

با اقدام گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید صورت‌گرفت

پادنا، تنها تولیدکننده بازار ۵۰ میلیون دلاری کمپرسورهای سرمایشی کشور



جذب مشارکت خارجی و تولید مشترک محصولات پیشرفته، نیاز کشور به واردات کمپرسورهای سرمایشی خانگی را تأمین خواهد کرد.

بهره‌برداری از سرمایه‌های راکند و تبدیل به صنایع مولد و کارآفرین، در اوج تقاضای صنایع لوازم خانگی کشور، موجب جلوگیری از خروج ارز و تقویت توان داخلی می‌شود.

رشد تولیدات داخلی و اتکا به ظرفیت‌های بومی در کنار جذب دانش روز جهان در صنایع مختلف، ایجاد اشتغال‌زایی و توجه به بازارهای صادراتی از جمله رویکردهای مهم در سیاست‌گذاری‌های حاکمیتی و دولتی در ایران است؛ آرمانی مهم که با دست‌توانی مدیران و مسئولان در بخش‌های دولتی و غیردولتی به‌تدریج جامه‌عمل می‌پوشد.

در آستانه هفته دولت، باخبر شدیم که شرکت گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید با برنامه‌ریزی و تدبیر در یکی از شرکت‌های زیرمجموعه خود به‌نام آسیاناما، کارخانه‌ای تعطیل و متروک را در فرایندی کوتاه و فشرده، احیا کرده تا بتوانند به نیازهای داخل پاسخ دهند و موجب اشتغال‌زایی بیشتر در کشور شوند.

تولید کمپرسور برای صنایع یخچال‌سازی که تاکنون

همه وارداتی بوده، برگ ممتازی در کارنامه اقتصاد کشور

است که ثمرات آن در آینده بیش‌ازپیش نمایان خواهد

شد.

به این منظور پای صحبت‌های مهندس کیومرث مبلخ‌ناصری، مدیرعامل شرکت آسیاناما، نشستیم تا بیشتر از این اتفاق خجسته بدانیم. جذب شریک خارجی و توافقی برد- برد برای سرفرازی بیشتر ایران، دستاوردی ارزشمند است که جزئیات آن از نظر می‌گذرد.

آقای مهندس در ابتدا بسرای مخاطبان روزنامه

لا دلایل ورود مجدد مجموعه پادنا که زیرمجموعه

شرکت آسیاناماست، به عرصه کمپرسورسازی بگویید.

با سلام خدمت مخاطبان فرهیخته روزنامه، به دلیل اینکه تمرکز گفت‌وگوی ما روی پروژه احیا و راه‌اندازی مجدد شرکت کمپرسورسازی «پادنا» است، به‌طور کوتاه به شرح وضعیتیه که شماری از سرمایه‌گذاری‌ها در کشور به آن مبتلا هستند، می‌پردازم.

واقعیت این است که ما فرصت‌های اقتصادی بسیار زیادی را در کشورمان داریم که به دلایل عیدیه‌ای در سنوات گذشته، راکد و فاقد بهره‌برداری باقی مانده‌اند. اینها ظرفیت‌های بزرگی هستند که چنانچه به حرکت دربیایند و فعال شوند، می‌توانند بسیاری از نیازمندی‌های کشورمان را برطرف کنند.

این‌گونه است که ما در بسیاری موارد با تأمین مالی و سرمایه‌گذاری‌های بزرگ اقدام به جذب ماشین‌آلات، تکنولوژی و کارخانجات عظیمی در گوشه‌وکنار کشورمان کرده‌ایم، اما به دلیل ضعف در بهره‌برداری و به روزآوری و حفظ و سرمایه‌ها عملاً بهره‌ای برای کشورمان از باب این سرمایه‌گذاری‌ها به دست نیامده است.

