اخبار

تسهیل فرآیند رفع تعهدات ارزی در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی

در راستای بهبود فضای کسب‌وکار، تسریع فرآیندهای بانکی و تجاری و تسهیل فعالیت فعالان اقتصادی در مناطق آزاد تجاری ـ صنعتی و ویژه اقتصادی، سازوکار رفع تعهدات ارزی از محل ثبت خدمت مورد بازنگری قرار گرفت و فرآیند آن تسهیل شد. بر اساس تصمیم اتخاذشده، با هدف کاهش زمان انتظار، حذف مراحل اداری غیرضروری و تسریع در رسیدگی به درخواست‌ها، فرآیند صدور تأییدیه رفع تعهدات ارزی از محل ثبت خدمت که پیش از این مستلزم تأیید مستقیم دبیر شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی بود، اصلاح شد.
بر اساس سازوکار جدید، مسوولیت بررسی درخواست‌ها و صدور تأییدیه رفع تعهدات ارزی از محل ثبت خدمت به مدیران عامل سازمان‌های مناطق آزاد و ویژه اقتصادی واگذار شده است. بر این اساس، پس از تأیید درخواست‌ها توسط مدیرعامل سازمان مربوطه، دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، تأییدیه‌های صادرشده را به بانک مرکزی ارسال خواهد کرد.این اقدام با رویکرد تمرکززدایی، تسریع در فرآیندهای اجرایی و واگذاری اختیارات به سازمان‌های مسوول در مناطق انجام شده است و انتظار می‌رود با کاهش تشریفات اداری و کوتاه‌تر شدن مسیر رسیدگی، زمینه تسهیل امور بانکی، افزایش سرعت پاسخگویی و بهبود ارایه خدمات به فعالان اقتصادی در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی فراهم شود.

افزایش ۱۰ درصدی سهمیه سوخت تولید

به گزارش ایسنا،سید محمد اتابک در حاشیه نمایشگاه متافو درباره نحوه تأمین سوخت معادن اظهار کرد:اگر میزان سوخت درخواستی یک معدن متناسب با میزان تولید آن باشد، اداره کل صمت استان تأییدیه لازم را برای تهیه سوخت صادر می‌کند. سوخت مورد نیاز معادن از مبادی رسمی تأمین می‌شود، اما قیمت‌های آن متفاوت است.
وی با اشاره به عملکرد سامانه سدف در ساماندهی مصرف سوخت معادن گفت:این سامانه میزان سوخت مصرفی معادن را ثبت می‌کند و با سوابق مصرف آنها در گذشته و همچنین میزان تولیدشان مقایسه می‌کند. اطلاعات مربوط به میزان تولید نیز از سوی اداره کل استان به سامانه اعلام می‌شود.
اتابک با ارزیابی مثبت از عملکرد این سامانه تأکید کرد: جابه‌جایی سوخت میان معادن مورد تأیید وزارت صمت نیست. اگر معدنی برای دریافت سوخت در سامانه ثبت‌نام کرده و سهمیه‌ای به آن اختصاص یافته، باید همان سوخت را در محل ثبت‌شده مصرف کند و نمی‌تواند آن را برای استفاده در معدن دیگری جابه‌جا کند.وزیر صنعت، معدن و تجارت همچنین از افزایش ۱۰ درصدی سهمیه سوخت تولیدکنندگان معدنی و صنعتی در سال جاری خبر داد و اعلام کرد که تخصیص سوخت به واحدهای تولیدی بر اساس سوابق مصرف و میزان تولید آنها انجام می‌شود.اتابک با اشاره به وضعیت تأمین سوخت واحدهای تولیدی اظهار کرد: میزان سوخت پیش‌بینی‌شده برای تولیدکنندگان معدنی و صنعتی در سامانه سدف طی سال جاری ۱۰ درصد بیشتر از سال گذشته تعیین شده و سهمیه اختصاص‌یافته به استان‌ها نیز به همین میزان افزایش یافته است.وی همچنین از بازگشت بخش عمده ظرفیت‌های تولیدی از دست‌رفته در واحدهای فولادی آسیب‌دیده به چرخه تولید خبر داد.او با بیان اینکه تمامی تولیدکنندگان دارای پروانه بهره‌برداری و سابقه فعالیت در سامانه سدف ثبت‌نام شده‌اند، افزود: مدیریت این سامانه بر عهده معاونت مربوطه در وزارت صمت است و تخصیص سوخت بر اساس سوابق مصرف، میزان تولید و سهمیه تعیین‌شده برای هر واحد انجام می‌شود.وزیر صمت ادامه داد: واحدهایی که در چارچوب سهمیه مصوب فعالیت می‌کنند، سوخت مورد نیاز خود را دریافت خواهند کرد و درخواست افزایش سهمیه نیز در صورت رشد تولید و پس از بررسی و تأیید مراجع استانی قابل رسیدگی است.اتابک در ادامه با تأکید بر اینکه تخصیص سوخت مازاد باید متناسب با میزان واقعی تولید باشد، گفت: درخواست‌هایی که با ظرفیت و عملکرد تولیدی واحدها تناسب نداشته باشند، قابل تأیید نیستند. وی درباره نحوه نظارت بر مصرف سوخت معادن نیز توضیح داد: میزان سوخت درخواستی هر معدن با توجه به میزان تولید آن بررسی می‌شود و در صورتی که درخواست با میزان تولید تناسب داشته باشد، اداره کل صمت استان تأییدیه لازم را برای تهیه سوخت صادر می‌کند. سوخت مورد نیاز معادن از مبادی رسمی تأمین می‌شود، هرچند قیمت‌های آن متفاوت است.
وزیر صمت با اشاره به عملکرد سامانه سدف در ساماندهی مصرف سوخت گفت: این سامانه میزان سوخت مصرفی معادن را با سوابق مصرف گذشته و میزان تولید آنها مقایسه می‌کند و اطلاعات مربوط به تولید نیز از سوی اداره کل استان در اختیار سامانه قرار می‌گیرد. عملکرد این سامانه در ساماندهی مصرف سوخت بسیار خوب بوده است. وزیر صنعت، معدن و تجارت در بخش دیگری از اظهارات خود به اقدامات انجام‌شده برای بازسازی واحدهای فولادی آسیب‌دیده اشاره کرد و گفت: پس از بروز آسیب در برخی واحدهای فولادی، اقدامات موثری برای بازسازی و احیای ظرفیت‌های تولیدی انجام شد. وی با اشاره به تلاش‌های فولاد مبارکه، فولاد خوزستان و سایر مجموعه‌های آسیب‌دیده اظهار کرد: اقدامات انجام‌شده برای بازسازی این واحدها از نظر سطح فنی و اجرایی در تراز قابل توجهی قرار داشت و می‌توان آن را در مقیاس بین‌المللی ارزیابی کرد.
اتابک نقش سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو) را نیز در این فرآیند موثر دانست و افزود: این سازمان با ایفای نقش حمایتی و فراهم کردن زمینه‌های لازم، سهم مهمی در پیشبرد فرآیند بازسازی و بازگشت ظرفیت‌های تولیدی به چرخه فعالیت داشت.
وزیر صمت با بیان اینکه بخش عمده ظرفیت تولید از دست‌رفته واحدهای آسیب‌دیده احیا شده است، تأکید کرد: صنعت فولاد کشور تا حد زیادی از کسری ظرفیت ناشی از آسیب‌های گذشته عبور کرده و واحدهایی که بخشی از توان تولیدی خود را از دست داده بودند، دوباره به مدار تولید بازگشته‌اند.

