

# رکورد تازه صادرات سیمان در بازارهای منطقه

آمار هفت ماهه نخست امسال نشان می دهد صنعت سیمان ایران با ۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تن صادرات و حضور در ۱۷ کشور، جایگاهی تثبیت شده در بازارهای عمرانی منطقه یافته است

اداری، فشار مضاعفی بر صادرکنندگان وارد می کند و برنامه ریزی بلندمدت را دشوار می سازد. برخی واحدهای تولیدی نیز با مسئله فرسودگی تجهیزات روبه رو هستند؛ موضوعی که هزینه تولید را افزایش می دهد و کارایی را کاهش می دهد. در بازار امروز، استانداردهای کیفیت و شیوه بسته بندی اهمیتی دوچندان یافته است. بسیاری از کشورها برای مصالح ساختمانی مقررات سختگیرانه ای اعمال می کنند و در نتیجه ارتقای سیستم های کنترل کیفیت، بهبود بسته بندی و توسعه فناوری های نو در این بخش به ضرورتی جدی بدل شده است. از سوی دیگر، جهان به سمت مصالح کم کربن حرکت می کند و صنعت سیمان ایران نیز ناگزیر است به سمت فناوری های کاهش مصرف انرژی، استفاده از سوخت های جایگزین و تولید محصولات سازگارتر با محیط زیست حرکت کند. چالش های اقلیمی نیز معادله را پیچیده تر می کند. بخش قابل توجهی از کارخانه های سیمان در مناطق کم آب واقع شده اند و بهره برداری پایدار از خطوط تولید، نیازمند استفاده از فناوری های کم آبر، بازیافت پساب صنعتی و سیستم های خنک کننده پیشرفته است. برخی واحدهای بزرگ طی دو سال اخیر اقدام هایی برای کاهش مصرف آب و انرژی آغاز کرده اند که در صورت گسترش به کل صنعت، می تواند اثرات قابل توجهی بر تداوم تولید داشته باشد.

## فرصت های رو به گسترش منطقه

در کنار چالش ها، چشم انداز منطقه همچنان روشن است. بازار مسکن و زیرساخت در بخش گسترده ای از منطقه، از عراق و سوریه تا حوزه خلیج فارس و آسیای میانه، در سال های اخیر وارد دوره ای از بازسازی و توسعه شده است. این کشورها ظرفیت تولید سیمان در مقیاس و قیمت ایران را ندارند و همین موضوع، فرصتی مهم برای تولیدکنندگان ایرانی ایجاد کرده است. تقاضای رو به افزایش برای پروژه های عمرانی، کشور را در موقعیتی کم نظیر قرار داده و مجموعه هایی مانند هلدینگ سیتا توانسته اند با استفاده از ظرفیت گسترده خود، جایگاهی تثبیت شده و روبه رشد در بازارهای اطراف به دست آورند. استمرار این وضعیت، در صورت رفع محدودیت های انرژی، بهبود زیرساخت های حمل و نقل و پایدارسازی سیاست های صادراتی می تواند صادرات سیمان را به یکی از پایه های پایدار آرزوی غیرنفتی تبدیل کند. صنعت سیمان امروز در نقطه ای ایستاده که همزمان با بهره گیری از فرصت های منطقه ای، نیازمند تصمیم های ساختاری و سرمایه گذاری های هدفمند است. حرکت به سمت فناوری های نو، بهبود بهره وری، پایداری در تأمین انرژی و ارتقای کیفیت، می تواند این صنعت را در جایگاه یک مزیت رقابتی بلندمدت برای کشور تثبیت کند؛ مزیتی که نه تنها بازارهای منطقه را تغذیه می کند، بلکه بخشی از روایت صنعتی ایران در دهه آینده را رقم خواهد زد.



اولیه تابسته بندی و حمل و نقل، مجموعه ای از صنایع در کنار این صادرات فعال شده و فرصت های شغلی مستقیم و غیرمستقیم قابل توجهی ایجاد کرده اند.

