اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

شنبه
• ۳۰ مهر ۱۴۰۱
• ۲۵ ربیع‌الاول ۱۴۴۴
• ۲۲ اکتبر ۲۰۲۲

• سال سی‌ودوم شماره پیاپی ۳۴۹۶ • دوره جدید سال نهم شماره ۲۱۷۸ • ۱۶ صفحه • قیمت: ۵۰۰۰ تومان

www.smtnews.ir - http://Telegram.me/smtnews



سرمقاله


حمایت از صادرات مکانیسم توسعه ۲

گفت‌وگو


گرهی که با دندان هم باز نشد ۶


باید نگاهی استراتژیک به صادرات داشت ۱۵

یادداشت‌های امروز


صادرات، راه نجات صنعت خودرو است؟ ۴


برندینگ، شاه‌کلید موفقیت در صادرات ۹


صادرات رمز توسعه ۱۲



گره کور صادرات با خودتحریمی

صادرات واسطه‌ای ایران به کام دیگران شد ۴
صادرات، نسخه نجات صنایع ۵
غفلت از استاندارد کالاهای صادرات‌محور ۷
تجارت با رنگ‌وبوی تحریم و تحدید ۸
کشاورزان پشت چراغ قرمز خیالی ۹
تیر تحریم بر پیکره صادرات انرژی ۱۰
صادرات، راهکاری برای گذر به درآمد پایدار ۱۲
از نفت، آبی گرم نمی‌شود ۱۳
صادرات موفق زیر چتر بیمه ۱۴

طرح: سامان شرف‌الدین

بازدید دکتر محمدمهدی برادران، معاون وزیر صمت از خط تولید جدید نخ ایرتکسچرایزینگ
شرکت پرافتخار «نفیس نخ» در استان قزوین



در راستای تحقق شعار امسال مقام معظم رهبری، دکتر محمدمهدی برادران معاون صنایع عمومی وزیر صمت از خط تولید جدید نخ ایرتکسچرایزینگ که با هدف افزایش تولید این نوع نخ درشرکت پرافتخار نفیس نخ در شهرک صنعتی لیا استان قزوین به بهره‌برداری رسیده، بازدید به عمل آورد.

در این بازدید همچنین دکتر پیله‌فروش معاون اقتصادی استاندار، دکتر افضلی رئیس سازمان صمت، مهندس صفاری مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی قزوین و جمعی از مسئولان استانی و کشوری حضور داشتند.

شرکت نفیس نخ، تولیدکننده انواع نخ‌های فیلامنت پلی‌استر، در شرایطی که بسیاری از واحدهای نساجی کشور با بحران‌های مختلف مواجه بوده و به ورطه تعطیلی کشیده شده‌اند؛ با تولیدات با کیفیت بالا و دارای استانداردهای جهانی، استفاده از تکنولوژی روز دنیا، اجرای مستمر طرح‌های توسعه‌ای و داشتن تیم مدیریتی متخصص و کاردان و در راس آنها دکتر «احمد جریان» به نگین صنعت نساجی استان قزوین و کشور تبدیل شده است.

دکتر «محمدمهدی برادران» در جریان بازدید از این شرکت اظهار داشت: خوشبختانه با تلاش‌های صورت گرفته در مجموعه نفیس نخ افزایش ۳۰ درصدی تولید در این مجموعه موفق انجام شده که این مهم سبب افزایش تولید در تولیدکنندگان کوچک شده است.

دکتر «احمد جریان»، مدیرعامل کاردان این واحد تولیدی موفق در این بازدید اظهار کرد: خط تولید جدید شرکت نفیس نخ با ظرفیت ۱۵۰۰ تن در سال در دست اجرا بوده و به زودی به بهره‌برداری می‌رسد.

مدیرعامل شرکت نفیس‌نخ افزود: برنامه جامع ۲ ساله طرح توسعه نفیس‌نخ با سرمایه‌گذاری ۳۰۰ میلیارد تومان از منابع مجموعه، توسط سهامداران تدوین شده و راه‌اندازی این خط در راستای طرح فوق است که با اجرای آن اشتغالزایی در این مجموعه ۵۰ درصد افزایش می‌یابد.

مدیر موفق عرصه صنعت و تولید استان قزوین یادآور شد: این مجموعه با تولید بیش از ۱۰۰۰ نوع محصول در ۳ شیفت کاری در تمام ایام سال فعالیت دارد و در حال حاضر علاوه بر تامین نیازهای داخلی، محصولات این شرکت به بیش از ۱۰ کشور صادر می‌گردد.

دکتر «جریان» خاطرنشان کرد: خداوند را شاکریم با حمایت‌های سازمان صمت در ۴ ماه گذشته دغدغه تامین مواد اولیه را نداشتیم و با توجه به تقاضای بالا برای محصولات این شرکت، ۵ کارخانه بیرون از این مجموعه با ۱۰۰ درصد ظرفیت تولید در حال فعالیت و همکاری می‌باشند که باعث افزایش ضریب اشتغال شده است.

مدیرعامل شرکت نفیس نخ در پایان ضمن تشکر از حضور معاون وزیر صمت و هیئت همراه در این شرکت اظهار کرد: حمایت‌های سازمان‌های مختلف دولتی و در راس آنها وزارت صمت نقش موثری در کسب موفقیت‌های این شرکت داشته و امید داریم با افزایش این حمایت‌ها شاهد رشد و اعتلای تولیدات کشور باشیم تا نام محصولات ایرانی بیش از پیش در عرصه‌های جهانی پرآوازه گردد.





سرمقاله

حمایت از صادرات مکانیسم توسعه



عاطفه خسروی
سردبیر

«آمار مقدماتی گمرک ایران نشان می‌دهد تجارت خارجی کشور در ۶ ماه نخست سال با رشد ۱۳.۲ درصدی در ارزش از مرز ۵۰ میلیارد دلار گذشته است.

مطابق آمارهای گمرک ایران، در این مدت ۵۱ میلیون و ۷۸۳ هزار تن کالا به ارزش ۲۴ میلیارد و ۲۵۱ میلیون دلار صادر شد که این میزان صادرات از نظر وزنی افت ۱۲.۵ درصدی و به لحاظ ارزش رشد ۱۳.۳۲ درصدی را نشان می‌دهد.

در عین حال، در این مدت، ۱۶ میلیون و ۳۲۰ هزار تن کالا به ارزش ۲۶ میلیارد و ۳۱ میلیون دلار وارد کشور شد که از حیث وزن افت ۱۴.۷۲ درصدی و از لحاظ ارزش رشد ۱۳.۱۵ درصدی داشته است.

در واقع آمار صادرات و واردات کشور در پایان نیمه نخست سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد همزمان با افزایش صادرات و واردات در نیمه نخست ۱۴۰۱، تراز تجاری کشور منفی‌تر شد و به یک میلیارد و ۷۸۰ میلیون دلار رسید؛ روندی که از تیر ۱۴۰۱ شروع شد و در شهریور ۱۴۰۱ به اوج رسید.

جزئیات تجارت در شهریور نشان می‌دهد، صادرات غیرنفتی ایران به کشورهای هدف افتی حدود ۲۵ درصد داشته است. در این مقطع ایران ۳ میلیارد و ۳۲۷ میلیون دلار کالا صادر کرده، این در حالی است که در مدت مشابه سال گذشته ۴ میلیارد و ۴۳۴ میلیون دلار کالا صادر شده بود. در بازه زمانی یادشده واردات کالا و خدمات نیز از کشورهای طرف معامله افتی بیش از ۱۷ درصدی داشته است.

در آخرین ماه تابستان، ایران ۴ میلیارد و ۳۶۶ میلیون دلار کالا وارد کرده است؛ رقم این شاخص در تابستان سال گذشته ۵ میلیارد و ۲۹۱ میلیون دلار گزارش شده بود.

براساس آمار مقدماتی گمرک ایران می‌توان گفت در این ماه همچون ماه‌های گذشته مبادلات تجاری ایران صرفا متمرکز بر ۱۲ شریک تجاری است.»

این آخرین آمار مرتبط با تجارت ایران است؛ آماری که حکایت از منفی‌تر شدن تراز تجاری کشور دارد؛ روندی که به گواه آمار از تیر ۱۴۰۱ شروع شد و در شهریور ۱۴۰۱ به اوج رسید.

این آمار در حالی عنوان می‌شود که همواره اقتصاد کشورهای «صادرات‌محور» در عرصه جهانی موفق عمل می‌کنند؛ بر همین اساس بسیاری از کارشناسان معتقدند نجات اقتصاد ایران نیز در گرو صادرات و توسعه آن است. تا آنجا که بسیاری بر ارتباط غیرمستقیم معیشت و بهبود زندگی با صادرات تاکید دارند.

در این گزاره رونق تولید منجر به رونق اقتصاد می‌شود و با حفظ اشتغال، معیشت را تامین می‌کند. از سوی دیگر یکی از الزامات رونق تولید، توسعه صادرات است؛ هرچند این مورد همچنان در نگاه برخی از مسئولان کشورمان نهادینه نشده است.

با تعابیر بیان‌شده اگر قصد رونق تولید و حمایت از معیشت را داریم باید برنامه‌ریزی دقیق‌تری برای تسهیل فرآیند صادرات داشته باشیم.

اگر قرار است صادرات پایدار داشته باشیم، باید مطالعه، برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری در حوزه صادرات انجام شود؛ برنامه‌هایی که در تمام این سال‌ها در سایه اتکای اقتصاد به نفت به فراموشی سپرده شده است. در حقیقت اقتصاد دولتی و متکی به نفت نه‌تنها در ایران بلکه در سایر کشورهایی که اقتصادی شبیه ما را تجربه کرده‌اند، باعث بروز مشکلات جدی شده است.

در این ساختار نادرست اقتصادی، ایران هرگز صادرات‌محور نشده و همیشه با تکیه بر درآمدهای نفتی هر سال را پشت سر گذاشته و سند دخل و خرج سال جدید را نیز با محاسبه دلارهای نفتی بسته است. همین اتکا، اقتصاد را در سال‌های تحریم با مشکل مواجه کرد. با این حال باید تحریم‌ها را فرصت بدانیم، زیرا ما را مجبور کرد به ضرورت توسعه صادرات بیندیشیم.

باتوجه به موارد یادشده می‌توان گفت مکانیسم توسعه، حمایت از صادرات است؛ بنابراین باید به‌دنبال باز کردن زنجیرهایی بود که در این سال‌ها به پای صادرات و صادرکنندگان بسته شده است. برای موفقیت در این مسیر می‌توان از دید فعالان حوزه صادرات و از تجربیات صادرکنندگان موفق بهره گرفت.

علاوه بر این بهره‌گیری از تجربه کشورهای موفق اصلی است که باید موردتوجه قرار گیرد.

در صحنه جهانی رقبای صادراتی از حمایت تمام‌قد دولت‌های‌شان برخوردارند و دولت‌ها با تسهیلگری، راه را برای توسعه صادرات هموار می‌کنند؛ مسیری که برای صادرکنندگان ایرانی با ناهمواری‌هایی چون بی‌ثباتی بازارهای صادراتی، دستورالعمل‌های بدون پشتوانه، بی‌ثباتی ارتباط با کشورهای همسایه، هزینه‌های حمل‌ونقل، پیچ‌وخم‌های اداری در قیمت‌گذاری و کارشناسی کالای صادراتی، همراه است.

امسال در حالی آیین روز ملی صادرات را برگزار می‌کنیم که صادرکنندگان علاوه بر محدودیت‌های خارجی با خودتحریمی‌های داخلی نیز مواجهند، این در حالی است که اگر قصد سرپانگه داشتن اقتصاد را داریم، راهی جز توسعه صادرات نداریم.

گره‌کور صادرات با خودتحریمی

شورای فرهنگ عمومی کشور از زیرمجموعه‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی ایران سال ۱۳۷۶ روزی را باعنوان روز ملی صادرات نام‌گذاری کرد. به این ترتیب در تقویم ایران ۲۹ مهر به‌عنوان روز ملی صادرات نام‌گذاری شد.

این نام‌گذاری با هدف ترویج فرهنگ صادرات، تقدیر از فعالان اقتصادی و بررسی راهکارهایی برای رسیدن به جهش صادرات انجام شده است. توسعه تجارت خارجی و صادرات از عوامل موثر در توسعه اقتصادی کشورها محسوب می‌شود که علاوه بر رشد اقتصادی، افزایش توان رقابت‌پذیری کشورها در عرصه‌های بین‌المللی را به‌دنبال دارد.

تعیین یک روز برای صادرات ضمن ترویج فرهنگ صادرات در میان توده مردم و تقدیر از فعالان اقتصادی، فرصتی برای تبادل افکار، شناخت مشکلات و بررسی راهکارهایی برای رسیدن به هدف جهش صادرات است. همچنین این اقدام موجب گسترش تفکر و فرهنگ صادراتی در جامعه می‌شود. سازمان توسعه تجارت ایران هر سال با هدف توسعه فرهنگ عمومی صادرات کشور و تشویق صادرکنندگان و فعالان اقتصادی و بازرگانی کشور روز ملی صادرات را برگزار می‌کند.

اگر پای حرف صادرکنندگان بنشینید گلایه‌های بسیاری از مسیر پرسنگلاخ صادرات دارند، این در حالی است که باید میزان صادرات غیرنفتی ایران تا افق ۱۴۰۴ به سطح ۱۸۰ میلیارد دلار افزایش یابد تا سهم کشورمان از تجارت جهانی بدون نفت، دست‌کم یک درصد باشد.

همچنین بند ۳۵ سند چشم‌انداز ۲۰ساله جمهوری اسلامی ایران بر فراهم کردن زمینه‌های لازم برای تحقق رقابت‌پذیری کالاها و خدمات در بازارهای داخلی و خارجی و ایجاد سازکارهای مناسب برای رفع موانع توسعه صادرات غیرنفتی تاکید کرده، اما باوجود ده‌ها برنامه، صادرات کشور هنوز متکی به نفت است و آنچنانکه باید نتوانسته به هدف موردنظر در زمینه صادرات غیرنفتی نزدیک شود. هرچند صادرات غیرنفتی ایران در مقاطعی حتی تا ۵۰ میلیارد دلار هم رسیده اما همچنان به‌باور بسیاری از کارشناسان نیمی از این صادرات را میعانات گازی یا مواد پتروشیمی تشکیل می‌دهد که به‌طور مستقیم وابسته به نفت است. فعالان تجاری بخشی از موانع و مشکلات صادرات را ناشی از تصمیمات داخلی دانسته که شامل بخشنامه‌های ناگهانی و خلق‌الساعه، تصمیمات نادرست ارزی و درک نادرست از شرایط صادرات از آن جمله هستند. برخی نیز نبود برندسازی و صادرات فله‌ای کالا را از دیگر مشکلات صادرکنندگان می‌دانند. صادرکنندگان علاوه بر اقدامات خودتحریمی با بسیاری از مشکلات ناشی از تحریم‌های خارجی نیز مواجهند که محدودیت در مبادلات بانکی و مالی و موانع برقراری ارتباط با شرکای خارجی را می‌توان در این زمره دانست.

صمت در این پرونده به بررسی شرایط روز صادرکنندگان و جایگاه صادرات در اقتصاد ایران پرداخته است. بدون شک ایجاد موانع در مسیر صادرات کالا، اقتصاد کشور را متضرر می‌کند و بازارهایی را که تا امروز با دشواری فتح شده به دست رقیبان می‌دهد. با این شماره صمت همراه باشید.

نظرگاه

صادرات، نیروی محرکه توسعه اقتصادی



بهمن حسین‌زاده- مدیرعامل پیشین شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران: در دنیای امروز صادرات، نیروی محرکه توسعه اقتصادی است و همه کشورهایی که به قدرت‌های بزرگ و مطرح جهانی تبدیل شده‌اند، برای تقویت بنیه اقتصادی خود به صادرات اتکا داشته و دارند.

حال پرسشی که مطرح می‌شود این است که چرا کشورهای دنیا برای توسعه صادرات خود اهمیت زیادی قائل هستند؟ مهم‌ترین علل توجه به صادرات به اختصار عبارتند از: افزایش درآمدهای ارزی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، تقویت بنیه اقتصادی، دستیابی به بازارهای جدید و کاهش هزینه تولید (به‌سبب تولید به مقیاس اقتصادی و بهره‌گیری از ظرفیت بلااستفاده و کسب اعتبار و پرستیژ بین‌المللی). برای نشان دادن اهمیت صادرات در اقتصاد جهانی کافی است به این نکته اشاره کنیم که در سال ۲۰۱۸ میلادی حدود ۳۰ درصد تولید ناخالص دنیا را صادرات کالا و خدمات تجاری تشکیل داده است.

در شرایط فعلی که صادرات نفت ایران، به‌سبب اعمال تحریم‌های اقتصادی امریکا و متحدان آن کاهش یافته و به تبع آن درآمدهای ارزی تقلیل پیدا کرده، ضرورت تدوین استراتژی بلندمدت صادرات غیرنفتی کشور بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود و مصلحت کشور ایجاب می‌کند که تدوین این استراتژی با در نظر گرفتن شرایط خاص اقتصادی کشور در دوران تحریم در دستور کار سازمان‌های ذی‌ربط قرار گیرد. براساس آمار بازرگانی خارجی کشور در سال ۱۳۹۷ سهم ۱۴ کشور همسایه در جذب کالاهای صادراتی کشور بیش از ۵۰ درصد بوده است؛ بنابراین برطرف کردن موانع و مشکلات تجارت و ترانزیت کالا بین ایران و کشورهای همسایه، در رأس همه فعالیت‌هایی قرار می‌گیرد که باید برای توسعه صادرات غیرنفتی انجام شود.

کشورهایی که با کاهش درآمدهای ارزی مواجه می‌شوند یا دسترسی به ارزهای جهانروا (REFERENCE CURRENCY) برای آنها به هر دلیلی مشکل می‌شود، از تجارت متقابل به مقیاس وسیعی استفاده می‌کنند.

تجارت متقابل اشکال متعددی را شامل می‌شود که عبارتند از معاملات تهاتری، بای بک، معاملات جبرانی، معاملات OFFSET، خرید متقابل COUNTER PURCHASE. در این میان، ضروری است که دستورالعمل انجام تجارت متقابل توسط کارشناسان خبره اقتصادی تهیه و برای تصویب به هیات دولت ارائه شود.

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران در سال‌های اخیر متناسب با شرایط خاص اقتصادی کشور تغییراتی را در برنامه‌های نمایشگاهی خود انجام داده که از آن جمله می‌توان به اولویت قائل شدن برای شرکت‌ها و موسساتی که از توان صادراتی بالایی برخوردارند، توجه خاص به استارت‌آپ‌ها و در نظر گرفتن امتیازاتی برای آنان، تهیه طرح ایجاد نمایشگاه دائمی کالاهای صادراتی ایران که بازدید از آن اختصاص به هیات‌های اقتصادی و بازرگانی خارجی خواهد داشت، اشاره کرد.

همچنین اولویت قائل شدن برای نمایشگاه‌های ارائه‌دهنده کالاهای غیرسنتی (به‌ویژه کالاهایی که در ساخت آنها از فناوری‌های پیشرفته استفاده شده است) و اولویت دادن به برپایی نمایشگاه‌های اختصاصی برون‌مرزی به‌ویژه در کشورهایی که نیاز به کالاهای عرضه شده در این نمایشگاه‌ها دارند، از دیگر برنامه‌هایی است که ازسوی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران به اجرا درآمده است.

مهم‌ترین اقداماتی که برای توسعه صادرات غیرنفتی می‌توان در شرایط فعلی انجام داد به شرح زیر است:

۱- ترغیب شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای تولیدی مستقر در پارک‌های علوم و فناوری به تولید کالاهای ابتکاری و اقلام جدیدی که برای آنها در همه بازارها تقاضا وجود دارد.

۲- انتخاب حداکثر ۱۰ کالای مهم از بین فهرست کالاهای قابل صدور فعلی که تعداد آنها به چند هزار قلم می‌رسد و تمرکز روی برطرف کردن همه مشکلات و موانع صدور آنها.

۳- تقویت تشکل‌ها و اتحادیه‌های صادراتی و بهره‌گیری از توان آنها برای نفوذ در بازارهای جدید.

۴- افزایش تعداد رایزن‌های بازرگانی و انتخاب آنها براساس معیار شایستگی، تامین بودجه برای انجام فعالیت‌های آنها و ایجاد امکاناتی که رایزن‌ها بتوانند در مناطق تجاری کشورهای محل اقامت خود -در خارج از نمایندگی‌های سیاسی- وظایف محول را انجام دهند.

۵- تجدیدنظر در مشوق‌ها یا سیستم‌های تشویق صادرات فعلی که از کارآیی لازم برخوردار نیستند و بعضا به‌طور کامل اجرا نمی‌شوند.

۶- بهره‌گیری از ظرفیت مناطق آزاد تجاری کشور در جهت توسعه صادرات و تامین نیازهای اساسی واحدهای تولیدی و بازنگری در قانون تاسیس این مناطق که بیش از ربع‌قرن از تصویب آن می‌گذرد.

۷- بازنگری در قانون جلب سرمایه‌های خارجی و اعطای مشوق‌های جذاب به سرمایه‌گذاری‌های خارجی که در بخش صادرات به کار روند و متضمن انتقال فناوری‌های پیشرفته به کشور باشند.

۸- توجه خاص به برطرف کردن مشکلات صادرات خدمات فنی-مهندسی که از ظرفیت استفاده نشده بالایی برای ایجاد درآمد ارزی برخوردار است. ظرفیت صادراتی این بخش بالغ بر ۳۰ میلیارد دلار است و در بالاترین سطح در یکی از سال‌ها تنها از ۴ میلیارد دلار از این ظرفیت استفاده شده است.

۹- منطقی کردن قیمت‌های پایه کالاهای صادراتی برای اخذ پیمان ارزی و محاسبه آمارهای گمرکی و جلوگیری از کم‌اظهاری بهای (UNDER-VALUATION) کالاهای صادراتی یا بیش‌اظهاری نرخ (OVER-VALUATION)کالاهای وارداتی.

۱۰- خودداری از صدور بخشنامه‌های پی‌درپی و متعدد برای ورود و صدور کالا یا محدودیت‌های مقطعی که روند تجارت خارجی کشور را با دشواری روبه‌رو می‌کند.

۱۱- بهره‌گیری از مزایای پیوستن ایران به «اتحادیه اقتصادی اوراسیا» و تخفیف‌های تعرفه‌ای که برای کالاهای صادراتی ایران به اعضای اتحادیه مزبور در نظر گرفته شده است.

۱۲- تعیین ضوابط و چارچوب‌های مشخص برای استفاده از پول‌های ملی کشورهایی که با ایران دادوستد دارند با بهره‌گیری از تجربیات کشورهایی که از سال‌های قبل این روش را جایگزین ارزهای مرجع کرده‌اند.

۱۳- افزایش سرمایه بانک توسعه صادرات ایران و صندوق ضمانت صادرات برای افزایش قدرت وام‌دهی و پوشش تضمینی که می‌توانند ارائه دهند.

یادداشت

مسئولیت‌پذیری صادرکنندگان



ارسلان فتحی‌پور- رئیس سابق کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی:

مسئله تعهدات ارزی و نافرمانی بسیاری از صادرکنندگان از قوانین کشور در زمینه بازگرداندن ارز حاصل از صادرات از روزی که دامنه تحریم‌های بانکی علیه کشورمان گسترش یافت تا به‌حال یکی از معضلات مورد اشاره مسئولان اقتصادی کشور بوده است. حتی در مقاطعی شاهد بودیم که عبدالناصر همتی، رئیس سابق بانک مرکزی ایران با اشاره به حجم بالای عدم رفع تعهدات ارزی توسط بخش عمده‌ای از صادرکنندگان، نقش مخرب این دسته از فعالان اقتصادی در معیشت اقشار کم‌درآمد را بالاتر از آنچه تصور می‌شد، توصیف کرد. در همین راستا چندی پیش مجلس یازدهم اقدام به بررسی طرحی تحت عنوان «جرم‌انگاری وارد نکردن ارز حاصل از صادرات» کرد و خیز بلندی برای برخورد با متخلفان این حوزه برداشت.

ایفای تعهدات ارزی یکی از مسائل اساسی است که می‌تواند در صورت تحقق نیافتن کشور را دچار مشکل کند. از جمله حوزه‌هایی که در این صورت با چالش‌های اساسی مواجه می‌شود دقیقا تولید و صادرات است که خلاف تصورات از بازنگشتن ارزهای صادراتی بیشترین آسیب را می‌بینند.

صادرکنندگان طبق قانون باید تعهدات خود را در قبال بانک مرکزی انجام دهند؛ آن هم در شرایطی که بانک مرکزی با محدودیت دسترسی به منابع ارزی مواجه است و صادرکنندگان موظف به کاستن از فشار محدودیت‌ها هستند.

برای تهیه مواد اولیه و کالاهای اساسی شاهدیم به‌دلیل در دسترس نبودن منابع ارزی کافی دچار مشکلات زیادی شده‌ایم که فشارهای معیشتی مضاعفی را بر گرده مردم افزوده است. با این وجود شاهدیم برخی صادرکنندگان که اتفاقا با استفاده از همین ارزهای دولتی مواد اولیه خود را وارد می‌کنند، از مسئولیت خود در قبال اقتصاد کشور و همچنین معیشت مردم شانه خالی می‌کنند.

طرح «جرم‌انگاری وارد نکردن ارز حاصل از صادرات» که به‌تازگی در مجلس مورد بحث و گفت‌وگو قرار گرفته، طرح بسیار خوبی است و می‌تواند گره از کار بانک مرکزی و دولت باز کند. این موضوع در فرمایشات رهبر معظم انقلاب هم بارها مورد تاکید قرار گرفته و این اقدام مجلس نیز می‌تواند در صورت تصویب جنبه عملیاتی به این موضوع داده و بخشی از نیازهای ارزی کشور را جبران کند.

دستگاه‌های نظارتی باید بدون هیچ اهمالی اقدام به برخورد جدی با متخلفان در این موضوع کرده و مجازات‌های پیش‌بینی شده را بدون مسامحه و بخشش اعمال کنند، زیرا همان‌طور که گفته شد هزینه این بی‌مسئولیتی را مردم با تشدید تورم و همچنین افزایش نرخ کالاها و خدمات می‌پردازند.

بانک مرکزی نیز باتوجه به تحریم‌های بانکی که مراودات مالی و پولی را محدود کرده با مشکلاتی مواجه است که در صورت تصویب و اجرای طرح «جرم‌انگاری وارد نکردن ارز حاصل از صادرات» می‌تواند درصدد حل بخش اعظمی از مشکلاتش برآمده و برای تثبیت نرخ ارز در بازار و همچنین کنترل نسبی تورم بهره ببرد.

خلاف آنچه تصور می‌شود، صادرکنندگان از اجرای این طرح متضرر نمی‌شوند. اخباری به گوش می‌رسد که تعدادی از فعالان این بخش نسبت به تصویب این طرح ابراز نارضایتی کرده‌اند اما اگر منطقی به موضوع نگاه کنیم متوجه منتفع شدن فعالان بخش صادرات از اجرای چنین طرح‌هایی خواهیم شد، زیرا عده‌ای از طریق سوءاستفاده چرخ تولید را از حرکت می‌اندازند و رونق اقتصادی هم محقق نمی‌شود. به هر حال برای تولید احتیاج به ارز داریم. بسیاری از تولیدکنندگان متکی به واردات مواد اولیه با استفاده از ارز دولتی هستند اما اگر ارزی در میان نباشد صادرکننده هم عملا بیکار خواهد شد.

اگر کالایی تولید نشود که دیگر صادراتی هم در کار نخواهد بود و صادرکنندگان نیز محصولی در اختیار ندارند تا آن را صادر کنند؛ از همین رو بهتر است فعالان حوزه صادرات برای منافع خودشان هم که شده ارزهای حاصل از صادرات را به کشور بازگردانده و در راستای تامین ارز بانک مرکزی نقش تسهیل‌گرانه‌ای را بازی کنند.

ضرورت بهره‌گیری از تجربه ترکیه در صادرات



رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی تهران بر ضرورت بهره‌گیری از تجربیات کشورهای موفق، به‌ویژه کشور ترکیه در امر صادرات تاکید کرد.

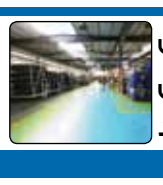
به‌گزارش حاشیه صنعت، علی نقیب ضمن تبریک ۲۹ مهر، روز ملی صادرات بااشاره به تجربه موفق کشور ترکیه در بخش صادرات، توسعه مستمر این کشور و تصاحب بازارهای کشورهای همسایه بیان کرد: ترکیه استراتژی صادرات ۲۰۲۳ خود را در سال ۲۰۰۹ تدوین کرده و بیش از تمرکز بر اهداف کوتاه‌مدت، بر اهداف بلندمدتی تکیه کرد که روی تولید و صادرات تمرکز داشته‌اند.

رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی تهران افزود: استراتژی صادراتی ترکیه برپایه ارتقای تولید از بخش‌های با فناوری پایین به حوزه‌های با ارزش‌افزوده بالا و جذب سرمایه‌گذاری‌های جدید در بخش‌های با فناوری بالا است؛ بر همین اساس صادرات محصولات با فناوری بالای ترکیه از ۱۵۸۳ میلیون دلار در سال ۲۰۰۹ به ۳۱۱۷ میلیون دلار در پایان ۲۰۱۹ رسیده است.

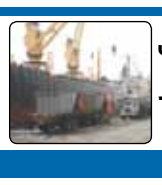
نقیب تصریح کرد: می‌توانیم با پرهیز از خام‌فروشی و صدور کالاهای فرآوری‌شده، بهره‌گیری از تجربیات کشورهای موفق، اعتماد به بخش خصوصی تولیدگرا و صادرات‌محور، در راستای دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی در کشور حرکت کنیم.

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی تهران با یادآوری مزیت موقعیت جغرافیایی ایران در منطقه گفت: برخی کشورهای اطراف ما، مزیت‌های صادراتی از جمله انرژی ارزان، نیروهای ماهر و متخصص و راه‌های ارتباطی زمینی و دریایی را ندارند و برای صادرات و واردات نیازمند استفاده از ظرفیت ژئوپلتیک ایران هستند؛ بنابراین ما می‌توانیم با بهره‌مندی از متخصصان و تربیت کارگران ماهر در کشور اشتغالزایی قابل‌قبولی را رقم بزنیم. وی بااشاره به دشواری و چالش‌های پیش‌روی صادرکنندگان تاکید کرد: تحریم‌ها، مداخلات دولتی و وضع عوارض گمرکی بالا، موجب تاثیر منفی بر روند صادرات کالا و افزایش نرخ تمام‌شده نهایی محصول شده و در نتیجه از توان رقابتی کالا در بازارهای شدید رقابتی جهانی می‌کاهد. رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی ابراز امیدواری کرد: با حمایت‌های دولت در رفع مقررات زائد و دست‌وپاگیر داخلی از پیش پای صادرکنندگان کشور در شرایط پرفراز و نشیب کنونی، بتوانیم شرایط تولید محصولات با کیفیت داخلی و نفوذ به بازارهای منطقه‌ای را سرعت بیشتری ببخشیم.

گسترش صنعت
صمت
شنبه
۳۰ مهر ۱۴۰۱
۲۵ ربیع‌الاول ۱۴۴۴
۲۲ اکتبر ۲۰۲۲
شماره ۲۱۷۸
پیاپی ۳۴۹۶



صادرات واسطه‌ای ایران به‌کام دیگران شد



از نفت آبی گرم نمی‌شود



صادرات موفق زیر چتر بیمه

www.sanatnewspaper.com

بازاری که تیشه به ریشه زیست بوم کشور می‌زند

تجارت سیاه در صنعت گردشگری

مهتاب دمیرچی: رشد و توسعه اقتصادی از جمله اهدافی است که هر اقتصادی دنبال می‌کند. دستیابی به رشد اقتصادی بالا و پایدار نیازمند پاسخ به این سوال است که چه عواملی نرخ رشد اقتصادی را تعیین می‌کنند یا اینکه نرخ رشد اقتصادی چگونه و از طریق چه عوامل و سیاست‌هایی تحت‌تاثیر قرار می‌گیرد. در میان عوامل موثر بر رشد اقتصادی، صنعت گردشگری نقش بسیار مهم و انکارناپذیری دارد، به‌طوری‌که امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از بخش‌های حیاتی کشورها، رقابت تنگاتنگی با کسب‌وکارهای بزرگ جهان مانند صنعت خودروسازی، پتروشیمی، ساختمان و صنایع غذایی دارد. همچنین این صنعت، نقش فعال و موثری در ساختار اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی کشورها ایفا می‌کند.

در این بین، گردشگری محیط‌زیست با ابعاد گوناگون دارای طرفداران بسیاری است که از قضا ایران نیز ظرفیت‌های بسیاری در این حوزه دارد. یکی از ابعاد موردتوجه گردشگری محیط‌زیست، گونه‌های حیوانی این عرصه است که گاهی تجارتی سیاه را در این حوزه رقم می‌زند.



عکس: آیدا فریدی

آفت گردشگری محیط زیست

صادرات برخی پرندگان به‌ویژه پرندگان زینتی آسیبی به محیط‌زیست وارد نمی‌کند و منع صادراتی ندارد. کارشناسان امر معتقدند ارسال محموله پرندگان زینتی به خارج از کشور، امری رایج است که آسیبی به محیط‌زیست نمی‌زند. بلبل خرما نیز در لیست پرندگان محافظت‌شده نیست. در همین زمینه، سال گذشته خبری مبنی بر ارائه مجوز برای خروج چندین قطعه پرنده زینتی از کشور به مقصد کویت از سوی اداره محیط‌زیست استان خوزستان منتشر شد.

گفتنی است در لیست پرندگان ارسالی بلبل خرما درج شده بود که به اعتقاد برخی از اهالی محیط‌زیست این پرنده در لیست پرندگان ممنوعه است که نباید مجوز خروج برای آن داده شود؛ به همین دلیل این خبر انتقاد دوستداران محیط‌زیست را برانگیخت. آنها معتقدند با اینکه ارسال پرنده به کشورهای دیگر امری غیرمرسوم نیست، اما در برخی مواقع می‌تواند منجر به کاهش تعداد این پرندگان و خطری برای انقراض آنها باشد.

البته طبق گفته‌های شهاب‌الدین منتظمی، مدیرکل دفتر حفاظت حیات وحش سازمان محیط‌زیست، این مجوز براساس مشاغل خانگی صادر شده و صادرات پرندگان زینتی یک امر عادی در جهان است که بلبل خرما در این لیست قرار ندارد.

اسماعیل کهرم، پرنده‌شناس و مشاور اسبق سازمان محیط‌زیست در گفت‌وگو با صمت گفت: این نوع مجوز دادن‌ها، کاملا قانونی است و این‌گونه اقدامات، هیچ انتقادی را برنمی‌انگیزد. دادن مجوز برای ارسال پرندگان زینتی، امری رایج در جهان است که از سوی همه کشورها انجام می‌شود.

وی افزود: لازم به توضیح است که بلبل خرما، پرنده محافظت‌شده نیست و مانعی برای صادرات آن وجود ندارد، چراکه جمعیت این پرنده آن‌قدر زیاد است که به‌راحتی می‌توان آنها را در محیط‌زیست دید.

به‌گفته این استاد محیط‌زیست، چون این پرندگان در لیست پرندگان شکاری و حفاظت شده محیط‌زیست نیستند، مانعی هم برای صادرات آنها به کشورهای دیگر وجود ندارد.

کهرم افزود: اغلب این پرندگان در قفس به دنیا آمده‌اند و اصلا توانایی پرواز و نگهداری از خود را ندارند؛ معمولا پرندگانی شکاری که تعداد کمی دارند، محافظت شده هستند که نقش اکولوژیکی مهمی در محیط‌زیست کشور دارند. همان‌گونه که پیش‌تر هم اشاره شد، این محموله پرندگان اغلب مصرف زینتی دارند که معمولا در قفس زندگی می‌کنند.

این پرنده‌شناس افزود: تا کنون ارسال محموله پرندگان زینتی از بستر غیرقانونی انجام می‌شد که نوعی قاچاق بود، اما با ارائه مجوز، ارسال این پرندگان در بستری امن و بدون بروز خطر انجام و موجب ارزآوری می‌شود. گفتنی است تا پیش ازاین ارسال پرندگان بدون مجوز و به‌طور غیرقانونی، موجب مرگ‌ومیر درصد زیادی از آنها در فرآیند ارسال می‌شد. کهرم گفت: موضوعی که در این زمینه اهمیت دارد، مشخص شدن نرخ هر بال پرنده در یک روال مشخص است؛ بنابراین ارسال پرنده‌های قفسی و زینتی به کشورهای دیگر، هیچ آسیبی به محیط‌زیست وارد نمی‌کند، اما ارسال مجوز برای خروج پرنده‌های شکاری محافظت‌شده که در معرض انقراض هم هستند، امری نابخشودنی است؛ بنابراین نباید موضع‌گیری‌های غیرکارشناسانه در این‌باره داشت.

شاهین و بالابان ایرانی در خطر نابودی

به‌گفته رضا کیامرزی، پژوهشگر حیات وحش، اکنون شاهین و بالابان بومی ایران در خطر انقراض قرار دارند که هشداری مهم به‌شمار می‌رود. کیامرزی به برخی از عوامل مهم در کاهش جمعیت این پرندگان اشاره کرد و گفت: صید و زنده‌گیری و قاچاق این پرندگان به کشورهای حاشیه خلیج‌فارس، به‌ویژه در سال‌های اخیر، زنده‌گیری پرندگان بالغ و زادآور بومی نقش بسیار مهمی در کاهش جمعیت این پرندگان داشته است.