۱۷ هزار پرونده قضایی برای رفع تعهد ارزی تشکیل شد

ارز علیه صادرات



تعادل |
تشکیل حدود ۱۷ هزار پرونده قضایی در حوزه رفع تعهد ارزی، اختلاف نرخ ارز در بازار آزاد و مرکز مبادله و الزام صادرکنندگان به عرضه ارز با قیمتی پایین‌تر از ارزش واقعی، از جمله چالش‌هایی است که به گفته امیر روشن، بخش قابل توجهی از توان صادرکنندگان و تولیدکنندگان را تحت تأثیر قرار داده است. در شرایطی که توسعه برندهای ایرانی و حضور پایدار در بازارهای بین‌المللی به یکی از ضرورت‌های اقتصاد کشور تبدیل شده، فعالان اقتصادی معتقدند سیاست‌های ارزی، تصمیمات ناگهانی، قیمت‌گذاری دستوری و بی‌ثباتی محیط کسب‌وکار، نه‌تنها مسیر صادرات را دشوار کرده، بلکه اعتبار چندین‌ساله برندهای ایرانی را نیز در معرض تهدید قرار داده است.

رفع تعهد ارزی چالش جدی صادرکنندگان

در دومین همایش ملی برند و دومین جایزه ملی ویژند ایران، موضوع توسعه برندهای داخلی و موانع پیش روی حضور محصولات ایرانی در بازارهای جهانی، از زوایای مختلف مورد بررسی قرار گرفت. سخنان نمایندگان سازمان توسعه تجارت، مرکز مالکیت معنوی، تشکل‌های بخش خصوصی و مسوولان استانی نشان داد که توسعه برندهای ایرانی صرفاً به افزایش کیفیت تولید یا ثبت علائم تجاری محدود نمی‌شود و برای تحقق آن، مجموعه‌ای از اصلاحات در سیاست‌گذاری تجاری، نظام ارزی، قوانین حمایتی و ساختار فعالیت بنگاه‌ها ضروری است.
امیر روشن، معاون سازمان توسعه تجارت، با اشاره به موانع توسعه برندهای ملی در بازارهای هدف، بخش مهمی از مشکلات فعالان اقتصادی را ناشی از محدودیت‌هایی دانست که در داخل کشور ایجاد شده‌اند. به گفته او، حدود ۸۰ درصد موانع توسعه برندهای ایرانی در بازارهای هدف به تحریم‌های داخلی مربوط می‌شود؛ مسائلی که از تعدد دستگاه‌های تصمیم‌گیر گرفته تا سیاست‌گذاری نادرست ارزی و قوانین ناکارآمد را در بر می‌گیرد.
روشن با اشاره به تشکیل حدود ۱۷ هزار پرونده قضایی در حوزه رفع تعهد ارزی، تأکید کرد که اصل بازگشت ارز حاصل از صادرات موضوعی ضروری است و نمی‌توان اهمیت آن را برای اقتصاد کشور نادیده گرفت. تولیدکنندگان برای پرداخت حقوق کارکنان، تأمین هزینه‌های تولید و انجام تعهدات خود به منابع ارزی نیاز دارند و بازرگانان نیز برای بازگرداندن سرمایه به چرخه تجارت باید بتوانند از ارز حاصل از صادرات استفاده کنند. با این حال، از نگاه او، مساله اصلی نه اصل بازگشت ارز، بلکه شیوه اجرای قوانین و سیاست‌هایی است که در این زمینه اتخاذ شده است.
معاون سازمان توسعه تجارت با انتقاد از مداخله بانک مرکزی در کشف قیمت ارز در مرکز مبادله، اختلاف میان نرخ ارز در بازار و نرخ تعیین‌شده در این مرکز را یکی از مشکلات اساسی صادرکنندگان عنوان کرد. به گفته روشن، این اختلاف باعث می‌شود صادرکننده ناچار باشد ارز حاصل از فعالیت خود را پایین‌تر از ارزش واقعی عرضه کند؛ مساله‌ای که حتی مهلت ۱۵ ماهه برای رفع تعهد ارزی نیز نتوانسته مشکلات ناشی از آن را برطرف کند. او معتقد است چنین سیاستی به‌جای حمایت از تولید و صادرات، در عمل واردات را تقویت می‌کند. روشن با اشاره به تجربه کشورهایی مانند روسیه، مالزی، ترکیه، یونان و برزیل تأکید کرد که در این کشورها ارز حاصل از صادرات ارزان‌تر از ارز مورد نیاز برای واردات نیست. از نگاه او، قیمت ارز باید بر اساس عرضه و تقاضا تعیین شود و دولت و بانک مرکزی نباید در فرآیند کشف قیمت مداخله کنند.
روشن همچنین نسبت به جرم‌انگاری مشکلات ارزی صادرکنندگان انتقاد کرد و خواستار بررسی همزمان اخلال در نظام ارزی و اخلال در نظام تجاری شد. به اعتقاد او، در کنار بررسی عملکرد صادرکنندگان، باید مشخص شود چه تصمیمات و سیاست‌هایی فعالیت تجاری را با مشکل مواجه کرده و چه موانعی موجب شده است فعالان اقتصادی نتوانند به تعهدات خود عمل کنند. او با اشاره به شرایط جنگی کشور هشدار داد که صادرات در معرض افت جدی قرار دارد و اختلال در جریان نقدینگی و جابه‌جایی کالا می‌تواند تجارت کشور را با مشکلات بیشتری روبرو کند. این موضوع به‌ویژه از آن جهت اهمیت دارد که در شرایط فعلی، تأمین کالا برای کشور نیز از اولویت‌های مهم اقتصادی محسوب می‌شود.
معاون سازمان توسعه تجارت در همین زمینه خواستار تدوین بسته‌ای با عنوان «بسته نجات تجارت» شد؛ بسته‌ای که به گفته او باید با هدف توسعه تولید، ایجاد اشتغال پایدار و افزایش بهره‌وری تدوین شود. روشن معتقد است اداره تجارت باید بیش از گذشته به تجار و فعالان بخش خصوصی سپرده شود و تجربه دوران جنگ نیز نشان داده است که با کاهش محدودیت‌ها و تفویض اختیار به استان‌ها می‌توان فرآیند تجارت را تسهیل کرد.او همچنین از آماده شدن پیشنهادهایی در سازمان توسعه تجارت برای اصلاح شرایط موجود خبر داد که قرار است از طریق وزیر مربوطه به دولت ارایه شود. روشن در عین حال بر ضرورت مطالبه‌گری تشکل‌های اقتصادی تأکید کرد و هشدار داد که ادامه وضعیت فعلی می‌تواند جریان صادرات و تجارت کشور را با اختلال جدی مواجه کند.

