



تولید بدون کارخانه راهبرد جدید بخش خصوصی برای عبور از دالان تاریک اقتصاد

همایش «تولید بدون کارخانه» با حضور مسعود بنابیان، نایب‌رئیس اتاق بازرگانی تبریز، رضا جعفری، عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی تبریز، مهدی برادران، معاون سابق صنایع عمومی وزارت صمت، موسی احمدزاده، رئیس انجمن واردکنندگان بهداشتی، آرایشی و عطر و ادکلن ایران و دبیر همایش و جمعی از فعالان اقتصادی در اتاق بازرگانی تبریز برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، مسعود بنابیان، نایب رئیس اتاق بازرگانی تبریز گفت: در دنیایی که با شتاب زیادی در حال پیشرفت است، نمونه‌های متعددی وجود دارد که نشان می‌دهد خلق ارزش الزاماً از مسیر تولید فیزیکی عبور نمی‌کند.

بنابیان ادامه داد: ما در کشورمان زنجیره ارزش را به رسمیت نشناخته ایم. تصور غالب این است که هر کس کارخانه دارد، تولیدکننده است و هر کس فروش و بازار را در اختیار دارد، واسطه محسوب می‌شود. این در حالی است که بازاریابی، فروش، تحقیق و توسعه و حتی مدیریت صادرات، هرکدام حلقه‌هایی هستند که ارزش افزوده واقعی ایجاد می‌کنند.



برداشت سنتی از تولید مانع توسعه زنجیره ارزش است

وی با اشاره به تحولات سریع اقتصاد جهانی افزود: با انتقاد از نگاه سنتی حاکم بر مفهوم تولید در کشور، گفت: ما سال‌هاست تولید را صرفاً معادل داشتن کارخانه و ماشین‌آلات دانسته ایم، در حالی که در اقتصاد امروز دنیا، تولید تنها یک حلقه از زنجیره ارزش است و نه لزوماً مهم‌ترین آن.

نایب رئیس اتاق تبریز با تأکید بر اینکه این مسئله صرفاً مشکل فعالان اقتصادی نیست، تصریح کرد: فرهنگ سازی زنجیره ارزش باید در سطح حاکمیت انجام شود. وقتی قاضی، ممیز مالیاتی یا مشاور حقوقی با مفهوم «تولید بدون کارخانه» آشنا نباشد، حتی مدرن‌ترین قراردادها هم در عمل بی‌اثر می‌شوند. هنوز در نظام اداری ما، امتیازات صرفاً به کارخانه دار داده می‌شود، بدون توجه به سایر حلقه‌های زنجیره.

وی ادامه داد: امروز بسیاری از جوانان، استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان به سطح بالایی از دانش فنی و توان تخصصی رسیده‌اند، اما در حوزه بازار، فروش و بازاریابی دچار ضعف هستند. راه حل این مسئله، اتصال این توانمندی‌ها به زنجیره ارزش است، نه الزام آن‌ها به ورود مستقیم به تولید فیزیکی.

نایب رئیس اتاق بازرگانی تبریز با اشاره به یارانه‌های پنهان انرژی و ساختارهای ناکارآمد گفت: بخش بزرگی از صنایع ما سال‌ها با اتکا به یارانه انرژی و شرایط غیررقابتی سرپا مانده‌اند. اگر روزی این ساختار اصلاح شود و قیمت‌ها واقعی شوند، بسیاری از این واحدها بدون شبکه سازی، برون سپاری و رعایت استانداردهای جهانی، توان ادامه فعالیت نخواهند داشت.

وی همچنین به مسئله تحریم‌ها اشاره کرد و گفت: تحریم‌ها بدون شک به ما آسیب زده‌اند، اما هم‌زمان بسیاری از ضعف‌های ساختاری ما را هم پنهان کرده‌اند. اگر وارد فضای رقابت جهانی شویم، با نظام بانکی، حسابرسی، مالیات و استانداردهایی مواجه خواهیم شد که قابل دور زدن نیستند. در دنیا استانداردها یکسان است؛ چه در ایران، چه در روسیه و چه در آمریکا.