یکی از این فرصت‌های بزرگ اقتصادی و صنعتی در کشور ما در سرمایه‌گذاری امید واقع شده بود. به این‌گونه که سرمایه هنگفتی در سنوات گذشته برای تولید کمپرسورهای مبرد با سرمایشی در صنایع لوازم خانگی کشور سرمایه‌گذاری شده بود؛ کارخانه‌ای که در نوع خودش بی‌نظیر و در کشور منحصربه‌فرد بود. اما هنوز نیاز کشور بعد از احداث و راه‌اندازی آن کارخانه همچنان از محل واردات تأمین می‌شد و این کارخانه سیر قهقراپی را طی کرده بود و به دلایل عیدیه فنی و مدیریتی، متأسفانه مسیر تعطیلی را طی کرد.

کارخانه‌ای که ظرفیت تولید یک میلیون دستگاه کمپرسورهای سرمایشی را داشت، در طول ۲۰ سال از زمان احداث ۵۰ هزار دستگاه هم نتوانست تولید و به بازار عرضه کند. در آن زمان بخش خصوصی انتقال‌دهنده این تکنولوژی بود و این سرمایه‌گذاری را از مسیر بانک سپه انجام داد، اما به دلیل غفلت از تغییرات سریع تکنولوژی و استانداردهای زیست‌محیطی که در همان زمان رخ داد و انتقال کارخانه جاری بود، به ناگاه متوجه شدند که محصولی که برای این کارخانه قابل تولید است، عمر بلندی برای عرضه در بازار ندارد و باید مجدداً سرمایه‌گذاری جدید در آن انجام شود.

تکنولوژی این کارخانه متعلق به کجا بود؟

این کارخانه تماماً طراحی و اجراشده از سوی ژانوسی ایتالیا بود و در زمان خودش برند بسیار معتبری بود و ما با پکیچی جامع در این کارخانه مواجه بودیم. به عبارتی، اگرچه همه فرایندهای تولید یک کمپرسور سرمایشی یخچال‌های خانگی در این کارخانه دیده شده بود، اما چیزی که باید به آن توجه می‌شد این بود که گاز‌های مبرد این نوع فناوری به دلیل استانداردهای زیست‌محیطی هرچند سال یک بار تغییراتی در آن ایجاد می‌شد و اگر کارخانه‌ای که برای این منظور احداث شده بود خودش را به لحاظ انتقال دانش فنی و به‌روزآوری تغییر نمی‌داد، همین سرنوشتی که برای این کارخانه اتفاق افتاد، متأسفانه پیش می‌آمد.

این طور شد که کارخانه‌ای برای کشور ما به ارث ماند که ماشین‌آلات بنام و مدرن آن زمان را در خود داشت، اما محصولی از آن خارج نشده و چیزی که می‌توانست تولید کند، هم به دلیل خراج‌شدن استانداردهایی که برای محصول وجود داشت، عملاً خارج از رده محسوب می‌شد و همان‌طور که پیش‌تر عرض کردم، حدود ۵۰ هزار دستگاه در طول این بیست‌وچند سال تولید شد در حالی که ظرفیت اسمی این کارخانه یک میلیون دستگاه است. و توان تولید آن قریب به یک و نیم‌میلیون دستگاه است. این اعداد وقتی تکان‌دهنده است که ما به این مسئله

توجه کنیم که نیاز کشور و نیاز واردات کشور سالانه بیش از یک میلیون دستگاه درحال‌حاضر است و همه سال‌هایی که این کارخانه زیر غبار تعطیلی بوده است، از کشورهای مختلف کمپرسور وارد می‌کردیم. بنابراین این‌فضا و شرایط و نیازها یک نقطه توجه در شرکت گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید ایجاد کرد که با توجه به نگهداری‌اعلای درجه و حد مطلوب این ماشین‌آلات در شرایط اولیه بدون اینکه اجازه بدهند ماشینی از این خط تولید کم شود یا خدش‌های به این تجهیزات و ماشین‌آلات وارد بیاید، یک بار دیگر فرصت بهره‌برداری از این مجموعه را مطالعه کنند.

آخرین فرصت را از این باب عرض می‌کنم که کارخانه‌ای که می‌تواند نزدیک به ۵۰۰ نفر اشتغال در خود ایجاد کند، فقط به تعداد انگشتان دست و آن هم نیروهای نگهدار برای حفظ و حراست در آن اشتغال داشتند.