به گزارش سیناپرس، تجارت سیاه فقط به حیات وحش خلاصه نمی‌شود و حیوانات خانگی و به‌ویژه حیوانات خاص خانگی (اگزوتیک پت‌ها) را نیز شامل می‌شود. این روزها، حیواناتی مانند ایگوآنا تا انواع مارها و لاک‌پشت‌ها سر از منازل ایرانیان درمی‌آورده‌اند و خریدوفروش آنها در مغازه‌ها به‌راحتی انجام می‌شود.

این تجارت سیاه در شبکه‌های مجازی و با استفاده از اینترنت رونق بیشتری گرفته است و هر آنچه را تصور نمی‌کنید می‌توانید در برخی گروه‌های فروش حیوانات پیدا کنید. اگرچه سازمان حفاظت محیط‌زیست و پلیس فتا برخوردهای خوبی با این مدل فروشندگان حیوانات داشته‌اند، اما شوربختانه حجم عرضه و تقاضا به شکلی است که جز با افزایش دانش عمومی و همگرایی نهادهای دولتی، نظارتی و امنیتی راهی برای پایان این تجارت سیاه متصور نیست.

اکنون پای سمندر به نشست کشورهای عضو قرارداد حمایت از گونه‌های طبیعی کشیده شده و با توجه به قرار گرفتن سمندر لرستانی در لیست قرمز سازمان جهانی حفاظت از محیط‌زیست، به درخواست سازمان محیط‌زیست ایران ممنوعیت خریدوفروش بین‌المللی این‌گونه در دستور کار اجلاس ساتیس قرار دارد. معاهده ساتیس، معاهده‌ای است که در سال ۱۹۷۳ به‌منظور جلوگیری از تجارت گونه‌های جانوری و گیاهی در معرض خطر انقراض ایجاد شد که ایران نیز عضو این معاهده است. از جمله عواملی که سبب شد نام این جاندار در لیست انقراض قرار گیرد، پوست زیبای آن بود، به طوری که در طول سال‌های گذشته این جاندار در بازارهای داغ نوروزی همراه با ماهی گلد فیش (گلی) با تعداد فراتر از میلیون عرضه می‌شد.

سخن پایانی

متاسفانه کشور ما در منطقه‌ای قرار گرفته که به‌دلیل مشکلات سیاسی کشورهای همسایه، فضای گسترده‌ای برای قاچاق حیوانات وجود دارد و در آن‌سوی آب‌های خلیج‌فارس هم، مشتریان زیادی خواهان حیات وحش ایران از جمله پرندگان شکاری ایران هستند. البته قاچاق حیات وحش به این معنی نیست که فقط حیوانات از ایران خارج می‌شوند، بلکه شاهد ورود حیوانات به کشور نیز هستیم. ورود حیوانات غیربومی علاوه بر تقویت تجارت کثیف قاچاق حیات وحش و تضییع حقوق حیوانات، از نظر امنیت ملی نیز حائز اهمیت است و می‌تواند تهدیدی برای امنیت زیستی کشور باشد. هر کدام از حیوانات قاچاق‌شده، اگر وارد اکوسیستمی شوند، می‌توانند به‌عنوان یک گونه مهاجم، اثرات غیرقابل جبرانی به محیط وارد کنند. بر همین اساس، برخی معتقدند رابطه بین گردشگری و محیط‌زیست، رابطه پیچیده‌ای است این پدیده در بردارنده فعالیت‌های زیادی است که می‌تواند اثرات زیانباری بر محیط زیست داشته باشد.

گفت‌وگوی صمت با مدیرعامل گروه صنایع گیتی پسند

چشم‌انداز طلایی گیتی پسند تا ۱۴۱۱

گروه صنعتی گیتی‌پسند سال‌ها قبل با سرمایه‌گذاری در صنایع پلیمری و تولید لوله و اتصالات تک‌لایه آذین لوله و پنج‌لایه نیوپایپ و... در بازار تاسیسات ساختمانی کشور پای گذاشت. حضوری که همواره نقش موثری در تغییر و اصلاح مدل‌های اجرایی در این صنعت داشته است. کمی بعد از آذین‌لوله و نیوپایپ، دیگر برندهای این گروه صنعتی متولد شدند و هرکدام مجموعه‌ای از محصولات پایه و کاربردی را به بازار مصرف ایرانیان عرضه داشتند. سپهرفوم، نیوفلکس، RSN، SGP، دیناپلیمر و سایر برندهای تجاری گیتی‌پسند هستند که محصولات آن‌ها در صنایع نفت و پتروشیمی، پلیمر، ساختمان، خودرو و... شناخته شده است و به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم در خانه و زندگی اغلب مردم ایران حضور دارند یا اینکه ماده اولیه تولید محصولات بسیاری از واحدهای تولیدی در کشور شده‌اند.



پیرامون عملکرد و فعالیت این گروه صنعتی گفت‌وگویی را با حاج علیرضا جنتی، مدیرعامل گروه صنایع گیتی‌پسند ترتیب داده‌ایم که در ادامه مطالعه خواهید کرد.

◉ توضیحاتی در خصوص فعالیت، عملکرد و دستاوردهای مجموعه گیتی‌پسند توضیح دهید؟

ضمن گرامیداشت یاد و خاطره حاج ناصر جنتی، بنیان‌گذار گروه صنایع گیتی‌پسند خدمتتان اعلام می‌دارم که بنیان‌گذاران بزرگ‌ترین بخش خصوصی کشور در صنعت تاسیسات ساختمانی، سنگ‌بنای آن را با راه‌اندازی مراکز تحقیقاتی و فنی، از سال ۱۳۷۷ با همراهی و همت تعدادی از جوانان مستعد و کوشای میهن عزیزمان بنا نهادند. این مجموعه از ابتدای تأسیس بر پایه دانش‌بنیان برنامه‌ریزی شده است و نیت قلبی و اندیشه راهبردی آنها، جلوگیری از خروج مواد خام نفتی از کشور، ایجاد اشتغال پایدار، تولید محصول ایرانی با کیفیت و برجسته کردن نام ایران در پهنه کره خاکی بود.



حاصل مطالعات، آزمایشات و تولیدات مجموعه و همچنین سرمایه‌گذاری در صنایع پلیمری در این سال‌ها، ایجاد و آغاز به کار سی‌وهشت واحد تولیدی و تولید و عرضه بیش از بیست نوع محصول با برترین کیفیت و مناسب‌ترین قیمت به بازار در صنایع واسطه‌ای و پایین‌دستی ساختمان برای بازارهای داخلی و خارجی است.

◉ کدام ویژگی مجموعه شما را از سایر مجموعه‌های همکار متمایز می‌کند؟

رشد و توسعه فردی و گروهی مستمر بالغ‌بر سه هزار نفر نیروی انسانی متخصص، ارتقای دائمی سطح کمی و کیفی دستگاه‌ها و تجهیزات فنی در ارائه محصولات با کیفیت، استفاده مداوم از دانش روز دنیا، کسب رضایتمندی حداکثری گروه مشتریان محصولات این گروه صنعتی، چهار اصل توسعه پایدار گروه صنایع گیتی‌پسند هستند. اصولی که بر پایه رعایت اخلاق حرفه‌ای در این مجموعه پایه‌گذاری شده و همواره در حال اجرا است.

◉ در حال حاضر مهم‌ترین مشکلات و چالش‌هایی که در مسیر تولید و صادرات خود دارید چه مواردی هستند؟

به طور قطع در هر فعالیت صنعتی چالش‌های متعددی وجود دارد. در همین راستا می‌توان عدم حمایت دولت در راستای تحقق اهداف تولید کالای ایرانی و صادرات آن به کشورهای منطقه و بازارهای هدف را از جمله مهم‌ترین چالش‌های موجود در مسیر تولید نام برد.

رقابت سخت محصولات ایرانی در کشورهای منطقه به دلیل رقابتی بودن محصولات تولیدی کشور ترکیه و چین در بازار را نیز می‌توان به عنوان دیگر مانع فعالیت‌های صنعتی در کشور ما عنوان کرد. از طرفی قوانین و بروکراسی‌ها در اکثر کشورهای منطقه به صورت اینترنتی است اما متاسفانه قوانین و بروکراسی گمرک‌های ایران دست و پاگیر است. عدم استقبال بعضی از کشورهای منطقه مانند کشور عراق از محصولات صنعتی و حرفه‌ای تولید شرکت‌های ایرانی، محدودیت اخذ بعضی از استانداردهای بین‌المللی به دلیل تحریم، افزایش بی‌رویه کرایه حمل‌ونقل داخلی و عدم ثبات این کرایه‌ها به دلیل عدم نظارت نهادهای نظارتی حمل‌ونقل کشور نیز از دیگر موانع تولید در کشور به شمار می‌روند.

◉ گروه صنایع گیتی‌پسند چه چشم‌اندازی برای سال‌های آینده در نظر گرفته است؟

گروه صنایع گیتی‌پسند چشم‌انداز تجاری خود را به‌صورت ۱۰ ساله تا سال ۱۴۱۱ در نظر گرفته است و بنا بر عملکرد این گروه موارد در آینده به‌روزرسانی خواهند شد.

ایجاد نگرش مثبت و حرفه‌ای در ذهن کارکنان، مصرف‌کنندگان و تمامی مخاطبانی که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم با برندهای این گروه برخورد کرده و در نهایت ایجاد حس واقعی غرور و افتخار به خاطر همکاری و ارتباط با گروه صنایع گیتی‌پسند، ایجاد مراکز تحقیق و توسعه، آموزش و تحصیلات تکمیلی با به‌روزترین تکنولوژی و شیوه‌های آموزشی جهت پرورش نیروی متخصص و ارتقای سطح کیفی دانش ملی با ارائه مدارک معتبر در چشم‌انداز این گروه صنعتی دیده شده است.

امید است بتوانیم هر روز بیش از قبل برای کشور عزیزمان مفید باشیم و رسالت ایجاد اشتغال و کارآفرینی و تولید محصول با کیفیت را به ثمر رسانیم.



دستیابی به جایگاه اول بازار با توجه به کیفیت محصولات، خدمات ارائه شده به مشتریان و حتی تبدیل شدن به یک مرجع صاحب‌نظر و تعیین‌کننده در زمینه‌های نظارت، حمایت، طراحی و برآورد قیمت محصولات در صنعت تاسیسات ساختمان و شهرسازی، دستیابی به حداقل ۸۰ درصد سهم بازار داخلی و ۵۰ درصد سهم بازار خارج از ایران به‌عنوان یک قطب بزرگ و تاثیرگذار تولیدی- صادراتی در منطقه با تکیه‌بر زنجیره‌های تولیدی از مواد خام اولیه تا محصولات نهائی و ایجاد شبکه‌های توزیع فعال و سازماندهی شده، توسعه خطوط تولید گروه در صنعت تأسیسات ساختمان و شهرسازی به بیش از ۶۰ خط تولید، حضور مستمر و فعال در بازارهای حوزه خلیج‌فارس، اروپا و کسب جایگاه قهرمانی در ورزش نیز از دیگر چشم‌اندازهای این گروه صنعتی تبیین شده است.

یادداشت

صادرات، راه نجات صنعت خودرو است؟



امیرحسن کاکایی
عضو هیات‌علمی دانشگاه علم و صنعت

افراد هم‌سن و سال من یادشان است که یک انشاء داشتیم با عنوان «علم بهتر است یا ثروت». یک الگوی با کلاس هم در نوشتن بود که ابتدا با جمله‌ای شبیه آن شروع می‌شد «بر همگان واضح و مبرهن است که علم بهتر است». یا به قول آن بازیگر «این را که همه می‌دانند». ظاهرا این روزها همه می‌دانند که مفاهیمی مانند خصوصی‌سازی و صادرات، راهکار نجات صنعت خودرو است. می‌خواهم در این نوشتار کوتاه فقط روی موضوع صادرات متمرکز شوم. نمی‌دانم چرا برخی مفاهیم اقتصادی و راهبردی یک دفعه در ذهن سیاستمداران یا جامعه لنگر می‌اندازد و الگوی ذهنی آنها می‌شود، در حالی که در سطوح ملی و راهبردهای کلان کشوری، معمولا هیچ راهکار دقیق و قطعی بدون در نظر گرفتن الزامات زمانی و مکانی و نیز بسترهای اجرایی آن برای توسعه یک صنعت وجود ندارد.

صنعت خودرو، صنعتی بزرگ و جدی در دنیای امروز بوده که رقابت در آن بسیار پیچیده و چندبعدی است. یک زمانی، اگر شرکتی یک محصول استاندارد داشت، به‌راحتی آن را روی هوا می‌بردند. نمونه‌های اولیه آن فورد مدل T یا خودرو فولکس قورباغه‌ای است، اما در دهه‌های آخر قرن بیستم، قاعده بازی تغییر کرد و کیفیت همراه با قیمت با ورود خودروهایی همچون تویوتا کرولا و هوندا آکورد به امریکا، حرف اول و آخر رقابت بود. هر چند در همان موقع هم بدون اجازه دولت‌ها امکان نداشت خودرو ژاپنی وارد کشور امریکا یا هر کشور دیگری شود. امریکا بعد از جنگ جهانی دوم، راهبرد مشخصی در حمایت از دو کشور آلمان و ژاپن به کار برد و در این راستا، بسیاری از پیشرفت‌های اقتصادی این دو کشور مرهون این نگاه راهبردی بود. بعدها هم کشورهایی مانند کره‌جنوبی، تایلند، مالزی و... که به ببرهای جنوب‌شرق آسیا معروف شدند، تحت این برنامه قرار گرفتند و رشد آنها هم شروع شد. در دهه‌های بعدی هم ویتنام در چارچوب این سیاست قرار گرفت. خود چین هم وقتی رشد را شروع کرد که درهای خود را به‌روی دنیا باز و سرمایه‌های جهان سرمایه‌داری را جذب کرد.

صنعت خودرو در دو دهه اخیر نیز دچار تحولات اساسی شده که دیگر کیفیت و قیمت به‌تنهایی بر آن اثربخش نیستند. امروز تنوع و نوآوری دائمی و استفاده از اصول طراحی مدولار و تولید سیستمی، یکی از حداقل الزامات حضور موفق در دنیای رقابت خودروسازی است. طبیعتا اگر حتی سرمایه لازم وجود داشته باشد و زیست‌بوم مناسب در یک کشور ایجاد نشود، صنعت خودرو آن کشور رقابت‌پذیر نخواهد بود. به‌عنوان مثال، خودروسازی مالزی و روسیه را می‌توانیم مشاهده کنیم.

اینها گوشه‌ای از قواعد بیرونی موفقیت صنعت خودرو در عرصه رقابت بود. برگردیم به شرایط کشورمان. اولا تاریخچه کوتاه صادرات صنعت خودرو در کشور نشان می‌دهد جز در یک مقطع کوتاه، اصولا صادرات خودرو سودآور نبوده و در حقیقت صادرات انجام‌شده، یک امر سیاسی بوده است، نه اقتصادی. سنگال، جمهوری آذربایجان، ونزوئلا و حتی سوریه نمونه‌های بارزی در این زمینه هستند. البته اوایل صادرات به سوریه خوب بود. درباره عراق هم مدت‌ها سودآوری وجود داشت. در این میان، واقعیت این است که صادرات به عراق هم یک فرصت تاریخی برای ایران بود که تا حدی زیادی به‌خوبی از آن استفاده شد. البته صادرات بعضی قطعات سودآور است که عمدتا از سوی بخش خصوصی و به‌طور پراکنده انجام می‌شود. به‌عنوان مثال، رادیاتور در مقطعی از تاریخ، صادرات اول صنعت خودرو بود که از سوی یک شرکت متعلق به یکی از خودروسازان داخلی انجام می‌شد. متاسفانه این حرکت هم استمرار نداشت و اکنون این موضوع از سوی یک شرکت بخش خصوصی به‌خوبی انجام می‌شود. اصولا تولید قطعات انرژی‌بر در ایران به‌صرفه درمی‌آیند و احتمال صادرات موفق آنها وجود دارد. البته چند مشکل اصلی در این مسیر وجود دارد. نخستین مشکل، مسئله کیفیت است. باوجود اینکه ما دارای چند خودرو مناسب برای بازار صادراتی هستیم، متاسفانه کیفیت تولیدات به دلایلی که بارها به آنها اشاره کرده‌ام، دارای قابلیت اطمینان لازم نیستند و نوسان زیادی دارند که مشتری را در بازار صادراتی با ریسک بالایی روبه‌رو می‌کند. وقتی به اندازه کافی رقبای قابل اطمینان وجود دارند، مشتری چنین ریسکی نخواهد کرد. دومین مشکل، موضوع خدمات پس از فروش است. وقتی خودرویی به تازگی وارد یک بازار صادراتی می‌شود، باید برندسازی انجام شود و اطمینان لازم به مشتریان داده شود که در طول عمر مفید خودرو، خدمات مناسب و مطلوبی در تمام نقاط آن کشور ارائه می‌شود. در این زمینه هم بارها نشان داده‌ایم که شرکت‌های خوبی در بازار صادراتی نیستیم. جز بازار عراق که یک بازار جدی برای صادرات ما در یک مقطع تاریخی خاص بود، در دیگر بازارها، هیچ‌گاه محصولات ما به تیراژ مطلوب نرسیدند که مشتریان بتوانند اطمینان پیدا کنند شرکت تولیدکننده به اندازه کافی منافع در آن کشور دارد که پای خدمات ۱۰ ساله پس از فروش بایستد. ضمن اینکه اصولا توسعه شبکه خدمات پس از فروش کاری زمان‌بر است. همان‌طور که در ایران شاهد هجوم چینی‌ها به بازار بوده‌ایم، آنها دست‌کم ۱۰ سال برای ایجاد این اطمینان تلاش کرده‌اند. البته این موضوع هم تنها نوک کوه یخ است. اصولا برای اینکه وارد چنین بازی در سطح جهانی شویم، نیازمند تعاملات سیاسی و تجاری قوی هستیم و از سوی دیگر هم صنعت باید دارای خصوصیات جهانی باشد. متاسفانه بیشتر صادرات ما، نه بر مبنای اصول اقتصادی، بلکه بر مبنای اصول سیاسی بوده است. در حالی که در جهان اصول سیاسی در خدمت اصول اقتصادی است. بدین ترتیب در بیشتر موارد صادرات ما دارای نوسان زیاد بوده است و غیرقابل اطمینان. به همین دلیل، هم شرکت صادرکننده و هم شرکت وارد‌کننده خودرو، بر مبنای تند و کند شدن روابط سیاسی عمل می‌کنند و اجازه نمی‌دهند بازار صادراتی شکل بگیرد و به‌سودآوری برسد؛ بنابراین تا سیاستمداران اجازه ندهند صنعت خودرو از چنبره سیاست خارج شود و سیاست در خدمت توسعه اقتصادی صنعت خودرو قرار نگیرد، صادرات بیشتر یک نمایش سیاسی خواهد بود تا یک حرکت سودآور اقتصادی.

نظر فعالان صنعتی درباره مشکلات حضور در بازار جهانی

صادرات واسطه‌ای ایران به کام دیگران شد

فاطمه امیراحمدی
editor@smtnews.ir

الفبای توسعه فقط محدود به تولید نبوده و باید در تجارت هم سطح درآمدها افزایش پیدا کند. به‌این ترتیب، سرمایه بیشتری وارد کشور شده و این چرخه تولید و تجارت در نهایت به رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی می‌انجامد. به عقیده صنعتگران، اقتصاد کشور بیشتر واردات‌محور بوده و در راستای تولید، حمایت‌ها بیشتر کاغذی است. از سوی دیگر، وابستگی اقتصاد به پول نفت، یکی دیگر از معضلات اقتصادی بوده که کشور را از تولید محصولات با ارزش‌افزوده بالا محروم کرده است. در همایش هفته ملی استاندارد، وزیر صنعت، معدن و تجارت از افزایش صادرات غیرنفتی خبر داد و گفت صادرات کشور با حرکت شتابنده رو به رشد است و فقط ۳.۵ میلیارد دلار تا خداحافظی از صادرات نفتی و تراز تجاری مثبت فاصله داریم. سال گذشته ۴۸.۵ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی داشتیم و در مقابل، ۵۲ میلیارد دلار واردات برای کشور به‌ثبت رسید. حال باید پرسید این رقم صادرات غیرنفتی در حوزه محصولات با ارزش‌افزوده بوده یا مواد خام معدنی و اینکه سهم صنایع میان‌دستی و پایین‌دستی مانند قطعه، خودرو، کفش و... چقدر بوده است؟



عکس: آیدا فریدی

عامل اصلی کاهش صادرات به مسائل داخلی برمی‌گردد. تصمیماتی که گرفته می‌شود، ضدتولید است؛ در نتیجه نمی‌توانیم صادرات داشته باشیم

خیانت در صادرات



محمود نجفی‌سهی: صادرات مواد خام خیانت است، زیرا می‌توان آنها را تبدیل به محصولاتی با ارزش‌افزوده کرد تا درآمد بیشتری نصیب کشور کنند

محمود نجفی‌سهی، نماینده اتاق بازرگانی ایران در ستاد تسهیل ملی و کمیته ملی پایش تولید درباره آمار صادرات غیرنفتی و ارزآوری کالاهای صنعتی به صمت گفت: نخستین پرسش این است که چند درصد از آمار صادرات کشور مربوط به محصولات نهایی با ارزش‌افزوده بوده و چند درصد مربوط به صادرات مواد خام و پتروشیمی. پاسخ این پرسش برای رشد اقتصادی واقعی بسیار اهمیت دارد، اگر این حجم از صادرات مختص مواد خام باشد، خیانت است، زیرا می‌توان آن را تبدیل به محصولاتی با ارزش‌افزوده و درآمد بیشتری نصیب کشور کرد؛ علاوه‌بر اینکه آسیب صادرات مواد خام از نفت بیشتر است.

وی افزود: گاهی فقط برای پز سیاسی و اینکه این مقدار صادرات غیرنفتی از کشور انجام شده، مواد خام و معدنی صادر می‌شود و این نمی‌تواند درآمد زیادی نصیب اقتصاد ایران کند.

او در ادامه سخنان خود اضافه کرد: عمر مصرف نفت، کوتاه شده و مشخص نیست تا چه تاریخی می‌توان از نفت برای تولید استفاده کرد، اما مواد خام مانند مس، فولاد، آلومینیوم و... بازار مصرف دارد، زیرا به‌راحتی قابل تبدیل به محصولات صنعتی مانند قطعات خودرو، لوازم‌خانگی و... هستند. صنعت خودرو هرقدر هم پیشرفت کند، باز هم به مواد اولیه و به‌اصطلاح خام مثل فولاد و... نیاز دارد.

تولید مازاد صرفه‌اقتصادی ندارد

این عضو انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور در ادامه با اشاره به طرح «ساماندهی صنعت و بازار خودرو» که در مجلس شورای اسلامی در حال پیگیری است، عنوان کرد: هنگامی که مشکل ریشه‌ای باشد نمی‌توان انتظار داشت با برخی راهکارهای ساده، صنعت خودرو کشور در مسیر توسعه قرار گیرد.

نجفی‌سهی در پاسخ به این پرسش که چگونه می‌توان صادرات را در صنعت خودرو عملیاتی کرد، گفت: قدیمی بودن پلتفرم‌ها سبب‌شده نتوانیم نه در حوزه خودرو و نه در حوزه قطعات، بازار خارجی داشته باشیم؛ مگر اینکه قطعه‌سازان این ریسک را بپذیرند و برای ساخت قطعات خودروهای روز جهان سرمایه‌گذاری کنند. البته به‌شرط اینکه بازار صادراتی آن‌قدر گسترده باشد که حجم صادرات، سرمایه‌گذاری جدید برای بازار غیرداخل را توجیه کند.

وی ادامه داد: از سوی دیگر، تیراژ تولید خودروهای جدید بالا نیست و در حوزه محصولات جدید هم نمی‌توان صادرات خودرو و قطعه داشت. به‌عنوان مثال، یک شرکت خصوصی فعال در ایران درباره طراحی پلتفرم عنوان می‌کرد برای تیراژ سالانه ۴۵ هزار خودرو، نمی‌تواند سرمایه‌گذاری سنگین در حوزه طراحی پلتفرم داشته باشد.

این سخن منطقی است، اما مشکل اینجاست که کدام خودروساز در جهان ۴۵ هزار خودرو مونتاژ می‌کند که ما در ایران شاهد آن هستیم. طبیعی است این تیراژ، ساخت داخل را توجیه‌پذیر نمی‌کند که در ادامه با افزایش تیراژ ،مثلا قطعات مازاد تولید، صادر شود؛ علاوه‌بر اینکه این آمار مربوط به یک مدل نبوده و چند محصول را شامل می‌شود.

او گفت: برخی شرکت‌های خصوصی، بیش از ۳ دهه است یک مدل مونتاژ و به بازار عرضه می‌کنند. صنعت خودرو کشور، نه در شرکت‌های خصولتی و نه خصوصی، توانمندی فنی برای سهم‌خواهی در بازار جهانی را ندارد؛ از این‌رو سهم صادرات در این صنعت عدد ناچیزی است.

این فعال صنعت خودرو با بیان اینکه برخی شرکت‌های خصوصی به‌طور محدود ساخت داخل را آغاز کرده‌اند، تصریح کرد: در قطعاتی که از قبل در داخل ساخته می‌شدند و با کمی تغییرات می‌توانستند برای شرکت‌های خصوصی هم تامین شوند، چون تقاضا وجود نداشت، تیراژ تولید آنها محدود به سفارش‌های دو شرکت خودروساز بزرگ شد.

صادرات خودروهای جدید

اگرچه تیراژ برخی خودروهای جدید در داخل پایین است، اما آیا قطعه‌سازان نمی‌توانند تیراژ تولید خود را افزایش دهند و مازاد تولیدشان را صادر کنند؟ نجفی‌سهی در پاسخ به این پرسش توضیح داد: خودروهایی که در حال‌حاضر در کشور مونتاژ می‌شود، چینی است و صنعتگران این کشور، خود تامین‌کننده قطعات برای تمام کشورها هستند. در چنین فضایی که قطعات موردنیاز سایر کشورها را قطعه‌سازان چینی تولید و تامین می‌کنند، شرایط رقابت برای قطعه‌سازان داخلی در حوزه خودروهای چینی سخت شده است.

وی درباره محصولات جدید دو خودروساز بزرگ هم گفت: آیا پلتفرم این محصولات جدید در داخل طراحی‌شده و بومی است؟ فراموش نکنیم خودروهای جدید همان خودروهای قدیمی با کمی تغییرات در بدنه هستند. به‌عنوان مثال، دنا همان سمند یا تیبا همان پراید است. علاوه‌بر این، این خودروها هم محصول روز جهان به‌شمار نمی‌روند.

نماینده اتاق بازرگانی ایران در ستاد تسهیل ملی و کمیته ملی پایش تولید با بیان اینکه خودروهای جدید صادر شوند، می‌توان صادرات قطعه داشت، گفت: اگر خودروهای مونتاژ داخل در کشورهای همسایه از جمله ترکیه تردد داشته باشند، فرصت خوبی برای قطعه‌سازان خواهد بود، اما به‌طور قطع چین نمی‌تواند بازار خودروهای ایرانی به‌لحاظ قیمت تمام‌شده باشد.

بلاتکلیفی تولید

نجفی‌سهی درباره انجام نشدن این صادرات با وجود اینکه شدنی است، گفت: بلاتکلیفی در کشور سبب‌شده تولیدکننده رغبتی به سرمایه‌گذاری نداشته باشد؛ اقتصاد، صنعت خودرو بدون تکلیف هستند. مثلا زنجیره تامین نمی‌داند یک خودرو چند سال تولید خواهد شد. علاوه‌بر این، تیراژ حرف اول را برای ساخت داخل و صادرات می‌زند. وی اضافه کرد: در جهان تولیدات خودرویی بیش از ۱۰ میلیون تیراژ دارند؛ بنابراین توجیه اقتصادی برای طراحی خودرو، داشتن تیراژ ۱۰ میلیونی است. در ۵ سال بیش از ۵۰ میلیون از یک خودرو ساخته و عرضه می‌شود و تامین خدمات پس از فروش آن هم به حجم زیادی قطعه نیاز دارد. هنگامی که انتظار از ظرفیت تولید برآورده شد، فناوری جدید، محصول دیگری را به بازار معرفی می‌کند.

نجفی‌سهی در پاسخ به پرسشی دیگر مبنی بر اینکه چرا در داخل خودروها را با تیراژ ۱۰ میلیون تولید نمی‌کنیم، گفت: اقتصاد و شرکت‌های خودروساز کشور دارای چنین ظرفیتی نیستند. شاید تک‌به‌تک واحدهای صنعتی چنین توانمندی داشته باشند، اما چون حاکمیت همراه با تولید نیست، راه به‌جایی نمی‌بریم. چند مدل خودرو در کشور مونتاژ می‌شود با چه تیراژی؟ براساس مطالعات سیدمحمد بحرینیان، از صنعتگران کشور که مطالعات و پژوهش‌های زیادی در حوزه صنعت دارد، کره‌جنوبی هنگامی که تولید خودرو را آغاز کرد، روی یک مدل یک شرکت متمرکز شد. دولت این کشور زمانی اجازه تولید دومین خودرو را صادر کرد که مدل اول به تیراژ تعیین‌شده رسید و دارای سطحی از کیفیت بود و فلان تعداد از این خودرو به بازار جهانی صادر شده بود.

بعد به شرکت کیا، به‌عنوان دومین خودروساز، مجوز فعالیت داد. این در حالی است که در کشور ما بیش از ۱۶۰ مجوز خودروسازی صادر شده است. بزرگ‌ترین شرکت خودروساز خصوصی براساس آمار خودش، سالانه ۴۵ هزار خودرو مونتاژ می‌کند.

این حجم بالا شرکت خودروساز در مجموع چه تعداد خودرو تولید می‌کنند و در بازار جهانی چه سهمی دارند؟ نمی‌توان انتظار داشت با مونتاژ خودرو چینی سهمی در بازار خارجی داشته باشیم. آیا با این حجم مونتاژ می‌توان نام خودروسازی روی شرکت‌ها گذاشت؟ فعالان این صنعت در بخش خصوصی علاقه دارند، مونتاژ کرده و فعالیت داشته باشند، زیرا به سرمایه‌گذاری زیادی نیاز ندارد.

نماینده اتاق بازرگانی ایران در ستاد تسهیل ملی و کمیته ملی پایش تولید در پاسخ به این پرسش که آیا سود صادرات، فعالان صنعت را ترغیب به برنامه‌ریزی در این بخش نمی‌کند، گفت: در حال‌حاضر، برخی خودروسازان، بخشی از هزینه تولید را روی کالای عرضه‌شده در داخل می‌گذارند که بتوانند محصولات خود را با قیمت ارزان‌تر صادر کنند، چون نتوانسته‌ایم هزینه‌های سربار را کاهش دهیم؛ بنابراین صادرات هم سود زیادی برای اقتصاد کشور ندارد.

بانک مرکزی و کاهش صادرات



محمد عرب: تولیدکنندگان کفش برای اینکه بازار صادراتی خود را از دست ندهند محصولاتشان را با واسطه صادر می‌کنند

براساس آمار سال ۲۰۲۱ میلادی، برترین صادرکنندگان کفش جهان به‌ترتیب چین، ویتنام، اندونزی، ترکیه و آلمان و سهم آنها در بازار جهانی کفش به‌ترتیب ۶۰.۴، ۹.۹، ۳.۳، ۲.۷ و ۲.۵ درصد بوده است. ترکیه همسایه ایران، پیشینه طولانی در صنعت کفش نداشت و این صنعت در ۵۰ سال اخیر در این کشور رونق گرفته است؛ در حالی که تاریخ صنعت کفش ایران مربوط به دوره مرد نمکی است. چکمه‌های چرمی این بازمانده دو هزار ساله تاریخ ایران، حاکی از آن است که بخشی از تمدن ایران مربوط به دوخت کفش بوده است. اما ترکیه در صادرات کفش، رتبه چهارم جهان را دارد و ایران سهمی ناچیز از این بازار بین‌المللی. در ادامه محمد عرب از فعالان صنعت کفش درباره چرایی این امر به صمت گفت: اقتصاد مانند جنگ است و باید به‌طور دائم تاکتیک‌ها و تکنیک‌ها را تغییر داد تا بتوان ماندگار شد. اگر این‌گونه نشود، شناسایی شده و حذف می‌شوید.

وی افزود: عامل اصلی در کاهش صادرات محصولات با ارزش‌افزوده به مسائل داخلی برمی‌گردد؛ تصمیماتی که گرفته می‌شود ضدتولید بوده در نتیجه نمی‌توانیم صادرات داشته باشیم. به‌عنوان مثال، بانک مرکزی، تولیدکننده کفش را موظف کرده برای صادرات محصولش آن را ۵ هزار تومان پایین‌تر از قیمت روز دلار به‌فروش برساند، اما این امر برای مواد خام که از ارز نیمایی استفاده می‌کنند، صادق نیست و آنها می‌توانند با قیمت روز محصولاتشان به تولیدکننده داخلی و برای بازار صادراتی عرضه کنند.

او ادامه داد: این دستورالعمل باعث شد تولیدکننده‌ای که ۱۶ میلیارد دلار صادرات داشته، امروز صادراتش به عدد ۴.۵ میلیارد دلار برسد و به‌این ترتیب بود که بازار عراق در اختیار ترکیه قرار گرفت.

یک پیشنهاد

عضو هیات‌مدیره جامعه صنعت کفش ایران با بیان اینکه بخش زیادی از صادرات غیرنفتی ایران، مواد خام بدون ارزش‌افزوده است، گفت: برای رونق صادرات محصولات نهایی از جمله کفش پیشنهاد شد صادرات با ریال باشد، امری که در روسیه و ترکیه در حال انجام است. در حال‌حاضر روسیه با روبل و ترکیه با لیر صادرات دارد.

عرب با اشاره به برخی بازارهای واسطه‌ای برای فروش کفش، عنوان کرد: تولیدکنندگان کفش برای اینکه بازار صادراتی خود را از دست ندهند با واسطه کفش‌های خود را به بازار همسایگان مانند افغانستان عرضه می‌کنند. کارگر افغانی، پول خود را تبدیل به کفش کرده و آنها را در بازار افغانستان به‌فروش می‌رساند. به‌این ترتیب، تولیدکننده کفش ایرانی کمتر متضرر می‌شود. البته این نوع صادرات بدون نامی از شرکت ایرانی انجام می‌شود؛ بنابر این شیوه صادرات، کفش‌های ایرانی در بازار جهانی گمنام عرضه می‌شوند و طبیعی در رتبه‌بندی سهم ایران ناچیز باشد.

سخن پایانی

ترکیه و چین از رقبای بازار جهانی ایران بوده و قوانین این کشورها سهم‌شان را در صادرات افزایش داده است. در حالی‌که به‌گفته فعالان صنعت کشور تصمیمات نادرست داخلی سبب شده هم تولید و هم صادرات با مشکلات عدیده‌ای مواجه باشند. به‌عنوان مثال، می‌توان گفت صادرات واسطه‌ای کالاها به‌نوعی نام ایران را در بازار جهانی حذف کرده است.



گرهی که با دندان هم باز نشد



تقویت بازارچه‌های مرزی، راهی برای توسعه تجارت



صادرات راهکاری برای رسیدن به درآمد پایدار

صادرات، نسخه نجات صنایع



عکس: آیدا فریدی

مرضیه احقاقی: معدن و صنایع وابسته به آن می‌توانند نقش ویژه‌ای در تولید ناخالص داخلی و رشد اقتصادی داشته باشند، اما سرانه مصرف این محصولات در داخل کشور محدود است؛ بنابراین تداوم حضور صنایع معدنی وابسته به حضور در بازارهای جهانی است. در همین حال کاهش صادرات نفت کشور بر اهمیت فروش محصولات بخش معدن و صنایع معدنی در بازار جهانی افزوده است. باوجود اهمیت یادشده، اتخاذ و اجرای سیاست‌های اشتباه ازسوی سیاست‌گذاران ادامه دارد و موانع داخلی در مسیر صادرات این محصولات وضع می‌شود. دولت نقش اصلی را در سیاست‌گذاری‌های تولیدی و صنعتی بر عهده دارد؛ بنابراین برای ارتقای صادرات اصلاح سیاست‌های مسئولان ضروری به‌نظر می‌رسد.

کیفیت و قیمت، اصولی برای توسعه صادرات



هوشنگ گودرزی، رئیس سندیکای صنایع آلومینیوم ایران در گفت‌وگو با صمت در ارزیابی جایگاه و اهمیت صادرات و نقش آن در توسعه عملکرد صنایع گفت: فروش یک محصول در بازارهای جهانی مزیت‌های متعددی دارد؛ ازجمله آنکه زمینه ارتقای کیفیت محصولات مختلف را فراهم می‌کند. برای آنکه محصولی در بازار جهانی خریدار داشته باشد باید متناسب با استانداردهای روز دنیا تولید شود؛ بر همین اساس نیز انتظار می‌رود همواره بخشی از تولید به صادرات اختصاص یابد. این فعال صنعت آلومینیوم در ادامه تامین نیاز ارزی را از دیگر دلایل اهمیت صادرات دانست و افزود: فروش محصولات صنایع معدنی در بازار جهانی به‌ویژه در سال‌های اخیر که تحت تاثیر شرایط تحریمی، کشور با کمبود ارز روبه‌رو شده، بیش از پیش اهمیت یافته است.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: تمامی صنایع اعم از بالادستی و پایین‌دستی، بخشی از نیازهای خود به مواد اولیه، قطعات، تجهیزات و... را از طریق واردات تامین می‌کنند و صادرات تامین نیاز این واحدها به ارز و سپس خرید مواد اولیه، قطعات و تجهیزات یدکی را تسهیل خواهد کرد.

