سرآمد اقتصاد
دوشنبه- ۲۵ آبان ۱۴۰۵- سال دوازدهم- شماره ۲۶۳۶

گفت وگو

یاسر قندهاری به سرآمد می گوید:

«گلستان» مقصدی متنوع برای گردشگری در مسیر تهران به مشهد



معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان گلستان با اشاره به موقعیت جغرافیایی و ظرفیت‌های متنوع گردشگری این استان گفت: قرار گرفتن گلستان در مسیر ارتباطی تهران به مشهد مقدس، در کنار جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و مذهبی و تنوع قومی، این استان را به یکی از مقاصد مستعد گردشگری کشور تبدیل کرده است. یاسر قندهاری در گفت‌وگو با اقتصادسرآمد اظهار کرد: استان گلستان به دلیل موقعیت جغرافیایی خود و قرار گرفتن در مسیر سفر زائران و مسافران تهران به مشهد مقدس، از ظرفیت مناسبی برای جذب گردشگران برخوردار است و می‌تواند به‌عنوان یک مقصد مستقل سفر مورد توجه قرار گیرد. معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان گلستان، افزود: علاوه بر موقعیت جغرافیایی، مجموعه‌ای از ظرفیت‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی، مذهبی و صنایع دستی در استان وجود دارد که هر یک می‌توانند زمینه حضور گردشگران و افزایش مدت اقامت آنان را فراهم کنند.

این مقام مسئول در استان گلستان با اشاره به تنوع قومی و فرهنگی این استان تصریح کرد: حضور اقوام مختلف در گلستان خود به یکی از جاذبه‌های گردشگری تبدیل شده است؛ چراکه این تنوع در حوزه خوراک و غذا، صنایع دستی، پوشش، گویش و آداب و رسوم نمود پیدا کرده و مجموعه‌ای از جذابیت‌های فرهنگی را برای گردشگران ایجاد کرده است. قندهاری ادامه داد: تنوع فرهنگی و اجتماعی گلستان این امکان را فراهم کرده است که گردشگران در جریان سفر خود با سبک‌های مختلف زندگی، فرهنگ‌ها، سنت‌ها و داشته‌های بومی اقوام گوناگون آشنا شوند.

وی در ادامه گفته های خود با اشاره به ظرفیت زیرساخت‌های اقامتی استان گفت: گلستان از تأسیسات گردشگری و اقامتی مناسبی برخوردار است که در این میان، علاوه بر مراکز هتلی، اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان نیز از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند.

معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان گلستان خاطرنشان کرد: بخشی از ظرفیت‌های اقامتی و بوم‌گردی استان در محور جنوبی گلستان قرار دارند و در کنار جاذبه‌های طبیعی و تفرجگاه‌های این محدوده، امکان تجربه متفاوتی از سفر را برای گردشگران فراهم می‌کنند.

قندهاری با اشاره به ظرفیت‌های متفاوت مناطق شمالی و جنوبی استان بیان کرد: در بخش شمالی گلستان، جاذبه‌های مرتبط با طبیعت و فضای صحرایی و همچنین فرهنگ و زندگی اقوام ترکمن مورد توجه قرار دارد و این تنوع جغرافیایی و فرهنگی، گستره انتخاب گردشگران را افزایش می‌دهد.

وی تأکید کرد: مجموعه این ظرفیت‌ها در کنار زیرساخت‌های اقامتی، صنایع دستی، فرهنگ اقوام و جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، می‌تواند گلستان را از یک استان عبوری به مقصدی برای سفر و اقامت گردشگران تبدیل کند. مدیرکل دفتر حفاظت از زیست‌بوم‌ها و سواحل دریایی سازمان حفاظت محیط زیست خاطرنشان کرد: افزایش منابع غذایی می‌تواند مقاومت بدن حیوان را افزایش دهد، شرایط بیولوژیک و فیزیولوژیک آن را بهبود ببخشد و در نهایت به کاهش مرگ‌ومیر فوک خزری منجر شود.

