

اشاره:

دستیابی به توسعه اقتصادی - اجتماعی در دنیای امروز بدون داشتن اقتصادی قدرتمند و کارآ میسر نمی‌گردد. اقتصادی که بتواند با عرضه تولیدات نرم‌افزاری، سخت‌افزاری خود، سهم مؤثر خود را در اقتصاد و تجارت جهانی به منصفه ظهور گذارد.

متأسفانه در سال‌های اخیر با وجود سرمایه‌گذاری‌ها و تلاش‌های وسیعی که در بخش‌های مختلف اقتصادی با هدف دستیابی رشد و توسعه پایدار و موزون صورت گرفته، نقش و جایگاه بازرگانی خارجی به‌ویژه در زمینه صادرات غیرنفتی تا حدودی نادیده گرفته شده است. در همین حال با کاهش درآمدهای نفتی بار دیگر ضرورت قطع وابستگی به ارز حاصل از فروش نفت و اتکا به صادرات غیرنفتی برای تأمین نیارهای ارزی در اقتصاد ایران هویدا شده است.

کارشناسان برای رهایی از وابستگی اقتصاد کشور به نفت، تعیین سیاست‌ها و راهبردهای تجاری مؤثر در رشد صادرات غیرنفتی را مورد تأکید قرار می‌دهند.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با دکتر سیف... سیف‌اللهی، رئیس پژوهشکده جامعه‌پژوهی و برنامه‌ریزی المیزان» موانع رشد و توسعه بازرگانی خارجی و راهبردها و سیاست‌های بازرگانی مؤثر در این امر را به بحث گذارد.

ماحصل این گفت‌وگو را با هم می‌خوانیم.



## یا مد پیریت هو نشمند و مشارکت مرد می می توان بازرگانی را در دستر پهینه استوار ساخت

دهیم.

موانع و تنگناهای رشد و توسعه بازرگانی داخلی و خارجی ایران را از دو منظر مرتبط به هم می‌توان مورد تحلیل و تبیین قرار داد:

- ۱- موانع و تنگناهای نشأت گرفته از خارج از نظام و ساختار بازرگانی داخلی و خارجی ایران
- ۲- موانع و تنگناهای نشأت گرفته از درون نظام و ساختار بازرگانی داخلی و خارجی ایران.

■ **لطفاً موانع و تنگناهای نشأت گرفته از خارج از نظام و ساختار بازرگانی کشور را تشریح نمایید.**

■ **به نظر جنابعالی موانع و تنگناهای رشد و توسعه**

**بازرگانی داخلی و خارجی ایران کدامند؟**

اما موانع و تنگناهای رشد و توسعه بازرگانی داخلی و خارجی ایران را باید در ساختار، کارکرد و عملکرد رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی سده‌های گذشته و به‌ویژه در چند دهه اخیر جست‌وجو کرد. اگر بخواهیم به‌طور علمی و تاریخی پاسخ این پرسش بنیادی را بدهیم، باید به روند، ماهیت و ساختار نظام اجتماعی ایران بنگریم و کارکردها و عملکردهای آن را در درون نظام و در ارتباط با داده‌ها و ستادهای منطقه‌ای و جهانی مورد بررسی قرار

۶- نبود روحیه و زمینه‌های برنامه‌ریزی و دورنگری اقتصادی در امر صادرات به علت تصمیم‌گیری‌های گذرا، نبود ثبات اقتصادی و امنیت مالی در کشور

۷- نبود روحیه تحقیق و توسعه در مدیریت اقتصادی جهت راهبری و هدایت بازرگانی داخلی و خارجی

۸- وجود موانع فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در برخی زیربخش‌های بازرگانی داخلی و خارجی مانند جهانگردی و ایرانگردی

۹- نبود رشته‌های تحصیلی و آموزشی متناسب با نیازها و ضرورت‌های رشد و توسعه اجتماعی - اقتصادی در راستای تربیت نیروی انسانی برای تصدی مدیریت بازرگانی داخلی و خارجی در تمام زیررشته‌های مربوطه، از جمله بازاریابی، بسته‌بندی و استاندارد کالاها، توزیع علمی کالاها و ...