تصمیمات ناگهانی چگونه اعتبار برندهای ایرانی را از بین می‌برد؟

در کنار مشکلات ارزی، آرمان خالقی، دبیرکل خانه صنعت، معدن و تجارت ایران، بی‌ثباتی محیط کسب‌وکار و تصمیمات غیرقابل پیش‌بینی را از مهم‌ترین موانع توسعه برندهای ایرانی دانست. از نگاه او، برندسازی فرآیندی بلندمدت است که با صرف هزینه یا ثبت یک علامت تجاری به دست نمی‌آید، بلکه حاصل سال‌ها تلاش، اعتبارسازی، سخت‌کوشی و ایجاد اعتماد در میان مشتریان است.
خالقی با تأکید بر اینکه برند یک‌شبه شکل نمی‌گیرد، توضیح داد که صاحبان کسب‌وکار ممکن است سال‌ها برای ورود به یک بازار خارجی، بازاریابی و ایجاد اعتماد میان مشتریان تلاش کنند، اما یک تصمیم ناگهانی یا مقرره جدید می‌تواند تمام این سرمایه‌گذاری را با خطر مواجه کند.او به نمونه‌ای اشاره کرد که در آن تولیدکننده پس از سال‌ها فعالیت در یک بازار خارجی، با توقف ناگهانی صادرات در شرایطی مواجه می‌شود که محموله‌اش به مرز رسیده است. در چنین وضعیتی، بنگاه نمی‌تواند به تعهدات خود در برابر مشتری خارجی عمل کند و ممکن است اعتباری را که طی ۱۰، ۲۰ یا حتی ۴۰ سال به دست آورده، از دست بدهد. به گفته خالقی، این اتفاق تنها به یک بنگاه اقتصادی محدود نمی‌شود و می‌تواند اعتبار تجاری ایران را نیز در بازارهای بین‌المللی خدشه‌دار کند.
دبیرکل خانه صنعت، معدن و تجارت ایران معتقد است توسعه برند به ثبات و پیش‌بینی‌پذیری سیاست‌ها نیاز دارد. فعال اقتصادی باید بتواند برای تولید، بازاریابی، صادرات و توسعه بازار برنامه‌ریزی کند؛ اما زمانی که مقررات و تصمیمات اقتصادی به‌صورت ناگهانی تغییر می‌کنند، امکان برنامه‌ریزی بلندمدت از بین می‌رود و بنگاه‌ها به‌جای توسعه فعالیت‌های خود، ناچار می‌شوند برای حفظ شرایط موجود تلاش کنند.

صادرات فله‌ای واگذاری ارزش افزوده به برندهای خارجی

خالقی یکی دیگر از موانع توسعه برندهای ایرانی را مداخلات اقتصادی و قیمت‌گذاری دستوری عنوان کرد. به گفته او، زمانی که دولت قیمت مشخصی برای عرضه محصولات تعیین می‌کند، تفاوت میان تولیدکننده‌ای که برای ارتقای کیفیت هزینه کرده و تولیدکننده‌ای که محصول با کیفیت پایین‌تر عرضه می‌کند، نادیده گرفته می‌شود. در چنین شرایطی، انگیزه بنگاه‌ها برای سرمایه‌گذاری در کیفیت و بهبود محصول کاهش پیدا می‌کند؛ زیرا تولیدکننده نمی‌تواند متناسب با کیفیت و مزیت محصول خود در بازار رقابت کند. خالقی معتقد است در بازارهایی که فضای رقابتی محدود شده و مصرف‌کننده ناچار است کالای موجود را خریداری کند، اعتماد مشتری و رضایت مصرف‌کننده به‌تدریج جایگاه خود را از دست می‌دهد. او همچنین به مشکلات متعدد تولیدکنندگان از جمله محدودیت برق و گاز، دشواری تأمین مالی، مسائل تأمین اجتماعی، تخلفات و تغییرات ناگهانی مقررات اشاره کرد و گفت که این شرایط باعث