

نجمه ملک پور بهابادی – بنادر لنگه و کنگ، از بنادر تاریخی و با هویت کناره‌های سواحل خلیج فارس بوده و بافت و سیمای شاخص این بنادر به علل و شرایط شکل‌گیری و تغییراتشان رادر طول تاریخ ایجاد کرده‌است.

رویکردنیازمبنا

سیاست های نیاز مبنا نوعاً نیازمندان را بدون توجه به ظرفیت‌های جمعی، قابلیت ها و منابع با امکاناتی برای بهبود زندگی آنها در نظر می‌گیرد. بر اساس این دیدگاه، افراد فقیر برای رفاه خود تا حد بسیاری به کمک‌های دولتی وابسته‌اند. برخی از نتایج رویکرد نیاز مبنای عبارتند از:

– دیدن امور اجتماع محلی به عنوان لیستی از مشکلات و نیازها و وجود راهبرانی که مستقیماً برای یافتن راه حل تلاش می‌کند
– فراهم کردن مبنا بر اساس نقش نیازها بر این امر تأکید می‌کند که فقط کارشناسان خارجی می‌توانند راهکار اصلی را تعیین کنند. بدین ترتیب روابطی که باعث دخالت عوامل خارجی می شوند اهمیت پیدا می‌کند نه روابط محله‌ای با بامهم.
– این اتکا به نقشه نیازها باعث عمیق تر شدن چرخه وابستگی خواهد شد و این باور برای ساکنان ایجاد می‌شود که کیفیت بهتر زندگیشان به «مشتری» بودنشان وابسته است.

– چون استراتژی نیاز مبنا فقط می‌ تواند بقا را تضمین نماید و از آنجا که انرژی تمام اجتماع محلی را مورد استفاده قرار نمی دهد، هر گز منجر به تغییر جدی یا توسعه اجتماع محلی نخواهد شد.

معرفی بندر کنگ

شهر بندری کنگ در امتداد لپهی شمالی سواحل خلیج فارس، و فاصله ۱۹۰کیلومتری غرب بندرعباس و ۵۰کیلومتری شرق بندرلنگه واقع شده است. بافت تاریخی این شهر از قدمت فراوانی برخوردار است اما اوج آبادانی مربوط به دوره صفویه و قاجاریه است. در حال حاضر در محله از محلات قدیم شهر که در امتداد خط ساحلی گسترش یافته‌اند، همچنان زنده و فعال بوده و زندگی در این مرحله بافت جریسان دارد. ویژگی خاص جغرافیایی این شهر و بندری بودن آن باعث شده تا علاوه بر دارا بودن ویژگی‌های خاص کالبدی و معیشتی به ویژه در بافت تاریخی، بهره مندی از مواهب دریا به یکی از دارایی ها و پتانسیل های بی بدیل شهر و در مسیر توسعه تبدیل شود. در گذشته بافت کنگ را بحجم یکنواخت و کم ارتفاعی از ساختمان ها با معماری ساده و خانه های یک طبقه با سقف صاف با بادگیرهای کوتاه تشکیل می داده است. امروزه سیمای این شهر نسبت به گذشته تغییرات فراوانی داشته، اما هنوز در اکثر محلات بقایایی از گذشته به چشم می‌خورد، اگرچه از برخی از محلات قدیم هیچ اثری بر جای نمانده است. همانطور که از تصاویر و نقشه‌های قدیم شهر پیداست و براساس آن رسم شهرهای بندری است در منظور بهره‌مندی از مواهب دریا، کشیدگی شهر در امتداد خط ساحلی (شرقی – غربی) است.

تا آنجا که مشاهدات و تحقیقات محققان نشان می‌دهد، بندر کنگ در سه دوره آسپادان و معمور بوده است. این سه دوره عبارتند از: عصر سلاجقه در ایران، عهد اتابکان فارس و عهد دوره صفویه. از هر یک از این دوران آثار زیادی در بندر کنگ باقی مانده است، اما اوج شهرت و رونق تجاری این بندر مربوط به دوره صفویه می‌باشد. در دوران صفویه پس از اخراج پرتغالیها از خلیج فارس و جزیرهی هرمز، شاه عباس بنا به دلایل سیاسی به بازرگانان پرتغالی اجازه‌ی اقامت در بندر کنگ را می‌دهد. در این زمان پرتغالی‌ها و هلندی‌ها در این بندر تاجرانخانه، لنگرگاه و قلعه ساخته و به تجارت مشغول می‌شوند. از این دوره بندرکنگ رونق فراوانی یافته و نام آن بیش از پیش در متون تاریخی ذکر شده است.

