

مدیر عامل شرکت بازرگانی پتروشیمی ایران: مجموعه تخصصی مشاوره صادرات پتروشیمی نداریم

صنعت پتروشیمی به یکی از پیشروترین زیرمجموعه‌های صنعت نفت در ایران تبدیل شده است. رشد سریع صادرات محصولات محصولات پتروشیمی به بازارهای مختلف بین‌المللی طی سال‌های اخیر، حاکی از برقراری ارتباط زنده میان این صنعت و بازارهای جهانی و به خودی خود، مویذ فرآیندهای استاندارد تولید و به تبع آن محصولات کیفی قابل قبول (و بعضاً با استاندارد مناسب) در بازارهای جهانی است.

آقای محمد احتیاطی مدیر عامل شرکت بازرگانی پتروشیمی معتقد است بازاریابی از اصول بنیادین موفقیت در صنعت پتروشیمی است. مدیر عامل و عضو هیأت مدیره شرکت بازرگانی پتروشیمی، سرمایه‌گذاری در تمام زمینه‌های صنعت را به سبب وجود خوراک ارزان در کشور سودآور می‌داند. گفتگوی مدیر مسئول ماهنامه: آقای امید میرچولی با ایشان شامل نکات قابل تاملی است. که از نظر تان می‌گذرد:

جهان انرژی: ارزیابی شما از وضعیت تولید و صادرات محصولات پتروشیمی کشور در سال ۸۴ چیست؟

امسال پیش‌بینی می‌شود ۱۵ میلیون تن انواع محصولات پتروشیمی در کشور تولید شود که ارزش دلاری آن در حدود ۵ میلیارد دلار است. این رقم در مقایسه با سال ۸۳ از لحاظ وزنی ۵ میلیون تن و از لحاظ ارزش دلاری ۲ میلیارد دلار رشد خواهد داشت. همچنین پیش‌بینی می‌شود ارزش صادرات محصولات پتروشیمی در کنار مصرف داخلی به ۳ میلیارد دلار برسد که در مقایسه با سال گذشته حدود ۷۲ میلیارد دلار افزایش نشان خواهد داد. در مقیاس تناژ محصولات صادراتی، تقریباً حجم صادرات نسبت به سال گذشته ۲ برابر شده است. ضمن اینکه از این مقدار صادرات ۷۰۰ هزار تن به محصولات پلیمری، ۲ میلیون تن به مواد شیمیایی، یک میلیون تن به آروماتیک‌ها و ۵ میلیون تن به مجموعه محصولات به شکل مایع اختصاص دارد.

جهان انرژی: در حال حاضر سهم محصولات پتروشیمی ایران در بازارهای جهانی چقدر است؟

سیاست اصولی ما حضور در همه بازارهای هدف برای صادرات محصولات پتروشیمی کشور است. چرا که با توجه به طرح‌های توسعه‌ای این صنعت مانیاژمند گسترش و توسعه بازارهای فروش طی چند سال آینده هستیم در حال حاضر چین ۲۰ درصد بازار ۳ میلیارد دلاری محصولات ما را به خود اختصاص داده است. و کشورهای خاور دور به غیر از چین در حدود ۳۰ درصد از این بازار را در اختیار دارند. خاور میانه شامل کشورهای ازبکستان، امارات، افغانستان، پاکستان، ... حدود ۱۸ درصد و کشور هند ۱۵ درصد یعنی در حدود ۴۵۰ میلیون دلار از سهم صادرات را به خود اختصاص داده‌اند. ولی همانطوریکه اشاره کردم ما به بازارهای اروپا، آسیای جنوب شرقی و آفریقا به عنوان بازارهای استراتژیک و بلندمدت نگاه می‌کنیم که در حال حاضر سهم آنها به

پژوهشگاه علوم انسانی
رتال جامع علوم انسانی

مدیر عامل شرکت بازرگانی پتروشیمی: سال گذشته تفاوت قیمت محصولات پتروشیمی فروش رفته در داخل با قیمت های جهانی آن در حدود ۵۶۰ میلیون دلار بوده است. این رقم امسال به ۷۰۰ میلیون دلار می رسد.