شده فعالان اقتصادی به‌جای تمرکز بر کیفیت، برندسازی و توسعه بازار، بخش زیادی از توان خود را صرف مواجهه با مشکلات روزمره کنند. یکی دیگر از محورهای مورد تأکید خالقی، ضرورت تقویت هویت محصولات ایرانی در بازارهای جهانی بود. او با اشاره به ظرفیت و شهرت جهانی محصولاتی مانند زعفران و فرش ایرانی گفت که اعتبار این محصولات در طول سالیان متمادی شکل گرفته است، اما همچنان باید پرسید چه تعداد از برندهای مشخص ایرانی توانسته‌اند در کنار شهرت این محصولات، جایگاه بین‌المللی خود را تثبیت کنند. به اعتقاد او، صرف ایرانی بودن یک محصول به معنای برخورداری آن از یک برند معتبر نیست. نباید محصولات ایرانی بدون هویت مشخص و به‌صورت فله‌ای صادر شوند تا شرکت‌ها و برندهای خارجی با استفاده از ظرفیت تولید داخل، محصول را با نام تجاری خود در بازارهای جهانی عرضه کنند و بخش مهمی از ارزش افزوده را به دست آورند. خالقی تأکید کرد که در حوزه منابع و مواد اولیه نیز باید فرآوری و ایجاد ارزش افزوده در داخل کشور انجام شود؛ زیرا صادرات مواد اولیه بدون تکمیل زنجیره تولید، فرصت‌های اقتصادی و منافع حاصل از توسعه برند را در اختیار دیگران قرار می‌دهد.او همچنین ثبت برند در بازارهای هدف را یکی از ضرورت‌های جدی صادرات دانست و توضیح داد که اگر تولیدکننده از ابتدای ورود به بازار خارجی برای ثبت و حفاظت از نام تجاری خود اقدام نکند، ممکن است فرد دیگری همان نام را به ثبت برساند و از اعتبار و کیفیتی که تولیدکننده اصلی طی سال‌ها ایجاد کرده است، بهره‌برداری کند. به گفته خالقی، نمونه‌هایی از این اتفاق در بازارهایی مانند پاکستان، افغانستان و عراق مشاهده شده است؛ جایی که محصولات مشابه ایرانی با نام و نشان دیگری عرضه می‌شوند و تولیدکننده اصلی ممکن است امکان استفاده از نام تجاری خود را از دست بدهد. او تأکید کرد که سرمایه برند کمتر از سرمایه فیزیکی یک شرکت نیست و باید از ابتدای مسیر صادرات برای حفاظت از آن برنامه‌ریزی کرد. آرمان خالقی در بخش دیگری از سخنان خود، توسعه برندهای ایرانی را نیازمند تقسیم مسوولیت میان دولت، تشکل‌های اقتصادی و بنگاه‌های خصوصی دانست. به گفته او، تشکل‌ها باید در زمینه شناسایی مشکلات، ارایه راهکار، مشورت‌دهی و آموزش فعال‌تر عمل کنند و دولت نیز وظیفه دارد با ایجاد ثبات سیاستی، حمایت از مالکیت معنوی و فراهم کردن زمینه حضور برندهای ایرانی در بازارهای خارجی، مسیر فعالیت بنگاه‌ها را هموار کند.او همچنین بر ضرورت همکاری میان بنگاه‌های کوچک و متوسط تأکید کرد و گفت که شکل‌گیری برندهای مشترک و همکاری در قالب زنجیره‌های ارزش می‌تواند قدرت رقابت شرکت‌های ایرانی را افزایش دهد. با این حال، ضعف در مشارکت و تداوم همکاری میان بنگاه‌ها از جمله مشکلاتی است که باید برای رفع آن برنامه‌ریزی شود.