از میان محلات موجود شهر، محلات شکل گرفته در لبه‌ی خط ساحلی از قدمت بیشتری برخوردار بوده و در سال ۱۳۸۳ توسط میراث فرهنگی به عنوان بافت تاریخی به ثبت رسیده‌اند.

مردم بندر کنگ مثل همه‌ی ساحل نشینان به اقتصاد همجواری با دریا اکثراً دریاورد هستند و کار عمدی آنان لنج سازی، ماهیگیری، توربافی، دریاوردی و مسافرت به شیخ نشینهای خلیج فارس و سرزمین دور و نزدیک مانند پاکستان، هندوستان، آفریقا و دریای سرخ بوده و هست. اما در حال حاضر اهالی از دریا بیشتر برای ماهیگیری بهره می‌گیرند و اگرچه هنوز شغل بسیاری از آنها تجارت از راه دریاست، اما به دلیل واقع شدن گمرک در بندر لنگه، کلیه امور گمرکی و ارتباطات دریایی از طریق این بندر صورت گرفته و اسکله بندر کنگ فقط جهت کناره گرفتن لنج‌ها و بارگیری مورد استفاده قرار می‌گیرد.



بخش پایانی

درگفت وگو با کاپیتان محمد حسن ابراهیمی مطرح شد

رکوردزنی دوباره کشتیرانی حافظ دریا در حمل بار کانتینر

شماره ۱۲۰۹ اقتصاددرا – کشتیرانی حافظ دریای آریا بازوی کانتینری گروه کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران است که طی سال‌های اخیر و با توسعه روزافزون حمل و نقل کانتینری در جهان فعالیت خود را افزایش داده و عملاً به شرکت اصلی در گروه کشتیرانی بدل شده‌است. این کشتیرانی کانتینری هم‌اکنون شناورهای کانتینری تا ۱۴ هزار TEU کانتینر ظرفیت را در اختیار دارد و در میان ۲۰ کشتیرانی حمل و نقل کانتینری جهان رتبه ۱۴ را به خود اختصاص داده‌است. کشتیرانی حافظ دریای آریا سال گذشته موفق شد علی‌رغم فشار تحریم‌های ظالمانه به رکورد تازه‌ای در درآمد و حمل کانتینر دست یابد که در تاریخ گروه کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران بی‌سابقه بود. به نظر می‌رسد طی سال جاری نیز رکورد تاریخی دیگری از سوی این کشتیرانی به ثبت برسد. به همین منظور گفتگویی را با کاپیتان محمد حسن ابراهیمی معاون بازاریابی و خدمات مشتریان کشتیرانی حافظ دریای آریا ترتیب دادیم که در ذیل می‌خوانید.

