

در این شماره می خوانید

۲	سر مقاله
۳	گفتگو
۶	گزارش
۹	جهان پتروشیمی
۱۲	مقالات
۱۵	منابع انسانی
۱۸	سرمایه گذاری
۲۱	محیط زیست
۲۴	خصوصی
۲۶	صنایع تکمیلی
۲۸	پژوهش

صاحب امتیاز : روابط عمومی

مدیر مسئول : رضا خلج

دبیر تحریریه : فهیمه عبدی

هیئت تحریریه

مهشید انزهایی

(دبیر صفحات جهان پتروشیمی و گفتگوی ویژه)
۰۲۱-۸۴۹۹۳۶۱۱

نسرین علیپور

(دبیر صفحه گزارش)
۰۲۱-۸۴۹۹۴۰۴۲

فهیمه عبدی

(دبیر صفحات محیط زیست و خصوصی)
۰۲۱-۸۴۹۹۳۵۸۴

اکرم وکیلی

(دبیر صفحات صنایع پایین دستی و سرمایه گذاری)
۰۲۱-۸۴۹۹۳۴۸۲

راضیه همتی (دبیر صفحه مقالات فنی)

۰۲۱-۸۴۹۹۳۱۲۱

مهدی امیری

(صفحه آرایشی و خروجی)
۰۲۱-۸۴۹۹۳۴۶۵

نشانی : خیابان شیخ بهایی شمالی شماره ۱۴۴،

شرکت ملی صنایع پتروشیمی

روابط عمومی

تلفن : ۸۸۰۵۹۸۳۴

دورنگار : ۸۸۰۵۹۸۳۵

وب گاه: www.payampetro.ir

پست الکترونیک : payam@nipc.ir

کد پستی: ۱۹۹۳۸۳۴۵۵۷

تلفنخانه: ۰۲۱-۸۴۹۹۱

دورنگار: ۰۲۱-۸۸۰۵۹۸۳۵

پیام جناب آقای محمد مقاره مدیر دهمین نمایشگاه ایران پلاست

مشترک مدیران و تشکل‌ها/ صنعتگران صنایع پلاستیک و لاستیک کشور
استفاده نمایند .

بخش صنایع پتروشیمی و زیرمجموعه آن به عنوان یکی از قلمروهای بخش تولید داخلی انواع مواد شیمیایی، توان این را یافته است تا با تولید انواع خوراک مورد نیاز صنایع پایین دست، محصول نهایی را پس از تامین بازار داخل ، به سمت وسوی بازارهای صادراتی سوق دهد. رشد فزاینده ای که با راه اندازی پروژه های جدید پتروشیمی به لحاظ حجم و تنوع محصولات این صنایع حاصل می شود، بستر مناسبی را برای توسعه صنایع پایین دستی به عنوان مصرف کنندگان محصولات پتروشیمی و تکمیل کننده زنجیره ارزش صنعت پتروشیمی فراهم می آورد.

تردیدی نیست با بازاریابی گسترده انجام شده به منظور حضور شرکت‌های تراز اول و معتبر پتروشیمی، ماشین ساز و صنایع تکمیلی پتروشیمی جهان در دهمین نمایشگاه بین المللی ایران پلاست قصد آن را کرده ایم تا در توسعه فعالیت بخش خصوصی در حوزه پایین دستی و مرتبط با نفت و گاز و پتروشیمی و ایجاد تعامل و ارتباط بهتر صنایع بالادستی و پایین دستی پتروشیمی ضمن ایجاد ارزش افزوده بالاتر و اشتغال، زمینه بهتری را برای رقابت تولیدات داخلی در بازارهای جهانی که از اهم واجبات می باشد، فراهم نماییم و جریان تحقق اقتصاد مقاومتی را تقویت کنیم.

امید من و همکارانم اینست که بتوانیم در آستانه سال نو محفلی صمیمی و دلنشین برای صنعت پژوهان و بلند همتان کار و تولید در عرصه صنایع آراسته داریم تا نشانه همبستگی خانواده بزرگ صنعت و نیز مایه خرسندی و پشتوانه ای بس سترگ برای دست اندرکاران ، به منظور استمرار این مسیر و سربلندی تمامی تلاشگران خدوم این عرصه می باشد.



سپاس خدای راست ، تا بار دیگر شاهد همت پر آوازه ایرانیان در صنعت نمایشگاهی در حوزه پتروشیمی و پایین دست " ایران پلاست"، یعنی نمایشگاهی در خور توجه در سطح جهانی باشیم .

بدنبال شکل گیری انقلاب صنعت پتروشیمی در سال ۱۳۷۶، تحولاتی سریع در بخش های پایین دست کشورمان رخ داد به گونه ای که تا امروز به مرحله ای رسیدیم که جهت حضور در مجامع بین المللی با کیفیت محصولات بالا و رسیدن به نو آوری که می تواند در فرایند رقابت پذیری در سطح بین المللی قرار گیرد ، نقش پر رنگ تری را در توسعه صنایع بالا دست داشته باشیم. حضور صاحبان صنایع در نمایشگاه ها، ضمن اینکه به صنعتگران می آموزد که چگونه میزان ارزش افزوده تولیدات را به قیاس بگذارند ، زمینه را برای تعامل و تبادل بیشتر فعالان در بخش های پایین دست و بالادست به منظور تولید کالایی با کیفیت و استاندارد بالا و مطلوب فراهم می آورد .

در این احوال نمایشگاه ایران پلاست با توجه به نقش کلیدی خود در توسعه صنعت کشور ، توجه صنعتگران را به مسیری مطمئن جهت سرمایه گذاری و فرصت انتقال و شناخت فناوری های برتر و نوین سوق داده است و شرایطی را فراهم می آورد تا از تمامی امکانات، جهت برقراری ارتباط میان شرکت کنندگان و بازدیدکنندگان، همکاری رسانه های تخصصی و به معرض گذاشتن توانمندی های خاص مدیریت در صنایع و سرانجام ایجاد جایگاه



گفتگوی ویژه پیام پتروشیمی با مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران پلاست دهم باشکوه‌تر از دوره‌های قبل بود

تا پایان برنامه ششم، به تولید ۱۲ میلیون تنی می‌رسیم



خانم مهندس شهادایی! در ابتدا درباره روند برگزاری ایران پلاست دهم و تغییرات آن نسبت به سال‌های گذشته توضیح دهید.

این نمایشگاه با شعار و محوریت "کسب و کار جهانی" کار خود را آغاز کرد و در آن بیش از ۵۰۰ شرکت ایرانی و ۴۰۰ شرکت خارجی در فضایی به وسعت ۲۵ هزار مترمربع شرکت کردند. در دهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست، شرکت‌هایی از ۲۵ کشور دنیا حضور یافتند که از این تعداد ۱۳ شرکت اروپایی، ۱۰ شرکت آسیایی و دو شرکت از آفریقای جنوبی و استرالیا حضور داشتند و در عین حال در این نمایشگاه ۲۰۰ نفر از بازرگانان کشورهای بازار هدف صنایع تکمیلی، همچون پاکستان، افغانستان، ترکمنستان، قزاقستان نیز به عنوان بازدیدکننده با سرمایه‌گذاری شرکت ملی پتروشیمی حضور پیدا کردند، چراکه شرکت ملی صنایع پتروشیمی در ساختار جدید خود به عنوان سازمانی توسعه‌ای به نمایندگی از وزارت نفت ایران، کار سیاستگذاری و برنامه‌ریزی کلان را در این صنعت بر عهده خواهد داشت؛ ضمن آن که این شرکت برای ایجاد زیرساخت‌های لازم و معرفی سرمایه‌گذاران و فنانانسورها به شرکتهای پتروشیمی فعالیت می‌کند.

اعتراضاتی نسبت به زمان برگزاری نمایشگاه وجود داشت، درباره دلیل زمان انتخاب شده توضیح می‌دهید؟

با توجه به اینکه شعار این نمایشگاه "کسب و کار جهانی" بود، ترجیح دادیم برای حضور حداکثری شرکتهای خارجی، زمان برگزاری دهمین نمایشگاه ایران پلاست را از مهر ماه به فروردین ماه تغییر دهیم تا شرکتهای خارجی هم

شرکت ملی صنایع پتروشیمی درحالی هدایت برگزاری دهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست را برعهده داشت که موارد زیادی این رویداد نمایشگاهی را نسبت به دیگر نمایشگاه‌ها و البته دوره‌های پیشین همین نمایشگاه به رویدادی خاص بدل کرده بود. گذشته از این‌که این نخستین نمایشگاه تخصصی صنعت پتروشیمی کشور بود که پس از تحقق برنامه برگزار می‌شد، سیاست‌گذاری‌های انجام شده به گونه‌ای بود تا بزرگترین رویداد صنعت پتروشیمی کشور کاربردی‌تر و متفاوت‌تر از همیشه برگزار شود. اظهارات مدیران ارشد دولتی در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه نیز حاکی از آن بود که امسال نقطه عطفی در سیاستگذاری حوزه پتروشیمی خواهد بود. از برنامه‌های جذب سرمایه‌گذار گرفته تا سیاست‌گذاری برای توسعه صنایع میان‌دستی پتروشیمی و البته اجرای روش جدید تخصیص خوراک به واحدها...

بدون شک بخش مهمی از آنچه صنعت پتروشیمی تا ایران پلاست یازدهم شاهد آن خواهد بود با مدیریت و هدایت مرضیه شهادایی، مدیریت عامل این مجموعه عملیاتی خواهد شد. معاون وزیر نفت که ایران پلاست دهم را بسیار باشکوه‌تر از دوره‌های قبلی می‌داند، معتقد است که اگر کسی به فکر تحریم یا دریافت رانت از این نمایشگاه بوده تنها فرصت خود برای شرکت در آن را از دست داده است. شهادایی در گفت‌وگویی با نشریه شرکت ملی صنایع پتروشیمی، به ترسیم خط مشی صنعت پتروشیمی در سال جاری پرداخت که مشروح این گفت‌وگو در ادامه می‌خوانید:



خوبی از سوی کشورهای اروپایی و آسیایی مواجه شده و برجام نیز زمینه را برای انتقال ارز و عملیات مالی این طرح‌ها فراهم کرده است. همچنین از برنامه‌های سال جاری پتروشیمی، توسعه شهرک‌های صنعتی است و به دنبال این هستیم که شرکت‌هایی که اخیراً مجوز گرفته‌اند، تکمیل زنجیره ارزش از الزامات کار آنها باشد.

شرکت ملی پتروشیمی چه برنامه حمایتی برای صنایع پایین دستی دارد؟
کاری که در این زمینه از ما به عنوان بدنه دولت بر می‌آید تامین خوراک و سپس بسترسازی برای صنایع پایین دستی است. ایجاد تنوع در خوراک پتروشیمی از جمله برنامه‌های سال جاری ما به حساب می‌آید و تفاوت اصلی صنعت پتروشیمی ایران و عربستان نیز در تامین خوراک است که تحریم‌ها باعث شده این بخش از صنعت توسعه کامل پیدا نکند و حالا فاصله ما با آنها قابل مقایسه نیست؛ اما با اجرایی شدن برجام و با توجه به مزایایی که ایران از نظر تامین خوراک، دسترسی به آب‌های بین‌المللی و وجود پیمانکاران برجسته دارد، تمایل به سرمایه‌گذاری در ایران بیشتر است؛ چرا که کشورهای عربی هیچ کدام از این مزایا را نداشته و هم از منابع ارزی، هم تکنولوژی و هم منابع انسانی خارجی استفاده می‌کنند که این امر موجب می‌شود قیمت تمام شده محصولات آنها با ایران بسیار متفاوت باشد.

در مورد صنایع میان دستی چگونه؟

تامین خوراک این بخش‌ها نیز از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، اما یکی از مشکلات صنایع میان دستی نبود تکنولوژی به دلیل ورود تحریم‌هاست که تلاش کردیم همایشگاه ایران پلاست بتواند در ایجاد ارتباط بین شرکت‌های ایرانی و خارجی موثر باشد.

چه مذاکراتی با کشورهای خارجی در جهت جذب سرمایه انجام شده و کدامیک به نتیجه رسیده است؟

قبل از سال جدید تفاهمنامه‌ای را با توتال برای سرمایه‌گذاری در صنعت پتروشیمی داشته‌ایم و علاوه بر آن با شش شرکت آلمانی دیگر نیز در حال مذاکره هستیم. شرکت‌های ایتالیایی نیز با هلدینگ‌ها مذاکره می‌کنند. در عین حال موانع صادرات محصول را باید وزارت صنعت، معدن و تجارت برطرف کند اما ما به عنوان متولی صنایع پتروشیمی با دولت در این زمینه گفت‌وگو خواهیم کرد.



برخی شرکت‌های خارجی برای سرمایه‌گذاری در کشور تضمین‌هایی را از شرکت پتروشیمی طلب می‌کنند، در این خصوص توضیح می‌دهید؟

شرکت ملی صنایع پتروشیمی زمانیکه متولی تمام صنعت پتروشیمی بود، ضمانت را برای تامین مالی به سرمایه‌گذاران خارجی می‌داد، اما اکنون ما منع قانونی برای این کار داریم و شرکت‌های خصوصی باید خودشان تضمین‌ها را بدهند و تنها به اندازه سهمی که در آنها داریم، می‌توانیم تامین مالی را تضمین کنیم، اما با توجه به اینکه شرکت‌های اروپایی و

توانند حضور فعالتری را در این همایشگاه داشته باشند. صنعت پتروشیمی ایران طی سال‌های گذشته به دلیل تحریم‌های مختلف، نتوانسته به صورت پیوسته در بخش‌های مختلف توسعه یابد؛ ایران از نظر توسعه صنعت پتروشیمی با توجه به وجود خوراک نفت و گاز، متخصصان با تجربه، دسترسی به آب‌های بین‌المللی و وجود شرکت‌ها و سازندگان توانمند داخلی از نظر توسعه صنعت پتروشیمی بسیار ظرفیتی فراتر از کشورهای منطقه همچون عربستان دارد. از همین رو تلاش شد تا بالغ بر ۲۰۰ هیات تجاری تخصصی در صنعت پلاستیک در این همایشگاه حضور داشته باشند، در عین حال ارتباط صنایع خودروسازی، بسته بندی و غذایی نیز با پتروشیمی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. همایشگاه ایران پلاست فرصت مناسبی برای ارائه آخرین فناوری‌ها و دانش روز جهان در صنعت پلیمر و پلاستیک کشورمان در کنار بزرگان این صنعت است، بنابراین تنها هدف شرکت ملی صنایع پتروشیمی از برگزاری این همایشگاه، بازارهای داخلی نبود، بلکه بازارهای بین‌المللی را نیز هدف گرفتیم تا با حضور شرکت‌های بین‌المللی سرعت قابل قبولی در انتقال تکنولوژی و سرمایه گذاری در صنعت پتروشیمی ایجاد کنیم.



نمایشگاه امسال را چگونه دیدید و چه تلاش‌هایی برای بهبود وضعیت در دوره‌های بعدی خواهد شد؟

در حال حاضر هدف گذاری و برنامه ریزی خود را برای برگزاری دوره بعدی همایشگاه ایران پلاست آغاز کرده‌ایم و به اطلاع رسانی و جذب شرکت‌کننده در این همایشگاه پرداخته‌ایم. هدف این است که همایشگاه ایران پلاست را به بالاترین سطح ممکن بین‌المللی برسانیم و سعی کنیم که این همایشگاه به عنوان یکی از مهم‌ترین همایشگاه‌ها در سطح صنعت پتروشیمی، صنایع تکمیلی پتروشیمی و پلاستیک جهان مطرح شود. این همایشگاه امسال بسیار باشکوه‌تر از سال‌های قبل برگزار شد و امید می‌رود تا در سال‌های آینده با این روند توسعه‌ای که در ایران وجود دارد، سطح روابط بهبود و گسترش یابد. برای نخستین بار در طول برگزاری این همایشگاه بین‌المللی، تعداد کشورهای حاضر در همایشگاه ایران پلاست به عدد بی‌سابقه ۲۵ کشور رسیده به طوری که شرکت‌هایی از آلمان، اتریش، ایتالیا، فرانسه، انگلیس، اسپانیا، جمهوری چک، سوئیس، هلند، دانمارک، لهستان، روسیه، بلژیک، چین، کره جنوبی، تایوان، هند، سنگاپور، ترکیه، امارات متحده عربی، عراق، بحرین، پاکستان، آفریقای جنوبی و استرالیا در این همایشگاه حضور یافتند.

برخی گروه‌ها یا افراد فعال در صنایع تکمیلی پتروشیمی و پلاستیک به منظور کسب امتیاز از برگزاری نمایشگاه‌های ایران پلاست فعالیت می‌کنند، در این خصوص توضیح می‌فرمایید؟

همایشگاه ایران پلاست یک همایشگاه ملی است و این همایشگاه به هیچ گروه، تشکل و سازمانی تعلق ندارد و باید با نگاه ملی و فراملی سازماندهی، برنامه ریزی و برگزار شود. هر بخشی اگر بخواهد تحریم کند یا رانت بگیرد فقط فرصت حضور در همایشگاه یازدهم ایران پلاست را از دست داده است.

محور برنامه‌های صنعت پتروشیمی در سال ۱۳۹۵ چیست و چه تلاش‌هایی برای تحقق آن لازم است؟

یکی از برنامه‌های شرکت ملی پتروشیمی برای سال جاری جذب سرمایه به منظور تکمیل طرح‌های صنعت پتروشیمی است که تاکنون با استقبال

پتروشیمی کشور اضافه شود و سال گذشته نیز از ظرفیت تولید ۶۰ میلیون تن محصولات پتروشیمی ۴۴ میلیون تن تولید داشتیم.

برای تکمیل طرح‌ها و توسعه صنعت پتروشیمی در سال جاری نیازمند چه میزان سرمایه هستیم و چه تصمیمی برای پتروشیمی‌های نیمه تعطیل کشور گرفته خواهد شد؟

ما در حال حاضر نیازمند هفت تا هشت میلیارد دلار سرمایه‌ایم که باید مشخص شود شرکت‌های خارجی چقدر توان تامین آن را دارند. طرح‌هایی که پیشرفت پایینی داشته‌اند، در کمیته بازنگری مجوز گرفتند با این حال تعیین شده است که اگر در بازه زمانی مشخصی نتوانند فعالیت کنند، مجوز آن‌ها لغو خواهد شد. از بین ۵۵ طرح نیمه‌تمام پتروشیمی در کشور ۱۶ طرح پیشرفت در حدود ۷۰ درصدی داشته و بقیه طرح‌ها بین ۲۰ تا ۶۰ درصد پیشرفت داشته‌اند که در برخی موارد ال‌سی آنها به تاخیر باز شده و در برخی دیگر نیز خودشان در حال تامین منابع هستند. اما در حدود ۳۰ درصد از پروژه‌های نیمه کاره پیشرفتی کمتر از ۳۰ درصد دارند.

ظرفیت تولید محصولات پتروشیمی در کشور چقدر است و چه برنامه‌ای برای توسعه آن دارید؟

در حوزه صنایع پلیمری ظرفیت تولید در کشور ۷.۴ میلیون تن است که این مقدار باید تا پایان برنامه ششم توسعه به ۱۲ میلیون تن برسد. علاوه بر این سه واحد تولید پلی‌اتیلن در مجتمع‌های پتروشیمی مهاباد، کردستان و لرستان نیز در سال جاری در مدار بهره‌برداری قرار می‌گیرد. دو واحد تولیدی پلی استایرن به ظرفیت ۱.۲ میلیون تن نیز راه‌اندازی شده و با بهره‌برداری از این واحدهای پتروشیمی، خوراک قابل توجهی برای تامین مواد اولیه مورد نیاز صنایع تکمیلی پتروشیمی فراهم می‌شود.

و حرف آخر...؟

شرکت ملی صنایع پتروشیمی در جهت بهره‌گیری از تجارب مدیریتی برای توسعه بیشتر این صنعت گام برمی‌دارد، بنابراین توسعه صنایع تکمیلی تولید خوراک، انتقال دانش فنی و به روز رسانی تکنولوژی و مذاکره و حضور پررنگ در عرصه بین‌المللی را در دستور کار خود قرار داده است.

پایان

خارجی خواسته‌شان اطمینان سرمایه‌گذاری در ایران است، ممکن است ما به توافقاتی با دولت و بانک‌ها برسیم تا فرآیند تامین مالی این شرکت‌ها تسهیل شده و اصلاحی در قوانین صورت گیرد.

ساخت شهرک‌های شیمیایی و صنایع تکمیلی در کنار پتروشیمی‌ها به کجا رسید؟

هم اکنون در تلاش هستیم که شهرک‌های شیمیایی و صنایع تکمیلی پتروشیمی در استانهای کرمانشاه، کردستان، آذربایجان شرقی و خوزستان ایجاد شود؛ ضمن آنکه مجوز احداث طرح‌های جدید پتروشیمی در کنار ساخت زنجیره تکمیل ارزش در این صنعت به متقاضیان داده می‌شود. طرح‌های پتروشیمی با توجه به پتانسیل‌های هر منطقه و تحت آمایش سرزمین انجام می‌شود، با توجه به آمایش سرزمینی سعی می‌کنیم که در جاهایی که تجمع صنعت وجود نداشته باشد و خوراک صنایع پتروشیمی تامین شود، این صنایع را راه‌اندازی کنیم. توسعه صنعت پتروشیمی با توجه به امکان تامین انرژی در کنار آب‌های خلیج فارس و عمان می‌تواند مناسب باشد، بنابراین توسعه صنایع در ماهشهر و عسلویه نیز جزو برنامه‌های ماست که قرار است در این مناطق مکان‌های مناسبی را برای راه‌اندازی شهرک‌های پتروشیمی در نظر بگیریم. همچنین پروژه پارسین را نیز شرکت ایمیدرو توسعه خواهد داد و در منطقه جاسک و چابهار نیز بخش خصوصی فعالیت خواهد کرد.

