولید ماده گرافن سه‌بعدی متخلخل به‌عنوان افزودنی در باتری اسید-سرب» از سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران با امتیاز ۷ از ۱۰، کد پرونده ۹۲۷۰ و تاریخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۴ است. در حوزه استاندارد و ارزیابی فنی نیز باتری سرب-اسیدی گرافنی پلاتین ایران موفق به دریافت گواهی تأیید آزمون‌های نوعی مطابق با استاندارد INSO ۴۸۶۸-۲۱,۲۲ از آزمایشگاه استاندارد مهرنگار کاسپین و همچنین آزمایشگاه مرکزی دانشگاه صنعتی امیرکبیر شده است. پلاتین ایران در کنار توسعه فناوری باتری‌های گرافنی، محصول اسپری ضدسولفات OxidStop را نیز با هدف جلوگیری از سولفاته‌شدن و خوردگی قطب‌ها و اتصالات انواع باتری‌های سرب-اسیدی تولید کرده است. اخذ اعتبار مالیاتی پروژه‌های تحقیق و توسعه از معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری و همچنین تغییر و بهبود دریچه خروج گاز (ونت پلاستیکی) در باتری‌های سرب-اسیدی تر با ظرفیت کمتر از ۶۰۰ آمپرساعت از دیگر اقدامات و دستاوردهای این شرکت در سال ۱۴۰۴–۱۴۰۵ به شمار می‌رود. مجموع این اقدامات، بخشی از فعالیت‌های شرکت پلاتین ایران در مسیر توسعه فناوری، بهبود عملکرد محصولات و گسترش فعالیت‌های تحقیق و توسعه در صنعت باتری کشور را نشان می‌دهد.

Platin Iran Co. (Nile Battery)







سند مالکیت

گواهی‌نامه ثبت اختراع





اعتبارسنجی و امتیازدهی اختراع

DOI: 10.22104/IROST.1404.106

تولید دستگاه مهاربند کشتی Quick Release Hook توسط کهرنگ لاستیک

شرکت کهرنگ لاستیک موفق به طراحی و تولید دستگاه مهاربند کشتی (Quick Release Hook)شده است؛ تجهیزی که در لنگرگاه‌ها و اسکله‌ها برای پهلوگیری ایمن کشتی و همچنین رهاسازی سریع آن در شرایط خاص و اضطراری، از جمله طوفان و آتش‌سوزی، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

Quick Release Hookهای تولیدی این شرکت در ظرفیت‌های مختلف از ۲۵ تا ۲۰۰ تن و در مدل‌های تک‌قلاب، دوقلاب، سه‌قلاب و چهارقلاب طراحی، تولید و اجرا می‌شوند. به‌منظور اطمینان از عملکرد مناسب و ایمنی تجهیز، هوک‌ها یا قلاب‌های این دستگاه با باری معادل ۱۲۵ درصد بار اسمی مورد آزمایش قرار می‌گیرند. همچنین این تجهیزات از قابلیت کنترل از راه دور برخوردارند و امکان کنترل و رهاسازی آن‌ها از اتاق کنترل یا دفتر اسکله فراهم شده است.

از دیگر ویژگی‌های این محصول، طراحی ضدانفجار آن است که با توجه به شرایط عملیاتی اسکله‌ها و محیط‌های صنعتی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

طراحی و تولید Quick Release Hook در ظرفیت‌ها و پیکربندی‌های مختلف، تازه‌ترین دستاورد شرکت کهرنگ لاستیک در زمینه توسعه تجهیزات مورد استفاده در زیرساخت‌های بندری و اسکله‌ای به شمار می‌رود.

اعضا جدید

عضویت ارزشمند شرکت های ذیل را در خانواده بزرگ انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران (استصنا) گرامی می داریم.

امید است با پیوستن ایشان، شاهد هم افزایی، تعامل سازنده و گام های موثرتری در راستای ارتقای صنعت نفت کشور باشیم.

توسعه مواد پیشرفته سیمرغ

دابو صنعت (انرژی بخار آسیا)

فرآیند گستر کویر هوشمند

مشعل پویا اسپادانا

نیک بهداد استیل

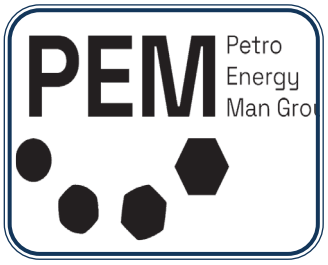
پترو انرژی من

پترو پایدار ثنا





نام شرکت: مشعل پویا اسپادانا
نام مدیرعامل:محسن قبادی برجوئی
فعالیت شرکت: ساخت تجهیزات حساس و سنگین نفتی و....
آدرس:اصفهان - شاهین شهر و میمه ، بخش مرکزی ، دهستان برخوار غربی ، روستا پالایشگاه اصفهان ، بزرگراه آزادگان، بلوار شرکت پخش فرآورده های نفتی
وبسایت شرکت:www.mashalpouya.ir
تلفن: ۰۳۱-۹۱۰۹۴۴۴۰



نام شرکت: پترو انرژی من
نام مدیرعامل: فرشاد منوچهری دانا
فعالیت شرکت:طرح، تولید کننده و سازنده تجهیزات مورد استفاده در صنایع پتروشیمی ، نفت، گاز و نیروگاه و .... از جمله بویلرهای واترتیوب
آدرس:تهران ، شهرک راه آهن ، خیابان علامه قزوینی ، کوچه نیما یوشیج
وبسایت شرکت:www.petroenergyman.com
تلفن:۰۲۱-۵۷۴۲۳