«سرآمد» بررسی می‌کند؛

راهبرد پایداری اشتغال و ارزآوری در اقتصاد جنگی



گروه راهبردی- مرتضی فاخری- در وضعیتی که اقتصاد کشور زیر فشار جنگ و ناامنی قرار می‌گیرد، آسیب به زیرساخت‌های صنایع مادر و اختلال در زنجیره تأمین، بخشی از ظرفیت تولید را از کار می‌اندازد. هم‌زمان، کاهش قدرت خرید خانوارها و کوچک شدن بازار داخلی، بسیاری از کارگاه‌های کوچک و متوسط را با خطر تعطیلی و از دست رفتن اشتغال روبه‌رو می‌سازد. این در حالی است که در شمار قابل توجهی از این کارگاه‌ها، ماشین‌آلات سالم و نیروی انسانی آموزش‌دیده همچنان آماده تولید هستند. بنابراین مسئله اصلی، نبود ظرفیت تولید به‌طور مطلق نیست، بلکه قطع ارتباط میان ظرفیت موجود و بازارهای قابل دسترس است. در چنین شرایطی، طراحی سازوکاری که بتواند تولید پراکنده را به تقاضای بیرونی متصل کند، به ضرورتی راهبردی تبدیل می‌شود. شبکه مدیریت صادرات، در معنای دقیق خود، پاسخ به همین شکاف است؛ شبکه‌ای که به جای انتظار برای بازگشت آرام بازار داخلی، مسیرهای صادراتی را به عنوان مکمل بازار داخلی فعال می‌کند و از تعطیلی بنگاه‌ها، بیکاری نیروی کار ماهر و هدر رفتن سرمایه انسانی جلوگیری می‌کند.

شدت آسیب‌پذیری صنایع در شرایط جنگی یکسان نیست. بخش‌هایی مانند مبلمان و صنایع چوبی، پوشاک و کفش، صنایع تبدیلی کشاورزی، صنایع غذایی، فرش و صنایع دستی، به دلیل نیاز کمتر به زیرساخت‌های کلان و امکان فعالیت در مقیاس‌های کوچک‌تر، همچنان ظرفیت تولید دارند. این بخش‌ها اغلب به برق، آب، مواد اولیه قابل تأمین داخلی و نیروی کار محلی وابسته‌اند و می‌توانند با انعطاف بیشتری در برابر اختلال‌های زیرساختی مقاومت کنند. بسیاری از آن‌ها محصولاتی تولید می‌کنند که در بازارهای منطقه تقاضای پایدار دارند و می‌توانند بخشی از نیاز کشورهای همسایه را تأمین کنند. با این حال، پراکندگی جغرافیایی، مقیاس کوچک تولید، ضعف در اطلاعات بازار، ناتوانی در مذاکره جمعی و هزینه بالای دسترسی به مسیرهای صادراتی، مانع ورود مستقل آن‌ها به بازارهای بیرونی می‌شود. راهکار، نه حذف این واحدها و نه ادغام اجباری آن‌ها، بلکه ایجاد پیوند سازمان‌یافته میان تولیدکنندگان و بازار از طریق شرکت‌های مدیریت صادرات است.

شبکه مدیریت صادرات با تجمیع ظرفیت تولیدکنندگان کوچک، می‌تواند کارکردهایی را که برای هر کارگاه به‌تنهایی دشوار یا غیراقتصادی است، به‌صورت مشترک سازمان دهد. بازاریابی، شناسایی تقاضای واقعی، تطبیق محصول با معیارهای فنی بازار هدف، بسته‌بندی مناسب، نشان‌سازی تجاری، فروش، حمل‌ونقل و پیگیری سفارش، مجموعه‌ای از خدماتی است که در قالب این شبکه قابل ارائه است. شرکت مدیریت صادرات به عنوان هسته هماهنگ‌کننده، سفارش‌ها را جمع‌آوری می‌کند، میان تولیدکنندگان توزیع می‌سازد، کیفیت را کنترل می‌کند و محصول نهایی را با هویت تجاری واحد به بازار می‌رساند. این سازوکار، ظرفیت‌های پراکنده را به عرضه‌ای منسجم، قابل اعتماد و قابل مذاکره تبدیل می‌کند. بازارهایی مانند عراق، ترکیه، روسیه، افغانستان و کشورهای آسیای میانه، به دلیل نزدیکی جغرافیایی، پیوندهای تجاری موجود و تقاضای متنوع، می‌توانند مقصد نخست این عرضه باشند. تنوع بازار نیز خطر وابستگی به یک مقصد را کاهش می‌دهد و تاب‌آوری صادرات را افزایش می‌دهد.

ضرورت شبکه‌ای عمل کردن از آنجا آشکار می‌شود که تولیدکننده کوچک به‌تنهایی توان تحمل هزینه ورود به بازار بیرونی را ندارد. هزینه شناسایی مشتری، مذاکره، نمونه‌سازی، تطبیق با معیارهای فنی، بسته‌بندی صادراتی، حمل و تأمین مالی، برای واحدهای خرد اغلب بیش از توان است. شبکه، این هزینه‌ها را سرشکن می‌کند و خطر را میان اعضا توزیع می‌سازد. همچنین، شبکه می‌تواند با ایجاد سامانه اطلاعاتی مشترک، نیاز بازار، قیمت‌های مرجع، مقررات واردات و ترجیحات مشتری را به تولیدکننده منتقل کند. این انتقال اطلاعات، از تولید بدون تقاضا و انبارش بی‌هدف جلوگیری می‌کند و تصمیم‌گیری تولیدی را به داده‌های بازار گره می‌زند. آموزش مشترک، انتقال دانش فنی، یکسان‌سازی کیفیت و ایجاد نظام رتبه‌بندی محصولات نیز از کارکردهای دیگر شبکه است که به تدریج توان رقابتی واحدهای کوچک را بالا می‌برد.