بنابراین در پایان تأکید کرد: تا زمانی که سود در زنجیره ارزش بر اساس میزان ارزش افزوده واقعی تقسیم نشود و میان تولیدکننده، بازاریاب و سایر حلقه‌ها تفاهم ایجاد نشود، این زنجیره دائماً دچار گسست خواهد شد. ادامه مسب توسعه بدون اصلاح این نگاه، کشور را با چالش‌های جدی‌تر مواجه می‌کند.



بهره‌وری و استفاده از ظرفیت‌های خالی، راه نجات تولید در شرایط جدید اقتصادی

رضا جعفری، عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی تبریز، با اشاره به تحولات اخیر اقتصادی کشور و ضرورت بازنگری در رویکردهای تولیدی، گفت: امروز ما در صنعت غذا و صنایع بهداشتی و آرایشی، تعداد زیادی واحد تولیدی فعالیت دارند، اما مشکل اصلی اینجاست که ظرفیت واقعی تولید ما به درستی به بازار عرضه نمی‌شود. آمارها نشان می‌دهد میانگین بهره‌برداری از ظرفیت واحدهای تولیدی ما بالاتر از ۶۰ درصد نیست و بخش عمده‌ای از این ظرفیت به دلیل نداشتن امکان عرضه، بلااستفاده مانده است. اگر بتوانیم حتی بخشی از این ظرفیت خالی را فعال کنیم، اتفاقات بسیار مثبتی در اقتصاد کشور رقم خواهد خورد.

رئیس انجمن صنایع غذایی، آرایشی و بهداشتی آذربایجان شرقی با اشاره به شرایط نگران‌کننده صنایع غذایی گفت: در روزهای اخیر تماس‌های بسیار زیادی با تولیدکنندگان و مدیران صنایع مختلف، به ویژه در حوزه غذا، داشته‌ایم. دغدغه مشترک همه آن‌ها افزایش مستمر قیمت مواد اولیه است. گوشت، تخم مرغ، شیر و سایر نهاده‌ها در حال گران‌تر شدن هستند و این افزایش قیمت به صنایع تبدیلی و لبنیات منتقل خواهد شد. در حالی که دولت به دنبال پرداخت یارانه مستقیم است، اما اثر این تصمیم بر قیمت مواد اولیه و محصولات نهایی به طور شفاف دیده نشده است.

وی تأکید کرد: با وجود این نگرانی‌ها، کلیت تصمیمات اخیر اقتصادی را مثبت می‌دانیم. سال‌هاست فعالان اقتصادی درخواست تک‌نرخ شدن ارز را مطرح می‌کنند. وجود نرخ‌های متعدد ارزی باعث بی‌عدالتی، رانت و صف‌های نابرابر شده بود. امروز با یکسان‌سازی نرخ‌ها، شرایط شفاف‌تری ایجاد شده و حذف الزام انتقال ارز توسط بانک مرکزی نیز فرصت مناسبی برای واردات مواد اولیه و کالاهای مجاز فراهم کرده است.

جعفری افزود: اکنون دیگر ثبت سفارش به معنای گرفتن مجوز نیست و همه فعالان اقتصادی، چه در مرکز و چه در شهرستان‌ها، با شرایط تقریباً یکسان فعالیت می‌کنند. این موضوع می‌تواند به شفافیت و عدالت اقتصادی کمک کند.

عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی تبریز در پایان با تأکید بر اهمیت جلسه و مباحث مطرح شده گفت: امروز شاید اهمیت این موضوع کمتر از آن چیزی باشد که باید دیده شود. ما ناچاریم به سمت افزایش بهره‌وری حرکت کنیم؛ بهره‌وری در حوزه‌ی نیروی انسانی، سرمایه، ماشین‌آلات، انرژی و تمام منابعی که در اختیار داریم. بخش مهمی از این بهره‌وری از طریق فعال‌سازی ظرفیت‌های خالی ممکن است. امیدواریم با استفاده از دانش و تجربیات اساتید حاضر در این حوزه، بتوانیم گام‌های مؤثری در این مسیر برداریم.

شرایط سخت است، اما فرصت های بی سابقه ای پیش روی فعالان اقتصادی قرار دارد

مهدی برادران، معاون سابق صنایع عمومی وزارت صمت، با اشاره به شرایط اقتصادی کشور و ضرورت تغییر رویکرد در حوزه تولید، گفت شرایط امروز کشور آسان نیست و بدون تردید با شرایط سخت تری نیز مواجه خواهیم شد.