همکاری هندی‌ها با ایران در بخش پتروشیمی در چه مرحله‌ای است؟

پروژه اصلی هندی‌ها برای میدان گازی فرزاد است و در چابهار نیز در پروژه‌های پتروشیمی فعالیت خواهند کرد. همچنین راه‌اندازی پارس جنوبی توانسته به ما در راه‌اندازی واحدهای جدید پتروشیمی در عسلویه و توسعه واحدهایی که داشتیم کمک کند، به ویژه که واحد دو کاویان نیازمند خوراک بوده است و واحد اول آن نیز به دلیل نبود خوراک با نیمی از ظرفیت کار می‌کرد.

در حال حاضر در بخش پتروشیمی چند طرح نیمه‌کاره داریم و دلیل اصلی نیمه‌تمام ماندن آن‌ها چیست؟

۵۵ طرح نیمه‌کاره پتروشیمی نیازمند تامین خوراک است و ۲۸ طرح جدید پتروشیمی نیز تعریف شده است که این طرح‌ها در کنار خلیج فارس و عمان آن هم با هدف استفاده از منابع گازی پارس جنوبی ایجاد خواهند شد. پیش‌بینی شده است که امسال شش تا هفت میلیون تن به محصولات



آن چه در پنج روز ایران پلاست گذشت؛ نبض پتروشیمی منطقه در سئول می تپید



ایران پلاست دهم چگونه آغاز شد؟

اما این نمایشگاه دستاوردهایی را در طی این روزها برای فعالان صنعت پتروشیمی و پلاستیک ایرانی و خارجی داشت که بخش عمده‌ای از آن را می‌توان به دلیل حضور شرکت‌های خارجی در این نمایشگاه و بین‌المللی بودن واقعی آن دانست.

نمایشگاه ایران پلاست امسال از حدود ساعت ۱۴ روز چهارشنبه ۲۵ فروردین ماه به طور رسمی با اجرای مراسم آغاز به کار کرد؛ مراسمی که در آن مرضیه شاهدانی، مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی میزبانی مراسم را به عنوان مجری نمایشگاه در اختیار داشت و محمدرضا نعمت‌زاده - وزیر صنعت، معدن و تجارت - و بیژن زنگنه - وزیر نفت - نیز در این مراسم به نوعی مهمان او بودند و از سوی دیگر حضور اسحاق جهانگیری - معاون اول رییس‌جمهور - انگیزه مضاعفی را برای برگزاری هر چه بهتر این نمایشگاه به برگزارکنندگان می‌داد.

در این مراسم مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی اشاره‌ای به حضور ۲۰۰ هیأت تجاری تخصصی در صنعت پلاستیک در این نمایشگاه، بر لزوم ارتباط صنایع خودرو، بسته بندی و غذایی با پتروشیمی تاکید کرد. شهادی ظرفیت تولید کشور در حوزه صنایع پلیمری را ۷.۴ میلیون تن عنوان و تاکید کرد که این رقم باید تا پایان برنامه ششم توسعه به ۱۲ میلیون تن برسد. وی خبر خوشی را هم به تولیدکنندگان در این مراسم داد که آن اضافه شدن سه واحد پلی‌اتیلن با ظرفیت تولید یک میلیون ۲۰۰ میلیون تن در سال از سال جاری بود.

ایران پلاست دهم را می‌توان از خیلی جهات پلی بزرگ دانست. پلی بین شرکت‌های داخلی و خارجی صنعت پتروشیمی و صنایع پایین‌دستی آن، پلی که روابط بین بخش خصوصی و دولتی ایران و جهان در این حوزه را تقویت کرد، به طوری که اگر قرار بود این ارتباط به صورت کشور به کشور برقرار شود، نه تنها صرف زمان زیادی را طلب می‌کرد، بلکه هزینه‌های زیادی برای کشورها ایجاد می‌کرد که در این میان بسیاری از فعالان صنعت پتروشیمی معتقدند ایران پلاست راه میان‌بر را نشان صنعت پتروشیمی داد.

دهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست در حالی در آخرین روزهای فروردین ماه در تهران برگزار شد که در جریان این رویداد، رویکرد این نمایشگاه به کاربردی و تخصصی شدن نزدیک‌تر شد و بیش از نمایش محصولات و توانمندی‌ها، همه در اندیشه تامین نیازهای خود در این نمایشگاه بودند. ایران پلاست دهم که از ۲۵ تا ۲۹ فروردین ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران به میزبانی شرکت ملی صنایع پتروشیمی برگزار شد، بیش از ۵۰۰ شرکت داخلی و ۴۰۰ شرکت خارجی را در خود جای داده بود؛ شرکت‌هایی که در طول ایام برگزاری نمایشگاه به نظر می‌رسید که از کیفیت برگزاری راضی هستند. از سوی دیگر حضور هیأت‌ها و بازرگانان خارجی که به دعوت شرکت ملی صنایع پتروشیمی و با سرمایه‌گذاری ۶۰۰ میلیون تومانی برای بازدید به این نمایشگاه آمده بودند، رنگ و روح تازه‌ای به این نمایشگاه بخشیده بود و بر کیفیت آن افزود.

که شرکت‌های لبنانی آماده همکاری و خرید محصولات مختلف تولید کنندگان پلیمری ایران هستند.

پای شهرآورد به نمایشگاه باز شد!

یکی از نکات قابل توجه نمایشگاه ایران پلاست امسال، همزمان شدن سومین روز این نمایشگاه با شهرآورد فوتبال تهران بود که فضای نمایشگاه را کمی ورزشی کرد، به طوری که جمعی از بازیکنان و مربیان فوتبال کشورمان در روز جمعه از این نمایشگاه بازدید کردند که با توجه به برگزاری شهرآورد ۸۲، حضور فوتبالی‌ها در نمایشگاه باعث ایجاد هیجان و جو فوتبالی در سطح نمایشگاه شد. در این بازدید چند بازیکن شاخص فوتبال ایران از جمله آندرانیک تیموریان، کاپیتان تیم ملی فوتبال ایران و مجید جلالی که در این فصل در تیم سایپا با یکدیگر همکاری می‌کنند حضور داشتند که هرچند که در مورد نتیجه دربی اظهار نظری نکردند اما آندرانیک با توجه به سابقه بازی در استقلال تمایل و علاقه خود به برد این تیم را پنهان نکرد.

در ادامه روند برگزاری نمایشگاه، نمایندگان نمایشگاه "پلاست ویژن" هند در دیدار با محمد مقاره مدیر نمایشگاه ایران پلاست راه‌های همکاری دو جانبه را بررسی کردند.

یکی از بست‌هایی که ایران پلاست دهم برای تولیدکنندگان داخلی فراهم آورد، فروش محصولات پتروشیمی، ماشین‌آلات، محصولات پلاستیکی به مشتریان خارجی بود، در عین حال واحدهای داخلی می‌توانستند نیازهای خود را از شرکت‌کننده‌های خارجی این نمایشگاه تامین کنند. در همین راستا کشور ارمنستان را می‌توان یکی از کشورهای دانست که می‌توان محصولات تولیدی ایران را به آن‌ها فروخت. شاید به همین دلیل باشد که واروژان خلعتیان، تولیدکننده محصولات پایین‌دستی پتروشیمی ارمنستان هدف اصلی خود از شرکت در دهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست را خرید دستگاه‌های تولید محصولات پلاستیکی و ظروف یکبار مصرف عنوان کرده و گفته است که در این نمایشگاه علاوه بر دیدار با دوستان ارمنی مقیم ایران خود مبادلات جدید در زمینه خرید دستگاه‌های تولید محصولات پلاستیکی نیز امکان‌پذیر می‌شود.



مشارکت، از همسایه‌ها تا چشم روشن‌ها

استقبال از دهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست اما تنها به همسایه‌ها و کشورهای آسیایی ختم نشد و اروپایی‌ها نیز کیفیت برگزاری این نمایشگاه را قابل رقابت با سطح جهانی دانستند و نسبت به آینده روابط ایران و کشورشان ابراز امیدواری کردند، به طوری که در زمان برگزاری همین نمایشگاه گفته شد که شرکت‌های آلمانی علاقه‌مند به همکاری با شرکت‌های ایرانی فعال در تمام بخش‌های صنعت پتروشیمی هستند.

آلمانی‌ها، ایران پلاست را فرصتی مناسب برای شروع فصل جدیدی از همکاری‌ها میان صاحبان فناوری و شرکت‌های ایرانی دانستند و تاکید

توجه ویژه به توسعه صنایع میان دستی

وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز در این مراسم توسعه صنایع میان دستی و توجه بیشتر به صنایع بالادستی برای تامین خوراک را مورد هدف صحبت‌های خود قرار داد. به گفته نعمت‌زاده که خود سابقه زیادی در صنعت پتروشیمی دارد، در حال حاضر ۱۲ هزار واحد تولیدی پتروشیمی و ۷۰۰۰ واحد پلیمری در کشور فعالیت می‌کنند که این تعداد کافی است، اما در زمینه طراحی، مهندسی و بخش‌های آزمایشگاهی باید واحدهای کوچک با واحدهای بزرگ شریک شوند، چرا که واحدهای کوچک به راحتی قادر به بازاریابی و تامین منابع نیستند. اما بیژن زنگنه - وزیر نفت - نیز در این مراسم تاکید خود را بر افزایش ظرفیت تولید محصولات پتروشیمی تا سال ۱۴۰۰ به ۴۰ میلیارد دلار گذاشت و در عین حال پیشنهاد کرد که یک نهاد قانون‌گذاری در صنعت پتروشیمی ایجاد شود تا رقبا در عین رقابت سام یکدیگر را تخریب نکنند.

پایان سخن گفتن، آغاز مذاکرات

با پایان یافتن مراسم افتتاحیه، نمایشگاه به حال و هوای مذاکرات رفت و در همان روز ابتدایی هیات‌های تجاری از کشورهای چون پاکستان، هند و جمهوری آذربایجان از نمایشگاه بازدید کردند که با توجه به ارتباط خوب ایران با این کشورها این حضور توانست زمینه زیادی را برای همکاری کشورها در حوزه پتروشیمی و پلاستیک ایجاد کند. کشور پاکستان یکی از واردکنندگان پلیمر و مواد خام به شمار می‌رود که به دلیل نداشتن تولیدکنندگان داخلی، سالانه حدود یک میلیون تن محصولات پلیمری وارد می‌کند و همین امر احتمال گسترش همکاری‌های بین دو کشور را در این حوزه بیشتر می‌کند.

خرم سعید، رییس هیات نمایندگی پاکستان درباره اهداف هیات تحت هدایت خود از حضور در نمایشگاه امسال، گفت که این هیات به دنبال توسعه روابط تجاری و سرمایه‌گذاری‌های دوجانبه میان ایران و پاکستان در حوزه‌هایی نظیر صنایع پلیمر، محصولات شیمیایی و پلاستیک‌هاست. وی این را هم گفته بود که پاکستان واردکننده نزدیک به یک میلیون تن از دیگر انواع محصولات شیمیایی است که می‌تواند فرصتی بی‌نظیر برای گسترش همکاری‌های دوجانبه باشد.

کسب و کار جهانی؛ ابتکار ایرانی

دهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست با شعار "کسب و کار جهانی" علاوه بر حضور شرکت‌های خارجی، تلاش کرده بود تا بتواند در زمینه تامین نیاز شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان نیز موفق عمل کند؛ موضوعی که خود هیات‌های تجاری نیز به آن اذعان داشتند که نمایشگاه از این جهت بسیار قوی عمل کرده است. همانطور که شاهین اسداف، یکی از نمایندگان هیات تجاری جمهوری آذربایجان در همان روز ابتدایی نمایشگاه سطح تولیدات صنعت پلاستیک ایران را بسیار توسعه یافته و روبه رشد ارزیابی کرد و در مورد نمایشگاه ایران پلاست هم گفت که به رغم اینکه هنوز از تمام نمایشگاه بازدید نکرده اما به نظر می‌آید که می‌تواند دستگاه مورد نیاز خود را با قیمت مناسب و کیفیت بالا پیدا کند. از سوی دیگر تاجر دیگری از هیات آذربایجانی نیز طی بازدید خود از نمایشگاه ایران پلاست از تمایل خود برای خرید محصولات پلاستیکی ایران خبر داده بود.

در بحبوحه برقراری روابط تجاری در صنعت پتروشیمی و پلاستیک، هندی‌ها هم قصد داشتند که از این قافله عقب نمانند و با توجه به پتانسیل ایران برای تجارت در این حوزه جایگاه خود را بیش از سایر کشورها در ایران باز کنند. همین امر سبب شد تا حضور هیات‌های هندی در این نمایشگاه اعم از غرفه‌دار و بازدیدکننده مشهود باشد و آن‌ها ساعات زیادی از وقت خود را در نمایشگاه بگذرانند. وورا مدیر یکی از شرکت‌های پلیمری هندی در این رابطه ابراز امیدواری کرد که با رفع مشکلات بانکی و برچیده شدن موانع ناشی از تحریم‌ها، ظرف شش تا ۹ ماه آینده شرایط برای تسهیل و توسعه روابط دوجانبه ایران و هند به ویژه در عرصه صنایع پلاستیک و پلیمر فراهم شود.

از دیگر کشورهای منطقه خاورمیانه که حضور پررنگی در ایران پلاست دهم داشتند، لبنانی‌ها بودند که با حضور خود اعلام کردند

کردند که مشتاقانه خواهان توسعه روابط دوجانبه هستند. مدیرفروش یکی از شرکت‌های شناخته شده آلمانی در حوزه تولید انواع قطعات و تجهیزات مورد استفاده در ماشین آلات صنعت پلاستیک با حضور در این نمایشگاه ابراز امیدواری کرد که با توسعه فعالیت‌های این شرکت در ایران و گسترش روابط، بتوان این شرکت را در ایران با هدف ارائه تمامی سرویس‌ها از فروش تا تعمیرات و خدمات پس از فروش راه‌اندازی کرد.

بازدیدکنندگان خوش شناس

یکی از نکاتی که علاوه بر بازدید از نمایشگاه برای بازدیدکنندگان نظر گرفته شده بود، ثبت‌نام رایگان در قرعه‌کشی بود؛ به طوری که هر بازدیدکننده اطلاعات خود را در زمان ورود ثبت و کارت بازدید خود را دریافت می‌کرد که با آن کد می‌توانست در قرعه‌کشی ثبت‌نام کند. برندگان خوش‌شناس این قرعه‌کشی‌ها که بعضاً خودشان هم احتمال برد خود در این قرعه‌کشی را نمی‌دادند، مبلغ پنج میلیون تومان دریافت می‌کردند که این قرعه‌کشی هر روز انجام شده و یک نفر به عنوان برنده معرفی می‌شد، از سوی دیگر ثبت‌نام بازدیدکنندگان این فرصت را به برگزارکنندگان نمایشگاه می‌داد تا ضمن به دست آوردن آمار بازدید از نمایشگاه با جمع‌آوری اطلاعات مخاطبین، نسبت به شناسایی جامعه هدف و ارتقای سطح کیفی نمایشگاه برای دوره‌های آینده اقدام کنند. بررسی این آمار نشان می‌داد که از روزهای ابتدایی تا انتهای نمایشگاه هر روز بر تعداد بازدیدکنندگان نمایشگاه افزوده شده است که عمده بازدیدکنندگان مربوط به بخش خصوصی بودند و در مجموع تعداد بازدیدکنندگان نمایشگاه را می‌توان بیش از ۳۰ هزار نفر در طول پنج روز تخمین زد.

ایران پلاست دهم در پنج روز فعالیت خود میزبان روس‌ها هم بود که تولیدکنندگان این کشور نیز معتقد بودند که این نمایشگاه می‌تواند

زمینه‌ساز افزایش همکاری‌ها میان ایران و روسیه باشد. مدیر یکی از شرکت‌های روسی ابراز امیدواری کرد که با برچیده شدن تحریم‌ها بتوان در زمینه ارائه سیستم‌های اتوماتیک و پروژه‌های مهندسی با شرکت‌های ایرانی همکاری بیشتری داشت.

از سوی دیگر شرکت‌های هلندی نیز با شرکت در این نمایشگاه، به دنبال از سرگیری فعالیت‌های خود در ارتباط با صنعت پتروشیمی ایران بودند، این را سارا پایینگ، مدیر فروش شرکت هولند کالرز گفته و حضور گسترده شرکت‌کنندگان از نقاط مختلف دنیا و تعداد بالای بازدیدکنندگان این نمایشگاه را قابل توجه دانسته بود.

یکی از نکاتی که مورد توجه شرکت‌کنندگان داخلی و خارجی حاضر در این نمایشگاه قرار گرفته بود، ارائه تکنولوژی‌های نوین و آشنایی با شرایط و تولیدات روز جهانی بود، تا جایی که حتی بارش باران نیز نتوانست از جذابیت آن برای بسیاری از بازدیدکنندگان بکاهد. هرچند که در این نمایشگاه فعالانی از بسیاری از کشورهای جهان حضور یافته بودند، اما شرکت‌های ایرانی نیز با قدرت در نمایشگاه حضور یافتند و شرایط را برای برگزاری هرچه بهتر نمایشگاه فراهم کردند.

حضور شرکت‌های تامین‌کننده مواد اولیه و به ویژه افزودنی‌های پیشرفته در صنایع پلیمری را باید یک نکته مثبت در نمایشگاه ایران پلاست دهم به شمار آورد، زیرا افزایش واردات و رشد مصرف این گروه‌های کالایی به مثابه پیشرفت کیفیت تولیدات در بازار داخلی خواهد بود.

به گفته بسیاری از شرکت‌کنندگان حاضر در ایران پلاست دهم، حضور بزرگ‌ترین شرکت‌های داخلی و خارجی حوزه پتروشیمی، پلاستیک، ماشین‌آلات و ... در این نمایشگاه سبب شد تا این نمایشگاه به دور از شعارها و نمایش‌ها قدم ارزشمندی در راستای ایجاد ارتباط بین ایران و جهان در حوزه استراتژیک پتروشیمی و صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی آن بردارد.



نمایشگاه K را بیشتر بشناسیم همه آن چه باید درباره بزرگترین نمایشگاه پتروشیمی جهان بدانیم



آلات قالب ریزی و پرس، خطوط اکستروژن، کف، جرنلترس، ماشین‌های قالب گیری تزریق، وسایل اندازه گیری، افزودنی‌های پلاستیک، قالب ریزی و سازه‌های پلاستیکی، قطعات پلاستیکی، محصولات پلاستیکی، تجهیزات بازیافت پلاستیک، ابزارهای پلاستیکی، پلاستیک، مواد پلاستیکی، ماشین‌آلات پردازش پلاستیک، لاستیک، الیاف مصنوعی، الیاف مصنوعی و دستگاه‌های جوش در معرض دید علاقه‌مندان قرار می‌گیرد.

این نمایشگاه با رویکردی مبتنی بر نوآوری پایدار خدمات متعددی را به فعالان این حوزه ارائه می‌دهد. علاوه بر ویژگی‌های اشاره شده در بالا، تعامل نزدیک و هماهنگی برگزارکنندگان این نمایشگاه با صنایع و انجمن‌های مختلف و برنامه‌ریزی‌های دقیق نمایشگاهی، استقلال کامل در تمامی تصمیم‌گیری‌ها و تدوین استراتژی‌های لازم برای تک تک نمایشگاه‌ها، خطرپذیری و خودگردانی در خصوص مباحث مالی، پوشش ۱۰۵ کشور از طریق ۶۵ نمایندگی فعال و پوشش کامل بخش‌های صنعت پلاستیک و لاستیک و حضور تمامی شرکت‌های موفق، این نمایشگاه را در انطباق کامل با بازارها و چالش‌های آینده قرار می‌دهد. همچنین این نمایشگاه فرصت تبادل اطلاعات بین طراحان و سازندگان در بخش‌های مختلف صنعت همچون خودروسازی، مهندسی الکترونیک، بخش نظامی، کالاهای مصرفی و فن آوری پزشکی را ایجاد می‌کند.

وقتی از نمایشگاه K صحبت می‌کنیم از بزرگترین نمایشگاه صنعت پلاستیک و لاستیک جهان حرف می‌زنیم که هر سه سال یک بار در مرکز نمایشگاهی شهر دوسلدورف آلمان برگزار می‌شود. این نمایشگاه بزرگترین گردهمایی مهم‌ترین تامین کنندگان پلاستیک و ماشین‌آلات لاستیک، مواد اولیه و کمکی، محصولات نیمه تمام شده، قطعات فنی و تقویت محصولات پلاستیکی است. قطعاً می‌توان گفت که نمایشگاه پلاستیک و لاستیک K یک فرصت ایده آل برای نمایش محصولات و ابداعات و ارتباط با صاحبان این صنعت است.