## چالش های تولید و صادرات

با وجود ظرفیت های چشمگیر، صنعت سیمان همچنان با مجموعه ای از چالش ها مواجه است که می تواند روند صادرات را تحت فشار قرار دهد. نخستین و مهم ترین آن ها، محدودیت در تأمین انرژی است؛ کمبود گاز در ماه های سرد سال، خطوط تولید را دچار وقفه می کند، بهره وری را کاهش می دهد و هزینه تمام شده تولید را بالا می برد. این مشکل در برخی واحدها به توقف مقطعی فعالیت نیز می انجامد و تولیدکنندگان را برای حفظ بازارهای صادراتی در تنگنا قرار می دهد. در کنار مسئله انرژی، مشکلات حمل و نقل و لجستیک نیز بر سر راه توسعه صادرات قرار دارند. کمبود ناوگان کافی در برخی مناطق کشور، هزینه های بالای حمل و نقل و آسیب پذیری مسیرهای صادراتی، جابه جایی سیمان را با دشواری همراه کرده است. این موانع در بازارهایی که رقابت قیمتی بسیار فشرده است، تأثیر مستقیم بر توان رقابتی ایران می گذارد. عامل دیگر، نوسانات نرخ ارز و مقررات متغیر صادراتی است. تغییرات پی درپی در سیاست های ارزی، دشواری های بازگشت ارز و فرایندهای پیچیده

شده و بخش مهمی از صادرات را پیش می برد. شبکه گسترده کارخانجات و دسترسی مناسب این هلدینگ به گذرگاه های مرزی، موجب شده ظرفیت صادراتی صنعت سیمان ایران در سال های اخیر تقویت شود و این مجموعه بتواند سهمی پایدار از بازارهای خارجی را در اختیار داشته باشد.

بررسی آمار هفت ماهه امسال نشان می دهد مجموع صادرات سیمان ایران به حدود ۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تن رسیده است؛ رقمی که از استمرار تقاضا برای سیمان ایرانی در منطقه حکایت دارد. در میان مقاصد مختلف، افغانستان با ۲۳ درصد و روسیه با ۲۸.۹ درصد در صدر خریداران قرار گرفته اند و در مجموع نزدیک به ۶۲ درصد کل صادرات را به خود اختصاص داده اند. پس از آن ها، کشورهایی همچون ارمنستان، پاکستان، عمان، کویت، قزاقستان، سومالی و عراق، در فهرست مشتریان اصلی جای دارند؛ تنوعی که نشان می دهد رقابت پذیری سیمان ایران در بازارهای جهانی رو به افزایش است. این گسترش جغرافیایی بازار، نه تنها قدرت چانه زنی تولیدکنندگان داخلی را بالا برده، بلکه به آن ها امکان داده ظرفیت های مازاد را فعال کنند. گردش مالی زنجیره تولید را افزایش دهند و برند ملی را در بازارهای بین المللی برجسته تر سازند. صادرات همچنین پیوند اقتصادی ایران با کشورهای پیرامونی را تقویت کرده و به پایداری واحدهای تولیدی کمک کرده است. از استخراج مواد

در بازاری که رقابت تولیدکنندگان منطقه روز بروز فشرده تر می شود، سیمان ایران همچنان بر سکوی یکی از بازیگران اصلی ایستاده است؛ کالایی استراتژیک که نه تنها ظرفیت صنعتی کشور را نمایندگی می کند، بلکه اکنون به یکی از پیشران های صادرات غیرنفتی بدل شده است. هفت ماه نخست امسال تصویری تازه از وزن این صنعت در سامان اقتصادی کشور ترسیم می کند؛ تصویری که از افزایش مقصدهای صادراتی، نقش آفرینی هلدینگ های بزرگ و اهمیت راهبردی بازارهای پیرامونی حکایت دارد.

## گسترش بازارهای منطقه ای

ایران طی دهه های اخیر توانسته جایگاهی پایدار در بازارهای سیمان منطقه و فرامنطقه پیدا کند؛ جایگاهی برآمده از منابع غنی مواد اولیه، تجربه طولانی در تولید این کالای زیرساختی و نیروی انسانی متخصصی که چرخ این صنعت را پابرجا نگه داشته است. همجواری با کشورهای که همچنان در مسیر بازسازی، توسعه زیرساخت ها و اجرای پروژه های عمرانی اند، فرصتی طبیعی برای گسترش صادرات فراهم آورده و سیمان ایران را در موقعیتی قرار داده که کمتر رقیبی از آن برخوردار است. در این میان، هلدینگ سیمان تأمین (سیتا) وابسته به شستا نقشی کلیدی در تحرک صنعت دارد. سیتا با در اختیار داشتن بیش از ۳۱ درصد از تولید سیمان کشور، به یکی از ستون های اصلی این حوزه بدل

## رامین بیات

روزنامه نگار

گسترش پروژه های عمرانی در کشورهای همسایه و افزایش تقاضا در بازارهای بازسازی شده موجب شده سیمان ایران با تکیه بر مزیت تولید، مسیر صادراتی قدرتمندی بسازد و نقش خود را در اقتصاد منطقه پررنگ تر کند