نام کارخانه در زمان تولید کمپرسورهای تحت گواهی‌نامه ژانوسی چه بود؟

نام آن در ابتدا پارس‌کمپرسور شیراز بود که بعدها به نام کمپرسورسازی پادنا تغییر یافت. در سال‌های گذشته، بانک سپه اداره و حفظ این سرمایه‌ای را به سرمایه‌گذاری امید واگذار کرد و سرمایه‌گذاری امید به این نتیجه رسید که بخت معددی برای راه‌اندازی و احیای این مجموعه ایجاد کند. بنابراین یک کارگروه و تیم کارشناسی در اواخر سال ۹۵ مامور مطالعه این موضوع شد و ما مکلف شدیم تا مطالعه‌ای فنی و اقتصادی درباره شرایط کارخانه انجام دهیم. پس‌لوزان این صنعت و کسانی که این کارخانه را می‌شناختند از ما خواستند تا هر آنچه در ساخت داخل و تجاری‌که در صنعت کشور داشتیم را خرج این آخرین فرصت کنیم.

بنابراین ما یک کارگروه را شکل دادیم و تصمیم گرفتیم مطالعه عمیقی در چند بعد انجام دهیم. از یک زاویه شرایط حال حاضر آن کارخانه را مطالعه کردیم که ماشین‌آلات در چه شرایطی قرار دارند. روش‌های تولیدی‌ای که در ۲۰ سال قبل برای این محصول رایج بوده، چه چیزهایی بوده‌اند و زیرساخت‌های آن کارخانه در طول این ۲۰ سال تعطیلی چه شرایطی یافته است. از طرفی به بازار رجوع و بررسی کردیم محصولی که درحال‌حاضر در بازار ارائه می‌شود، چگونه است و دانفد حال‌حاضر بازار و مشتریان چیست و استانداردهای حاکم بر این محصول چگونه است. حجم واردات چقدر است و از کجا و چه کشورهایی و با چه برندهایی وارد می‌شود. جلساتی نیز با نخبگان بازار داشتیم که اگر ما بتوانیم چنین محصولی را در داخل و با چنین ویژگی‌هایی تولید کنیم، رویکرد و برخورد بازار چگونه خواهد بود.

مطالعات کاملی انجام شد و در نهایت به یک طرح توجیه فنی و اقتصادی تبدیل شد. ما بیش از چهار ماه روی این پروژه فنی و اقتصادی مطالعه داشتیم و در ماه ششم بعد از جلساتی که با مدیران محترم شرکت گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید داشتیم، موفق شدیم موافقت شرکت پادناستی را برای پذیرش و تعریف پروژه احیا و راه‌اندازی کسب کنیم.

نکته دیگر آنکه در سال گذشته، شرایط ارزی مناسب واردات انبوه این محصول وجود داشت. ما با درک این شرایط، اقدامات لازم را انجام دادیم. البته به دلیل اینکه سازنده داخلی این محصول وجود نداشت، چیزی تحت عنوان تعرفه برای واردات تعریف نشده بود و خود این مسئله تهدیدی برای راه‌اندازی آن پروژه بود. ما با این دغدغه را داشتیم که آیا قیمت تمام‌شده محصولی که در داخل کشور برای نخستین‌بار تولید شود، قابلیت رقابت با کالای وارداتی را دارد یا خیر؟

به نقطه اطمینان رسیدید؟

جمع اینها در آن طرح توجیهی فنی و اقتصادی دیده شد و یک بودجه در نظر گرفته شد برای اینکه ما زنده‌کردن این کار را شروع کنیم. نکته دیگری که وجود داشت، این بود که به دلیل اینکه کارخانه مشابهی در داخل کشور وجود نداشت، این پکیج در بسته به صورت یک دستگاه جوشکاری‌شده وارد و فقط روی یخچال نصب می‌شد. مقصود اینکه اطلاعات زیادی از این فناوری می‌گرفت نبود. دانش این محصول نیز در کشور وجود نداشت؛ مثل اینکه اجزای داخلی این محصول به‌تفکیک چیست؟ چه اتفاق و تغییراتی در آن طی چند دهه افتاده است؟ تغییر نسل‌های این محصول. امروز آن را به چه شکلی و واجه چه ویژگی‌هایی کرده است؟ این‌گونه بود که در کام اول ما یک واحد طراحی مهندسی به مرکز تکنولوژی ایجاد کردیم تا کار با نمونه‌های به‌روز آن بهینه‌کاو (بنچ‌مارک) شود تا محصول روز اولیه ژانوسی در شیراز را با آنچه یخچال‌سازی‌های امروز ما مصرف می‌کنند، مقایسه کنند.