معماری عملی این شبکه نیازمند طراحی روشن است. شرکت مدیریت صادرات می‌تواند به عنوان بنگاه راهبر، با تولیدکنندگان قرارداد همکاری ببندد و نقش هماهنگ‌کننده، کنترل‌کننده کیفیت و مسئول فروش را بر عهده گیرد. تولیدکنندگان در جایگاه گره‌های تولید، بر اساس سفارش و مشخصات توافق‌شده فعالیت می‌کنند. ارائه‌دهندگان خدمت مانند طراحان، آزمایشگاه‌های کنترل کیفیت، واحدهای بسته‌بندی و شرکت‌های حمل، در قالب قراردادهای مشخص به شبکه متصل می‌شوند. نمایندگان بازار در کشورهای هدف، اطلاعات تقاضا و بازخورد مشتری را منتقل می‌کنند. برای پایداری این همکاری، شفافیت در قیمت‌گذاری، تقسیم منصفانه سود، داوری اختلاف و ثبت دقیق سفارش‌ها ضروری است. بدون این شفافیت، شبکه به واسطه‌گری غیرمولد تبدیل می‌شود و اعتماد تولیدکنندگان را از دست می‌دهد.

تأمین مالی، ستون دیگر تحقق این راهبرد است. صادرات به سرمایه در گردش برای خرید مواد اولیه، تولید، بسته‌بندی و حمل نیاز دارد و بازگشت منابع آن با تأخیر همراه است. بنابراین، ابزارهای مالی صادرات‌محور باید طراحی شود؛ تسهیلات سرمایه در گردش، پیش‌تأمین تولید، ضمانت‌نامه، پوشش خطر عدم پرداخت و تسهیل تسویه ارزی از جمله نیازهای عملی است. اگر تولیدکننده کوچک نتواند هزینه پیش از حمل را تأمین کند، حتی سفارش واقعی نیز به تولید و صادرات نمی‌رسد. در کنار تأمین مالی، تسهیل امور گمرکی و کاهش زمان تشریفات، اهمیت مستقیم دارد. رویه‌های ساده، شفاف و قابل پیش‌بینی، هزینه مبادله را کاهش می‌دهد و امکان برنامه‌ریزی برای تحویل به‌موقع را فراهم می‌کند. ایجاد مسیرهای ویژه برای صادرات واحدهای کوچک و متوسط، بدون نقض کنترل‌های قانونی، می‌تواند سرعت گردش کالا را افزایش دهد.

دسترسی به مسیرهای توزیع در بازارهای هدف، به همان اندازه تولید اهمیت دارد. بسیاری از محصولات با کیفیت مناسب، به دلیل نبود شبکه فروش، در بازار بیرونی دیده نمی‌شوند. شبکه مدیریت صادرات می‌تواند با همکاری نمایندگان محلی، عمده‌فروشان، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و نمایشگاه‌های تخصصی، مسیر پایدار فروش ایجاد کند. شناخت سلیقه مشتری، اندازه بسته‌بندی، نشانه‌گذاری، زبان برچسب و الزامات واردات، پیش‌شرط حضور موفق است. تطبیق طراحی محصول با نیاز بازار نیز نباید به کاهش کیفیت فروخته شود؛ بلکه با طراحی هوشمندانه، ارزش افزوده را بالا می‌برد. نمونه‌سازی سریع، آزمون بازار در مقیاس کوچک و اصلاح تدریجی محصول، روشی کم‌هزینه برای کاهش خطر ورود است. در بازارهای منطقه، سرعت تحویل و ثبات کیفیت می‌تواند مزیت رقابتی ایجاد کند و اعتماد خریدار را به شبکه تثبیت کند

نمونه‌های بخشی نشان می‌دهد این راهبرد چگونه می‌تواند عمل کند. در مبلمان و صنایع چوبی، تجمیع کارگاه‌های کوچک می‌تواند عرضه منظم محصولات را برای پروژه‌های مسکونی و هتل‌سازی در کشورهای همسایه فراهم کند. در پوشاک و کفش، شبکه می‌تواند با طراحی مشترک و کنترل اندازه و کیفیت، سفارش‌های عمده را میان واحدهای مختلف تقسیم کند. در صنایع غذایی و تبدیلی کشاورزی، رعایت بهداشت، بسته‌بندی و ثبات کیفیت، شرط ورود به بازارهای منطقه است و شبکه می‌تواند این الزامات را هماهنگ کند. فرش و صنایع دستی نیز با روایت هویت فرهنگی و نشان‌سازی تجاری، توان بالایی برای حضور در بازارهای بیرونی دارد. در همه این بخش‌ها، حفظ پیوند میان تولیدکننده و بازار، از تولید انباری و رقابت مخرب داخلی جلوگیری می‌کند و ظرفیت را به سمت تقاضای واقعی هدایت می‌سازد.