– **تحول در بازاریابی یکی از برنامه‌های سه سال اخیر در گروه کشتیرانی به ویژه شرکت حافظ دریا بوده‌است. در این زمینه چه اقداماتی را انجام داده‌اید؟**
کاپیتان ابراهیمی: مأموریت بازاریابی، استراتژی بازاریابی را تعریف می‌کند و طبیعی است ساختار بازاریابی از استراتژی آن شکل گرفته‌است. بر همهٔ متخصصان و کارشناسان عزیز مشهود است که شرایط عادی نیست و بزرگترین خطر در ایام مشکلات و بحران، اقدام بر اساس منطقی گذشته و معمول است؛ بنابراین در تلاطم فشارهای وارده بر بازار گروه کشتیرانی، برنامه‌های بازاریابی نوین بر اساس شرایط موجود تدوین و به کار گرفته شده‌است. اقداماتی که تحولی اساسی را در بازاریابی شرکت حمل‌ونقل کانتینری به وجود آورد. شعار خلق و حفظ مشتری از اصول بازاریابی است، اما از نظر ما در شرایط کنونی ابتدا مهم‌ترین بخش بازاریابی شناخت کافی از مشتری و بازار هدف است. بازاریابی در بازار کانتینری مجموعه‌ای از فعالیت و ارائه خدمات به صورت مستمر است، اما بازاریابی مناسب و برنامه بازاریابی ایده‌آل برنامه‌ای است که قابل دنبال کردن باشد و به دلیل محدودیت‌های ناوگان حمل‌ونقل کانتینری مانند عدم صدور مجوز برای ورود به اغلب ترمینال‌ها، پاندمی کرونا و افزایش ترانزیت تأیمل‌های محمولات طی سال‌های گذشته عملاً استفاده از یک برنامه‌ریزی ثابت را برای ما امکان پذیر نمی‌کرد. به همین دلیل در سال‌های اخیر چهار آنالیز مختلف و مهم بازاریابی یعنی آنالیز بازار، رقبا، مشتریان و در نهایت آنالیز شرکت در دستور کار معاونت بازاریابی و قسمت برنامه‌ریزی راهبردی و توسعه روابط مشتریان قرار گرفت و این نخستین بار با تلاش مدیر عامل محترم از Business intelligence (برای نخستین بار با Cross Power) استفاده شد که نتایج بسیار سازنده و مفیدی را رصد و آنالیز مستمر بازار داخلی و بین الملل مخصوصاً در بازاریابی و شناسایی رویه مشتریان و کنترل کانال‌های صحیح عملیاتی و نظارت بر درآمد شرکت داشت. در واقع بیشتر برای هر آنچه که توانستیم آنالیز کنیم برنامه‌ریزی کردیم و از آنجایی که مشتریان فرایند و بهره‌برداری جدیدی در بازاریابی بودند به طبع می‌بایست انجام کارهای کم‌اثرتر و روش‌های قدیمی متوقف می‌شد؛ بنابراین طی سال‌های گذشته اگرچه در کنار تجزیه و تحلیل وضعیت بازرگانی و مالی شرکت اهداف و برنامه بازاریابی بر مبنای فرصت‌ها و تهدیدهای مختلف و امکان ورود به بازارهای جدید پایه‌ریزی شد، اما به دلیل اشباع و تقاضای بازار عکلاسیکل بازاریابی در سال ۹۹ با دو سال بعدی آن متفاوت شد. از این رو با بررسی نقاط قوت و نقاط ضعف و از آنجایی که بازار سریع‌تر از ما رشد پیدا کرد اقدامات گسترده‌ای صورت گرفت که مهم‌ترین آن تنظیم سیاست‌های نرخ‌گذاری و فروش خدمات در جهت حفظ و افزایش سهم در بازار رقابتی و رعایت سیاست و عدالت در فروش و ارائه خدمات به کلیه مشتریان و ذی‌نفعان در کنار افزایش سرعت و ایجاد کانال‌های پاسخگویی به درخواست‌های مشتریان بود که در نتیجه رضایتمندی بیشتر مشتریان را نیز در بر داشت. در طول این بازه اقدام به راه‌اندازی و بهبود سیستم ارتباط با مشتریان و CRM باعث تقویت سیستم نظرسنجی و دریافت شکایات و انتقادات و تقویت یکپارچه‌سازی بانک اطلاعات مشتریان شد و از اقدامات مهم انجام شده دیگر افزایش سهم بازار محمولات بین المللی (Cross trade) در مسیرهای مختلف در راستای توسعه بازارهای جدید و مدیریت ریسک تجاری بود. همچنین طراحی و راه‌اندازی مجدد سرویس HDM پس از ایجاد محدودیت‌های شدید وضع شده و عدم پهلودهی کشتی‌های ملکی در برخی بنادر خارجی منجر به برگشت حجم عملیات و حمل محمولات معادل دوره مشابه سنوات قبل از طریق کشتی‌فیدری شد. مکانیزه کردن هرچه بیشتر بسیاری از خدمات و اسناد خصوصاً در حوزه بازاریابی و حذف بعضی فرآیندهای فیزیکی در دفتر خدمات مشتریان باعث تسریع در امر دریافت ترخیصیه و افزایش رضایتمندی مشتریان شده‌است. مشتریان در کنار سرویس حمل و حتی کیفیت سرویس بیشتر معتقدند عامل اصلی رضایتمندی آن‌ها شناسایی نیازها و حل مشکلات آنان توسط شرکت حمل و نقل کانتینری است و این فرق بین مفهوم فروش و بازاریابی است؛ بنابراین بر اساس یک تعریف کلی و مشتری‌محور تلاش نموده‌ایم قسمت اعظم اقدامات انجام شده و انرژی بازاریابی برای پوشش نیازهای اساسی مشتریان مخصوصاً موکلین وفادار صرف شود و فلسفه Gardening عملاً بیش از نگرش پیدایش و افزایش مشتریان جدید مدنظر باشد و در کنار آن تنها نباید به نیازهای ظاهری مشتریان و حمل محمولات صرفاً پاسخ داد؛ بلکه باید برای نیازهای آنی آن‌ها نیز برنامه ریزی شود. در حال حاضر با خرید و افزایش تعداد کانتینرهای ملکی کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران، توان بازاریابی شرکت حمل‌ونقل کانتینری به نسبت قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده که امیدواریم روند هوشمندسازی بازاریابی در کنار لجستیک مؤثر کانتینر باعث ارتقاء کیفی و کمی بازار کانتینری گروه کشتیرانی و مین عزیمان شود.