این مقایسه، اطلاعات جالبی را به ما داد. ترکیب قطعات، ساده‌سازی آنها، استفاده از آلیاژهای جدید و تغییر در طراحی این‌محصول را به طور ملموس درک کردیم و دریافتیم یک ماشین مرکب ساده‌سازی‌شده و ارزان که بهینه‌سازی در مصرف انرژی هم در آن گنجانده شده، دقیقاً چگونه باید باشد. همچنین ظرفاتی‌هایی در طراحی کمپرسورهای بسیار کوچک اتفاق افتاده که حاصل این سال‌هایی بود که ما فقط واردکننده شده بودیم و دیگران تولیدکننده. نسل‌های جدید و مختلف را در واقع با تغییر گازهای مبرد، تغییر در نسل موتورهای الکتریکی داخل کمپرسور برای کم‌صداکردن آن، کمترین آلایندگی و کمترین مصرف انرژی را در آنچه امروز وارد می‌شود، کشف و آن را مقایسه کردیم با چیزی که در ۲۰ سال قبل قرار بوده در این کارخانه تولید شود و به این‌جمنی‌پرد رسیدیم که با تغییرات در برخی از این



است. ما به جمع‌بندی رسیدیم که به کمک یک برند شناخته‌شده و یک کالایی که بازار به کیفیت آن اطمینان دارد، بهتر می‌توان در بازار نفوذ کرد و تضمینی برای تداوم فعالیت ماست.

مجموعه‌ای از این ملاحظات سبب شد که ما به محض اینکه به نمونه‌های اولیه رسیدیم و تأییدیه‌های آزمایشگاه استاندارد را گرفتیم، وارد موضوع مشارکت شوییم. فاز مشارکت‌ها را از این باب مطرح کردیم که اگر ما به یک زنجیره جهانی تولید این‌محصول پیوند بخوریم، اولاً اطمینان پیدا می‌کنیم که تغییر نسل و تکنولوژی ما را از چرخه رقابت خارج نمی‌کند و دوم اینکه می‌توانیم روی قیمت تمام‌شده مدیریت داشته باشیم.

برای مثال، این مجموعه نزدیک به ۹۰ قطعه مختلف دارد و بخش‌هایی از این قطعات را باید برون‌سپاری می‌کردیم. برون‌سپاری این قطعات از شرکت‌های مختلف که یکپارچگی نیز نداشته باشند، تضمین کیفیت و یکپارچگی کیفیت محصول نهایی را تهدید می‌کرد و به همین دلیل شروع به مطالعه شرکت‌هایی که در سطح جهانی مطرح هستند، کردیم و ویژگی‌های همکاری با کشور ما را دارند.

سال گذشته با ۲۶ شرکت شروع به مکاتبه کردیم؛ شرکت‌هایی که در جاهای مختلف دنیا بودند. در شرایطی که فضای دوباره تحریم شکل نگرفته بود، بخش زیادی از شرکت‌ها ما را برای مذاکره و ورود به یک مشارکت نپذیرفتند. نکته‌ای که برایمان جالب بود، اینکه بسیاری از این شرکت‌های مطرح و رقیب، در قالب مشارکت‌ها به هم پیوند خورده‌اند و اگرچه استقلال برندها برقرار است، اما ریشه بسیاری از این شرکت‌ها به هم‌دیگر متصل شده است.