### ■ درباره موانع و تنگناهای نشأت‌گرفته از درون نظام و ساختار بازرگانی داخلی و خارجی ایران توضیح بیشتری ارایه فرمایید.

۱۱- اهم موانع و تنگناهای نشأت‌گرفته از درون نظام و ساختار بازرگانی داخلی و خارجی ایران را می‌توان چنین برشمرد:

۱- نارسایی و تناقض در امر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای رشد و توسعه بازرگانی داخلی و خارجی  
 ۲- نارسایی و تناقضات ساختاری و کارکردی در قوانین و ضوابط صادرات و واردات کشور

۳- نارسایی و فرسودگی ساختار اداری در ارتباط با سازماندهی و سازماندهی بازرگانان داخلی و خارجی

۴- وجود گرایش‌ها و بینش‌های شخصی و گروهی حاکم بر سیاست‌ها، رویه‌ها و خط‌مشی‌های رشد و توسعه بازرگانی  
 ۵- پایین بودن کیفیت کالاهای صادراتی از نظر استانداردهای بین‌المللی

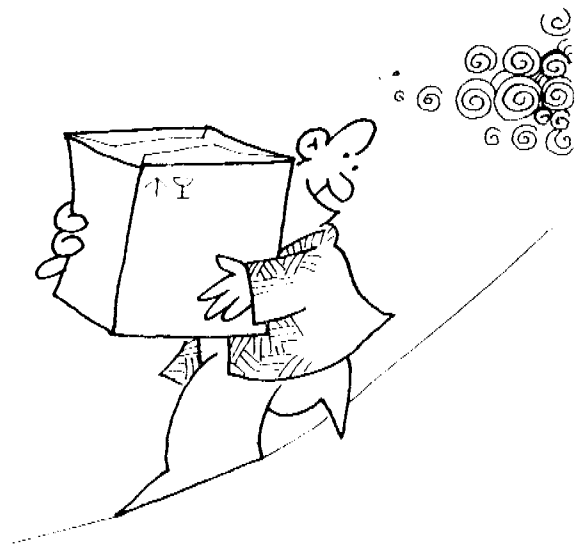
۶- نبود نظام بازاریابی مبتنی بر دستاوردهای علمی و تحقیقی در کشور

۷- وجود روحیه بساز و بفروشی در بین بازرگانان ایرانی

۸- ضعف و نارسایی‌های بنیادی در بسته‌بندی و عرضه کالاهای کشاورزی و صنعتی در داخل و صدور آنها به خارج از کشور

۹- نارسایی ساختاری در شیوه توزیع کالاها و تولیدات در داخل و خارج از کشور

۱۰- عدم برخورداری کالاهای کشاورزی و صنعتی از



۱۱- این‌گونه موانع و تنگناها را می‌توان به شرح زیر برشمرد:  
 ۱- سیطره و حاکمیت درآمد حاصل از فروش مواد نفتی بر سایر درآمدها  
 ۲- وجود اقتصاد بیمارگونه و با ساختار ناپایدار، نامتوازن و بارویکرد خارجی در دهه‌های گذشته

### ○ موانع و تنگناهای رشد و توسعه بازرگانی داخلی و خارجی ایران از دو جهت قابل بررسی است. یکی تنگناهای نشأت‌گرفته از خارج از نظام و ساختار بازرگانی کشور و دیگری موانع و تنگناهای ناشی از درون نظام و ساختار بازرگانی داخلی و خارجی.

۲- وجود رقابت فشرده، مجرب و سازمان‌یافته در سطح جهانی در جهت تسخیر بازارهای جهانی

۲- تحمیل مدارهای توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بر نظام اقتصادی - اجتماعی کشور از سوی اقتصاد جهانی

۵- وجود ساختار و نظام اداری، مالی و سیاست‌گذاری و برنامه‌های فرسوده، دست‌وپاگیر و رفتار تفتیش‌آمیز در امر نظارت و هدایت اقتصادی کشور

کیفیت مطلوب و قابل قبول بازارهای جهانی و مصرف‌کنندگان خارجی

○ پیشنهاد‌های مربوط به ساماندهی نظام و ساختار بازرگانی کشور باید مبتنی بر اصول و مبانی تحقیق و توسعه باشد تا از اثر بخشی، کارآیی و بهره‌وری لازم برخوردار باشد.