نام شرکت: دابو صنعت (انرژی بخار آسیا)
نام مدیرعامل: داود شیرازی
فعالیت شرکت:تولید کننده تجهیزات مکانیکی ثابت
آدرس:تهران ، سعادت آباد ، خیابان سرو شرقی ، پلاک ۱۷
وبسایت شرکت: www.Daboosanat.com
تلفن: ۰۲۱- ۷۱۴۰۰۲۰۰



نام شرکت:توسعه مواد پیشرفته سیمرغ
نام مدیرعامل: امیرهومن کریمی وثیق
فعالیت شرکت: تهیه ،تولید ،توزیع و ساخت ،مشاوره ،طراحی و مهندسی ،خرید ، اجرا ،نصب انتقال تکنولوژی
آدرس: خیابان ملاصدرا پلاک ۱۵۰ واحد ۹ طبقه ۳
وبسایت شرکت: www.simurghchem.com
تلفن: ۰۲۱-۸۸۰۵۳۰۶۸

نام شرکت: نیک بهداد استیل
نام مدیرعامل: علی نجفی
فعالیت شرکت:تولید تجهیزات فولادی
آدرس: تهران ، شهر قدس، بلوار کلهر، خیابان گلستان، پلاک۵۱
وبسایت شرکت: www.nikbehdad.com
تلفن: ۰۲۱-۴۶۸۲۲۲۹۵

نام شرکت:پترو پایدار ثنا
نام مدیرعامل:غزل رحیمی
فعالیت شرکت: تولید، تامین و طراحی و نصب قطعات لاستیکی و فلزی صنعتی
آدرس: تهران، خیابان نارمک، کوچه حمید غیبی، پلاک ۷۰۰
وبسایت شرکت: www.petrosana.com
تلفن: ۰۲۱-۹۱۳۰۱۷۲۶

نام شرکت:فرآیند گستر کویر هوشمند
نام مدیرعامل:سیدمهدی طباطبایی اشکذری
فعالیت شرکت: تامین و تولید تجهیزات اتوماسیون صنعتی اجرای پروژه های اتوماسیون صنعتی
آدرس: تهران، پونک، ایران زمین شمالی، کوچه شکوفه سوم ، پلاک ۲۰، واحد ۴
وبسایت شرکت: www.farayandgostar.ir
تلفن: ۰۲۱-۴۶۸۸۴۹۹۲

نام شرکت:مهندسی پالایش امیرکبیر اسپادانا
نام مدیرعامل:جعفر توسلی کجانی
فعالیت شرکت: ساخت و نصب قطعات، مبدل های حرارتی، بال ولو ها، انواع کنترل ولو، دستگاه ها و ماشین آلات مکانیکال و لوله‌های صنعتی، راه اندازی پروژه های نفتی و گاز
آدرس:اصفهان ، شهرک صنعتی امیرکبیر ، بلوار عطاالملک ، بلوک ۲۳ ، پلاک ۴
وبسایت شرکت:www.palayesh.co.com
تلفن: ۰۳۱-۳۳۸۷۱۲۶۸

نام شرکت:عملیات پایش وارنا گستر
نام مدیرعامل:فرانک آذره لاکه
فعالیت شرکت: ساخت ، تولید ، مونتاژ ، اتوماسیون ، بسته بندی واردات ، صادرات ، توزیع و فروش
آدرس:گیلان ، شهرک صنعتی شماره ۱ حسنرود ، خیابان پامچال ،کوچه زنبق ، پلاک ۲۰
وبسایت شرکت:www.voaengco.com
تلفن: ۰۱۳۹-۱۰۰۱۰۹۵

نام شرکت:هلدینگ اروند کمپرسور نفت
نام مدیرعامل:محمد سعیدی درخشی
فعالیت شرکت: طراحی و مهندسی و ساخت و بازسازی تجهیزات صنعت نفت و گاز
آدرس:خراسان رضوی، مشهد، خیابان عبدالمطلب ۳۰ نبش کوچه شهید آرام حائری ۱۴
وبسایت شرکت:www.arvandcn.ir
تلفن: ۰۵۱-۳۷۲۸۳۳۰۷

اخبار داخلی



دیدار با اعضا جدید

هیات مدیره

کارگروه ها

نشست پالایشگاه اصفهان

نشست های هم اندیشی

کمیته عضویت

بازدیدها

کمیسیون ها

گروه های تخصصی ده گانه

جلسات و نشست ها

همایش ها

جلسات هیات مدیره - دوره دهم



انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

هیأت مدیره دوره دهم در راستای دستیابی به اهداف کلان انجمن؛ طی ۵ جلسه در فصل تابستان ۱۴۰۵، ضمن بحث و هم اندیشی پیرامون چالش های روز حوزه صنعت و فعالیت های میزخدمت استصنا، به بررسی چالش های کمیسیون های تخصصی پرداختند و پیشنهاداتی را در راستای بهبود عملکرد و فرایند جریان کار مصوب نمودند. بازنگری ساختار کارگروه های برون سازمانی، ارزیابی عملکرد ستاد هماهنگی گروه های تخصصی و تجدید انتخاب نمایندگان هیات مدیره، تصویب آیین نامه ستاد هماهنگی، بررسی نتایج تحلیلی همایش پادشکنندگی و نحوه حضور در رویدادهای بین المللی از دیگر موضوعات این جلسات بود. در راستای توسعه بازار اعضا حضور در نمایشگاه نفت وگاز بغداد و همراهی در تیم تجاری عمان مصوب شد. اصلاحات ساختاری «آیین‌نامه ستاد هماهنگی گروه‌های تخصصی و تهیه بانک اطلاعاتی اعضا و پلتفرم تجهیزات صنعتی استصنا از مهمترین مصوبات تابستان ۱۴۰۵ بود.