زیرساخت حضور برندهای ایرانی در بازار جهانی

در بخش دیگری از این همایش، سیامک اسلامی، رییس مرکز مالکیت معنوی سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، بر ضرورت استفاده از ظرفیت‌های قانونی و بین‌المللی برای حمایت از برندهای ایرانی تأکید کرد. او با اشاره به ثبت حدود ۵۶۵ هزار علامت تجاری در کشور طی صد سال گذشته، توضیح داد که ثبت یک علامت تجاری به‌تنهایی برای تبدیل آن به یک برند معتبر کافی نیست. علامت تجاری زمانی به برند تبدیل می‌شود که با شهرت، اعتبار و اعتماد مصرف‌کننده پیوند بخورد و در بازار هویت مشخصی پیدا کند. اسلامی یکی از ابزارهای مهم توسعه بین‌المللی برندها را استفاده از معاهده مادرید برای ثبت بین‌المللی علائم تجاری دانست. به گفته او، شرکت‌هایی که بازار صادراتی مشخصی را هدف قرار داده‌اند، بهتر است دست‌کم یک سال و نیم پیش از ورود به آن بازار، فرآیند ثبت بین‌المللی علامت خود را آغاز کنند.
او همچنین از آمادگی مرکز مالکیت معنوی برای همکاری با سازمان توسعه تجارت و سایر نهادهای مرتبط خبر داد و گفت که امکان تشکیل کارگروه مشترک برای بررسی مشکلات صاحبان برند و تسریع رسیدگی به پرونده‌های آنان وجود دارد. اسلامی از تلاش برای کاهش زمان رسیدگی به پرونده‌ها از حدود ۳۵ روز به کمتر از دو هفته نیز خبر داد.
رییس مرکز مالکیت معنوی همچنین قانون جدید حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳ را دارای ظرفیت‌های مهمی برای حفاظت از دارایی‌های فکری دانست. به گفته او، اسرار تجاری از جمله اطلاعات فنی، فرآیندهای تولید، الگوهای رفتاری مشتریان و اطلاعات مربوط به مشتریان، در صورت برخورداری از شرایط قانونی می‌توانند تحت حمایت قرار گیرند.

ضرورت تقسیم مسوولیت میان دولت و بخش خصوصی

غلامحسین مظفری، استاندار خراسان رضوی نیز با تأکید بر ظرفیت برندهای ایرانی در دیپلماسی اقتصادی، برندهای معتبر را سفیران اقتصادی کشور در جهان توصیف کرد. او معتقد است برندهای برگزیده باید علاوه بر معرفی ظرفیت‌های خود، به الگویی برای سایر مجموعه‌های تولیدی تبدیل شوند و از جایگاه خود برای توسعه بازارهای صادراتی استفاده کنند.
مظفری با اشاره به مشکلاتی مانند تعهدات ارزی و موانع بانکی، بخشی از این چالش‌ها را ناشی از مسائل داخلی دانست و تأکید کرد که بسیاری از موانع موجود در داخل کشور قابل حل هستند. به گفته او، در شرایط جنگ اقتصادی، تصمیم‌گیری‌ها نیز باید متناسب با اقتضائات این وضعیت باشد و دیگر فرصتی برای تعویق تصمیم‌ها، جلسات متعدد بدون نتیجه و گرفتار ماندن در ساختارهای پیچیده اداری وجود ندارد.

