



شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی لرستان (گزارش کارشناسی)

موضوع دستور کار جلسه ۱۰۴

مقدمه:

استان لرستان با دارا بودن منابع طبیعی متنوع، صنایع مختلف و موقعیت جغرافیایی راهبردی، یکی از استان‌های با ظرفیت بالای اقتصادی در غرب کشور به‌شمار می‌رود. با این حال، سهم استان از صادرات غیرنفتی کشور هنوز قابل توجه نیست و بخش قابل توجهی از پتانسیل‌های تولید و منابع موجود، بلااستفاده باقی مانده است.

در بخش کشاورزی و دامپروری، محصولاتی همچون ماهیان سردابی، انجیرسیاه، گیاهان دارویی، حبوبات، گردو علاوه بر بازار داخلی، ظرفیت صادراتی چشمگیری دارند. در بخش صنعت، صنایع غذایی، محصولات دارویی و صنایع شیمیایی و فرآورده‌های شیمیایی استان توان تولید محصولات با کیفیت صادراتی را دارند و در بخش معدن، ذخایر سنگ‌های تزئینی، آهک، کربنات کلسیم، گچ و ... فرصت‌های بالقوه برای فرآوری و عرضه در بازارهای منطقه‌ای و جهانی را ایجاد می‌کنند. علاوه بر این، صنایع دستی لرستان شامل گلیم، جاجیم و ورشو، قابلیت برندسازی و حضور در بازارهای بین‌المللی را دارند.

با وجود این ظرفیت‌ها، صادرات استان با چالش‌های جدی از جمله موارد ذیل مواجه است:

- محصولات غالباً به‌صورت خام یا فله‌ای صادر می‌شوند و ارزش افزوده کافی ندارند.
- بسیاری از واحدهای کوچک و متوسط فاقد دانش و زیرساخت لازم برای ورود به بازارهای بین‌المللی هستند.
- شبکه‌های بازاریابی و فروش خارجی برای استان وجود ندارد و برندهای صادراتی ضعیف هستند.
- فرآیندهای گمرکی، بانکی و لجستیکی، مشکلات متعددی برای تولیدکنندگان ایجاد می‌کنند و نیازمند تسهیلگری و هماهنگی است.

جدول ذیل نشان می‌دهد که میزان صادرات استان در چهار ماهه نخست سال ۱۴۰۴ نسبت به مدت مشابه سال گذشته کاهش قابل توجهی داشته است:

۱۴۰۳-ارزش هزار دلار	۱۴۰۳-وزن تن	۱۴۰۴-ارزش هزار دلار	۱۴۰۴-وزن تن	درصد تغییرات ارزشی	درصد تغییرات وزنی
۱۰۱۳۲۷.۳۵	۱۵۲۶۶۲.۱۰۶	۶۳۲۰۴.۲۴	۸۹۲۰۹.۶۴	-۳۷.۶۲	-۴۱.۵۶

اگرچه علت کاهش شدید میزان صادرات استان را میتوان نتیجه چند عامل اصلی از جمله: جنگ ۱۲ روزه و ناترازی انرژی و کاهش تولید ناشی از آن و سایر موضوعات ملی دانست ولی در این شرایط، ایجاد آژانس توسعه تجارت زاگرس یک ضرورت فوری و استراتژیک به نظر میرسد.

با توجه به برنامه ریزی واقع گرایانه و استفاده از تجربه کشورهای موفق بین المللی مانند ترکیه و کره جنوبی و چین، امید می رود موفقیت این پروژه موجب گسترش منطقه ای و ملی و نقطه عطفی در الگوی تجاری کشور گردد. آژانس تجارت اقداماتی از قبیل موارد ذیل را پیگیری خواهد نمود:



شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی لرستان (گزارش کارشناسی)