۱۱- نبود نظام اطلاع‌رسانی به‌روز و کارآمد از بازارهای داخلی و بین‌المللی

۱۲- نبود نظام تبلیغاتی و بازاریابی درست و بهینه برای بازارهای داخلی و بین‌المللی

۱۳- نارسایی در ابزارهای حمل و نقل داخلی و بین‌المللی  
۱۴- نارسایی در مقررات گمرکی، مقررات اداری و سیاست‌های صادراتی و وارداتی

۱۵- وجود روحیه و جریان اقتصادی مبتنی بر یکبارفروشی، فله‌فروشی و خام‌فروشی به روش سنتی و سودآوری آنی و فوری در بین بازرگانان

۱۶- نبود حمایت‌های مالی، بیمه‌ای و سیاسی از کارگزاران بازرگانی و صادراتی کشور در قبال سوخت و سوزها، حوادث غیرمترقبه و ...

۱۷- نارسایی در هدایت، ترغیب و تشویق کارگزاران کالاهای صادراتی

۱۸- نبود ظرفیت‌های تولید انبوه و با کیفیت قابل رقابت با تولیدات برخی کشورهای منطقه و بازاریابی جهانی

■ **در راستای رشد و توسعه بازرگانی خارجی و دگرگونی بنیادین در ساختار، کارکرد و عملکرد آن چه پیشنهاد‌های راهبردی و کاربردی به مدیریت سیاسی و دست‌اندرکاران اقتصادی می‌توان ارایه داد؟**

۱۱ با توجه به ضرورت بازننگری و ساماندهی نظام و ساختار بازرگانی داخلی و خارجی کشور، در راستای دستیابی به صادرات بهینه کالاها و تولیدات غیرنفتی و رفع نیازهای داخلی کشور، پیشنهادها باید مبتنی بر اصول و مبانی تحقیق و توسعه باشد تا از اثر بخشی، کارآیی و بهره‌وری لازم برخوردار باشد. در حال حاضر، راهکارها و سازوکارهای پیشنهادی در سطح کلان و به صورت پیش‌فرض‌ها و فرضیه‌هایی ارایه می‌شود.

با توجه به نقطه‌نظرات فوق‌الذکر، می‌توان راهکارهای پیشنهادی را در دو سطح راهبردی و کاربردی مطرح ساخت که عبارتند از راهکارهای کاربردی و کوتاه‌مدت و نیز راهکارهای راهبردی و بلندمدت.

■ **با توجه به ضرورت رشد سریع صادرات غیرنفتی در کوتاه‌مدت، چه راهکارهای کاربردی و کوتاه‌مدتی را توصیه می‌کنید؟**

□ ۱- برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت برای کارگزاران و مدیران امور بازرگانی داخلی و خارجی

۲- تشویق و ترغیب کارگزاران امور بازرگانی داخلی و خارجی کشور به ارتقای کیفیت کالاها

۳- تشویق و ترغیب کارگزاران و بازرگانان به رعایت اصول بهداشتی، زیبایی در عرضه کالاها و استانداردهای پذیرفته شده بین‌المللی

۴- هدایت و ارشاد کارگزاران بازرگانی داخلی و خارجی به راستگویی و تبلیغات واقع‌بینانه و دورنکرانه

۵- هدایت و ارشاد کارگزاران بازرگانی داخلی و خارجی به قیمت‌گذاری واقعی و قناعت بر سود پذیرفته شده بین‌المللی

۶- رعایت اصول بسته‌بندی کالاها و تولیدات کشاورزی و صنعتی از سوی صادرکنندگان و توزیع‌کنندگان داخلی و خارجی

۷- تفکیک کالاها و تولیدات برپایه مرغوب و نامرغوب و طبقه‌بندی آنها جهت عرضه برپایه اصول متعارف و استانداردهای بین‌المللی