نشست مشترک فصلی کمیسیون‌های استصنا

در نشست مشترک کمیسیون‌ها که در مردادماه ۱۴۰۵ در اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی تهران برگزار شد؛ اعضای چهار کمیسیون تخصصی با هدف هم‌اندیشی، هم‌افزایی و ارتقای اثربخشی بازوهای مشورتی هیأت‌مدیره، به بررسی مسائل، چالش‌ها و راهکارهای پیش‌روی انجمن و اعضا پرداختند.در ادامه نقدهای سازنده، پیشنهادهای کاربردی و دغدغه‌های اعضا درباره شرایط موجود و فضای پرالتهاب حاکم بر بازار کسب‌وکار، مطرح شد و مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. در این نشست، بر ضرورت توجه ویژه به آموزش و توانمندسازی اعضا و شناسایی نیازهای آموزشی آنان تأکید شد. همچنین، با توجه به تحولات شتابان فناوری، بهره‌گیری از ظرفیت‌های هوش مصنوعی و طراحی دوره‌های آموزشی متناسب با حوزه فعالیت اعضا، به‌عنوان یکی از اولویت‌های انجمن مورد تأکید قرار گرفت.

از دیگر محورهای مهم این نشست می‌توان به لزوم پایش مستمر مصوبات کمیسیون‌ها، ارزیابی میزان تحقق آنها، ایجاد و توسعه یک پایگاه اطلاع‌رسانی حرفه‌ای برای انعکاس فعالیت‌های انجمن و کمیسیون‌ها، اطلاع‌رسانی درباره دستاوردها، و دریافت بازخورد از اعضا اشاره کرد. همچنین، پایش عملکرد کمیسیون‌ها و ارزیابی نتایج تعاملات آنها با هیأت‌مدیره، از دیگر موضوعات مهم مطرح‌شده در این نشست بود. در پایان، اکثریت قاطع اعضای حاضر بر استمرار و برگزاری منظم نشست‌های مشترک کمیسیون‌ها تأکید کردند و مقرر شد دبیرخانه انجمن، برنامه‌ریزی و هماهنگی برای برگزاری نشست بعدی را در اواخر مهرماه یا اوایل آبان‌ماه انجام دهد.









نشست های کمیسیون های چهارگانه؛

کمیسیون امور بین الملل و توسعه صادرات



این کمیسیون طی ۵ جلسه در فصل تابستان ۱۴۰۵، ضمن بررسی روند اجرایی برنامه های عملیاتی کمیسیون، نحوه حضور موثر در نمایشگاه بغداد و تسهیل حضور شرکتهای عضو در بازار عراق را مورد ارزیابی قرار دادند. همچنین مطابق آیین نامه عمومی کمیسیون ها، انتخابات داخلی انجام و حسن کاظمی بعنوان رئیس، کیان حشمی بعنوان نایب رئیس و میلاد ناظری بعنوان دبیر کمیسیون با اکثریت آرا انتخاب شدند.

همچنین در خصوص تبیین پر قدرت حضور انجمن استصنا در نمایشگاه بین‌المللی برق و انرژی مشهد در دیماه سال جاری، تصمیمات عملیاتی اتخاذ شد.

کمیسیون توسعه بازار



این کمیسیون طی ۴ جلسه در فصل تابستان ۱۴۰۵، ضمن بررسی برنامه های آتی کمیسیون، به بحث و تبادل نظر پیرامون چالش ها و مشکلات سازندگان در حوزه گمرک و ثبت سفارش و بررسی راهکارهای مدیریت بحران با توجه به شرایط روز کشور پرداختند. در ادامه تحلیل اخبار پروژه‌های بازسازی جنگ تحمیلی صنعت نفت و امکان سنجی مشارکت اعضا در این پروژه ها در دستور کار اعضای کمیسیون قرار گرفت. همچنین مطابق آیین نامه عمومی کمیسیونها، انتخابات داخلی انجام و کیان حشمی بعنوان رئیس، حسن کاظمی، نایب رئیس و میلاد ناظری دبیر کمیسیون با اکثریت آرا انتخاب شدند. در این جلسات راهبردهای اساسی و روش‌های اجرایی ایجاد کنسرسیوم‌های مشترک بین شرکت‌های عضو انجمن جهت ارتقای برند مشترک تجهیزات ایرانی نیز مورد بررسی و تبادل نظر قرار گرفت.

کمیسیون تسهیل کسب و کار



این کمیسیون طی ۶ جلسه در فصل تابستان ۱۴۰۵، پس از بحث و تبادل نظر پیرامون موانع و مشکلات تولید؛ قانون جهش دانش بنیان و فرآیندهای چهارگانه صندوق نوآوری و شکوفایی شامل «تسهیلات مالی، ضمانت‌نامه‌ها، سرمایه‌گذاری و توانمندسازی» را تشریح نمود و تدوین خلاصه کاربردی قوانین از جمله قانون حداکثر و تهیه گزارشی درباره نسبت‌های مالی، به‌ویژه ضریب مالکانه، با هدف تسهیل دسترسی شرکت‌ها به تسهیلات بانکی را در دستور کار قرار داد. همچنین مطابق آیین نامه عمومی کمیسیونها، انتخابات داخلی انجام و علیرضا مهپور بعنوان رئیس، جلال جانی نایب رئیس و علیرضا تمدن دبیر کمیسیون با اکثریت آرا انتخاب شدند. بررسی آخرین مقررات و بخشنامه‌های مالیاتی، تحولات و قوانین آتی سازمان تامین اجتماعی، مشکلات آتی حسابرسی تامین اجتماعی و متن بازنگری‌شده قرارداد تیپ از دیگر فعالیت های این کمیسیون در تابستان ۱۴۰۵ بود.