چه کسانی در K شرکت می‌کنند؟

به طور کلی سه گروه عمده که در بازار جهانی پلاستیک و لاستیک فعالیت دارند در این نمایشگاه شرکت می‌کنند: گروه اول تولیدکنندگان شاخص مواد اولیه که در بازار مواد اولیه در گروه تولیدکنندگان تأثیرگذار بوده و نقش پیشرو در این بازار ایفا می‌کنند. گروه دوم شرکت‌های پالایشگر مواد اولیه و گروه سوم شرکت‌های فعال در حوزه تولید ماشین‌آلات. این سه گروه اصلی با شرکت در نمایشگاه K می‌توانند آخرین پیشرفت‌های فنی، تولیدکنندگان موجود در صنعت، روش‌های فعلی تولید، ساخت و پرداخت و همچنین چشم‌اندازی هرچه شفاف‌تر از این حوزه خاص را معرفی کنند.

چه محصولاتی در K ارائه می‌شود؟

گروه‌های هدف K کدام هستند؟
گروه‌های هدف نمایشگاه پلاستیک دوسلدورف شامل سازندگان

در نمایشگاه K دوسلدورف محصولاتی همچون انواع چسب، ماشین

موضوعات تخصصی بر روی سایت دائمی این نمایشگاه در نظر گرفته شده است، بهره مند شوند.

سازماندهی K چگونه است؟

با نگاه به تجربه عملیاتی شرکت برگزارکننده این نمایشگاه و مشاهده نتایج حاصل از هریک از نمایشگاه‌های شاخص برپاشده در یک دهه اخیر یعنی از K ۲۰۱۰ و K ۲۰۱۳ می‌توان ویژگی‌های اشاره شده در بالا را به‌طور دقیق بررسی کرد و نتایج حاصل از این دریافت‌ها را به‌عنوان راهکاری برای نیل به موفقیت در اجرای نمایشگاه‌های بین‌المللی در ایران به اجرا گذاشت.

در دوره های قبلی نمایشگاه K تعداد نفرات بازدیدکننده بالغ بر ۲۰۰,۰۰۰ نفر بوده است. سؤالی که در اینجا به ذهن می‌رسد نحوه ارائه خدمات جانبی سواى اهداف تجاری، به بازدیدکنندگان است. برای تأمین نیازهای جانبی بازدیدکنندگان، گروهی مشتمل بر ۳۰,۰۰۰ نفر به کار گرفته شدند که به‌طور فعال در طول دوره برپایی نمایشگاه به فعالیت و خدمت‌رسانی به شرکت‌کنندگان پرداختند. در دوره قبلی آسیا با بیش از ۳۰۰۰۰ بازدیدکننده بیشترین سهم را در بین بازدیدکنندگان نمایشگاه داشته و در این میان هند با بیش از ۱۱۰۰۰ متخصص اعزامی به این نمایشگاه بزرگ‌ترین سهم را در میان کشورهای آسیایی داشته است. در نظرسنجی‌های انجام شده از شرکت‌های حاضر در این نمایشگاه، ۸۶ درصد گفته اند که به علت حضور در این نمایشگاه به موفقیت‌های تجاری دست یافته‌اند.

محصولات پلاستیکی و لاستیکی، تولیدات لاستیکی و روشهای تولید، بسته بندی و توزیع، صنایع ساختمانی و سازه، معماری و طراحی داخلی، خودروسازی، هوانوردی و هوافضا، مهندسی برق/الکترونیک، ماشین آلات و کارخانجات تولیدی، کشاورزی، فن آوری پزشکی/مکانیک/اپتیک، فناوری اطلاعات و ارتباطات، فن آوریهای انرژی / فتوولتائیک، لوازم ورزشی/سرگرمی و صنایع شیمیایی هستند.

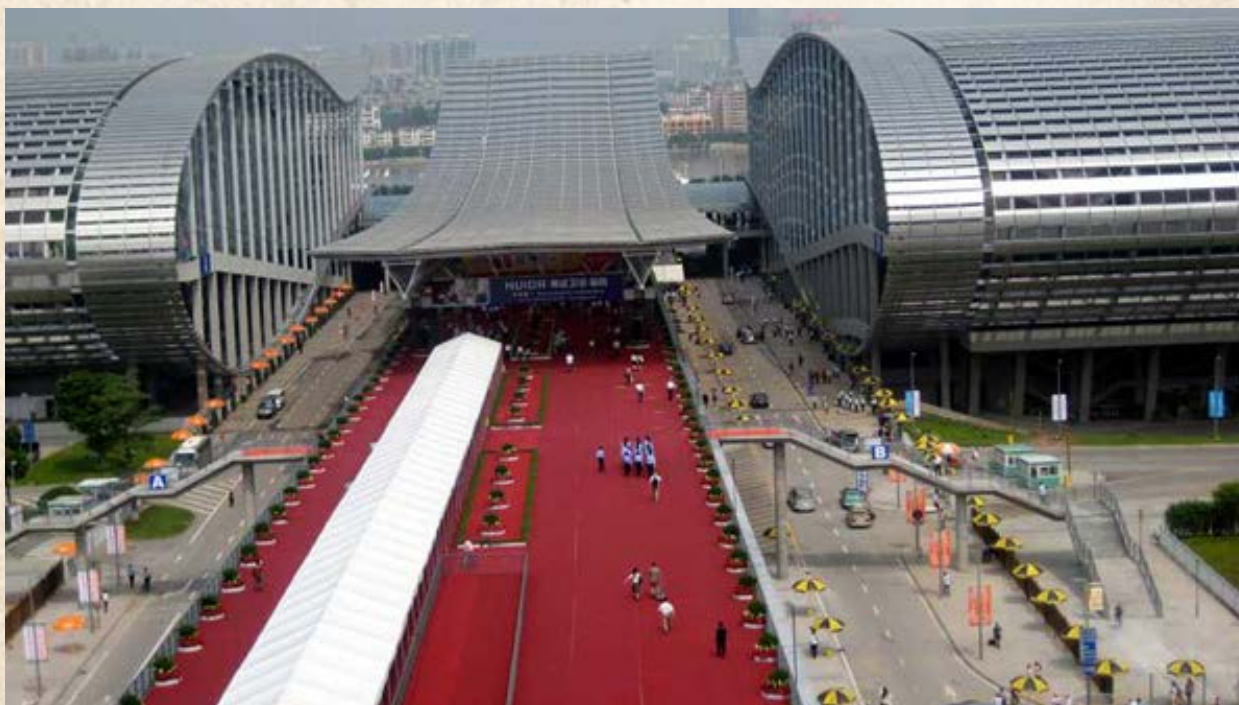
تمرکز اصلی K کجاست؟

حوزه‌های تمرکز نمایشگاه پلاستیک آلمان شامل موارد زیر می‌شود:

۱- مواد اولیه و تجهیزات جانبی: موادی برای آینده در نمایشگاه پلاستیک و لاستیک دوسلدورف توجه خاصی به آخرین تحولات در پژوهش‌های پلیمری شده است. در حقیقت توجه به بهبود بهره وری منابع، مواد اولیه و کمکی منجر به ایجاد توازن بین منافع اقتصادی و زیست محیطی خواهد شد. به یاد داشته باشید هدف نهایی تنها بهینه سازی استانداردهای مواد پلاستیکی نیست، بلکه رسیدن به پلیمرهایی با کاربردهای پزشکی، اپتیک، برق و یا بیولوژیکی نیز مطلوب و ضروری است.

۲- محصولات نیمه تمام شده، قطعات فنی، پلاستیک های تقویت شده: دسترسی به بازارهای در حال رشد

در نمایشگاه پلاستیک آلمان، شما با بازارهای مصرفی با پتانسیلهای رشد بالا از سراسر جهان روبرو خواهید گشت. بازارهایی که بیش از همه چیز بر محصولات پلاستیکی و لاستیکی با کاربردهایی در زمینه صرفه جویی



نکته درخور توجه در نظرسنجی‌ها، نظرات مشابهی است که هر دو طرف حاضر در این نمایشگاه نسبت به هم اعلام کرده‌اند. غرفه‌داران به میزان ۹۳ درصد از مهارت‌های تخصصی بازدیدکنندگان اعلام رضایت کرده‌اند و در آن سو ۹۶ درصد از بازدیدکنندگان ضمن اعلام رضایت از بازدید از غرفه‌ها اذعان داشته‌اند که تمامی اهداف آن‌ها از بازدیدهای انجام‌شده محقق شده است.

نوآوری‌های K چیست؟

اما نکته‌ای که نباید مورد غفلت واقع شود نوآوری‌های انجام‌شده توسط متولیان و برگزارکنندگان این نمایشگاه است. یکی از این ابداعات پخش فیلمی در پایان مراسم نمایشگاه است که نقش و اهمیت صنعت پلاستیک را در آینده نه چندان دور در ابعاد مختلف از جمله زندگی

در انرژی و حفظ محیط زیست که پاسخگو به نیازهای آینده باشد، تکیه خواهند داشت.

۳- ماشین آلات و تجهیزات: برای اولین بار در جهان

نمایشگاه پلاستیک و لاستیک به شما جایگاهی حرفه‌ای و کامل ارائه می‌نماید. در واقع محصولات پیشرفته برای کارشناسان بین‌المللی، صاحب نظران و تصمیم‌گیرندگان این صنعت در معرض نمایش قرار می‌گیرد. این نمایشگاه همواره بر روی سطح بازار جهانی اثر گذار است چرا که همواره غرفه‌گذاران در نمایشگاه K (نمایشگاه پلاستیک و لاستیک دوسلدورف آلمان) تازه‌ترین دستاوردهای خود را در آن به نمایش می‌گذارند و طبیعی است که انتظار دارند این نوآوریها به بهترین شکل ممکن در معرض دید بازدیدکنندگان قرار گیرد. مراجعین این دوره نمایشگاه می‌توانند از امکانات جدیدی که برای دستیابی به جزییات

ابعاد مختلف خدمات و تسهیلات ارائه شده که صرفاً محدود به مکان نمایشگاه نیست همگی مانند نقشه راه و خطوط کلی در جهت نیل به موفقیت یک نمایشگاه بین‌المللی عمل کرده و تداوم اعتبار و اثرگذاری آن را در سطح بین‌المللی تضمین خواهد کرد.

در نمایشگاه K ۲۰۱۳ کشورهای آمریکا، آلمان، ایتالیا، اتریش و سوییس مانند گذشته حضور بسیار پر رنگی داشتند و در کنار این کشورها حضور تولیدکنندگان آسیایی نیز در مقایسه با نمایشگاه K ۲۰۱۰ افزایش یافته بود.

در دوره قبلی حدود ۲۱۸۰۰۰ تاجر بازدیدکننده از بیش از ۱۲۰ کشور در این نمایشگاه شرکت کردند. و حدود ۵۸ درصد (حدود ۱۲۶ هزار نفر) از شرکت کنندگان معتبر از کشورهای خارجی حضور پیدا کردند.

به خصوص در قسمت شرکت کنندگان خارجی در نمایشگاه K ۲۰۱۳ علاقه مندی به سرمایه گذاری بسیار زیاد بود و از هر ۲ نفر از شرکت کنندگان یکی با تصمیم به خرید محصول خاصی به دوسلدورف آمده بود.

نزدیک به نیمی از تمام شرکت کنندگان از کشورهای دیگر و حتی از آنگولا، بورکینافاسو، جزایر فالکلند، یمن، جمهوری مالاوی، نیپال، نیوکلدونیا، عمان، پرو و ترکمنستان در دوسلدورف حضور یافتند. تعداد شرکت کنندگان از آسیا جمعی بزرگی از بازدید کنندگان را تشکیل می داد. حدود ۳۰۰۰۰ شرکت حرفه ای از جنوب شرق و آسیای میانه و خاور نزدیک و خاورمیانه به دوسلدورف آمده بودند. مهمانانی از هند گروه عظیمی را تشکیل می دادند و تعداد بازدیدکنندگان از چین، اندونزی،

ایران، ژاپن و تایوان به طور قابل توجهی افزایش یافته بود.

افزایش قابل توجهی در تعداد بازدید کنندگان آمریکای شمالی نیز به چشم می خورد: در حدود ۸۱۰۰ شرکت کننده از ایالات متحده آمریکا و کانادا ثبت نام کرده بودند که نسبت به سال ۲۰۱۰ حدود ۱۳۰۰ شرکت کننده افزایش یافته بود. ۱۱۰۰۰ شرکت کننده حرفه ای از آمریکای لاتین بودند که نسبت به سال ۲۰۱۰ بیشتر شده بود.

نمایشگاه تجاری K بهترین مکان برای نمایش نوآوری‌های صنعت لاستیک و پلاستیک و از نظر ویژگی های کمی و کیفی رویدادی بی همتا در جهان است. در سال ۲۰۱۶، این نمایشگاه دوباره بزرگترین رویداد صنعتی و نقطه شروعی برای تصمیم گیری های مهم در مورد محصولات و فرایندهای صنعت لاستیک و پلاستیک در دوسلدورف خواهد بود.

مسعود جعفرشعار

روزمره افراد مورد تأکید قرار می‌دهد و با ترسیم ضمنی نقشه راهی برای آینده این صنعت به مدد هنر و این قبیل ابزارها، جرقه‌ای در ذهن نوآوران برای دنبال کردن نیازهای جدید مشتریان ایجاد می‌کند.

برگزاری میزگردهای روزانه با حضور دانشمندان عالی‌رتبه درباره چشم‌اندازهای پیش‌رو در سالن‌های خاص و در زمان‌های مشخص و به صورت چندرسانه‌ای از دیگر اقداماتی است که در جهت ارتقای کیفیت نمایشگاه و همچنین سطح تبلیغات نمایشگاه به‌خوبی عمل می‌کند.

تعیین رویکردهای کلی برای نمایشگاه و تأکید ویژه بر روی موضوعات صرفه‌جویی در انرژی و حفاظت از منابع نیز از جمله اقداماتی است که در مجموعه نمایشگاه‌های K به چشم می‌خورد و در این حوزه‌ها چشم‌انداز خوبی در انتظار صنعت پلاستیک خواهد بود. معرفی و ایجاد فرصت‌های شغلی با اختصاص یک روز از میزگردها به نسل جوان تحت عنوان «ملاقات با جوانان» نیز از کارکردهای دیگر این نمایشگاه است.

هدف از این بحث‌ها، آشنا کردن و علاقه‌مند کردن جوانان با فرصت‌های شغلی موجود در صنعت لاستیک و پلاستیک است. متخصصین این حوزه، اطلاعات موجود درباره دوره‌های کارآموزی، کارآفرینی و فرصت‌های پیش‌رو را به همراه تحلیلی از وضعیت بازار کار در این حوزه را در اختیار جوانان قرار می‌دهد.

نمایشگاه K ۲۰۱۶

همان‌طور که در ابتدای بحث مطرح شد، نمایشگاه کی هر سه سال یک‌بار برگزار می‌شود اما نکته‌ای که پیش از برگزاری این نمایشگاه درخور توجه است فاصله زمانی بین دو نمایشگاه است. در این فاصله زمانی سه‌ساله اقدامات اساسی و مهمی برای شناسایی شرکت‌کنندگان و نوع فعالیت آن‌ها صورت می‌گیرد و از سوی دیگر زمان کافی و قابل‌توجهی برای متقاضیان باقی می‌گذارد تا برنامه‌ریزی و زمان‌بندی منسجمی برای شرکت در این نمایشگاه داشته باشند.

با مشاهده صفحه اصلی وب گاه این نمایشگاه، زمان‌سنجی که در این صفحه قرار داده شده است و شمارش معکوس شروع K ۲۰۱۶ را نشان می‌دهد، موید نقش و اهمیت زمان برای برگزارکنندگان این نمایشگاه است. با نگاه به روند رو به رشد بازدیدکنندگان نمایشگاه K در دو دوره گذشته و همچنین نظرسنجی‌های صورت گرفته از شرکت‌کنندگان و نتایج مطلوب و حداکثری آنها، انتظار تداوم موفقیت این نمایشگاه در سال ۲۰۱۶ دور از ذهن نیست.

بررسی موشکافانه و دقیق اقدامات انجام‌شده توسط مجریان، دقت در زمان‌بندی و برنامه‌ریزی منسجم توسط آنان و همچنین توجه به

آشنایی با آژانس تضمین سرمایه گذاری های چند جانبه «میگا»



گردید. مزید اطلاع، ایران نیز در سال ۲۰۰۳ به این آژانس پیوست. هم اکنون میگا با بیش از ۱۰۰ کشور عضو در امر تضمین و پوشش ریسک های سرمایه گذاری چند جانبه فعالیت می نماید. همانگونه که اشاره رفت میگا یکی از اعضای پنجگانه گروه بانک جهانی است. هدف عمده تاسیس این آژانس، توسعه و رونق سرمایه گذاری مستقیم خارجی در کشورهای در حال توسعه می باشد. به منظور حمایت از رشد اقتصادی، کاهش فقر و بیکاری و همچنین بهبود معیشت زندگانی مردم در این کشورها، آژانس راهکارهای مناسب برای تضمین ریسک های تجاری سرمایه گذاران و صاحبان وام اعم از موسسات مالی و بانکی ارائه می نماید. همکاری این آژانس با موسسات بیمه ای خصوصی و دولتی به این شکل است که طرح های مناسب سرمایه گذاری در کشورهای در حال توسعه را از طریق بیمه اتکایی یا ثانویه و به طور مشترک تضمین می کند. از آنجائیکه توان موسسات بیمه ای داخلی و خارجی در ارتباط با طرح های بسیار بزرگ در مقیاس اندازه محدود می باشد لذا این همکاری مشترک موجب فزونی توان پوشش بیمه ای فعالیت های سرمایه گذاری می گردد. با عنایت به اینکه فعالان در عرصه صنایع مختلف مانند نفت، گاز، پتروشیمی، معادن، نیروگاه ها، ... بتوانند از مزایای این آژانس بهتر بهره مند گردند و در جهت جلب و جذب سرمایه های خارجی گام های مناسبی بردارند، از این رو، این مقاله سعی دارد که ویژه گی های میگا را، با توجه به اینکه طرح ها و فرصت های سرمایه گذاری فراوانی در کشور مطرح می باشد، معرفی نماید. امید است آشنایی با عملکرد آژانس برای فعالان صنایع خصوصا صنعت نفت، گاز و پتروشیمی مفید و موثر واقع گردد.

امروزه سرمایه گذاری خارجی نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورهای جهان ایفا می نماید. کشورهای در حال توسعه سعی دارند با جذب سرمایه های خارجی روند توسعه خود را تسریع نمایند و لذا کشورهای توسعه یافته نیز با سرمایه گذاری در چنین کشورهایی هم از منافع مالی آن بهره مند گشته و هم در توسعه این دسته از کشورها مشارکت می نمایند. در این بین تا وقتی که سرمایه گذارانی که عمدتاً از کشورهای توسعه یافته - و در مقیاس های کوچک تر، کشورهای در حال توسعه - هستند، از امنیت سرمایه های خود اطمینان حاصل ننمایند، روند سرمایه گذاری و به تبع آن روند توسعه کشورهای میزبان دچار اختلالات و افت شدیدی خواهد بود. زیرا این کشورها برای تمایل به سرمایه گذاری باید از ثبات حقوقی کشور میزبان اطمینان خاطر داشته باشند. از طرفی ثبات حقوقی کشور میزبان عمدتاً به نظام حقوقی داخلی و سیاست گذاری های دولت مردان خود مربوط می باشد و بلاشک هیچ تضمینی برای ثبات یا اساساً وجود چنین ثباتی نیست. از این رو موسساتی در عرصه بین المللی بر آن شدند که چنین سرمایه گذاری هایی را ترویج نمایند. برای نخستین بار، بحث پوشش ریسک های سیاسی، قبل از تاسیس آژانس تضمین سرمایه گذاری های چند جانبه (میگا) به سال ۱۹۴۸ باز می گردد. این ایده و تفکر تا سال ۱۹۸۵ عملی نشد تا اینکه هیات مدیره گروه بانک جهانی (World Bank Group) فرایند شکل گیری این آژانس را مطرح نمود و در سال ۱۹۸۸ با ۲۹ کشور عضو از جمله کشورهای بحرین، بنگلادش، پاکستان، شیلی، قبرس، دامبارک، اکوادور، مصر، آلمان، اندونزی، جامیکا، ژاپن، اردن، کویت، هلند، عربستان سعودی، سنگال، آمریکا، انگلیس تاسیس

می شوند.

اختیارات رئیس در حوزه فعالیت های روزمره آژانس بوده و به نوعی با کمک کارکنان آژانس را اداره می کند. انتخاب رئیس نیز مطابق با ماده ۳۳ بند الف کنوانسیون به این ترتیب می باشد که مجمع شخصی را نامزد و سپس در یکی از جلسات، وی را انتخاب می کند.