وی افزود: قدرتی که نمی توان آن را از فعالان اقتصادی گرفت، قدرت کارآفرینی، تفکر، خلاقیت و نوآوری است. دانش کارآفرینی محدود به کشور خاصی نیست و ایران از این منظر ظرفیت بسیار بالایی دارد. من معتقدم دولت وظیفه دارد از تولید حمایت کند؛ این حمایت رانت نیست، بلکه یک مزیت مشروع است که باید حفظ شود. حتی اگر برخی مزیت های اقتصادی از بین بروند، آنچه از بین نمی رود تفکر، دانش و توان نوآوری ایرانی است که می تواند بسیاری از تحریم ها را دور بزند.

برادران با تأکید بر لزوم استفاده از فرصت های جدید اظهار کرد: امروز باید از ادبیات جدید، مدل های نوین کسب و کار و ظرفیت هایی که پیش تر به آن ها اشاره شد استفاده کنیم. بیش از ۵۰ تا ۶۰ درصد ظرفیت تولید کشور خالی است و این در عین حال که یک چالش محسوب می شود، یک فرصت بزرگ برای سرمایه گذاران جدید است؛ حتی برای کسانی که کارخانه ندارند.

وی ادامه داد: در شرایط پیش رو، این فرصت ها تشدید می شود. بسیاری از واحدهای تولیدی به دلیل کمبود سرمایه در گردش ممکن است سطح تولید خود را کاهش دهند. این دقیقاً همان نقطه ای است که سرمایه گذاران جدید می توانند وارد شوند. همان طور که در بازارهای مالی، افت شاخص برای ورود فرصت محسوب می شود، در بخش تولید نیز کاهش ظرفیت فعال می تواند یک فرصت طلایی باشد.

معاون سابق صنایع عمومی وزارت صمت گفت: برخلاف تصور برخی، تولید بدون کارخانه لزوماً باعث خرد شدن تولیدکنندگان نمی شود؛ حتی می تواند به همگرایی، همکاری و وحدت میان فعالان اقتصادی منجر شود.

برادران با تأکید بر اینکه تولید بدون کارخانه یک فعالیت رسمی و کامل است، تصریح کرد: تولید بدون کارخانه به معنای تولید بدون مالیات، بدون شفافیت یا بدون مسئولیت نیست. این مدل تمام ویژگی های تولید را دارد، اما بدون الزام به سرمایه گذاری جدید در زیرساخت فیزیکی انجام می شود. تمرکز این مدل بر اصلاح محصول، افزایش بهره وری و استفاده از ظرفیت های موجود است.

وی با انتقاد از تمرکز صرف بر ساخت فیزیکی کالا گفت: ما در فرآیند تولید، حلقه های متعددی داریم اما متأسفانه عمدتاً فقط به ساخت کالا توجه کرده ایم. در حالی که تحقیق و توسعه، شناخت رفتار مشتری، بازاریابی، طراحی محصول و مهندسی محصول سهم بسیار بالایی در رضایت مشتری و سودآوری دارند. این موضوع در دنیا سال هاست پذیرفته شده، اما برای ما هنوز تازه است.

برادران ادامه داد: در منحنی ارزش، بیشترین سود در حوزه طراحی محصول و بازاریابی است و کمترین سود در خود تولید. این بخش تولید را می توان با استفاده از ظرفیت های خالی کشور انجام داد. وجود کارخانه های نیمه تعطیل، اگرچه یک ضعف است، اما هم زمان یک فرصت بزرگ برای کسانی است که می خواهند وارد عرصه تولید شوند.

معاون سابق صنایع عمومی وزارت صمت با تأکید بر مسئولیت اجتماعی فعالان اقتصادی گفت: حفظ تولید، حفظ اشتغال و تأمین کالا برای بازار، یک مسئولیت اجتماعی است. در سال های گذشته با وجود تمام نوسانات، کشور دچار کمبود جدی کالا نشد. امروز هم می توانیم با نگاه فرصت محور، از نوسانات ارزی و شرایط جدید، مسیرهای تازه ای برای تولید و صادرات پیدا کنیم.