کمیسیون راهبردی



این کمیسیون طی ۴ جلسه در فصل تابستان ۱۴۰۵، پس از بحث و تبادل نظر پیرامون مشکلات سازندگان حوزه صنعت نفت، به بررسی و اولویت بندی برنامه های عملیاتی کمیسیون پرداختند. بررسی خروجی های همایش پادشکنندگی مدیران کسب و کار و تدوین راهبردهایی برای ارائه به هیات مدیره و تدوین پیشنهادات راهبردی کمیسیون در بازه سه ماهه پاییز و سه ماهه زمستان ۱۴۰۵ از دیگر فعالیت های این کمیسیون بود. همچنین مطابق آیین نامه عمومی کمیسیون ها، انتخابات هیات رئیسه جدید برگزار و محمد جواد بهارفر به عنوان رئیس، محمد حسن دیده ور به عنوان نایب رئیس و علیرضا احمدی زاده به عنوان دبیر به اتفاق آرا انتخاب شدند.

هیات راهبردی شورای دانش بنیان استصنا



هیات راهبردی شورای دانش بنیان استصنا طی دو جلسه در فصل تابستان ۱۴۰۵، ضمن بررسی شرایط روز صنعتگران و روش‌های تاب آوری شرکت‌ها، پیرامون برنامه های پیش رو در راستای حمایت از شرکت‌های دانش بنیان عضو انجمن به بحث و تبادل نظر پرداختند. ارائه توانمندی های شرکت های دانش بنیان به هیات تجاری نمایشگاه بین المللی نفت، گاز و پتروشیمی بغداد از دیگر مباحث جلسات بود.

کمیته عضویت استصنا



کمیته عضویت انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران طی جلسه ای که در تابستان ۱۴۰۵ برگزار نمود، به بررسی مدارک متقاضیان پذیرش در انجمن پرداختند؛ در این جلسه پس از بررسی ۷ پرونده متقاضی، ۵ عضو جدید به خانواده بزرگ استصنا پیوستند و ۲ شرکت هم مشروط به بازدید از خط تولید شدند.

کارگروه بانوان نوآفرین استصنا



تصویب نقشه راه راهبردی با رویکرد توسعه و تاب‌آوری

کارگروه بانوان نوآفرین استصنا طی دو جلسه ای که در تابستان ۱۴۰۵ برگزار نمود؛ پس از بحث و تبادل نظر پیرامون برنامه‌های سال جاری، چارچوب و نقشه راه راهبردی کارگروه را با رویکرد توسعه و ارتقای تاب‌آوری اکوسیستم انجمن در پنج محور راهبردی تصویب کرد. بر اساس این مصوبه، مقرر شد برنامه‌های عملیاتی و شاخص‌های ارزیابی عملکرد هر محور در ادامه تدوین و اجرا شود.این رویکرد، گامی در جهت حرکت کارگروه از برنامه‌ریزی صرفِ رویدادمحور به سوی خلق سرمایه‌ها و دستاوردهای ماندگار برای توسعه و افزایش تاب‌آوری اکوسیستم انجمن به شمار می‌رود. در این جلسات گزارش و تحلیل تحقیقات نسل Z مورد تایید قرار گرفت که پس از تکمیل نهایی تقدیم هیات مدیره محترم خواهد شد. برگزاری کارگاه های آموزشی بر اساس نیازسنجی اعضا و گفتگو پیرامون نحوه بهره مندی از فرصت های تجاری نمایشگاه نفت و گاز بغداد و تور تخصصی عمان از دیگر مباحث این جلسات بود.

گروه تخصصی ده گانه استصنا

ستاد هماهنگی گروه های تخصصی



ستاد هماهنگی گروه های تخصصی طی ۴ جلسه ای که در فصل تابستان ۱۴۰۵ برگزار نمود، به بررسی ساختار ستاد، عملکرد گروه های تخصصی و برنامه اجرایی رویداد B۲B گروه تجهیزات برقی پرداختند و اصلاحات ساختاری آیین نامه ستاد را تصویب نمودند. اعضای ستاد همچنین پیرامون نحوه اجرای انتخابات هیات رئیسه گروه تخصصی لوله و اتصالات، نحوه همکاری با شرکت مهندسی و توسعه گاز، تصویب موافقت نامه کنسرسیوم و تصویب برنامه عملیاتی شش ماهه دوم و برگزاری نشست های سالیانه گروه های تخصصی به بحث و تبادل نظر پرداختند.

گروه تخصصی سیستم کنترل، اتوماسیون و ابزار دقیق

هیات رئیسه گروه تخصصی سیستم کنترل، اتوماسیون و ابزار دقیق طی ۳ جلسه ای که در تابستان ۱۴۰۵ برگزار نمود، پیرامون اهداف تشکیل کنسرسیوم تخصصی ساخت و تولید تجهیزات ابزار دقیق و شرایط و ابهامات با مدیریت شرکت آرمان بحث و تبادل نظر نمودند و مقرر گردید جلسه ای به منظور ارائه توضیحات تکمیلی و نحوه اجرای مناسب برگزار گردد.



گروه تخصصی تجهیزات ثابت

هیات رئیسه گروه تخصصی تجهیزات ثابت طی جلسه ای که در تابستان ۱۴۰۵ برگزار نمودند، به بررسی برنامه عملیاتی شش ماهه دوم سال ۱۴۰۵ و راهکارهای مشارکت اعضا در گروه تخصصی پرداختند. تدوین تقویم جلسات گروه تخصصی از دیگر موضوعات بود.



گروه تخصصی شیرآلات

هیات رئیسه گروه تخصصی شیرآلات طی جلسه ای که در فصل تابستان ۱۴۰۵ برگزار نمودند، به بررسی نحوه ارائه توانمندیهای اعضای گروه و عارضه یابی خرابی شیرهای صنعتی پرداختند.