موضوع دستور کار_ جلسه ۱۰۴

- ❖ بهینه سازی زنجیره ارزش و بهره‌برداری از قابلیت‌ها و منابع و در دسترس استان.
- ❖ اتصال زنجیره تولید و توزیع محصولات و خدمات به بازارهای خارجی.
- ❖ جذب سرمایه و تامین مالی و مولد سازی منابع در جهت سودآوری.
- ❖ لابی‌گری تجاری برای شتاب دهی، تسهیلگری، تجاری‌سازی و بازارسازی محصولات.
- ❖ برندسازی محصولات منطقه زاگرس در کشور هدف.
- ❖ تبلیغ، ترویج و فروش محصولات در شبکه‌های اجتماعی و مارکت پلیس‌های محلی.
- ❖ کمک به دیپلماسی اقتصادی و بازرگانی ملی.
- ❖ برگزاری دوره‌های عالی تخصصی آموزشی و مشاوره برای توانمند سازی تولید کنندگان و تربیت سفیران و به هم رسانان محصول.

خلاصه طرح و برنامه اجرایی:

۱. یک شرکت حقوقی، مستقل، انتفاعی و متخصص در تجارت خارجی به عنوان پیمانکار اتاق اقدام به تاسیس آژانس می نماید.
۲. آژانس مسئولیت‌های خود را در قالب توافقات و قرارداد منعقد شده به اجرا درآورده و گزارش فعالیت‌های خود را در دوره‌های مشخص به اطلاع ذینفعان می‌رساند.
۳. مسئولیت اتاق هدایت، حمایت و نظارت بر عملکرد آژانس است و هیچگونه رابطه مالی و سهامی با آن ندارد. و صرفاً به دلیل تجربه و تعهد و سایر شاخص‌های حرفه‌ای، آن را به عنوان پیمانکار انتخاب کرده است.

چشم‌انداز و مأموریت

چشم‌انداز: تبدیل شدن به موتور محرکه توسعه صادرات غیرنفتی منطقه زاگرس و تسهیل حضور پایدار محصولات و خدمات ایرانی در بازارهای جهانی

مأموریت: ارائه خدمات جامع تجاری، مدیریت زنجیره تامین، اطلاعاتی، مشاوره‌ای و مالی به بنگاه‌های ایرانی برای ورود و نفوذ در بازارهای هدف صادراتی

اهداف اصلی

- افزایش حجم صادرات غیرنفتی با تمرکز بر محصولات با ارزش افزوده بالا در منطقه زاگرس
- ایجاد شبکه‌های تجاری بین‌المللی برای اتصال تولیدکنندگان زاگرس به بازارهای هدف
- ارائه خدمات آموزشی، مشاوره‌ای، مالی و لجستیکی برای کاهش ریسک‌های صادراتی
- تقویت برند ملی و منطقه‌ای در بازارهای جهانی



شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی لرستان (گزارش کارشناسی) موضوع دستور کار جلسه ۱۰۴

ساختار سازمانی

- واحد اطلاعات و تحقیقات بازار: تحلیل بازارهای هدف، شناسایی فرصت‌ها و ارائه گزارش‌های تخصصی.
- واحد توسعه تجارت و بازاریابی: طراحی استراتژی‌های بازاریابی بین‌المللی و تبلیغات.
- واحد لجستیک و زنجیره تأمین: هماهنگی حمل‌ونقل، انبارداری و گمرک.
- واحد مالی و سرمایه‌گذاری: تأمین مالی صادراتی، ارائه ضمانت‌نامه‌ها و جذب سرمایه‌گذار.
- واحد آموزش و توسعه: آموزش بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs) برای ورود به بازارهای جهانی.
- واحد فناوری و دیجیتال: ایجاد پلتفرم دیجیتال برای فروش به خریداران خارجی.

اقدامات کلیدی

- تحقیقات بازار: جمع‌آوری داده‌های دقیق از بازارهای هدف (مثل تقاضا، رقبا، و مقررات).
- شبکه‌سازی تجاری: ایجاد ارتباط با اتاق‌های بازرگانی، شرکت‌های خارجی و سازمان‌های بین‌المللی.
- تأمین مالی صادراتی: همکاری با بانک‌ها و صندوق‌های ضمانت صادرات برای دریافت تسهیلات و بیمه.
- لجستیک و حمل‌ونقل: مدیریت زنجیره تأمین از تولید تا تحویل به مشتری خارجی.
- حقوقی و گمرکی: عقد قراردادهای بین‌المللی و رفع موانع گمرکی و اخذ مجوزهای محلی.
- برندسازی و بازاریابی: طراحی کمپین‌های تبلیغاتی و حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی.
- پلتفرم دیجیتال: حضور در مارکت پلیس‌های خارجی.