وی افزود: امروز بسیاری از تولیدکنندگانی که پیش تر حاضر به شراکت نبودند، به دلیل کاهش سرمایه در گردش، آماده همکاری در قالب تولید بدون کارخانه هستند. شما می توانید تأمین کننده مواد اولیه، سفارش دهنده محصول جدید یا شریک تولید باشید و چالش سرمایه گذاری جدید را با بهره گیری از سرمایه گذاری های قبلی حل کنید.

برادران با اشاره به تحولات صادراتی و ارزی گفت: استفاده از ارز حاصل از صادرات، توسعه محصولات جدید، ورود به بازارهای خاص و هدف گذاری دقیق در صادرات، فرصت هایی است که امروز پیش روی شرکت ها قرار دارد. ما در کنار چالش ها، باید فرصت های بهبود را شناسایی کنیم و از آن ها برای بازسازی و تقویت بخش تولید کشور استفاده کنیم.

معاون سابق صنایع عمومی وزارت صمت، معدن و تجارت افزود: نارضایتی موجود در بازار، چه از سوی مردم و چه از سوی فعالان اقتصادی، یک تهدید صرف نیست؛ این نارضایتی برای شما و برای ما یک فرصت است. اگر همه بازارها کاملاً راضی بودند، نیازی به دور هم جمع شدن، فکر جدید کردن، راه اندازی واحد جدید و خلق مدل های تازه کسب و کار نبود.

وی با تأکید بر ظرفیت های داخلی گفت: ما به توان شما، به پتانسیل اقتصاد کشور و به آینده این مسیر ایمان داریم و مطمئن هستیم که می توانیم موفق شویم. یکی از اقدامات مهمی که در دوره مسئولیت من دنبال شد، نهادینه سازی مفهوم «تولید بدون کارخانه» بود؛ کاری که پیش از من نیز مطالعات آن آغاز شده بود و یک تفکر شخصی نبود.

وی توضیح داد: تولیدکننده بدون کارخانه می تواند مواد اولیه تهیه کند، به تولیدکنندگان سفارش بدهد، کارخانه همکار معرفی کند و از ظرفیت خالی واحدهای موجود استفاده کند. در این مدل، تمام مزایای تولید از جمله برند، فروش، صادرات و ارزش افزوده محصول حفظ می شود و تنها تولید فیزیکی برون سپاری می شود.

برادران با بیان اینکه این مدل کاملاً عملیاتی است، گفت: تولید بدون کارخانه فقط یک پارادایم نیست، بلکه مجموعه ای از پارادایم های مکمل را به دنبال دارد. وقتی این نگاه پذیرفته شود، می توان در مراحل بعدی حتی به برون سپاری خارجی نیز فکر کرد، بدون آنکه نقش ما در زنجیره تولید حذف شود.

وی با تأکید بر نگاه زنجیره ای به تولید اظهار کرد: تولید فقط به معنای ساخت فیزیکی کالا نیست. تحقیق و توسعه، بازاریابی، تبلیغات، فروش، خدمات پس از فروش و مدیریت برند، همگی اجزای زنجیره تولید هستند. هرکسی که در این حلقه ها فعالیت می کند، در حال تولید است و این ها همه فرصت های اشتغال، نوآوری و ایجاد شرکت های جدید محسوب می شوند.

مصوبه تولید بدون کارخانه حاصل سال ها مطالبه گری بخش خصوصی است

موسی احمدزاده، رئیس انجمن واردکنندگان محصولات بهداشتی، آرایشی و عطر و ادکلن ایران، با اشاره به تصویب مصوبه هیئت وزیران در خصوص تولید بدون کارخانه، گفت: اگر چهار سال پیش مطالبه گری در چارچوب قانون انجام نمی دادیم، امروز امکان اخذ چنین مصوبه ای وجود نداشت. این اتفاق نتیجه پیگیری مستمر و تسهیل گری برای فعالان اقتصادی است.

احمدزاده با اشاره به تصویب نامه تولید بدون کارخانه گفت: این مصوبه حاصل سال ها رفت و آمد، مذاکره و چالش در شورای گفت و گو و وزارت صمت است. امروز تولیدکننده بدون کارخانه می تواند از تمام مزایای تولیدکننده رسمی استفاده کند؛ از یارانه نرخ سود بانکی گرفته تا تأمین مالی از بازار سرمایه، خدمات بانکی، تسهیل در رفع تعهد ارزی و ثبت شرکت برای سرمایه گذاری.