گروه تخصصی تجهیزات برقی

هیات رئیسه گروه تخصصی تجهیزات برقی طی ۲ جلسه ای که در فصل تابستان ۱۴۰۵ برگزار نمود، به بررسی و اولویت بندی برنامه های عملیاتی سال ۱۴۰۵ گروه تخصصی و برگزاری رویداد تخصصی B۲B و تدوین روشهای اجرایی آن پرداختند.

گروه تخصصی تجهیزات حفاری



هیات رئیسه گروه تخصصی تجهیزات حفاری در فصل تابستان ۱۴۰۵، نشستی مشترک با مدیر فناوری و ساخت داخل شرکت ملی حفاری برگزار نمود. در این جلسه مسائل و مشکلات اجرایی فرآیند ساخت بار اول و راهکارهای اصلاحی آن، مشکلات سامانه ستاد و محدودیت های قانونی و بخشنامه‌ای در ثبت واحدهای غیر معتبر و ورود به مناقصات و .... و معرفی سازندگان توانمند و ظرفیت اعضای انجمن مورد بررسی قرار گرفت.

گروه تخصصی لوله و اتصالات

اولین جلسه هیات رئیسه جدید گروه تخصصی لوله و اتصالات در شهریوماه ۱۴۰۵ برگزار شد؛ در این جلسه ابتدا اهداف، برنامه ها و فعالیت های مهم گروه های تخصصی و وظایف و مسولیت های هیأت رئیسه توسط دبیر انجمن مطرح شد. در ادامه اعضای هیأت رئیسه به معرفی خود و ارایه برنامه های پیشنهادی پرداختند. سپس رای گیری در خصوص انتخاب رئیس، نایب رئیس و دبیر هیأت رئیسه انجام شد و حسن محمدی اندرود بعنوان رئیس و مرجان آهنج نایب رئیس گروه انتخاب شدند. با توجه به عدم اعلام آمادگی از طرف اعضای حاضر با نظر ستاد هماهنگی گروه های تخصصی، فراخوانی برای سمت دبیری گروه لوله و اتصالات منتشر شد.

بازدید از خط تولید و توانمندی سازندگان عضو استصنا













در ادامه برنامه بازدیدهای دوره ای هیات مدیره دوره دهم؛ تابستان ۱۴۰۵، رییس و تنی چند از اعضا هیات مدیره به همراه دبیر و تیم همراه به بازدید از شرکت دانش بنیان بدر سیستم پرداختند. در این دیدار پس از گفتگو پیرامون مسائل و مشکلات سازندگان، درویشی - رییس هیات مدیره این مجموعه به معرفی توانایی ها و دستاوردهای داخلی و خارجی این مجموعه پرداخت، از جمله مباحثی که در این دیدار مورد گفتگو قرار گرفت می توان به کنسرسیوم سازی و بررسی انجام پروژه ها به شکل گروهی اشاره کرد.

در پایان از محل کارخانه شرکت مذکور در شهرک صنعتی صفادشت بازدید بعمل آمد.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

تأکید بر تقویت همکاری پالایشگاه اصفهان با سازندگان بومی در نشست مشترک با انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت استان اصفهان



در نشست مشترک اعضای انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت استان اصفهان با مدیرعامل، معاونان و مدیران ارشد شرکت پالایش نفت اصفهان که در تابستان ۱۴۰۵ برگزار شد؛ ظرفیت‌ها و توانمندی‌های سازندگان استان، روند حضور شرکت‌های بومی در مناقصات و خریدهای پالایشگاه و مهم‌ترین چالش‌های پیش روی سازندگان بررسی و بر تقویت همکاری و استفاده مؤثرتر از ظرفیت‌های ساخت داخل و شرکت‌های توانمند استان تأکید شد. به گزارش روابط عمومی انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت استان اصفهان، این نشست با هدف بررسی ظرفیت‌های همکاری میان پالایشگاه و سازندگان تجهیزات استان و توسعه حضور شرکت‌های بومی در پروژه‌ها و فرآیند تأمین تجهیزات برگزار شد.در این نشست، رضا خیامیان، رئیس انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت استان اصفهان، با اشاره به ظرفیت قابل توجه استان اصفهان در حوزه ساخت تجهیزات صنعت نفت، گاز، پتروشیمی و انرژی، بر ضرورت بهره‌گیری بیشتر از توانمندی شرکت‌های بومی تأکید کرد. وی با بیان اینکه سازندگان استان از ظرفیت فنی، مهندسی و تولیدی قابل توجهی برخوردارند، خواستار فراهم شدن زمینه حضور مؤثرتر و عادلانه‌تر شرکت‌های توانمند اصفهانی در پروژه‌ها، مناقصات و فرآیند تأمین کالا و تجهیزات پالایشگاه شد.خیامیان همچنین بر ضرورت ایجاد ارتباط مستمر و هدفمند میان پالایشگاه و انجمن تأکید کرد و افزود: انجمن می‌تواند با شناسایی و معرفی ظرفیت‌های واقعی اعضای خود، زمینه دسترسی پالایشگاه به مجموعه‌ای از سازندگان تخصصی و توانمند استان را فراهم کند.در ادامه، غلامرضا باقری دیزج، مدیرعامل شرکت پالایش نفت اصفهان، با تأکید بر اهمیت کیفیت، رعایت استانداردهای فنی و ایجاد فضای رقابتی اظهار کرد: ایجاد شرایط یکسان و رقابتی در مناقصات و کشف قیمت متعارف، همواره در دستور کار پالایشگاه بوده است.وی افزود: از آذرماه ۱۴۰۳ و همزمان با آغاز مسئولیت وی در پالایشگاه اصفهان، ۳۶۰ مناقصه برگزار شده که حدود ۳۳ درصد آنها به شرکت‌های استانی اختصاص داشته است. همچنین در این مدت، ۱۶۰ مناقصه مربوط به خرید کالا و تجهیزات پروژه‌های در دست احداث شرکت توسط شرکت‌های استانی انجام شده است.حجت تقوایی، رئیس بررسی منابع و پشتیبانی ساخت داخل پالایشگاه اصفهان نیز در این نشست با ارائه گزارشی از وضعیت وندورلیست پالایشگاه گفت: از مجموع ۵ هزار و ۲۷۷ شرکت حاضر در وندورلیست، یک هزار و ۲۱۱ شرکت بومی استان اصفهان هستند که حدود ۴۵۰ شرکت از آنها فعال‌اند.در بخش دیگری از این نشست، ظرفیت انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت استان اصفهان نیز مورد توجه قرار گرفت. این انجمن با همکاری سایر تشکل های مرتبط حدود ۵۰۰ شرکت سازنده و پیمانکار اصفهانی را به پالایشگاه معرفی کرد. در پایان، با توجه ضرورت استمرار تعامل میان انجمن و پالایشگاه اصفهان، شناسایی توانمندی‌ها و ظرفیت‌های واقعی سازندگان استان، رفع موانع موجود و فراهم کردن زمینه حضور مؤثرتر شرکت‌های توانمند بومی در زنجیره تأمین و پروژه‌های پالایشگاه مقرر گردید یک کمیته مشترک بین انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت استان اصفهان و پالایشگاه اصفهان تشکیل گردد. در این رابطه رضا خیامیان و علیرضا روغنی به عنوان نمایندگان انجمن معرفی گردیدند.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