– **از جمله اقدامات گروه کشتیرانی طی دو سال اخیر کمک به کانتینریزه شدن حمل‌ونقل در بنادر شمال کشور بوده‌است که با یاری فنی حافظ دریا به کشتیرانی دریای خزر محقق شده‌است. برای توسعه این امر چه برنامه‌هایی را در دست اقدام دارید؟**

کاپیتان ابراهیمی: برای توسعه پایدار رشد متوازن ضروری است. از سال ۲۰۲۰ میلادی ایران و روسیه برای راه‌اندازی یک خط کشتیرانی کانتینری در دریای خزر به منظور توسعه تجارت متقابل توافق کرده‌اند و راه‌اندازی این خط کشتیرانی در راستای همکاری دو کشور برای فعال‌سازی کریدور حمل‌ونقل بین‌المللی شمال–جنوب بوده‌است. گرچه دو کشتی کانتینری حمل‌کالا مجهز به کانتینرهای یخچالی بین بندر آستاراخان روسیه و بندر انزلی ایران بنای آغاز این مسیر بوده‌اند، اما سالهاست که ایران به دلیل کمبود کشتی‌های کانتینری توانسته صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی به روسیه را از طریق دریای خزر افزایش دهد. رقیب حمل دریایی محمولات کانتینری از طریق بنادر شمالی و دریای خزر، ترانزیت زمینی و ریلی است که با توجه به صرفه اقتصادی و ترانزیت‌تایم کمتر و حضور گسترده و فعال بخش خصوصی کشورهای منطقه تحقق مسیر حمل محمولات کانتینری از طریق دریای کاسپین را منوط به فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم در بنادر شمالی ایران و همچنین در بازارهای هدف و ظرفیت‌سازی ناوگان حمل‌ونقل کانتینری در دریای خزر کرده‌است. به دلیل غیاب اغلب خطوط مطرح کانتینری و مرادوات سیاسی و اقتصادی منطقه برای گروه کشتیرانی سال‌هاست که این فرصت کم نظیری است. در صورت نیازسنجی لازم و بازنگری در بنادر شمالی و با چشم انداز به ولگا و دریای سیاه می‌توان راه‌اندازی شاهراه محمولات جنوب شرق آسیا، هندوستان و آفریقا از طریق دریای خزر را به کشورهای شرق اروپا متصور دید. شرکت حافظ دریا آریا با استفاده از ظرفیت نمایندگی‌های خارج از کشور و همکاری نزدیک ضمن بازاریابی مؤثر و نقش آفرینی در کریدور شمال–جنوب و ارائه ناقل‌ترین نرخ کرایه حمل دریایی برای محمولات کریدور سعی بر تشویق بیشتر مشتریان نموده و بدون محدودیت در حال حاضر با توجه به ظرفیت کافی اولویت اول رزرو را برای محمولات شرق آسیا و هندوستان و سایر مبادی به سمت کریدور شمال –جنوب قرار داده‌است.