شرکت داشته باشند. بی شک رشد صادرات محصولات پتروشیمی از ۷۲ میلیارد دلار در سال ۸۲ به ۳ میلیارد دلار در سال ۸۳ بدون دانش افزایی و تسلط کافی بر بازارها میسر نبوده است.

جهان انرژی: یکی دیگر از بحث های جدی که در این بخش به طور ملموس تری وجود دارد عقلائی و منطقی کردن قیمت محصولات پتروشیمی متناسب با روند تغییرات قیمت آنها در بازارهای جهانی است. دیدگاه شما و شرکت ملی صنایع پتروشیمی در این زمینه چیست؟

نظام قیمت گذاری فعلی به زیان و وضعیت پایین دستی پتروشیمی و در نهایت به زیان توسعه صنعتی کشور است.

سال گذشته تفاوت قیمت محصولات پتروشیمی فروش رفته در داخل با قیمت های جهانی در حدود ۵۶۰ میلیون دلار بوده که پیش بینی می شود امسال به ۷۰۰ میلیون دلار برسد. با تمام این مسائل و زیان های ناشی از عدم رقابتی بودن فروش محصولات پتروشیمی تامین نیاز بازار داخلی به میزان ۵۰ درصد را از تکالیف اصلی شرکت می دانیم و معیار توزیع داخلی بر اساس کسش بازار و میزان پروانه صنعتی صادر شده تعیین شده است. البته همین تفاوت بسیار بالای قیمت فروش در داخل با بازارهای جهانی باعث ایجاد زمینه های رشد کاذب در صنایع پایین دستی پتروشیمی و حاشیه سود بالا برای این صنایع شده است. به عنوان مثال در صنایع پلیمری ۱۰ میلیون تن پروانه وجود دارد در حالی که نیاز کل کمتر از ۲ میلیون تن است. به همین دلیل در اکثر موارد بیشتر از ۱۰ درصد ضریب پروانه صنعتی را نمی توانیم تامین کنیم، که به نظر می رسد راه اصلاح آن تغییر نظام قیمت تعیین شده توسط شورای اقتصاد به نظام قیمت گذاری مبتنی بر بازارهای هدف است.

اگر بخواهیم این موضوع را دقیقتر بیان کنیم، شورای اقتصاد طی ۴ سال گذشته ۷/۵ درصد افزایش قیمت محصولات پتروشیمی را به تصویب رسانده است. در حالیکه قیمت پلیمر در بازارهای جهانی ۴۰ درصد، کود شیمیایی ۲۵ درصد و گاز مایع ۷۰ درصد افزایش یافته است.

شرکت های داخلی خریدار کالا های این شرکت اجازه صادرات ندارند ولی اگر محصولات را تبدیل به یک کالای ساخته شده دیگری کنند که ارزش افزوده بالاتری ایجاد شود ما نیز ۱۰ درصد در فروش محصولات مان به آنها تخفیف قائل می شویم. در کنار این موضوع مشتریان زیادی وجود دارند که محصولات مان را با قیمت جهانی خریداری می کنند و آنرا به کشورهای جهان صادر می کنند و مبنای محاسبه قیمت صادراتی همان قیمت تعیین شده در هر دو هفته است.

جهان انرژی: به عنوان آخرین پرسش، بفرمایید در زمینه انتقال دانش تکنولوژی روز در صنعت پتروشیمی چه اقداماتی انجام شده است؟

اگر محصول بازیافت نشود طبیعی است که مصرف و در نهایت تولید آن گسترش می یابد. اما در محصولات قابل بازیافت، توسعه صنعت مرتبط محدودتر می شود. به طور مثال از یک محصول پلیمری ۷۰ درصد آن بازیافت می شود. و در نتیجه سرمایه گذاری جدیدی به اندازه ۷۰ درصد برای توسعه صنعت پلیمر انجام نمی شود.

ما موافقیم که در زمینه انتقال تکنولوژی با کشورهایی که از ایران تولید بیشتری دارند همکاری کنیم و این امر منجر به افزایش تولید، ایجاد همگرایی منطقه ای و اقتصادی و کاهش هزینه های ترابری و... می گردد اما به دلیل برخی مسائل سیاسی سرعت این روند کند شده است.

ترتیب ۷، ۷ و یک درصد از صادرات محصولات پتروشیمی ایران در سال ۸۴ است. ضمن اینکه محصولات ما در حال حاضر به ۹۰ کشور جهان صادر می شود.