مزید استحضار خواننده محترم، بخش های مختلف آژانس شامل شورای حکام، مجمع مدیران، رئیس و کارکنان، دپارتمان مدیریت مرکزی، دپارتمان دعاوی و امور حقوقی، دپارتمان مشاوره عمومی، دپارتمان برآورد عملیات، دپارتمان مالی و مدیریت ریسک، دپارتمان سیاست و محیط زیست، دپارتمان ثبت درخواست ها، دپارتمان خدمات بازاریابی سرمایه گذاری

چنانچه سرمایه گذار مایل باشد از خدمات میگا بهره مند شود باید پیش از انجام سرمایه گذاری، مشخصات طرح برای آژانس ارسال شود. پس از بررسی و حصول از برنامه های سرمایه گذاری، متقاضی باید فرم اصلی را به انضمام کلیه اسناد مرتبط با طرح به میگا تحویل دهد و همچنین مبلغی را نیز باید پرداخت نماید. همانگونه که در صدر این مقاله متذکر گشت، محل سرمایه گذاری باید در کشورهای در حال توسعه و یا کمتر توسعه (عضو میگا) باشد، تا آژانس بتواند حمایت خود را از سرمایه گذاران خارجی با پوشش بیمه ای بعمل آورد. با تضمین بیمه ای میگا، می توان گفت که سرمایه گذار خارجی در محل انجام سرمایه گذاری در حاشیه امنیت واقع شده و با فراغ خاطر می تواند به روند سرمایه گذاری خود ادامه دهد. باید به نکته نیز توجه داشت که سرمایه گذاران ایرانی نیز می توانند به سرمایه گذاری در کشورهای در حال توسعه عضو میگا اقدام نمایند.



همانگونه که قبلاً مذکور شد، ایران برای آنکه بتواند از ظرفیت های خود جهت جذب سرمایه های خارجی استفاده نماید و از سوی دیگر چتر حمایتی مناسبی با استفاده از خدمات آژانس برای سرمایه گذاران ایرانی فراهم آورد، در ۱۷ سپتامبر ۲۰۰۳ به میگا پیوست. آنچه از بررسی سایت آژانس چندجانبه تضمین سرمایه گذاری به دست می آید، این است که ایران تنها موفق شده از خلال عضویت در میگا دو پروژه سرمایه گذاری (شامل طرح پتروشیمی مهر و طرح گونی بافی و بسته بندی) وارد مرزهای خود نماید. باید دانست که روند فزونی جذب سرمایه های خارجی از یک طرف به فقدان موانع قانونی و یا وجود مشوق های قانونی کشور میزبان بستگی دارد و از طرف دیگر، عضویت در سازمان هایی مانند میگا و اکسید باعث می شود که سرمایه گذاران خارجی با عنایت به امکانات بیمه ای برای تحت پوشش در آوردن ریسک های تجاری به میگا مراجعه و نیز برای حل و فصل اختلافات ناشی از سرمایه گذاری خارجی به یک مرجع بین المللی بنام اکسید رجوع نمایند. بنابراین، موضوع قانونگذاری و تدوین قوانین عاری از ابهام، صریح و شفاف بی تاثیر بر جذب سرمایه های خارجی نمی باشد. ثبات سیاسی، ثبات مقررات و قوانین مربوط به سرمایه گذاری، رویه های قضایی و ... از جمله عوامل مناسب برای جذب سرمایه گذاری خارجی است. در کشور ما، گرچه آیین نامه اجرایی مربوط به قانون تشویق و حمایت از سرمایه گذاری های خارجی (FIPPA) محدودیتی برای میزان مشارکت شرکای خارجی تعیین ننموده است ولی در عمل روال معمول بر این است که صاحبان سرمایه گذاری در صنایعی مانند نفت و گاز بیشتر از ۴۹ درصد نمی توانند مشارکت نمایند. البته میزان مشارکت خارجی در سایر صنایع تا ۸۰ درصد وجود دارد.

گرچه بحث سلب مالکیت و ملی سازی از حقوق کشور های میزبان سرمایه

آژانس با بانک های توسعه منطقه ای، موسسات اعتباری و کلیه سازمان ها و موسسات مالی و بانکی جهت پوشش ریسک های سرمایه گذاری همکاری می کند. بنابراین، سرمایه گذاران اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی می توانند جهت حصول اطمینان بیشتر در امر سرمایه گذاری در کشورهای در حال توسعه با میگا همکاری نمایند. هر چه روند تبادل اطلاعاتی میان سرمایه گذاران و آژانس بیشتر باشد و خدمات پوشش بیمه ای میگا به روشنی و صراحت مطرح گردد، میزان سرمایه گذاری افزایش خواهد یافت. به بیان دیگر می توان گفت که عملکرد میگا تسهیل گری در امر سرمایه گذاری است لذا با سازمان های بین المللی مانند سازمان همکاریهای اقتصادی و توسعه ، دارای همکاری نزدیکی است و با ارائه راهکارهای مناسب برای پوشش ریسک موجب تسهیل در فعالیت های سرمایه گذاران خارجی می گردد.

روش آژانس در ارتباط با پوشش بیمه ای به این شکل است که بر اساس هر طرح و میزان سرمایه گذاری، نرخ تضمین ریسک های تجاری را اعلام و متناسب با آن حق بیمه خود را معین می نماید. مدت ضمانت نیز معمولاً ۱۵ سال بوده و ممکن است با توجه به ماهیت طرح، این مدت تا ۲۰ سال افزایش یابد. مزید اطلاع اینکه، اگر طرف قرارداد از حدود تعهدات اعلام شده، کوتاهی و یا احیاناً تعهدات مندرج در قرارداد را نقض نماید، عملاً میگا می تواند به قرارداد یاد شده خاتمه دهد.

سقف پوشش بیمه ای میگا برای سرمایه گذاری های مالی که سرمایه گذاران دارایی خالص را بصورت پول نقد وارد می کنند، ممکن است بالغ بر ۹۰ درصد کل مبلغ سرمایه به اضافه ۴۵۰ درصد عوارض مرتبط با آن باشد. آژانس در ارتباط با وام و تضامین آن، اغلب ۹۵ درصد از کل سرمایه به علاوه ۳۵ درصد از آن را برای پوشش سود های پرداخت نشده، بر اساس شرایط مندرج در قرارداد پرداخت وام، تضمین می نماید. در خصوص قراردادهای مربوط به فناوری و سایر توافقات قراردادی، میگا ممکن است بالغ بر ۹۰ درصد ارزش پرداخت را (در موارد استثنایی تا ۹۵ درصد) با توجه به توافقات انجام شده در تنظیم قرارداد بیمه تحت پوشش بیمه ای قرار دهد. ساختار آژانس متشکل از یک شورا، یک مجمع و یک رئیس می باشد. شورای حکام، اصلی ترین مرجع جهت اخذ تصمیمات در تمامی موارد است که شامل نمایندگان کشورهای عضو می باشد. این شورا می تواند بخشی از اختیارات خود را به دیگر ارکان آژانس مانند مجمع یا رئیس تفویض نماید. اختیارات شورای حکام در موارد زیر قابل تفویض نمی باشد:

- پذیرش اعضای جدید و احراز شرایط عضویت آنها، - تعلیق عضویت، - تصمیم راجع به هرگونه کاهش یا افزایش سرمایه، - افزایش حد مبلغ کل مسؤلیت های احتمالی مطابق بخش (الف) ماده ۲۲، - معرفی عضو به عنوان کشور عضو در حال توسعه مطابق بخش (ج) ماده ۳، - طبقه بندی عضو جدید در یکی از دسته های یک یا دو برای اهداف رأی گیری مطابق بخش (الف) ماده ۳۹، و یا طبقه بندی عضو کنونی برای همان اهداف، - تعیین اجرت مدیران و علی البدل آنها، - توقف فعالیتها و انحلال آژانس، - تقسیم دارایی های آژانس بین اعضای آن پس از انحلال، - اصلاح این کنوانسیون، ضمایم و جداول آن گرچه اجلاس شورای حکام دارای اجلاس سالیانه است، ولیکن در شرایط خاصی (درخواست خود شورا، یا درخواست مجمع)، شورا می تواند اجلاس اضطراری برگزار نماید. مزید اطلاع، درخواست برگزاری اجلاس اضطراری باید توسط پنج مدیر یا مدیرانی که دارای ۲۵ درصد حق رای کل هستند، صورت پذیرد تا وجهه قانونی داشته باشد.

مجمع بالاترین رکن اجرایی آژانس است که تصمیمات شورا را جامه عمل می پوشاند. بعبارت دیگر، شورای حکام رکن قانونگذاری، سیاستگذاری و تصمیم گیری است و لی مجمع رکن اجرایی می باشد. البته فعالیت های روزمره آژانس در حوزه صلاحیت رئیس و کارکنان می باشد. وفق ماده ۳۲ بند الف، مجمع اختیار هر نوع اقدامی را که در کنوانسیون مجاز اعلام شده است، دارد. مطابق ماده مزبور بند ب، مجمع، در صورت درخواست رئیس و یا به درخواست سه تن از مدیران، با حضور کلیه مدیران و اعضای علی البدل (در غیاب مدیران صاحب حق رای می باشند) تشکیل می شود و در حال حاضر، اعضای این مجمع ۲۴ نفر می باشند. انتخاب مدیران با شورای حکام است ولیکن تعداد یک چهارم مدیران بصورت جداگانه انتخاب می شوند که از این میان، یکی از آنها توسط کشوری که بیشترین سرمایه سرمایه را دارد و بقیه ی یک چهارم توسط کشورهای در حال توسعه معین

های در برابر قراردادهای یاد شده در امر سرمایه گذاری خارجی می باشند. از این رو، ریسک نقض قرارداد موضوعی است که میگا به آن توجه خاص داشته و مخاطرات در این حوزه را تحت پوشش قرار می دهد، بطوریکه در ماده ۱۱ کنوانسیون یاد آوری نموده که خطرات مورد به نقض قرارداد قابل پوشش می باشد. البته پوشش این دسته از مخاطرات بطور کامل نبوده و باید دارای سه خصیصه ذیل باشند:

- عدم امکان توسل به مراجع قضایی یا داوری
- عدم تصمیم گیری دادگاه‌ها در زمان معقول
- عدم قابلیت یا ضمانت اجرای تصمیم دادگاه

یاد آوری می گردد چنانچه سرمایه گذار دارای ضمانت، نتواند به دلیل وجود موانع نامعقول دادرسی به محاکم یا مراجع داوری مراجعه نماید، فرض می شود که وی امکان توسل به این مراجع را نداشته است. از طرفی دیگر، دارنده تضمین موظف است تمام مراحل موجود در آیین دادرسی کشور میزبان را طی نماید، به بیان دیگر اگر وی در مدت مقرر در قرارداد ضمانت طرح دعوی نکند یا برای مثال، درخواست تعویق دادرسی را نماید مشمول پوشش قرار نخواهد گرفت. نکته دیگر اینکه، اصولاً در قراردادهای تضمین اقدامات لازم جهت طرح دعوی و مواعد مقرر برای اعمال حقوق مرتبه به صراحت در قرارداد تضمین بیان می گردد. موضوع تصمیم گیری در ارتباط با وجود یا انصراف از عمل به چنین شرایطی با آژانس می باشد. به این مفهوم که در مواردی که آژانس انجام چنین اقداماتی را بی فایده تلقی نماید، سرمایه گذار را از عمل به آن معاف خواهد نمود.

ریسک های مربوط به جنگ و آشوب های داخلی در کشور میزبان از جمله مواردی است که در ماده ۱۱ بند الف، تحت پوشش آژانس بوده و منظور از جنگ، تحرکات نظامی است نه فعالیت های جاسوسی و یا اطلاعاتی. بنابراین، جنگ و آشوب دو موضوعی است که دارای تعاریف خاص خود می باشند که با توجه به عرف معمول در سطح بین الملل شناخته شده بوده بطوریکه که در جنگ، خصیصه عمده فعالیت های نظامی است ولیکن در باب آشوب های داخلی باید متذکر گردید که انقلاب، کودتا، جنبش های مردمی در زمره آشوب بوده ولیکن هر گونه اقدامات تروریستی مشمول پوشش بیمه ای میگا نمی باشد. به لحاظ محدوده جغرافیایی چنین خطراتی باید گفت که لازم نیست این آشوب‌ها یا جنگ حتماً در داخل کشور میزبان رخ دهد. تاثیر بروز نا آرامی بر سرمایه گذاری که در یک شهر همجوار مرزی در کشور همسایه مشغول فعالیت می باشد، یا تاثیر تعطیلی ناوگان حمل و نقل یک کشور در اثر جنگ بر یک سرمایه گذار که از این راه برای انتقال محصولات خود استفاده می کند، می تواند جزو پوشش بیمه آژانس محسوب گردد.

نجار بهرام - سرپرست رئیس روابط با کشورهای منطقه و آسیا

است و کشورها در جهت منافع عمومی می توانند اقدام به سلب مالکیت نمایند و لیکن در ماده ۹ قانون مربوط به تشویق و حمایت از سرمایه گذاری خارجی مصوب ۱۳۸۱ سعی شده است که سرمایه گذار را مطمئن نماید که سلب مالکیت و ملی شدن اتفاق نخواهد افتاد و در صورت بروز این اتفاق، غرامت به ارزش واقعی آن سرمایه گذاری (قبل از سلب مالکیت) پرداخت شود. بحث ریسک انتقال ارز نیز با توجه به مواد ۱۳ و ۱۴ قانون فوق به این عبارت « سود و اصل سرمایه پس از کسر عوارض قانونی، قابل انتقال به خارج است» منتفی می باشد.

با عنایت به ماده ۲ بند الف کنوانسیون میگا، باید دانست که تنها ریسک های غیر تجاری در ارتباط با سرمایه گذاری که طرفین کشورهای عضو باشند، تحت پوشش قرار می گیرند. بنابراین، میگا ریسک های تجاری شامل تغییر مقررات کنترل ارزی، مالیاتی، عوارض و هزینه های گمرکی کشور میزبان سرمایه را تحت ضمانت خود قرار نمی دهد. با توجه به ماده ۱۱ کنوانسیون، ریسک محدودیت انتقال ارز، ریسک سلب مالکیت و اقدامات مشابه، ریسک نقض تعهدات قراردادی و ریسک جنگ و آشوب های داخلی تحت پوشش میگا قرار می گیرد.

در ماده ۱۳ نیز اشاره می نماید که سرمایه گذاری هایی را که اجرای آنها پس از ثبت درخواست ضمانت نامه صورت گیرد، ضمانت می نماید. به واقع، آژانس تاکید زیادی بر شروع فرایند سرمایه گذاری پس از ثبت درخواست ضمانت نامه دارد تا به این وسیله بتواند از تقلب سرمایه گذاران نسبت به ضمانت نامه های صادره از آژانس جلوگیری نماید.

باید دانست که برغم ثبت درخواست مقدماتی، آژانس مکلف به صدور بیمه نامه نیست و حتی نیاز به ثبت درخواست قطعی توسط سرمایه گذار نیز وجود دارد. اما آژانس بر مبنای ثبت درخواست مقدماتی می تواند برآوردی از کلیت پروژه مورد سرمایه گذاری داشته باشد و ضمناً می تواند نقطه عطفی برای شروع سرمایه گذاری باشد تا سرمایه گذار بتواند در زمان مشخصی صفت جدید بودن پروژه مورد سرمایه گذاری را اثبات نماید.

عبارت «سلب مالکیت و اقدامات مشابه» که در ماده ۱۱ کنوانسیون میگا درج شده، باید مشخص شود که شامل چه مواردی است تا با تفاسیر مضیق و یا موسع، سرمایه گذار در کشور میزبان سرمایه مواجه نشود. به عبارت دیگر باید عبارت «اقدامات مشابه» را معین نمود که به چه مواردی تری می یابد. اما آنچه که مشخص است مباحث ملی سازی، مصادره، توقیف و ضبط اموال، سلب مالکیت (مستقیم یا غیر مستقیم) مصادیقی از «اقدامات مشابه» می باشند.

در حقوق بین الملل خصوصاً در خصوص مسائل اقتصادی، قراردادهای میان دولت و سرمایه گذاران خارجی حائز اهمیت بوده و ماهیت آن بسیار پیچیده می باشد. برغم تمامی شیوه‌ها و رفتارهای که دولت‌ها در جلب سرمایه گذاری می نمایند، سرمایه گذاران همواره نگران عکس العمل دولت



رهبری در سازمان



فزاینده سازمان‌ها نیست. پیش از جنگ جهانی اول با رشد و پیشرفت دانش روانشناسی مدیران امیدوار شدند که این دانش می‌تواند به آنها یاری کند تا بتوانند تمام امکانات بالقوه کارکنان خود را به فعل در بیاورند. از این جهت روانشناسی کاربردی در این زمان مورد توجه قرار گرفت و از تئوری‌ها و یافته‌های روان‌شناسان در انتخاب و انتصاب افراد خصوصاً در نیروهای نظامی استفاده بعمل آمد. اما پس از جنگ جهانی دوم نهضت‌های آزادی خواهی، لیبرالیسم، رفاه اقتصادی و آموزش موجب گردید تا کارکنان صنایع از طریق حرکت‌های جمعی و با کمک اتحادیه‌ها بتوانند نظام کار را تعدیل نموده و اعمال بسیاری از تنبیهات را مشکل‌تر غیرممکن سازند. این تغییرات به وجود آمده کار مدیران را مشکل‌تر ساخته بود. بدین معنی که ترس از اخراج و محرومیت کاهش یافت و تاثیر عمده تشویق‌های مادی رنگ خود را از دست داد. این وضعیت ضرورت مطالعه و پژوهش رهبری و رهبری سازمانی را بیش از پیش مطرح نمود، زیرا یکی از راه‌حل‌های پراهمیت و شگفت‌انگیز انگیزش کارکنان، استفاده از رهبری اثربخش است. رهبری به دلیل نقشی که در اثربخشی فردی و گروهی ایفا می‌کند عنوان بسیار مشهوری در مبحث مدیریت منابع انسانی است و از آنجا که موضوع رهبری، انسانها را طی اعصار گوناگون مفتون خود کرده است، تعاریف فراوانی از آن شده است (رضائیان، ۱۳۸۳: ۳۷۵). می‌توان تعاریف مختلف رهبری را در مناظر مختلف دسته‌بندی کرد:

الف: دیدگاه تاکید بر گروه

رهبری فرآیندی آنچنان رمزآلود است که از زمان‌های دور مورد توجه افراد عادی، دانشمندان و پژوهشگران قرار گرفته است. مردم جامعه در جستجوی رهبری بوده‌اند تا با تمسک به او از ظلمات زندگی خاکی به سرچشمه حیات جاودانگی رسند، و از سوی دیگر دانشمندان اغلب سعی داشته‌اند جنبه‌ها و عوامل متفاوت رهبری را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند تا شاید از این رهگذر بتوانند ویژگی‌های رهبری مورد نیاز مردمان زمانه خویش را برشمارند. همچنین جوهر بسیاری از اسطوره‌ها و افسانه‌های ملل مختلف حضور، کاردانی و قدرت تصمیم‌گیری رهبرانی شجاع و زیرک بوده است که توانسته‌اند در لحظاتی حساس، ملتها، گروهها و سازمانها را از لبه پرتگاه حوادث به سلامت عبور داده و به سرمنزل مقصود برسانند. تاثیر رهبری آنچنان قاطع و پر اهمیت است که اغلب در ذهن آدمی جایی برای اندیشیدن به سایر عوامل توفیق یا شکست باقی نمی‌گذارد.

مشهورترین و کهن‌ترین شیوه ایجاد انگیزه در مردمان استفاده از تشویق و تنبیه بوده است. ترس از تنبیه و امید به پاداش، یا بیم و امید، فرهنگ انسانها را رقم زده است. و تاریخ و ادبیات کلاسیک جهان پر از توضیح و تبیین این پدیده است. در سازمان برخی از مصادیق تشویق‌های ممکن عبارتند از: افزایش حقوق، ارتقا، پاداش، و احترام. و تنبیه طیف گسترده‌ای را در بر می‌گیرد از جلوگیری از تشویق‌ها تا کاهش حقوق، انتظار خدمت و اخراج. ناکافی بودن نظام سنتی تشویق و تنبیه همیشه تا حدودی مورد توجه بوده، لیکن در اوایل قرن بیستم، مدیران معتقد شدند که این نظام پاسخگوی پیچیدگی

با نظرات دیگران می گردد. به این ترتیب قدرت و نفوذ با یکدیگر در آمیخته اند و مسئله رهبری با هر دوی آنها در ارتباط است. زیرا رهبری با نفوذ بر دیگران تحقق می یابد و نفوذ نیز از قدرت سرچشمه می گیرد. منابع گوناگونی به عنوان منشأ قدرت در نظر گرفته می شوند، که تعدادی از آنها عبارتند از: قدرت مرجع بودن، قدرت قانونی، قدرت تخصصی، قدرت پاداش و تنبیه.

هرچه مدیر به قدرتهای فوق بیشتر مجهز گردد می تواند بر کارکنان نفوذ بیشتری داشته و در انجام وظیفه رهبری و هدایت خود موفق تر باشد.

نظریه‌ها و تئوریهای که در مورد رهبری بیان شده اند بسیارند ولی می توان آنها را به طور کلی در چند دسته خلاصه کرد.