## یادداشت

O P I N I O N



یحیی آل اسحاق

رئیس اتاق مشترک ایران و عراق

## اهمیت استراتژیک بازار عراق

در مرزهای پررفت و آمد ایران و عراق، تصویری در جریان است که فراتر از رقم های تبادلات تجاری، بازنایب دهنده وزن واقعی روابط دو کشور در معادلات اقتصادی منطقه است. عراق طی سال های اخیر به مهم ترین مقصد کالاهای ایرانی بدل شده؛ بازاری که سال گذشته نزدیک به ۱۲ میلیارد دلار تجارت رسمی و حدود ۱۵ میلیارد دلار مبادله غیررسمی را رقم زده و پیش بینی ها حاکی است امسال نیز به همین سطح نزدیک خواهد شد. در توافقنامه های موجود، سقفی بیست میلیارد دلاری برای سه سال آینده تعیین شده؛ هدفی که نه بلندپروازانه، بلکه برآمده از ظرفیت های بالفعل دواقتصاد و نیازهای گسترش یابنده عراق است. اما دستیابی به چنین افقی، تنها با اتکا به مزیت های موجود کافی نیست و بیش از آن، به نظم نهادی، ثبات تصمیم گیری و سیاست گذاری شفاف نیاز دارد. در سوی ایرانی مرز، سبب صادراتی متنوعی شکل گرفته است؛ از سیمان و مصالح ساختمانی تا مواد غذایی، شوینده ها، میوه جات، محصولات کشاورزی، خدمات فنی مهندسی و گردشگری سلامت. همین گستردگی سبب شده حدود ۲۰ درصد بازار عراق در اختیار تولیدکنندگان ایرانی باشد. اما پیچیدگی تجارت در این محور، تنها به مسیر کالا محدود نمی شود. مجده نهاد در ایران و نهادهای مشابه در عراق، هر یک بخشی از این مسیر را در اختیار دارند و همین تعدد، در کنار نوسان تصمیمات، نفوذ گروه ها، رانت و فساد اداری، تصویری از بروکراسی متداخل را پدید آورده که سرعت و پایداری تجارت را کاهش می دهد. تجارت میان دو کشور نه از جنس صادرات مواد خام، بلکه عمدتاً شامل کالاهای نهایی و خدمات انرژی و مهندسی است؛ عاملی که به روابط اقتصادی ایران با عراق وزن استراتژیک مضاعف می بخشد. در این میان، یکی از گره های اساسی، نبود توازن تجاری است. صادرات ایران به عراق حدود ۱۲ میلیارد دلار است، اما واردات از عراق تنها به ۴۰۰ میلیون دلار می رسد. این عدم تعادل، گاه زمینه ساز تصمیمات ناهنجانی طرف عراقی برای محدود کردن واردات از ایران شده؛ از ممنوعیت میلگرد تا فهرست بلندبالای اقلام کشاورزی. مقامات عراق بارها گفته اند تجارت نمی تواند یک سوویه باشد و جریان دوطرفه مبادلات، شرط پایداری روابط اقتصادی است. اصرار بر نگاه تک بعدی «حد اکثر صادرات و حداقل واردات» نه تنها مانع رشد تجاری می شود، بلکه با الگوهای موفق جهانی نیز در تعارض است. تجربه کشورهایی مانند کره جنوبی و ترکیه نشان می دهد رونق تجارت از مسیر افزایش کل حجم مبادلات - و نه محدود کردن واردات - حاصل می شود؛ زیرا تجارت گسترده تر، میدان رقابت، بازار کار، انتقال تکنولوژی و بازار بایی را توسعه می دهد. دستیابی به تجارت ۲۰ میلیارد دلاری با عراق مستلزم رفع موانع ارزی، ساده سازی بروکراسی و کاهش محدودیت های بخشنامه ای است. اعلام نیاز سالانه عراق به ۱۰۰ میلیارد دلار سرمایه گذاری و اجرای ۸۸ پروژه بزرگ، فرصتی کم نظیر برای شرکت های ایرانی فراهم کرده است. اکنون باید با شفافیت و واقع بینی، ظرفیت مهندسی کشور را در این بازار به کار گرفت و همکاری پایدار و حرفه ای را برای تثبیت جایگاه اقتصادی ایران شکل داد.

## پیچ وخم های اداری، مانع رشد صادرات کفش ایرانی

**صنعت کفش ایران با ظرفیت تولید بالا و نیروی انسانی گسترده، گرفتار مشکلات اداری و مقررات متغیر است و مزیت ها و فرصت های خود را در صادرات به طور کامل محقق نمی کند**

مقرراتی برداشته شود، این عدد می تواند ۴ تا ۵ برابر شود. «او همچنین به نقش نسل جدید در صنعت اشاره می کند و می گوید: «نسل مسلط به تکنولوژی اگر درست سازماندهی شود، می تواند با قاچاق و مافیای مقابله کند و مسیر صادرات را هموار سازد.»

