



معاون فناوری پژوهشگاه ملی اقیانوس شناسی و علوم جوی، گفت: شناور تحقیقاتی کاوشگر خلیج فارس، سالیانه حداقل به ۲۰ میلیارد تومان اعتبار برای صرف هزینه‌های تعمیر و نگهداری نیاز دارد که دولت باید آن را تأمین کند.

به گزارش اقتصادسراسرآمد، دکتر سعید نجفی با اشاره به اینکه کاوشگر خلیج فارس در سال ۱۳۹۵ در خلیج فارس به آب اندازی و به پژوهشگاه ملی اقیانوس شناسی و علوم جوی تحویل داده شد، به ما گفت: این شناور یکی از مهمترین دارایی‌های ارزشمند پژوهشگاه برای مطالعات محیط دریا محسوب می‌شود.

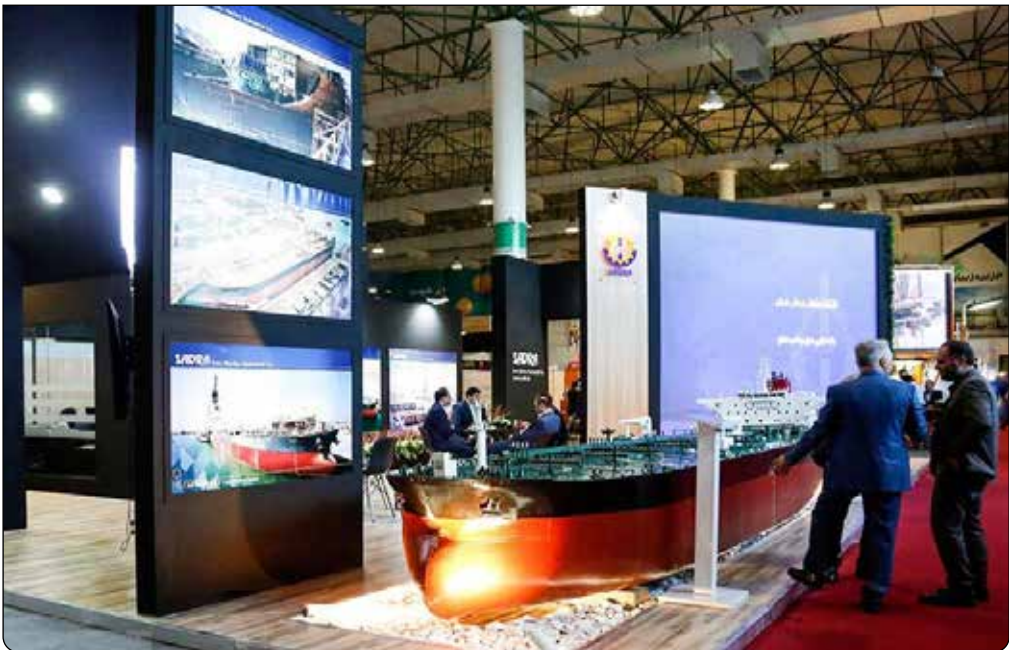
معاون فناوری پژوهشگاه ملی اقیانوس شناسی و علوم جوی، ادامه داد: از ابتدای تحویل این شناور به پژوهشگاه، هزینه‌های تعمیر و نگهداری و نیز هزینه‌های مربوط به گشت‌های سالیانه آن از محل بودجه‌های جاری پژوهشگاه ملی اقیانوس شناسی و علوم تأمین می‌شود که این امر پژوهشگاه را با مشکلات بزرگی روبه‌رو کرده است.

وی خاطر نشان ساخت: یکی از درخواست‌های ما که در سال‌های اخیر مکرر اعلام شده است اختصاص ردیف بودجه ملی مشخص و مجزا به تنها شناور تحقیقاتی اقیانوس شناسی کشور است که امیدواریم مسئولان ذی ربط از جمله سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، زودتر این اهتمام را داشته باشند.

به گفته این مقام مسئول در پژوهشگاه ملی اقیانوس شناسی و علوم جوی کشور، شناور تحقیقاتی کاوشگر خلیج فارس، سالیانه حداقل به ۲۰ میلیارد تومان اعتبار برای صرف هزینه‌های تعمیر و نگهداری نیاز دارد که دولت باید آن را تأمین کند.

دکتر نجفی اذعان داشت: از سوی دیگر علاوه بر هزینه‌های تعمیر و نگهداری، گشت سالیانه این شناور نیازمند تأمین اعتبار حداقل ۱۲ تا ۱۷ میلیارد تومان است که این مبلغ نیز باید از محل اعتبارات ملی به پژوهشگاه تخصیص داده شود.