نظریه خصوصیات فردی رهبری

در این گروه از نظریات برای رهبر خصوصیات ذاتی ذکر می گردد. بر اساس این نظریات رهبران ابر مردانی هستند که به علت ویژگی‌هایی که موهبت الهی است شایسته رهبری گردیده اند. هنگامی که مارگارت تاجر نخست وزیر بریتانیای کبیر بود، بخاطر قدرت رهبری با قاعده‌ای که داشت زبان زد عام بود. او با عناوینی نظیر: بی پروا، اراده آهنین، بانوی آهنین، مصمم و قاطع خوانده می شد، این عناوین همه ویژگی‌های وی بودند و در حالی که پشتیبانان و منتقدان وی این جلوه‌ها را در آن زمان تشخیص داده بودند، به هنگام توصیف وی با این خصایص خود به عنوان حامیان این ویژگی مبدل می شدند.

نظریه رفتار رهبری

محدویت‌های مطرح شده در نظریه ویژگیهای رهبری، محققان را مجبور به مطالعه بر روی رفتارهای انجام شده توسط رهبرانی خاص کرد. آنان بر این گمان بودند که رهبران دارای قدرتی عالی هستند که در رفتارشان قابل مشاهده است. به عبارت دیگر نظریه‌های رفتاری مانند نظریه خصوصیات فردی رهبر، رهبری را عامل اصلی در عملکرد و نگهداری منابع انسانی می داند. اما در این گروه از نظریات، بجای صفات شخصی، بر آنچه که رهبران انجام می دهند، تاکید می کند. یعنی در پی آن هستند که دریابند سبک و روش رهبری چگونه است و رهبران در برخورد با مرئوسان به چه شیوه‌هایی توسل می جویند.

نظریه موقعیتی و اقتضایی

در حالی که برخی از پژوهشگران مانند بلیک و موتن، مک‌گریگور بر این باورند که بهترین سبک رهبری وجود دارد، سبکی که بهره‌وری، رضایت خاطر، رشد و بهبود در تمام وضعیت‌ها را به حداکثر برساند، ولی بیشتر پژوهش‌هایی که در چند دهه اخیر صورت پذیرفته نشان می دهد که "بهترین سبک" وجود ندارد و رهبران موفق و اثربخش می توانند سبک خود را با اقتضائات وضعیت وفق دهند. طبق تئوری‌های اقتضایی، اثربخشی رهبر به موقعیت بستگی دارد. به طوری که بعضی از رهبران در یک موقعیت یا سازمان اثربخش و کارآمد بوده و در موقعیت یا سازمان دیگر ممکن است اثربخش نباشد.

رهبری کارزماتیک

کاریزما، در اصطلاح به خصوصیت کسی گفته میشود، دارای قدرت رهبری فوق‌العاده است. این اصطلاح اغلب در علوم سیاسی و جامعه‌شناسی به کار برده میشود تا زیرمجموعه‌های از رهبرانی را که با استفاده از نیروی توانایی شخصی خود میتوانند تأثیراتی عمیق و استثنایی در پیروان خود داشته باشند، توصیف کنند.

رهبری کارزماتیک یا رهبری مبتنی بر جاذبه استثنایی، به‌گونه‌ای از رهبری گفته میشود که دارای قدرت و توانایی الهامبخشی به پیروان باشد و این در حالی است که تواناییها صرفاً از نیروی شخصیت و تعهد فرد سرچشمه گرفته باشد. در این نوع رهبری، رابطهای بدون استفاده از پاداشهای مالی و اعمال زور برقرار می شود.

رهبران، وقتی کارزماتیک هستند که چشماندازهای آنان بسیار متضاد با وضعیت کنونی باشد، ولی در عین حال باید برای پیروان آزادی عمل وجود داشته باشد که آن را بپذیرند یا نه.

رهبری تحول آفرین

رهبری تحول آفرین به نوعی رهبری اطلاق می شود که در آن رهبران

" رهبر در مرکز فعالیت‌ها و تغییرات گروهی قرار دارد و تجلی اراده گروه است"

ب: دیدگاه تاکید بر شخصیت افراد

" رهبری عبارت است از ترکیب صفات و ویژگی‌های خاص یا شخصیت‌هایی که افراد از آن برخوردارند و آنها را قادر می سازد که دیگران را تشویق به انجام کار کند یا کار را از طریق دیگران انجام دهند"

ج: دیدگاه تاکید بر تغییر

" رهبری عمل یا رفتاری است که موجب تغییر در گروه می شود"

د: دیدگاه تاکید بر رابطه قدرت بین رهبر و پیروان

" رهبران می توانند از قدرت خود برای ایجاد تغییر در دیگران استفاده می کنند"

تفاوت رهبری با مدیریت

ممکن است در کارتان سمت " مدیر " داشته باشید اما در می یابید که " رهبری " چیزی فراتر از مدیریت و مطلوب تر است. اگر چه بعضی از افراد رهبری و مدیریت را مترادف هم می دانند. اما به اعتقاد بعضی باید بین آنها تفاوت قائل شد. از یک سو عده ای بر این باورند که رهبری یک جنبه مهم از مدیریت است و توانایی رهبری موثر یکی از شروط مدیریت اثر بخش است. از سوی دیگر عده ای معتقدند که رهبری در اصل نسبت به مدیریت مفهوم وسیعتری دارد. مدیریت نوع خاصی از رهبری محسوب می شوند که در آن کسب هدفهای سازمانی بر سایر اهداف الویت دارد. اختلاف اساسی میان این دو مفهوم از کلمه "سازمان" برمی خیزد. رهبری زمانی صورت می گیرد که فردی به هر دلیل می کوشد بر رفتار فرد یا گروهی اثر بگذارد. این امر می تواند برای نیل به اهداف خود فرد یا دیگران بوده و یا اهداف سازمان نیز سازگار یا ناسازگار باشد.

خلاصه ای از تفاوت بین رهبری و مدیریت در جدول زیر بیان شده است.

ویژگیهای مدیران	ویژگیهای رهبران
انضایی هستند	از درون گروه ظهور می کنند
سلسله مراتبی هستند	سلسله مراتب وجود ندارد
اهداف سازمانی الویت دارد	اهداف پیروان مورد نظر است
برای برخورد با پیچیدگی‌ها است	با ایجاد تغییر سروکار دارد
اداره می کند	ابداع می کند
نگهداری می کند	بهبود می بخشد بر افراد تمرکز دارد
دیدگاه محدود دارد	به افق توجه می کند
وضع موجود را می پذیرد	با وضع موجود در جدال است
به کارایی توجه بیشتری دارد	به اثر بخشی توجه بیشتری دارد
در پستهای پر مخاطره کار نمی کنند.	در پستهای پر مخاطره کار می کنند.
ترجیح می دهند با افراد کار کنند	با کارهای فکری سروکار دارند.

رابطه قدرت و رهبری

همانطور که در تعریف رهبری ملاحظه شد، رهبری مستلزم نفوذ کردن و تأثیر گذاردن بر افراد است و مدیر در نقش رهبر کسی است که بتواند بر افراد تحت سرپرستی خود نافذ و موثر باشد و به عبارت دیگر زبردستان نفوذ و قدرت او را بپذیرند. مسئله نفوذ و قدرت رهبری به منابعی که قدرت و نفوذ از آن سرچشمه می گیرد ارتباط پیدا می کند. اصولاً قدرت عبارت است از توانایی اعمال نفوذ بر دیگران و نفوذ عبارت است از اعمالی که مستقیم یا غیر مستقیم باعث تغییر در رفتار

رهبری اصیل

نظریه رهبری اصیل برای نخستین بار در سال ۲۰۰۴ میلادی از سوی مؤسسه رهبری گالوپ مطرح شد. تمایز اصلی این نظریه با دیگر نظریه‌های اخیر در زمینه رهبری این است که تئوری رهبری اصیل کلی‌تر است و بر سازه ریشه‌ای تمرکز دارد. منظور از سازه ریشه‌ای، پایه‌ای است که رهبری مثبت را شکل می‌دهد.

تئوری رهبری اصیل، بر خود کنترلی (خود نظمی) و خودآگاهی رهبر و پیروان، سرمایه مثبت روان‌شناسی و نقش تعدیل گر مثبت سازمانی تمرکز دارد. رهبری اصیل الزاماً تحول‌آفرین نیست. برای مثال، به دنبال تبدیل پیروان به رهبر نیست. رهبری اصیل در بیشتر موارد منظور خود را با عمل، نه با حرف و در قالب اصول، ارزش‌ها و اخلاقیات به دیگران منتقل می‌کند، درحالی‌که به‌طور مثال رهبری کاریزماتیک، با سخنوری و لفاظی به دنبال تأثیرگذاری و متقاعد کردن دیگران است.

از این رو، می‌توان گفت نتیجه تلاش‌های اندیشمندان غربی و شرقی تا به امروز، به تئوری رهبری اصیل انجامیده است؛ این تئوری همه تلاش خود را به کار گرفته تا نواقص نظریه‌های دوره‌های پیشین را برطرف سازد. تئوری‌های قبلی دستورالعمل‌های خود را بدون توجه به ذات معنوی و الهی انسان ارائه کرده‌اند. این تلاش‌ها ارزشمند، اما ناکافی بود؛ زیرا تئوری‌های خلق شده، در طول سال‌ها مورد نقد قرار گرفتند و بعضاً نیز در حد یک نظریه باقی ماندند. در نهایت، هنوز تئوری رهبری جامع و کامل که رضایت علمی کاربران را برآورده سازد، خلق نشده است.

حسن عباس زاده - کارشناس

برای پیروان خود انگیزش معنوی و توجه ویژه فراهم و با نفوذ بر قلبشان، آنها را هدایت می‌کنند. رهبران تحول‌آفرین یک چشم انداز سازمانی پویا خلق می‌کنند که اغلب یک دگرگونی در ارزشهای فرهنگی برای انعکاس نوآوری بیشتر را ضروری می‌سازد. رهبری تحول‌آفرین همچنین به دنبال برقراری یک رابطه بین علائق فردی و جمعی است تا به زیردستان اجازه کار کردن برای اهداف متعالی را بدهد.

رهبران تحول‌آفرین به چند دلیل موثر هستند: آنها قادرند هم پیروان خود را متحد کنند و هم اهداف و باورهای پیروان را تغییر دهند. رهبران تحول‌آفرین تصویری از یک چشم انداز آینده را به پیروان خود ارائه می‌کنند. از آنجا که چنین رهبرانی قادرند یک چشم انداز روشن و مورد نیاز را شکل دهند، احتمالاً قادر به برانگیختن کارکنان برای مشارکت در آن چشم انداز هم هستند. رهبران تحول‌آفرین زیردستان را برای انجام کار بیش از حد انتظار بر میانگیزانند.

رهبری خدمتگزار

رهبری خدمتگزار نشان‌دهنده تأثیرگذاری ایده‌آل و انگیزش در رهبری تحول‌آفرین است و عینیت آن در محیط اجتماعی است. رهبران خدمتگزار الگویی نمونه برای پیروان خود و دیگر افراد هستند. آنان پیروان خود را مشتاقانه و تشویق می‌کنند تا برای تغییر موقعیت فعلی بکوشند. رهبران خدمتگزار، روابط بسیار عمیق و محکمی با کارکنان دارند و به‌خوبی آنها را یاری می‌رسانند تا استعدادهای بالقوه خود را کشف کنند. این رهبران اگر مشکلی برای کارکنانشان پیش آید، همدرد و شنونده خوبی برای ایشان هستند و در نهایت، خود را متعهد به رشد افراد می‌دانند.



منابع:

- ۱- الوانی، سید مهدی، مدیریت عمومی، چاپ غزل، ۱۳۸۳
- ۲- تونکه نژاد، ماندنی، مقایسه دو سبک رهبری خدمتگزار و تحولگرا، ۱۳۸۶
- ۳- تیموریان، بهنام، چالش‌های رهبری سازمانی، ۱۳۸۵.
- ۴- حاجی، امیر حسین، رهبری، ۱۳۸۶
- ۵- ساعتچی، محمود روانشناسی کار، ۱۳۷۹
- ۶- رضاییان، علی، مبانی سازمان و مدیریت انتشارات سمت، ۱۳۸۲
- ۷- رضاییان، علی، مدیریت رفتار سازمانی، انتشارات سمت، ۱۳۸۱
- ۸- کمالیان، سعید، رهبری کاریزماتیک ۱۳۸۵
- ۹- مطلبی اصل، صمد، رهبری تحول‌آفرین در سازمانها ۱۳۸۶
- ۱۰- مصدق، علی محمد، تئوریهای جدید رهبری، ۱۳۸۶
- ۱۱- مرادی، مبحث ویژه در سبک رهبری مدیران، ۱۳۸۷

سرمایه گذاری؛ حلقه مفقوده توسعه شتابان صنعت جهانی شدن پتروشیمی ایران پل ایران پلاست دهم



بازار، رقابت پذیری و بی ثباتی اقتصادی هستند. نکته مهم این که در ارزیابی درجه ریسک سرمایه گذاری کشورها، ایران وضعیت چندان خوبی نداشته و به این ترتیب میزان سرمایه گذاری مستقیم خارجی یکی از موضوعاتی است که تاثیر چشم گیری بر شاخص ریسک پذیری کشورها دارد و طبیعی به نظر می رسد که با جذب سرمایه های خارجی هرچه شاخص ایران در این بین بهبود یابد، سرمایه گذاران بیشتری علاقه به حضور در صنعت ایران از خود نشان خواهند داد.

طبق گزارش های سازمان های بین المللی، شاخص ریسک پذیری ایران در سال ۲۰۰۱ چهار بوده که این رقم در سال های اخیر به هفت هم تنزل پیدا کرده است. ایران پلاست دهم که از مهم ترین فعالیت های صنعت پتروشیمی در دوران پسابرجام به شمار می رود، با ایجاد پلی بین شرکت های داخلی و خارجی در قالب یک نمایشگاه توانست بسیاری از شرکت های معتبر را با یکدیگر ارتباط داده و هرچند برخی از دستاوردهای این نمایشگاه در همین چند روز به خوبی قابل رویت بود، اما مهم تر آنکه این اقدامات در آینده باعث پیشرفت چشمگیر صنعت پتروشیمی کشور می شود.

حضور ۵۰۰ شرکت داخلی و ۴۰۰ شرکت خارجی این شرایط را برای تولیدکنندگان بخش های مختلف پتروشیمی و پلاستیک فراهم کرده بود تا ضمن تامین نیازهای خود از طرف های مقابل و با توجه به ظرفیت بسیار گسترده صنعت پتروشیمی ایران، برای انعقاد قراردادهای همکاری در قالب سرمایه گذاری در طرح های متوقف، جدید و نیمه تمام اقدام کنند. طی سال های گذشته بسیاری از شرکت های بزرگ پتروشیمی و پلاستیک دنیا به دلیل تحریم ها از بازار ایران جدا شدند و همین موضوع سبب شد تا این

اگر نگاه عمیق تری به اقتصاد ایران در سال های گذشته داشته باشیم، بزرگ ترین مشکل پیش روی صنایع کشور در سال های اخیر را می توان کمبود نقدینگی و منابع مالی برای راه اندازی پروژه های جدید دانست؛ همین امر سبب شده تا با بهبود شرایط سیاسی کشور در دوران پسابرجام مرکز دولت روی جذب سرمایه خارجی در صنایع داخلی به ویژه صنایع سودآور از جمله پتروشیمی و صنایع پایین دست آن باشد، موضوعی که با ایجاد ارتباط بین شرکت های داخلی و خارجی به نحو بسیار موثری می تواند از سوی طرفین پیگیری شود؛ اقدامی که دهمین نمایشگاه بین المللی ایران پلاست به خوبی توانست از پس آن برآید.

برقراری این ارتباط در حوزه پتروشیمی و سایر صنایع مرتبط علاوه بر اینکه می تواند شرکت ها و موسسات مالی معتبر خارجی فعال در حوزه نفت و انرژی، پلاستیک و ... را با شرایط ایران به ویژه طرح های در دست اجرایی که به دلیل نداشتن سرمایه طی سال های گذشته معطل مانده اند آشنا کند، بلکه این توانایی را دارد که زمینه ساز توسعه روزافزون این صنعت ارزش آفرین در کشور شود. حضور سرمایه گذاران خارجی و فراهم شدن امکان مشارکت یا استفاده از تسهیلات مالی موسسات بین المللی خارجی علاوه بر گشودن گره توسعه طرح های معطل نیمه تمام صنعت پتروشیمی ایران از جنبه کاهش ریسک سرمایه گذاری خارجی از نگاه موسسات تحقیقاتی بین المللی نیز می تواند موثر واقع شود.

بر اساس گزارش برخی شرکت های فعال در این حوزه، شاخص های این موسسات مواردی از قبیل آزادی اقتصادی، ریسک اقتصادی، درجه آزادی

خارجی و همزمان شدن این دوره نمایشگاه با دوره پسابرجام را می‌توان از مهم‌ترین ویژگی‌های دهمین دوره نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست دانست که سبب شد شرکت‌های خارجی علاقه‌مندی بیشتری به توسعه همکاری‌ها با شرکت‌های ایرانی در حوزه پتروشیمی و پلاستیک نشان دهند.

ارهاد وینکمپ، نماینده نمایشگاه "کا دوسلدورف" آلمان با حضور در ایران پلاست دهم با اشاره به حضور پرتعداد شرکت‌های آلمانی در این نمایشگاه، گفت که در گذشته به دلیل تحریم‌های بین‌المللی امکان حضور شرکت‌های آلمانی در نمایشگاه‌های ایران وجود نداشت، اما از سال گذشته این امکان فراهم شد و به دلیل علاقه‌مندی شرکت‌های آلمانی برای افزایش سطح تعاملات خود با بازارهای بین‌المللی و حضور در پروژه‌های جهانی، شرکت‌های زیادی برای غرفه‌گذاری در نمایشگاه ایران پلاست ابراز تمایل کردند.

وی همچنین تاکید کرد که فرصت‌های سرمایه‌گذاری و سودآوری در ایران وجود دارد و همین امر برای حضور شرکت‌های فعال در زمینه صنعت پلاستیک ایجاد جذابیت می‌کند.

سادو خاس میرعلی‌اف، یکی از فعالان صنعت پتروشیمی در قزاقستان نیز دلیل حضور این شرکت پتروشیمی در دهمین نمایشگاه ایران پلاست را بررسی بازار ایران برای سرمایه‌گذاری این کشور در ایران دانست و گفت: بازار ایران پس از تحریم بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری خواهد بود و ما در حال بررسی این بازار هستیم. وی که با برخی شرکت‌های بزرگ ایرانی برای عقد قرارداد مذاکره کرده بود، این را هم گفت که بدلیل تکمیل نشدن پروژه‌شان، در شرایط عقد قرارداد نیستند، اما جلسات متعددی با برخی شرکت‌های بزرگ ایرانی حاضر در نمایشگاه برگزار شده و مذاکرات پس از نمایشگاه نیز ادامه خواهد داشت.

در ابتدای سال گذشته، مدیرعامل پیشین شرکت ملی صنایع پتروشیمی پیش‌بینی کرده بود که این صنعت برای جبران عقب ماندگی‌های گذشته نیازمند هشت میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در سال است و هرچند در دوره جهش قبلی، سالانه بیش از ۲٫۷ میلیارد یورو هزینه نشده است، اما با توجه به اعلام آمادگی سرمایه‌گذاران خارجی برای ورود به صنعت پتروشیمی، امیدواری خوبی برای تحقق این برنامه‌ها و رسیدن به اهداف برنامه چشم‌انداز وجود دارد.

در همین راستا به نظر می‌رسد که شرکت ملی صنایع پتروشیمی با لغو تحریم‌ها، برنامه‌های خود را در راستای توسعه این صنعت قرار داده، به طوریکه مرضیه شاهدائی، مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی در مراسم افتتاحیه ایران پلاست دهم، یکی از برنامه‌های این شرکت برای سال جاری را جذب سرمایه به منظور تکمیل طرح‌های صنعت پتروشیمی عنوان می‌کند و می‌گوید که تاکنون این طرح‌ها با استقبال خوبی از سوی کشورهای اروپایی و آسیایی مواجه شده و برجام نیز زمینه را برای انتقال ارز و عملیات مالی آن‌ها فراهم کرده است.



به گفته وی، در حال حاضر ۵۵ طرح نیمه‌کاره پتروشیمی نیازمند تامین خوراک و ۲۸ طرح جدید پتروشیمی نیز تعریف شده است که این طرح‌ها در کنار خلیج فارس و عمان آن هم با هدف استفاده از منابع گازی پارس جنوبی ایجاد خواهند شد و پیش‌بینی شده است که امسال شش تا هفت میلیون تن به ظرفیت تولید محصولات پتروشیمی کشور اضافه شود.

یکی دیگر از کشورهایی که برای افزایش همکاری در صنعت پتروشیمی با ایران ابراز علاقه و اعلام آمادگی کردند، تونس بود و هیات تجاری این کشور برای گسترش روابط تجاری خود با ایران با برخی شرکت‌های پتروشیمی

صنعت در این مدت به شکل مطلوب به تکنولوژی‌های نوین دنیا دسترسی پیدا نکرد، اما حالا با فراهم شدن بستر سیاسی، شرکت‌های معتبر آسیایی، اروپایی و آفریقایی برای حضور در بازار ایران، سرمایه‌گذاری و همکاری‌های بین دو کشور در همین ایران پلاست دهم، اعلام آمادگی کرده‌اند.