ما به نتیجه‌ای برای همکاری رسیدید؟

سناریوی ما این‌گونه بود که حضور آنها را به‌گونه‌ای تنظیم کنیم که در هر ورود و خروج، شرکت‌ها متوجه شوند که رقیبی از جای دیگر نیز کاندیدای این مشارکت است؛ به‌گونه‌ای که بعضاً شرکت ک‌های وقتی در حال خروج بود، شرکت چینی را در حال ورود به کارخانه دید. این کار با ظرفیت اتفاق افتاد. به‌طوری‌که آنها، یک بازار جذاب و یک شرکت صادر قوی و یک کارخانه مستعد را در کنار هم دیدند و متوجه شدند که اگر تعللی داشته باشند، ممکن است فرصت را از دست بدهند

آقای مهندس، سهم ک‌های را در تولید کمپرسور یخچال‌ها چقدر است؟

شرکت‌های ک‌های در مقایسه با چینی‌ها به عقب رانده شده‌اند. یکی از شرکت‌هایی که برای ورود به ایران در تولید کمپرسور، بسیار علاقه‌مند بود، شرکت «دوو» بود. برای ما جالب بود که «دوو» با تمام آوازه‌ای که دارد، فقط سه میلیون کمپرسور در سال تولید می‌کند. شرکت‌هایی مانند ال‌جی علاقه‌مندی برای این پروژه نشان ندادند و گفتند که ما سرمایه‌گذاری و مشارکت جدیدی را در ایران انجام نمی‌دهیم و می‌خواهیم محصول تمام‌شده را به ایران بفروشیم. البته کارخانه تولید کمپرسور آنها در چین واقع است.

در مواردی پیشنهاداتی دریافت کردیم که به اندازه ساخت یک کارخانه جدید می‌توانست برای ما هزینه‌بر و زمان‌بر باشد. یعنی شرکت‌ها در این رفت‌وآمدها، به ما پیشنهاداتی دادند که ما می‌توانیم این‌گونه برای تولید همکاری کنیم. وقتی که اعداد و ارقام مورد تقاضای هتنگت آنها برای این پروژه را می‌دیدیم، متوجه شدیم که بخش بزرگی از ماشین‌آلات ما را بلااستفاده قلمداد می‌کنند و می‌گویند که شما باید ماشین‌ها را مجدداً بخرید. در نتیجه این پروژه در حد و اندازه‌های یک سرمایه‌گذاری جدید محسوب می‌شد.



پس شما به دنبال بهینه‌کاوای در این پروژه بودید. دقیقاً نگاهمان به این بود که با حداقل سرمایه‌گذاری جدید به محصول روزآمد برسیم. ریشه این موضوع را پیدا کردیم و متوجه شدیم محصولی که در شیراز قابل تولید است، یک نژاد پایه دارد.

به چه معنا؟ به این معنا که طراحی نژاد پایه کمپرسور در برخی کشورها بر مبنای کمپرسورهای آمریکایی است. اما بخش‌های دیگری در دنیا هستند که نژاد پایه طراحی کمپرسور آنها، بر پایه کمپرسورهای اروپایی است. در نتیجه اگرچه هر دو نوع نسل و نژاد، یک خروجی را دارند، اما شکل و قیافه آنها متفاوت است. بنابراین ترجیح ما بر این شد با شرکت‌هایی مشارکت کنیم که پایه محصولاتشان، بیشتر سازگاری را با محصول اولیه ۲۰ سال پیش تولیدی در ایران داشته باشد تا کمترین تغییرات در ماشین‌آلات مورد نیاز باشد. یکی از پیشنهاددهندگان ما، شرکتی بود که کارخانه اولیه را از ژانوسی گرفته و فناوری بر پایه اروپا را داشت. همه اینها سبب شد که ما فراخوان محدودی برای شرکت‌های مستعد ایجاد کنیم و با آنها مذاکره عمیق‌تر داشته باشیم. مبنای مذاکره این بود که آنها چگونه حاضرند با ما همکاری کنند؟ مقیاس تولید آنها چقدر است؟ بازار ایران را می‌شناسند؟ بازار ایران آنها را می‌شناسد؟