جهان انرژی: آقای احتیاطی در خصوص عامل تنوع بازارهای هدف محصولات پتروشیمی و نقش آن در توسعه صنعت کشور بیشتر توضیح می دهید؟

در این باره ما بحث محصولی نداریم و همه ابعاد از نگاه کلان و جامع مورد بررسی قرار می گیرند. به عنوان مثال کشور هند در برخی از محصولات صادر کننده است و طبیعتاً ما نمی توانیم آن محصول را به هند صادر کنیم. ما بر اساس مطالعات عمیقی که از تک تک بازارها از جمله بازارهای آسیایی، اروپایی و آفریقایی انجام داده ایم به موازات توسعه تولیدات حاصل از واحدهای جدید بهره برداری شده، به حضور در بازارهای آتی و سعی در حفظ درآمد بیشتر از صادراتمان چشم دوخته ایم. بنابراین مهم است که محصولات صادراتی مان با حفظ درآمد بیشتر در گسترده ترین بازار دنیا حضور یافته و توسعه یابد.

از بعد ارزشی نیز طبق برنامه ریزی انجام شده در چشم انداز ۱۰ ساله صنعت پتروشیمی صادرات از ۳ میلیارد دلار به ۱۵ میلیارد دلار در سال ۸۸ خواهد رسید.

جهان انرژی: وضعیت واردات در مقابل صادرات گسترده محصولات پتروشیمی به چه صورت خواهد بود؟

نوع محصولات صادراتی با واردات تفاوت دارد. عمده واردات در این بخش جهت تامین ماشین آلات و قطعات مورد نیاز بخشهای مختلف این صنعت است و بخشی از آن نیز به واردات مواد شیمیایی مورد درخواست واحدهای تولیدی اختصاص دارد. با توجه به حجم صادرات ۷۸ میلیارد دلاری در سال گذشته و رفع نیاز واحدهای تولیدی از محل واردات در حدود ۱۰۰ میلیون دلار ماشین آلات، قطعات یدکی و مواد شیمیایی وارد کشور شده است.

جهان انرژی: نحوه همکاری شرکتهای داخلی به طور خاص درباره ارایه مشاوره بازرگانی چگونه است؟

ما در داخل کشور مجموعه ای نداریم که بتواند به طور تخصصی مشاوره صادرات محصولات پتروشیمی بدهد. در عین حال ما از هر مشورت و خدمتی که به توسعه دانش بازاریابی منجر شود استقبال می کنیم. اما همانطوریکه اشاره کردم در بخش تحقیقات بازار کارشناسان متعددی در خصوص دستیابی به بازار هدف از طریق محصول و یا بالعکس، مطالعات گسترده ای را انجام می دهند که عمدتاً منابع اطلاعاتی و آماری آنها نیز از محل منابع داخلی و یا نشریات تخصصی تامین شود. **جهان انرژی:** آیا به نظر نمی رسد با توجه به نقش حساس و مهم محصولات پتروشیمی از سهم تولید ناخالص داخلی کشور باید تحقیقات بیشتری در ابعاد مختلف صنعت پتروشیمی صورت گیرد؟

با توجه به صادرات ۳ میلیارد دلاری محصولات پتروشیمی طی چند سال اخیر به این نتیجه رسیده ایم که هیچ کدام از رقبای ما، غیر از ابزارهای تجربی از روش دیگری برای توسعه بازارهایشان استفاده نمی کنند. بدین جهت دانشگاهها بطور تخصصی ابزارهای تحقیقاتی ما نیستند. بازاریابی و بازاریابی یک امر تجربی است که هیچکدام از دانشگاههای ما وارد مطالعات تجربی نشده اند. ایجاد اطلاعات مفید ارزشمند به یکسری از ابزارهایی نیاز دارد که آن ابزارها الان برای ما فراهم شده است. البته این به معنای نفی کامل همکاری با دانشگاهها نیست، چرا که آنها می توانند در انجام پروژه های مطالعاتی از قبیل تبعات پیوستن ایران به WTO و پیامدهای مثبت و منفی آن بر صادرات محصولات پتروشیمی همکاری گسترده ای باین