اعضای جدید استصنا، عضویت خود را با آشنایی نزدیک‌تر با ظرفیت‌ها و خدمات انجمن آغاز کردند.

نشست آشنایی و خیرمقدم اعضای جدید انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران (استصنا)، شهریوماه ۱۴۰۵ با حضور رئیس هیأت‌مدیره، دبیر انجمن و جمعی از شرکت‌های تازه‌عضو در دبیرخانه استصنا برگزار شد. به گزارش روابط عمومی انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران، این نشست با هدف آشنایی اعضای جدید با ساختار، ظرفیت‌ها و خدمات انجمن و همچنین ایجاد ارتباط نزدیک‌تر میان شرکت‌های عضو و استصنا برگزار شد.در ابتدای این نشست، احسان ثقفی، رئیس هیأت‌مدیره استصنا ضمن خوشامدگویی به اعضای جدید، به معرفی انجمن، جایگاه آن در صنعت تجهیزات نفت و ظرفیت‌هایی که از حضور و مشارکت شرکت‌های عضو شکل گرفته است، پرداخت. وی با اشاره به اهمیت حضور فعال اعضا در فعالیت‌های انجمن، بر نقش تعامل و مشارکت شرکت‌ها در تقویت جایگاه بخش خصوصی و پیگیری مسائل و مطالبات مشترک سازندگان تجهیزات صنعت نفت تأکید کرد. در ادامه، دبیر انجمن گزارشی از خدمات و ظرفیت‌های استصنا ارائه کرد و ضمن معرفی بخشی از فعالیت‌های انجمن، زمینه‌های ارتباط و بهره‌مندی اعضا از خدمات، برنامه‌ها و ظرفیت‌های موجود را تشریح کرد. بخش دیگری از این نشست به معرفی اعضای جدید اختصاص داشت. نمایندگان شرکت‌ها ضمن معرفی مجموعه خود، درباره حوزه فعالیت، محصولات، توانمندی‌ها و زمینه‌های تخصصی شرکت‌هایشان توضیحاتی ارائه کردند. این بخش فرصتی فراهم کرد تا علاوه بر آشنایی مدیران انجمن با ظرفیت اعضای تازه‌وارد، شرکت‌ها نیز شناخت اولیه‌ای از توانمندی‌های یکدیگر پیدا کنند.در پایان این نشست، لوح عضویت شرکت‌های جدید توسط احسان ثقفی، رئیس هیئت‌مدیره استصنا، به نمایندگان شرکت‌ها اهدا شد. هدف از برگزاری این نشست در چارچوب برنامه استصنا ایجاد ارتباط مؤثرتر با اعضای جدید و آشنایی آنها با ظرفیت‌های انجمن عنوان شده است؛ مسیری که هدف آن، فراتر از صدور عضویت، فراهم کردن زمینه مشارکت فعال شرکت‌ها در شبکه تخصصی استصنا و بهره‌گیری مؤثرتر از خدمات و ظرفیت‌های انجمن است.









اعزام هیات تجاری استصنا





هیأت تجاری انجمن با حضور ریاست استصنا در شهریورماه عازم بغداد شدند. این اعزام با هدف معرفی توانمندی‌ها و ظرفیت‌های سازندگان ایرانی، توسعه ارتباطات تجاری، شناسایی فرصت‌های همکاری و تقویت حضور اعضا در بازار عراق انجام شد. این هیات ضمن حضور در نمایشگاه، ظرفیت‌های شرکت‌های عضو استصنا در حوزه تجهیزات، فناوری‌ها و خدمات فنی و مهندسی صنعت نفت، گاز و پتروشیمی را به طرف‌های عراقی معرفی نمودند و زمینه‌های توسعه همکاری با فعالان و مجموعه‌های مرتبط این کشور را مورد بررسی قرار دادند. بازار عراق با توجه به نیازهای توسعه‌ای و پروژه‌های حوزه انرژی، از بازارهای مهم منطقه برای سازندگان و شرکت‌های خدمات فنی و مهندسی ایران به شمار می‌رود و حضور هدفمند در این بازار می‌تواند زمینه شکل‌گیری فرصت‌های جدید برای اعضای انجمن را فراهم کند .