○ **تدوین سیاست‌های رشد و توسعه بازرگانی در راستای هدف‌های توسعه پایدار و درونزا و برپایه واقعیت‌های موجود جامعه و جامعه جهانی، هدایت مدیریت بازرگانی از تصدی‌گری به تولی‌گری، اصلاح نظام اداری، ساماندهی خدمات بازرگانی، شناسایی بازارهای بین‌المللی، پرهیز از انحصارگرایی و ... از راهکارهای راهبردی و بلندمدت برای توسعه بازرگانی کشور است.**

۸- پرهیز از فله‌فروشی در جهت بهره‌یابی بهینه از تولیدات داخلی و فروش آنها به قیمت‌های عادلانه

سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها، رویه‌ها و برنامه‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی جامعه ایران اسلامی باید بر اصول و قانونمندی اسلامی، انسانی و قابل پذیرش در بین کشورهای جهان باشد.

با توجه به نظرات فوق‌الذکر، به برخی از راهکارهای راهبردی بازرگانی داخلی و خارجی ایران اشاره می‌کنم:

۱- تدوین سیاست‌های رشد و توسعه بازرگانی داخلی و خارجی در راستای هدف‌های توسعه پایدار، درونزا و موزون کشور و بر پایه واقعیت‌های موجود جامعه و جامعه جهانی  
۲- هدایت تولیدات کشاورزی و صنعتی کشور به سوی تولیدات موردنیاز کشور و منطقه و نیز به بازارهای اشباع‌نشده در سایر کشورها

۳- هدایت مدیریت بازرگانی داخلی و خارجی از مدیریت تصدی‌گری به مدیریت تولی‌گری طبق برنامه مدون و گام‌به‌گام

۴- رهایی بازرگانی داخلی و خارجی کشور از نظام اداری، مالی و گمرکی فرسوده، بازدارنده و انحرافی و ساماندهی آنها در جهت تشویق و راهگشایی امور بازرگانی داخلی و خارجی  
۵- اعمال قانون و ضوابط اداری، مالی و گمرکی از طریق

نیروی انسانی کارآ، متخصص، آموزش‌دیده و مسئول

۶- هدایت بازرگانی داخلی و خارجی به سوی فروش و توزیع کالاها با بسته‌بندی‌های استاندارد، تبلیغات واقعی، قیمت‌گذاری‌های واقعی و پرهیز از فروش فله و خام تولیدات کشاورزی و صنعتی

۷- توجه به امر صنعت جهانگردی و ایرانگردی به عنوان یکی از منابع عظیم و لایزال اقتصادی و ارزآور از طریق بازرگانی در سیاست‌ها و رویه‌ها و مقررات موجود

۸- ساماندهی و سازماندهی مؤسسات بیمه‌ای، مؤسسات مالی و بانکداری، خدمات حمل و نقل، انبارداری و گمرکات در جهت راستای رشد و توسعه بازرگانی داخلی و خارجی طبق برنامه‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی کشور

۹- سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در امر صادرات نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای داخلی با شناخت جامع از کم و کیف آنها

۱۰- ارتقای دانش فنی و فرهنگ‌پذیری امر صادرات و واردات برای کارگزاران، مدیران و بازرگانان در راستای هدف‌های رشد و توسعه بازرگانی داخلی و خارجی کشور

۱۱- تحقیق و شناسایی بازارهای بین‌المللی، نوع، میزان و نحوه رقابت‌ها در سطح جهانی و انتقال دستاوردهای تحقیقات

۹- تلاش و کوشش در ارتقای فرهنگ بازرگانی علمی و عملی و پذیرفته شده در مدیریت بازرگانی داخلی و خارجی کشورهای موفق

○ **برگزاری دوره‌های آموزش کوتاه‌مدت برای کارگزاران و مدیران امور بازرگانی، ارتقا کیفیت و بسته‌بندی کالاها، تبلیغات واقع‌بینانه و دورنگرانه، قیمت‌گذاری واقعی و قناعت به کسب سود متعارف بین‌المللی، پرهیز از فله‌فروشی، کوشش برای ارتقای فرهنگ بازرگانی علمی و عملی از راهکارهای کاربردی کوتاه‌مدت برای ارتقای صادرات غیرنفتی است.**