از سوی دیگر شرکت‌های ایرانی در این سال‌ها از انواع ماشین‌آلات نوین صنعتی محروم بوده یا دسترسی دشوار و پر هزینه‌ای به آن داشتند و به همین دلیل حالا می‌توانند تجهیزات جدید خود را به راحتی از طریق شرکت‌های تولیدی معتبر و با کیفیت دریافت کنند و هرچه گستره فروشندگان این دستگاه‌ها به ایران بیشتر باشد، شرکت‌های ایرانی نیز قدرت انتخاب بیشتری برای انتخاب ماشین‌آلات خود دارند که نمایشگاه ایران پلاست این بازار متنوع را برای شرکت‌های ایرانی ایجاد کرده است.

تایوانی‌ها، هندی‌ها، اتریشی‌ها، سوئیس‌ها و بسیاری از نمایندگان سایر کشورها در نمایشگاه ایران پلاست عنوان کرده‌اند که به دنبال گسترش همکاری خود با شرکت‌های ایرانی و فروش ماشین‌آلات و تجهیزات به این شرکت‌ها هستند.

برای نمونه، خوان مارتینز، نماینده یک شرکت سوئیس، در حاشیه دهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست، ضمن اشاره به سابقه طولانی حضور این شرکت در ایران، گفت که در خلال برگزاری این نمایشگاه ملاقات‌ها و دیدارهای سازنده‌ای با مشتریان و فعالان صنعت پلمپر و پلاستیک ایران داشته است. وی این را هم گفته بود که ایران پلاست امسال ضمن برخورداری از استانداردهای بالا از لحاظ کیفیت برگزاری، قابل مقایسه با رویدادهای بین‌المللی مشابه است.

مارتینز معتقد است که شرکتش از نام‌های شناخته شده در میان تولیدکنندگان ماشین‌های تولید کامپاند و مواد حساس به حرارت به شمار می‌رود و چشم انداز روشنی برای صنعت پلاستیک ایران پیش‌بینی می‌کند و از این رو امیدوار است که بتوان با توسعه فعالیت‌های صادراتی خود، نقش پررنگ تری در بازار پلاستیک ایران ایفا کند.

با وجود تاکید اقتصاددانان و کارشناسان بر کاهش خام فروشی نفت و ایجاد ارزش افزوده بیشتر در بخش نفت و مشتقات آن از طریق سرمایه‌گذاری در تولید فرآورده‌های نفتی و محصولات پتروشیمی، شتاب سرمایه‌گذاری تا سال ۱۳۵۷ و پیروزی انقلاب کند بود و از مجموع ۱۶۰ میلیارد دلار فروش نفت و درآمد ارزی، تنها ۲٫۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در تولید صنایع پتروشیمی صورت گرفت و به عبارتی سهم سرمایه‌گذاری پتروشیمی از درآمد ارزی تنها ۱٫۵ درصد بوده است، اما از سال‌های ۱۳۶۸ به بعد و پس از جنگ تحمیلی، آهنگ سرمایه‌گذاری در صنایع پتروشیمی شتاب بیشتری به خود گرفت، به طوری که در صنایع پتروشیمی کشور از سال ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۹ بالغ بر ۴۱ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری شد.

اما نگاهی گذرا به ظرفیت‌های بخش پتروشیمی کشور نشان می‌دهد که ایران در صورت برنامه‌ریزی مناسب این توانایی را دارد که حجم بسیار گسترده‌ای از سرمایه‌گذاری را چه به صورت داخلی و چه خارجی در این حوزه جذب کند. برخورداری اقتصاد ایران از ذخایر عظیم نفت و گاز، انرژی ارزان، نزدیکی به آب‌های بین‌المللی و قرار گرفتن در حاشیه خلیج فارس، نیروی کار ارزان و توانایی متخصصان ایرانی، درجه رقابت‌پذیری صنایع پتروشیمی ایران را به شدت افزایش داده است و اگر دیپلماسی و الگوی سیاست خارجی توسعه‌گرا و جذب شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران معتبر خارجی مورد توجه باشد، انقلابی بزرگ در صنعت نفت، گاز و پتروشیمی ایران اتفاق خواهد افتاد که ایران پلاست دهم را می‌توان جرقه‌ای برای به ثمر رسیدن این سیاست در سال‌های آینده دانست.

البته ایران در حال حاضر نیز سرمایه‌گذاری خوبی در بخش پتروشیمی کرده و ظرفیت این صنعت برای توسعه و افزایش سرمایه‌گذاری به این معنی نیست که اقدامی در آن صورت نگرفته است، تایید این مورد را می‌توان از زبان یک کارشناس انگلیسی گرفت که در حاشیه دوازدهمین همایش بین‌المللی صنعت پتروشیمی ایران (IPF) اعلام کرده بود که حجم سرمایه‌گذاری ایران در صنعت پتروشیمی، تحسین برانگیز است، اما در عین حال تاکید کرده بود که ظرفیت بزرگی ایجاد شده فرصت‌هایی برای آینده وجود دارد. وی با تاکید بر لزوم واقع‌بینی درباره پیامدهای رفع تحریم، اعلام کرد که بازگشت صنعت پتروشیمی ایران به شرایط عادی، به زمان نیازمند است.

پیشرفت نحوه برگزاری نمایشگاه، حضور پررنگ شرکت‌ها و بازدیدکنندگان

ایرانی از جمله تخت جمشید، تبریز و تایپکو وارد مذاکره شد. نماینده این هیات تاکید کرده بود که بعد از برداشته شدن تحریم‌ها ایران یکی از تامین‌کنندگان مهم محصولات پتروشیمی در کشور تونس خواهد بود. آنچه ظاهر امر نشان می‌داد، شرکت‌های ایرانی حاضر در نمایشگاه ایران پلاست امسال نیز از میزان بازدید و حضور خارجی‌ها در این نمایشگاه خشنود بودند و به نظر می‌رسید که مذاکرات خوبی از سوی این شرکت‌ها با خارجی‌ها برای سرمایه‌گذاری و افزایش همکاری‌ها انجام گرفته است. همانطور که مدیرعامل شرکت بسپارپلیمر آسیا معتقد است که نمایشگاه ایران پلاست دهم فرصت خوبی را برای صادرکنندگان ایرانی فراهم کرد. حسین جدیدی در حاشیه این نمایشگاه اشاره‌ای به حجم قابل قبول مذاکرات انجام شده این شرکت با شرکت‌های دیگر کرد و گفت: با کشورهای اروپای غربی، آلمان، دانمارک، بلژیک و ایتالیا مذاکراتی را برای تامین ماشین آلات انجام دادیم و مذاکراتی نیز با کشور تایوان و کشورهای اروپایی در خصوص دانش و فناوری انجام شد.

میترا قریبلی، مدیر داخلی شرکت افق پلاست یکتا نیز با اشاره به انجام مذاکراتی با کشورهای ارمنستان، عراق، ترکیه و پاکستان برای توسعه صادرات گفت که نمایشگاه امسال برای نخستین بار عالی برگزار شد، چراکه با استقبال مشارکت‌کنندگان مواجه بودیم.

به گفته وی، حضور در این نمایشگاه به دلیل مقایسه کالاهای تولیدی خود با سایر شرکت‌های داخلی و خارجی سبب افزایش کیفیت این کالاهای تولیدی داخل می‌شود.

با وجود اشاره به برخی اظهارات هیات‌های تجاری خارجی و شرکت‌کنندگان داخلی در خصوص مذاکرات انجام گرفته و تاثیر نمایشگاه ایران پلاست بر افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه پتروشیمی و پلاستیک، قطعاً این موارد بخش کوچکی از اتفاقات پنج روز ایران پلاست بوده و می‌توان امیدوار بود که به زودی شاهد افزایش همکاری‌ها در این حوزه از طریق این ایجاد ارتباط باشیم، چراکه شرکت‌های ایرانی این پتانسیل را دارند که در صورت همکاری با شرکت‌های برتر دنیا، به سبب زمینه و ظرفیت موجود در کشور به تولیدکنندگان جهانی و برتر این حوزه تبدیل شوند که دهمین نمایشگاه بین‌المللی ایران پلاست را می‌توان نیروی محرکه این حرکت عظیم اقتصادی در حوزه پتروشیمی خواند.

پتروشیمی و محیط زیست



پس از بررسی منابع موجود در این خصوص، مدل و راهنمایی جهت استقرار نظام مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست در دستور کار شورای مرکزی نظارت بر ایمنی و آتش نشانی قرار گیرد و یک سال بعد در سال ۱۳۸۰ از سوی بیژن نامدار زنگنه وزیر وقت نفت جهت اجرای الزامات نظام مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست در تمامی سطوح صنعت نفت ابلاغ گردید. بررسی منابع و نیروی انسانی، ساختار سازمانی همچنین تسهیلات مورد نیاز از مواردی بود که به ترتیب در دستور کار قرار گرفت.

سیستم مدیریت HSE یک ابزار مدیریتی برای کنترل و بهبود عملکرد بهداشت، ایمنی و محیط زیست در همه برنامه های توسعه و پروژه های صنعتی یا تشکیلات سازمانی بوده است که با ایجاد بستر فرهنگی خلاق مدار و نگرشی نو و سیستماتیک در راستای توسعه پایدار و کرامت انسان، بطور یکپارچه و با همگرایی و چیدمان هم افزای نیروهای انسانی و امکانات و تجهیزات و با استفاده از سیستم آموزش کارآمد، ممیزی های دوره ای، ارزیابی، بهبود مستمر، موجب به حداقل رساندن اثرات نامطلوب صنعت بر محیط و افزایش اثرات مطلوب آن از طریق تأمین ایمنی همه جانبه کلیه کارکنان و همکاران سازمان، تجهیزات و تأسیسات و به صفر رساندن حوادث و آسیب های ناشی از کار از طریق کنترل یا حذف شرایط ناایمن و ارتقاء سطح سلامت افراد از طریق اعمال راهکارهای کنترلی مدیریتی، مهندسی و اجرایی در کلیه سطوح سازمان و همچنین صیانت از محیط زیست به عنوان سرمایه بشریت می شود.

با چنین رویکردی که در آن مدیریت ریسک را منوط به بررسی جنبه ها و

واحدهای پتروشیمی از بزرگترین صنایع هستند که نقش اساسی آنها در اقتصاد کشور غیر قابل انکار است و در عین حال به عنوان دسته ای از واحد های صنعتی تبدیلی که از ماده اولیه نفت و گاز استفاده می کند تأثیرات بسزایی بر زیست بوم و وضعیت محیطی اطراف خود دارند، تأثیراتی که در صورت عدم مهار و و پیش بینی پیشگیری مناسب به طور قالب تخریبی و بسیار خطرناک هستند.

ایجاد پساب های نفتی و شیمیایی، آلودگی صوتی، سوزاندن گازهای تفکیکی، جمع شدن مواد زائد شیمیایی، دفع زباله و مواردی از این دست، چالش بزرگ زیست محیطی است که معمولاً در کنار واحد های نفتی و پتروشیمی پدید می آیند و در صورتی که مورد بررسی های دقیق و استاندارد ساز قرار نگیرند می توانند چالش آفرین باشند. نکته جالب اینجاست که ظهور صنایع و محصولات پتروشیمی تأثیر شگرفی بر بهبود بهداشت محیطی و جلوگیری از آلودگی های عمومی داشته و کمک بزرگی به بهبود وضعیت محیط زیست داشته است.

با وجود این هشدار نسبت به پیامد های مربوط به تبعات زیست محیطی پتروشیمی ها، شرکت های پتروشیمی همواره سعی داشتند تا در این باره با اشاره به استاندارد سازی های مجموعه خود برای کنترل آسیب ها و آلودگی هایی که ایجاد میشوند، توجه خود نسبت به موضوع محیط زیست را نشان دهند. اهمیت این موضوع تا جایی است که وزارت نفت بعد از سه سال تکاپو و مطالعه برای رسیدن به یک مدل کنترلی، نهایتاً در سال ۱۳۸۰ با استقرار نظام مدیریت HSE در صنعت نفت موافقت کرد و مقرر شد که

را به تصدیق وجود این مشکلات و می دارد. در این بین شرکت ملی پتروشیمی فعالیت هایی را نظیر تصفیه فاضلابهای صنعتی و بهداشتی؛ از طریق شناسایی دقیق فاضلابها و اندازه گیری کمی و کیفی آلایندهها در کلیه واحدهای پتروشیمی پیش گرفته و سیستم های تصفیه فاضلابهای صنعتی و بهداشتی در کلیه این مجتمعها که در حال حاضر در تمام مجتمعهای پتروشیمی، فاضلابهای تولیدی در مجتمعها جمع آوری و بطور اصولی تصفیه گشته و مطابق استانداردهای سازمان محیط زیست به محیط تخلیه می شود و آبهای حاصله مجددا در خط تولید مورد استفاده قرار می گیرد.

تلاش برای جلوگیری از آلودگی هوا؛ که با توجه به مطالعات ارزیابی کمی و کیفی صورت گرفته از آلایندهها و اقدامات لازم جهت کنترل آنها در حال انجام است مورد رسیدگی قرار می گیرد، در حالی برخی مجتمعها و شرکت ملی صنایع پتروشیمی با حمایت از برخی شرکتها و صنعتگران، نسبت به جمع آوری و بازیافت زایدات پلاستیکی و PET اقدام کرده اند، پروژههای متعددی جهت شناسایی، طبقه بندی، تفکیک، پردازش و دفع اصولی مواد زاید جامد اعم از صنعتی و شهری، در مجتمعها هم در این خصوص در حال انجام است، انجام پژوهشهای زیست محیطی؛ اصلاح فرآیند و کاهش دورریزها، تصفیه آب و فاضلاب، کنترل آلودگی هوا و بازیافت ضایعات پلیمری از جمله محور هایی است که شرکت ملی پتروشیمی در راستای در راستای توسعه ارتباط صنعت با دانشگاه، انجام پژوهشهای زیست محیطی مربوط به آنها را شروع کرده است.

توسعه فضای سبز؛ تلفیق صنعت با فضای سبز، یکی از اهداف اصلی مجتمعها است که مسولین نیز همواره به آن اشاره میکنند، که طبق استانداردهای زیست محیطی، باید ۱۰ درصد از فضای صنعتی به فضای سبز اختصاص داده شود که البته در پتروشیمی درصدهای بالاتری به این مساله اختصاص داده شده است. به عنوان مثال، در پتروشیمی اصفهان در مقابل ۶۵ هکتار فضای صنعتی، ۸۵ هکتار فضای سبز احداث شده است. در حال حاضر، حدود ۱۰۰۰ هکتار فضای سبز در اطراف و داخل ۹ مجتمع تولیدی فعلی، احداث شده است و از آنها نگهداری می شود و نکته حائز توجه این است که آبیاری این فضای سبز با استفاده از پسابهای صنعتی تصفیه شده صورت می پذیرد که تا حد زیادی از مصرف آب خام کاسته است. ولی با تمام این تفاسیر به نظر میرسد، با توجه به گستردگی این صنعت و

مخاطرات بهداشتی، ایمنی و زیست محیطی می دانستند قابلیت شرکت هادر مباحث مذکور افزایش یافت و نتایج رضایت بخش و مطلوبی را برای آنها فراهم آورد. در صنعت نفت نیز پس از بررسی عملکرد شرکت های موفق نظیر Shell و Total همچنین نحوه مدیریت برنامه های مرتبط با کنترل حوادث، با این باور که ایجاد روندی سیستماتیک در وهله اول و توسعه نگرش پیشگیرانه (Proactive) در مرحله بعدی، صنایع ما را به طرح و برنامه های بهبود یافته و اثربخش با به کارگیری ابزارها و تکنولوژی نوین قادر خواهد ساخت به این عرصه وارد گردید.

الگو برداری از نظام مدیریت HSE شرکت های نفتی عضو OGP، می تواند با بومی سازی مطالب با توجه به نوع صنعت و تسهیلات موجود با توجه به اصل همپایانی (Equifinality) صورت پذیرد. اصل همپایانی صراحتا اعلام می نماید برای سرعت بخشیدن به برنامه ها و ایجاد جهش مؤثر در کارها می توان از تجارب موفق شرکت معتبر با عملکرد مشابه استفاده نمود.

امروزه در صنعت نفت ایران بینش و آمادگی برای مدیریت برنامه های بهداشت، ایمنی و محیط زیست بصورت یکپارچه ایجاد شده است. صنعت نفت بعنوان صنعتی استراتژیک در کشور، همواره در استفاده از معیارها و استانداردهای معتبر جهانی و به روز کردن نظامهای مدیریتی پیشگام بوده و بر این اساس از حداکثر توان خود برای ایجاد محیط های کاری سالم و توسعه پایدار بهره می گیرد. نظام مدیریت یکپارچه بهداشت، ایمنی و محیط زیست در صنعت نفت مسیر دستیابی به اهداف را که همانا ایجاد محیط های کاری بدون حادثه، بدون آسیب و بدون آلاینده زیست محیطی است، کوتاه می کند.

HSE ضمن کاهش هزینه ها و مخاطرات و افزایش ایمنی و فرصتها، امکان ممیزی یکپارچه و مطمئن را نیز فراهم می آورد. بدین ترتیب در کنار هم قرار گرفتن این سه مقوله تحت مدیریت یکپارچه، اثرات سینرژیک و هم افزایی قابل ملاحظه ای بر یکدیگر داشته و نتایج مثبت جمع جبری آن، به مراتب بیشتر از گذشته خواهد بود. گرچه راه اندازی نظام مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست از جمله اقدامات مؤثر کلان برای بهبود وضعیت زیست محیطی واحد های نفتی و پالایشگاهی بود اما به هر حال تنها یک بازدید کوچک از مناطقی حومه این واحدها مثل بندر امام، استشمام آمونیاک موجود در هوا، مشاهده پسابهای ورودی به دریا و شنیدن درد دل بومیانی که زندگی خود را متأثر از این آلودگیها می بینند، هر فرد منصفی



آلایندگی آنها، نیازمند توان کارشناسی بالا و کسب اطلاعات دقیق می‌باشد. چنانچه اطلاعات دقیق از میزان و نوع آلودگی‌ها و نحوه انتشار مواد آلاینده در دست نباشد، مشکلات موجود به درستی شناخته نشده و پی‌آمد آن، روش‌های درمانی نیز تأثیر چندانی نخواهند داشت.

مدیریت در مجتمع‌های پتروشیمی یکی از مهمترین فاکتور هایی است که می‌تواند برای حفظ محیط زیست کارا باشد، مثلا هنگامی که تصمیمی در ارتباط با احداث مجتمعی در کنار دریا اتخاذ می‌شود، به دلیل نداشتن شناخت، دریا محیط آبی وسیعی فرض می‌شود که ورود يك یا چند فاضلاب كوچك در آن به چشم نیامده و زیان چندانی ایجاد نمی‌نماید. این موضوع در مورد صنایع پتروشیمی که آلودگیهای اندك و مواد شیمیایی ذره ذره وارد دریا شده، جمع گشته و باعث ایجاد تخریب‌های شدید و آلودگی‌های مخرب می‌گردد، بیشتر اهمیت پیدا می‌کند. اگر يك مدیر از دیدی وسیع برخوردار بوده و آینده‌نگر باشد، این ضررهای درازمدت را درك می‌کند و جهت اصلاح مشکلات موجود كمر همت می‌بندد. اما چنانچه يك مدیر در زمینه محیط زیست ناآگاه بوده و یا منافع اقتصادی و کوتاه‌مدت خود را بیشتر مدنظر قرار دهد، علاوه بر عدم حصول نتیجه مورد نظر، موجبات خروج نیروهای کارآمد را از سیستم فراهم می‌نماید. از این رو نحوه مدیریت و میزان آگاهی مدیران نقش بسیار اساسی در کاهش معضلات و آلودگیهای زیست محیطی دارد و البته متصدیان حفظ محیط زیست در پتروشیمی بر این عقیده‌اند که ارتباط موثر و منسجمی میان مدیران مجتمع‌ها، دفاتر محیط زیست و دفتر محیط زیست NPC برقرار است؛ مدیران ارشد کلیه مجتمع‌های تولیدی به اندازه کافی با مباحث زیست محیطی آشنا بوده و از علاقه بسیار زیادی در زمینه رفع آلودگی‌های محیط زیست و گسترش فضای سبز برخوردارند؛ چرا که انجام پروژه‌های متعدد زیست محیطی در تمام مجتمع‌های پتروشیمی بدون نظر مساعد و موافق مدیریت مجتمع‌ها عملی نخواهد بود.

منابع:

- وبگاه مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط زیست
- وبگاه شرکت ملی صنایع پتروشیمی
- وبگاه شرکت پتروشیمی تبریز
- وبگاه شرکت پتروشیمی فجر
- وبگاه شرکت پتروشیمی سازند
- وبگاه شرکت پتروشیمی
- وبگاه شبکه تفکر ایران
- مقاله «بررسی اثرات صنعت پالایشگاه و پتروشیمی بر محیط زیست در شهرهای عسویه و ماهشهر و نقش سیستم HSE برای کنترل آنها»؛ نوشته سکیه مهدوی

فعالیت های پتروشیمی، آنچه به آن اشاره شده پایین تر از حد مورد نیاز و انتظار است که البته با توجه به سیاست های اعلام شده توسعه در این زمینه از جمله اهداف و اولویت های این صنعت به شمار می شود.