همایش «صنعت در تنگنای تأمین مالی»

گزارش تصویری

عبده تبریزی در همایش استصنا: در دوره پرریسک، حفظ نقدینگی و قدرت انتخاب اولویت بنگاه‌های صنعتی است.

همایش «صنعت در تنگنای تأمین مالی؛ سازندگان تجهیزات نفت چگونه از دوره پرریسک اقتصاد ایران عبور کنند؟» با حضور حسین عبده تبریزی و جمعی از مدیران و فعالان صنعت تجهیزات نفت صبح روز سه شنبه ۱۴۰۵/۰۶/۲۴ در اتاق بازرگانی ایران برگزار شد؛ همایشی که در آن راهبردهای بنگاه‌های صنعتی برای عبور از دوره نااطمینانی اقتصادی، حفظ نقدینگی، مدیریت سرمایه‌گذاری و تقویت تاب‌آوری مورد بررسی قرار گرفت. این همایش با محوریت بررسی شرایط پیش‌روی بنگاه‌های صنعتی و الزامات مدیریتی سازندگان تجهیزات صنعت نفت در فضای پرریسک اقتصاد ایران برگزار شد. حسین عبده تبریزی در این نشست، شرایط فعلی اقتصاد را از منظر تصمیم‌گیری بنگاه‌ها مورد بررسی قرار داد و بر ضرورت آمادگی شرکت‌ها برای یک دوره طولانی‌تر از نااطمینانی تأکید کرد. در این چارچوب، «تعلیق» وضعیتی توصیف شد که در آن افق اقتصادی روشن نیست، تصمیم‌های بزرگ به تعویق می‌افتد و ریسک، تحریم و نوسان به بخشی از محیط مستمر فعالیت بنگاه تبدیل می‌شود. بر اساس مباحث مطرح‌شده، یکی از مهم‌ترین پیامدهای چنین شرایطی تنها کاهش تولید یا سرمایه‌گذاری نیست، بلکه از دست رفتن فرصت‌های توسعه، ایجاد ظرفیت‌های جدید و بازارهایی است که ممکن است در این فاصله در اختیار رقبا قرار گیرند.









انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

نشست هم اندیشی هیات رئیسه کمیسیون ها با حضور رییس هیات مدیره استصنا



انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

روزهای پایانی تابستان ۱۴۰۵، نشست مشترکی با حضور ریاست محترم انجمن و هیات رئیسه کمیسیونها، کارگروه بانوان نوآفرین، هیات راهبردی شورای دانش بنیان و ستاد هماهنگی گروه های تخصصی برگزار شد.

در این نشست که با هدف همفکری در پیشبرد اهداف انجمن و تقدیر از فعالیت همراهان همیشگی انجمن برگزار شد، ضمن تاکید بر اهمیت نقش و جایگاه کمیسیون ها، پیشنهاداتی در راستای بهبود عملکرد و تحول در ساختار، خلق ارزش و ایجاد انگیزه برای مشارکت اعضا، تهیه و انعکاس گزارش مستمر از فعالیت هر یک از حوزه ها، ارزیابی میزان تحقق مصوبات و توسعه پایگاه اطلاع‌رسانی حرفه‌ای برای انعکاس دستاوردها به اعضا مطرح شد.ضرورت توسعه خدمات آموزشی به اعضا و تدوین برنامه های عملیاتی از دیگر موضوعات مهم مطرح‌شده در این جلسه بود. در پایان مقرر شد ساختار موجود و گردش کار با هدف چابکی و هم افزایی هر چه بیشتر واحدهای مذکور مورد مطالعه قرار گیرد.





نشست مسئولین استصنا با حوزه کارفرمایی

کارگروه تشکل های مشترک

در جلسه کمیته ۴ تشکل مشترک که در تابستان ۱۴۰۵ برگزار شد، هماهنگی های انجام شده با وزارت نفت و سازمان برنامه و بودجه در خصوص تعیین نرخ تعدیل قراردادها و ارزی کردن تجهیزات (P) مطرح شد که با توجه موافقت وزارت نفت، مقرر گردید مستندات لازم جهت متقاعد کردن سازمان برنامه و بودجه مطابق با جدول اعلامی توسط سازندگان تهیه و ارائه شود.

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران
S.I.P.I.E.M

نشست معاون اقتصادی سفارت جمهوری اسلامی ایران در عراق، رئیس امور بین‌الملل وزارت نفت در حوزه کشورهای عربی

نشست معاون اقتصادی سفارت جمهوری اسلامی ایران در عراق، رئیس امور بین‌الملل وزارت نفت در حوزه کشورهای عربی و مسئولان انجمن استصنا و اپک روز چهارشنبه ۲۵ شهریورماه در دبیرخانه انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران برگزار شد. این جلسه فرصتی برای گفت‌وگو و تبادل نظر درباره ظرفیت‌های صادراتی، الزامات حضور در بازار عراق و راهکارهای توسعه فعالیت شرکت‌های ایرانی در این کشور فراهم کرد. در پایان این نشست، با هدف پیگیری موضوعات مطرح‌شده و تسهیل حضور اعضای انجمن در بازار عراق، بر تشکیل کارگروه مشترک توافق شد.