## نمایشگاه ها و راه حل مشترک

برگزاری نمایشگاه های تخصصی مانند فیمکس فرصتی است تا فعالان و مسئولان صنعت کفش مشکلات را بررسی و راه حل های مشترکی پیدا کنند. محمد ایرانی، عضو هیأت نمایندگان اتاق ایران، می گوید: «با وجود پویایی نمایشگاه، بخش تولید همچنان تحت فشار طولانی بودن روند تخصیص ارز، رسوب کالاها در گمرک و افزایش هزینه های تولید قرار دارد. ایجاد یک سازوکار منسجم در وزارت صمت برای حمایت از توسعه داخلی مواد اولیه ضروری است.» وزارت صمت با تشکیل کارگروه ویژه، مدیریت سوخت واحدهای صنعتی و تأمین ذخیره سوخت برای استان های سردسیر تلاش می کند جریان تولید متوقف نشود و رشد صنعت ادامه یابد. فعالان صنعت معتقدند با رفع موانع و حمایت ساختاری، صنعت کفش ایران می تواند به جایگاه واقعی خود در صادرات دست یابد و همزمان اشتغال و اقتصاد داخلی را تقویت کند.



میلیارد دلار واردات انجام شده است. «به طور مثال، واردات پلی اورتان ۱۶۳ میلیون دلار و تیتان ۱۴۹ میلیون دلار بوده که تنها در شش ماهه سال جاری به ۵۲۵ میلیون دلار رسیده است. او این اعداد را نشان دهنده بزرگی و اهمیت صنعت کفش ایران دانست و افزود: «این صنعت صدها هزار شغل مستقیم و غیرمستقیم ایجاد کرده است.»

## ظرفیت داخلی و مزیت رقابتی

با وجود واردات بالا، بخش قابل توجهی از نیاز صنعت کفش در داخل قابل تأمین است و بسیاری از تولیدکنندگان تنها ۱۰ تا ۱۵ درصد به مواد اولیه خارجی وابسته اند. لشکری تأکید می کند: «مزیت ایران در دسترسی به مواد اولیه داخلی است، اما سیاست های داخلی مانع استفاده کامل از این مزیت می شود.» او افزود: «مشکل ما تحریم خارجی نیست، مشکل اصلی قوانین داخلی است. تولیدکننده به جای تمرکز بر کیفیت و بازار، گرفتار سامانه ها، دستورالعمل ها و تغییر قوانین روزمره است.»

## صادرات: فرصت ۴ تا ۵ برابری

صادرات فعلی کفش ایران حدود ۱۰۰ میلیون دلار است، در حالی که ظرفیت واقعی کشور حداقل ۵۰۰ میلیون دلار برآورد می شود. لشکری می گوید: «اگر موانع اداری

صنعت کفش ایران یکی از قدیمی ترین و بزرگ ترین زنجیره های صنعتی کشور است؛ صنعتی که ظرفیت تولید آن می تواند بازار صادراتی را تا پنج برابر افزایش دهد اما تولیدکنندگان همچنان درگیر پیچیدگی های اداری، تغییر مداوم مقررات و هزینه های غیرقابل پیش بینی هستند. این مانع، اجازه نمی دهد توان واقعی این صنعت به یک قدرت پایدار صادراتی تبدیل شود.

## ظرفیت بالای تولید کشور

با بیش از ۸ هزار واحد تولیدی فعال، ظرفیت اسمی تولید کفش در ایران به ۳۰۰ میلیون جفت در سال می رسد. با این حال، تولید واقعی کمتر از این رقم است و استفاده کامل از ماشین آلات و شهرک های صنعتی می تواند رشد قابل توجهی در تولید و صادرات ایجاد کند. ابراهیم شیخ، معاون صنایع عمومی وزارت صمت، می گوید: «با تأمین سوخت به موقع و تخصیص منابع بانکی، پیش بینی می کنیم تولید سالانه صنعت کفش در دی و بهمن سال جاری به ظرفیت کامل برسد.»

## فشار هزینه و واردات بالا

علی لشکری، عضو هیأت رئیسه جامعه صنعت کفش ایران، به حجم بالای واردات مواد اولیه و تجهیزات اشاره می کند و می گوید: «بین سال های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۴، تنها در ۷۵ قلم مواد اولیه و ماشین آلات، بیش از ۱۰۴