معاون فناوری پژوهشگاه ملی اقیانوس شناسی و علوم جوی، تصریح کرد: امسال نیز در صورت تأمین اعتبارات لازم، می‌توانیم گشت دریایی «کاوشگر تحقیقاتی خلیج فارس» را در راستای برنامه پایش بلند مدت خلیج فارس و دریای عمان در محدوده حد فاصل اروندرود تا چابهار انجام دهیم که امیدواریم این امر تحقق یابد.



### گروه صنایع دریایی - امید متین -

روزی تا شروع سومین نمایشگاه صنایع دریایی و دریانوردی در بوشهر باقی مانده است و به‌طور طبیعی ذهن‌های تحلیلگر به سراغ بررسی نمایشگاه‌های دریایی کشور می‌روند و تلاش می‌کنند با مجموع داده‌ها و دیده‌ها، تحلیل درستی از کم‌وکیف این نمایشگاه‌ها ارائه دهند و نسبت به آینده پیش‌بینی نسبی داشته باشند تا دست‌اندرکاران و مسئولان را تا با استفاده از ابزار رسانه مشاوره داده باشند. به گزارش «اقتصادسراسرآمد»، برخی نمایشگاه‌ها از نظر جغرافیایی در شهرهای دور از دریا برگزار می‌شوند که شش‌اخص آن‌ها تهران است. در مقام مقایسه جغرافیایی بی‌شک اولویت برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی می‌تواند با تهران نباشد؛ زیرا نمایشگاه دریایی از جنس دریاست نه کویر و خشکی. واقعیت روشن است که بسیار از تجهیزات دریایی را نمی‌توان در مصلاهی تهران یا شهر آفتاب با مجموعه ستول آورد و به نمایش گذاشت. اما در استان‌های بوشهر یا هرمزگان یا جزیره کیش و... این امکان فراهم است. بنابراین، جایی مانند بوشهر به تهران ارجحیت دارد.

### بوشهر در مقام تحلیل هزینه‌ها

اغلب شرکت‌های بزرگ در مسیر آبی بوشهر قرار دارند و جابه‌جایی امکانات نمایشگاهی برای آن‌ها آسان‌تر است، اما برخی شرکت‌های دریایی در شمال کشور هستند. ممکن است انتقال مواد یا لوازم نمایشگاهی به جنوب برای آن‌ها گران تمام شود. بنابراین، به‌طور متوسط می‌توان گفت که هیچ شهری مزیت کامل هزینه‌ای ندارد و معمولاً هزینه‌ها برای تهران، هرمزگان و بوشهر برای یک رقابت نمایشگاهی یکسان است؛ اما دوزینه این مزیت نسبی را به نفع بوشهر و هرمزگان نسبت به جاهایی مانند تهران و کیش می‌شکند و آن هزینه‌های جانبی است. هزینه‌هایی مانند هزینه هتل جهت اقامت و پذیرایی. این دوهزینه در تهران و کیش نجومی است و یک شرکت که چند نفر را مأمور به کار نمایشگاهی می‌کند، مجبور است در تهران و کیش هزینه بالایی محتمل شود؛ در حالی که این هزینه در استان‌های دیگر مانند بوشهر بسیار کمتر است.

### بازارگردانی در نمایشگاه تهران

در برگزاری نمایشگاه‌ها مخصوصاً نمایشگاه‌های دریایی در تهران یک دروغ بازارگردانی بزرگ به مدیران عامل شرکت‌ها خورانده شده که آن‌ها را محصور کرده است، به نحوی دیگر به ابعاد این دروغ تجاری بزرگ فکر نمی‌کنند و آن این است که تاجار در تهران هستند و تهران بیشتر بُعد بین‌المللی دارد. به اعتقاد روزنامه دریایی سراسرآمد این یک دروغ تجاری است و چنان گرم و پر تکرار مطرح شده که خیلی‌ها را فریب داده است.

در رد این دروغ تجاری نیز باید گفت که تاجر و فعال اقتصادی اگر به‌درستی با اصول کارش آشنا باشد، از هر جای دنیا به نقطه‌ای می‌رود که بازار داشته باشد. بنابراین برای یک تاجر اصلاً اهمیت ندارد و فرق

«سراسرآمد» بررسی می‌کند؛

# نمایشگاه صنایع دریایی بوشهر یک الگوی موفق دریامحور

## دورنمای برگزاری نمایشگاه‌های دریایی در استان‌های ساحلی

نسوآوری و جذابیت جدیدی دارد و در نهایت، به بازاریابی شرکت او چقدر کمک می‌کند؟

### برگزاری نمایشگاه صنایع دریایی در بوشهر

در ایران شرکت‌های زیادی در زمینه ساخت تجهیزات جانبی و ارائه خدمات صنایع دریایی و دریانوردی فعالیت می‌کنند، اما کماکان یکی از مشکلات این سومین نمایشگاه تخصصی صنایع از سوی دیگر، ارتباطات بین شرکت‌های بزرگ و اصلی و شرکت‌های موجود در زنجیره تأمین صنایع دریایی و فراساحل ضعیف است که این امر به ایجاد فضای ناسالم رقابتی منجر می‌شود. در این راستا برگزاری سومین نمایشگاه تخصصی صنایع دریایی و دریانوردی ایران در بوشهر باعث تسهیل دسترسی‌پذیری صنایع بزرگ دریایی و دریانوردی به تأمین‌کنندگان تجهیزات و ارائه‌کنندگان خدمات در این حوزه می‌شود.