تنوع محصول آنها چقدر است؟ چقدر جراحی و تغییرات روی ماشین‌آلات مورد نیاز است تا به محصول آنها برسیم؟ در ازای اینها از ما چه می‌خواهند؟ بعضی از آنها رقم‌های چند ده میلیون دلاری مطالبه کردند که در عمل نشدنی بود. ما یک‌بار سرمایه‌گذاری خود را در عمل‌های دور انجام داده بودیم- و دوباره چنین سرمایه‌گذاری را با این همه ریسک تهدید واردات و تغییرات تکنولوژی بدون توجیه می‌دانستیم. این شد که ما در یک ماراِتن رقابت، شرکتی را انتخاب کردیم که همه آن ویژگی‌ها را داشت. نخست اینکه، پایه محصول او با محصولی که ما می‌توانیم در آن کارخانه تولید کنیم، سازگاری داشت. دوم اینکه توان طراحی و ساخت ماشین‌آلات را داشت. سوم اینکه توان و تیراژ تولید آنها به‌قدری بزرگ بود که ما می‌توانستیم مطمئن باشیم که در همه موضوعات مورد نیاز بازار می‌توانست ما را پشتیبانی کند. چهارم اینکه که برندی شناخته‌شده بود. پنجم اینکه متعلق به کشوری بود که برای کار با ایران مشکلی نداشت. ششم اینکه، تعداد تولید این گروه در جایگاهش در بازار، همه دغدغه‌ها را برطرف می‌کرد. در واقع ما با شرکتی پیوند خوردیم که سالانه، ۴۸ میلیون کمپرسور تولید می‌کند.

جلسات متعدد و سنجشینی با این شرکت برگزار و هسته‌های ظرفین با یکدیگر مطرح شد. ما برای اینکه میزان پرداخت نقدی‌مان را به حداقل برسانیم وارد بحث مشارکت و سهام‌داری شدیم. به این دلیل که اگر می‌خواستیم سرمایه‌گذاری بکنیم و بهای خدماتی را که از آنها می‌گیریم نقداً پرداخت کنیم، فشار مالی زیادی به این پروژه وارد می‌شد و احتمال داشت در فهرست اولویت‌های سرمایه‌گذاری امید قرار نگیرد.

این بود که ما بعد از چانه‌زنی‌های مکرر راجع‌به میزان سرمایه‌گذاری از طرف آنها و شرایط اندازه‌ی برند محصول، زمان اجرای پروژه و دریافت خدمات مهندسی به شرط انتقال نامحدود تکنولوژی، به توافق رسیدیم؛ به این معنا که آنها مکلف می‌شدند تمام نسل‌های آتی این محصول را در ازای مشارکت در این‌پروژه در اختیار ما قرار دهند. این‌گونه‌هاویم توانست تا سرنوشت افتاد این کارخانه را تغییر دهیم. این مشارکت با این اهداف شکل گرفت و ما در مذاکراتمان چند ویژگی اصلی را رعایت کردیم، در توافق صورت‌گرفته، چنانچه هر دلیلی از لحاظ سیاسی، اقتصادی و فنی منجر به عقب‌نشینی و خروج آنها شود، سهام باید به ما برگرداند شود. این یکی از دغدغه‌های بود که تا روزی که آنها در اینجا کار می‌کنند، هماهسان محفوظ است و در صورت ترک کار، این سهام مجدداً به ما پس داده خواهد شد.

موضوع دوم مبتنی‌بر انتقال تکنولوژی به‌صورت نامحدود بود. موضوع مهم سوم در توافقی این بود که اگر شرکت مشارکت‌کننده طرف قرارداد به هر دلیلی بخواهد کشور ما و سهام‌داری ما را ترک بکند، ما با پنج سال بتوانیم از برند آنها استفاده کنیم.

لا خبرها آمده بود که یک خط اعتباری مالی هم برقرار شده است؟

یک خط اعتباری تعریف کردیم به دلیل اینکه نیاز به سرمایه در حال گردش کاهش پیدا کند، طرف خارجی که بخشی از سهام کارخانه را دریافت کرده، خط اعتباری برای ما تعریف کند که با آن موافقت شد. این قرارها گذاشته شد. جالب اینکه شرایط ارزی جدید کشور چنان به این پروژه کمک کرد که موجب شد قبل از اینکه محصول به تولید برسد، ما چهار قرارداد فروش با شرکت‌های تولید یخچال در داخل منعقد کنیم.