برند ایرانی؛ فراتر از تولید و صادرات

مجموع اظهارات مطرح‌شده در این همایش نشان می‌دهد که توسعه برندهای ایرانی با مجموعه‌ای از موانع به‌هم‌پیوسته مواجه است؛ از سیاست‌های ارزی و دشواری رفع تعهد صادراتی گرفته تا بی‌ثباتی مقررات، قیمت‌گذاری دستوری، مشکلات تأمین انرژی و ضعف در حفاظت از مالکیت معنوی. آنچه از سخنان روشن و خالقی برمی‌آید، این است که نمی‌توان از تولیدکننده انتظار داشت در بازارهای جهانی رقابت کند و برای برند ایرانی اعتبار بسازد، اما همزمان با سیاست‌های ارزی پرهزینه، تصمیمات ناگهانی و محدودیت‌های پیش‌بینی‌ناپذیر روبرو باشد. تا زمانی که اصلاح حکمرانی تجاری و ایجاد ثبات در محیط کسب‌وکار در اولویت قرار نگیرد، توسعه برندهای ملی و تبدیل عبارت «ساخت ایران» به نشانه‌ای از کیفیت، اعتبار و اعتماد در بازارهای جهانی با موانع جدی مواجه خواهد بود. در واقع، برندسازی تنها به توان تولیدکننده برای ساخت محصول باکیفیت وابسته نیست؛ بلکه به محیطی نیاز دارد که در آن صادرکننده بتواند به تعهدات خود عمل کند، بنگاه اقتصادی از ثبات مقررات اطمینان داشته باشد و حقوق مالکیت معنوی آن در بازارهای داخلی و خارجی مورد حمایت قرار گیرد.

رویداد

پشت پرده ترخیص نشدن خودروهای وارداتی از گمرک

۱۲ هزار و ۸۰۰ خودرو وارداتی به دلیل تایید نشدن منشأ ارز از سوی بانک مرکزی هنوز از سوی گمرک ترخیص نشده‌اند. مهدی دادفر با اشاره به آخرین وضعیت واردات و ترخیص خودروها در کشور اظهار داشت: ۱۲ هزار و ۸۰۰ خودروی وارداتی در گمرکات کشور بلاتکلیف مانده است. این خودروها با وجود ورود به کشور و طی شدن مراحل مربوط به خرید و پرداخت بهای آنها همچنان امکان ترخیص ندارند و منتظر اقدامات و تصمیم‌گیری دستگاه‌های مسوول هستند. به گزارش ایرنا، وی با بیان اینکه مشکل اصلی خودروهای متوقف‌شده در گمرکات، تامین ارز نیست گفت: خودروهایی که اکنون در گمرکات باقی مانده‌اند، خریداری و پول آنها نیز پرداخت و تسویه شده است از این رو خودروها برای ترخیص به تامین ارز جدید نیاز ندارند. دبیر انجمن واردکنندگان خودرو اضافه کرد: نمی‌توان انتظار داشت واردکنندگان خودروهایی را که خریداری کرده‌اند بدون پرداخت وجه در اختیار بگیرند. بهای این خودروها پرداخت‌شده و اکنون مساله اصلی رفع موانع ترخیص است. دادفر با اشاره به اینکه خودروهای واردشده به دلیل عدم تایید منشأ ارز از سوی بانک مرکزی برای ترخیص از گمرک با مشکل مواجه شده‌اند. وی تصریح کرد: در شرایط فعلی گمرک اعلام می‌کند موضوع به این دستگاه ارتباطی ندارد و دیگر دستگاه‌ها نیز مسوولیت را متوجه خود نمی‌دانند و در این میان، واردکنندگان و مردم بلاتکلیف مانده‌اند و مشخص نیست چه نهادی باید برای حل این مشکل اقدام کند. دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با بیان اینکه برای ترخیص خودروها باید اقدامات لازم از سوی دولت و دستگاه‌های مرتبط انجام شود، گفت: امکان پیگیری و انجام امور مربوط به ترخیص نیز وجود ندارد. این وضعیت در کنار مشکلات موجود، روند تعیین تکلیف خودروها را دشوارتر کرده است. دادفر یکی از مشکلات اساسی صنعت خودرو و حوزه واردات را صدور مکرر مصوبات و دستورالعمل‌ها بدون دریافت نظر تشکل‌های تخصصی و ذی‌نفعان دانست و اظهار کرد: صدور مصوبات جدید به‌صورت پی‌درپی و بدون اخذ نظر تشکل‌ها و فعالان این حوزه، موجب توقف فعالیت ساختارها و سیستم‌ها می‌شود. وی با بیان اینکه از ابتدای امسال تاکنون ۴۵ هزار دستگاه وارد کشور شده است، گفت: این تعداد واردات ۹۸ هزار میلیارد تومان (همت) برای دولت درآمدزایی داشته است.