دبیر همایش تولید بدون کارخانه با اشاره به نمونه های جهانی اظهار کرد: شرکت هایی مانند اپل و سامسونگ با برون سپاری تولید فیزیکی، تمرکز خود را بر قلب و مغز زنجیره ارزش یعنی برند، طراحی و بازار گذاشته اند. سؤال اینجاست که چرا ما نتوانستیم برندهای بین المللی بسازیم؟ چرا تولیدکنندگان ایرانی نتوانسته اند، به عنوان برند در سطح جهانی تثبیت شوند؟ برند واقعی برندی است که فراتر از مرزها شناخته شود؛ همان طور که نایکی، اپل و سامسونگ ذهن میلیاردها انسان را تسخیر کرده اند.

رئیس انجمن واردکنندگان محصولات آرایشی و بهداشتی ادامه داد: ما باید به سمت تولیدی برویم که مزیت رقابتی، صادرات محور، ارزش آفرین و ارزآور برای کشور باشد. تولید بدون کارخانه بار مالی بسیار کمتری برای دولت دارد و مدل های موفق آن در دنیا وجود دارد که می توان از آن ها استفاده کرد.

احمدزاده تأکید کرد: تولید بدون کارخانه یک رؤیا یا شعار نیست؛ این یک تجربه جهانی با قدمتی چند ده ساله است. اگر این مسیر را درست بشناسیم و اجرا کنیم، می توانیم هم اشتغال ایجاد کنیم، هم برند بسازیم و هم از اقتصاد کشور در برابر شوک ها و تحریم ها محافظت کنیم.

احمدزاده با انتقاد از طولانی بودن فرآیند ثبت علائم تجاری گفت: ثبت برند و نام تجاری امروز به یکی از ترمزهای تولید کشور تبدیل شده است. در حالی که در بسیاری از کشورها این فرآیند ظرف چند هفته انجام می شود، در ایران ماه ها طول می کشد و فرصت های صادراتی از دست می رود. اگر شرکت های چابک، سریع و سبک می خواهیم، باید این موانع را برداریم.

وی با تأکید بر اهمیت انتخاب کارخانه همکار، نظام توزیع و بازاریابی افزود: انتخاب کارخانه، شبکه توزیع و کانال های فروش، به اندازه خود تولید اهمیت دارد. دنیا، دنیای ارتباطات است. بازاریابی با فروش تفاوت دارد؛ بازاریابی مغز کسب و کار است.

رئیس انجمن واردکنندگان محصولات آرایشی و بهداشتی در پایان گفت: کارآفرین واقعی کسی است که ارزش آفرینی و اشتغال پایدار ایجاد می کند، نه کسی که صرفاً یک فعالیت کوچک مقطعی دارد. امروز بیش از هر زمان دیگری به تخریب خلاق، نوآوری و نگاه مدرن به اقتصاد نیاز داریم. اگر این مسیر را جدی بگیریم، تولید بدون کارخانه می تواند آینده تولید و برند ایرانی را نجات دهد.

اگر برند نسازیم، حذف می شویم

موسی احمدزاده، رئیس انجمن واردکنندگان محصولات بهداشتی، آرایشی و عطر و ادکلن ایران، با اشاره به ضرورت چندملیتی شدن برندها اظهار کرد: در دنیا شرکت هایی مانند یونیلیور، بی اندجی و ژیلت با هم افزایی، بازارهای جهانی را در اختیار دارند. اگر به سمت برندهای چندملیتی نرویم، حذف می شویم. امروز استراتژی هوشمند این است که در کنار حفظ وضع موجود، بخشی از منابع را به نوآوری و آینده اختصاص دهیم.

وی با تأکید بر مفهوم «تمایز یا نابودی» گفت: برند یک شبه ساخته نمی شود؛ ممکن است ۵۰ سال طول بکشد. ثبت نام تجاری با ساخت برند تفاوت دارد. بسیاری از تولیدکنندگان تصور می کنند صرف تولید کافی است، در حالی که بدون بازاریابی، طراحی و شناخت بازار، محصول فروش نمی رود.