این فعال صنعت آلومینیوم گفت: صنایع پایین‌دستی آلومینیوم کشور از ظرفیت چندان بالایی برخوردار نیستند، این در حالی است که پایین بودن ظرفیت تولید زمینه افزایش بهای تمام‌شده را فراهم می‌کند؛ در واقع در دنیای کنونی احداث واحدهایی با ظرفیت بالای تولید به‌عنوان راهکاری برای ارتقای بهره‌وری مورد استفاده قرار می‌گیرد. در چنین شرایطی فروش صادراتی به‌منزله بهره گرفتن از ظرفیت مازاد بر نیاز داخلی خواهد بود. در نتیجه پیشنهاد می‌شود از یک سو ظرفیت تولید صنایع آلومینیومی افزایش یابد و از سوی دیگر راهکارهایی برای ارتقای فروش این محصولات در بازار جهانی اندیشیده شود.

رئیس سندیکای صنایع آلومینیوم گفت: باوجود محدودیت‌هایی که در روند فروش محصولات آلومینیومی در بازار جهانی وجود دارد، فروش شمش آلومینیوم تولید شده در کشور در بازارهای جهانی رونق دارد. البته بخشی از این صادرات با هدف تامین مواد اولیه یعنی بوکسیت و پودر آلومینا انجام می‌شود. با این وجود توسعه صادرات شمش آلومینیوم به‌منزله خام‌فروشی است و باید راهکاری برای ارتقای ارزش‌آفرینی در این زنجیره و فروش محصولات نهایی آلومینیومی پیدا شود.

گودرزی در پایان تاکید کرد: ارتقای صادرات در صنایع پایین‌دستی به مهارت نیاز دارد و نداشتن تخصص در زمینه ورود یک محصول به بازار جهانی از مهم‌ترین دلایل موفق نبودن صنعتگران در این بخش محسوب می‌شود. فعالان صنعت آلومینیوم در کشور ما نمی‌دانند چگونه وارد بازار جهانی شوند و در همین حال از روند بازاریابی خارجی آگاه نیستند. شاید به همین دلیل در طول این سال‌ها در این زمینه موفق نبوده‌ایم؛ بنابراین احداث مجموعه‌هایی که در حوزه صادرات تخصص داشته باشند، ضرورتی اساسی برای ارتقای فروش این محصولات در بازار جهانی است.

اقبال بازار جهانی نسبت به فولاد ایران



مرتضی یزدخواستی، فعال صنعت فولاد در گفت‌وگو با صمت تاکید کرد: فولاد در رده صنایع مهم و استراتژیک کشور قرار دارد و تولید آن به‌عنوان یکی از معیارهای توسعه‌یافتگی کشورها ارزیابی می‌شود. تولید فولاد در کشور ما برپایه بهره‌مندی از ظرفیت‌های غنی معدنی به‌ویژه سنگ‌آهن و انرژی شکل گرفته است. این صنعت همچنین از ظرفیت ویژه‌ای برای ارزآوری برخوردار است که از دو منظر موردتوجه قرار دارد؛ نخست آنکه بخشی از نیازهای ارزی کشور را تامین خواهد کرد و دیگر اینکه واحدهای فعال در بخش فولاد می‌توانند با تکیه بر همین ارز صادراتی، قطعات، مواد اولیه و سایر نیازهای وارداتی خود را تامین کنند. این فعال صنعت فولاد گفت: در سایه ارتباطات خوب ایران با سایر کشورها، بازارهای هدف صادراتی ما گسترش خواهد یافت و کشف بازارهای جدید صادراتی نیز امکانی برای رشد و توسعه تولید فراهم می‌کند. این در حالی است که در طول این سال‌ها آن‌طور که باید و انتظار می‌رفت سرمایه خارجی به کشور جذب نشد.

وی افزود: صنایع فولاد کشور در طول سال‌های گذشته باوجود تمام محدودیت‌هایی که به‌دلایل مختلف ازجمله تحریم در مسیر فعالیت صنایع وجود داشته، توانسته‌اند در مسیر توسعه گام بردارند؛ تا جایی که صنعت فولاد ایران در سطح جهانی شناخته شده است. علاوه بر این بازارهای خوبی برای فروش محصولات فولادی ایرانی در سطح دنیا وجود دارد و تلاش شده صادرات و فروش بین‌المللی با ارزش‌آفرینی همراه باشد. این فعال صنعت فولاد در ادامه پرهیز از خام‌فروشی را ضرورتی در مسیر صادرات فولاد دانست و گفت: صادرات محصولاتی با ارزش افزوده بالا باید در اولویت قرار گیرد؛ به‌علاوه آنکه فروش خارجی نباید به‌گونه‌ای باشد که تولیدکنندگان در تامین مواد اولیه موردنیاز خود برای تولید درمانده شوند. تداوم تولید در صنعت فولاد مستلزم تامین مواد اولیه از حلقه‌های ابتدایی این زنجیره شامل سنگ آهن، گندله، کنسانتره و آهن اسفنجی است؛ بنابراین انتظار می‌رود اولویت به تامین نیاز داخلی اختصاص یابد. یزدخواستی گفت: در طول سال‌های گذشته حجم قابل‌توجهی از گندله یا سنگ آهن و... از کشور صادر شده و هر بار فعالان زنجیره فولاد و تولیدکنندگان در حلقه‌های میانی و انتهایی با چالش جدی و کمبود مواد اولیه روبه‌رو شده‌اند؛ بنابراین انتظار می‌رود سیاست‌های صادراتی ازسوی ایمیدرو و وزارت صنعت، معدن و تجارت به‌عنوان متولیان اصلی این بخش با شناسایی کامل ظرفیت‌های کشور تدوین شود. در ادامه نیز باتوجه به نیازهای کشور و طرح‌های توسعه تولیدی در این زنجیره، برنامه‌ریزی شود. یزدخواستی درباره استقبال بازار جهانی از فولاد ایران گفت: فولاد تولیدشده در کشور عموما کیفیت بالا و قابل‌توجهی دارد و با نرخ مناسبی نیز در بازار جهانی عرضه می‌شود؛ بنابراین در بازار جهانی خواهان زیادی دارد. البته باتوجه به شرایط تحریمی، صادرات فولاد ایران به کشورهای اروپایی دشوار شده، اما قبل از تحریم فولاد ایران به برخی کشورهای اروپایی نیز صادر می‌شد. در واقع فولادسازان بزرگ ما توانایی پاس کردن استانداردهای این کشورها را داشتند. حال باتوجه به چالش‌هایی که پیش‌تر از آنها یاد شد، بخش قابل‌توجهی از فولاد ایران به چین یا کشورهای همسایه ارسال می‌شود.

سخن پایانی

صادرات محصولات مختلف از کشور ما از جنبه‌های مختلفی تهدید می‌شود.

از یک سو تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی حضور تولیدات ایرانی در بازار بین‌المللی را دشوار می‌کند و از سوی دیگر، قوانین و مقررات داخلی هر روز چالشی جدید برای تولیدکنندگان رقم می‌زند.

در واقع قوانین و مقررات خلق‌الساعه سنگی بزرگ در مسیر صادرکنندگان می‌اندازد. حال چنانچه توسعه صادرات واقعا جزو اولویت‌های دولت باشد باید مسیر صادرات تسهیل و تقویت شود.

فولاد امیرکبیر کاشان

"آگهی مزایده شماره ۱۴۰۱۶۰۰/۲۴۳۲"

شرکت فولاد امیرکبیر کاشان در نظر دارد اقلام ضایعاتی و مستهلک خود را که عبارتند از اقلام‌های مصرفی، IT، برق، تأسیسات، مکانیک، مستهلک IT و ضایعاتی شامل دراس روی، کلاف گالوانیزه درجه ۳ و ٤، ورق سیاه برش خورده، غلتک ورک رول، بک آپ ، دفلکتور و سینک رول، آهن‌آلات قراضه، ضایعات چوب، ضایعات تراشکاری، روغن سوخته و ... می‌باشد از طریق مزایده عمومی به فروش برساند. متقاضیان جهت بازدید، دریافت اسناد مزایده و اعلام قیمت پیشنهادی، از تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۳۰ تا پایان وقت اداری ۱۴۰۱/۰۸/۱۰ از ساعت ۸ صبح الی ۱۵ به نشانی کاشان کیلومتر ۱٤ جاده اردستان شرکت فولاد امیرکبیر کاشان، واحد بازرگانی مراجعه فرمایند.

• ارائه ضمانتنامه به مبلغ ۵٪ قیمت پیشنهادی برای شرکت در مزایده الزامی می‌باشد.

شماره تماس کارخانه ۷-۵۵۵۰۳۸٤۱-۰۳۱ داخلی ۲۳۹و۳۳۸و۳۳۹

دفتر تهران ۲۲۶۵۸۳۵۱

دفتر اصفهان ۸۹-۳۶۶۵۰۲۸۶

شرکت فولاد امیرکبیر کاشان

HOSCO شرکت فولاد هرمزگان

آگهی تجدید مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شرکت فولاد هرمزگان جنوب

شماره مناقصه ۱۴۳۸۴۳

موضوع مناقصه: انجام عملیات بارگیری، حمل و تخلیه فاضلاب، راهبری شبکه و تصفیه‌خانه فاضلاب انسانی به انضمام نگهداری تعمیرات و آماده به کاری خطوط انتقال آب سرویس، آشامیدنی و آتش‌نشانی در کلیه نواحی شرکت فولاد هرمزگان جنوب

مدت قرارداد: ۱۲ ماه از تاریخ ابلاغ قرارداد و قابل تمدید برای دو دوره یکساله دیگر

مناقصه‌گزار: شرکت فولاد هرمزگان جنوب

نحوه دریافت اسناد: کلیه متقاضیان با ارسال اسناد ذیل به ایمیل hakimi.s@hosco.ir و یا فکس ۳۳۵۳۰۱۴۵ -۰۷۶ می‌توانند نسبت به دریافت اسناد مناقصه اقدام نمایند.

۱- واریز مبلغ ۵۰۰،۰۰۰ ریال به شماره حساب ۰۱۱۱۱۱۱۰۰۰۰۸ نزد بانک ملی شعبه گمرک شهید رجایی، به نام شرکت فولاد هرمزگان جنوب بابت خرید اسناد مناقصه

۲- نامه اعلام آمادگی که در آن ایمیل رسمی آن شرکت به همراه شماره تماس کارشناس مربوطه ذکر شده است. لازم به ذکر است تمامی مکاتبات، اطلاعیه‌ها و اصلاحات از طریق ایمیل مذکور به مناقصه گران اعلام خواهد گردید.

توضیحات:

۱- تضمین شرکت در مناقصه به مبلغ ۱،۴۰۰،۰۰۰،۰۰۰ (یک میلیارد و چهارصد میلیون) ریال.

۲- نوع تضمین:

الف- ضمانتنامه بانکی به نفع کارفرما: مدت اعتبار تضمین بانکی حداقل سه ماه بوده و برای سه ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد.

ب- فیش واریز وجه نقد معادل مبلغ ضمانت‌نامه به شماره حساب ۰۱۱۱۱۱۱۰۰۰۰۸ نزد بانک ملی شعبه گمرک شهید رجایی

ج- مطالبات حال شده از شرکت فولاد هرمزگان جنوب با تائید امور مالی شرکت فولاد هرمزگان جنوب

۳- شرکت‌کنندگان ملزم به ارائه گواهی تایید صلاحیت ایمنی از سازمان تعاون، کار و رفاه اجتماعی می‌باشند.

ج) جدول زمانی انجام مناقصه:

آخرین مهلت دریافت اسناد	آخرین مهلت تحویل پاکات	تاریخ گشایش پاکات الف و ب
۱۴۰۱/۰۸/۰۷	۱۴۰۱/۰۸/۱۶	۱۴۰۱/۰۸/۱۷

نکته۱: ملاک مهلت برای دریافت اسناد از مناقصه‌گزار، تاریخ فیش واریزی می‌باشد.

نکته۲: تاریخ بازگشایی پاکات ج متعاقبا اعلام خواهد شد.

متقاضیان برای آگاهی بیشتر به سایت www.hosco.ir مراجعه و یا با شماره ۴۴۸۴۳۲۱۴-۰۷۶ (امور قراردادها) تماس حاصل فرمایند. قابل ذکر است که هزینه‌های چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه خواهد بود.

روابط عمومی شرکت فولاد هرمزگان جنوب

خدمتی نوین در عرصه دندانپزشکی ویژه سازمان های دولتی و خصوصی



تا ۹۰٪ پوشش دندانپزشکی در ۴۵۰ مرکز طرف قرارداد در سراسر کشور

۰۲۱-۴۳۳۱۶ (۳۰ خط)

www.bonyansalamat.com

نماینده انحصاری ساجد سوئیس در کشور جمهوری اسلامی ایران

دارای تندیس طلایی از جشنواره ملی ارتقاء سلامت

دارای تندیس کارآفرین برتر

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران

آگهی موضوع ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

شناسه نوبت دوم ۱۲۸۸۴۵۲

برابر کلاسه پرونده شماره ۱۴۰۰۱۱۴۴۱۰۰۱۸۰۰۱۱۵۳ و رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۰۰۱۸۰۰۵۶۹۴ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک عباس آباد تصرفات مالکانه بلامعارض آقای محمدتقی اعتزازیان به شماره شناسنامه ۵۵۳۷۵ به کدملی ۱۲۸۱۶۵۰۷۷۳ صادره از اصفهان فرزند رضا نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی (با کاربری مسکونی) به مساحت چهارصد و سی‌وشش متر و نود دسیمتر مربع (۴۳۶/۹۰) متر مربع قسمتی از پلاک ۱۴۸ اصلی واقع در قریه اسب‌چین به شرط تجمیع با پلاک ۴۳۲ فرعی از ۱۴۸ اصلی بخش ۲ حوزه ثبت عباس آباد دارای مبایعه‌نامه عادی خریداری از علی معماریوری از محدوده مالکیت رسمی علیقلی خلعتبری متقاضی ثبت می‌باشد. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض و دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۷/۱۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۷/۳۰

ابراهیم حسین‌زاده، سرپرست ثبت اسناد و املاک عباس آباد

یادداشت

اقتصاد دولتی از تحریم بدتر است



کامران وکیل ـ نایب رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات معدنی

اعمال سیاست‌های اقتصاد بازار و کاهش دخالت دولت، تنها راهی است که می‌تواند باعث افزایش رشد اقتصادی و ارزآوری در تمام صنایع شود. به‌عبارت ساده‌تر، دولت نباید از هیچ‌یک از صنایع حمایت کند، نباید یارانه بدهد، محدود یا آزاد کند و به‌طور کلی هیچ مداخله‌ای برای کنترل و جهت دادن به بازار انجام دهد.

مگر کشور کره جنوبی که این همه محصول جهانی و صادرات به همه کشورهای دنیا دارد، تعرفه وارداتی دارد؟ با اینکه خود تولیدکننده خودروهای پیشرو مانند هیوندای و کیا است و نصف بازار خودرو دنیا را هم در اختیار دارد، باز اگر بازرگانی بخواهد، می‌تواند اتومبیل جنرال موتورز یا تویوتا را هم به این کشور وارد کند. همین‌طور کشور آلمان؛ بازار خودروی این کشور براساس این منطق کار می‌کند که تولیدکننده خودروهای بنز و بی‌ام‌دبلیو است؛ با این همه اگر کسی بخواهد تویوتا سوار شود، به خودش مربوط است.

شرایط کشور ما به‌واسطه تحریم با کشورهای دیگر متفاوت است. با این همه، بسیاری نیز بر این باور هستند که تحریم عامل اصلی همه مشکلات ما نیست. رعایت اصول و قوانین اقتصاد آزاد، بدیهی است و تحریم، جنگ، محدودیت منابع و مشکلاتی از این دست، آن را زیر سوال نمی‌برد.

اگر دولت دخالت خود در بازار را کم کند و موانع تعرفه‌ای که یک روز برای تخم‌مرغ و سیب‌زمینی وضع می‌شود و روز دیگر برای فولاد و سنگ، برداشته شود، می‌توان بازار را به‌درستی تنظیم کرد و در این شرایط بسیاری از مشکلاتی که بر سر راه صادرات وجود دارد، خود به خود از میان می‌رود.

هرچه اقتصاد آزادتر باشد، توسعه‌یافته‌تر و پیشرفته‌تر می‌شود و حجم صادرات هم بالاتر خواهد رفت. به عکس هرچه اقتصاد بسته‌تر باشد و دولت‌ها در آن دخالت بیشتری کنند، ضعیف‌تر و بیمارتر می‌شود. ردپای این معادله هم در آلمان غربی و هم شرقی دیده می‌شد و امروز هم در وضعیت کره‌جنوبی و شمالی، ترکیه و ایران مشهود است.

واقعیت این است که تحریم تا حدودی می‌توانند اقتصاد را متاثر کنند، اما آن چیزی که در حال حاضر اقتصاد ما را فلج کرده، خروج سرمایه از کشور است. ایرانی‌ها زمانی خود به کشورهای دیگر مهاجرت می‌کردند، اما در حال حاضر شرکت‌ها و در اصل سرمایه‌های آنها در حال خروج از کشور و سرمایه‌گذاری در سایر کشورها هستند. در این شرایط مشاهده می‌شود که برخی شهروندان به‌جای اینکه، برای مثال در تهران خانه بخرند، در استانبول، قبرس، دوبی و کانادا ملک می‌خرند؛ به این ترتیب، پول از کشور فرار می‌کند.

علت این میزان خروج سرمایه از کشور چیست؟ به‌گمان من، به این دلیل است که عده‌ای دور هم جمع شده‌اند و یک روز تعرفه بر واردات می‌گذارند و روز دیگر عوارض صادراتی می‌بندند، یک روز نرخ یک کالا را بالا می‌برند و روز دیگر آن را پایین می‌آورند. دولتی بودن اقتصاد، عامل این نابسامانی در مملکت ما است که به‌عقیده من از تحریم هم به‌مراتب بدتر است.

تکمیل زنجیره ارزش که در برنامه هفتم توسعه بر آن تاکید شده است، براساس همان مکانیسم کنترل دولتی است. تولیدکننده‌ای را در نظر بگیرید که سرمایه‌گذاری کلانی در بخش معدن انجام داده و آن را به‌سرانجام رسانده، آیا چنین فردی نمی‌داند که با ایجاد حلقه بعدی فرآوری، می‌تواند سود بیشتری ببرد؟ چرا این اتفاق نمی‌افتد؟ این سوالی است که باید سیاست‌گذاران پاسخ بدهند.

با اعمال ضرب و زور نمی‌شود افراد را مجبور کرد در زمینه‌ای خاص به فعالیت اقتصادی بپردازند تا اشتغال ایجاد یا ارز به کشور وارد شود. اگر تکمیل زنجیره سودآور باشد، نیازی به اجبار نیست و خود افراد با اشتیاق از این کار استقبال می‌کنند.

این اتفاق در همه دنیا رخ داده و می‌دهد. برای مثال در تاریخچه فلان شرکت معتبر و مشهور لبنیات می‌بینیم که در ابتدا سرمایه‌گذاران و صاحبان شرکت از راه‌اندازی یک گاوداری آغاز کرده و قدم به قدم در مسیر فرآوری پیش رفته و به‌تدریج خود را به شرکتی در مقیاس جهانی تبدیل کرده‌اند. این روند تدریجی و تکمیلی صنایع، خواه‌ناخواه اتفاق می‌افتد و احتیاجی نیست که قدرتی از بیرون آن را هدایت کند.

اگر این قاعده ساده را رعایت نکنیم، ماجرای داستان زنجیره فولاد تکرار می‌شود که یک روز کسری کنسانتره است و یک روز با اضافه تولید گندله یا آهن‌اسفنجی مواجهیم. در این شرایط سودده یا زیانده بودن روند تجاری روشن نیست و در آخر هم از گوشه و کنار آن فسادی بیرون می‌زند.

در نهایت، معلوم می‌شود که حاصل آن همه شعار زیبای جلوگیری از خام‌فروشی و تکمیل زنجیره ارزش برای برخی بخش‌ها مانند فولاد با دریافت ماده اولیه و سوخت ارزان، دست یافتن به تولیدات کلان است و در نتیجه، در برهه‌هایی از زمان نیز با اخباری مانند بروز فساد و اختلاس مواجه می‌شویم.

گفت‌وگو

گفت‌وگوی صمت با فعال اقتصادی درباره زیرساخت‌های حمل‌ونقل

گرهی که با دندان هم باز نشد

گیتا جاودانی
editor@smtnews.ir

فیروز دولت‌آبادی، سفیر اسبق ایران در ترکیه به‌تازگی در گفت‌وگویی با ایلنا اظهار کرد: «در زمان احمدی‌نژاد، ثروت بزرگی به‌میزان ۸۰۰ میلیارد دلار به کشور رسید،اما هیچ تحولی در توسعه زیرساخت‌ها ایجاد نشد».

البته این اتفاق منحصر به دوره احمدی‌نژاد نبود و مشابه آن، در سال‌های پسابرجام نیز رخ داد. در آن دوره هم، منابع مالی آزادشده ایران به‌جای حمایت از تولید و صادرات، صرف واردات کالاهای غیرضروری شد. در نتیجه امروزه کشور با مشکلات بزرگی در حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی و دریایی دست و پنجه نرم می‌کند.

دولت‌آبادی همچنین بااشاره به آثار درازمدت این تعلل تاریخی گفت: «سال گذشته برای انتقال ۱۰ میلیون تن زغال‌سنگ از روسیه به چین قراردادی منعقد کردیم، اما اکنون و با گذشت ۸ ماه از قرارداد، فقط یک واگن رسیده است، چون ظرفیت زیرساختی رشد پیدا نکرده و ظرف ۱۶ سال اخیر توجه سیستم دولتی از زیرساخت‌ها و افزایش توان و ظرفیت خارج شده است». به‌گفته سفیر اسبق ایران، در ترکیه اکنون سرعت حمل‌ونقل ریلی برای بار ۳.۶ کیلومتر در ساعت است که برای جابه‌جایی مسافر اختصاص داده می‌شود و به‌تبع آن، امکانات حمل بار کاهش پیدا کرده است. صمت در مصاحبه با جمشید نفر، عضو کمیسیون توسعه صادرات غیرنفتی اتاق بازرگانی ایران، اثرات توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های حمل‌ونقل را بر توسعه صادرات بررسی کرده است. به‌گفته این عضو کمیسیون توسعه صادرات غیرنفتی اتاق بازرگانی ایران، گرهی را که با دست باز می‌شود، نباید به دندان سپرد.



یکی از اشتباهات رایج در کشور ما بخشی کردن مسائل و موضوعات کلان است. به‌نظر من، در درجه اول دولت مسئول حل‌وفصل مشکلات اجرایی کشور است؛ حال این مشکل در هر زمینه‌ای باشد

◉ وضعیت حمل‌ونقل کشور (در حوزه جاده‌ای، ریلی و دریایی) را چطور ارزیابی می‌کنید؟

متاسفانه سیستم حمل‌ونقل ما برای تجارت و ترانزیت کالا چه در زمینه واردات و چه صادرات مشکلات عدیده‌ای دارد، این مشکلات به‌ویژه درباره صادرات خودنمایی می‌کند، زیرا هزینه‌های حمل خارجی گزاف است، به‌شکلی که مشکلات ناشی از هزینه‌های ترانزیت کالا از میزان افزایش نرخ ارز هم پیشی گرفته است.

شرایط فعلی حمل‌ونقل کشور؛ جاده‌ای، ریلی یا دریایی، چندان مناسب نیست و بعضی مواقع صادرکننده برای یافتن یک کامیون زمان زیادی را از دست می‌دهد تا وسیله مناسب پیدا شود، بنابراین در حال حاضر تنها باید به فکر بازسازی و نوسازی ناوگان حمل‌ونقل کشور چه از نظر سخت‌افزاری و چه از نظر نرم‌افزاری باشیم تا امکان حمل کالا تقویت شود و باری روی زمین نماند.

بدیهی است، توسعه زیرساخت نمی‌تواند برنامه‌ای سهل‌الوصول و کوتاه‌مدت باشد و نیازمند طراحی عملیاتی برمبنای شیوه‌ای است که از پیش، تعریف شده و درازمدت باشد.

اگر قرار باشد، افزایش صادرات اتفاق بیفتد و کشور از منافع آن بهره ببرد، باید فکری به حال توسعه حمل‌ونقل کشور بکنیم.

کمبود ماشین‌آلات و ضعف زیرساخت‌های توسعه سبب شده که ایران جایگاهی در میان تامین‌کنندگان مواد معدنی دنیا نداشته باشد. بن‌بست تحریم‌ها و گره‌های متعدد در سیستم بانکی هم از دیگر مشکلات بزرگ این حوزه است.

عقب‌افتادگی در این بخش‌ها و کمبودها و موانع آن، خواه‌ناخواه بر توسعه اقتصادی کشور اثری سوء خواهد داشت. وقتی هیچ‌یک از زیرساخت‌های ضروری وجود ندارد، نمی‌توان چشم‌انتظار معجزه و امیدوار باشیم که مثل ترکیه یا حتی عراق ـ که الان خیلی پیشرفته‌تر از ما شده‌اند ـ در این بخش رشد کنیم.

تنها راه نجات ما، تغییر کلی سیاست‌ها و رویکردها است. البته بدیهی است که این کار از حوزه اختیارات بخش معدن، صنعت و ... خارج است.

◉ توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل ترکیبی، برعهده چه نهاد یا ارگانی است؟

یکی از اشتباهات رایج در کشور ما، بخشی کردن مسائل و موضوعات کلان است. به‌نظر من، در درجه اول، دولت مسئول حل و فصل مشکلات اجرایی کشور است؛ حال این مشکل در هر زمینه‌ای باشد.

اما اگر بخواهیم به‌طورخاص به معضلاتی که در زمینه توسعه امکانات و زیرساخت‌های حمل‌ونقل وجود دارد، صحبت کنیم، باید گفت یک متولی واحد ندارد. بعضی مسایل مربوط به وزارت صمت و جهاد است، بعضی مربوط به وزارت صمت و کار و به طور خلاصه چندین وزارتخانه و ارگان در امور مربوط به آن دخیل است

پس مخاطب باید دولت باشد نه وزارتخانه‌ای خاص.

به‌گمان من، موضوعات مهمی مانند افزایش صادرات و تجارت خارجی که ارزآوری دارد و رونق اقتصادی ایجاد می‌کند، فراوزارتخانه‌ای است و باید همه به هم کمک کنند تا هرچه سریع‌تر مشکلات و موانع پیش‌روی آن حل شود.



به‌عنوان مثال، سال‌ها است که در کشور در زمینه تامین کشنده‌های یخچال‌دار با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو هستیم.

حتی ۲ معاونت مسئول در زیرمجموعه وزارت صمت، خودشان هم با یکدیگر دچار چالش هستند.

به‌عبارت دیگر، معاونت تولید وزارت صمت مخالف واردات است و معاونت توسعه تجارت موافق.

به‌نظر من، این رویه بخشی نگاه کردن مسئولان در نهادهای اجرایی مختلف، بزرگ‌ترین آسیبی است که به تصمیمات کلان کشور وارد می‌شود.

◉ بخش عمده صادرات ما در حال حاضر متکی به جاده است و جاده‌ها هم با مشکلات عدیده‌ای رو به رو هستند و با کمبود ماشین‌آلات و گرانی سوخت دست و پنجه نرم می‌کنند. چرا دولت برای توسعه و نوسازی، به‌ویژه توسعه حمل‌ونقل ریلی از توان بخش خصوصی استفاده نمی‌کند؟

مجموعه حاکمیت معدنی به‌هیچ عنوان اعتقادی به بخش خصوصی ندارد.

سال‌های زیادی است که شعار خصوصی‌سازی مطرح شده، اما همه ما به‌سرعت متوجه شدیم سیاستی که در پیش گرفته شده، به خصوصی‌سازی واقعی ختم نمی‌شود و در واقع خصولتی‌سازی انجام شد که به همه ارکان تولید و اقتصاد کشور لطمات فوق‌العاده‌ای وارد آورد.

اگر بخواهیم انجام کاری مثل توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی یا دریایی را به بخش خصوصی واقعی واگذار کنیم، باید تغییری اساسی در ارتباطات سیاسی، اقتصادی و تجاری ایجاد شود که خارج از چارچوب مشکلات و مسائل تحریمی باشد تا تجار ما بتوانند با ارتباط خوبی که با بخش خصوصی خارج از کشور دارند، اعتبار قابل‌توجه لازم را فراهم کنند تا بتوان در بخش‌های زیرساختی هزینه کرد.

نیاز اعتباری لازم برای توسعه ریل و راه‌آهن چند صد میلیون دلار نیست، برای چنین کاری باید صدها میلیون دلار هزینه کرد و این هزینه باید قابل‌اعتماد باشد تا اسپانسر و سرمایه‌گذار بخش خصوصی به‌راحتی و با طیب‌خاطر تشویق به سرمایه‌گذاری شود و پا در گود بگذارد.

وقتی به‌علت شرایط موجود کشور اعتماد بخش خصوصی واقعی جلب نشود، باز به‌ناچار شرکت‌های دولتی یا خصولتی وارد میدان می‌شوند. ویژگی این بخش‌ها متاسفانه شفاف نبودن و فسادهای ریز و درشتی است که در نهایت پروژه‌ها را از حیزانتفاع ساقط می‌کند.

پس موانع اصلی برای دستیابی به اهداف فوق را نباید در داخل حوزه معدن جست‌وجو کرد. بزرگ‌ترین این موانع، حمل‌ونقل است. کمبود ماشین‌آلات و ضعف زیرساخت‌های توسعه سبب شده که ایران جایگاهی در میان تامین‌کنندگان مواد معدنی دنیا نداشته باشد.

بن‌بست تحریم‌ها و گره‌های متعدد در سیستم بانکی هم، از دیگر مشکلات بزرگ این حوزه است.

عقب‌افتادگی در این بخش‌ها و کمبودها و موانع آن، خواه‌ناخواه بر توسعه اقتصادی کشور اثری سوء خواهد داشت. وقتی هیچ‌یک از زیرساخت‌های ضروری وجود ندارد، نمی‌توان چشم‌انتظار معجزه و امیدوار باشیم که مثل ترکیه یا حتی عراق ـ که الان خیلی پیشرفته‌تر از ما شده‌اند ـ در این بخش رشد کنیم.

تنها راه نجات ما، تغییر کلی سیاست‌ها و رویکردها است. البته بدیهی است، این کار از حوزه اختیارات بخش معدن، صنعت و ... خارج است.

◉ به این ترتیب ما با یک معادله چندمجهولی روبه‌رو هستیم. از یک سو، تاکید می‌شود برای کمرنگ‌تر شدن اثر تحریم‌ها در حوزه نفت و انرژی باید به صادرات مواد معدنی رو بیاوریم. از سوی دیگر، یکی از پیش‌نیازهای صادرات، امکان حمل مواد معدنی است و با این ضعف زیرساخت‌ها، چه در حوزه جاده‌ای، ریلی و دریایی) از اساس چنین اتفاقی نخواهد افتاد یا اگر اتفاق بیفتد، به‌سختی و با درآمد اندک است. چطور می‌توان این معادله را حل کرد؟

به‌گمان من، حل این معادله خیلی هم پیچیده نیست، اما دولتمردان ما به دلایلی که بعد از ۳۳ سال هنوز برای شخص من ناشناخته است، استعداد زیادی دارند که معادلات تک‌مجهولی را به معادلات چندمجهولی و لاینحل تبدیل کنند.

بعد ادعا می‌شود که حل این مسائل پیچیده و دشوار از عهده بخش خصوصی خارج است و تنها بخش دولتی یا خصولتی می‌توانند از پس این کار برآیند.

به‌عبارت دیگر، بارها شاهد آن بوده‌ایم که چیزی که در ابتدا بسیار ساده بوده، در فرآیند اجرا دچار پیچیدگی‌های متعدد شده و در نهایت فقط رانتی برای افرادی که از ابتدا مشخص و معین شده بودند، ایجاد شده است.

به‌نظر من، تنها راه‌حل ممکن برای تغییر وضع موجود این است که به‌سرعت و باشدت، به‌سمت و سوی خصوصی‌سازی درست حرکت کنیم.

البته منظور خصولتی‌سازی نیست، زیرا خصولتی‌سازی به‌مراتب بدتر از دولتی بودن است. در فرآیندهای دولتی به هر حال، ترس از نظارت و حسابرسی وجود دارد، اما در مجموعه‌های خصولتی این مانع هم وجود ندارد.

فرصت‌های گرانبهایی را به قیمتی بسیار ارزان در اختیار افرادی خاص و بی‌هنری قرار می‌دهند و به این ترتیب حتی اگر فرد هیچ اقدامی هم انجام ندهد، چندین هزار برابر سود می‌کند و این زنجیره فاسد ادامه می‌یابد و متاسفانه انگار هیچ قدرتی توان آن را ندارد که با این رانت‌ها مقابله کند.

چندین سال پیش که مدیرعامل شرکتی بودم، تلاش مجموعه بر این بود که پرداخت‌های بسیار منظم، مرتب و دقیقی داشته باشیم.

روزی نامه‌ای از سازمان تامین اجتماعی با پست سفارشی به دستم رسید. در این نامه آمده بود، براساس حسابرسی طولانی‌مدتی که انجام شده بود، شرکت ما مبلغ ۲۳ تومان و ۹ ریال بدهکار است و از شرکت خواسته بودند که نسبت به پرداخت این مبلغ اقدام کند، در حالی که، در همان زمان به‌شخصه خبر داشتم که تعداد زیادی شرکت بزرگ دولتی و نیمه‌دولتی وجود دارند که به سازمان تامین اجتماعی میلیاردها تومان بدهکار هستند و پرداخت هم نمی‌کنند.

◉ آیا بخش خصوصی می‌تواند با آنها رقابت کند؟

همه‌چیز در اختیار آنها است. قدرتمند هستند، پول دارند، زمان می‌خرند، مالیات نمی‌دهند، بیمه‌شان را کامل پرداخت نمی‌کنند و ادعاهای آنچنانی هم دارند؛در حقیقت بخش خصوصی زیر پای این مجموعه‌ها له می‌شود.

◉ برای پایان دادن به این سیکل معیوب چه می‌توان کرد؟

برای اصلاح اقتصاد کشورمان یک راه بیشتر پیش‌پای ما نیست. در ابتدای این مسیر باید ۸۵ تا ۹۰ درصد کارهای شبه‌دولتی را به ۲۰ درصد تقلیل دهیم و به‌تبع آن، پرسنل دولت هم کاهش پیدا کنند. در مقابل، لازم است بخش خصوصی را تقویت و تشویق کنیم.

اگر بتوان این ذوق و اشتیاق را به جامعه تزریق کرد، مشکلی در راستای تامین هزینه سرمایه‌گذاری نخواهیم داشت، زیرا هزاران میلیارد دلار ثروت در اختیار ایرانیان مقیم خارج است که علاقه‌مند هستند در پروژه‌های داخلی سرمایه‌گذاری کنند و به این ترتیب نیاز کشور در این زمینه کامل مرتفع خواهد شد، اما بی‌توجهی ما باعث می‌شود که نتوانیم این گره‌ها را با دست باز کنیم.

◉ چرا این گره‌ها باز نمی‌شود؟

به‌نظر من، مشکل این است که متاسفانه جامعه ما بسیار بسیار شعارزده است، در حالی که فقط باید ادعاهایی را مطرح کرد که به آنها اعتقاد راسخ داشته باشیم و از پس عملی کردن شعارها و ادعاهای خود برآییم، در غیر این صورت مردم را از روند پیشرفت مایوس خواهیم کرد.

امیدوارم که تصمیم‌سازان در مملکت به این امر توجه داشته باشند که یأس عمومی می‌تواند برای اقتصاد کشور بسیار خطرناک و آسیب‌زا باشد.

امیدوارم به توصیه‌های دلسوزان مملکت توجه بیشتری شود و قطار سیاست کشور به ریل واقعی خود برگردد.

◉ در حوزه صادرات محصولات و فرآورده‌های معدنی چه تغییراتی باید در شرایط موجود ایجاد شود تا فرصت حضور کشور در بازارهای جهانی تسهیل شود؟

راهبرد اصلی کشورهای توسعه‌یافته دنیا برای رشد و پیشرفت، تمرکز و توجه به امر صادرات بوده است.

بنابراین زمانی خواهیم توانست با موفقیت در مسیر توسعه قدم برداریم که هم مردم و هم مسئولان کشور ما، به این راهبرد باور داشته باشند.

اگر باور نداشته باشیم که صادرات امری بسیار مهم و حیاتی در اقتصاد کشور است، نخستین و کوچک‌ترین مشکلی که پیش می‌آید، بلافاصله جلوی صادرات را می‌گیریم. ورود به بازارهای صادراتی جدید، کاری بسیار سخت و دشوار است، اما حفظ بازار صادراتی هدف، به‌مراتب از آن هم دشوارتر است.