در این باره کارشناسان مربوط، مواردی را موثر بر محیط زیست اعلام کردند که گاه فقدان آن‌ها در صنایع پتروشیمی عوارض مربوط به فعالیت های صنعتی این واحدها را افزایش داده است. در این بین گاه عدم استفاده از تکنولوژی‌های روز از جمله مواردی است که کارشناسان مدعی اند مقایسه وضعیت آلایندگی صنایع کشور نظیر صنعت پتروشیمی با صنایع مذکور در کشورهای توسعه‌یافته، نشانگر ارتباط مستقیمی بین عدم برخورداری از تکنولوژی‌های روز و کارآمدی با آلودگی محیط زیست است؛ به‌عنوان نمونه، محصولات پلیمری که در حال حاضر تولید می‌شود، از مونومرها و مواد اولیه آلی خطرناکی ساخته می‌شود که بسیار سرطان‌زا است. بخشی از این مواد در پروسه تبدیل مواد اولیه به محصول، در پلیمر باقی می‌مانند که در پایان فرآیند، دفع شده و منجر به آلودگی‌های فراوان زیست محیطی خواهند شد. دلیل اصلی این مشکلات عدم بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مناسبی است که در کشورهای پیشرفته مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ از آنجاییکه صنعت پتروشیمی کشور، از تکنولوژی‌های بروز و کارآمدی که مواد اولیه را به‌طور کامل مصرف کرده و تماما به پلیمر تبدیل سازد، بی‌بهره است، فرآوری کامل صورت نپذیرفته و مواد تضييع شده به محیط دفع می‌گردد.

زمانی که يك استاندارد جدید محیط زیست وضع می‌شود، به دلیل فشارهای زیست محیطی، برای از بین بردن آلودگیهای موجود، هزینه و نیروی انسانی زیادی را متوجه خود می‌سازد تا درصدی از آلودگی‌ها را کاهش دهد. محاسبات مشخص ساخته که اگر تکنولوژی جدیدی که در صنعت مورد نظر به کار گرفته می‌شود، با استانداردهای مورد نظر مطابقت داشته باشد، علاوه بر کاهش آلودگی، با راندمان بالای خود موجب افزایش تولید نیز می‌شود. لذا حفظ محیط زیست می‌تواند ارتقای تکنولوژی را نیز فراهم آورد. این روش در کشورهای اروپایی به کار گرفته شده و تکنولوژی‌هایی که به پایان عمر خود رسیده‌اند و با استانداردهای مذکور مطابقت ندارند، جمع‌آوری می‌شوند. البته گاهی این تکنولوژی‌ها به کشورهای در حال توسعه فرستاده می‌شود که ایران نیز در این بین بی‌نصيب نبوده است.

در اینجا به نظر میرسد، تجهیز واحد های صنعتی به تکنولوژی روز از ملزوماتی است که باید جهت حفظ منابع طبیعی آن را در اولویت های پیشروی پتروشیمی کشور قرار داد و وضعیت پساتحریم را به عنوان فرصتی مغتنم جهت رفع نیاز های وارداتی این صنعت قلمداد کرد.

در زمینه کنترل آلایندگی‌های زیست محیطی، توانایی به‌دست آوردن اطلاعات و آمار دقیق نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. واحدهای پتروشیمی به دلیل پیچیدگی و گستردگی مواد مصرفی، واسطه و تولیدی و تنوع سیستم‌های کنترلی به‌کار گرفته شده، از لحاظ بررسی‌های زیست محیطی شرایط سخت‌تری را نسبت به صنایع دیگر دارند. لذا بررسی



استقبال بخش خصوصی از کسب و کار محوری ایران پلاست



دهمین دوره نمایشگاه ایران پلاست با حضور شرکت های مختلف داخلی و خارجی در زمینه ها و سطوح مختلف صنایع مربوط به پلاستیک، پلیمر و پتروشیمی در نمایشگاه بین المللی تهران در شرایطی برگزار شد که به اعتقاد بسیاری از شرکت های داخلی بخش خصوصی، این نمایشگاه نسبت به دوره قبلی آن که پر رونق تر و پویا تر بوده است و مهم ترین وجه تمایز این دوره از ایران پلاست را حضور پررنگ و موثر شرکت های خارجی در نمایشگاه می دانند.

پس از اجرایی شدن برجام، "ایران پلاست" اولین نمایشگاهی است که در سطح گسترده و در سطح بین المللی برگزار می شود و نگاه های بنگاه ها و فعالان اقتصادی را بیش از دوره های قبل به خود جلب کرده است و قبل از آغاز به کار آن بسیاری منتظر بودند که ببینند حضور شرکت ها و فعالان تجاری خارجی در چه ابعادی در این دوره اتفاق خواهد افتاد.

بررسی ها از سطح نمایشگاه و غرفه هانشان می دهد که اکثر شرکت های خصوصی که در دهمین دوره نمایشگاه ایران پلاست شرکت کرده اند معتقد هستند که حضور شرکت های خارجی چه در سطح کمی و چه در سطح کیفی دست کم در مقایسه با دوره های قبل مفیدتر بوده است و نتایج آن در مواردی در قالب تفاهم نامه ها و قراردادهایی جنبه عملی پیدا کرده است، هرچند که البته بعضی شرکت هادر برخی زمینه ها اعتقاد دارند که حضور خارجی چندان چشمگیر نبوده است و توقعات آن ها در این زمینه برآورده نشده است.

به گفته برخی شرکت کنندگان در نمایشگاه ایران پلاست بخش خصوصی در زمینه صنایع مربوط به پتروشیمی و پلاستیک امکان رقابت با شرکت های دولتی را دارد اما همچنان مسائل مالی و بحث سرمایه در گردش را یکی از مهمترین مشکلات فعالان بخش خصوصی در این صنعت می دانند. از سوی دیگر نیز برخی دیگر از فعالان و تولید کنندگان بر این باورند که وضعیت صادرات این محصولات به کشور های مختلف از کشورهای منطقه و سایر کشورها بسیار ناچیز است و این ظرفیت وجود دارد که میزان صادرات محصولات پلاستیکی و پتروشیمی بسیار بیشتر از وضعیت موجود شود و شرکت های داخلی به سمت بازارهای صادراتی حرکت کنند.

بهرامی - مدیر فروش شرکت بیرنوش تولید کننده در بطری، پت و پریفورم - حضور در نمایشگاه دهمین دوره ایران پلاست را مثبت ارزیابی کرد و تصریح کرد که نمایشگاه از بازده مطلوبی برخوردار بوده است. وی عنوان کرد: در مجموع شرایط نمایشگاه راضی کننده بوده و نظم و رسیدگی قابل قبولی در برگزاری این دوره برقرار بوده است و به لحاظ امنیت غرفه ها همه چیز لحاظ شده است.

سال نهم - شماره هشتاد و هفت - اردیبهشت ۹۵



بهتری نسبت به نمایشگاه های دوره های قبل و نمایشگاه های مشابه ارزیابی کرد. وی درباره حضور شرکت‌ها و تجار خارجی در ایران پلاست امسال گفت: در مجموع حضور خارجی‌ها در نمایشگاه این دوره مفید بود و در میان شرکت های خارجی شرکت های اروپایی حضور بیشتر و پررنگ تری داشته اند. عسگری افزود: تا کنون امضا تفاهم نامه یا قراردادی را مشاهده نکردم اما با توجه به شرایط امیدواری برای برقراری برای قراردادهای جدید وجود دارد.

مدیر اداری شرکت موج اندیشه نوین همچنین اظهار امیدواری کرد که با توجه به وضعیت برگزاری این دوره از نمایشگاه ایران پلاست، رویکرد نمایشگاه از باردید محوری به سمت کسب و کار محوری تغییر کند. صالح - حسابدار و مدیر بازرگانی شرکت سینا پلاستیک پاکیزه - نیز عنوان کرد: نمایشگاه برای شرکت ما مثبت و مفید بوده است اما به نظر می رسد بادیکنندگان از شهرستان کم بوده است.

وی درباره حضور فعالان تجاری خارجی در نمایشگاه گفت: امسال از کشورهای اروپایی و آسیایی شرکت‌ها و بازرگانان زیادی در نمایشگاه حضور داشتند و در مجموع حضور شرکت های خارجی در نمایشگاه قابل قبول و مثبت بوده است. صالح همچنین تصریح کرد که شرایط برای امضا قرارداد جدید بین شرکت های ایرانی و طرف های خارجی فراهم است.

مدیر بازرگانی شرکت سینا پلاستیک پاکیزه درباره تغییر رویکرد نمایشگاه ایران پلاست از بادیید محوری به کسب و کار محوری گفت: اگر این موضوع در حد شعار نباشد امکان این تغییر رویکرد برای نمایشگاه وجود دارد. همچنین محمد امین هاشمی - مسئول کنترل کیفیت شرکت سامان پلیمر - نمایشگاه این دوره ایران پلاست را مطلوب و قابل استفاده ارزیابی کرد.

وی گفت: نسبت به سال ۲۰۱۴ حضور شرکت های خارجی بسیار بیشتر جذاب تر در نمایشگاه دنبال شده است و آن چیز هایی که به شخصه در سال های مربوط به اروپایی‌ها دیدم بسیار برایم قابل استفاده بود و بهره کافی را بردم. هاشمی اضافه کرد: حضور خارجی‌ها در نمایشگاه کاملا جنبه عملی و عینی داشت و منجر به امضا قرارداد و تفاهم نامه هایی شد. مسئول کنترل کیفیت شرکت سامان پلیمر درباره تغییر رویکرد و نگاه نمایشگاه به سمت کسب و کار محوری گفت: تا حد زیادی این تغییر رویکرد اتفاق افتاده است و نگاه‌ها به سمت کسب و کار برگشته است.

مدیر فروش شرکت بیرنوش همچنین حضور شرکت های خارجی را در این دوره مثبت ارزیابی کرد و گفت: حضور بازرگان‌ها و شرکت های خارجی در این دوره از نمایشگاه ایران پلاست در مقایسه با آخرین دوره این نمایشگاه که دو سال پیش برگزار شد وضعیت مطلوب تری داشته است. وی اضافه کرد: درغرفه خودمان مشتریان زیاد داخلی و خارجی داشتیم و با طرف های خارجی صحبت‌ها و مذاکرات خوبی برای امضا تفاهم نامه‌ها برای آینده صورت گرفت.

بهرامی همچنین درباره اینکه چقدر رویکرد نمایشگاه از بادیید محوری به سمت کسب و کار محوری تغییر کرده است تصریح کرد: این هدف امکان محقق شدن دارد چرا که بعد از رفع تحریم‌ها حضور شرکت های بین المللی و مراجعه کنندگان خارجی بیشتر شده است و از طرفی هم امضا قراردادهای همگی زمینه را برای تحقق این هدف فراهم کرده است.

به گفته وی دهمین دوره نمایشگاه ایران پلاست اولین نمایشگاه پس از تحریم‌هاست که بازدهی بیشتری نسبت به نمایشگاه های گذشته داشته است.

همچنین مسعود شریفی - مدیر شرکت اسبب بازی رویدی - گفت: امسال اولین باری است که در نمایشگاه ایران پلاست شرکت می کنیم و در مجموع شرایط مثبت بوده است و بادیید کنندگان زیادی نیز داشته ایم. وی درباره اینکه حضور شرکت‌های خارجی در این دوره از نمایشگاه چقدر قابل قبول بوده است گفت: در صنف ما حضور خارجی‌ها چندان قابل توجه نبوده است و تفاهم‌نامه و قرارداد چندان به امضا نرسید و توقع ما برای صنف ما در این زمینه محقق نشد.

مدیر شرکت اسباب بازی رویدی همچنین درباره تغییر نگاه نمایشگاه به سمت کسب و کار محوری عنوان کرد: این هدف تا حد زیادی می تواند حاصل شود اما مسئله در اینجاست که تبلیغات نمایشگاه ضعیف بوده است. اگر اطلاع رسانی بهتری صورت می گرفت بادیید کننده بیشتری به نمایشگاه می آمد اما با این حال تعداد بادییدکنندگان از نمایشگاه قابل قبول است.

مهدی عسگری - مدیر اداری شرکت موج اندیشه نوین تولید کننده قطعات لاستیکی و پلاستیکی - نیز شرایط برگزاری نمایشگاه ایران پلاست را بسیار



ایران پلاست و تلاش برای پاسخ به یک سؤال قدیمی نقش NPC در توسعه صنایع پایین دستی چیست؟



است که سرمایه گذاران را به سمت صنایع بالا دستی سوق داده است و عملاً باعث شده است انگیزه‌ای زیادی برای سرمایه گذاری در صنایع پایین دستی وجود نداشته باشد. از جمله صنایع پایین دستی پتروشیمی می‌توان به پلاستیک، لاستیک، کود و سموم، الیاف و نساجی، داروهای شیمیایی، مواد آرایشی بهداشتی، شوینده و ... اشاره کرد.

با توجه به وجود منابع غنی نفت و گاز کشور در صنایع بالا دستی پتروشیمی تحولات خوبی اتفاق افتاده است. اما صنایع پایین دستی با وجود دارا بودن مزیت های بیش تر از جمله دارا بودن ارزش افزوده و اشتغال بیش تر، نسبت به صنایع بالا دستی چند ان مورد توجه قرار نگرفته است

با توجه به بررسی های انجام شده صنایع پایین دستی پتروشیمی کشور، مشکلاتی مانند عدم تعهد به تأمین به موقع خوراک و مواد اولیه مورد نیاز، به وجود آمدن بازار سیاه به علت سهمیه بندی مواد اولیه مورد نیاز، عدم توزیع مناسب محصولات پتروشیمی و عدم هماهنگی نهادهای متولی در زمینه توسعه صنایع پایین دست را به عنوان چالش‌های اصلی خود عنوان می‌کنند.

فعالان این صنایع برای بهبود وضعیت موجود راهکارهایی از جمله شناور سازی قیمت مواد اولیه، در نظرگرفتن مشوق‌های صادراتی برای محصولات نهایی، هماهنگی بیش تر شرکت بازرگانی پتروشیمی با تولیدکنندگان محصولات نهایی، حذف تخصیص جایزه صادراتی به صادرات مواد اولیه مورد نیاز صنایع داخلی و ... را پیشنهاد می‌کنند.

فعالان صنایع پایین دستی معتقدند که به طور کلی توسعه صنایع پایین دستی دارای حداقل مزیت های از جمله کاهش واردات و افزایش صادرات،

توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی و نقشی که شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران در تحقق این آرمان ایفا می‌کند در تمام سال‌های گذشته یکی از دغدغه‌های جدید فعالان این صنعت بوده و هست. دغدغه‌ای نسبتاً پیچیده که NPC سعی کرده به درستی آن را برطرف کند و از همه ابزارهای خود از جمله دهمین نمایشگاه ایران پلاست برای تحقق این آرمان استفاده می‌کند.

فعالان صنایع پایین دستی که همواره خواستار حمایت‌های لازم قانونی و ... برای توسعه این صنایع هستند، دغدغه‌هایی دارند که نمایشگاه ایران پلاست دهم فرصتی ایجاد کرد که ضمن بیان این دغدغه‌ها، نسبت به رفع آن‌ها اقدام کنند به طور نمونه دبیرکل فدراسیون صادرات انرژی و صنایع وابسته به تشریح مهمترین دغدغه‌های صنایع پایین دستی صنعت پتروشیمی پرداخت و تصریح کرد که باید با در نظر گرفتن سیاست‌های تشویقی در صنایع پایین دستی سرمایه‌گذاران را به سمت سرمایه‌گذاری در این بخش علاقه‌مند کرد چرا که صنایع پایین دستی از امکان ایجاد ارزش افزوده و اشتغال‌زایی بیشتری در مقایسه با صنایع بالا دستی برخوردار است.

پس از اجرایی شدن برجام ایران پلاست اولین نمایشگاهی بود که در ابعاد گسترده و در سطح بین المللی برگزار شد و توجه بنگاه‌ها و شرکت‌های داخلی و خارجی را بیشتر از دوره‌های قبل به سمت خود جلب کرد. یکی از بخش‌های مورد توجه در دهمین دوره نمایشگاه ایران پلاست بخش صنایع پایین دستی و حوزه‌های مرتبط با آن بود. صناعی که به اعتقاد بسیاری از کارشناسان در سال‌های اخیر در صنعت پتروشیمی در مقایسه با صنایع بالا دستی مغفول واقع شده است چرا که سیاست گذاری‌ها در جهت بوده

می‌توانیم اقتصادی درون‌زا و مبتنی بر تولید را شکل بدهیم اتفاقی که در نهایت منجر به صادرات نیز خواهد شد.

صالحی همچنین با ارزیابی از وضعیت حضور بخش خصوصی در صنایع پایین دستی پتروشیمی گفت: مطالبه اصلی بخش خصوصی این است که شرکت ملی پتروشیمی حمایت لازم را از صنایع پایین دستی پتروشیمی انجام دهد و با توجه به اینکه خارجی‌ها علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در بخش صنایع پایین دستی هستند و از این طریق این امکان وجود دارد که سرمایه مناسبی به این بخش وارد شود باید تمرکز بیشتری در صنایع پایین دستی انجام شود و بیشتر سرمایه‌گذاری‌ها در آینده در این حوزه صورت بگیرد و همچنین متولیان آن یعنی وزارت نفت و وزارت صنعت فضا را به سمت صنایع پایین دستی تغییر دهند تا امکان انتقال تکنولوژی نیز به وجود بیاید.

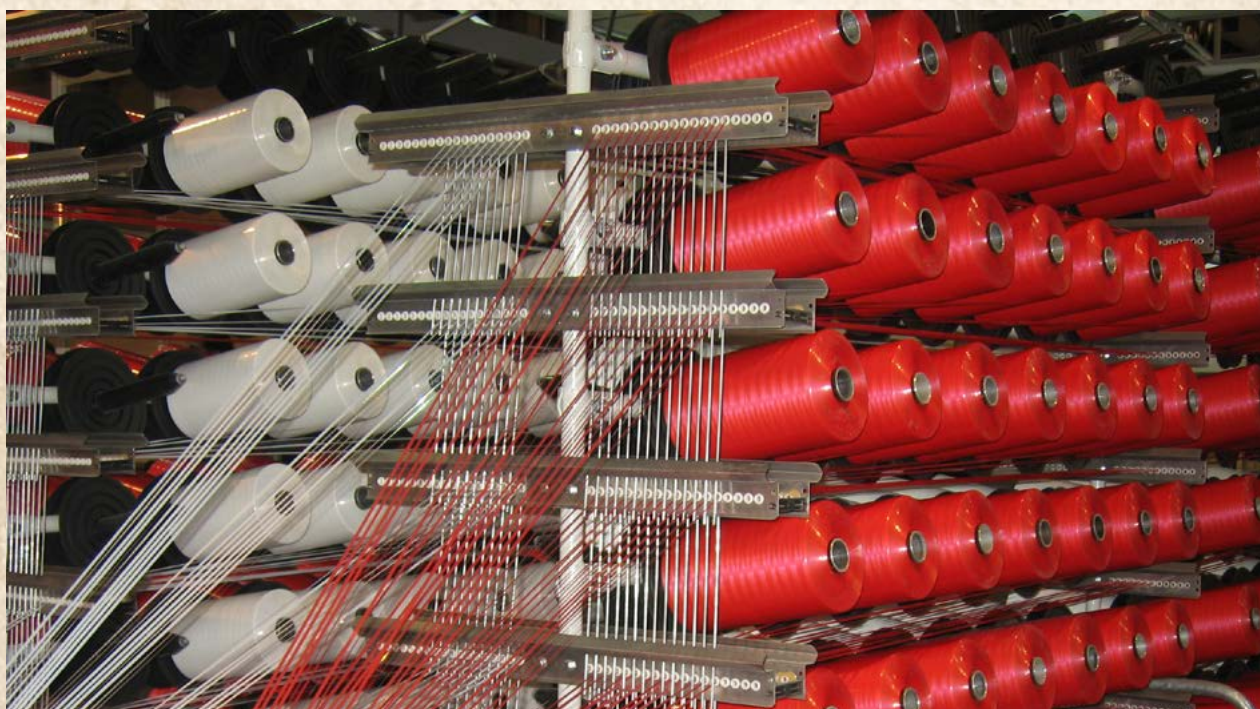
ایران پلاست دهم که با رویکرد کسب و کار جهانی برگزار شد، تلاشی جدی برای حل این معضل داشت، از دعوت از بازرگانان خارجی گرفته تا تلاش برای رخ دادن اتفاقات تجاری در دل نمایشگاه که هم به جذب سرمایه‌گذار کمک می‌کرد و هم مشتریان جدیدی را برای خدمات شرکت‌های پایین دستی فراهم می‌کرد.

نایب رییس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی تهران در ادامه اضافه کرد: بخش خصوصی ما در زمینه صنایع پایین دستی توانسته است به جایگاه مناسبی برسد اما نکته حائز اهمیت این است که قوانین و چارچوب‌های که در سیاست‌های مان تدوین می‌کنیم در نهایت مسیر حرکت بخش خصوصی و چگونگی رشد آن را تعیین می‌کند. در گذشته بخش خصوصی ما بیشتر به سمت صنایع بالا دستی سوق داده می‌شد چرا که در آن بخش مشوق‌های خوبی وجود داشت و صادرات مناسب هم در صنایع بالا دستی انجام می‌گرفت. صالحی افزود: اگر برای صنایع پایین دستی هم سیاست‌های تشویقی در نظر گرفته شود بخش خصوصی ما استعداد و تکنولوژی لازم را دارد که در این بخش فعال شود و با توجه به شرکت‌های علاقه‌مند خارجی می‌توانیم به عنوان کشور دارای خوراک پتروشیمی ارزش افزوده بیشتری داشته باشیم و صادرات غیر نفتی‌مان بیشتری داشته باشیم.