مزیت‌های رقابتی

- شبکه گسترده و نفوذ محلی
- تمرکز بر SMEs: حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط که پتانسیل صادراتی دارند اما منابع محدودی دارند.
- انعطاف‌پذیری: ارائه خدمات متناسب با نیازهای هر صنعت (کشاورزی، صنایع دستی، معدنی).
- حمایت: ترکیب حمایت‌های اتاق با چابکی و انعطاف بخش خصوصی.

چالش‌ها و راهکارها

- چالش ۱: تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی
- راهکار: تمرکز بر بازارهای غیرتحریمی (کشورهای همسایه و اوراسیا)
- چالش ۲: کمبود تجربه صادراتی در SMEs
- راهکار: برگزاری کارگاه‌های آموزشی و ارائه خدمات مشاوره‌ای تخصصی و استاندارد سازی محصول مطابق نیاز مقصد صادراتی.



شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی لرستان (گزارش کارشناسی)

موضوع دستور کار_جلسه ۱۰۴

چالش ۳: رقابت با شرکت های خارجی

- راهکار: تمرکز بر محصولات منحصربه فرد ایرانی و تقویت برند ملی.

شاخص های موفقیت

-افزایش صادرات غیرنفتی منطقه در ۳ سال اول.

-عقد قرارداد های تجاری بین المللی در سال دوم.

-جذب حداقل ۱۰۰ بنگاه کوچک و متوسط به شبکه آژانس.

-ایجاد نمایندگی های فعال در بازارهای هدف تا پایان سال سوم.

بودجه مورد نیاز

ردیف	شرح سرفصل	اعتبار مورد نیاز (به میلیون ریال)	توضیحات
۱	آموزش تخصصی، حرفه ای و مشاوره	۷۰۰۰	-
۲	توانمند سازی واحدهای تولیدی و استاندارد سازی محصولات	۱۵۰۰۰	برای انطباق با بازار هدف واحدهای مستعد صادرات
۳	تبلیغات محلی و پروموشن های بازاریابی و برندسازی	۱۵۰۰۰	دیجیتال و سنتی در کشور مقصد
۴	استقرار در کشور هدف و تاسیس غرفه دائمی و انبار در هاب فروش محصولات تخصصی*	۶۳۰۰۰	مثل فودسیتی مسکو برای اقلام کشاورزی، هاب مصالح ساختمانی-بازار مرکزی
۵	برگزاری رویدادهای خصوصی**	۱۰۰۰۰	برای معرفی محصولات تخصصی به افراد کلیدی و تاثیر گذار
	جمع	۱۱۰۰۰۰	یازده میلیارد تومان

*فروش و تجارت واقعی، در بازارها و هاب های تجاری تخصصی تاسیس شده در مرکز هر شهر یا کشور به عنوان مرکز رسمی توزیع و فروش محصولات هر صنف اتفاق می افتد. استقرار موثر و دائمی و مستمر در این بازارها تنها راه ایجاد اعتماد، بازارسازی و برند سازی ملی است. راه موفقی که پیش تر چینی ها و خصوصا ترک ها رفته اند.

** شامل شرکت های بزرگ، فروشگاه های زنجیره ای، B2G و لابی گری تجاری

***در صورت ورود سایر اتاق های منطقه زاگرس، به ازای هر اتاق اعداد بندهای اول و دوم محاسبه می گردند.



شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی لرستان (گزارش کارشناسی) موضوع دستور کار_اجلسه ۱۰۴

نتیجه گیری

این آژانس می تواند نقش بازوی صادراتی اتاق بازرگانی لرستان و سایر اتاق های زاگرس را ایفا کند. با تمرکز بر بازارهای هدف، ارائه خدمات جامع و استفاده از فناوری، این نهاد قادر خواهد بود فرآیند صادرات غیرنفتی را به سطح جدیدی ارتقا دهد.