اگر همه باور داشته باشیم توسعه از این مسیر اتفاق می‌افتد؛ آن وقت اگر کالایی گران شد، بلافاصله جلوی صادرات آن گرفته نمی‌شود، برای اینکه صادرات امری پیوسته است.

> دولتمردان ما به دلایلی که بعد از ۳۳ سال هنوز برای شخص من ناشناخته است، استعداد زیادی دارند که معادلات تک‌مجهولی را به معادلات چندمجهولی و لاینحل تبدیل کنند



تجارت با رنگ‌وبوی تحریم و تحدید



کشاورزان پشت چراغ قرمز خیالی



تیر تحریم بر پیکره صادرات انرژی

غفلت از استاندارد کالاهای صادرات‌محور



عکس: همسایه تجارت

ایران به چارچوب‌های استاندارد در تولید برخی از کالاهای صادرات‌محور، از روی عمد نیست و وجود موانع برای تولید و ترانزیت، منجر به شکل‌گیری این مشکل می‌شود. در مجموع آنچه که واضح است، ضرورت وجود استاندارد در تولیدات، چه کالاهای مصرفی در داخل و چه صادراتی است، چراکه مصرف‌کنندگان داخلی حق دارند از کالاهای باکیفیت بهره‌مند شوند و از سویی اگر تولیدات ما مطابق با استانداردهای بین‌المللی نباشند، در بازار هیچ کشوری خواهان نخواهند داشت.

همسایه تجارت در این گزارش، ضمن بررسی میزان رعایت استاندارد در تولیدات صادرات‌محور، به اهمیت این مسئله در تجارت ایران پرداخته است.

علاوه بر عواملی که مسئولان و فعالان بازرگانی همواره از آنها به‌عنوان موانع صادراتی یاد می‌کنند، نبود تطابق بین استاندارد محصولات صادراتی ایران با کشورهای هدف یک مانع مهم در کاهش اقبال تولیدات ایرانی در بازار جهانی است. استانداردها در هر کشوری بسته به شرایط فرهنگی و سبک زندگی متفاوت است؛ از این رو باید براساس بازار هدف، چارچوب‌های استاندارد محصول را تعیین کرد.

با این حال در سازمان تجارت جهانی یک‌سری قوانین کلی برای رعایت این استانداردها در نظر گرفته شده که البته برخی تجار عقیده دارند ایران به‌دلیل عضو نبودن در این سازمان به آن پایبند نیست. برخی دیگر نیز معتقدند پایبند نبودن

اهمیت استاندارد در محصولات پیچیده



چندی پیش وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به نبود استانداردهای بومی در ایران، گفت: برای افزایش تعاملات تجاری باید استاندارد محصولات صادراتی پیچیده را ارتقا دهیم. سیدرضا فاطمی‌امین در آیین روز ملی استاندارد تصریح کرد: استانداردهایی که در حال حاضر در ایران رعایت می‌شوند، بومی نیستند و این یک مشکل برای کشور محسوب می‌شود، زیرا انتظار می‌رود ایران مرجعیت استاندارد داشته و در این زمینه نقایص خود را برطرف کرده باشد. ایران کشوری دانش‌بنیان به‌شمار می‌رود و اقتصاد ما به سمت دانش‌بنیان شدن در حال حرکت است. در چنین شرایطی باید استانداردهای مرجع خود را داشته باشیم، اما متاسفانه حتی استانداردهای فعلی، بومی‌سازی نشده‌اند. وی افزود: ایران باید برای تولید محصولات خود به‌ویژه در بخش‌های دانش‌بنیان و صادراتی، استانداردهای بومی و مشخصی را تعریف کند. به‌منظور تحقق این هدف اجرایی شدن ۵ مؤلفه از جمله تصویب، تبیین، صحه‌گذاری، گواهی‌دهی و... لازم است. فاطمی‌امین با اشاره به روند رو به رشد صادرات گفت: سال گذشته بیش از ۴۸ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی داشتیم. ایران در حال حرکت از صادرات محصولات پایه به سمت محصولات پیچیده است که این اتفاقی قابل‌توجه است. همچنین استانداردها درباره محصولات پیچیده مانند تجهیزات پزشکی از حساسیت و اهمیت بیشتری برخوردار است؛ از این رو باید در زمینه تدوین و اجرای معیارهای استانداردها برای صادرات این نوع کالاها ارتقا یابیم. فاطمی‌امین تاکید کرد: برای اینکه بتوانیم با کشورهای طرف تجاری تعامل داشته باشیم و استانداردهای یکدیگر را تایید کنیم، مسئله ارتقای استاندارد محصولات صادراتی پیچیده، بسیار حائزاهمیت است.

تلاش برای بازنگری در استانداردهای تولید



اظهارات وزیر صمت در حالی مطرح می‌شود که عباس نوری، مدیرکل استاندارد استان تهران از ایجاد بسته‌های حمایتی برای صادرکنندگان از جمله گواهینامه صادرکننده برتر، ثبت کالای صادراتی، نشان ویژه صادرات و صادرکننده نمونه خبر داد. عباس نوری با اشاره به اینکه استانداردهای تدوین‌شده در ایران باید به موازات فناوری روز دنیا، روزآمد شوند، گفت: روزآمد کردن استانداردها یکی از راه‌های پر کردن شکاف بین سطح فناوری تولیدات جهانی و داخلی است، زیرا روزآمد کردن استانداردها، زیربنای تولیدات باکیفیت و در نتیجه افزایش صادرات است. نوری با اشاره به بازنگری در ۱۷۰ استاندارد و تدوین و تجدیدنظر درباره ۲۴ استاندارد ملی در اداره‌کل استاندارد استان تهران در ۶ ماه نخست امسال، اظهار کرد: باتوجه به رویکردهای کلان کشور، بازنگری، بروزرسانی و ارتقای کیفیت استانداردهای ملی مطابق با نیازهای جامعه و همچنین فعالیت‌های صادراتی، همواره موردتوجه است؛ از این رو سازمان ملی استاندارد ایران در این مدت تلاش کرد به تدوین استانداردهای ملی براساس جریان علمی کشور بپردازد و انتظارات جامعه را در این باره برآورده کند. همچنین یکی دیگر از اهداف تدوین این استانداردها، افزایش حضور ایران در عرصه فعالیت‌های استانداردسازی بین‌المللی است. وی ادامه داد: در این راستا، ادارات‌کل استانی به‌عنوان بازوهای اجرایی سازمان، تدوین و تجدیدنظر استانداردها را عهده‌دار بوده و استانداردهای ملی را با نگاه به استانداردهای بین‌المللی، شرایط بومی و نیازهای داخلی کشور مورد بازنگری قرار می‌دهند تا بستر بکارگیری هرچه بهتر استانداردها در جامعه فراهم شود.

مشوق برای رعایت استاندارد صادراتی

وی با تاکید بر اهمیت موضوع آموزش و ارتقای سطح دانش نیروی انسانی شاغل در بخش تولید، گفت: رعایت استاندارد به‌صورت همه‌جانبه در روند تولید نه‌تنها کالاهای صادرات‌محور بلکه تمامی کالاها، نیازمند اجرایی کردن اصول مربوط به آن است. یکی از این اصول تربیت نیروی متخصص است؛ گام اول در تربیت نیروی انسانی متخصص، کارآمد و مجهز به دانش فناوری روز دنیا، ارتقای سطح دانش و مهارت‌آموزی شاغلان در واحدهای تولیدی است. آموزش مدیران کنترل کیفیت لازمه کیفی‌سازی تولیدات و خدمات است. در ۶ ماه نخست امسال، برای حدود ۲۷ هزار نفر دوره‌های آموزشی به‌منظور تربیت مدیران کنترل کیفیت و کارشناسان استاندارد برگزار شد.

نوری درباره رسیدن سطح کیفیت تولیدات داخلی به سطح قابل رقابت در بازارهای جهانی خاطرنشان کرد: با استفاده از گفتمان‌ها و فناوری‌های نوین و با تکیه بر ۳ اصل توسعه پایدار، تاب‌آوری اقتصادی و ترویج فرهنگ ایرانی اسلامی، باید ارتقای دیپلماسی کیفیت پیگیری شود تا بتوان کالاهای تخصصی و با سطح بالای فناوری به‌منظور صادرات و اقبال منطقه‌ای و جهانی تولید کرد.

مدیرکل استاندارد استان تهران با اشاره به در نظر گرفتن بسته‌های حمایتی برای صادرکنندگان اظهار کرد: برای بهبود رعایت استانداردها در تولید کالاهای صادرات‌محور، مشوق‌ها و مزایایی مانند گواهینامه صادرکننده برتر، ثبت کالای صادراتی، نشان ویژه صادرات، صادرکننده نمونه و... برای صادرکنندگان در نظر گرفته شده است. با صدور پروانه‌های استاندارد و مجوزها، حجم صادرات محصولات استاندارد، باوجود تشدید تحریم‌ها، افزایش داشته است.

آثار مخرب دور زدن استاندارد در صادرات



سید حمید حسینی، عضو اتاق بازرگانی تهران درباره رعایت استاندارد در تولید کالاهای صادرات‌محور گفت: کالاهایی که براساس استاندارد داخل کشور تولید می‌شوند، لزوما موردتایید بازار صادراتی و استانداردهای بین‌المللی قرار نمی‌گیرند؛ از این رو نمی‌توان صادرات را براساس استانداردهای داخلی پیش برد. به گزارش اقتصاد آنلاین، این فعال بازرگانی تصریح کرد: کالاها برای عرضه شدن در بازارهای جهانی، باید مطابق با استانداردهای داخلی و استانداردهای مشخص بین‌المللی تولید شوند. از سویی دیگر باید چارچوب‌های قانونی استاندارد در کشورهای مقصد را در نظر داشته باشیم و براساس آن به تولید و صادرات بپردازیم؛ اما مسئله این است که در کشورهای جهان سوم صادرکنندگان به‌راحتی سازمان‌های بازرسی و استاندارد را دور زده و کالا را بدون رعایت الزامات استاندارد به کشورهای هدف صادر می‌کنند. وی ادامه داد: تخلف در رعایت استاندارد برای صادرات کالاها، باعث سودآوری مقطعی می‌شود، زیرا در روند فعالیت تجاری هزینه کمتری پرداخته می‌شود، اما با استمرار این روند در بلندمدت، اعتبار کشور صادرکننده به‌دلیل تخلف تجار آن لکه‌دار می‌شود. در تمامی کشورهای جهان، برندهای معروفی از کالاها وجود دارند که اگر این برندها در رعایت استاندارد تخلف کنند، اعتبار خود را از دست می‌دهند، اما از آن جایی که در ایران برند مشخص جهانی نداریم، هرگونه تخلف و دور زدن در رعایت استاندارد، اعتبار کلی کشور را زیر سوال خواهد برد. در این شرایط حتی صادرات کالاهای باکیفیت ایرانی دچار مشکل می‌شود. به‌عنوان مثال در بازارهای جهانی برخی معتقدند مواد غذایی یا بهداشتی ایران فاقد استاندارد است؛ بنابراین ما باید از کالاهای صادراتی در بازارها نمونه‌گیری کنیم و پس از صحت‌سنجی مسئله، با متخلفان و کسانی که این بی‌اعتباری را برای کشور رقم می‌زنند، برخورد قاطعی داشته باشیم.

سخن پایانی

افزایش صادرات وابسته به مولفه‌های متعددی است که فعالان تولیدی و بازرگانی معتقدند یکی از این مولفه‌ها، رعایت استاندارد در تولیدات است. به‌یقین استاندارد، زبان مشترک برای توسعه اقتصادی هم در داخل و هم در بازارهای خارجی است؛ بنابراین توجه به آن هم برای بازار داخلی و هم حضور جدی در بازارهای خارجی ضروری است و به‌عنوان رکن مهم توسعه تجارت داخلی و بین‌المللی ایران محسوب می‌شود. نبود استاندارد در تولید کالاهای صادرات‌محور، تمام تلاش‌های فعالان بازرگانی مانند بازاریابی و بازارسازی را بی‌نتیجه و به‌راحتی ایران را از دایره تعاملات تجاری بین‌المللی حذف می‌کند.

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

آگهی ابلاغ اجرائیه مهریه

شناسه ۱۳۹۴۱۰۱

بدین‌وسیله به آقای حسین مهرعلی‌زاده دیماجانکش فرزند رحمت‌الله شناسنامه شماره ۸۲۷۴ شماره ملی ۴۸۳۹۴۲۲۸۵۰ متولد ۱۳۵۲/۶/۱۵ ساکن چالوس خیابان نواب صفوی پلاک ۲۴ ابلاغ می‌شود که خانم ام‌البنین خزائی علی‌آباد جهت وصول یک میلیون و نهصد و پنجاه هزار ریال تقویم شده به نرخ روز به مبلغ پانصد و هفتاد و پنج میلیون و هشتصد و نه هزار و نهصد و شصت‌وشش ریال به استناد مهریه مندرج در سند ازدواج شماره ۵۶۶۰ دفتر ازدواج ۱۱۸ نوشهر علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائی به کلاسه ۱۴۰۱۰۰۲۱۹ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۲۱ مامور، محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده. لذا بنا به تقاضای بستانکار طبق ماده ۱۸ آئین‌نامه اجرا مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار محلی و سایت سازمان ثبت اسناد و املاک کشور آگهی می‌شود و چنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می‌گردد، نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید، عملیات اجرائی جریان خواهد یافت.

سکینه افروز، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

نوبت اول شناسه ۱۳۹۳۸۴۴

برابر رای شماره ۶۲۵۵ مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۱۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای احمد یزدانی فرزند صفرعلی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۳۱.۲۵ مترمربع قسمتی از پلاک ۳۱۱۲ فرعی از ۳۹- اصلی به شماره کلاسه ۱۴۰۱/۱۵۲ واقع در اراضی رستمکلا بخش ۱۸ ثبت بهشهر محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۴ روز آگهی می‌شود در صورتی‌که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۷/۳۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۸/۱۴

محمدمهدی قلیان، سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی قائم‌شهر

نوبت دوم شناسه ۱۳۸۹۸۵۸

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی قائم‌شهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد:

املاک متقاضیان واقع در قریه چمازکتی پلاک ۵۹ اصلی بخش ۱۶ ۱۲۳۶۰ فرعی به نام آقای سیدمهدی هاشمی سید کلائی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین که در آن احداث بنا شده است که ده سیر عرصه وقف می‌باشد به مساحت ۱۲۵ مترمربع خریداری مع‌الواسطه از آقای حسن رجبی خانقاهی مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۷/۱۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۷/۳۰

یونس قصابی، کفیل اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قائم‌شهر

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران

آگهی موضوع ماده ۳ و ماده ۱۳ آئین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نوبت دوم شناسه ۱۳۸۸۲۵۴

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی آمل مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد:

املاک متقاضیان واقع در بخش نه ثبت آمل- دهستان لیتکوه

۷۱- اصلی (قریه خشکرود)

۳۱۶ فرعی آقای حمیدرضا قاسمی در ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان احدائی که بیست سیر مشاع از دویست و چهل سیر عرصه موقوفه است به مساحت ۲۳۴.۵۰ مترمربع، خریداری شده بلاواسطه از عبدالرضا قاسمی.

لذا به موجب ماده ۳- قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳- آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی در روستاها از طریق الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۷/۱۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۷/۳۰

فیض‌اله ذبیحی، سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک آمل

یادداشت

مشکلات چندگانه توسعه صادرات



قدیر قبافه ـ عضو اتاق مشترک بازرگانی ایران و روسیه

بدون شک توسعه صادرات ایران با مشکلات متعددی مواجه است، اما برای بررسی راهکارهای توسعه صادرات و مشکلات موجود، باید در ابتدا مشخص کنیم که درباره صادرات چه نوع کالایی صحبت می‌کنیم. دسته‌ای از کالاهای تولیدات ایران، از نظر کیفیت و تکنیکال، قابلیت عرضه در مجامع بین‌المللی دارند. حتی برخی کالاهای ایران در رسته تولیدات های‌تک نیز می‌توانند به‌دلیل برخورداری از کیفیت مطلوب،صادر شوند، اما دسته‌ای از کالاها بنا به وجود نقایص متعدد، امکان صادرات ندارند و باید به این نکته توجه کنیم. برخی تولیدکنندگان، نبود کیفیت لازم و رعایت نشدن استانداردهای بین‌المللی در بعضی تولیدات صنعتی را یکی از ضعف‌های جدی صنایع ایران عنوان می‌کنند. به‌نظر من، خلأهای این‌چنینی به‌دلیل توسعه نیافتن صنایع ایران طی دهه‌های گذشته به‌وجودآمده و این ضعف ریشه در نبود نگاه صادرات‌محور در بدنه مدیریت کشور دارد. نبود تفکر صحیح درباره صادرات، یکی از اساسی‌ترین ایرادات فعلی است که در مدیریت بخش‌های مختلف، شاهد آن هستیم. در ابتدا بدیهی است که برای توسعه صادرات، نیاز به کالای صادرات‌محور داریم. در دهه‌های گذشته، اهداف تمامی فعالیت‌های تولیدی اعم از احداث کارخانه و توسعه‌های صنعتی، تامین نیازهای داخلی بوده است. در این مدت، سیاست‌ها بر این مبنا بوده که ابتدا بازارهای داخلی تامین شود و در ادامه اگر کالایی باقی ماند، آن را صادر کنیم. به‌عبارتی، تا به امروز نگاه صادراتی در روند تولید وجود نداشته و فعالیت‌های اقتصادی صادرات‌محور نبوده‌اند، بنابراین نقص در سیاست‌گذاری‌های مربوط به تولید، نخستین ضعف در مدیریت اقتصادی کشور است،از این‌رو در اولویت قرار دادن تامین نیاز بازار داخلی و نبود خط تولید کالاهای صادرات‌محور، مهم‌ترین ایراد در مدیریت اقتصاد کلان کشور طی سال‌های اخیر بوده است. ایراد بر سر استراتژی‌های کلان تجاری را می‌توان آفت صادرات ایران معرفی کرد. بدترین نوع سیاستی که می‌توان برای فعالیت‌های تجاری داشت، صادرات کالاهای باقیمانده پس از تامین نیازهای داخلی است. یکی از دلایل اصلی که در بسیاری از بازارهای جهانی حضور نداریم، نداشتن کالای مناسب صادراتی است، بنابراین هرگونه مسئله‌ای که باعث از بین رفتن مزیت رقابتی کالاها شود (مانند تورم، نبود تیراژ و کیفیت مناسب کالاهای صادراتی)، مهم‌ترین مانع توسعه صادرات غیرنفتی ایران خواهد شد.

علاوه بر نبود نگاه درست در مدیریت تولید صادرات‌محور، ضعف‌های لجستیکی و تجهیزاتی نیز سبب شده تا در بهره‌گیری از ظرفیت بازارهای کشورهای منطقه ناکام باشیم. کمبود بسترهای حمل‌ونقل یکی از دلایلی است که سبب شده تا ایران در بسیاری از بازارهای بین‌المللی و جهانی حضور نداشته باشد، اما ضعف‌های ساختاری تنها به حمل‌ونقل محدود نمی‌شود و زیرساخت‌های به‌روز برای بکارگیری مواردی مانند تجارت الکترونیک، در ایران وجود ندارد. نه‌تنها از نظر تجهیزات، بلکه به‌دلیل مشکلات دیپلماتیک و محدود بودن روابط ایران با سایر کشورها، امکان استفاده از پلتفرم‌های آنلاین برای انجام تجارت الکترونیک با سایر کشورها وجود ندارد، بنابراین دولت باید در تصمیمات کلان خود، به اهمیت رفع محدودیت‌ها و راهکارهای کاهش تحریم‌ها علیه ایران توجه داشته باشد.

علاوه بر تمامی مشکلات عنوان‌شده، باید محدودیت‌های داخلی را یکی دیگر از موانع توسعه صادرات معرفی کرد. فشار دولت برای رفع تعهدات ارزی صادرکنندگان، یکی از این محدودیت‌های جدی برای رشد تجارت ایران است. صادرکنندگان باوجود تمامی مشکلات و موانع بین‌المللی، کالاهای ایرانی را به جهان عرضه می‌کنند، اما به‌دلیل تحریم‌ها و مسدود بودن راه‌های نقل‌وانتقالات بانکی، زمان بازگشت این درآمدها مشخص نیست. با این حال، دولت تاکید به بازگرداندن ارزهای صادراتی دارد و صادرکننده همواره با مشکلاتی مانند تعلیق کارت بازرگانی یا سایر جریمه‌های این‌چنینی مواجه است. در چنین شرایطی، بدیهی است صادرکنندگان شرایط فعالیت را بی‌ثبات دیده و رغبتی برای انجام فعالیت‌های بازرگانی نداشته باشند، از این‌رو مسیر توسعه صادرات ایران به‌هیچ وجه هموار نیست و دست‌اندازهای این راه بی‌شمار هستند.

مسیر توسعه صادرات ایران ناهموار است

تجارت با رنگ‌وبوی تحریم و تحدید

ملیکا انصاری
editor@smtnews.ir

وجود منابع گسترده نفت و گاز، تا سال‌ها نگاه مدیران ایران را از دیگر ظرفیت‌های درآمدزایی کشور دور کرده و ارزآوری‌های حاصل از فروش نفت، دولت‌ها را به درآمدهای سهل‌الوصول عادت داده است. تشدید تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران و محدود شدن فرصت‌های فروش نفت، توجهات را به‌سمت تجارت غیرنفتی کشور و ظرفیت‌های صادرات این دست کالاها سوق داد. دولت سیزدهم به‌منظور افزایش صادرات غیرنفتی ایران، در این مدت تلاش کرد تا روابط خود با کشورهای همسایه را بهبود بخشیده و جای پای ایران در بازار این کشورها را محکم کند. سفرهای متعدد رئیس سازمان توسعه تجارت به کشورهای همسایه نشان‌دهنده وجود این رویکرد در بدنه دولت است. هرچند این اقدام می‌تواند گامی به نسبت موثر در توسعه صادرات غیرنفتی ایران تلقی شود، اما فعالان تجاری نظری متفاوت داشته و معتقد هستند رشد صادرات و درآمدهای غیرنفتی ایران، وابسته به عوامل و دلایل متعددی است. کارشناسان بازرگانی بر این باور هستند که گام نخست بهبود تجارت داخلی و خارجی، بهینه کردن فعالیت صنایع و تولید کالاهایی با مزیت‌های رقابتی است. به این منظور، ابتدا دولت باید تورم داخلی را کاهش داده و صنایع را رونق بخشد. دولت باید بسترهای تجهیزاتی برای توسعه ترانزیت را فراهم کرده و بازارسازی و بازاریابی تخصصی از کشورهای هدف داشته باشد. آنها همچنین عقیده دارند محدود کردن صادرات به کشورهای منطقه، نه‌تنها به‌نفع ایران نبوده بلکه سبب محدودیت فعالیت بازرگانان ایران نیز می‌شود. به بهانه روز ملی صادرات، صمت در این گزارش به بررسی موانع صادرات غیرنفتی و الزامات رونق درآمدهای حاصل از تجارت خارجی ایران پرداخته و در این‌باره با کارشناسان و فعالان بازرگانی به‌گفت‌وگو پرداخته است.



عکس: صمت

از الزامات اساسی بهبود تجارت خارجی، زیرساخت‌های فنی و لجستیکی به‌ویژه در بخش حمل‌ونقل است. بنا بر وجود نقص‌های فنی در حوزه حمل‌ونقل، سایر کشورهای منطقه طی سال‌های اخیر جای ایران را در ترانزیت بین‌المللی پر کرده‌اند

بسته بودن راه تجارت با جهان

احمد پورفلاح، رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و ایتالیا در گفت‌وگو با صمت، به تشریح مشکلات صادرات غیرنفتی ایران پرداخت. او معتقد است: برخی از این مشکلات به‌طور زنجیره‌ای نه‌تنها بر صادرات بلکه بر تولید و تمامی حلقه‌های اقتصادی کشور اثرگذار است. این فعال بازرگانی تصریح کرد: بخش تجارت ایران به‌ویژه صادرات، درگیر چالش‌های متعددی است که برای دستیابی به اهداف توسعه‌ای در این بخش، باید این مشکلات را شناسایی و مرتفع کرد. یکی از دست‌اندازهای مهم فعلی که نه‌تنها صادرکنندگان بلکه فعالیت تولیدکنندگان را نیز تحت‌تاثیر قرار داده، وجود تحریم‌ها علیه ایران است. ایران به‌دلیل نداشتن ارتباط کافی و موثر با سایر کشورهای دنیا، فرصت‌های تجاری خود را در این مدت از دست داده است.

وی تصریح کرد: در این مدت، کشورهایی که از دهه‌های گذشته از خریداران و مصرف‌کنندگان اصلی تولیدات ایران محسوب می‌شدند نیز، روابط تجاری خود را با ما محدود کرده و نیازهای خود را از سایر کشورها خریداری کردند. در نهایت، ما دادوستد با کشورهایی را که تجارت بلندمدت با آنها داشتیم، به‌دلیل تحریم‌ها و محدود شدن روابط ایران با جهان از دست دادیم.

تحریم‌ها به‌طورمستقیم چرخه تولید و در ادامه صادرات غیرنفتی ایران را تحت فشارهای جدی قرار داد. این فعال بازرگانی ادامه داد: نبود امکان قانونی برای نقل‌وانتقالات پول در عرصه‌های بین‌المللی و درآمدهای حاصل از صادرات نیز یکی دیگر از تاثیرات جدی وجود تحریم‌ها علیه ایران است. به‌دلیل تمام موارد عنوان‌شده، تحریم‌ها یکی از موانع مهم صادرات غیرنفتی ایران شمرده شده و تنها راه رفع آن، بهبود روابط ایران با جهان است.

> به‌دلیل وجود تورم، هزینه‌های تولید رشد چشمگیری داشته که این اتفاق تنها بازار و مصرف‌کنندگان داخلی را تحت‌تاثیر قرار نمی‌دهد، بلکه مزیت رقابتی را در بازارهای جهانی از کالاها سلب می‌کند

▣ تاثیر بی‌ثباتی‌های داخلی بر تجارت خارجی

پورفلاح در ادامه صحبت‌های خود، وجود برخی مشکلات داخلی را از دیگر موانع تجارت خارجی ایران معرفی کرد و در این‌باره توضیح داد: تورم لجام‌گسیخته‌ای که هم‌اکنون در تمامی بخش‌های اقتصادی ایران وجود دارد، در سایر کشورها نیست و همین موضوع تولید و در ادامه صادرات را درگیر محدودیت‌های شدید و جدی کرده است. به‌دلیل وجود تورم، هزینه‌های تولیدات رشد چشمگیر داشته و این اتفاق تنها بازار و مصرف‌کنندگان داخلی را تحت‌تاثیر قرار نمی‌دهد. افزایش نرخ تمام‌شده تولید، مزیت رقابتی را از کالاها سلب می‌کند و شانس رقابت صادرکنندگان ایرانی را در بازارهای بین‌المللی از بین می‌برد. همچنین به‌دلیل این تورم ممکن است در برخی موارد تولیدکننده کیفیت برخی تولیدات خود را به‌منظور کنترل هزینه‌ها کاهش دهد.

رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و ایتالیا افزود: مشکل بعدی، تغییر مداوم قوانین صادراتی است. دولت در برخی موارد معافیت‌های صادراتی را برای دسته‌ای از کالاها وضع می‌کند، اما پس از چندی، این معافیت‌ها لغو شده و در نتیجه برنامه‌ریزی صادرکنندگان به‌هم ریخته است. از این تغییرات یک‌باره قوانین تجاری، در چند سال اخیر به‌دفعات زیاد رخ داده و دولت روال‌های قانونی خود را به‌طور مرتب عوض می‌کند. بدیهی است در چنین شرایطی تولیدکنندگان، صادرکنندگان و تمامی فعالان بخش‌های اقتصادی، نتوانند حتی برای فعالیت‌های کوتاه‌مدت خود برنامه‌ریزی مشخص و مدون داشته باشند. این نبود امکان برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری برای میان‌مدت و بلندمدت، فرصت رشد و توسعه را از تمامی حلقه‌های تجاری و بازرگانی کشور سلب می‌کند.

▣ نقش رایزنان بازرگانی پررنگ شود

رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و ایتالیا به تشریح راهکارهای پیش‌رو برای افزایش صادرات غیرنفتی ایران پرداخت. او بهبود عملکرد رایزنان بازرگانی را یکی از راه‌حل‌های موثر در این زمینه عنوان کرد و گفت: رایزنان بازرگانی با همکاری سفارتخانه‌های ایران باید به شناسایی بازارهای بین‌المللی و بازارسازی برای تولیدات ایرانی بپردازند.

به‌گفته این فعال اقتصادی، آنها باید برای محصولات ایرانی که شرایط مناسبی برای صادرات دارند، ظرفیت در سایر کشورها ایجاد کرده و در نهایت تجار بتوانند وارد بازارهای مختلف شوند.

پوفلاح ضمن بیان این مطلب افزود: باوجود اهمیت زیاد رایزنان بازرگانی برای فعالیت‌های تجاری تمام کشورها، طی سال‌های اخیر دولت پیشین به‌دلیل کمبود منابع مالی رایزنان بازرگانی خود را از کشورهای مختلف برگرداند. به‌دلیل این صرفه‌جویی دولت، شانس صادرات ایران در این مدت کاهش چشمگیری یافته و تبدیل به نقطه ضعف مهمی برای تجارت کشور شده است.

پورفلاح ادامه داد: از ابتدای امسال، سازمان توسعه تجارت، به افزایش تعداد رایزنان بازرگانی توجه ویژه داشته و در این مدت پیشرفت‌هایی در این زمینه انجام گرفته است، همچنین این سازمان قصد دارد تا پایان سال تعداد رایزنان بازرگانی را افزایش داده و امیدواریم این گسترش فعالیت‌ها، با همکاری بخش خصوصی و اتاق بازرگانی ایران باشد. نمایندگان اتاق‌های بازرگانی می‌توانند انتظارات خود از رایزنان بازرگانی را به‌طور شفاف بیان کنند و در راستای اهداف توسعه‌ای کشور نقش موثر و راهبردی داشته باشند.

▣ تقویت روابط دولت با اتاق‌های بازرگانی

پورفلاح افزایش مشارکت دولت با بخش خصوصی به‌ویژه اتاق‌های بازرگانی را یکی دیگر از مهم‌ترین کلیدهای باز شدن راه توسعه برای تجارت ایران معرفی کرد و توضیح داد: رابطه وزارت صنعت، معدن و تجارت باید با اتاق‌های بازرگانی مشترک تقویت شده و بهبود یابد. اتاق‌های بازرگانی مشترک، توانایی افزایش ظرفیت و بازارسازی را در کشورهای هدف دارند و می‌توانند زمینه‌های صادرات کالاهای ایرانی را بیشتر کنند. در سال‌های اخیر با تشدید تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران به‌ویژه در سال گذشته، درآمدهای نفتی ایران کاهش بسیار چشمگیری داشته و تنها درآمد صادراتی کشور، از صادرات غیرنفتی و تلاش بخش خصوصی برای نگه داشتن فعالیت‌های تجاری به‌دست آمد. با این وجود، دولت توجه چندانی به این تلاش‌ها ندارد و حتی در رسانه‌ها نیز اهمیت فعالیت‌های بازرگانی به‌طورکامل منعکس نشده است. وی ادامه داد: درآمدهای حاصل از صادرات غیرنفتی توانست کشور را روی پای خود نگه دارد و این دست فعالیت‌های تجاری، اقتصاد ایران را از پیشامد بحران‌های بیشتر مانند قطحی و کمبود مواد غذایی نجات داد، بنابراین، فعالیت نمایندگان اتاق‌های بازرگانی و به‌طورکلی تلاش بخش خصوصی برای نگه داشتن بازارهای تجاری، تاثیر بسزایی در شرایط فعلی کشور دارد، اما متاسفانه دولت نسبت به آن کم‌توجه است. این فعال تجاری خاطرنشان کرد: چندی پیش اتاق بازرگانی پیشنهاد برگزاری مراسم روز ملی صادرات توسط بخش خصوصی را به وزارت صنعت، معدن و تجارت ارائه کرد. آن‌طور که از شواهد پیدا است، این پیشنهاد موردقبول واقع نشده، اما امیدواریم در ارتباط با برگزاری مراسم‌های این‌چنینی، نهادهای دولتی به ظرفیت و اهمیت حضور فعالان بخش خصوصی بیشتر توجه داشته باشند.

آفات تغییرات روزانه قوانین

یحیی آل‌اسحاق، رئیس اتاق بازرگانی مشترک ایران و عراق در گفت‌وگو با صمت، نبود پایه‌های باثبات برای اقتصاد را یکی از دلایل توسعه‌نیافتگی صادرات غیرنفتی ایران عنوان کرد. او عقیده دارد: این مسئله منجر به شکل‌گیری مشکلات بیشتری در امور تجاری شده است. این فعال بازرگانی تصریح کرد: تجارت ایران با چالش‌های متعددی مواجه است و می‌توان موارد مختلفی را به‌عنوان موانع صادرکنندگان معرفی کرد، اما در این میان، مسائلی مانند نبود ثبات در قانون‌گذاری‌ها و همچنین تزلزل پایه‌های اقتصادی، از مهم‌ترین دست‌اندازهای صادرات محسوب می‌شوند. تغییر متعدد قوانین در واردات مواد اولیه و ماشین‌آلات موردنیاز خط‌های تولید، دگرگونی روزانه چارچوب‌های قانونی برای بخش تولید، تحولات اساسی در آیین‌نامه‌های مربوط به صادرات و واردات و سایر موارد حقوقی این‌چنینی، تجارت داخلی و خارجی ایران را به‌طور مکرر دستخوش تغییر قرار می‌دهد.

وی ادامه داد: تولید در بسترهای ناپایدار، دچار اختلال جدی شده و در نهایت کالاهای صادرات‌محور تولید نخواهند شد و به‌دلیل نبود مزیت رقابتی در این تولیدات، بازارهای صادراتی را از دست می‌دهیم. این اتفاق طی چند سال گذشته در تجارت داخلی و خارجی ایران رخ داده و از این‌رو مهم‌ترین مانع فعلی صادرات ایران، تغییرات مداوم قوانین است که دولت باید به آن توجه جدی داشته باشد.

این فعال بازرگانی خاطرنشان کرد: در اقتصاد بی‌ثبات نه‌تنها سرمایه‌های خارجی وارد کشور نخواهند شد، بلکه سرمایه‌گذاران داخلی نیز رغبتی برای وارد کردن منابع مالی خود به بخش‌های مختلف تولید و تجارت نخواهند داشت، بنابراین سرمایه که رکن اساسی توسعه است، از اقتصاد حذف شده و باید به این نکته نیز توجه کافی داشته باشیم.

▣ بسترهای تجارت با کشورهای منطقه

آل‌اسحاق در ادامه صحبت‌های خود، کمبود تجهیزات فنی و لجستیکی را یکی دیگر از عوامل محدود بودن صادرات غیرنفتی ایران معرفی کرد و توضیح داد: طی چند مدت اخیر، نگاه دولت بر افزایش روابط دیپلماتیک و تجاری با کشورهای همسایه و منطقه بوده است. به‌همین منظور، ایران در این مدت تفاهمنامه‌های تجاری متعددی با سایر کشورها منعقد و تلاش کرد تا روابط موثر تجاری خود را با اتحادیه‌های اقتصادی مختلف مانند اوراسیا و سازمان همکاری شانگهای گسترش دهد. این دست اقدامات را می‌توان مفید و موثر برشمرد، اما تا زمانی که زیرساخت‌ها و بسترهای مناسبی برای صادرات نداشته باشیم، تغییری در میزان تجارت ایران رخ نخواهد داد.

وی تصریح کرد: یکی از الزامات اساسی بهبود تجارت خارجی، زیرساخت‌های فنی و لجستیکی به‌ویژه در امر حمل‌ونقل است. برای انجام موفقیت‌آمیز هر فعالیت تجاری، مسئله لجستیک و مجموعه امور پشتیبانی در امر انتقال کالا از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از سویی دیگر، ایران بیشتر صادرات خود با کشورهای همسایه و منطقه را از مسیر زمینی انجام می‌دهد، از این‌رو این اهمیت در حمل‌ونقل زمینی و ریلی بیشتر است، اما متاسفانه ایران هنوز در زیرساخت‌های حمل‌ونقل زمینی و ریلی خود، ضعف‌های جدی دارد.

وی ادامه داد: ایران به‌دلیل قرارگیری در موقعیت جغرافیایی استراتژیک، نقطه مهمی برای اتصال سایر کشورهای منطقه به یکدیگر است، اما بنا بر وجود نقص‌های فنی در حوزه حمل‌ونقل، سایر کشورهای منطقه طی سال‌های اخیر جای ایران را در بحث ترانزیت بین‌المللی پر کرده‌اند و از این ظرفیت تجاری، نهایت بهره‌برداری را می‌کنند.

براساس آنچه گفته شد رفع نقایص زیرساخت‌های تجهیزاتی و حمل‌ونقل، از مهم‌ترین نکاتی است که باید در راستای افزایش تجارت جهانی به آن توجه داشته باشیم.

سخن پایانی

همان‌طور که در گزارش عنوان شد، به‌ثمر رسیدن فعالیت‌های بازرگانی و افزایش درآمدهای صادرات غیرنفتی، وابسته به ایجاد شرایط و بسترهای مناسب است و دولت باید به تمام این مسائل توجه داشته باشد. دولت بر بهبود روابط دیپلماتیک با کشورهای منطقه توجه دارد و معتقد است بازار این کشورها می‌تواند زمینه‌ساز کسب درآمدهای جدی برای ایران باشد.