– **گروه کشتیرانی متولی کریدور شمال–جنوب است. حافظ دریا در این امر راهبردی چه نقشی را ایفا می‌کند؟**

کاپیتان ابراهیمی: از طریق مبادی جنوبی کشور شرکت حمل‌ونقل کانتینرسی در صنف اول راهبردی اکثر محمولات ترانزیتی کالا به کشورهای همسایه و حوزه CIS و کریدور شمال–جنوب قرار دارد که در حال حاضر نیز قسمت اعظم آن را در اختیار دارد. گروه کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران با حمایت سازمان بنادر و دریاوردی و وزارت راه و شهرسازی همواره در حال توسعه این بازار بوده و اگرچه این بازار با فراز و نشیب‌هایی روبه‌رو بوده‌است به دلایل اهمیت اقتصادی و ملی خود همیشه مورد توجه خاص و رقابتی با علاقه زیادی مشارکت شرکت حافظ دریا آریا و نقش آفرینی آن سبب شده سهم اصلی و عمدهٔ حمل محمولات شرق آسیا، چین، کرهٔ جنوبی، هندوستان و سایر طرف‌های تجاری اوراسیا را بر عهده گرفته و محور اصلی و موتور رانش ترانزیت تجارت نیز مثبت است. این ابتدای صنعت کانتینر، شناورهای ایده‌آل نیز نگاهی به کریدور شمال–جنوب ایران بیاندازیم. منافع استراتژیک هرگز کوتاه مدت نیستند. در واقع تعریف جهان از کریدور با تعریف ما قدری متفاوت است. از دید تجارت جهانی اگر دیور مکانی است که حمل کالا از طریق آن سریع‌تر و با هزینه بسیار کمتر صورت می‌پذیرد. این بدان معنا است که سابقاً کشورهای منطقه و رقبای ما علاقه زیادی به حمل محمولات خود از طریق خاک ایران را نداشتند و کریدورهای واقعی را از مسیرهای اقتصادی‌تر و با سرعت بالاتر پیدا کرده و یا با ایجاد زیرساخت‌های لازم آن را ایجاد نمودند و این درحالی است که به هیچ وجه امکان رقابت با موقعیت جغرافیایی ممتاز و شرایط ویژه مینم عزیزان مان را نداشته‌اند؛ بنابراین از آنجایی که به صورت مطلق نظام ستوری نتیجه بخش نخواهد بود در شرایط کنونی می‌بایست بر فرصت‌های کریدور متمرکز شویم نه مشکلات آن؛ اگرچه ماشین تولید مقررات همواره دست و پا گیر است، اما بروز بحران اوکراین و تحریم‌های وضع شده علیه روسیه موقعیت ممتازی به جهت نزدیک شدن هر دو کشور ایران و روسیه و تمایل طرفین به گسترش مناسبات به وجود آورده که استفاده بهینه از کریدور شمال –جنوب می‌تواند فرصتی طلایی برای گروه کشتیرانی و سایر دستگاه‌های مرتبط باشد که امیدوارم با ایجاد زیرساخت‌های لازم این مهم برای کاهش ترانزیت‌تایم و قیمت تمام شده در کوتاه‌ترین زمان ممکن مهیا شود.

– **در حوزه بندر چابهار به تازگی بزرگترین شناور کانتینری که از زمان تأسیس این بندر در آنجا پهلو گرفته بود را اعزام کردید. برنامه حافظ دریا برای تداوم تقویت بندر چابهار چیست و چه انتظاری از دستگاه‌های ذی‌ربط در جهت این اقدام دارد؟**

کاپیتان ابراهیمی: از چند ماه گذشته تاکنون بیش از پنج شناور از گروه کانتینری این شرکت با ظرفیت ۵۱۰۰ تا ۶۵۰۰ TEU کانتینر از خاور دور به بندر چابهار اعزام شده‌اند که ایجاد این خط منظم کانتینری، دستاوردی دیگر برای گروه کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران به‌خصوص حمل‌ونقل کانتینری این گروه به‌شمار می‌رود. از این رو هر دو هفته یک‌بار کشتی‌های کانتینری با ظرفیت بالا به صورت مستقیم از خاور‌دور به بندر چابهار تردد خواهد داشت و این اقدام استمرار می‌یابد. امیدوار هستیم با برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در زمینه توسعه ترانزیت و رونق کریدور شمال–جنوب توفیقات بیشتری نصیب گروه کشتیرانی شود.