نمایشگاه صنایع دریایی و دریانوردی ایران یک اجتماع ملی از شرکت‌های برجسته حوزه اقتصاد دریا پایه را گرد هم می‌آورد. این اجتماع جامع‌ترین گردهمایی تجاری ملی حوزه اقتصاد دریا پایه خواهد بود که تمام جنبه‌های کشتی‌سازی، تعمیرات کشتی،

تبدیل به «نون‌دونی» نکرده‌اند. به‌دنبال سود و بستن و بار خود نیستند؛ بنابراین به برگزاری صرف نمایشگاه و سمبل کردن آن نیستند و این را باید در تلاش برای خلاقیت و نوآوری آن‌ها مشاهده کرد. به‌دنبال تکمیل هر چه بیشتر، کیفیت هر چه بیشتر، نوآوری هر چه بیشتر هستند.

نکته دیگر در عرق و علاقه آن‌ها به بوشهر است. آن‌ها واقعا به استان بوشهر به‌عنوان «پایتخت دریایی ایران» می‌اندیشند و این را برترین سود و بالاترین موفقیت خود می‌دانند و برایش تلاش می‌کنند و همین باعث شده مسئولان استانی حسابی پشت آن‌ها در آمده و حمایت کنند. برخلاف آنان که صرف ایجاد غرفه را نمایشگاه می‌دانند و عرقی به موضوع ندارند و تلاش می‌کنند هر چه کمتر خرج کنند که بیشتر به سود برسند. این دو واقعا متفاوت هستند و نتیجه کارشان نیز بسیار با هم فاصله دارد. بین یک برگزارکننده کاسب با یک برگزارکننده متعهد، فاصله از زمین تا آسمان است.

### نمایشگاه‌های کاسب‌کارانه

عبارت «نمایشگاه‌های کاسب‌کارانه» را از مهندس صفری - مدیرعامل انجمن مهندسی ایران - وام



گرفته‌ایم. او اشاره داشت که برخی برگزارکنندگان نمایشگاه، فقط به فکر سود بیشتر برای خود هستند نه مزیت بیشتر برای غرفه‌داران. نگاه آن‌ها کاملاً مادی و بر مبنای سودآوری است. این گزاره کاملاً درست به نظر می‌رسد. زمانی که فقط سود در میان است، شما باید از شاخ و برگ‌ها بزنید، یک چیزی را با کم‌ترین هزینه سمبل کنید تا به سود حداکثری برسید. بنابراین، برگزارکنندگان کاسب‌کار، نه به فکر توسعه هستند، نه به فکر نوآوری و همه این‌ها را هزینه اضافی می‌دانند که سود آن‌ها را کم می‌کند. در این میان مدیران عامل شرکت‌ها قبل از پرداخت مبالغی برای خرید غرفه، بهتر است ببینند که چه کسی برگزار می‌کند، چه

گرفته‌ایم. او اشاره داشت که برخی برگزارکنندگان نمایشگاه، فقط به فکر سود بیشتر برای خود هستند نه مزیت بیشتر برای غرفه‌داران. نگاه آن‌ها کاملاً مادی و بر مبنای سودآوری است. این گزاره کاملاً درست به نظر می‌رسد. زمانی که فقط سود در میان است، شما باید از شاخ و برگ‌ها بزنید، یک چیزی را با کم‌ترین هزینه سمبل کنید تا به سود حداکثری برسید. بنابراین، برگزارکنندگان کاسب‌کار، نه به فکر توسعه هستند، نه به فکر نوآوری و همه این‌ها را هزینه اضافی می‌دانند که سود آن‌ها را کم می‌کند. در این میان مدیران عامل شرکت‌ها قبل از پرداخت مبالغی برای خرید غرفه، بهتر است ببینند که چه کسی برگزار می‌کند، چه

### خلاقیت تیمی - عرق وطنی

تیم برگزارکننده نمایشگاه‌های دریایی بوشهر، بومی است و همه از اهالی بوشهر هستند. این بومی‌گرایی دوقدرت بزرگ و خارق‌العاده به تیم بخشیده که در سایر برگزارکننده‌ها وجود ندارد: یکی همت و تلاش برای نوآوری و بهبود مستمر است. این گروه برگزاری نمایشگاه را مانند بسیاری از برگزارکنندگان

### بدون شرح

### قاب دوربین



عکس: اصغر بشارتی

### بدون شرح...



### فریبا عزیز - اقتصاد سراسرآمد