بهره‌مند شدن از ارزش افزوده بالا در مقایسه با تولیدات صنایع بالا دستی پتروشیمی، ایجاد اشتغال بیش‌تر، جذب بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری، تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در صنایع وابسته است. لذا لازم است دولت و وزارتخانه‌های مربوطه توجه خاصی به توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی معطوف دارند.

حمیدرضا صالحی - دبیرکل فدراسیون صادرات انرژی و صنایع وابسته و نایب رییس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی تهران - ضمن برشمردن مزیت‌های صنایع پایین دستی پتروشیمی به بیان برخی مشکلات موجود در این عرصه پرداخت و گفت: یکی از مهمترین دغدغه‌ها در این حوزه این است که در سالیان گذشته بیشتر سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته در بخش صنایع بالا دستی بوده است.

وی ادامه داد: در صنایع بالادستی مزایایی وجود دارد که می‌توان به سرعت فرآورده‌ها را آماده صادرات کرد و بازاری مناسبی برای‌شان پیدا کرد اما عیب بزرگ آن این است که نیروی انسانی کمتری را به خود درگیر می‌کند و به اشتغال زایی کمک زیادی نمی‌کند اما در صنایع پایین دستی می‌توان از طرفی ارزش افزوده بیشتری از خوراکی که بدست می‌آید ایجاد کرد و از سوی دیگر هم نیروی انسانی بیشتری را درگیر می‌شود و در نتیجه اشتغال بیشتری ایجاد می‌شود. صالحی افزود: لذا باید از این به بعد در صنایع پایین دستی سرمایه‌گذاری بیشتری انجام شود و با اتخاذ سیاست‌های جدید به سمتی حرکت کنیم تا کسانی که به سمت سرمایه‌گذاری در صنایع بالا دستی رفته‌اند تمایل‌شان به فعالیت در زمینه صنایع پایین دستی بیشتر شود. دبیرکل فدراسیون صادرات انرژی و صنایع وابسته تصریح کرد: می‌توان از مشوق‌هایی برای رسیدن به این هدف استفاده کرد به این معنی که اگر امتیازی برای صنایع بالا دستی وجود دارد به گونه‌ای جهت دهی شود که از محل درآمدهای ناشی از فروش صنایع بالا دستی بتوان امکان سرمایه‌گذاری در صنایع پایین دستی نیز مهیا شود و با تدوین قوانینی که می‌تواند در این زمینه به عنوان مشوق در نظر گرفت مالکین صنایع پایین دستی را به سرمایه‌گذاری در صنایع پایین علاقه‌مند کرد. وی ادامه داد: ما امروز این نیاز را داریم که داشته‌های مان را تبدیل به ارزش افزوده کنیم چرا که در راستای اقتصاد مقاومتی اگر بتوانیم در داخل ارزش افزوده ایجاد کنیم



شکل پنجم - شماره شانزدهم و شانزدهم - اردیبهشت ۱۴۰۰

مدیریت مستندسازی و مالکیت فکری در سازمانهای دانش بنیان و پژوهش محور



مقدمه:

تدوین و مستندسازی دستاوردهای پژوهشی و دانش های حاصله یکی از اقدامات اساسی در سازمان های پژوهش محور و ارائه کننده فناوری خواهد بود، بطوری که در صورت بی توجهی به این مقوله، نه تنها کلیه مولفه های لازم، هنگام ارائه فناوری جمع آوری و دسته بندی نشده و آماده ارائه نخواهند بود؛ بلکه امکان پشتیبانی و ارائه خدمات پس از واگذاری و فروش فناوری و همچنین پس از این مرحله (جهت پشتیبانی از فناوری واگذار شده)، پژوهندگان و پدیدآوردگان دستاوردها در خدمت سازمان نباشند. ضمناً در عرصه رقابت تنگاتنگ سازمان های ارائه کننده فناوری، توسعه، بهبود و بهینه سازی لازمه باقی ماندن در میدان رقابت است و هر گونه برنامه ریزی در این زمینه با استفاده از دانش های مدون شده و مستندات پژوهش های قبلی سازمان میسر خواهد بود. از ایترو شناسایی، استخراج، تدوین و مستندسازی کلیه نتایج، دستاوردها و دانش های حاصله حین اجرای طرحها و پروژه های پژوهشی و جمع بندی آنها در سازمان های دانش و پژوهش محور یکی از ضروری ترین فرایندهای سازمانی خواهد بود.

یکی دیگر از اقدامات اساسی در سازمان های پژوهش محور و ارائه کننده فناوری همراه با انجام فعالیت های خلق ایده تا ارائه محصول فناورانه، توجه به مقوله حفاظت از دستاوردهای فکری یا به عبارت دیگر مدیریت بر مالکیت های فکری است. دارایی های هر سازمان، به دارایی های مشهود (مالی و فیزیکی که به راحتی قابل شناسایی و ارزش گذاری هستند) و دارایی های غیر مشهود (که به سهولت قابل

فرایندهای مستندسازی دانش های کسب شده و یافته های پژوهشی با بهره گیری از مصادیق مالکیت های فکری (به ویژه ثبت اختراعات) و حقوق ناشی از آن ها، از فرایندهای ضروری جهت پشتیبانی از انجام پژوهش و خلق دانش، توسعه و تجاری سازی فناوری و کسب درآمد ناشی از آن در سازمان های دانش بنیان و پژوهش محور هستند. شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی در مسیر خلق ایده تا محصول، جهت پشتیبانی از فرایندهای برنامه ریزی و اجرای پروژه های پژوهشی و دستیابی به فناوری و تجاری سازی فرایندها از بدو تاسیس توجه ویژه ای به فرایندهای مستندسازی و مالکیت فکری داشته است، بطوری که در چارت سازمانی آن ساختاری تحت عنوان امور مستندسازی و ثبت اختراعات در نظر گرفته است. در این نوشتار ضمن بررسی مختصر این ساختار و معرفی وظایف و مسئولیت های امور مستندسازی و ثبت اختراعات، اهمیت فعالیتها و فرایندهای تدوین، مستندسازی و ثبت دانش های کسب شده و دستاوردهای پژوهشی با بهره گیری از حقوق مالکیت فکری به عنوان يك الزام برای سازمان های دانش بنیان و پژوهش محور بحث می گردد.

ضرورت توجه به ساختار و فرایندهای مستندسازی و مالکیت فکری چرخه پژوهش و خلق، توسعه و ارائه فناوری شامل مجموعه فعالیتها و فرایندهایی از خلق ایده تا تبدیل آن به يك محصول فناورانه و ارائه ی آن به بازار با ایجاد ارزش افزوده و درآمدزایی برای حامیان پژوهش و تامین کنندگان است. در کنار انجام فعالیت های مذکور؛ شناسایی، استخراج،

مدیریت دانش نمی گردند. پر واضح است که در عصر حاضر جهت رشد و بالندگی سازمان‌ها استقرار همه جانبه مدیریت دانش از اهمیت ویژه ای برخوردار است. ولی آنجا که استقرار مدیریت دانش تمام ساختار و فرایندهای سازمان را در بر می گیرد و اجزای آن بسیار متنوع و متعدد هستند، در این نوشتار فرصت پرداختن به تمام جنبه های مدیریت دانش وجود نداشته است. از اینرو به لحاظ ساختار سازمانی صرفاً فقط به بخشی از جنبه های استقرار مدیریت دانش یعنی مدیریت مستندسازی و مالکیت فکری پرداخته شده است.

ساختار مستندسازی و مالکیت فکری در شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی

یکی از سیاست های کلان شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی، ایجاد سازمانی دانش محور و متعالی و استقرار نظام مدیریت دانش با رویکرد تسهیم دانش در شرکت و حفاظت از حقوق دارایی های فکری و توسعه خلاقیت و نوآوری است. در راستای این سیاست، بنیان گذاران شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی از ابتدای تشکیل آن، ساختاری سازمانی در این زمینه طرح ریزی و استقرار نموده اند. به عبارت دیگر این شرکت با نهادینه کردن ساختار مستندسازی و مالکیت فکری که از مهمترین الزامات ساختاری در سازمان های دانش و پژوهش محور در عصر کنونی است، از ابتدای تاسیس تاکنون گام به گام فرایندهای مستندکردن، ثبت اختراعات، مدیریت بر مالکیت های فکری را هم راستا با فرایندهای انجام پژوهش، خلق دانش و ارائه فناوری پیش برده است. از طرفی دیگر با گذشت زمان و افزایش بلوغ سازمانی و توسعه فرایندهای پژوهش، فناوری و تجاری سازی شرکت، موضوع اصلاح، تقویت و توسعه فرایندهای مستندسازی و مالکیت فکری نیز در این شرکت مطرح بوده است.

وظایف و مسئولیت های امور مستندسازی و ثبت اختراعات

نظر به اینکه ماهیت اصلی دستاوردهای شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی، از جنس دانش و فناوری است؛ مستندسازی، حفاظت علمی و دقیق از آن ها، به عنوان یکی از زیرساخت های اساسی توسعه فناوری؛ نقش محوری در تجاری سازی و کسب درآمد از این دستاوردها خواهند داشت. از اینرو امور مستندسازی و ثبت اختراعات، با هدف مستند نمودن دانش های حاصله و حفاظت از حقوق مالکیت فکری دستاوردهای پژوهشی شرکت پایه گذاری گردیده است. این امور پی گیری وظایف و مسئولیت های نظارت و راهنمایی پژوهشگران در تهیه و تدوین گزارش پروژه ها و مدارک مهندسی، متون و درخواست های ثبت اختراعات و نوآوری های مرتبط با فعالیت های پژوهشی و آرشو و به اشتراك گذاری آن ها، انجام مراحل ثبت اختراعات، ثبت نرم افزارها و ثبت علائم تجاری محصولات شرکت، نظارت بر مفاد مالکیت فکری قراردادهای و تفاهم نامه ها، نظارت بر انتشار دستاوردها در قالب کتاب، مقاله و ارائه سخنرانی در همایش ها، افزایش آگاهی پژوهندگان در زمینه مالکیت فکری و ایجاد مرکز اسناد و بانک اطلاعاتی از دستاوردهای پژوهش پتروشیمی بر عهده دارد.

فعالیت های حرفه ای این امور از سال ۱۳۸۴ با ثبت اولین اختراع آغاز شده و به تدریج با توسعه و سازماندهی روزافزون، این امور به یکی از ادارات تخصصی مستندسازی و مالکیت فکری تبدیل گشته است. بطوریکه هم-اکنون خدمات این امور نه تنها به صنعت پتروشیمی و کمیته مالکیت فکری وزارت نفت عرضه می گردد، بلکه همچنین خدمات تخصصی بررسی ماهوی درخواست های ثبت اختراع به اداره ثبت اختراعات ایران (به عنوان مرجع استعمال) ارائه می شود.

خلاصه ای از فعالیت های امور مستندسازی و ثبت اختراعات:

- ۱- پی گیری تدوین و مستندسازی نتایج فعالیت های پژوهش و فناوری
- ۲- بررسی و شناسایی دستاوردهای مهم شرکت جهت مستندسازی و حفاظت از آن ها
- ۳- ثبت اختراعات از دستاوردهای پژوهش و فناوری شرکت

ساخت، استخراج، ارزیابی و ارزش گذاری نیستند) تقسیم بندی می شوند. مالکیت فکری (Intellectual Property) به مالکیت های حاصل از خلاقیت های فکری انسان (که زیرمجموعه دارایی های غیرمشهود هستند)، گفته می شود. به عبارت دیگر اصطلاح مالکیت فکری به دستاوردهای وابسته به اندیشه، دانش، ادبیات، هنر، صنعت، فن، نوآوری و ذوق بشری؛ اطلاق می شود. بنابراین مالکیت های فکری عمدتاً به دو زمینه کلی مالکیت های صنعتی (نظیر اختراعات، طرح های صنعتی، علائم و نام های تجاری) و مالکیت های ادبی و هنری (نظیر آثارمکتوب، نرم افزارهای رایانه ای، موسیقی، شعر، فیلم) تقسیم می شوند. با توجه به اینکه در عصر حاضر عمده دارایی های سازمان های دانش بنیان و پژوهش محور دارایی های نامشهود است، اهمیت توجه به مدیریت و پیشینه سازی دارایی های فکری در عصر حاضر امری بدیهی است، بطوری که غفلت از آن ها موجب حذف سازمان ها از جرگه رقابت در ارائه فناوری خواهد شد.

اهمیت توجه به دارایی های فکری در افزایش ارزش شرکت ها و موسسات: دارایی های فکری از طریق ارائه لیسانس، فروش، یا تجاری سازی محصولات یا خدمات حمایت شده درآمد ایجاد می نمایند و سبب افزایش ارزش و ثروت شرکت هادر نظر سرمایه گذاران و موسسات مالی می گردند. همچنین در صورت فروش، ادغام یا تملک، دارایی های فکری موجب افزایش دو چندان ارزش موسسات می-شوند. ضمناً دارایی های فکری برخی از سازمان ها درصد بسیار قابل توجهی از دارایی کل سازمان را تشکیل می-دهند. لذا همانگونه که در سازمان ها تهیداتی جهت احراز، تثبیت و حفاظت از دارایی های مالی و فیزیکی مد نظر قرار می گیرد، برای احراز، تثبیت و حفاظت از دارایی های فکری نیز می بایست تهیدات موثری در نظر گرفت. با توجه به اینکه ثبت اختراعات در میان مصادیق مختلف مالکیت های فکری (به لحاظ نقشی که در زندگی بشر و پیشرفت انسان ها داشته و دارد)، از اهمیت خاصی برخوردار هستند و بطوری که اهمیت آن برای سازمان های فعال در حوزه ی خلق و توسعه فناوری های صنعتی بسیار بالاتر است، در ذیل به مهم ترین نتایج و آثار ثبت اختراعات برای سازمان های دانش بنیان، پژوهش محور و توسعه دهنده ی فناوری پرداخته می شود:

- ۱- شناسایی، احراز، تثبیت و معرفی دستاوردهای فکری سازمان در قالب اسناد ثبت اختراع
 - ۲- ایجاد خلاقیت و برانگیختن حس رقابت در پژوهشگران
 - ۳- تحکیم جایگاه سازمان در بازار رقابتی
 - ۴- ایجاد فرصت اعطای لیسانس و ارائه فناوری یا فروش اختراع
 - ۵- افزایش قدرت چانه زنی در فروش دانش فنی و قراردادهای لیسانس
 - ۶- پشتیبانی از فعالیت های تجاری سازی دستاوردهای پژوهشی
 - ۷- ارائه تصویر مثبت از جایگاه سازمان در اذهان عمومی
- نظارت بر انتشار دستاوردهای فکری در قالب کتاب، مقاله، ارائه

سمینار در همایش ها

هر چند که در چرخه پژوهش و خلق، توسعه و ارائه فناوری، مدیریت بر مالکیت های صنعتی (از قبیل ثبت اختراعات) به عنوان یکی از مهم ترین اقسام مالکیت های فکری از اهمیت والایی برخوردار است، اما نظارت بر انتشار دستاوردهای پژوهش و فناوری به صورت انتشار کتاب، مقاله، ارائه سمینار در همایش ها و غیره (که در قالب مالکیت های ادبی و هنری یا حقوق کپی (Copy Right) به عنوان قسم دیگر از مالکیت های فکری قرار می گیرند) نیز قابل توجه هستند و می بایست در این زمینه هائیز تهیداتی در نظر گرفته شود، بطوری که از به خطر افتادن منافع تجاری دستاوردهای فکری پیش از حفاظت از آن هادر با استفاده از یکی از جنبه های حقوق مالکیت های صنعتی جلوگیری نمود.

مدیریت مستندسازی و مالکیت فکری به عنوان بخشی از فرایندهای

مدیریت دانش:

استقرار مدیریت مستندسازی و مالکیت فکری در راستای استقرار مدیریت دانش هستند، اما شامل کلیه جنبه های ضروری استقرار

یافته است، هر چند که ساختار فعلی به جهت کمبود نیروی انسانی متخصص و با تجربه در زمینه همه مصادیق مالکیت های فکری، فاصله زیادی تا حد ایده ال دارد.

مهندس کاظم شادمنش

رئیس مرکز تهران شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی

۴- ارائه خدمات علمی- فنی و مالکیت فکری به متقاضیان ثبت اختراع
۵- ارائه مشاوره های حقوقی جهت حفظ مالکیت فکری دستاوردهای پژوهشی به ساختار پژوهش پتروشیمی
۶- همکاری و نظارت بر تهیه بسته های دانش فنی حاصل از پروژه ها و طرح های پژوهش و فناوری
۷- سازمان دهی و تمرکز مستندات پایانی و اسناد فنی-مهندسی پروژه ها
۸- فراهم نمودن شرایط دسترسی پژوهشگران به دستاوردهای پروژه های پژوهش و فناوری و اشتراك گذاری دانش های حاصله
۹- توسعه کتابخانه فیزیکی و الکترونیکی
۱۰- تامین منابع اطلاعاتی مورد نیاز پژوهشگران از قبیل: متون استناداردها، کتابهای تخصصی و مقالات، گزارشات تحلیلی، فنی و ارزیابی اقتصادی فرایندهای مختلف پتروشیمی و ...
۱۱- اطلاع رسانی در زمینه آخرین دستاوردهای شرکت
۱۲- هماهنگی و برگزاری سمینارهای اختتام پروژه های پژوهشی
۱۳- نظارت بر انتشار دستاوردهای پژوهشی در قالب مقاله، کتاب، ارائه سمینار و غیره.

نگاهی مختصر بر عملکرد امور مستندسازی و ثبت اختراعات

امور مستندسازی و ثبت اختراعات، توجه ویژه ای نسبت به انجام فعالیت های مرتبط با شناسایی نوآوری های دارای شرایط ثبت اختراع، تدوین گزارش اختراع، تنظیم ادعانامه اختراع و پی گیری مراحل اجرایی ثبت اختراع داشته و دارد؛ به نحوی که همواره در جهت رشد و ارتقاء توانمندی کارشناسان از طریق آموزش های ضمن کار و اصلاح و تقویت ساختار بررسی درخواست های اختراع، تدوین گزارش اختراع و ادعانامه و همچنین تهیه بانک های اطلاعاتی بررسی پیشینه اختراعات پرداخته است و در این زمینه موفق به استخراج و ثبت ۱۹۵ عنوان اختراع گردیده است. ضمناً این امور به عنوان متولی نظارت بر انتشار دستاوردهای شرکت در قالب انتشار مقالات در نشریات داخلی و خارجی و ارائه سخنرانی و سمینار در همایش های داخلی و خارجی تاکنون ۸۷۲ درخواست انتشار مقاله یا ارائه سمینار را از نظر عدم درج مطالب محرمانه و تکنولوژیک شرکت بررسی و مجوز انتشار آنها را صادر نموده است. علاوه بر آن با توجه به مسئولیت ارزیابی امکان ثبت اختراع از نوآوری های صورت گرفته در پروژه های پژوهشی جهت حفظ حقوق مالکیت فکری، نسبت به برگزاری حدود ۵۹۶ عنوان سمینار اختتام پروژه های پژوهشی اقدام نموده است. همچنین در زمینه وظایف و مسئولیت های مستندسازی و اشتراك دستاوردهای پژوهشی مجموعاً ۱۰۳۸ عنوان گزارش پروژه یا مدارک مهندسی پروژه مستند نموده است.

نتیجه گیری:

لازمه ادامه حیات، رشد و توسعه سازمان های پژوهش و فناوری؛ طرح ریزی و استقرار ساختارها و فرایندهای مستندسازی و حفاظت از دستاوردهای پژوهشی و مالکیت های فکری خواهد بود. به عبارت دیگر در عصر حاضر توجه به مدیریت مستندسازی و مالکیت فکری دستاوردهای پژوهش و فناوری، دیگر صرفاً به عنوان یک مزیت رقابتی سازمان های پژوهش محور و ارائه کننده فناوری در نظر گرفته نمی شوند؛ بلکه این موارد یکی از الزامات باقی ماندن در میدان رقابت برای این سازمان ها است و در صورت عدم توجه به آن، سازمان هاپس از پیدایش، رشد و صعود به سمت سقوط و انحلال سوق پیدا خواهند نمود.

چنانچه بیان شد، بنیان گذاران شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی نسبت به مدیریت مستندسازی و مالکیت فکری دستاوردها و دانش های حاصله شرکت توجه داشته اند و متناسب با ماموریت ها و اهداف اولیه شرکت ساختار امور مستندسازی و ثبت اختراعات را (هر چند محدود و بدون توجه به همه جوانب) در چارت سازمانی شرکت لحاظ نموده اند. اما در ادامه با توجه به رشد و توسعه شرکت و تغییر سیاست ها و هدف گذاری جدید، از طریق آموزش های ضمن خدمت و اصلاح و بازنگری فرایندهای کاری، تخصص و توانمندی امور ارتقاء