۱۰- هدایت و ارشاد کارگزاران بازرگانی داخلی و خارجی به استفاده از رسانه‌ها و دستگاه‌های اطلاع‌رسانی در راستای بازاریابی بهینه، عرضه کالاها به بازارهای داخلی و خارجی در وقت و زمان مقرر

۱۱- تشویق و هدایت کارگزاران بازرگانی و تولیدکنندگان به رعایت قوانین و مقررات صادرات و واردات کشور خودی و سایر کشورها در راستای اثرگذاری مثبت در خریداران داخلی و خارجی

۱۲- حمایت و هدایت بازرگانان ایرانی در خارج، از سوی نمایندگی‌های سیاسی کشور

۱۳- ارتقای سطح فرهنگ بسته‌بندی کالاها در جامعه و گروه‌های درگیر با امور بازرگانی داخلی و خارجی  
۱۴- رشد و توسعه صنایع بسته‌بندی، شیوه توزیع و انبارداری در کشور

۱۵- کاهش رابطه‌ها، دلال‌ها، خرده‌فروشی‌ها، صادرات سنتی و بسته‌بندی با دست، به‌ویژه در بازرگانی خارجی.

■ **برای پیشبرد بازرگانی خارجی در جهت دستیابی به رشد و توسعه پایدار و متوازن اقتصادی، راهکارهای راهبردی و بلندمدت مورد پیشنهاد شما چیست؟**

لاهدف مدیریت اقتصادی در نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران دستیابی بهینه به اقتصاد سالم در جهت و راستای رفع نیازهای زیستی، روانی و اجتماعی افراد و گروه‌های اجتماعی و رهایی از سلطه‌گری و سلطه‌پذیری اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در جامعه و جامعه جهانی است. بنابراین

کارآمد، بازاریابی و سرمایه‌گذاری و دورنگری در حوزۀ فعالیت‌های ذی‌ربط.

### ■ با توجه به مباحث مطروحه، دورنمای رشد و توسعه بازرگانی خارجی ایران را جنابعالی چگونه ارزیابی می‌کنید؟

□ ایران از نظر گوناگونی شرایط اقلیمی، جغرافیایی، منابع زیرزمینی، جاذبه‌های جهانگردی و موقعیت منطقه‌ای، کشوری با امکانات بالقوه و بالفعل وسیع و گسترده محسوب می‌شود. بنابراین استحقاق رشد و توسعه بازرگانی داخلی و خارجی در راستای برنامه‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی و سیاسی فرهنگی پایدار و متوازن را دارد.

به مدیران اقتصادی، کارگزاران و بازرگانان داخلی و بین‌المللی ۱۲- حمایت سیاسی، فرهنگی و اقتصادی از فعالیت‌های بازرگانی داخلی و خارجی و راستای زدایش ذمیت جامعه از القاب نسبت داده شده به آنها، مانند واسطه‌گری، تاجرصفی، تازه به دوران رسیده‌های اقتصادی، سودجویان، فرصت‌طلبان و...

۱۳- هدایت بازرگانی داخلی و خارجی از تفکر مدیریت دولتی به سوی تفکر رقابتی و اعتقاد به فعالیت بخش خصوصی در جهت و راستای منافع ملی ۱۴- پرهیز از تفکر و عمل انحصارگرایی دولتی و غیردولتی در جهت تشویق گروه‌های اجتماعی به سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در امر بازرگانی داخلی و خارجی و صنایع وابسته

۱۵- هدایت و واگذاری امور و فعالیت‌های بازرگانی داخلی و خارجی پراهمیت به متخصصان و افراد مجرب در راستای منافع اقتصادی و ملی جامعه