مشکل صادرکنندگان بخش کشاورزی رفع می‌شود

نایب‌رییس کمیسیون توسعه صادرات غیرنفتی اتاق بازرگانی ایران از برگزاری جلسات هماهنگی با بانک مرکزی برای رفع مشکل صادرکنندگان بخش کشاورزی خبر داد. صدرالدین نیاورانی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، با اشاره به نشست اخیر هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران برای پیگیری مشکلات صادرکنندگان اظهار داشت: علاوه بر این در کمیسیون توسعه صادرات غیرنفتی مشاور ارزی بانک مرکزی حضور یافت و بخشی از مشکلات جمعی از صادرکنندگان کشور، به‌ویژه صادرکنندگان محصولات کشاورزی و غذایی مطرح شد تا برای رفع آن اقدام شود. وی افزود: در این جلسه مقرر شد بانک مرکزی ابتدا وضعیت افرادی را که رفع تعهد ارزی کرده‌اند اما متأسفانه نام آنها به اشتباه در فهرست اعلامی بانک مرکزی قرار گرفته و در سازمان تعزیرات حکومتی برایشان مشکل ایجاد شده است، هرچه سریع‌تر اصلاح کند. نیاورانی با بیان اینکه در این جلسه مقرر شد درباره صادرکنندگان محصولات کشاورزی تصمیمات ویژه‌ای اتخاذ شود، اظهار داشت: مقرر شد گروهی از کمیسیون توسعه صادرات غیرنفتی برای شرکت در جلسات با بانک مرکزی حضور پیدا کنند تا مشکلات صادرکنندگان، به‌ویژه صادرکنندگان بخش کشاورزی که با وجود مبالغ پایین صادراتی با مشکلات بزرگی مواجه شده‌اند، بررسی و برای رفع آنها اقدام شود. این موارد از نتایج جلسه اخیر بود. وی درباره وضعیت صادرات کشور همچنین گفت: در نیمه نخست امسال صادرات محصولات کشاورزی حدود ۳۰ درصد کاهش داشته است و امیدواریم با بهبود شرایط صادرکنندگان، همین سطح با توجه به تحریم‌های موجود، حفظ شود. وی با اشاره به بازارهای صادراتی محصولات کشاورزی ایران بیان کرد: صادرات به عراق و روسیه همچنان ادامه دارد و در این دو بازار مشکل خاصی نداریم؛ در ارتباط با پاکستان مشکلاتی وجود دارد که در حال رفع آنها هستیم. نیاورانی با بیان اینکه صادرات به افغانستان نیز انجام می‌شود و امیدواریم بتوانیم صادرات خود به کشورهای عربی حوزه خلیج فارس را افزایش دهیم و به سطح معقولی برسانیم، ابراز امیدواری کرد که با برداشته شدن تحریم‌ها، صادرات ایران به کشورهایی مانند هند، چین و کشورهای اروپایی نیز بار دیگر از سر گرفته شود. نایب‌رییس کمیسیون توسعه صادرات غیرنفتی اتاق بازرگانی ایران درباره مهم‌ترین محصولات کشاورزی صادراتی کشور توضیح داد: محصولاتی مانند میوه و سبزیجات، فلفل دلمه‌ای، انواع صیفی‌جات، سیب درختی، کیوی و انار از جمله کالاهای صادراتی بخش کشاورزی هستند و انار، کیوی و سیب از محصولات پاییزی صادراتی به شمار می‌روند.

ویژه

خاموشی سیستم‌های گرمایشی ادارات مرکزی تا اول دی ماه الزامی است

معاون توسعه مدیریت و منابع استانداری مرکزی از آغاز پایش سیستم‌های گرمایشی دستگاه‌های اجرایی استان خبر داد و گفت: در صورت مشاهده روشن بودن سیستم‌های گرمایشی در ساعات اداری، گاز دستگاه متخلف بدون اخطار قبلی قطع می‌شود. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی، علی میرزایی، معاون توسعه مدیریت و منابع استانداری مرکزی، با اشاره به ضرورت مدیریت مصرف انرژی در فصل سرد سال اظهار کرد: براساس ابلاغیه استانداری مرکزی، تمامی دستگاه‌های اجرایی استان موظفند تا اول دی ماه سال جاری، موتورخانه‌ها و سیستم‌های گرمایشی خود را خاموش نگه دارند. وی افزود: در همین راستا، کارشناسان شرکت گاز استان مرکزی با حضور در ادارات و دستگاه‌های اجرایی، وضعیت رعایت این دستورالعمل و خاموش بودن تجهیزات گرمایشی را مورد بررسی و پایش قرار می‌دهند.