اما فعالان تجاری نظر دیگری داشته و بر این باور هستند که ایران نه‌تنها در حال حاضر توانایی حضور جدی در بازارهای کشورهای همسایه را ندارد، بلکه تمرکز بر این کشورها راه توسعه را برای ایران مسدود می‌کند. آنها معتقد هستند علاوه بر بهبود روابط دیپلماتیک، ایران باید به تولید صادرات‌محور، بازارسازی، بازاریابی، ایجاد بسترهای لجستیکی برای ترانزیت و انتقال کالاها و سایر موارد این‌چنینی توجه داشته باشد.

به‌نظر می‌رسد بدون فراهم کردن الزامات مشخص و ضروری، ایران نمی‌تواند تنها با ایجاد روابط دیپلماتیک با تعداد محدودی از کشورهای منطقه، درآمدهای صادرات غیرنفتی خود را افزایش دهد.

به‌دنبال انعقاد قرارداد صادرات مرکبات مازندران به چین مطرح شد

کشاورزان پشت چراغ قرمز خیالی

کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir

محصولات کشاورزی ایران بعد از نفت و مشتقات آن، سهم قابل‌توجهی در صادرات و نقش مهمی در تجارت منطقه و کشورهای همسایه به‌ویژه امارات دارند. این در حالی است که با وجود سال‌ها مراودات تجاری در این حوزه، صادرات با روش سنتی و همراه با مشکلات عدیده انجام می‌شود که علاوه بر کاهش سود کشاورزان، درآمد ارزی کشور را نیز تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. این در حالی است که به‌گفته بسیاری از کارشناسان می‌توان با شناسایی مشکلات و ارائه راه‌حل‌ها، از مسیر بهره‌وری در این حوزه، نه‌تنها آورده اقتصادی را افزایش داد، بلکه فشار کمتری به منابع آبی کشور وارد کرد. در همین راستا، به‌تازگی محمود حسینی‌پورنوری، استاندار مازندران از انعقاد قرارداد یک میلیارد دلاری صادرات مرکبات مازندران به چین خبر داد. درنتیجه صادرکنندگان و کشاورزان مازندرانی با رعایت استانداردهای بسته‌بندی و توجه به کیفیت کالا برای صادرات مرکبات به چین آماده می‌شوند. با این همه، صادرات محصولات کشاورزی همچنان مشکلاتی دارد. صمت در این گزارش به مشکلات موجود در مسیر صادرات محصولات کشاورزی پرداخته است.



انعقاد تفاهمنامه صادرات مرکبات ایران به چین، فعلا در حد حرف مانده و هیچ کار عملی در این زمینه انجام نشده است

خبرهای خوب برای کشاورزان در راه است؟

در استان مازندران به‌عنوان دارنده رتبه نخست محصولات کشاورزی در خطه سبز شمال کشور، مرکبات پس از برنج، دومین محصول مهم اقتصادی و منبع درآمد کشاورزان به‌شمار می‌رود.

این استان در تولید انواع مرکبات در بین استان‌های کشور در جایگاه اول قرار دارد، به‌گونه‌ای که با برداشت سالانه ۳ میلیون تن مرکبات، بخشی از میوه زمستانی مردم ایران را تامین می‌کند. از سوی دیگر، پایش‌ها و بررسی‌ها حکایت از سالی پربار برای مرکبات مازندران دارد. با این حال، امسال بازار چین برای صادرات مرکبات مازندران به این کشور، چراغ سبز نشان داده و بازار هند که سال گذشته محموله‌های کیوی را برگشت زده بود، امسال دروازه‌های خود را به روی محصولات مازندرانی باز کرده است.

نرخ ۱۳۰ هزار تومانی هر کیلو مرکبات ایران در بازار چین، سورتینگ‌داران و تاجران مازندرانی را برآن داشته تا شانس خود را برای ورود به این بازار امتحان کنند. صادرات‌محور کردن محصولات کشاورزی مازندران دست‌کم در یک سال گذشته ترجیع‌بند اظهارات کارشناسان و مسئولان در سطوح گوناگون بوده و به همین دلیل در ماه‌های گذشته اصلاح و بازسازی باغ‌های مرکبات برای دستیابی به محصولی بازارپسند در آن‌سوی مرزها، در دستور کار قرار گرفت.

در کنار آن، تعداد سورتینگ‌ها و مراکز بسته‌بندی نیز از ۲۰۰ به ۸۰۰ واحد افزایش یافت تا زنجیره صادرات پس از باغ هم تکمیل شود. ظرفیت انبارداری محصولات کشاورزی مازندران هم بر همین مبنا از ۸۰۰ هزار تن با توسعه سردخانه‌ها به یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن رسید.

با این همه، با وجود موارد یادشده هنوز باغداران نگرانی‌هایی دارند و بسیاری از آنها از بی‌برنامگی برای صادرات مرکبات و روی دست ماندن محصول خود می‌نالند.

کمترین برنامه‌ریزی عملیاتی برای صادرات مرکبات

ارسلان قاسمی، رئیس کمیسیون کشاورزی و صنایع غذایی اتاق تعاون ایران درباره انعقاد تفاهمنامه صادرات مرکبات ایران به چین به صمت گفت: هنوز به‌طور رسمی قراردادی بین ایران و چین امضا نشده و متن موردتوافق، تنها یک پروتکل دولتی بین وزارت جهاد کشاورزی و طرف مقابل است. این پروتکل، یک سند زیرساختی درباره قرنطینه‌های گیاهی و شرایط صادرات محصولات به‌شمار می‌رود.

وی با اشاره به آمار صادرات پرتقال کشور اظهار کرد: براساس برنامه‌ریزی‌های انجام شده، امسال در کشور بیش از ۵ میلیون تن پرتقال تولید خواهد شد.

این در حالی است که بازار مصرف داخلی این محصول، حدود ۲.۵ میلیون تن است؛ درنتیجه باید برای صادرات حدود ۲ میلیون تن پرتقال برنامه‌ریزی کنیم. البته در ابتدای راه هستیم و باید منتظر بمانیم تا ببینیم نتیجه چه می‌شود.

رئیس کمیسیون کشاورزی و صنایع غذایی اتاق تعاون ایران ضمن تاکید بر توجه به بازار چین و سرمایه‌گذاری ویژه در این بازار هدف، افزود: براساس آمار گمرک، سال گذشته ۱۳۷ هزار و ۳۱۰ تن پرتقال از کشورمان به کشورهای گوناگون صادر شده که چین مقصد این آمار صادراتی نبوده است. این موضوع حاکی از آن است که زمینه صادرات مرکبات به چین، با ارسال پرتقال به سایر کشورها فراهم شده است. در اصل، مرکبات ایران با کسب نظر موافق کشورهای هدف، موفق به جذب بازار چین شده است.

عدم‌آشنایی با بازارهای بین‌المللی

قاسمی با انتقاد از نبود برنامه‌ریزی مناسب در زمینه صادرات محصولات کشاورزی، گفت: دو نوع برنامه وجود دارد؛ عملیاتی و کاغذی. درباره صادرات مرکبات و محصولات کشاورزی، ما کمترین برنامه‌ریزی عملیاتی را داریم.

برنامه‌ریزی برای صادرات بر عهده حاکمیت است تا پس از هماهنگی بین نهادها و مهیا شدن زیرساخت‌ها، تولیدکننده اقدام به صادرات کند.

وی درباره راهکاری برای بهبود وضعیت فعلی اظهار کرد: بهترین راهکار این است که مسئولان برای تصمیم‌گیری از نظرات کارشناسی فعالان بازار و کشاورزی استفاده کنند.

برخی از تصمیم‌گیران وزارت جهاد کشاورزی با بازارهای بین‌المللی هیچ‌گونه آشنایی ندارند و نمی‌دانند اگر در بازارهای بین‌المللی براساس اصول و رویه‌های جاری عمل نکنیم، بلافاصله در این بازارها، کشور دیگری جایگزین کشور ما می‌شود.

مشکل کجاست؟

قاسمی با اشاره به مشکلات موجود در مسیر صادرات محصولات کشاورزی، بیان کرد: یکی از مشکلات زیرساختی در حوزه صادرات، نبود کانتینر یخچال‌دار است که پس از ۴ سال پیگیری، روزنه‌ای برای واردات این کانتینرها ایجاد شد اما مشکل مهم دیگر ما در این زمینه، تحریم‌ها و دریافت هزینه کالای فروخته شده است.

وی درباره وضع عوارض بر صادرات ۷ محصول جالیزی از سوی وزارت جهاد کشاورزی گفت: قوانین مربوط به حوزه آب دست‌وپاگیر و قوانین مربوط به توسعه صادرات مانند تعهد ارزی، بسیار مشکل‌زا هستند. وزارت جهاد کشاورزی به بهانه اجرای قانون انتزاع، خلاف بسیاری از قوانین دیگر عمل می‌کند.

ماده ۲۴ و ۲۵ قانون بهبود مستمر فضای کسب‌وکار می‌گوید هر تصمیمی که به اقتصاد کشاورزی مربوط است، باید با نظر تشکل‌ها اتخاذ شود و زمان اجرای آن بین ۳ تا ۶ ماه بعد از اتخاذ تصمیم باشد، اما وزارت جهاد کشاورزی در یک سال اخیر که دوباره قانون انتزاع در اختیار این وزارتخانه قرار گرفته، این دست تصمیمات خودسرانه و خلق‌الساعه را اتخاذ کرده است.

قاسمی در ادامه درباره این تصمیم وزارت جهاد کشاورزی و ضرر و زیانی که ناشی از آن به کشاورزان وارد شده، توضیح داد: در حال‌حاضر که کشاورز محصولات را تولید کرده، این اقدام وزارت جهاد کشاورزی، گذاشتن دست کشاورز در پوست گردو است.



ماجرای کیوی‌های برگشت‌خورده

رئیس کمیسیون کشاورزی و صنایع غذایی اتاق تعاون ایران با اشاره به برگشت کیوی صادراتی ایران از هند، اظهار کرد: در ابتدا با قطعیت می‌گویم که محصولات کشاورزی تولید ایران، بسیار استاندارد است. سال گذشته حتی در توان هندی‌ها نبود کیوی ایرانی خریداری کنند و این محصول به کشورهای اروپایی و عربی صادر می‌شد.

البته برخی کیوی‌های دست دوم صادراتی ایران از طریق امارات به هند می‌رفت که در سال ۱۴۰۰ متاسفانه هندی‌ها، بخشی از کیوی‌های صادراتی ایرانی را برگشت زدند.

این موضوع به‌دلیل این بود که استانداردهای مربوط به کیوی در هند از کشور ما سخت‌گیرانه‌تر است و برخی کیوی‌های دست دوم صادراتی ایران از طریق امارات به هند رسیده بود که استاندارد لازمه هند را نداشتند و درنتیجه برگشت زده شدند.

> با وجود سال‌ها مراودات تجاری و صادرات محصولات کشاورزی، صادرات با روش سنتی و همراه با مشکلات عدیده انجام می‌شود که از یک‌سو تلفات را زیاد و سود را کم می‌کند و از سوی دیگر، درآمد ارزی کشور را کاهش می‌دهد

صادرات مرکبات به چین محقق می‌شود؟

عنایت‌الله بیابانی، قائم‌مقام خانه کشاورز در گفت‌وگو با صمت درباره انعقاد تفاهمنامه صادرات مرکبات ایران به چین گفت: این موضوع فعلا در مرحله حرف است.

قرار بر این است که به علت افزایش تولید، زمینه صادرات مرکبات به چین فراهم شود، اما هیچ کار عملی انجام نشده است.

متاسفانه گاه مسائلی بیان می‌شود که تنها زمینه‌ساز افزایش قیمت کالا در داخل و سیاست دلالی است که به ضرر مصرف‌کننده خواهد بود.

وی با اشاره به اینکه توجه به کیفیت محصولات تولیدی و بسته‌بندی استاندارد، اصلی انکارناپذیر برای توسعه صادرات است، افزود: لازمه اجرای صادرات مرکبات به چین، برنامه‌ریزی برای تولید، تامین نیاز داخل و میزان صادرات است.

از سویی باید تمامی زیرساخت‌های صادراتی برای ورود مرکبات به بازارهای هدف با همراهی اتاق بازرگانی، جهاد کشاورزی و تولیدکنندگان فراهم شود و از سوی دیگر، باید استانداردهایی را در نظر بگیریم و براساس آنها، کشاورزان و تولیدکنندگان را به سمت ایده‌آل‌های صادراتی موردنظر هدایت کنیم.

بر این اساس باید مدیریت تولید و توزیع میوه و مرکبات شکل بگیرد تا نهاده‌ها به نرخ مناسب به‌دست کشاورزان برسد و از تولید محصولات بی‌کیفیت و برگشت خوردن آنها از بازارهای صادراتی جلوگیری شود.

قائم‌مقام خانه کشاورز ضمن تاکید مجدد بر برنامه‌ریزی‌های لازم برای افزایش تولید، گفت: توجه به زمان برداشت، نخستین مولفه برای صادرات مرکبات باکیفیت به نقاط مختلف جهان است.

امسال وضعیت تولید مرکبات بسیار مطلوب است و در بخش مرکبات، مازاد تولید داریم. در کنار توجه به تولید مرکبات، تقویت همکاری‌های دوجانبه و چندجانبه بین مازندران با کشورهای منطقه از درگاه معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه، نه‌تنها به نفع این استان، بلکه به نفع کشورهای موردنظر خواهد بود، چراکه با تحقق همکاری‌های اقتصادی، تجاری و فرهنگی، توسعه این مناطق نیز شتاب می‌گیرد و عرضه مرکبات مازندران به بازارهای جدید صادراتی، از جمله این دستاوردهاست.

برنامه‌ریزی نداریم

بیابانی با بیان اینکه تعلل در شناسایی بازارهای هدف و بی‌برنامگی از مشکلات همیشگی است، افزود: بازارهای هدف صادراتی باید از قبل تعیین شود.

در حال‌حاضر که فقط حدود ۲ ماه به برداشت مرکبات مانده، زمان مناسبی برای این اقدام نیست. این در حالی است که برای برداشت مرکبات هنوز دیر نشده، اما اگر برنامه صادرات دیر اعلام شود به‌جز افزایش هزینه، آورده‌ای برای کشاورز نخواهد داشت. زیرساخت‌های حمل‌ونقل نیز باید برای اجرای این فرآیند فراهم شوند.

وی با اشاره به اینکه درباره صادرات محصول کیوی به نتایج خوبی دست پیدا کرده‌ایم، گفت: در حال‌حاضر کیوی به‌طور منظم به کشورهای اروپایی صادر می‌شود البته لازمه تداوم آن، در نظر گرفتن تمهیدات لازم مانند بسته‌بندی، وزن محصول و.... برای صادرات است.

از بازار عقب هستیم

قائم‌مقام خانه کشاورز با بیان اینکه ظرفیت این را داریم که به بزرگ‌ترین صادرکننده در بازار روسیه تبدیل شویم، افزود: این در حالی است که به‌صورت مقطعی به کشورهای اطراف صادرات داریم، اما برنامه ثابتی برای آن وجود ندارد.



با این همه، ایران ظرفیت ذخیره‌سازی و صادرات بالایی در حوزه مرکبات دارد، اما برای موفقیت در این مسیر باید سیاست‌ها لازم تعیین و حمایت‌های لازم انجام شود.

وی افزود: بنابراین برای موفقیت در این مسیر باید به چند سوال اساسی پاسخ داد؛ اینکه سیاست گمرکی ما و بسته‌بندی‌ها چگونه باشد؟ نیاز داخل چقدر است؟ بی‌توجهی به این مسائل منجر به آسیب‌دیدن تولیدکننده می‌شود.

سخن پایانی

این موضوع که فعالان حوزه کشاورزی، صادرات مرکبات به چین را تنها یک حرف می‌دانند و کشاورزان نیز از آینده محصولات مازاد خود نگران هستند با حرف‌های مسئولان و آمادگی بنادر و کشاورزانی که خودشان اعلام می‌کنند، در تناقض است. این بلاتکلیفی در حالی است که برداشت مرکبات مازندران با ارقام زودرس نارنگی از هفته آینده آغاز خواهد شد و باغداران در حال آماده شدن برای برداشت نارنگی‌های زودرس در سطح حدود ۱۱ هزار هکتار هستند؛ گویی مسئولان خبر از چراغ سبز چین می‌دهند و باغداران، پشت چراغ قرمزی خیالی ایستاده‌اند!

یادداشت

برندینگ، شاه کلید موفقیت در صادرات



پدرام جدی
فعال کشاورزی

ایران یکی از ۸ کشور مطرح در زمینه تولیدات مرکبات است و در این حوزه، حدود ۵.۴ میلیون تن در سال تولید داریم که مطلوب است. مرکبات تولیدی به درجه یک تا سه تقسیم می‌شوند که قاعدتا فقط محصولات درجه یک امکان صادرات را دارند. از لحاظ کیفی، تمام تولیدات ما قابلیت صادرات را ندارند. این در شرایطی است که بازار بین‌المللی مانند بازار داخلی نیست و در بازار صادرات باید اندازه میوه‌ها یکسان و در بسته‌بندی مشخصی باشد؛ نکته‌ای که تولیدکنندگان داخلی ما کمتر به آنها توجه می‌کنند.

تولیدکننده یا صادرکننده باید بستری را فراهم کند که ملاحظات مربوط به صادرات در آن رعایت شود. چین، هند و نیجریه، جزو تولیدکنندگان برتر جهان در تولید مرکبات هستند و باید به‌نوعی از نحوه کار و فعالیت آنها آموزش گرفت. در این میان، رایزن‌های اقتصادی باید اقدامات لازم برای صادرات را انجام دهند، چراکه تولیدکنندگان توانایی و شرایط لازم برای چنین ظرفیتی را ندارند. تولیدکننده نمی‌تواند کشورهای گوناگون را از لحاظ صادرات محصولات مختلف موردبررسی و ارزیابی قرار دهد. وزارتخانه‌های امور خارجه، جهادکشاورزی و صنعت، معدن و تجارت باید کارهای لازم را در زمینه صادرات محصولات کشاورزی را انجام دهند و بازارهای مختلف را شناسایی کنند. پس از آن، صادرکنندگان باید دست به کار شوند.

ایران در حوزه میوه، صادرکننده خوبی بوده و به کشورهایی مانند هند، روسیه و عراق صادرات دارد و برخی از محصولات ما، حتی به اروپا صادر می‌شود؛ بنابراین می‌توان گفت توان صادراتی لازم را داریم و همین حالا هم جزو صادرکنندگان خوب منطقه هستیم. اینکه صادرات مرکبات قابل‌توجه است، نکته‌ای است که باید به آن توجه کرد. به‌عنوان مثال، ارمنستان یکی از کشورهای واردکننده مرکبات است. این کشور همسایه ما است و رابطه سیاسی خوبی نیز با آن داریم. بنابراین می‌توان گفت که بسترهای صادراتی خوبی داریم و باید نهادهای ذی‌ربط به این مسئله ورود و شرایط را فراهم کنند. از سوی دیگر باید مزیت‌های خود را بشناسیم و نسبت به آن درست عمل کنیم. باید طعم، نوع و اندازه مرکبات خود را به‌خوبی معرفی کنیم و کار تبلیغی و رسانه‌ای درستی انجام دهیم. رقابت در بازارهای بین‌الملل بالاست و به این سادگی نمی‌توان هر بازاری را تحت‌اختیار قرار داد. با توجه به این موارد باید گفت متاسفانه طی سال‌های اخیر کار ویژه‌ای در این زمینه انجام‌نشده و ما عمده مرکبات تولیدی را در بازار داخل مصرف می‌کنیم.

حمل‌ونقل نیز موضوعی است که باید به آن توجه کرد، اما اولویت نیست، زیرا در تمام محصولات کشاورزی فراگیر است. پرتقال ماندگاری بیشتری نسبت به سایر محصولات مانند سبزیجات دارد. ما حتی نتوانستیم کشورهای اطراف مانند جمهوری آذربایجان، ارمنستان، عراق و سایر کشورهای اطراف خلیج‌فارس را در این زمینه تامین کنیم. این در حالی است که تولید مرکبات را در جنوب کشور یعنی هرمزگان، فارس، جنوب کرمان و بخشی از خوزستان نیز داریم. این مرکبات از لحاظ طعم و مزه متفاوت و بازارپسند هستند. اگر بخواهیم صادرات به کشورهای دور داشته باشیم باید از کامیون‌های یخچال‌دار استفاده کنیم، اما می‌توان با کامیون‌های معمولی به کشورهای اطراف صادرات داشت.

ضعف در بخش بازاریابی و برندینگ باعث‌شده در بخش صادرات عقب بمانیم. میزان صادرات مرکبات کشور، ۲۷۰ هزار تن است. این در حالی است که بسیاری از پرتقال‌ها در سردخانه نگهداری می‌شوند تا شب عید به بازار عرضه شوند. این پرتقال‌ها در سردخانه کیفیت خود را از دست می‌دهند. بحث بازاریابی و برندینگ باعث‌شده صادرات خوبی نداشته باشیم.

کشورهای گوناگون تولیداتی دارند و برای صادرات تلاش کنند. ما هم باید پابه‌پای آنها به رقابت بپردازیم و دیگر نمی‌توانیم محصولات را به‌صورت فله‌ای صادر کنیم. گفتنی است عمده کشورها ذائقه ایرانی‌ها را ندارند و همچنین باید بسته‌بندی مشخصی برای جلب توجه آنها داشته باشیم. صادرات باید به‌طور مستمر انجام شود و نمی‌توان برای یک سال این کار را انجام داد و بین آن وقفه ایجاد کرد، چراکه با این روند، بازار صادراتی‌مان را از دست می‌دهیم.

ظرفیت صادرات حوزه انرژی بررسی شد

تیر تحریم بر پیکره صادرات انرژی



محمد انوشه‌ئی: به‌دنبال جنگ اوکراین و تحریم واردات نفت روسیه از سوی امریکا و اروپا، خاورمیانه مهم‌ترین منبع جایگزین نفت روسیه محسوب می‌شد. پیش‌بینی کمبود عرضه نفت در غرب سبب شد رئیس‌جمهور امریکا طی سفری به عربستان، خواستار افزایش تولید نفت شود. آمارهای منتشرشده تا کنون نشان می‌دهد همراه با کاهش صادرات نفت روسیه به اروپا، شاهد افزایش صادرات نفت برخی کشورهای خاورمیانه هستیم. از سویی روسیه، اروپا را به‌خاطر تامین گاز طبیعی تحت فشار قرار می‌دهد و از سوی دیگر، اروپا برای تحریم نفت روسیه آماده می‌شود و در این میان، برخی نیز به‌دنبال کمک گرفتن از ایران هستند. البته برای تحقق آن باید میان تهران و واشنگتن توافقی انجام شود و تحریم‌های سخت اقتصادی علیه ایران که توانایی کشور را در صادرات انرژی محدود کرده، لغو شود. البته اگر همین فردا هم این توافق انجام شود، اجرایی کردن آن پیچیده خواهد بود و به‌احتمال‌زیاد چند ماه طول می‌کشد تا تحریم‌ها علیه ایران برداشته شوند. به‌باور برخی کارشناسان ممکن است تاثیر کوتاه‌مدت این مسئله بر بازار نفت در آرامش اذهان تاثیرگذار باشد، اما تامین تدارکات برای تسکین بازارهای جهانی به زمستان امسال نخواهد رسید. صمت در این گزارش، توان صادرات انرژی در دوران تحریم‌ها را بررسی کرده است.

ضرورت ارتباط غیررسمی بین فروشندگان نفت



بهروز محبی نجم‌آبادی، نماینده مجلس یازدهم و عضو کمیسیون برنامه و بودجه در رابطه با این موضوع به صمت می‌گوید: روسیه در شرایط تحریمی و فشار قرار گرفته و همین امر موجب شده که با نرخ نازل‌تری نفت خود را به‌فروش برساند، اما باید ارتباط غیررسمی بین فروشندگان نفت وجود داشته باشد. نجم‌آبادی در حالی از نازل بودن نرخ نفت سخن به‌میان آورده که کارشناسان امر بر این باور هستند روسیه به‌دلیل تکنولوژی بالایی که دارد، از فروش نفت خام متضرر نمی‌شود، زیرا هزینه تولید نفت و گاز در این کشور بسیار ناچیز است. نماینده مردم سبزوار با تاکید بر استفاده از ظرفیت‌های ونزوئلا و ارتباط با روسیه توضیح داد: باید از رابطه مثبت ایران و روسیه استفاده و هماهنگی و همراهی بین این ۲ کشور به‌وجود آید، زیرا براساس اطلاعات به‌دست‌آمده فروش نفت حتی با این نرخ نازل می‌تواند مشکلات متعددی را برای روسیه به‌همراه داشته باشد، همان‌طور که در کاهش صادرات نفت کشور هم موثر بوده است، همچنین با رایزنی‌ها و روابط دیپلماتیک خوبی که بین ایران و روسیه وجود دارد، باید هماهنگی‌هایی انجام بگیرد و از ظرفیت حوزه انرژی کشور ونزوئلا در این مسئله استفاده شود تا بتوانیم از این بحران عبور کنیم.

▣ درآمد حاصل از نفت کجا می‌رود؟

نماینده دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی در رابطه با این موضوع که درآمد حاصل از نفت به کجا می‌رود؟ به صمت گفت: ما به‌عنوان نمایندگان مردم از دولت درخواست کرده‌ایم تا درآمدهای نفتی شفاف‌سازی شوند، البته قرار بر آن است که در نیمه دوم امسال این شفاف‌سازی انجام بگیرد.

فروش نفت و میعانات گازی ما کمابیش از یک میلیون بشکه در روز عبور و فرصت خوبی را فراهم کرده تا بسیاری از فرصت هایی که در سال گذشته از دست رفته، تحقق پیدا کند.

بنابراین می‌توان شرایط فعلی را رو به بهبود ارزیابی کرد؛ چرا که هم صادرات غیرنفتی به‌صورت جدی در حال افزایش و هم رویکرد دولت سیزدهم در این زمینه متفاوت است.

وی در خاتمه اضافه کرد: دولت جدید نگاه متفاوتی به کشورهای منطقه دارد که موجب شناسایی ظرفیت‌های منطقه و ارتباطات مناسب با کشورهای همسایه نظیر ترکمنستان، عراق، پاکستان و ترکیه است. این موضوعات فرصت‌های مناسبی در اختیار کشور ما قرار می‌دهند که به‌طورحتم در نیمه دوم سال اجرایی و اوضاع بهتر و صادرات نفتی کشور وارد فاز تازه‌ای می‌شود.

ایران، جایگزین مناسب برای انتقال انرژی



حسن مرادی، کارشناس انرژی و استاد دانشگاه در رابطه با این موضوع به صمت می‌گوید: ایران و روسیه هر دو ظرفیت‌های بسیار خوبی در حوزه نفت، گاز و پتروشیمی دارند؛ خوشبختانه در این مدت نزدیک به ۴ میلیارد دلار قرارداد در بحث توسعه میدان‌ها و ۴۰ میلیارد دلار در حوزه احداث خطوط صادراتی گاز و واحدهای ال‌ان‌جی تفاهمنامه امضا شده است. اکنون شرایطی وجود دارد که ایران می‌تواند جایگزین مناسبی برای انتقال انرژی به کشور غربی باشد، اما نیازمند بررسی عواملی است که باید موردتوجه قرار گیرد؛ به‌عنوان مثال، حجم صادرات کشور چقدر است و آیا تکنولوژی و فناوری به‌نحوی هست که امکان صادرات وجود داشته باشد یا خیر؟ وی در ادامه افزود: در صورتی که تمام زیرساخت‌های موجود برای صادرات انرژی وجود داشته باشد، امکان جایگزینی نیز ممکن است. البته در این جایگزینی باید دید نظر طرف مقابل چیست و بندهای قرارداد را مورد بررسی قرار داد. اگرچه امریکا همواره چالش‌هایی با ایران داشته است، اما در صورت برداشته شدن تحریم‌ها، دلیلی ندارد مشکلی در این جایگزینی پیش بیاید، ضمن آنکه ایران یکی از کشورهایی است که از منابع طبیعی بالایی برخوردار است. این کارشناس در ادامه افزود: در نظر داشته باشیم که کشور از فناوری لازم برای صادرات انرژی برخوردار است، اما در بعضی از موارد، نیاز به مداخله بیشتری داریم تا بتوانیم در این راستا موفق عمل کنیم، به‌طوری که دقت و موشکافی بیشتری وجود داشته باشد و کارشناسان ما بررسی کنند که آیا می‌توانند به آن جامه عمل بپوشانند یا خیر؟ این نحو صادرات بستگی به مدیریت پروژه ها دارد. ابتدا باید بررسی شود که توان ما چقدر است و متخصصان خارجی چه انتظاراتی از ما دارند؟

▣ صادرات با دور زدن تحریم‌ها

مرادی بااشاره به اینکه در جای جای دنیا دور زدن تحریم‌ها امری مرسوم و برای درآمدزایی رویه‌ای معمول است، به صمت توضیح داد: در صورتی که ایران بخواهد چارچوب‌های تحریم‌ها را رعایت کند، نباید هیچ‌گونه صادراتی داشته باشد، اما کشور ما نیز مانند کشورهای دیگر با نادیده گرفتن تحریم‌ها می‌تواند اقداماتی را انجام دهد. همان‌طور که پیش از این اعلام شده نفت جمهوری اسلامی ایران از طریق کشور واسط در نفتکش‌های امریکایی ریخته شده است، البته کشورهای آسیای شرقی کشورهای مقصدی هستند که بیشترین خرید انرژی از ما را داشته‌اند.

سخن پایانی

پس از تصمیم اخیر گروه اوپک‌پلاس برای انجام بزرگ‌ترین کاهش تولید از سال ۲۰۲۰، میزان عرضه ممکن است محدودیت بیشتری پیدا کند. باوجود اینکه اوپک کاهش تولید به‌میزان ۲ میلیون بشکه در روز را تصویب کرده، اما کاهش واقعی تولید این گروه کمتر و حدود یک تا ۱.۱ میلیون بشکه در روز خواهد بود؛ زیرا بسیاری از تولیدکنندگان ماه‌ها است کمتر از سهمیه اختصاص‌یافته نفت تولید می‌کنند. توجه داشته باشیم که نفت مشکل واقعی اروپا نیست. روسیه مقادیر زیادی گاز طبیعی را از کشورهای اروپایی دریغ می‌کند. اگرچه ایران مقدار زیادی گاز طبیعی دارد، اما بیشتر آن را در داخل کشور از جمله برای مصرف خودروها صرف می‌کند، همچنین فاقد خطوط لوله برای ارسال گاز به اروپا و فاقد تاسیسات لازم برای مایع‌سازی گاز طبیعی است. ایران در کوتاه‌مدت صادرات نفتی بیشتری خواهد داشت، اما چیزی که اروپا در واقع به آن نیاز دارد، گاز است. ایران در حال حاضر نمی‌تواند چنین صادراتی داشته باشد و بعید است که ایران به این زودی‌ها بتواند بازار انرژی جهانی را متعادل کند. آنچه اروپا نیاز دارد، گاز است و هیچ راهی برای انتقال آن از ایران وجود ندارد. حداقل در بازه زمانی کنونی که تامین گاز برای زمستان اروپا اهمیت دارد، ایران نمی‌تواند کمکی به اروپا کند. گرچه کشورهای اروپایی نیز برای ایجاد منابع انرژی جایگزین تقلا می‌کنند،اما مقامات غربی همچنان اصرار دارند که مشکل انرژی این کشورها بر زمان‌بندی آنها برای رسیدن به توافق با ایران اثری ندارد.

سیاست و تحریم تنها مانع صادرات ایران نیستند. ایران زیرساخت‌های صادراتی ضعیفی دارد و فاقد خط لوله به اتحادیه اروپا است و در تولید گاز طبیعی مایع نیز با چالش‌های بزرگی روبه‌رو است. بازگرداندن نفت ایران به بازار بخشی از این کمبود را جبران و از کاهش بالقوه تولید روسیه جلوگیری می‌کند.

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم فرشته قربانی به وکالت از طرف خانم اکرم قربانی طبق وکالتنامه شماره ۱۸۴۲۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۶ به موجب درخواست وارده شماره ۱۱۴۷۰۱۴۰۵۲۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۹ با اعلام مفقود شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی به علت سهل انگاری با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی گواهی امضا،شده ذیل شماره ۱۷۵۵ و ۱۰۷۵۶ مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۶ دفترخانه ۱۲۷۷ تهران تقاضای صدور سند مالکیت المثنی سه دانگ مشاع از شش دانگ یک دستگاه آپارتمان مسکونی واقع در سمت جنوب غربی طبقه هشتم بلوک ۳ به مساحت (۱۱۰/۵۵) یکصد و ده متر و پنجاه و پنج دسیمتر مربع که (۴/۵) چهار متر و پنجاه دسیمتر مربع آن بالکن است به پلاک ثبتی ۲۱۱ فرعی از ۱۳۲۸ اصلی ، مفروز و مجزا شده از ۴ فرعی از اصلی مذکور ، قطعه یکصد و سی ام تفکیکی واقع در بخش ۱۰ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک زیبادشت تهران استان تهران به انضمام پارکینگ قطعه ۱۰۳ به مساحت ۱۱ واقع در شرق طبقه زیر زمین اول و یک باب انباری قطعه ۱۳۲ به مساحت ۶/۲ متر مربع واقع در مرکزی زیرزمین چهارم، را نموده است که ذیل شماره الکترونیکی ۱۳۹۵۲۰۳۰۱۱۴۷۰۱۲۲۶۶ املاک به نام خانم اکرم قربانی به میزان سه دانگ مشاع ثبت و سند مالکیت به‌شماره چاپی ۳۳۰۹۰۳ سری د سال ۹۴ صادر و تسلیم گردیده لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت آگهی می گردد تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده و نام وی در این اگهی قید نشده است و یا مدعی وجود اصل سند مالکیت نزد خود می باشد می بایست ظرف ۱۰ روز از تاریخ انتشار این اگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید که در صورت ارائه سند مالکیت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند به دارنده آن اعاده و از ادامه عملیات ثبتی جلوگیری به عمل خواهد آمد، بدیهی است در صورتیکه در مهلت مقرر اعتراضی واصل نگردد و یا اعتراض بدون سند مالکیت یا سند معامله تسلیم‌شود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را مطابق قانون و مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد نمود(شناسه آگهی : ۱۳۹۵۰۴۷)

۱۳۴۹۵/م الف — منوچهر کاظم اصلاتی - رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک زیبادشت تهران

آگهی فقدان سند مالکیت

ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۲۰ مترمربع قطعه ۱۲۲ تفکیکی به پلاک ثبتی ۱۴۹۹۳ فرعی از ۱۳۸ اصلی ، مفروز و مجزا شده از فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ ناحیه ۰۲ حوزه ثبت ملک خاوران تهران . مشخصات مالکیت: مالکیت مرادعلی/ کریمی فرزند جعفر علی شماره شناسنامه ۲ بعنوان مالک شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۵۹۸۲۷ تاریخ ۱۳۶۹/۰۴/۰۵ دفترخانه ۶۲ تهران سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۷۷۳۷۸۵ سری الف سال ۹۹ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۹۲۰۳۰۱۰۵۴۰۴۵۰۳۶ ثبت گردیده است. سپس نامبرده و با ارائه ۲ برگ استشهادیه شماره ۱۴۳۶۰ مورخ ۱۴۰۱/۶/۵ دفترخانه ۱۰۷۳ تهران و گواهی امضاء که بامضاء شهود رسیده است مدعی است که اصل سند مالکیت به جابجایی مفقود گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی ملک مذکور را نموده لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می‌شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هر گونه اعتراض این منطقه نسبت به صدورالمثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود(شناسه آگهی : ۱۳۹۵۰۴۸)

۱۳۴۹۶/م الف — گرجی زاده -رییس ثبت اسناد و املاک خاوران تهران

آگهی تسلیم سند مالکیت مورث

با توجه به اینکه سند مالکیت مقدارسه دانگ مشاع ازششدانگ یک قطعه زمین محصور نوع ملک طلق با کاربری به پلاک ثبتی ۵۸ فرعی از ۳۱۴۲ اصلی ، مفروز و مجزا شده از ۱ فرعی از اصلی مذکور ، قطعه ۱ تفکیکی واقع در بخش ۱۱ تهران به مساحت ۴۱۷ متر مربع ذیل ثبت ۱۴۲۱۴۲ صفحه ۲۰۱ دفتر ۴۵۸ به نام غلامرضا خنجری ثبت و به چاپی ۴۶۳۵۲۱ صادر شده و نامبرده به استناد دادنامه شماره ۱۴۰۱۹۱۲۹۰۰۰۱۳۶۲۸۲۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۱۲ شعبه ۱۰۶ مجتمع شماره ۳ شورای حل اختلاف تهران فوت نموده و وراث نامبرده به اسامی مریم خنجری و معصومه خنجری و حمید خنجری هندی چوب و مجید خنجری و محمد خنجری (فرزندان) می باشند نظر به اینکه خانم مریم خنجری تقاضای صدور سند مالکیت مشاعی نسبت به سهم الارث خود از پلاک مذکور را نموده و اعلام داشته که اصل سند مالکیت پلاک مذکور در اختیار آقای محمد خنجری (احد دیگر از ورثه) میباشد که از تسلیم آن خودداری مینماید براین اساس وفق تبصره ۳ ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت مراتب طی اخطار اداری به مشارالیها اخطار تا ظرف مدت ۱۰ روز اصل سند مالکیت را جهت اخبار ارائه نماید لیکن پاسخی واصل نگردیده وسوابق حکایتی از ارائه سند مالکیت ندارد لذا بدینوسیله وفق بخش دوم تبصره فوق الذکر مراتب یک نوبت آگهی و اخطار مینماید چنانچه دارنده و یا دارندگان سند مالکیت پلاک مذکور بدون مجوز قانونی ظرف مهلت ده روز از تاریخ انتشار این آگهی سند مورد مطالبه را تسلیم ننماید به نسبت سهم الارث متقاضیه سند مالکیت مشاعی صادر و تسلیم خواهد گردید. (شناسه آگهی : ۱۳۹۵۰۵۰)

۱۳۴۹۷/ م الف — مهدی شعبانی - رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک قلهک تهران

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۱۳۱۸ مورخ ۱۴۰۱/۷/۱۰ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقدسند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حسن صادق فلاح فرزند محمد علی بشماره شناسنامه ۳۷۹ صادره از تاکستان در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۱۷ مترمربع در قسمتی از پلاک ۱۲۳۵ فرعی از اصلی ۲ مفروز و مجزی شده از پلاک فرعی از اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالکین رسمی آقایان محمد تقی و محمد باقر زندیه محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. (شناسه آگهی : ۱۳۹۴۷۱۰)

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۷/۳۰ — تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۸/۱۵

۱۳۴۹۰/م الف — خداداد بشیری- رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران

آگهی مفقودی

برگ سبز سواری پروتون ویرا رنگ طوسی متالیک ۱۳ق۶۸۶ ایران ۴۱ و شماره شاسی PL1C97LNL5B032767 و شماره موتور 4G15PLP0432 مفقود گردیده و از اعتبار ساقط است.