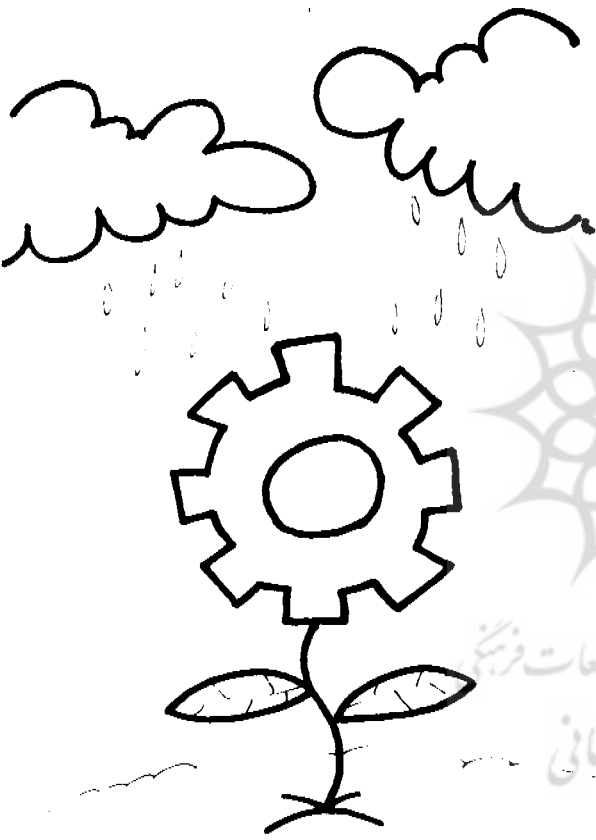
۱۶- جلوگیری از تبدیل سازمان‌ها و نهادهای غیرتولیدی، آموزشی، اداری، اجرایی و... به فعالیت‌های بازرگانی، خریدوفروش به بهانه سودآوری و کمک‌رسانی به هزینه‌های سازمان‌ها و نهادها

۱۷- اعتقاد به تخصص، تجربه، استعداد، شایستگی و تلاش در واگذاری مدیریت و امور بازرگانی داخلی و خارجی به افراد و گروه‌ها و رعایت عملی آن در راستای ارتقای باورداشت‌های مردم نسبت به مدیریت جامعه و جلب مشارکت در امور عمومی و بازرگانی

۱۸- فراهم نمودن زمینه‌ها و شرایط فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در بین بازرگانان برای نوآوری، بهره‌دایی از فن‌آوری، دورنگری و برنامه‌ریزی در راستای تثبیت امور و فعالیت‌های بازرگانی داخلی و خارجی به‌عنوان یک حرفه علمی، اقتصادی و اشتغال‌مورد اعتماد، احترام و نیاز جامعه

۱۹- هدایت و ارشاد امور و فعالیت‌های بازرگانی خارجی به صدور خدمات نرم‌افزاری مانند بانکداری، بیمه، کممرکات، سدسازی، توسعه راه‌ها در راه‌سازی، صنایع نفت و پتروشیمی، گردشگری و حمل و نقل و... از طریق حمایت‌های اطلاع‌رسانی، نمایندگی‌های فرهنگی و سیاسی در راه‌سازی در خارج از کشور، مالی و مدیریتی

۲۰- تشویق و ترغیب کارگزاران و بازرگانان به تحقیق، بهره‌دایی از نتایج تحقیق در جهت کسب اطلاعات و دانش



این امر نیازمند بازشناسی و خودشناسی، از نظر قوت‌ها و تنگناها، فرصت‌ها و تهدیدها و برنامه‌ریزی جامعی است که بایستی توسط مدیریت اقتصادی صورت گیرد. می‌دانیم که ماهی در آب شنا می‌کند و پرنده در هوا پرواز می‌کند. بنابراین برای دستیابی به بازرگانی داخلی و خارجی موردنظر، جامعه ما نیازمند فضا و بستر مطلوب و بهینه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است و تا زمانی که چنین بستری تدارک دیده نشده و آماده برای حرکت موزون نیست، باید به خام‌فروشی و فله‌فروشی در سطح پایین و محدود و فقیرانه قانع باشیم.

اما استحقاق کشور ما و نظام جمهوری اسلامی ایران بیش

مبانی بنیادین به زیرسازی ارکان و عناصر نظام اجتماعی - اقتصادی بپردازیم.

امر بازرگانی در ایران مسایل عدیده روانی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی دارد و در واقع از یکسو، متأثر از تناقضات و گسل‌های تاریخی جامعه‌مان و از سوی دیگر متأثر از ساختار و کارکرد رشد و توسعه اقتصادی - اجتماعی ناپایدار ناهمگون و برون‌گرایی است که جامعه‌مان بدان مبتلا شده است. در این میان تنها با مدیریت هوشمندانه، شایسته و متعهد و با مشارکت مردمی است که می‌توان بازرگانی داخلی و خارجی ایران را در بستر بهینه و در مسیر رشد و توسعه اقتصادی - اجتماعی پایدار، استوار و سودده قرار داد.