معاون وزیر صمت:

واردات خودرو یک واقعیت پذیرفته شده است

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و رییس سازمان توسعه تجارت ایران گفت: نیاز کشور به واردات خودروهای خارجی نیز به عنوان یک واقعیت پذیرفته شده است، اما این واردات باید به گونه‌ای مدیریت شود که علاوه بر تأمین نیاز بازار، فشار مضاعفی بر منابع ارزی کشور وارد نکند و به تولید داخلی آسیب نزنند.
به گزارش خبرنگار ایرنا، محمدصادق مفتح در جمع خبرنگاران در بوشهر درباره سیاست واردات خودرو اظهار کرد: محور اصلی سیاست‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت حمایت از تولید داخلی و تولیدکنندگان کشور است و در حوزه خودرو نیز این اصل مورد توجه قرار دارد.وی افزود: در عین حال، نیاز کشور به واردات خودروهای خارجی نیز به عنوان یک واقعیت پذیرفته شده است، اما این واردات باید به گونه‌ای مدیریت شود که علاوه بر تأمین نیاز بازار، فشار مضاعفی بر منابع ارزی کشور وارد نکند و به تولید داخلی آسیب نزنند.مفتح درباره برخی اخبار منتشرشده پیرامون ابلاغیه واردات خودرو نیز اظهار کرد: این موضوع بیشتر یک فضاسازی بود که بیشتر واردکنندگان خودرو آن را اطلاع‌رسانی کردند.وی یادآور شد: در این زمینه سخنگوی اقتصادی وزارتخانه توضیحات لازم را ارایه کرده است و باید در انتشار اخبار و اطلاعات، مراقب فضاسازی‌ها و اطلاعات نادرستی بود که ممکن است از سوی برخی افراد و گروه‌ها مطرح شود.مفتح تصریح کرد: مقررات، قوانین و آیین‌نامه‌های بازدارنده توسعه تجارت، با هدف تسهیل فعالیت‌های اقتصادی و رفع موانع پیش‌روی فعالان این بخش بازنگری می‌شود.
معاون وزیر صمت گفت: با توجه به اهمیت بنادر شمالی و جنوبی در تأمین مواد اولیه و نیازهای کشور و همچنین نقش آنها در مقابله با محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها، نخستین سفر اداری خود را به استان‌های ساحلی و دیدار با فعالان اقتصادی این استان‌ها اختصاص دادم.وی افزود: در این سفرها، دیدار با فعالان اقتصادی و مدیران استان‌ها با هدف شنیدن مسائل و مشکلات و تلاش برای رفع موانع تجارت در اولویت قرار گرفته است.معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به ضرورت بهره‌گیری از دیدگاه فعالان اقتصادی بیان کرد: فعالان این حوزه در خط مقدم تجارت قرار دارند و به‌خوبی با مشکلات و موانع آشنا هستند؛ از این رو، مشورت با آنها می‌تواند در شناسایی و رفع مشکلات موثر باشد.
مفتح ادامه داد: تلاش می‌کنیم مقررات‌زدایی را در حد امکان دنبال کنیم و چنانچه قوانین، مقررات یا آیین‌نامه‌هایی مانع توسعه تجارت باشند، برای اصلاح و بازنگری آنها اقدام خواهیم کرد؛ حتی اگر این موضوع نیازمند پیگیری در مراجع بالاتر از سازمان توسعه تجارت باشد.معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت همچنین با تشریح سازوکارهای نظارت بر بازار گفت: کارگروه تنظیم بازار وزارتخانه به‌صورت هفتگی و با حضور دستگاه‌های مرتبط تشکیل می‌شود و در این نشست‌ها تغییرات قیمت کالاها نسبت به هفته، ماه و سال گذشته بررسی و ریشه‌یابی می‌شود.مفتح ادامه داد: در کنار این کارگروه، ۲ کارگروه تخصصی برای مدیریت بازار مواد اولیه پتروشیمی و محصولات صنایع معدنی و فولادی فعالیت می‌کنند که به‌صورت منظم وضعیت عرضه، تقاضا و مشکلات تولیدکنندگان را بررسی می‌کنند.وی با بیان اینکه مدیریت بازار مواد اولیه نقش تعیین‌کننده‌ای در کنترل بازار کالاهای نهایی دارد، افزود: سیاست اصلی بر مدیریت عرضه و تقاضا و استفاده از ظرفیت بورس کالا استوار است تا بازار به‌جای مداخلات دستوری، از طریق سازوکارهای اقتصادی و نظارتی مدیریت شود. مفتح گفت: تجربه این سازوکار در دو سال گذشته نشان داده است که با وجود آسیب‌هایی که در برخی مقاطع به ظرفیت تولید صنایع فولادی و پتروشیمی وارد شده، می‌توان با اولویت‌بندی نیازها و مدیریت منابع موجود، از بروز اختلال جدی در بازار جلوگیری کرد.