در حال حاضر امکان اعزام شناورهای بزرگتر کانتینری این شرکت به

دلیل امکانات محدود بندر چابهار وجود نداشتار که در صورت نصب گنتری کرین‌های مناسب و امکان پهلودهی آن‌ها در بندر چابهار این محدودیت نیز تا حد زیادی رفع خواهد شد.

اگرچه به منظور تسهیل و کاهش هزینه‌های تجارت دریایی از طریق بندر چابهار تسهیلات و معافیت‌هایی توسط اداره بنادر و دریاوردی استان سیستان و بلوچستان در نظر گرفته شده‌است، اما به جهت توسعه ترانزیت جاده‌ای و ریلی ضروری است و می‌توان گفت از موانع عدم توسعه ترانزیت از بندر چابهار بالا بودن کرایه حمل زمینی و نبود امکانات لازم به جهت تشویق صادرات از بندر چابهار می‌باشد و طبیعی است که به دلیل تعداد قابل محمولات صادراتی و هزینه‌های سربار بازرگاندن کانتینرهای خالی برای خطوط و صاحبان کالا در رقابت با سایر بنادر جنوبی ایران جداییت لازم را نداشته باشد.

– **به تازگی برای رفع کمبود کانتینر همکاری‌های را برای تولید کانتینر در داخل کشور با برخی تولیدکنندگان آغاز کرده‌ید. از این جهت که تولید کانتینر در ایران برای نخستین بار و به سفارش گروه کشتیرانی صورت می‌گیرد بفرمایید که این همکاری‌ها در چه مرحله‌ای است؟**

کاپیتان ابراهیمی: کانتینرها علاوه بر استفاده از سیستم حمل‌ونقل دریایی قابلیت استفاده در سیستم حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای را نیز دارند و افتتاح خط تولید کانتینری می‌تواند کمک به سزایی در رفع کمبود کانتینر مخصوصاً در شرایط تحریمی کنونی باشد. به نظر می‌رسد پیش‌بینی نیاز کنونی حمل‌ونقل دریایی و زمینی ایران به کانتینرهای جدید بالغ بر ۳۰۰ هزار TEU باشد البته در طول سالیانی که حمل‌ونقل کانتینری در کشور شکل گرفته‌است همواره حمل‌ونقل کانتینری کشور بر کانتینرهای گروه جمهوری اسلامی ایران که عمدتاً از خارج خریداری می‌شوند متکی بوده‌است و بعد از اینکه تحریم‌های علیه ایران از سوی کشور آمریکا شکل گرفت، امکان استفاده از کانتینرهای خطوط کشتیرانی خارجی در ایران با محدودیت‌های جدی همراه شد. به دلیل محدودیت‌های ایجاد شده خطوط کشتیرانی خارجی، حمل و نقل کانتینرهای خود را به ایران ممنوع کردند و شرکت کشتیرانی حافظ دریا آریا نیز برای خرید کانتینر با مشکلات جدی مواجه شد؛ بنابراین وجود کارخانه‌هایی که در ایران بتوانند کانتینر تولید کنند مزیت خوبی است. البته اگر این صنعت بخواهد در کشور نهاده‌شود باید قیمت تمام شده آن برای مصرف‌کننده اقتصادی باشد. پایین آوردن قیمت تمام شده ساخت کانتینر به گونه‌ای است که باید از ظرفیت‌های مناطق آزاد و مناطق ویژه اقتصادی در داخل بنادر استفاده شود؛ این باعث می‌گردد مواد اولیه و وارداتی با هزینه کمتری ترخیص شوند و در همان نقطه فعالیت خطوط هم تحویل گردند. در سال گذشته طبق قرارداد فی مابین ۵۰۰ دستگاه کانتینر ساخت داخل تحویل کشتیرانی جمهوری اسلامی شد که در حال حاضر در شرکت حمل‌ونقل کانتینری و دریای خزر مورد استفاده قرار گرفته‌اند و امیدوار هستیم در صورت بهبود روند بازار این همکاری به صورت گسترده‌تر ادامه یابد.