خرم‌آباد

آخرین اخبار و تازه ترین تحلیل ها را در پایگاه خبری گسترش دنبال کنید
www.Gostaresh.news

تقویت بازارچه‌های مرزی، راهی برای توسعه تجارت

گروه استان‌ها
editor@smtnews.ir

هرقدر مقررات مربوط به واردات سختگیرانه‌تر باشد، فضای تجارت با مشکلات بیشتری مواجه خواهد شد. این نظر بسیاری از فعالان حوزه تجارت است که معتقدند وجود برخی تناقضات در اصلاحیه قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز با سایر بخش‌های قانون گمرک، بخش‌خصوصی را با چالش مواجه می‌کند. به باور این گروه، در این شرایط مسیر تجارت به‌سمت قاچاق منحرف خواهد شد. بنابراین هرچه فضای تجارت را بیشتر دستوری کنیم، هزینه‌های تجارت رسمی را بالاتر برده و در نتیجه قاچاق و ورود کالا از مبادی غیررسمی افزایش خواهد یافت.

از سوی دیگر، به گواه آمار، ۹۰ درصد کالاهای وارداتی در حال حاضر کالاهای مرتبط با تولید یا کالاهای واسطه‌ای است و تنها ۱۰ درصد آن کالاهای مصرفی هستند، بنابراین با سختگیرانه‌تر شدن شرایط تجارت، در واقع محیط کسب‌وکار نامناسب‌تر خواهد شد.

تجار ما از یک‌سو با تحریم‌های سختگیرانه روبه‌رو هستند و از طرفی قانون‌گذاری‌های متناقض در داخل دست آنها را بسته است. صمت در این گزارش ضمن بررسی سهم تجارت بازارچه‌های مرزی، به بررسی نظر کارشناسان درباره قوانین وارداتی پرداخته است.



به‌گواه آماردر حال حاضر، ۹۰ درصد کالاهای وارداتی کالاهای مرتبط با تولید یا کالاهای واسطه‌ای و تنها ۱۰ درصد آن کالاهای مصرفی هستند

فرصت سرمایه‌گذاری در مناطق مرزی

از بین ۳۱ استان کشور، ۱۶ استان مرزی محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، ایران با داشتن بیش از ۸۷۰۰ کیلومتر مرز خشکی و آبی با ۷ کشور عراق، آذربایجان، ارمنستان، ترکمنستان، پاکستان، افغانستان و ترکیه دارای مرز خشکی و با ۶ کشور روسیه و قزاقستان (در شمال)، کویت، قطر، امارات‌متحده‌عربی و بحرین (در جنوب) دارای مرز آبی است.

اوایل دهه ۷۰ شمسی و در سال‌های پس از جنگ تحمیلی، تحولات خاورمیانه، آسیای مرکزی و قفقاز در عین تهدید، فرصت‌های استثنایی را برای ایران به‌ارمغان آورده بود که فعال شدن تجارت مرزی یا دادوستد در دو سوی مرزها، شرایط را برای بازسازی مناطق تخریب‌شده از جنگ و نیز مناطق عقب‌مانده در دورافتاده‌ترین نقاط کشور مهیا می‌ساخت.

به این ترتیب، هنگامی که برای نخستین‌بار ایده تاسیس بازارچه‌های مرزی در ذهن مقامات و مسئولان وقت کشور شکل گرفت، علاوه بر حل مشکلات معیشتی مرزنشینان و رونق بخشیدن به اقتصاد مناطق دورافتاده مرزی، انتظار این بود که با گشایش و راه‌اندازی این بازارچه‌ها، بتوان در کنار تجارت رسمی و گسترده، برای کسب جایگاه برتر در بازارهای منطقه بیشترین بهره را برد. حال با گذشت حدود ۳ دهه این سوال مطرح است که اقتصاد ایران چقدر از این فرصت سود جسته و آیا بازارچه‌های مرزی با فراز و فرودهایش، انتظارات کلان کشور و مردم محروم این مناطق را برآورده کرده است؟

در واقع بازارچه مرزی محوطه‌ای محصور واقع در نقطه صفر مرزی و در جوار گمرکات است که انجام تشریفات ترخیص کالا طبق تفاهمنامه‌های منعقدشده بین ۲ کشور همجوار در این منطقه مجاز است. براساس قانون و توافقات انجام‌شده بین ۲ کشور همسایه، اهالی دوطرف مرز می‌توانند کالاها و محصولات موردنیاز خود را با رعایت مقررات صادرات و واردات و ضوابط مقرر برای دادوستد در بازارچه‌های مرزی عرضه کنند.

براساس تقسیم‌بندی‌های جغرافیایی، ایران دارای ۲۲ پایانه مرزی مسافری است که در این پایانه‌ها حدود ۵۰ پایانه مرزی کالا با همسایگان مستقر هستند.

بنابراین، بازارچه‌های مرزی، فرصت طلایی اقتصاد ایران به‌شمار می‌روند، اما به‌گفته بسیاری فعالان اقتصادی، تاکنون از این مزیت‌ها بهره مناسب برده نشده، چرا که براساس آمار، نیمی از بازارچه‌های مرزی کشور سهم قابل‌توجهی در صادرات ندارند. به‌گواه آمار، بازارچه‌های شیخ صله، جلفا، آبادان، صنم بلاغی، تورد‌وز، رازی ـ خوی، مهران، خرمشهر، گمشاد، ساری سو، جالق، سرو، سیرانبند و کنگ کمترین سهم را به‌لحاظ ارزشی در صادرات بازارچه‌های مرزی داشته‌اند. بدین‌ترتیب، از ۲۸ بازارچه مرکزی کشور، ۱۴ بازارچه به‌لحاظ ارزشی سهمی کمتر از یک درصد در صادرات دارند و باتوجه به این آمار، نیمی از بازارچه‌های مرزی کشور در حالت رکود یا تعطیلی کامل به‌لحاظ صادرات به‌سر می‌برند.

براساس ماده ۱۱ قانون مقررات صادرات و واردات مصوب ۱۳۷۲ به دولت اجازه داده شده که با رعایت مقررات مربوط به ایجاد بازارچه‌های مشترک مرزی در این مناطق اقدام کند و براساس قانون مبادلات مرزی مصوب ۱۳۷۱ نیز باید سالانه ۳ درصد از درآمد کل تجارت خارجی کشور از سوی دولت در مناطق مرزی با اولویت محرومیت سرمایه‌گذاری هزینه شود. بدون شک یکی از راه‌های رونق بخشیدن به مناطق مرزی، سرمایه‌گذاری روی بازارچه‌های مرزی است که به‌عقیده کارشناسان، دولت می‌تواند با اعطای مشوق‌های سرمایه‌گذاری و تجاری در راستای جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و فعالان اقتصادی در این مناطق گام بردارد.

به‌گفته کارشناسان، دولت باید علاوه بر اجرای این قانون و سرمایه‌گذاری در مناطق مرزی، مشوق‌های لازم از نظر صادرات و بازرگانی، اعمال معافیت‌های گمرگی، مسافت کمتر تا بازارهای هدف و ارزان بودن زمین و خدمات، نقاط بسیار مطلوب برای سرمایه‌گذاری را در نظر بگیرد که تاکنون این مهم چندان موردتوجه دولتمردان قرار نگرفته است.

با این همه، این واقعیتی انکارناپذیر است که مناطق مرزی کشور باتوجه به ظرفیت‌های بالا از نظر صادرات و بازرگانی، مسافت کم تا بازارهای هدف و ارزان بودن زمین و خدمات، نقاط بسیار مطلوبی برای سرمایه‌گذاری محسوب می‌شوند که تاکنون بهره لازم از این فرصت اقتصادی برده نشده است. علاوه بر اینکه، رونق اقتصادی در مناطق مرزی و بالا رفتن کیفیت زندگی در این مناطق از جمله استان‌های سیستان و بلوچستان، کردستان، کرمانشاه و آذربایجان‌غربی تاثیر مستقیم و بسیار زیادی روی امنیت مرزهای این مناطق خواهد داشت.

هنگامی که ایده تاسیس بازارچه‌های مرزی شکل گرفت، انتظار این بود که با گشایش و راه‌اندازی این بازارچه‌ها، بتوان در کنار تجارت رسمی و گسترده، برای کسب جایگاه برتر در بازارهای منطقه گامی اساسی برداشت

سهم بازارچه‌های مرزی در تجارت

سخنگوی پیشین گمرک با بیان اینکه در بازارچه‌های مرزی باید طرحی نو داشته باشیم، گفت: آمار تجارت فعلی شایسته این محدوده‌ها نیست.

روح‌الله لطیفی، در یک برنامه تلویزیونی درباره ارزیابی بازارچه‌های مرزی فعال، اظهار کرد: خود مرزنشینان می‌توانند در توسعه بازارچه مرزی کمک کنند؛ اما به این دلیل که فقط فرآیند تجاری در برخی از بازارچه‌ها، حوزه واردات و صادرات را دنبال می‌کنند، برای افراددیگر قابل استفاده است و عملا مرزنشینان نفعی از این موضوع نمی برند.

وی افزود: بازارچه‌های مرزی به‌دلیل اینکه مسیر قرمز هستند باید در گمرکات دیگر مستقر شوند.

این کارشناس اقتصادی تاکید کرد: کشور ما در مسیر مکانیزاسیون گمرک است و بخشی از گمرکات ما در مسیر توسعه بوده و بخشدیگر هنوز مستقر نشده است که این موضوع جزو برنامه‌های دولت سیزدهم و گمرک است.

در حال حاضر حدود ۳۰ ایکس‌ری در حال افزوده‌شدن به گمرکات کشور است، بنابراین هر یک از گمرکاتی که فعالیت بیشتری داشته باشند، در اولویت خواهند بود.

وی گفت: فعال‌سازی و فراهم‌شدن زیرساخت‌ها در بازارچه‌های مرزی طبق قانون برعهده وزارت کشور است و امیدواریم استانداری‌ها و وزارت کشور نگاه ویژه‌ای به بازارچه‌های مرزی داشته باشند.

وضع قوانین سختگیرانه، جوابگو نیست

احمد آتش‌هوش، عضو کمیسیون حقوقی و حمایت‌های قضایی و مقرراتی اتاق ایران معتقد است: گاهی قانون‌گذار تصور می‌کند هرقدر مجازات‌ها سنگین‌تر باشند، قانون بهتر اجرا خواهد شد، این در حالی است که تجربه نشان داده، تشدید مجازات ما را به‌نتیجه نمی‌رساند. متاسفانه در اصلاح قانون، برخی اقدامات هرچند برحسب بی‌اطلاعی انجام شوند، جرم‌انگاری شده‌اند، بنابراین ضروری است گمرک و اتاق ایران با همکاری یکدیگر جلسات آموزشی برای تجار برگزار کنند تا افراد، ناآگاهانه مرتکب جرم نشده و به‌دردسر نیفتند. به‌گفته این فعال تجاری، در دنیا کالاهای قاچاق انگشت‌شمار هستند، اما در ایران بیش از هزاران ردیف کالایی، کالای قاچاق محسوب می‌شوند. واقعیت این است تا هزینه واردات رسمی گران‌تر از هزینه واردات غیررسمی تعریف شود، تلاش برای مبارزه با قاچاق به جایی نخواهد رسید.

احمد آتش‌هوش ضمن بیان این مطلب افزود: در حال حاضر، عمده مشکل به تعرفه‌هایی بازمی‌گردد که به‌نام حمایت از تولید وضع شده‌اند. می‌خواهند با وضع تعرفه، جلوی واردات را بگیرند، در حالی که راه حمایت از تولید جلوگیری از واردات نیست، بلکه ایجاد رقابت سالم، ارتقای کیفیت و افزایش بهره‌وری است. عضو کمیسیون حقوقی و حمایت‌های قضایی و مقرراتی اتاق ایران با بیان اینکه براساس قانون، گمرک مجری قوانین است، گفت: گاهی با ابلاغ قوانین سختگیرانه، ورود کالا را از مسیر رسمی منحرف کرده و به‌سمت مبادی غیررسمی هدایت می‌کنیم. این در حالی است که قوانین باید آنقدر سهلگیرانه باشد که کالا از مبادی رسمی وارد شود، اما متاسفانه قوانین واردات سختگیرانه و قاچاق به‌صرفه شده است.

سخن پایانی

امروزه اقتصاددانان از تجارت همچون موتور محرکه‌ای برای توسعه یاد می‌کنند، از این‌رو تاسیس و ایجاد بازارچه‌های مرزی به‌عنوان راهکاری مطلوب برای رفع شکاف مناطق مرکزی و مرزی و برون‌رفت از بحران‌های اقتصادی و اجتماعی کنونی مرزنشینان مورداستقبال بسیاری از برنامه‌ریزان توسعه قرار گرفته است. در حقیقت بازارچه‌های مرزی می‌توانند نقش بسیار مهمی در معیشت مرزنشینان دوطرف و توسعه صادرات داشته باشند، بنابراین برای توسعه تجارت، لازم است حمایت از بازارچه‌های مرزی را با جدیت دنبال کنیم.

زعفران ایران به ۶۵ کشور دنیا صادر می‌شود

نایب رئیس انجمن زعفرانکاران خراسان‌جنوبی از صادرات زعفران به بیش از ۶۵ کشور دنیا خبر داد. علی حسینی در برنامه روی خط بازار رادیو اقتصاد افزود: ایران تولیدکننده مرغوب‌ترین زعفران جهان به‌شمار می‌رود و متقاضیان زیادی از سراسر دنیا خواهان این محصول استراتژیک هستند. وی همچنین اظهار کرد: نام ایران در بازارهای جهانی با نام «زعفران» گره خورده و کمتر کشوری وجود دارد که در آمار کالاهای وارداتی خود نامی از زعفران ایرانی نداشته باشد. نایب رئیس انجمن زعفرانکاران خراسان‌جنوبی با بیان اینکه ایران بر بام تولیدکنندگان زعفران دنیا ایستاده است، گفت: کشت زعفران در ایران بیش از ۳ هزار سال سابقه دارد. وی در ادامه، با بیان اینکه استخراج ترکیبات زعفران منجر به درآمدزایی و سودآوری بالا در کشور خواهد شد، افزود: با استخراج ترکیبات اصلی زعفران می‌توان بخش عظیمی از صنایع وابسته به این ترکیبات ارزشمند را در دنیا تامین و ارزش‌افزوده بسیار زیادی نصیب مملکت کرد. حسینی اضافه کرد: مشتقات زعفران، امروز در صنایع مختلف مثل داروسازی، فرآورده‌های غذایی، آشامیدنی، آرایشی و بسیاری موارد دیگر، کاربردهای فراوانی دارد. وی در بخش دیگری از سخنان خود درباره خبری مبنی بر ارسال ۲۰۰ تن محصول خام زعفران ایران به مقصد قطر برای فرآوری گفت: پس از انعقاد بزرگ‌ترین قرارداد تجاری در حوزه زعفران بین ایران و قطر، برای انتقال و فرآوری ۲۰۰ تن زعفران با ارزش اولیه ۳۰۰ میلیون دلار، نخستین محموله از این قرارداد بارگیری و برای فرآوری به این کشور ارسال شده است. نایب رئیس انجمن زعفرانکاران استان خراسان‌جنوبی افزود: به‌نظر نمی‌رسد، پشت این قضیه، برنامه درستی باشد، چون ایران خود بر بام تولیدکنندگان زعفران دنیا ایستاده و دلیلی ندارد که این حجم محصول زعفران به یک کشور دیگر برای فرآوری انتقال یابد؛ بی‌تردید یک جای قضیه لنگ می‌زند. وی همچنین اظهار کرد: دست‌اندرکاران این قضیه باید به‌صورت دقیق و شفاف توضیح دهند که منظور آنان از فرآوری زعفران ایران در قطر چیست؟ حسینی اضافه کرد: کجای انتقال ۲۰۰ تن زعفران خام از ایران به مقصد قطر برای فرآوری با فرمایشات رهبر معظم انقلاب درباره خام‌فروشی مطابقت دارد.

نایب رئیس انجمن زعفرانکاران خراسان‌جنوبی یادآور شد: در حال حاضر ظرفیت جذب ۱۰۰۰ تن زعفران در کشور فراهم شده و سوال این است که آیا در چنین شرایطی انتقال ۲۰۰ تن زعفران خام ایران به کشوری دیگر برای فرآوری به صلاح است؟!

آمار صادرات ۵ ماه خراسان‌رضوی

داده‌های گمرک کشور نشان می‌دهد هرچند میزان صادرات استان کاهش و حجم واردات آن افزایش یافته، اما ارزش تناژی کالاهای صادراتی در مقابل کالاهای وارداتی از نکات مثبت کارنامه تجارت خارجی استان است. به‌گزارش گمرک کشور، داده‌های ۵ماهه صادرات و واردات کشور منتشر شد که براساس آن، وضعیت تجارت خارجی استان از طریق ۵ مرکز گمرکی مشخص شده است.

این داده‌ها نشان می‌دهد مجموع صادرات انجام‌گرفته از درگاه‌های گمرکی استان در این مدت معادل ۴۵۳ میلیون دلار بوده و به‌لحاظ وزنی حدود ۸۲۰ هزار تن کالا در این مدت از مرزهای استان صادر شده است. مجموع واردات استان در ۵ماهه نخست امسال نیز براساس داده‌های گمرک کشور معادل ۲۴۹ میلیون دلار و به‌لحاظ وزنی حدود ۱۲۷ هزار تن و به‌این‌ترتیب، تراز تجاری استان در ۵ماهه نخست امسال حدود ۲۰۴ میلیون دلار بوده است، اما مقایسه کارنامه تجاری استان در ۵ماهه نخست امسال با مدت مشابه سال گذشته نشان می‌دهد در حوزه صادرات، حجم کل صادرات استان از حدود ۵۷۱ میلیون دلار به ۴۵۳ میلیون دلار یعنی ۲۶ درصد کاهش پیدا کرده است. به‌لحاظ وزنی نیز بیش از ۴۱۶ تن از صادرات استان در این مدت کاهش پیدا کرده که دلیل اصلی آن کاهش صادرات به مقصد افغانستان است. آمارها نشان می‌دهد حجم صادرات به مقصد افغانستان در ۵ماهه نخست امسال، حدود ۱۷۲ میلیون دلار بوده، در حالی که در مدت مشابه سال گذشته صادرات به مقصد افغانستان بیش از ۲۷۱ میلیون دلار بوده است. به‌این‌ترتیب، در ۵ماهه امسال صادرات به افغانستان حدود ۱۰۰ میلیون دلار کاهش پیدا کرده که دلیل اصلی آن تغییرات سیاسی و روی کار آمدن دولت جدید در افغانستان و بر هم خوردن برخی تعاملات تجاری به‌ویژه در حوزه مرزی است.

چهره

درآمدزایی از میادین غرب کارون



به‌گفته معاون وزیر نفت، تولید روزانه میادین مشترک غرب کارون به ۵۷۰ هزار بشکه رسیده است.

محسن خجسته‌مهر در همایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری در تامین خدمات شناوری موردنیاز نفت گفت: روزانه ۴ تا ۵ هزار یورو روزانه برای این شناورها پرداخت می‌شود که به‌معنای خروج ۲۰۰ میلیون یورو ارز کشور است. سرمایه‌گذاری یک میلیارد یورو برای ساخت ۱۰۰ شناور پیش‌بینی شده است و هر شناور برای ۴۰ نفر اشتغالزایی ایجاد می‌کند که به‌معنای ۴هزار نفر شغل مستقیم و ۱۲هزار نفر شغل غیرمستقیم است.

به‌گزارش صمت، خجسته‌مهر تاکید کرد: رشد اقتصادی هر کشور در گرو سرمایه‌گذاری است و مهم‌ترین اهرم پیشرفت رشد اقتصادی ایران در صنعت نفت نهفته است. وی افزود: مقدورات و ظرفیت‌های خوبی در کشور داریم، زمانی که توان داشته باشیم و از آن استفاده نکنیم، مورد انتقاد قرار می‌گیریم. زمانی که توان ما نامحدود است، باید آن را به فعل برسانیم و در این راه نیازمند ابزار هستیم.

خجسته‌مهر بااشاره به اینکه سرمایه‌گذاری در صنعت نفت ویژگی‌هایی دارد، ادامه داد: طرح‌های صنعت نفت درآمدزا و زمانبر است و توجیه اقتصادی طولانی‌مدت دارد. طرح‌های نفتی ایران بیش از ۱۱۰ سال است که موردبهره‌برداری قرار می‌گیرد و تمام زنجیره فعالیت‌ها تا زمانی که منابع زیرزمینی را داریم، ادامه خواهد داشت.

وی اضافه کرد: طرح‌های صنعت نفت، دارای یک اشتغال پایدار است و می‌تواند مولد باشد. اجرای این طرح‌ها، نیازمند همراهی است که در رأس آن مردمی‌کردن اقتصاد کشور قرار دارد. با روی کار آمدن دولت سیزدهم، اقدامات مهمی را آغاز کردیم تا اقتصاد مردمی شود. باید مردمی‌کردن اقتصاد را به بلوغ خود برسانیم و با فراهم‌کردن قوانین و تسهیلات، بخش خصوصی وارد میدان شود.

وی به استفاده از توان سایر بخش‌ها در توسعه میادین نفت و گاز و استفاده از توان شرکت‌های دانش‌بنیان در صنعت نفت اشاره کرد و گفت: شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند در بخش صنعتی وارد عمل شوند.

موانع توسعه آزادگان‌جنوبی در دولت سیزدهم برداشته شد و از سال گذشته تا کنون، ۲۰ حلقه چاه جدید در این میدان حفاری شده و ۷۰ درصد دکل حفاری را افزایش داده‌ایم.

معاون وزیر نفت افزود: تولید روزانه میادین مشترک غرب کارون به ۵۷۰ هزار بشکه رسیده است؛ تمام مطالعات بین‌المللی گذشته را به‌کار گرفتیم و مشخص شد برای توسعه این میدان ۷ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نیاز است. باتوجه به حجم بالای سرمایه، تصمیم بر این شد تا ۲.۵ میلیارد، آورده اولیه باشد و با تولید زودهنگام، مابقی سرمایه موردنیاز تامین خواهد شد؛ با اجرای این طرح ۲۳ هزار نفر شغل ایجاد خواهد شد.

خجسته‌مهر عنوان کرد: ۶ بانک و ۶ شرکت اکتشاف و تولید در این طرح وارد شدند که شرکت دشت آزادگان اروند در منطقه آزاد اروند تاسیس شده و به همین منظور در حال اخذ مجوز از بانک مرکزی هستیم.

معاون وزیر نفت به حضور شرکت‌های بزرگ پتروشیمی در طرح‌های بالادست نفتی برای تضمین خوراک موردنیاز اشاره کرد و افزود: بخشی از سرمایه‌گذاری انجام و تفاهمنامه‌هایی نیز امضا شده است. در دانش‌بنیان شدن بالادست صنعت نفت دچار عقب‌ماندگی هستیم و باید در شرکت ملی نفت تشخیص دهیم که این شرکت‌ها توانایی چه کاری را دارند.

وی افزود: در حال حاضر ۱۰۰ شناور خارجی موجود است و همه آن ها خارجی هستند. همچنین ۵۰ درصد کارکنان آن ها نیز خارجی می باشند. به‌عبارتی، درآمد سالانه و ارزش قرارداد این شناورها چقدر است؟ ایران که توان ساخت ناوهای جنگی را دارد، آیا نمی‌تواند شناورهای پشتیبانی را بسازد؟

وی ادامه داد: باید زنجیره بانکرینگ را توسعه دهیم تا کشتی‌های عبوری به‌جای فجیره به قشم بیایند.

یادداشت

صادرات رمز توسعه



رضا شهرستانی، عضو هیات مدیره انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران

صنعت فولاد در رده صنایعی است که تاکنون به‌خوبی و براساس برنامه‌های توسعه‌ای کشور پیشرفت کرده و ظرفیت‌سازی مناسبی در این صنعت ایجاد شده است. براساس سند چشم‌انداز توسعه کشور در افق ۱۴۰۴، تولید ۵۵ میلیون تن فولاد هدف‌گذاری شده و در طول سال‌های گذشته نیز سرمایه قابل‌توجهی به این زنجیره جذب شده است.

ظرفیت تولید فولاد کشور در حال حاضر، افزون بر ۴۰ میلیون تن برآورد می‌شود، با این وجود، میزان تولید فولاد در این زنجیره به‌مراتب کمتر است. تولید فولاد براساس ظرفیت‌سازی‌های انجام‌شده در این صنعت به الزاماتی نیاز دارد که از جمله این الزامات می‌توان به تامین مواد اولیه، تامین انرژی موردنیاز صنایع و همچنین توسعه زیرساخت‌ها اشاره کرد.

تولید در یک صنعت در کنار سایر صنایع معنا می‌یابد؛ بنابراین می‌توان این‌طور ادعا کرد که رشد همگون زنجیره فولاد لازمه توسعه فولادسازی در کشور است. با این وجود، صنعت فولاد ما در موقعیت کنونی از کمبود مواد اولیه رنج می‌برند. این محدودیت از توسعه نیافتن حلقه‌های ابتدایی این زنجیره نشأت می‌گیرد. در واقع فعالیت‌های اکتشافی و استخراجی در حلقه‌های ابتدایی زنجیره فولاد، همپای فولادسازی توسعه نیافته‌اند که این موضوع در آینده چالش‌زا خواهد بود. کمبود انرژی نیز در ۲ سال گذشته به چالشی جدی برای فعالان این زنجیره بدل شده است. این کمبود حکایت از آن دارد که صنعت برق کشور به‌قدر کافی توسعه نیافته است. این‌گونه چالش‌ها مسیر توسعه صنایع را با چالش روبه‌رو خواهد کرد.

در ادامه از صادرات باید به‌عنوان الزام جدی دیگری در مسیر توسعه صادرات فولاد ایران نام برد. حضور در بازار جهانی و برقراری تعاملی سازنده با جهان، مسیر تولید فولاد را تسهیل می‌کند. فولاد ایران در طول سال‌های گذشته توانسته از اقبال خوبی در بازارهای جهانی برخوردار شود؛ هرچند تحریم‌ها همچون مانعی در مسیر صادرات کشور واقع شده‌اند.

چنانچه امکان بهره‌مندی از این فرصت فراهم باشد می‌توان با تکیه بر آن، زمینه توسعه صنایع فولاد کشور را فراهم کرد. به‌علاوه آنکه ارز حاصل از صادرات در داخل کشور عرضه خواهد شد و گامی مثبت در بهبود شرایط اقتصادی برداشته می‌شود. در همین حال باید تاکید کرد که توسعه ظرفیت‌های فولادی کشور به‌منزله ایجاد موقعیت‌های شغلی گوناگون در منطقه است و در مجموع به نفع اقتصاد کشور خواهد بود.

با این وجود در موارد متعددی شاهد اخذ سیاست‌های ضدصادراتی از سوی مسئولان و سیاست‌گذاران هستیم که از جمله این سیاست‌های اشتباه می‌توان به وضع عوارض صادراتی روی محصولات گوناگون صنایع معدنی ازجمله فولاد در ماه‌های ابتدایی امسال اشاره کرد. اجرای این سیاست در یک بازه زمانی ۲ ماهه و در دوران اوج قیمت جهانی فولاد، منجر به از دست رفتن بخشی از بازار صادراتی ایران شد.

در ادامه باید تاکید کرد که جانمایی صنایع فولادی کشور نیز تاثیر بسزایی بر موقعیت صادراتی این صنایع دارد. متاسفانه برخی واحدهای فولادی کشور به اشتباه و با اصرارهای سیاسی یا تحت‌فشار نمایندگان مجلس شورای اسلامی در مناطقی که ظرفیت و امکانات لازم را ندارند، احداث شده‌اند، چراکه به این واحدها به چشم موقعیتی برای اشتغالزایی و توسعه منطقه‌ای نگاه می‌شود.

با این وجود، انتظار می‌رود سایر طرح‌های توسعه صنعت فولاد در مناطق جنوبی کشور و در نزدیکی آب‌های آزاد احداث شود، تا از یک‌سو تامین آب موردنیاز برای این واحدها راحت‌تر باشد و از سوی دیگر، صادرات محصولات تولیدشده در آنها نیز راحت‌تر و با هزینه کمتر انجام شود.

در همین حال، انتظار می‌رود برای تداوم تولید و رشد صنعت فولاد و همچنین تسهیل فروش این محصولات در بازارهای جهانی، توسعه زیرساخت‌ها در حوزه‌های مختلف ازجمله حمل‌ونقل ریلی در دستور کار سیاست‌گذاران قرار گیرد. حمل‌ونقل یکی از فاکتورهای اثرگذار بر نرخ تمام‌شده تولید یک محصول به‌شمار می‌رود و می‌تواند به رقابت‌پذیری هرچه بیشتر یک محصول در بازار جهانی منتهی شود.

در گفت‌وگو با فعالان صنایع معدنی مطرح شد

صادرات، راهکاری برای رسیدن به درآمد پایدار

مرضیه احقاقی
editor@smtnews.ir

صادرات غیرنفتی یکی از شاخصه‌های اثرگذار بر تولید ناخالص داخلی است. با این وجود در طول دهه‌های گذشته به‌واسطه وابستگی اقتصاد به نفت، صادرات غیرنفتی از اولویت دولت و سیاست‌گذاران خارج شده است. این در حالی است که رشد صادرات در حوزه‌های گوناگون، یکی از ضروریات برای گذار به یک اقتصاد سالم و با درآمدهای پایدار است. ظرفیت‌های حوزه معدن و صنایع معدنی، از مهم‌ترین ظرفیت‌های کشور برای ارتقای صادرات غیرنفتی به‌شمار می‌روند. این ظرفیت‌ها به‌ویژه در طول سال‌های گذشته و با محدودیت‌های موجود در مسیر فروش نفت ایران، بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گرفته‌اند. در ادامه باید تاکید کرد که در میان ظرفیت‌های بخش معدن و صنایع وابسته به آن، زنجیره فولاد توانسته نقش اثرگذارتری را در توسعه صادرات بر عهده بگیرد. البته صنعت فولاد در ایران با هدف صادرات، توسعه یافته است. در چنین شرایطی، فروش این محصول استراتژیک به بازارهای جهانی، علاوه بر تاثیری که در رشد درآمدهای ارزی کشور و بهبود تولید ناخالص داخلی دارد، عملا حیات بخش بزرگی از ظرفیت‌های ایجادشده در این صنعت را ممکن می‌کند. با این وجود به اعتقاد فعالان بخش معدن و صنایع معدنی، سیاست‌گذاران با علم به اهمیت صادرات فولاد، همچنان موانع جدی در مسیر فعالیت و تجارت این صنعت می‌تراشند.



عکس: صمت

در شرایط فعلی که تحریم‌های خارجی، فروش نفت ایران دربازارهای جهانی را به‌شدت محدود کرده، می‌توان با تکیه بر صادرات غیرنفتی، به‌ویژه در حوزه معدن و صنایع معدنی که جزو بخش‌های مزیت‌دار کشور هستند، کمبود ارز ناشی از کاهش صادرات نفتی را جبران کرد

صادرات غیرنفتی یکی از شاخص‌های اثرگذار بر تولید ناخالص داخلی است. با این وجود به‌واسطه وابستگی اقتصاد ما به نفت، صادرات غیرنفتی از اولویت دولت و سیاست‌گذاران خارج شده است

رقابت‌پذیری، رمز موفقیت در بازار صادراتی



مجید سعیدیان، فعال صنعت فولاد در گفت‌وگو با صمت اظهار کرد: زنجیره فولاد ایران با تکیه بر ذخایر انرژی و منابع معدنی، توسعه یافته است. تولید فولاد در افق چشم‌انداز توسعه کشور در سال ۱۴۰۴، برابر ۵۵ میلیون تن هدف‌گذاری شده است. بر همین اساس نیز در طول دهه‌های اخیر، سرمایه قابل‌توجهی به صنعت فولاد کشور جذب و ظرفیت قابل‌توجهی از این صنعت در کشور نصب شده است.

وی افزود: با این وجود، میزان مصرف فولاد در کشور ما به مراتب پایین‌تر از نیاز کشور به فولاد و محصولات فولادی برآورد می‌شود؛ بنابراین صادرات و فروش محصولات تولیدشده در زنجیره فولاد به بازارهای جهانی، تنها راه تداوم تولید در این زنجیره استراتژیک و همچنین حفظ موقعیت‌های شغلی ایجادشده به‌واسطه آن است.

سعیدیان گفت: بی‌توجهی مسئولان به صادرات و اهمیت تداوم آن، به‌منزله خالی ماندن ظرفیت‌های فولادی کشور است. تولید با ظرفیت پایین به‌منزله افزایش هزینه‌های تولید و افت بهره‌وری در صنایع است. تداوم این شرایط به توقف تولید در صنایع گوناگون و همچنین تعدیل نیروی انسانی منجر می‌شود؛ یعنی سرمایه قابل‌توجهی که در این سال‌ها جذب صنعت فولاد شده، عملا از میان می‌رود.

علاوه بر این، شاهد کاهش ارزآوری حاصل از صادرات خواهیم بود؛ بنابراین باید ادعا کرد که صادرات تنها راه تداوم تولید در زنجیره فولاد کشور است.

این فعال صنعت فولاد اظهار کرد: فولاد و محصولات زنجیره فولاد، عموما حجیم هستند؛ بنابراین صادرات آنها در حوزه منطقه‌ای بیشتر موردتوجه قرار دارد. بر همین اساس نیز بخش بزرگی از فولاد و محصولات فولادی ما به کشورهای همسایه صادر می‌شود. دسترسی به مواد اولیه موردنیاز برای تولید فولاد و همچنین انرژی ارزان، موجب می‌شود هزینه تولید فولاد در کشور نسبت به سایر رقبای خارجی کاهش یابد. محصولات فولادی ایران از کیفیت بسیار بالایی هم برخوردار هستند. فاکتورهای یادشده به ارتقای رقابت‌پذیری و مقبولیت صنعت فولاد ما در بازار جهانی منتهی می‌شود.

سعیدیان افزود: با این وجود، موانعی در مسیر صادرات فولاد ایران به بازارهای جهانی وجود دارد. صادرکنندگان فولاد کشور با چالش‌های جدی در مسیر فعالیت خود روبه‌رو هستند. ایران در طول سال‌های گذشته با تحریم کشورهای خارجی روبه‌رو بوده که تعامل و تجارت را میان ما و سایر کشورها دشوار کرده است. این تحریم‌ها در دور جدید شدت گرفته و حتی عملکرد صنعت فولاد کشور را نشانه گرفته‌اند. همین موضوع نیز بر بار مشکلات صنعت فولاد کشور می‌افزاید.

صادرکنندگان فولاد، امکان تبادلات بانکی برای فروش محصولات خود به بازارهای جهانی را ندارند و خریدوفروش فولاد در قالب معاملات اعتباری به کشور امکان‌پذیر نیست. علاوه بر این، مشتریان خارجی از همکاری با ایران نیز منع می‌شوند. همین چالش‌ها، عملا هزینه صادرات را برای ما افزایش می‌دهد.

وی گفت: توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های حمل‌ونقل کشور نیز صادرات فولاد را دشوار و هزینه‌بر می‌کند. همزمان با تمام موارد یادشده شاهد سیاست‌گذاری نادرست مسئولان هستیم که عملا تداوم فعالیت و تجارت ما را تحت‌تاثیر منفی قرار می‌دهد. این سیاست‌های ضدتولید و صادرات در شرایطی اتخاذ می‌شوند که از مسئولان انتظار می‌رود در شرایط تحریم، از عملکرد صنایع حمایت کنند؛ بنابراین در سایه مشکلات یادشده عملا فروش فولاد ایران به بازارهای جهانی با چالش‌هایی روبه‌رو است.