رویدادهای آتی استصنا

نگاهی به مسیر پیش‌رو؛ از توسعه تعاملات صنعتی تا گسترش بازارهای همکاری

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران (استصنا) در ادامه فعالیت‌های خود برای تقویت جایگاه سازندگان داخلی، توسعه ارتباطات صنعتی و پیگیری نیازها و مطالبات اعضا، مجموعه‌ای از برنامه‌های تخصصی، آموزشی و تجاری را برای ماه‌های پیش‌رو در دستور کار دارد. این برنامه‌ها با تمرکز بر ایجاد فرصت‌های تازه همکاری، تسهیل ارتباط میان سازندگان و کارفرمایان، ارتقای دانش تخصصی و گسترش حضور اعضا در بازارهای داخلی و بین‌المللی پیش‌بینی شده‌اند. در این بخش، نگاهی خواهیم داشت به مهم‌ترین رویدادها و برنامه‌هایی که استصنا برای دوره پیش‌رو در نظر گرفته است.

اعزام هیأت تجاری و اکتشاف بازار استصنا به عمان

گامی در مسیر توسعه همکاری‌های بین‌المللی و بازارهای صادراتی

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران (استصنا) در راستای توسعه تعاملات بین‌المللی، معرفی توانمندی‌های سازندگان ایرانی و فراهم‌سازی زمینه حضور مؤثر اعضا در بازارهای منطقه‌ای، اعزام هیأت تجاری به عمان را در برنامه‌های آتی خود قرار داده است. این برنامه با هدف آشنایی اعضا با ظرفیت‌های بازار انرژی عمان، شناسایی فرصت‌های صادراتی، برقراری ارتباط مستقیم با شرکت‌ها و فعالان صنعت نفت و گاز و بررسی زمینه‌های همکاری مشترک پیش‌بینی شده است. حضور در این رویداد می‌تواند فرصتی برای معرفی ظرفیت‌های فنی و تولیدی اعضای استصنا، توسعه ارتباطات تجاری و ایجاد زمینه مشارکت در پروژه‌های نفت، گاز و پتروشیمی عمان و سایر بازارهای منطقه باشد. جزئیات مربوط به زمان اعزام، شرایط حضور و نحوه ثبت‌نام متعاقباً از طریق مجاری رسمی اطلاع‌رسانی انجمن اعلام خواهد شد.

برگزاری کارگاه تخصصی هوش مصنوعی ویژه اعضای استصنا

گامی در مسیر آشنایی صنعت با فناوری‌های نوین و تحول دیجیتال

انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران (استصنا) در راستای ارتقای دانش تخصصی اعضا و آشنایی فعالان صنعت با ظرفیت‌های فناوری‌های نوین، برگزاری کارگاه آموزشی هوش مصنوعی را در هفته پایانی آبان‌ماه ۱۴۰۵ در برنامه‌های آتی خود قرار داده است. این کارگاه با هدف آشنایی مدیران و فعالان شرکت‌های عضو با کاربردهای عملی هوش مصنوعی در محیط‌های صنعتی و کسب‌وکار، از جمله بهبود فرآیندهای مدیریتی، افزایش بهره‌وری، تحلیل اطلاعات و کمک به تصمیم‌گیری‌های سازمانی پیش‌بینی شده است. استصنا با برگزاری این برنامه در تلاش است زمینه آشنایی بیشتر اعضا با فرصت‌های تحول دیجیتال و بهره‌گیری مؤثر از ابزارهای هوشمند را در فعالیت‌های تولیدی، فنی و مدیریتی فراهم کند. جزئیات مربوط به زمان دقیق، محل برگزاری و نحوه ثبت‌نام متعاقباً از طریق مجاری رسمی اطلاع‌رسانی انجمن اعلام خواهد شد.

" اشتراک فصلنامه استصـــنا "

چناچه تمایل به دریافت اشتراک فصلنامه " استصنا" را دارید، لطفا فرم زیر را تکمیل فرمایید و با واریز وجه مربوط به دوره اشتراک مورد نظر حساب شماره ۱۱۰۸۵۰۵۶۱۵۸۳۰۱ بانک اقتصاد نوین به نام انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران"، اصل و کپی رسید یا فیش بانکی را همراه با فرم اشتراک از طریق پست سفارشی به نشانی: میدان هفت تیر، خیابان قائم مقام فراهانی، کوچه بهادری، پلاک دو، طبقه ۳- کدپستی ۱۵۸۵۹۶۴۷۱۱ ارسال نمایید و یا به منظور تسریع امور، فرم و فیش پرداختی را به دفتر انجمن فکس نمایید. در ضمن متقاضیان محترم تهرانی می توانند با تماس با شماره ۸۸۸۳۸۹۳۱ و ۸۸۸۳۱۹۱۷-۰۲۱ به فهرست مشترکین فصلنامه "استصنا" بپیوندند.

Sipiem97@gmail.com

هزینه اشتراک

دوره اشتراک	هر فصل(تومان)
قیمت به تومان(به ازای هر نسخه)	۷۵۰.۰۰۰

* اعضا انجمن جهت دریافت اشتراک از ۴۰ درصد تخفیف برخوردا خواهند شد.
* لازم به ذکر است هزینه ارسال به شهرستان ها به صورت تیپاکس می باشد.

مشخصات متقاضی اشتراک

نام و نام خانوادگی: .....تاریخ: ..... سمت/شغل: .....
عنوان موسسه/شرکت:.....تلفن:.....همراه: .....
فکس: ..... پست الکترونیک: .....
آدرس:.....کدپستی : .....

مشخصات رسید بانکی

شماره سریال فیش بانکی: .....تاریخ واریز وجه: ...../...../..... مبلغ واریز شده(به عدد) .....ریال
مبلغ واریز (به حروف): .....ریال
کد یا نام شعبه واریز وجه: .....

AAC
ABAN AIR COOLER

YOUR PARTNER
FOR OPTIMUM PROCESS SOLUTIONS



aban air cooler
abanaircooler
www.abanaircooler.com

Engineering, design, production and supply,
installation and commissioning of heat transfer systems

▪ Tel : +98 71 3311 0000 ▪ Fax : +98 71 3311 0001