به نظرم در یکساله اخیر شرایط و موقعیت برای حرکت‌های سازنده و دگرگون‌ساز در زمینه فعالیت‌های بازرگانی داخلی و خارجی فراهم شده است. باید به این بسیج وجدان جمعی جامعه‌مان پاسخ مثبت داد و از توانمندی‌ها و فرصت‌های بهینه آن در جهت ساماندهی و سازندگی اقتصادی ایران کوشید و در این ساماندهی و سازماندهی، بازرگانی خارجی جایگاه و پایگاه ویژه اقتصادی دارد.



از اینهاست. بنابراین باید با واقع‌بینی، هوشیاری و محققانه ملاحظه کرد که چگونه می‌توان به راهکارهای راهبردی و کاربردی، در راستای رشد و توسعه صادرات با کاربردی و دانش فنی بالا و بهینه دست یافت.

واقعیت امر این است که جامعه ایران و عناصر ساختاری آن دارای نکات قوت و ضعفی است. حال اگر در این مورد به اصطلاح نصف خالی لیوان را ببینیم، بدبینانه برخورد کرده‌ایم. اگر بخش پر لیوان را مدنظر داشته باشیم، ساده‌لوحی و خوش‌باوری را پیشه کرده‌ایم. در مورد دورنمای اقتصادی و بازرگانی ایران، هر دو حالت در بین افراد و گروه‌های اجتماعی جامعه صادق است و هر دو نظر، طرفداران پروپاقرصی دارد. ولی یادمان باشد که هیچ جامعه و کشوری نیست که نکات قوت و ضعفی نداشته باشد.

در شرایط و موقعیت کنونی جامعه ما، اصلح آن است که همه افراد و گروه‌های اجتماعی در حول و محور اصول و مبانی بنیادین جامعه ایران اسلامی یعنی بقای جامعه، سازندگی، رهایی از مدارهای وابستگی، بیکاری، امنیت فردی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، مبارزه با مفساد اجتماعی، حمایت و حراست از مدیران سیاسی انتخابی جامعه‌مان و... وفاق و اتحاد اعتقادی و عملی داشته باشیم تا بر بنیان چنین اصول و

## قابل توجه کلیه مصرف‌کنندگان ورق‌های فولادی در سراسر کشور



شرکت خدمات عمومی فولاد ایران  
تحت پوشش شرکت ملی فولاد ایران

بزرگترین مجتمع تولید و تبدیل قطعات فولادی با مجموعه‌ای از امکانات زیر در خدمت صنعت فولاد کشور می‌باشد.  
\* تبدیل کویل سنگین فولادی به ورق تخت از ضخامت ۵/۱۱ الی ۱۶ میلیمتر با کیفیت ممتاز در کشور  
\* حمل ترکیبی، ناوگان حمل و نقل (واگن و تریلر)  
\* برش در اندازه‌های مختلف

\* فروش محصولات مجتمع فولاد مبارکه (نورد سرد و گرم)  
دفتر مرکزی: میدان جهاد (فاطمی)، خیابان شهید گمنام،

خیابان پیروژه کوچه ششم پلاک ۱۸  
تلفن: ۸۸۵۱۷۰۵ - ۸۸۵۱۷۵۴ - ۸۸۵۱۷۳۴  
نمبر: ۶۵۳۸۶۷

کارخانه و انبار: کرج، شهر صنعتی، خیابان شیخ آباد  
تلفن: ۲۲۵۰۲۲ - ۲۲۵۰۳۹ - ۲۲۴۰۸۵  
نمبر: ۲۲۴۰۸۵

دفتر فروش تبریز: چهار راه آبرسان، ساختمان ۹۱۱  
تلفن: ۲۵۷۷۵۵

دفتر فروش کرمانشاه: بلوار آیت‌الله اشرفی اصفهانی،  
روبروی پاسگاه انتظامی شماره ۲  
تلفن: ۳۴۲۲۵