سعیدیان با اشاره به چالش‌های پیش‌روی فعالان صنعتی در بازگشت ارز صادراتی اظهار کرد: با توجه به وجود تحریم‌ها و اختلافاتی که میان نرخ دلار دولتی و آزاد وجود دارد، بازگشت ارزهای صادراتی به چالشی جدی در سال‌های اخیر بدل شده است. در این سال‌ها، تولیدکنندگان موظف بوده‌اند ارز خود را با نرخ نیمایی به کشور بازگردانند.

این در حالی است که نیازهای خود را با دلار آزاد تامین می‌کنند. با توجه به اختلاف قیمتی قابل‌توجه میان نرخ دلار نیمایی و آزاد، عموما تولیدکنندگان در بازگشت ارز صادراتی خود، متضرر می‌شوند.

وی با اشاره به تشکیل بازار متشکل ارزی در ماه‌های اخیر، افزود: چندی پیش، بانک مرکزی بخشنامه‌ای صادر و به‌موجب آن بازار متشکل ارزی تشکیل شد. به‌موجب این بخشنامه مقرر شد، صادرکنندگان ارز خود را با قیمت توافقی به صرافی‌ها بفروشند. با این وجود، با چالشی در این مسیر روبه‌رو شده‌ایم، چراکه در این طرح منشأ ارز صادرکننده باید مشخص شود.

این در حالی است که ایران تحریم است و تعاملات بانکی میان ایران و سایر کشورها وجود ندارد؛ درنتیجه ارز حاصل از صادرات تولیدکنندگان عموما به‌صورت چمدانی وارد کشور می‌شود و قابل‌ردیابی نیست. به‌علاوه آنکه هیچ کشوری اجازه خروج ارز را نمی‌دهد و در موارد متعددی از خریدار درخواست می‌کنیم ارز صادرات را در ایران در اختیار ما قرار دهد؛ بنابراین این بخشنامه با اشکال روبه‌رو است و تحریم‌های ایران و راه‌های دورزدن تحریم را نادیده گرفته‌اند. البته صادرکنندگان این مشکل را مطرح کرده‌اند و امید می‌رود به‌زودی چنین مشکلاتی برطرف شود.

صادرات، سرنوشت‌ساز است



امیرحسین کاوه، فعال صنعت فولاد در گفت‌وگو با صمت اظهار کرد: صادرات از فاکتورهای اصلی و موثر بر روند توسعه اقتصادی کشور است. توسعه صادرات غیرنفتی ایران به‌ویژه در سال‌های اخیر و با شدت گرفتن تحریم‌های اعمالی علیه ایران از سوی جوامع جهانی و افت قابل‌توجه صادرات انرژی از کشور ما، اهمیت بیشتری یافته است. در چنین شرایطی، صادرات غیرنفتی با رویکرد پرهیز از خام‌فروشی و فروش محصولات نهایی با ارزش‌افزوده بالا، وظیفه ملی صنعتگران و صاحبان بنگاه‌های اقتصادی است.

وی افزود: صادرات ضمن کمک به اقتصاد ملی و ارزآوری، درآمد و سود مناسبی را ازآن فعالان صنعتی می‌کند و تا حدودی خلأهای درآمدزایی فروش را در بازار داخلی برطرف خواهد کرد. صادرات به‌ویژه در شرایطی که بازارهای داخلی با رکود روبه‌رو هستند، تورم فزاینده حاکم بر اقتصاد و همچنین کاهش ارزش پول ملی، صاحبان صنایع را به کسب سود از صادرات و بازارهای منطقه‌ای و جهانی، تشویق می‌کند.

کاوه گفت: ساختار مالی بسیاری از صنایع در موقعیت کنونی اقتصاد کشور، چالش‌هایی داشته و شکننده است. در چنین شرایطی، توسعه صادرات غیرنفتی زمینه‌ساز ترمیم ساختار مالی شکننده اغلب تولیدکنندگان کشور است. در همین حال، نقدینگی حاصل از صادرات نیز به‌عنوان سرمایه در گردش در اختیار صنایع و کسب‌وکارهای گوناگون قرار می‌گیرد و زنجیره‌ای از مشکلات حاکم بر عملکرد صنایع رفع خواهد شد. این فعال صنعت فولاد در ارزیابی عملکرد دولت در توسعه صادرات اظهار کرد: دولت در سیاست‌گذاری‌های تولیدی و صنعتی به‌ویژه در حوزه صادرات و واردات، نقش اصلی را ایفا می‌کند. علاوه بر این، وزارت صنعت، معدن و تجارت و همچنین نهادهای مرتبط با حوزه تجارت از جمله سازمان توسعه تجارت، با رصد بازارهای داخلی و خارجی، نسبت به تنظیم بازار داخلی و واردات و صادرات، از طریق ابلاغ مصوبات و دستورالعمل‌های متعدد اقدام می‌کند.

کاوه گفت: با این وجود، انتقاداتی به سیاست‌گذاری‌های دولت در حوزه صادرات وجود دارد. این سیاست‌های اشتباه عملا تولید را تحت تاثیر منفی قرار می‌دهد و درنهایت به ضرر کل اقتصاد کشور خواهد بود.

حال چنانچه از نظرات بخش خصوصی و فعالان اقتصادی برای سیاست‌گذاری در حوزه صادرات استفاده شود، بسیاری از مشکلات این حوزه برطرف خواهند شد.

این فعال صنعت فولاد افزود: صادرات در حوزه معدن و صنایع معدنی، شرایط متفاوت و متمایزی دارد. صادرات در زنجیره فولاد از حلقه اکتشاف تا تولید محصول نهایی، ویژگی‌های متمایزی دارد. بنابراین انتظار می‌رود در فرآیند توسعه صادرات، بر خام‌فروشی تمرکز نشود. یعنی توان اقتصادی کشور به صادرات محصولات نهایی با ارزش‌افزوده بالا متمرکز شود. در همین حال تامین نیاز صنایع پایین‌دستی نیز در اولویت باشد و بدین‌ترتیب پس از تامین بازار داخلی، برای توسعه صادرات تلاش شود.

وی در ادامه گفت: تولیدکنندگان صادرات‌گرا در دوران تحریم با مشکلات متعددی روبه‌رو هستند. از آنجاکه ظرفیت نصب شده در بسیاری از حلقه‌های زنجیره فولاد به مراتب بالاتر از نیاز کشور برآورد می‌شود، چالش‌های یادشده مسیر فعالیت فولادسازان را هم تحت‌تاثیر منفی قرار داده است.

در چنین شرایطی، نوسانات نرخ ارز، کاهش مداوم ارزش پول ملی، تامین مواد اولیه و روش‌های بازگشت ارز، از مهم‌ترین مشکلات یادشده هستند. در چنین شرایطی، وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌تواند با اصلاح نظام توزیع و قیمت‌گذاری و همچنین توجیه مدیران مالیاتی کشور، سایر نهادها را نسبت به این توجیهات آگاه کنند. بررسی چگونگی ایجاد خطوط مشترک مالی، تهاتر کالایی و تسهیل شرایط واردات در مقابل صادرات نیز از جمله این راهکارها هستند.

سخن پایانی

در شرایط فعلی که تحریم‌های خارجی فروش نفت ایران به بازارهای جهانی را به‌شدت محدود کرده، می‌توان با تکیه بر صادرات غیرنفتی به‌ویژه در حوزه معدن و صنایع معدنی که جزو بخش‌های مزیت‌دار کشور هستند، کمبود ارز ناشی از کاهش صادرات نفتی را جبران کرد. با این وجود باید تاکید کرد که محدودیت‌های متعددی در مسیر صادرات غیرنفتی کشور وجود دارد که از جمله آنها می‌توان به موانع پیمان‌سپاری ارزی، نوسانات بالای نرخ ارز، نبود نظام ارزی مشخص، افزایش هزینه تولید، عدم‌بازاریابی مناسب و مستمر، ضعف دستگاه دیپلماسی اقتصادی و... اشاره کرد. در همین حال، قوانین و مقررات داخلی نیز هر روز چالشی جدید برای تولیدکنندگان ایجاد می‌کند. مصوبات و بخشنامه‌های خلق‌الساعه که عموما هم بدون کار کارشناسی لازم تصویب می‌شوند، سنگی بزرگ در مسیر فعالیت صادرکنندگان ایجاد می‌کنند. برای بهبود و ارتقای سطح صادرات غیرنفتی باید با تعیین راهبرد مناسب تجاری برای کشور و بهبود تعامل با اقتصاد جهانی، اصلاحات ساختاری در حوزه قوانین و مقررات، بازاریابی فعال در سطح بین‌المللی، ثبات‌بخشی به قوانین و مقررات، توسعه زیرساخت‌های حوزه حمل‌ونقل، مبادلات بانکی و... در اولویت سیاست‌گذاران قرار گیرد. در چنین شرایطی از تمام ظرفیت‌های نصب‌شده در صنایع می‌توان برای تولید حداکثری استفاده کرد. بدین‌ترتیب علاوه بر رشد تولید، شاهد ارتقای سطح موقعیت‌های شغلی ایجادشده در کشور ور رفع بسیاری از چالش‌های اقتصادی خواهیم بود.

روایتی از هزار راه نرفته در تجارت پرسود فناوری

از نفت، آبی گرم نمی‌شود

بسیاری از صاحبان شرکت‌های دانش‌بنیان معتقدند در چند سال اخیر حمایت درخوری در امر صادرات از آنها نشده است. کافی است سری به یکی از نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی در حوزه تولید بزنید. به‌طور قطع به این نتیجه می‌رسید که شرکت‌های معتبری در کشورهای بزرگ دنیا وجود دارند که می‌توانند از محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان ایران استفاده و خریداری کنند، اما هنوز کانال صادراتی استانداردی میان این شرکت‌ها با همتایان‌شان در داخل برقرار نشده است. اگر هم تاکنون ارتباطی شکل گرفته، همکاری خارج از کانال‌های رسمی بوده است. در واقع، تعاملات شرکت‌های دانش‌بنیان در امر صادرات با شرکت‌های خارجی به‌واسطه رایزن‌های اقتصادی انجام نمی‌شود. برهمین اساس صمت در گزارش پیش‌رو به راهکارهای رفع این چالش به‌منظور نیل به صادرات غیرنفتی پرداخته است.



عکس: صمت

از کل شرکت‌های دانش‌بنیان، ۵ تا ۱۰ درصدشان توان صادرات دارند و باقی شرکت‌ها تنها به رفع نیاز داخل در مقیاس‌های مشخص می‌پردازند

مهتاب دمیرچی
editor@smtnews.ir

نقش‌آفرینی دلالان به‌جای رایزن‌های اقتصادی

باتوجه به اینکه محوریت شعار امسال به دانش‌بنیان‌ها اختصاص دارد، انتظار می‌رود معضلاتی که در زمینه کسب‌وکار و بازار وجود دارد و تاکنون شرکت‌های دانش‌بنیان با آن دست‌وپنجه نرم می‌کردند، رفع شود. یکی از این معضلات، شرایط صادرات است که نیازمند همکاری‌هایی از سوی نهادهای داخلی و دولتی است تا دانش‌بنیان‌ها در فضایی فراخ و آزادانه کالا و محصول خود را صادر کنند، همچنین این همکاری می‌تواند مسیر دسترسی دانش‌بنیان‌ها را به فضای آکادمیک و دانشگاه‌ها یا حتی کنگره‌های بین‌المللی هموارتر کند.

گفتنی است، فردی به‌عنوان رایزن اقتصادی بین ایران و کشورهای دیگر وظیفه دارد که چنین ارتباطی را برقرار کند. این در حالی است که وقتی شرکت‌های دانش‌بنیان با دیگر ارتباط‌دهنده‌ها همکاری کردند، شاهد برخی کارشکنی‌ها بوده‌اند.

به‌عبارت دیگر، بیشتر این افراد محصول یا کالای یک شرکت دانش‌بنیان را به قیمتی ارزان خریداری می‌کنند، اما به نرخ چندبرابری به شرکت خارجی می‌فروشند.

در نهایت، به‌جایی رسیده‌ایم که دلالی تا بطن شرکت‌های دانش‌بنیان هم رسوخ کرده و دست روی اقتصاد دانش‌بنیان گذاشته است.

هدف، توسعه صادرات غیرنفتی است



علی طهاری، مدیر دبیرخانه اجرایی باشگاه شرکت‌های صادرات دانش‌بنیان در گفت‌وگو با صمت گفت: یکی از مهم‌ترین اهداف اقتصادی کشور، رهایی از صادرات نفتی است که در واقع یکی از برنامه‌های اصلی وزارت صمت و سازمان توسعه تجارت نیل به این هدف است. اما چند مسئله در این مسیر وجود دارد که می‌توان به برخی از آنها اشاره کرد: ۱- پایین بودن تیراژ برخی محصولات صادراتی ۲- افزون بر آن، پایین بودن پیچیدگی برخی محصولات صادراتی است که موجب مشابه‌سازی کالاها از سوی همسایگان می‌شود، برای مثال کشت زعفران در برخی کشورهای همسایه می‌تواند تهدیدی برای تولید و صادرات زعفران در ایران باشد. یکی از حوزه‌هایی که دارای پیچیدگی است و موجب حذف رقبا می‌شود، وجود شرکت‌های دانش‌بنیان است. این بخش می‌تواند در حوزه صادرات غیرنفتی اثرگذار باشد که به ارتقای برند ملی کشور نیز کمک شایانی می‌کند. باشگاه شرکت‌های صادرات دانش‌بنیان در راستای افزایش و توسعه صادرات دانش‌بنیان شکل گرفته است.

■ محصولات های تک اولویت دارند

وی ادامه داد: یکی دیگر از اهداف این مجموعه تغییر تصور و نگرش کشورها از میزان و توان صادراتی کشور است. از عواملی که روی برند ملی کشورها اثر می‌گذارد، توانمند بودن کشور در تولید محصولات های تک و طراحی‌های به‌روز است. باتوجه به اینکه ۷ هزار شرکت دانش‌بنیان وجود دارد، اما تمام این شرکت‌ها در حال حاضر توان صادراتی ندارند؛ برآورد من این بوده است که از میان کل شرکت‌های دانش‌بنیان ۵ تا ۱۰ درصدشان توان صادراتی دارند و باقی شرکت‌ها تنها به رفع نیاز داخل در مقیاس‌های مشخص می‌پردازند یا ضروری است برنامه‌های توانمندسازی صادراتی برای‌شان انجام شود، بنابراین تلاش کردیم که با استفاده از ارزیابی‌ها و براساس پارامترهای مشخص، به‌منظور معرفی به نهادهای متولی غربالگری‌ها انجام شود تا همان ۵ تا ۱۰ درصد شرکت‌هایی را انتخاب کنیم.

■ گام به گام برای برند برتر ملی

طهاری با اشاره به روند ارزیابی و شاخص‌های مورد نظر گفت: شاخص‌ها ۳ دسته است که عبارتند از: شاخص‌های فنی، سازمانی و بازار که این ۳ پارامتر و شاخص دارای زیرشاخه‌های خاص خود است؛ نظیر اینکه چه میزان وابستگی به خارج دارد؟ یا اینکه آیا دارای گواهینامه‌های محصولی است یا خیر و چند مورد دیگر. در واقع، شرکت‌ها براساس شاخص‌های گفته‌شده ستاره‌دار می‌شوند. اگر بتوانیم روی همان شرکت‌هایی که ظرفیت خوبی برای صادرات دارند، متمرکز شویم، به‌احتمال بسیار بالا شاهد جهش صادراتی خواهیم بود. به‌عبارت دقیق‌تر، اگر بتوانیم تمرکز کشور را روی شرکت‌های برتر صادراتی قرار بدهیم و گام به گام برند برتر ملی را در اذهان کشورهای مقصد به‌وجود بیاوریم، شاهد رشد چند برابری در ارزآوری خواهیم بود. باتوجه به اینکه در بسیاری از کشورهای جهان ذهنیت کاملی از توان ایران در تولید کالاها و محصولات مبتنی بر دانش و فناوری از داروهای پیشرفته تا ربات جراح و توربین‌های تولید برق وجود ندارد، در تلاش هستیم که این تولیدات را به جهان معرفی کنیم. گفتنی است، برای انتخاب شرکت‌های دانش‌بنیان از خبرگان هر حوزه مشاوره گرفتیم و سوابق شرکت‌ها را بررسی و آنها را شناسایی کردیم. گفتنی است، برای دریافت گواهینامه محصولی به‌منظور فعالیت در بازار کشورها، شرکت‌ها باید مجوز کشورهای مبدأ را اخذ کنند.

وی درباره اهمیت نوع محصولات تولیدشده از سوی شرکت‌های دانش‌بنیان افزود: اینکه تمرکزمان روی چه محصولی باشد، بستگی به بازار هدف دارد. باتوجه به همکاری و همرسانی که با سازمان توسعه تجارت و وزارت خارجه داشتیم، به این امر پرداختیم که کدام کشورها نیازمند چه نوع کالاهایی هستند که کشور ما از عهده آن برمی‌آید؛ برای مثال در افریقا درخواست ماشین‌آلات صنعتی و تولیدی بیشتر است. به‌عبارت روشن‌تر، نوع محصولی که لازم است برای هر کشور صادر کنیم، متفاوت است.

به گفته طهاری، بازار روسیه فرصت مناسبی است که گستره بسیاری از محصولات دانش‌بنیان برای صادرات از سوی این کشور درخواست داده شده است. این محصولات در حوزه‌هایی چون ماشین‌آلات، تجهیزات پزشکی، داروهای پیشرفته، صنعت پلیمر و تجهیزات آزمایشگاهی قرار دارد که می‌تواند بازار خوبی را برای کشور در آینده نزدیک به‌ارمغان بیاورد.

■ نیاز به ارتقای توان تولید

وی با اشاره به توان ناکافی کشور در مقابل درخواست‌های صادراتی افزود: مشکل این است که در برخی حوزه‌ها نیاز به ارتقای توان تولید داریم تا در حوزه صادرات پاسخگو باشد.

از آنجایی که به‌تازگی شناخت کامل‌تری از بازارهای جهانی پیدا کرده‌ایم و با درخواست‌های مختلفی روبه‌رو شده‌ایم، این نیاز احساس شده است که توان کافی در تولید انبوه در برخی حوزه‌ها نداریم. گفتنی است، اقلام تبلیغاتی صادراتی که برای سفارتخانه‌ها آماده می‌کنیم، در هر کشور متفاوت است. در این محتواها تلاش می‌کنیم تا شرکت‌های دانش‌بنیان را به‌نحو مناسب معرفی کنیم تا همرسانی دقیقی به‌منظور امر صادرات انجام بگیرد.

مدیر دبیرخانه اجرایی باشگاه صادرات دانش‌بنیان گفت: از میان کشورها، از سوی کشورهای افریقای شمالی و امریکای لاتین درخواست‌های زیادی برای همکاری در حوزه دانش‌بنیان و صادرات محصولات دانش‌بنیان داریم و در تلاش هستیم با کمک وزارت خارجه و سازمان توسعه تجارت ایران، شرکت‌هایی را معرفی کنیم که توان پاسخگویی داشته باشند. باتوجه به اینکه متاسفانه در ۸ سال گذشته تلاش متمرکزی برای صادرات در کشورهای گفته‌شده انجام نگرفته، حتی درباره برخی کشورهای حوزه آسه‌آن که می‌توانند شرکای خوبی برای ایران باشند، فعالیت درخوری شکل نگرفته است، با این حال با کمک وزارت خارجه و سازمان توسعه تجارت و کارگزاران صادراتی تلاش می‌کنیم بازارهای جدیدی را برای شرکت‌های دانش‌بنیان ایجاد کنیم. حال اینکه چقدر می‌توان در این عرصه موفق بود؛ احتیاج به تمرکز، زمان و حمایت ویژه دولت از صادرات حوزه دانش‌بنیان دارد.

> از آنجایی که به‌تازگی شناخت کامل‌تری از بازارهای جهانی پیدا کرده و با درخواست‌های مختلفی روبه‌رو شده‌ایم، این معضل احساس شده است که توان کافی در تولید انبوه نداریم

بازارسازی، یک اقدام مهم



رضا اسدی‌فرد، سرپرست مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در گفت‌وگو با صمت با اشاره به اهمیت بین‌المللی بودن تولیدات دانش‌بنیان‌ها در راستای صادرات انبوه گفت: شرکت‌های دانش‌بنیان از همان ابتدا باید محصول خود را با دید بین‌المللی تولید کنند، این روند در طراحی محصول نیز تاثیرگذار است، زیرا شرکت‌ها تنها به رسیدن به مرحله فروش فکر می‌کنند، در حالی که تنها رسیدن کافی نیست. عمده سیاست‌های حمایتی کنونی این گونه است که شرکت‌ها را رشد دهیم تا مستقل جلو بروند، اما باید توان شرکت‌ها را هم در نظر بگیریم که به‌طور معمول این‌طور پیش نمی‌رویم. به‌طور معمول رفتار قبلی شرکت را در نظر نمی‌گیریم، البته معیارهای مختلفی را استخراج کرده‌ایم که یکی از مولفه‌های آن، سابقه رفتار شرکت و نقش آن در حمایت‌های صادراتی است.

اسدی‌فر با اشاره به اهمیت بازاریابی تخصصی در حوزه دانش‌بنیان گفت: بسیاری از بازاریاب‌ها توجهی به بازارسازی ندارند و اولویت‌های بازاریابی محصولات های تک را نمی‌دانند. به‌عنوان یک رسالت ملی، باید حواس ما به تصویر ملی که از خود نشان می‌دهیم، باشد، زیرا غیر از صدمه به خود، به هموطنان‌مان و دیگر کسب‌وکارهای ملی آسیب می‌زنیم.

■ اول استاندارد، بعد صادرات

وی در پاسخ به این سوال که چرا حمایتی از کسب‌وکارهای داخلی برای ورود به بازارهای خارجی نشده، افزود: حمایت‌های محدودی در این‌باره ارائه شده و متاسفانه بیشتر نگاه‌های کمی بر کیفی غلبه کرده است. از طرفی، حمایت‌ها بر پایه شرکت‌ها بنا نشده و این ضعف کارکرد ما را نشان می‌دهد. به‌اعتقاد من، ریل‌گذاری حکمرانی دانش‌بنیان‌ها در اقتصاد همان اتفاق مهمی است که لزوم درج آن در برنامه‌های کشور به‌شدت احساس می‌شود. در یک دهه گذشته، شرکت‌های دانش‌بنیان بسیاری شکل گرفته است که تعدادی از آنها رشد قابل توجهی هم داشته‌اند، اما چون بخش بزرگی از اقتصاد کشور در دست دولت یا به‌طور مستقیم تحت‌تاثیر تصمیمات دولتی است، به‌همین دلیل در بسیاری از موارد ساختار بازار مصرف به‌گونه‌ای است که شرایط برای فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان در تنگنا قرار دارد. از طرفی هم، چون در بخش تولید به استانداردهای جدید توجه نمی‌شود، بازار مناسب خارجی برای ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به‌منظور صادرات وجود ندارد. برای مثال، باتوجه به نرخ امروز انرژی در جهان که از بیت‌المال در کشور تامین می‌شود، دانش‌بنیان‌ها تولیدات ارزنده‌ای در زمینه کاهش مصرف انرژی تاکنون ارائه داده‌اند؛ اما چندان مورد استقبال برای بهره‌گیری انبوه قرار نگرفته است.

■ راه فرار قانونی را ببندید

اسدی‌فرد گفت: همان‌گونه که پیش‌تر هم اشاره شد، بخش عمده اقتصاد ما در اختیار شرکت‌های بزرگ دولتی و خصولتی است، نظیر نهادهای عمومی و صندوق‌های مختلف که سهم بیشتری در اقتصاد دارند که از اتفاق در این نهادها گره‌های اقتصادی هم بیشتر است، چرا که در نهادهای خصوصی نظارت راحت‌تری انجام می‌شود، اما در شرکت‌های خصولتی نظارت دقیقی انجام نمی‌گیرد. در مراکزی که منابع اقتصادی آنها از داخل تامین می‌شود نظیر سازمان‌های خصوصی، مشکلات و گره‌های اقتصادی کمتر از نهادهایی است که وابسته به دولت هستند. برخی سازمان‌های دولتی یا خصولتی در سال، خریدهای چند ده میلیارد دلاری مواد اولیه یا کالا از خارج کشور انجام می‌دهند که بسیاری از آنها را می‌توان در داخل تامین کرد. در حالی که قوانین حمایتی از تولید داخلی و محصولات دانش‌بنیان‌ها تدوین و شناخته شده، اما راه‌های فرار از قانون هم زیاد است که در عمل به‌خوبی اجرا نمی‌شود و تاثیری که باید را ندارد، به‌همین دلیل، تولیدات داخلی هم بازار مناسب خود را پیدا نمی‌کنند.

■ سامان‌بخشی با صادرات

به گفته سرپرست مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در حال حاضر آماده یک جهش بزرگ در اکوسیستم دانش‌بنیان هستیم. به‌لحاظ فنی این اطمینان وجود دارد که ما می‌توانیم به‌جای خام‌فروشی و وابستگی به نفت و تک‌محصولی بودن که از اتفاق، تحریم هم روی آنها تاثیرات مخرب و مستقیم می‌گذارد، برنامه‌ریزی پرسودی درباره کالاهای با ارزش‌افزوده بالا انجام دهیم و به سوددهی زیادی هم برسیم و چند برابر کالاهای تک‌محصولی، صادرات داشته باشیم. به‌عبارت روشن‌تر، می‌توانیم با صادرات تولیدات دانش‌بنیان‌ها اقتصاد خود را سامان ببخشیم و از تک‌محصولی بودن بیرون بیاییم. بنابراین، به درج چینش سازکارهایی برای هموارتر کردن مسیر دانش‌بنیان‌ها در برنامه هفتم توسعه، توصیه اکید می‌شود.

■ همکاری بزرگان با دانش‌بنیان‌ها

وی با اشاره به اهمیت درج سازکار همکاری دانش‌بنیان‌ها با شرکت‌های بزرگ تولیدی گفت: این مهم است که شرکت‌های دانش‌بنیان بتوانند با شرکت‌های بزرگ اقتصادی همکاری کنند تا بتوانند وارد چرخه صادرات شوند. در واقع، باید ساز کاری چیده شود که منافع شرکت‌ها در راستای همکاری با شرکت‌های دانش‌بنیان باشد.

■ می توان نسبت به صادرات خوش‌بین بود

وی افزود: اگر صنعت ماشین‌سازی در کشور توسعه بیشتری یابد، آنگاه می‌توانیم به داشتن یک صنعت پویا و زاینده افتخار و اذعان کنیم که زمینه‌ساز توسعه و پیشرفت کشور است. در طول ۴۰ سال اخیر، نزدیک به ۴۰۰ میلیارد دلار واردات ماشین‌آلات در کشور انجام گرفته است که ۹۰ درصد آنها بدون تعرفه بوده‌اند و با نگاهی به کارنامه این ۴۰ سال اخیر می‌بینیم که تاثیر موثر و مفیدی هم در صنعت کشور نداشته است، چرا که تنها به اپراتوری پرداخته‌ایم. در حالی که امروزه با وجود مهندسان پرتلاش و نخبه کشور، صنعت ماشین‌سازی در کشور بالنده است و صادرات قابل تاملی هم در این عرصه داریم.

سخن پایانی

به‌گفته کارشناسان و براساس آمارهای موجود، سهم دانش‌بنیان‌ها از صادرات کشور کمتر از ۲ درصد است که از بعد اشتغال نیز سهم دانش‌بنیان‌ها زیر یک درصد است. البته نباید از یاد برد که سهم اشتغال در تمام دنیا متعلق به شرکت‌های بزرگ صنعتی است، اما باتوجه به آمار موجود، نقش دانش‌بنیان‌ها در اقتصاد ملی مطلوب نیست. یک راه این است که دانش‌بنیان‌ها خودشان توسعه یابند که البته این امر مطلوب نیست و راه دیگر، مشارکت با شرکت‌های بزرگ دیگر است. در واقع، همکاری با شرکت‌های بزرگ می‌تواند آنها را به بازارهای جهانی هم برساند. گفتنی است، با بررسی ۵۰۰ شرکت بزرگ در دنیا، متوجه می‌شویم این شرکت‌های بزرگ صنعتی با شرکت‌های نوپا همکاری دارند. شرکت‌های بزرگ صنعتی بزرگ ما باید سطح همکاری را با این شرکت‌های کوچک

یادداشت

دست‌اندازی به‌نام مدیران صنعتی



حبیب‌الله اصغری، رئیس سازمان جهاددانشگاهی خواجه‌نصیرالدین طوسی

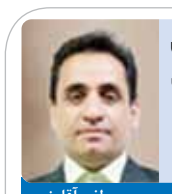
یکی از مسائل مهم نظام مسائل دانش‌بنیانی، ضعف در تعامل با دیگران است، همچنین یکی از مشکلات بومی‌سازی در کشور این است که کارفرمایان ما عادت کرده‌اند که مواد یا ابزارهای اولیه را از خارج کشور تهیه کنند. در واقع، آنها حاضر هستند نمونه‌هایی از محصولات خارجی که حتی آزمایش‌های اولیه هم،روی آنها انجام نشده، تهیه کنند، اما محصولات و نمونه‌های ایرانی را نخرند. حال وقتی این نگرش در داخل کشور وجود داشته باشد، چه انتظاری می‌توان از نگاه خارجی‌ها در امر صادرات داشت. جالب اینجا است که محصولی در حوزه صنعت نفت تولید کردیم و کارفرما معتقد بود که نباید به ایرانی بودن محصول خود اعتراف کنیم، چرا که خریداری برای آن پیدا نمی‌شود. مشکل ما تولید فناوری نیست، بلکه فروش فناوری است و می‌خواهیم کارفرمایان را به این باور برسانیم که محصولات ایرانی هم کارساز هستند. وقتی این معضل را حل کنیم، آن زمان است که می‌توانیم به صادرات هم فکر کنیم. گفتنی است، بیش از ۹۰ درصد پوشش رادیویی کشور با استفاده فرستنده‌های این نهاد انجام می‌گیرد. علاوه بر این، نزدیک به ۱۰ سال است که در حوزه فرستنده‌های باند اف ام هم فعالیت می‌کنیم که آنتن ساخته‌شده جهاد دانشگاهی خواجه نصیر، ۶ کانال رادیو جوان، معارف، ایران و... را برای شهرها پوشش می‌دهد. تمام ماژول‌ها از سوی مهندسان این نهاد ساخته می‌شود؛ از سوی دیگر به حوزه‌ای که به‌تازگی ورود کردیم، ساخت آنتن‌های پیشرفته تلفن‌های همراه است، زیرا صنعت مخابرات، صنعت پولدار و ثروت‌سازی است و اقدامات مهمی را به‌ثمر رساندیم که اپراتورها نیز اقبال خوبی به ما نشان دادند و در راستای بومی‌سازی گام‌های مفیدی را برداشته‌ایم. در واقع، این حوزه، حوزه‌ای است که گردش مالی ۳۵ تا ۴۰ هزار میلیارد تومانی را در کشور دارد که باید افزایش بیشتری داشته باشد. هدف این است که تا انتهای برنامه ششم، این گردش مالی به ۱۰۰ هزار میلیارد تومان برسد، همچنین، بخش بسیار کمی از تجهیزات و ادوات این حوزه تاکنون بومی‌سازی شده و بیشتر تجهیزات مخابراتی وارداتی بوده و تاکنون توسط کشورهای پیشرفته ساخته می‌شده؛ اما ما توانستیم این آنتن‌ها را بومی‌سازی کنیم. در حال حاضر در کشور ما فقط در یکی از اپراتورهای تلفن‌همراه بیش از ۱۰۰ هزار آنتن این‌چنینی نصب شده است.

معضل اصلی، باورپذیری مدیران در صنعت است. صاحبان صنایع معتقدند که وظیفه آنها حمایت از تولیدات داخلی و بومی‌سازی نیست، بلکه وظیفه آنها انجام فعالیت‌های تخصصی خودشان است و در عمل برای‌شان فرقی نمی‌کند که از چه محصولی استفاده کنند و هدف کاربرد محصول باکیفیت است. گفتنی است، مدیران دست به عصا شده‌اند و کمتر خطر می‌کنند و در واقع، شجاعت استفاده و اعتماد به مهندسان ایرانی را ندارند، چرا که از آنها ظرف مدت زمان کوتاهی نتیجه می‌خواهند و این روالی است که باعث شده دانش‌بنیان‌ها در بحث بومی‌سازی به مشکلات عدیده‌ای برخورد کنند.

همواره نسبت به محصولات ایرانی سختگیری‌هایی در حوزه استاندارد وجود داشته، در حالی که نسبت به محصولات مشابه خارجی چنین سختی‌هایی وجود ندارد و کافی است که گواهینامه یک محصول به زبان دیگری نوشته شده باشد؛ آنگاه مهر تاییدی است برای مدیران صنعتی که آن را فراهم کنند و برای خرید آن پول بپردازند، در حالی که محصولات ایرانی اگر تمامی معیارهای استاندارد را هم داشته باشند، باز هم مورد ارزیابی‌های زیادی قرار می‌گیرند. نتیجه تمام این مشکلات، مهاجرت زیاد نخبگان است که این امر منجر به از دست دادن سرمایه‌های انسانی در کشور می‌شود. در حالی که نمی‌توان فرصتی برای جبران آن هم پیدا کرد. رویدادهای این‌چنینی می‌تواند برای مسئولان سیاسی در راستای توسعه بومی‌سازی محصولات فناورانه داخلی، نگرش مثبت‌تری ایجاد کند. در نهایت، لازم است تقویت بازارسازی و بازاریابی، حمایت از فروش محصولات و اصلاح مدل‌های حکمرانی و همچنین توجه به پارک‌های علم و فناوری و استارت‌آپ‌ها موردتوجه قرار گیرد.

یادداشت

الزامات پوشش ریسک صادرات



مصطفی آقارضی
کارشناس بیمه حمل‌ونقل

خطـرات و تهدیدهای موجـود در تجارت، اهمیت بیمه بـار صادراتی را دوچندان می‌کند، اما اینکه چرا تجارت به بیمه نیاز دارد، موضوعی اسـت که در یادداشـت زیر به آن پرداخته‌ایم. نیاز به بیمه فعالیت‌های اقتصادی عمدتا به دو دلیل حقوقی و تجاری احسـاس می‌شـود. در یک فرآیند صادراتی علاوه بر واردکننده و صادرکننده کالا، واسـطه‌ها نیز به‌عنوان ابزار متصل‌کننده دو بخش نخست نقش دارند. واسـطه‌ها شـامل نمایندگی‌های ترخیـص و حمل‌ونقل، مقامات حمل‌ونقل بندری، گمرکی و... می‌شوند که دارای مسئولیت حقوقی محدود هستند.

واسـطه‌ها مسـئولیت اداره محصـولات صادراتی را در مراحل مختلف برعهده دارند. اگر خسـارت وارده، ناشـی از شـرایط خارج از اختیار واسـطه‌ها باشـد یا با وجود بروز خسـارتی مراقبت منطقی آنها انجام شده باشد، واسطه‌ها هیچ مسـئولیتی را متحمل نمی‌شـوند؛ بنابراین پوشـش بیمـه محصولات صادراتـی امری الزامی اسـت. بیمه بار صادراتـی یـا همان بیمه‌نامه خاص صـادرات، یک یا چند مجموعه صادراتی را که در قالب یک قرارداد خاص ازسوی صادرکننده ایرانی برای خریدار خارجی ارسـال می‌شـود، در مقابل ریسـک‌های سیاسی و تجاری تحت پوشش قرار می‌دهـد. به‌عبـارت دیگر این بیمه‌نامه برای آن دسـته از صادرکنندگان صادر می‌شود که یک محموله خاص ارسالی را برای یک خریدار مشخص در مقابل خطر دریافت نشدن وجه کالا (ازسـوی خریدار) ناشـی از بروز ریسک تجاری و سیاسی بیمه می‌کند.

قبـل از صـدور این بیمه‌نامه، خریـدار خارجی و بانک و بیمـه متضمن این اعتبار، مورد سـنجش قرار می‌گیرند و قرارداد یا اعتبار اسـنادی که قرار اسـت تحت پوشش قرار گیرد، بررسـی می‌شود. همچنین میزان حق بیمه، باتوجه به شرایط سیاسی و تجاری کشور خریدار و نحوه پرداخت محاسـبه و دریافت می‌شود. در این روند تهیه بیمه‌نامه بار صادراتی از الزامات تامین هر نوع خسـارت اسـت، زیرا به محض آسـیب دیدن کالا، ممکن است واردکننده پرداخت خسـارت را قبول نکند، در حالی که ضرر تحمیل‌شـده به صادرکننده ممکن اسـت فقط در زمینه حمل کالا نباشد، بلکه از دست دادن سود را نیز به‌دنبال داشته باشد.

از سـوی دیگر بیمـه بار صادراتی همـه عوامل موثر در یک صادرات موفق را پوشـش می‌دهد. حتی سـود حاصل از صادرات نیز می‌تواند تحت پوشش بیمه‌نامه بار صادراتی قـرار گیرد. باتوجه به ریسـک بسـیار بـالای حمل‌ونقل بین‌المللی، نسـبت به حمل‌ونقل داخلی، بیمه بار صادراتی برای افراد صادرکننده دارای اهمیت زیادی است. از جمله ریسـک‌های تهدیدکننده بار صادراتی می‌توان به احتمال وقوع آتش‌سـوزی، سـرقت، تصادف، جنگ و... اشاره کرد. علاوه بر این، بیمه کردن بار صادراتی برای بیشـتر تاجران و بازرگانان اجباری است.