– **آیندهٔ بازار کانتینری را در منطقه و جهان چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

کاپیتان ابراهیمی: تازمانی که رشد اقتصادی در منطقه و جهان مثبت باشد رشد تجارت نیز مثبت است. در ابتدای صنعت کانتینر، شناورهای ایده‌آل کانتینری تنها ۵۸ TEU کانتینر را حمل می‌کردند در حالیکه در حال حاضر ظرفیت شناورهای کانتینری ۰۰ برابر شده و این تحقق این شعار است که کسانی آینده بازار را می‌توانند پیش‌بینی کنند که در حال ساختن آینده هستند. در چند سال آینده شاهد خواهیم بود که تعداد شناورهای کانتینری افزایش می‌یابد و پایانه‌های کانتینری پیچیده‌تر شده عملیات داخلی ترمینال‌ها بیش از پیش خودکار می‌شوند. شرکت اورگرین سفارش ۲۰ شناور کانتینری با ظرفیت ۱۵ هزار TEU را امضاء کرده که تا سال ۲۰۲۴ میلادی همه را تحویل خواهد گرفت. شرکت OOCL درخواست ساخت تعداد ۱۰ شناور سایز بالا را امضاء کرده که تا سال ۲۰۲۵ به ناوگان خود اضافه می‌کند و سایر شرکت‌ها به همچنین. به نظر می‌رسد امکان بزرگ‌تر شدن شناورهای کنونی تا یک دهه آینده برای آینده‌سازان بازار به سه دلیل مقدور نباشد. اول اینکه بزرگ‌تر شدن شناورها دیگر هزینه‌های واحد کانتینر را کاهش نمی‌دهد و دلیل دوم اینکه آبراه‌های عمده جهانی محدودیت فیزیکی عمق و عرض دارند و دلیل سوم مانع بندری است، یعنی نیاز به جذب سرمایه‌گذاری‌های جدید، گنتری کرین‌های جدید و مشکلات عدیده از این قبیل که این‌ها همه کاملاً محسوس هستند. با توجه به رشد تجارت جهانی و رقابت موجود پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۶۶ میلادی میزان جابه‌جایی کانتینر در سطح جهان تا ۸۵۸ میلیون TEU گسترش یابد.

به هر ترتیب در نیم قرن آینده احتمال ساخت شناوری‌های تا ۵۰ هزار TEU غیر قابل تصور نیستند. درحالی‌که توسعه صنعت حمل‌ونقل کانتینری در حال رخ دادن است؛ رشد بنادر و افتتاح بنادر جدید برای رفع نیازهای بزرگ‌تر قطعا در دستور کار قرار گرفته یا قرار می‌گیرد. ما فکر می‌کنیم آینده صنعت کشتیرانی تا حد زیادی به شرکت‌های حمل‌کنندهٔ اصلی وابسته است و باید منتظر ادغام بیشتر و لجستیک یکپارچه‌تر خطوط در آینده باشیم. از طرفی ادغام چین در اقتصاد جهانی با ظرفیت بنادر و ترمینال‌های کانتینری چنین در سال ۲۰۲۰ میلادی با بیش از ۲۵۰ میلیون TEU. آینده‌نگری و سهیم چینی‌ها را نشان می‌دهد. تنها از ترمینال‌های کانتینری چین در سال ۲۰۲۲ بیش از ۱۰۰ مسیر جدید کانتینری راه‌اندازی شده و اثرات حمل کانتینری در سطح بین‌المللی در همه جا محسوس است و از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۶ یعنی در عرض ۱۹ سال ۱۳۲ میلیون TEU چرخش کانتینر در بازار جهانی افزایش یافته و بر اساس آمار سازمان‌های مرتبط در ده سال گذشته میانگین سالانه ۲.۶ میلیون TEU کانتینر تولید شده‌است.