تولید محصول از چه زمانی آغاز خواهد شد؟

از پاییز امسال. مشکلات کوچکی در واردات قطعات تطبیق ماشین‌آلات داشتیم که با وزارت صمت آنها را حل‌وفصل کردیم. همچنین ملزومات آزمونی را که در تغییر نسل کمپرسورها ایجاد شده خریداری کردیم. قول همکاری کامل را وزارت صنعت، معدن و تجارت به ما داده است. بخشی از ادوات تطبیق وارداتی و بخشی هم در داخل تولید می‌شود و این موضوع شاکرگر اراده محکم هلدینگ امید برای اشتغال‌زایی و اتکا به دانش و توان ایرانی است. پیش‌بینی ما این است که ما از دو ماه آینده تولید آزمایشی داشته باشیم. در فاز یکم، خط مونتاژ راه‌اندازی خواهد شد. در فاز دو خط رنگ و تکمیل‌کاری، در فاز سوم پرسکاری و در فاز چهارم خط ماشین‌کاری آماده بهره‌برداری خواهد شد.

جناب مهندس، موضوع ممنوعیت ورود کالاهای

خارجی مشابه که وزارت صنعت، معدن و تجارت تصویب کرده، قرار است شامل این کار شود؟ درحال‌حاضر نیاز بازار داخلی، نزدیک به بیش از یک میلیون دستگاه در سال است. شرکت کمپرسورسازی پادنا در پایان سال اول به این شمارگان در تولید خواهد رسید. پیش‌بینی ما این است که بعد از شش ماه از آغاز تولید، با ابزار تعرفه رقابت داشته باشیم و در پایان سال اول درخواست ممنوعیت واردات کالای تولیدی مشابه را داشته باشیم.

تولید تقاضای بازار داشته باشیم. برای تأمین تقاضای بازار داشته باشیم.

وضعیت واردات چگونه است؟

اگر ما به آمار واردات در این زمینه نگاه کنیم، سالانه چیزی نزدیک به یک‌میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه کمپرسور وارد شده است. از طرفی ما بنا داریم تا کمپرسورهای سباز بزرگ و صنعتی را نیز به پروژه خود اضافه کنیم. چیزی که ما از آن داریم صحبت می‌کنیم، کمپرسور یخچال‌های خانگی است. یخچال‌های مغازه‌ای، کارگاهی، صنعتی، آب‌سردکن‌ها، بستنی‌سازها و ... هم یک سبد کامل از تنوع محصول را برای ما فراهم می‌کند که در آینده وارد آن بازارها می‌شویم.

تولید کمپرسورهای مورد استفاده در صنایع تهویه و سرمایشی یکی از اهداف ما در توسعه بازار است که درحال‌حاضر در حد نمونه‌سازی و مذاکره هستیم. از این باب که ما دسترسی به یک شریک قوی و همکار داریم، ظرفیت‌های تولید بالاتر از نیاز کشور و صادرات منطقه‌ای نیز برایمان با لحاظ فضای رقابتی مهیاست.

لا توجه به افزایش ارز کالاهای وارداتی، قیمت یخچال‌های خارجی بسیار بیشتر شده. احتمالاً در آینده شمار بیشتری ناگزیر به خرید یخچال‌های داخلی روی می‌آورد.

قطعا این‌گونه است. در نظر داشته باشید که در صنعت یخچال‌سازی در کنار برندهای بزرگ، تعداد بسیار زیادی صنایع کوچک یخچال‌سازی داریم که در مقیاس ۵۰۰، هزار و چند هزار عدد به صورت منطقه‌ای در حال تولید هستند. ما بیش از ۴۰ واحد یخچال‌سازی فقط در تبریز شناسایی کردیم و یک تقاضای نزدیک به ۱۲۷ هزار کمپرسور به سمت ما فقط از سمت تبریز آمده است که اینها در گذشته از مسیر بنگدارها نیاز کمپرسورشان را تأمین می‌کردند و الان بسیار خوشحال هستند که از یک کارخانه داخلی به صورت ریالی می‌توانند نیازشان را برطرف کنند.