اثر اشتغالی این سازوکار، هم کمی و هم کیفی است. در بُعد کمی، فعال ماندن کارگاه‌ها از کاهش ساعات کار، تعدیل نیرو و تعطیلی کامل جلوگیری می‌کند. در بُعد کیفی، تداوم تولید موجب حفظ مهارت نیروی کار، انتقال دانش میان نسل‌ها و جلوگیری از مهاجرت صنعتگران و کارگران ماهر می‌شود. از دست رفتن نیروی ماهر، سرمایه‌ای است که بازسازی آن سال‌ها زمان می‌برد. شبکه صادرات با ایجاد تقاضای پایدار، انگیزه ماندن نیروی کار در بخش تولید را افزایش می‌دهد و از فروپاشی خوشه‌های صنعتی کوچک جلوگیری می‌کند. همچنین، زنجیره تأمین داخلی که حول این کارگاه‌ها شکل گرفته است، شامل تأمین‌کنندگان مواد اولیه، خدمات فنی و حمل، فعال می‌ماند. بنابراین، اثر شبکه تنها به بنگاه صادرکننده محدود نمی‌شود و در سطح محلی و منطقه‌ای گسترش می‌یابد.

از دیدارزآوری، صادرات محصولات متنوع می‌تواند بخشی از نیاز ارزی کشور را تأمین کند و وابستگی به شمار محدودی از کالاهای صادراتی را کاهش دهد. تنوع سبد صادراتی، آسیب‌پذیری را در برابر نوسان یک بازار یا یک محصول کم می‌کند. با این حال، باید از انتظار اغراق‌آمیز پرهیز کرد؛ شبکه صادرات جایگزین سیاست‌های کلان نیست، بلکه مکمل آن است. موفقیت آن به ثبات مقررات، کیفیت پایدار، تعهد به تحویل و وجود شرکای قابل اعتماد در بازار هدف وابسته است. ارز حاصل از صادرات واحدهای کوچک و متوسط، اگر در مسیر بازگشت به تولید و تأمین مواد اولیه هدایت شود، می‌تواند چرخه سرمایه‌گذاری را تقویت کند. شفافیت در تسویه ارزی و پرهیز از رانت، شرط آن است که این منابع به تقویت تولید بینجامد و به فعالیت غیرمولد منحرف نشود.

مدیریت خطر و راهبری نهادی، بخش جدایی‌ناپذیر این راهبرد است. شبکه‌ها می‌توانند به کانون رانت و واسطه‌گری تبدیل شوند اگر نظارت، شفافیت و پاسخ‌گویی وجود نداشته باشد. بنابراین، انتخاب شرکت مدیریت صادرات بر پایه توان فنی، سابقه واقعی و تعهد به منافع تولیدکنندگان ضروری است. قراردادها باید روشن، قابل داوری و متناسب با توان واحدهای کوچک باشد. نظام پایش باید کیفیت، تحویل، قیمت و رضایت بازار را بسنجد و نتایج را به اصلاح رویه‌ها گره بزند. هماهنگی میان نهادهای صنعتی، تجاری، مالی و گمرکی نیز شرط اجراست. بدون این هماهنگی، شبکه در برابر موانع اداری متوقف می‌شود. آموزش تولیدکنندگان در زمینه کیفیت، بسته‌بندی و تعهد صادراتی نیز باید پیوسته ادامه یابد تا اعتماد بازار بیرونی به دست آید و پایدار بماند.

در جمع‌بندی، اقتصاد جنگی با محدودیت زیرساخت، کاهش تقاضای داخلی و خطر تعطیلی بنگاه‌ها روبه‌روست؛ اما بخشی از ظرفیت تولید، به‌ویژه در صنایع کم‌نیاز به زیرساخت کلان، همچنان فعال است. تبدیل این ظرفیت به توان اقتصادی، نیازمند اتصال سازمان‌یافته به بازارهای بیرونی است. شبکه مدیریت صادرات با تجمیع تولید، هماهنگی خدمات، تأمین مالی، تسهیل گمرکی، ایجاد مسیرهای توزیع و تطبیق محصول با تقاضا، می‌تواند از تعطیلی کارگاه‌ها، از دست رفتن اشتغال و هدر رفتن مهارت جلوگیری کند و بخشی از ارز مورد نیاز را تأمین سازد. این راهبرد، جایگزین اصلاحات ساختاری نیست، اما در شرایط کنونی، ابزاری عملی برای حفظ توان تولید و تبدیل ظرفیت‌های پراکنده به یک توان اقتصادی منسجم، پایدار و تاب‌آور است.