راجعه به صادرات این محصول به دلیل اهمیت موضوع کمی توضیح دهید.

یکی از ملاحظات ما این بود که با شرکتی مشارکت داشته باشیم که بازارهای منطقه ما را بشناسد و آنها فعالیت داشته باشد. به دلیل مزیت‌های اقتصادی و قیمت‌های مناسب انرژی و نیروی انسانی حتی در مقایسه با خود چین در کشور ما، جذابیت زیادی داریم برای اینکه بتوانیم برخی از تولیداتی را که در کشورهای اطراف صادرات انجام می‌دهند، در داخل ایران تولید کنیم. از طرفی تعرفه‌های ترخیصی که این کشور ما و کشورهای همسایه است، مزیت‌های اقتصادی بسیاری را مطرح می‌کند که در مذاکرات و قراردادهای ما به به‌صراحت اشاره شده است. قدر مسلم این است که بازار بزرگ ایران به علاوه بازار کشورهای همسایه مثل عراق، پاکستان، افغانستان، جمهوری آذربایجان، سوریه و سایر کشورهای نزدیک، کشورهای مورد هدف ما هستند؛ کشورهایی که صنایع یخچال‌سازی دارند.

ملاحظه بفرمایید که ما در کشورمان، نزدیک به صد یخچال‌ساز داریم، ولی در کل جمهوری آذربایجان فقط یک یخچال‌ساز داریم. بنابراین علاوه بر تأمین کمپرسور مورد نیاز داخل، فضای صادرات را به بقیه کشورها دنبال می‌کنیم. در موضوع خدمات پس از فروش و نیازها و خدمات پس از فروش در کشورهای همسایه نیز، یک گزینه مطرح و جدی هستیم، مثلاً کشور عراق بازار بسیار خوبی برای این حوزه است. مهم این بود و هست که محصولی داشته باشیم که هم قیمت و هم کیفیت رقابتی داشته باشد. خوشبختانه این شرایط فراهم شده است

لا درباره اشتغال‌زایی؟

همین‌طور که شما اشاره کردید، این کارخانه نه‌تنه‌ا اکنون که در آینده نیز بی‌رقیب است. سرمایه‌گذاری در این مقیاس برای تولید چنین محصولی، تکرارشدنی نیست. اشتغالی که این صنعت ایجاد می‌کند، دست‌کم ۳۵۰ نفر اشتغال مستقیم، بدون نیاز به سرمایه‌گذاری هتنگت و جدید است. یعنی ما فقط با حمایت و رفع موانع و بعضاً شارژ‌اندکی سرمایه، هم یک زنجیره باارزش در صنایع لوازم خانگی کشورمان ایجاد می‌کنیم و تعداد انبوهی کارخانه یخچال‌سازی از قبل اینجا فعال خواهد شد. یک زنجیره ارائه محصول و خدمات پس از فروش عملاً پشتوانه این شرکت‌ها خواهد بود و حجم بزرگی اشتغال در اینجا ایجاد خواهد شد.

اگر نکته خاصی مورد نظرتان است، بفرمایید.

لازم است من در انتها از آن اراده و از آن نیت خالص و تعهد اجتماعی که سرمایه‌گذاری امید برای نگاه دوباره به این ظرفیت داشته، تشکر کنم و ما بسیاری از این ظرفیت‌ها را در کشورمان داریم که عدم ریسک‌پذیری مدیران اجازه نمی‌دهد که دوباره آزمون دیگری را برای فرصت دوباره‌دادن به اینها داشته باشند. سرمایه‌گذاری امید این جسارت را داشت و این حمایت را کرد و این اعتماد را به ما کرد و ما به‌عنوان فرزندان این مملکت هر آنچه در بضاعت‌مان بود، خرج این پروژه کردیم؛ از شکل مذاکره از تهور و حسارتی که در ساخت داخل در این سال‌ها آموختیم. ولی تماماً به اتکای حمایتی بود که سرمایه‌گذاری امید از این پروژه داشت.