ریسک‌های تحت پوشش بیمه‌نامه‌های بار صادراتی خرد و کلان عبارتند از:

الف) ریسک‌های تجاری:

- اسـتنکاف خریدار از قبول کالای صادرشده یا خدمات انجام‌شده
- پرداخت نشدن بهای کالا یا خدمات در سررسید مقرر
- ناتوانی مالی خریدار به‌دلیل ورشکسـتگی، اعسـار یا توقف

ب) ریسک‌های سیاسی:

- تیره شـدن و قطع روابط سیاسـی با کشـور خریدار؛ به‌نحـوی کـه در نتیجه آن، صادرکننـده موفق به دریافت مطالبات خود در سررسید نشود.
- اعمال سیاسـت‌های اقتصادی که موجب مسدود شدن مطالبات صادرکنندگان شود.
- اعمال سیاست‌های مربوط به محدودیت‌های وارداتی و ارزی در کشور خریدار
- سـلب مالکیت از خریدار بر اثر ملی شـدن یا مصادره اموال؛ به‌نحوی کـه صادرکننده موفق به دریافت مطالبات خود نشود.
- سایر عوامل خارج از حیطه اختیار صادرکننده و خریدار که به تشـخیص هیات مدیره صندوق موجب وصول نشدن مطالبات صادرکننده شود.

بیمه بار صادراتی شـامل برخی موارد نمی‌شود؛ مثلا اگر کالای شـما به‌دلیل تاخیر در ارسـال از بین برود، شـرکت بیمـه وظیفـه‌ای در قبال پرداخت خسـارات ندارد. به این ترتیب باید به زمان تعیین‌شده برای ارسال کالا پایبند بود، چون در صورت دیرکرد در ارسال و حمل‌ونقل کالا، ممکن اسـت امکان اخذ خسـارت از شـرکت بیمه‌گر از بین برود. همچنین سـودجویانی وجود دارند که ممکن اسـت برای گرفتن خسارت از شـرکت بیمه‌گر به‌صورت تعمدی بنا بر نوع بیمه‌نامه به بار خود آسـیب برسانند؛ به‌طور مثال چون بار صادراتی در قبال سرقت بیمه است فرد سودجو به‌عمد از بار و محصولات خود سرقت می‌کند یا به بخشی از آن آسیب می‌رساند. شرکت بیمه‌گر برای جلوگیری از چنین پدیده‌ای طبق نظر کارشناسـان خبره عمل می‌کند. اگر کارشـناس تشـخیص دهـد عمـدی در کار بوده، نه‌تنهـا هیچ وجهی به‌عنوان خسارت به صادرکننده پرداخت نخواهد شد، بلکه جریمه هم شامل حال او می‌شود. براساس این شرایط هیچ گونه سوءاستفاده‌ای از خدمات بیمه‌ای صورت نمی‌گیرد.

صمت به بهانه روز ملی صادرات نقش بیمه‌ها در بخش تجارت را بررسی کرد

صادرات موفق زیر چتر بیمه

مریم غدیرپور
editor@smtnews.ir

خطرات و تهدیدهای موجود در تجارت، اهمیت بیمه بار صادراتی را دوچندان می‌کند. طبق آمار منتشرشـده عمـده کالاهای صادرات غیرنفتی ایران در سـال ۲۰۲۰ شـامل پلاسـتیک، مواد شیمیای آلی، سـبزیجات خوراکی و میوه و آجیل بوده است. مرکبات، خربزه، آهن و فولاد، نمک، گوگرد، خاک و سـنگ، مواد گچ‌کاری، آهک و سیمان، مس، روی و محصولات آن از دیگر کالاهای عمده صادرات ایران بوده است.

کالاهای یادشـده بخش عمده صادرات غیرنفتی ایـران را به خود اختصاص می‌دهند. بـرای صیانت از سـهم صادرات غیرنفتـی در تولیـد ناخالص داخلی باید ریسـک‌های صـادرات این محصولات کاهـش یابد و عمده‌ترین راه کاهش ریسـک صـادرات، بیمه محصولات صادراتی اسـت. شـرکت‌های بیمه لزوم وجود چنین بیمه‌نامه‌ای را برای بدنه صادرات کشـور ضروری دانسـته و برای پوشش ریسـک صادرات به‌ویژه صادرات خرد بیمه‌نامه بار صادراتی را طراحی کرده‌اند. در همین راستا صندوق ضمانت صادرات ایران نیز برای کلیه صادرکنندگان اقدام به پوشـش ریسـک کرده اسـت. بر این اساس کلیه محصولات صادراتی ایران تحت پوشـش بیمه صندوق ضمانت صادرات هسـتند. صمت به‌بهانه «روز ملی صادرات» درباره چگونگی کاهش ریسـک صادرات با پوشـش بیمه با کارشناسان گفت‌وگو کرده است.



بیمه بار صادراتی برای همه انواع حمل‌ونقل اعمال می‌شـود و شرایط این بیمه‌نامه براساس نیاز بیمه‌گذار متفاوت است

بیمه باربری، از ضروری‌ترین نیازهای بازرگانان

عسل اشـتری، کارشـناس بیمه درباره چگونگی کاهش ریسک صادرات برای صادرکنندگان به صمت گفت: شرکت‌های بیمه لزوم طراحی بیمه‌نامه مرتبط با صادرات را احسـاس و در این زمینه اقدام کردند. وی افزود: بیمه باربـری (صادراتی-وارداتی) یکی از ضروری‌ترین نیازهای تاجران و بازرگانان است. برای باربری و حمل محصـولات تجاری از جایی به جای دیگر، از وسایل نقلیه متعدد استفاده می‌شود که هر یک از آنها خطراتی بـرای کالا دارد. هنگام مواجهه با مشـکل در طول سفر و حمل بار، سرمایه افراد در معرض خطر قرار می‌گیرد که بیمه باربری برای رفع نگرانی درباره این موضوع کاربرد قابل‌توجهی دارد.

حفظ سرمایه تجار

وی با تاکید بر اینکه با استفاده از این نوع بیمه‌نامه، سرمایه صادرکنندگان در هر شرایطی تحت حفاظت قـرار می‌گیرد، گفت: این نوع بیمه‌نامه شـامل انواع محموله‌های صادراتی، وارداتی و ترانزیتی می‌شـود. در حمل بین‌المللی، بیمه‌نامه براسـاس اسـتاندارد انستیتوی بیمه‌گران لندن صادر می‌شود و موردتایید بیمه‌گران و مراجع حقوقی بیشتر کشورها است.

ایـن کارشـناس بیمـه ادامـه داد: شـرکت‌های بیمه‌گـر بیمه‌نامه حمل‌ونقل بین‌المللی را با هر یک از شـرایط A، B و C صـادر می‌کنند که شـرایطی بین‌المللی اسـت. بنابراین در تمام دنیا سطح‌بندی بیمه بار بین‌المللی دارای بندها و سـطوح یکسـان اسـت. تفاوت تنها در پوشـش خطراتی است که هر کدام از شـرکت‌های بیمه‌گر طبـق تعرفه و قوانین قراردادی خود در نظر دارند. به‌طور مثال کامل‌ترین بیمه‌نامه‌ای که در این زمینه ارائه می‌شود، بیمه‌نامه با شرایط کلوز A است.

اشتری با توضیح اینکه بیمه بار بین‌المللی، در بین مردم باعنوان بیمه بار صادراتی شـناخته می‌شـود، گفت: بیمه بـار صادراتی برای همه انواع حمل‌ونقل اعمال می‌شود و شـرایط آن براساس نیاز بیمه‌گذار متفاوت اسـت. وی افزود: براسـاس نیاز به صادرات یـا واردات «بیمـه بار» اغلـب از صادرکننـده‌ای با صادرکننده دیگر یا واردکننده‌ای با واردکننده دیگر و از محموله‌ای به محموله دیگر متفاوت است.

خلأ قانون

این کارشـناس بیمه با اذعان به اینکه هنوز برای اجـرای دقیق بیمه بار صادراتی در ایران خلأ قانونی وجود دارد، اظهار کرد: تا زمانی که تهیه بیمه‌نامه بار بین‌المللی اجباری نشود، ممکن است صادرکننده یا واردکننده بـرای کاهش هزینه صادرات یا واردات با پذیرش خطرات احتمالی حمل از بیمه بار خودداری کند، این در حالی اسـت که دریافـت این بیمه‌نامه در تجـارت بین‌المللی الزامی اسـت. وی در توضیح اهمیت بیمه‌نامه بار صادراتـی با ذکر مثالی تصریح کـرد: اگر کالا هنـگام حمل از بندر اعـزام به نقطه مقصد آسـیب ببیند، قطعا صادرکننده متحمل ضرر مالی می‌شـود؛ بنابرایـن برای جلوگیـری از ضرر، مجبور به اخذ بیمه‌نامه اسـت تا از سـرمایه خود در برابر صدمات احتمالی محافظت کند. اشـتری ادامه داد: در صـورت حمل کالا از طریـق دریا، این بیمه به‌عنوان بیمه بار دریایی شناخته و در صورت حمل هوایی از اصطلاح بیمه بار هوایی اسـتفاده می‌شود. با این حال، عمومـا از اصطلاح «بیمه بار صادراتی» به‌جای هر دو اصطلاح اسـتفاده می‌شـود و مقررات آنها مشخص است.

قوانین جهانی

وی بـا اشـاره به اینکه بسـته به شـرایط تجاری بین‌المللـی، فروشـنده (صادرکننـده) یـا خریدار (واردکننده) مسـئولیت بیمه کردن بـار را بر عهده دارد، بیان کرد: فروشـنده موظف اسـت محموله را از نظر CIF و CIP بیمه کند. همچنین فروشـنده می‌تواند بنا به صلاحدید بار را از نظر خطرات شخصی مثل DDU و DDP بیمه نکند. این کارشناس بیمه اذعان کـرد: اصطلاحات تجـاری DDU و DDP اغلـب در پروژه‌های کلیدی که مقدار بار زیاد است اسـتفاده می‌شوند و در عمل، فروشنده معمولا بار را با اصطلاحات DDU و DDP بیمه می‌کند. اشتری توضیح داد: پوشـش ریسک بیمه بار صادراتی از یک استاندارد جهانی تبعیت می‌کند و فقط قالب بیمه‌نامه از بیمه‌گری به بیمه‌گر دیگر متفاوت اسـت، اما همه آنها اساسـا دارای بندهای یکسان و همان اطلاعات موجود در دستورالعمل‌های بیمه‌نامه (IAI) هستند.



بیمه‌نامه تک‌نسخه

وی گفت: براساس مقررات بین‌المللـی بیمه‌نامـه بایـد توسـط یک شـرکت بیمه یا نماینده آن صادر و امضا شـود. اگر بیش از یک نسـخه اصلـی از بیمه‌نامه بار صادراتی صادر شده باشد این موضوع باید در بیمه‌نامه قید شـود، زیرا همـه بیمه‌نامه‌ها باید بـه تایید بانک کشـور مبدأ یا مقصد بیمه‌نامه بار صادراتی برسـند تا در اعتبار اسنادی (اعتبارسنجی) موسسه مالی دیگری هم مجاز به دریافت بیمه‌نامه بشـود. این کارشـناس بیمه درباره زمان صدور بیمه‌نامه بار صادراتی براساس اسـتانداردهای بین‌المللی گفت: در کشورهای خاص، نماینده بیمـه (کارگزار) ممکن اسـت بیمه‌نامه را در مدت ۴ تا ۵ سـاعت پس از دریافت دستورالعمل‌های بیمه‌نامه (IAI) یا فرم مشـابه، به صادرکننده تحویل دهـد، اما در برخی از کشـورها بیمه‌نامـه ۲ تا ۳ روز پس از دریافت دسـتورالعمل‌های آن، از طریق پسـت برای صادرکننده ارسال می‌شود. اشتری افزود: باتوجه به اینکه ممکن است ارسال نامه الکترونیکی در برخی از کشـورها ۴ روز یا بیشـتر طول بکشد، این احتمال وجود دارد که بند موجود در بیمه‌نامه مبنی بر تعیین زمان مشـخص بیمه‌نامه بار صادراتی به آخرین تاریخ مذاکره L / C نرسد.

طراحی بیمه‌نامه بار صادراتی براساس استاندارد جهانی

سیاووش قزلباش، کارشناس بیمه درباره لزوم صدور بیمـه بازرگانی به صمت گفت: شـرکت‌های بیمه‌گر با نیازسـنجی که انجام داده‌اند لـزوم طراحی چنین بیمه‌نامه‌ای را درک و براسـاس استانداردهای جهانی اقدام به این کار کرده‌اند.

وی افـزود: بیمه‌نامـه بار صادراتـی به‌منظور بیمه کـردن محمولـه کالاهایی بـا مبدأ حرکـت ایران و مقصد سـایر کشورهاست؛ بنابراین به‌علت گستردگی خطـرات محتمل برای محموله‌هـای باری و احتمال آسـیب‌دیدگی آنها در مسیر مقصد، باید رقم تعهدات شـرکت‌ها، برای بیمه‌شدگان مشـخص باشد. به این منظور، شرایط و استانداردهای مربوطه در مجموعه‌ای بـا عنوان کلوزهـای بیمه‌گران کالا تعیین شـده که موردتایید تمام بازارهای جهانی است.

این کارشـناس بیمه با اشـاره به اینکه شورای‌عالی بیمـه ایران نیز این قوانین و مقـررات را در آیین‌نامه شـماره ۷۹ معین کرده، یادآور شـد: شـرکت «بیمه ایران» تنها مرجع رسـمی تعهدات بیمه بار صادراتی ایران اسـت و همه بیمه‌های باربـری صادراتی باید با توجه به قوانین این شرکت صادر شود.

بیمه خسارت نمی‌دهد

قزلباش در پاسـخ به این پرسـش که چه خطراتی تحت پوشـش بیمه‌نامه صـادرات قـرار نمی‌گیرند، توضیح داد: نبود قابلیت حمل ایمن کالای بیمه‌شـده به‌علت نامناسب بودن کشتی (شناور)، نامناسب بودن وسایل حمل‌ونقل (کانتینرها) برای انتقال سالم کالای بیمه‌شـده، وجود هر گونه جنگ داخلی، شورش، قیام و... از جمله مواردی هسـتند که شـرکت‌های بیمه‌گر الزامی به پرداخت خسارت در زمینه آنها ندارند.

وی افـزود: وقوع هرگونـه توقیف، مصادره و تصرف در اموال (به‌اسـتثنای دزدان دریایی) یا وقایع ناشـی از این امور، آسـیب دیدن بـار صادراتی بر اثر مواجهه احتمالی با سـلاح‌های جنگی متروکه و به‌جامانده از سایر جنگ‌ها از قبیل بمب، مین، اژدر و...، از بین رفتن بار یا به مقصد نرسـیدن آن به‌خاطر وقوع اغتشاشات و درگیری‌هـای داخلـی، اعتصاب کـردن کارگران و تعطیل شـدن محل کار و وقوع عملیات تروریسـتی به اشـکال مختلف، شرکت‌های بیمه‌گر را از پرداخت خسارت معاف می‌کند.

ضمانتی بزرگ

این کارشـناس بیمـه اذعان کـرد: در ایران علاوه بـر بیمه‌نامه‌های صادراتی بار، تمامـی تجار در زمان فعالیت، باید کالای موردمعامله را به صندوق ضمانت صادرات ایران معرفی کنند تا این صندوق طبق توافق با بیمه‌های موجود نسبت به اعتبارسنجی و ایجاد حد اعتباری بیمه‌ای اقدام کند.

وی خاطرنشان کرد: تجار ایرانی می‌توانند با استفاده از این بیمه‌نامه با خیال آسوده و راحت کالای خود را در سـطح کلان صادر کنند و در این مسـیر از بیمه‌ها و تضامین صندوق ضمانت صادرات بهره‌مند شوند.

وی اضافه کرد: به‌تازگی توافقی بین ایران و روسـیه صـورت گرفته که براسـاس آن تجار و شـرکت‌های روسی صادرکننده محصولات به ایران می‌توانند تجار و شرکت‌های ایرانی طرف معامله خود را معرفی کنند و صنـدوق ضمانت صـادرات در قبال اعتبارسـنجی شـرکت‌های ایرانی، برای طرف‌هـای روس از طریق صندوق‌های ضمانتنامه روسی، ضمانتنامه و بیمه‌نامه صادر می‌کند تا فرآیند واردات از روسـیه هم تسهیل شود.

خطر ورشکستگی

قزلباش خاطرنشـان کرد: این‌گونه پیمان‌نامه‌های تجاری معمولا در سـطح کلان تجارت منعقد می‌شود و رعایـت مفـاد آن بـرای طرفین الزامی اسـت. این پیمان‌نامه‌هـا باعث تسـهیل در روند صدور بیمه‌نامه بار صادراتی و اعتبارسـنجی توسـط صندوق ضمانت صادرات می‌شود.



وی بـا اشـاره بـه اینکـه برخی صادرکننـدگان برای کاهـش هزینه از بیمه کردن محصـولات صادراتـی خود امتنـاع می‌کنند، بیان کـرد: صادرکنندگان در برخی موارد در توافق با واردکنندگان محصولات خود را بیمه نمی‌کنند که این موضوع عاملی شده تا در صورت بروز اتفاقات پیش‌بینی‌نشـده صادرکنند به ورشکسـتگی برسـد. این کارشـناس بیمه تصریح کرد: بیمه‌نامه بار صادراتی هم می‌تواند از ورشکسـتگی تجار جلوگیری کند و هم در مواقع خطر سود حاصل از صادرات را به جیب تجار بازمی‌گرداند.

سخن پایانی

در انجام هر کاری ریسـکی نهفته اسـت، اما در بعضی از کارها نظیر صادرات ریسـک بیشتر است؛ از همین رو پوشـش این ریسک‌ها ضروری اسـت. از جمله مواردی که قانون‌گذار باید برای سطوح خرد و کلان آن الزام در نظر گیرد، بیمه محصولات صادراتی اسـت، زیرا با کاهش ریسک صادرات، تجار آسیب مالـی کمتری می‌بینند و ترغیب به صادرات می‌شـوند و از سـوی دیگر کشـور واردکننده نیز با خیال راحت‌تری اقدام به واردات از ایران می‌کند. همچنین در راسـتای ارتقای منافع ملی و صیانت از سـهم صادرات غیرنفتی در تولید ناخالص داخلی باید ریسـک‌های بخش صادرات غیرنفتی در قالب پوشـش ریسـک توسـط بیمه‌ها کاهش یابد که به‌اعتقاد کارشناسـان بهترین راه برای کاهش ریسک در زمینه صادرات استفاده تجار به‌ویژه در بخش خرد از بیمه‌نامه بار صادراتی است، زیرا تجار با استفاده از چنین بیمه‌نامه‌ای حتی می‌توانند سـود حاصل از صادرات را بیمـه کنند. بیمه‌نامه صادرات بار مانند چتری از صادرات غیرنفتی کشور در برابر باران حوادث حمایت می‌کند.

بیمه‌نامه بار صادراتی به‌منظور بیمه کردن محموله کالاهایی با مبدأ ایران و مقصد کشورهای خارجی است

باجه خبر

افزایش تسهیلات پرداختی بانک کشاورزی

تسـهیلات پرداختی بانک کشـاورزی از ابتدای امسـال تا هفته پایانی مهر در مقایسـه با همین مقطع در سال گذشته ۸۴ درصد رشـد داشته اسـت. به‌گزارش روابط عمومی بانک کشـاورزی، شـعب این بانک در سراسر کشور از ابتدای سال ۱۴۰۱ تـا ۱۹ مهر حدود ۹۵۷ هزار میلیارد ریال تسـهیلات بـه متقاضیان پرداخت کرده‌اند که نسـبت به مقطع مشـابه سـال گذشـته، افزون بر ۴۳۸ هزار میلیارد ریال معادل ۸۴ درصد رشـد داشته است. براساس این گزارش، بانک کشاورزی برای تامین مالی بخش کشاورزی و در حمایت از فعالان این بخش و نیز در حمایت از اشتغال‌آفرینی و بهبود کسب‌وکار و معیشـت هموطنان، در مقطع یادشده بالغ بر ۵۲۹ هزار فقره تسهیلات در قالب تسهیلات سرمایه‌ای، سرمایه در گردش و قرض‌الحسنه به متقاضیان پرداخت کرده است.

رشد ۴۷ درصدی درآمد حق‌بیمه پارسیان

بیمه پارسیان، در نیمه نخست امسال موفق به شناسایی و وصول ۳.۰۷۴ میلیارد تومان درآمد حق بیمه شـد. این رقم حاکی از رشد ۴۷ درصدی درآمد حق بیمه ۶ ماه نخست سال ۱۴۰۱ نسـبت به دوره مشابه سـال گذشته است. به گزارش روابـط عمومی بیمه پارسـیان، بیمه پارسـیان در فصل بهار رونـد صعودی شناسـایی درآمد را حفظ کرد امـا در دو ماه نخسـت تابستان این روند نزولی شـد. در نهایت در شهریور شـاهد بازگشـت درآمد صدور بیمه‌نامه به مدار صعودی شد. این شرکت بیمه‌ای، در نیمه نخست امسال موفق به شناسایی و صدور ۳.۰۷۴ میلیارد تومان درآمد حق بیمه شد.

ایـن رقم حاکی از رشـد ۴۷ درصـدی درآمد حق بیمه ۶ ماه نخسـت سال ۱۴۰۱ نسـبت به دوره مشابه سال گذشته است. از سـوی دیگر رقم خسارت پرداختی اعلام شده بیمه پارسیان در ۶ ماه نخست امسال ۱.۷۷۵ میلیارد تومان اعلام شـده اسـت. گفتنی اسـت از درآمد حق بیمه صادره بخش عمـده آن یعنـی ۳۸ درصد، مربوط به رشـته بیمه‌ای ثالث- اجباری است.



عکس: صمت

یک استاد دانشگاه در گفت‌وگو با صمت:

باید نگاهی استراتژیک به صادرات داشت



صادرات بخش مهمی از اقتصاد هر کشوری را تشکیل می‌دهد. در بسیاری از کشورهای پیشرفته، صادرات محور اصلی توسعه بوده و اهمیت بسیاری در حضور آن کشور در بازارهای جهانی دارد.

تولیدات داخلی و عرصه آن در بازار رقابت جهانی یا به‌بیان‌دیگر، صادرات یکی از عواملی است که می‌تواند کشورها را مستقل کند.

بسیاری بر این باورند که اهمیت و ضرورت حضور کالاهای ساخت یک کشور در بازار جهانی و فضای اقتصاد بین‌المللی، از مهم‌ترین عوامل توسعه است. نقش صادرات در این‌بین به‌اندازه‌ای مهم است که بسیاری کارشناسان، صادرات را تنها مسیر موفق به توسعه اقتصادی یک کشور در بازار جهانی می‌دانند؛ بنابراین با توجه به شرایط روز، چاره‌ای جز تقویت صادرات غیرنفتی نداریم و این موضوع باید در دستور کار مدیران و تصمیم‌گیران کشور قرار بگیرد.

این واقعیتی انکارناپذیر است که در ایران بیشترین صادرات همواره به نفت خام و گاز خلاصه می‌شد. به همین دلیل، اعمال تحریم‌ها قبل از هر چیز، تراز تجاری کشور را متاثر و سپس کسری بودجه را به مسئله اصلی حوزه مالی کشور تبدیل کرد. صمت به مناسبت روز ملی صادرات در گفت‌وگو با کامران ندری، استاد دانشگاه و کارشناس حوزه پولی به‌دلایل تجربه رشد مقطعی صادرات و جایگاه امروز صادرات در اقتصاد ایران پرداخته است.

مشروح این گفت‌وگو را در ادامه بخوانید:

◉ امسال در حالی مراسم روز ملی صادرات را برگزار می‌کنیم که مسئله کسری بودجه دولت، بیش از هر زمان دیگری جدی شده است. با وجود شرایط فعلی و تصور باقی ماندن تحریم‌ها، تا چه اندازه می‌توانیم به جهش صادرات به‌ویژه صادرات غیرنفتی امیدوار باشیم؟

واقعیت این است که بسیاری از کارشناسان بدون رفع تحریم‌ها، هیچ شانسی برای جهش‌های گوناگون اقتصادی چه در حوزه صادرات و چه در زمینه تولید قائل نیستند.

◉ با این حال، برخی ارقام نشان می‌دهد در ابتدای اعمال تحریم‌ها، صادرات برخی کالاها رشد داشته است. آیا می‌توانیم بگوییم این اثرات می‌توانند دائمی باشند؟

به نکته درستی اشاره کردید، اما باید شرایط خاص یک کشور تحت تحریم را هم مدنظر داشته باشیم. رشد نسبی صادرات در ۲، ۳ سال گذشته حاصل ارتقای کیفیت و بهبود خلاقیت در تولید یا بهره‌وری نبوده، بلکه ناشی از کاهش دائمی و چشمگیر ارزش پول ملی بوده است. چنان از ارزش ریال در ۳ سال گذشته کاسته شده که برخی از انواع صادرات مزیت یافته است. این صادرات هم اغلب به خام‌فروشی نزدیک بود؛ یعنی در زمینه فلزات یا میوه. اگر یادتان باشد این افزایش صادرات نه‌تنها به گشایشی در اقتصاد ما تبدیل نشد، بلکه به‌سرعت پیامدهای ویرانگر خود را به شکل کمبود و تحمیل تورم مضاعف به برخی کالاهای اساسی نشان داد.

در واقع اگر به روند تورم برخی کالاهای اساسی و پایه بنگریم، متوجه خواهیم شد تورم برخی از کالاها مانند فلزات، میوه یا محصولات پتروشیمی، جدا از اثرات تورم عمومی، ناشی از افزایش تقاضای صادراتی این محصولات در خارج از کشور بوده است.

◉ در شرایطی که کشور دچار تحریم‌شده، آیا می‌توان با چنین درآمدهایی هرچند از راه خام‌فروشی مخالفت کرد؟

من متوجه خطیر بودن شرایط هستم و حتی درک می‌کنم در شرایط تحریم چقدر ضروری است صادرات افزایش یابد، اما مسئله این است که نباید فکر کنیم کاهش ارزش پول ملی در نهایت به سود اقتصاد و کشور است. یا اینکه این‌طور وانمود کنیم که این افزایش صادرات متاثر از سیاست‌گذاری یا برنامه‌ریزی بوده است.

در این میان، باید بپذیریم صادراتی مانند آنچه گفته شد و ما در چند سال اخیر بارها شاهد آن بوده‌ایم، در نهایت به زیان مردم و اقتصاد ما است. نباید فراموش کنیم این صادرات در نهایت پس از مقطعی کوتاه که ناشی از تضعیف ریال بود، رونق گرفت و پس از مدت کوتاهی به‌دلیل بالا رفتن نرخ عمومی کالاها، اثر آن هم از بین رفت.

باید به این نکته به شکل جدی توجه شود که آن صادرات در نهایت راهگشا نبود و به کمبود بیشتر کالاها در کشور دامن زد.

من فکر می‌کنم، اگر هدف از پرداختن به صادرات، کمک به گشایش اقتصادی است، باید نگاهی استراتژیک به این مقوله داشته باشیم و براساس همین نگاه استراتژیک باید حرکت کنیم. این نیز بحث جدیدی نیست، چراکه مسئله بهبود صادرات، یک مسئله به‌نسبت قدیمی در جهان است و کشورها و راهکارهای مختلفی برای بهبود تولید و صادرات غیرنفتی وجود دارد؛ از جمله اینکه با بهبود بهره‌وری در تولید می‌توانیم مزیت بیشتری برای تولیدات داخل داشته باشیم. همچنین باید به سمت نوسازی صنایع اصلی خود حرکت کنیم، زیرا استهلاک این صنایع بسیار بالاست و بخش مهمی از آنها دیگر فرسوده به‌شمار می‌روند. همچنین باید ماشین‌آلاتی را در تولید کشور به کار بگیریم که مصرف انرژی کمتری داشته باشند و همزمان به ارتقای مدیریت صنایع خود بپردازیم. این راهی است که به‌طور کلی برای اقتصادهایی که به‌دنبال یافتن تقاضای خارجی برای خدمات و کالاهای خود هستند، توصیه می‌شود. در یک کلام اگر بناست صادرات کشور بهبود یابد، باید تولید را برای صادرات سازمان دهیم و از طریق نوآوری و خلاقیت برای تولیدات ایرانی، مزیت ایجاد کنیم.

◉ گاه برخی اقتصاددانان، کاهش ارزش پول ملی را به سود صادرات می‌دانند. چقدر می‌توان با این گفته موافق بود؟

حقیقتا من با این گزاره کاملا مخالف هستم و فکر می‌کنم این کار در نهایت به زیان جامعه و اقتصاد کشور تمام می‌شود. بگذارید این‌طور بگویم که اگر بنا بود با تضعیف ارزش پول ملی، صادرات دچار جهش شود، کار چندان دشواری وجود نداشت و دولت‌ها و بانک‌های مرکزی می‌توانند به‌راحتی این را ممکن کنند. در واقع تنها کافی است دولت‌ها ابعاد بی‌انضباطی‌های مالی و پولی خود را افزایش دهند تا از ارزش پول ملی کاسته شود، اما همه می‌دانیم که به‌دنبال این نوسانات، رونق اقتصادی حاصل نمی‌شود، بلکه بحران ایجاد خواهد شد.

با این حال، من در گفته‌های پیشین خود هم تصریح کردم که ممکن است برای مدتی کاهش ارزش پول ملی بتواند صادرات را افزایش دهد، اما این افزایش مقطعی و موقتی است.

برخی، از رویه پولی کشور چین مثال می‌زنند. در این کشور چگونه این سیاست چنین پرطرفدار است؟

باید به چند نکته توجه کنیم؛ اول اینکه چین ارزش یوآن را تا ۱۰ برابر بالا و پایین نمی‌کند و مداخله دولت چین در کنترل ارزش یوآن، مداخله‌ای در این ابعاد نیست. از سوی دیگر، چین با کشوری مانند ایران تفاوت‌های پایه‌ای و چشمگیر فراوانی دارد. چین کشوری است که اقتصاد آن حول تولید شکل گرفته و نهادهای اقتصادی در این کشور با قدرت و اقتدار به فعالیت خود ادامه می‌دهند. بخش مهمی از مردم جهان مصرف‌کننده کالاهایی هستند که در این کشور آسیایی تولید می‌شود. در چین، هم خلاقیت و هم نوآوری در تولید محصولات دیده می‌شود و از سوی دیگر، در یک شرایط برابر هم تولیدات این کشور نسبت به رقبای غربی آن مزیت‌های فراوانی دارد. به همین دلیل قبول ندارم که کاهش ارزش پول ملی به‌تنهایی موجب شده باشد که چین تبدیل به یک ابرقدرت اقتصادی شود؛ گرچه نمی‌توان اثرات این اقدام را یکسره نادیده گرفت، اما باید بپذیریم این کار اثرات ناچیزی داشته است.

> رشد نسبی صادرات در ۳،۲ سال گذشته حاصل ارتقای کیفیت و بهبود خلاقیت در تولید یا بهره‌وری نبوده، بلکه ناشی از کاهش دائمی و چشمگیر ارزش پول ملی بوده است

◉ در میان‌مدت، اثر تضعیف ارزش پول ملی چه خواهد بود؟

باز هم تاکید می‌کنم که توسعه صادرات با کاهش مداوم ارزش پول ملی در تضاد است و به هیچ وجه نمی‌توانیم کاهش ارزش پول ملی را اتفاق مبارکی بدانیم. به این نکته توجه کنید که کاهش پی‌درپی قدرت ریال، در عمل منجر به رشد گاه و بی‌گاه نرخ تورم در کشور شده؛ یعنی کاهش ارزش پول ملی برای مدتی ممکن است هزینه‌های تولید را کاهش دهد، اما با جهش‌هایی که به کل اقتصاد و تمامی محصولات تحمیل می‌کند. در نهایت به زیان اقتصاد تمام می‌شود و مزیت قیمتی صادرات نیز خیلی سریع از بین می‌رود. به باور من، این نگاه به‌طور کلی غیرمنطقی و غیرعلمی است.

◉ از کدام راه‌های متعارف می‌توان استفاده کرد که هزینه تولید کالا و خدمات در کشور مزیت خود را حفظ کند؟

واقعیت این است که مهم‌ترین چیزی که موجب افزایش غیرمنطقی هزینه‌های تولید در کشور ما شده، تحریم است. مسئله تحریم‌ها یک مشکل واقعی و یک مانع بزرگ مقابل پیشرفت و توسعه اقتصاد ما است. تولید کشور باید تا زمانی که تنش‌ها کاهش پیدا نکرده، این هزینه مضاعف را به‌طور روزمره بپردازد. این در حالی است که نمی‌توانیم منکر خودتحریمی‌های داخلی شویم. هم‌اکنون هزینه نقل‌وانتقال پول به کشور به‌شدت بالا رفته که سبب می‌شود انزوای اقتصادی بیشتری به کشور تحمیل شود.

اگر به مسئله تحریم این‌طور نگاه کنیم که عده‌ای سیاست‌گذاران ابرقدرت جهان، برای اینکه راه خود را به دیگر کشورها تحمیل کنند، این سیاست را انتخاب می‌کنند، پس آن‌گاه نتایج آن نیز اجتناب‌ناپذیر می‌شود؛ یعنی با روندی مواجه شده‌ایم که پی‌درپی از ارزش پول ملی کشور می‌کاهد و در عمل به تخریب اقتصاد ما منجر می‌شود.

◉ پیامدهای دیگر کاهش ارزش پول ملی چیست؟

مهم‌ترین پیامدهای این واقعه، تنگدست شدن مردم است. شما نگاه کنید که مردم ایران در این ۳، ۴ ساله، مشکلات زیادی را تحمل کرده‌اند؛ آنها هر روز باید برای تامین نیازهای خود، یک نرخ جدید بپردازند و با مشکلات گوناگون معیشتی مواجه هستند. همین اثرات نامطلوب و ویرانگر کاهش ارزش پول ملی است که کمتر عقل سلیمی به خود اجازه می‌دهد از این طریق به رونق صادرات بپردازد، زیرا در بلندمدت اقتصادی که هر لحظه از ارزش پولش کاسته می‌شود، به سمت فروپاشی و ویرانی خواهد رفت. جامعه‌ای را تصور کنید که مردم آن هر روز فقیرتر می‌شوند یا کارگرانی را در نظر بگیرید که هر سال فقیرتر از سال پیش هستند. اینها بحران‌ساز است و می‌تواند هر نظمی را به چالش بکشد. این نتیجه کاهش ارزش پول ملی و تحمیل تورم بیش از ۳۰ و ۴۰ درصد در سال‌های گذشته بوده است. به همین دلیل، فکر می‌کنم این آدرس اشتباه است که می‌توانیم از طریق کاهش ارزش ریال بازارهای بیشتری را جذب کنیم.

◉ به‌نظر شما، مشکل اصلی اقتصاد ما چیست؟

بیش از هر چیزی، اقتصاد ایران زیر فشار تورم است و تا زمانی که مسئله ابرتورم حل نشود، مشکلات دیگر را هم نمی‌توانیم به‌طور ریشه‌ای حل‌وفصل کنیم. از سال ۹۷ به این سو، همواره نرخ تورم کشور بیش از ۳۰ درصد بوده است. در اقتصادی که میانگین رشد قیمت‌ها ۳۰ درصد است، ارزش پول ملی نیز هر دم کاهش خواهد یافت و تورم بخش‌های گوناگون اقتصاد را به‌طور کامل دربر خواهد گرفت.

متاسفانه این‌طور احساس می‌کنم که برخی از سیاست‌گذاران حتی تمایل ندارند به مسئله تورم و جهش قیمت‌ها در کشور پرداخته شود. این در حالی است که با تداوم تورم فعلی در عمل اقتصاد نه می‌تواند از رکود خارج شود و نه تولید پا می‌گیرد. تورم ۳۰ درصدی یعنی هر دو سال و نیم، نرخ عمومی کالاها دو برابر شده است. در این شرایط، حتی اگر منابع ارزی حاصل از فروش نفت خام و گاز هم وجود داشته باشد و بانک مرکزی از طریق تزریق این منابع برای مدتی بازار را کنترل کند، باز هم از نخستین روزنه استفاده می‌شود و جهش نرخ ارز کل بازار را درگیر خود می‌کند. به این ترتیب می‌توان گفت کنترل نرخ تورم، مادر تمام اصلاحاتی است که در اقتصاد کشور انجام خواهد شد و بدون رفع این مشکل، مشکلات دیگر هم به‌طور کامل رفع نخواهند شد.

> ممکن است برای مدتی کاهش ارزش پول ملی بتواند صادرات را افزایش دهد، اما این افزایش مقطعی و موقتی است

یادداشت

موانع توسعه صادرات در یک نگاه



امیرعباس فیضی
کارشناس اقتصاد

در حالی روز ملی صادرات را پشت‌سر گذاشتیم که بسیاری از صادرکنندگان با مشکلاتی از جمله موانع صادراتی و چالش‌هایی در نقل‌وانتقالات روبه‌رو هستند. شرایط کرونا همچنان پابرجاست و وضع برخی قوانین دست‌وپاگیر را هم نمی‌توان نادیده گرفت. فعالان تجاری بر این نکته تاکید دارند که رفع موانع و مقررات زائد، از مهم‌ترین مواردی است که باید در دستور کار دولت قرار گیرد. این امر علاوه‌بر رونق تولید، فضای رقابتی یکسانی برای کالاهای تولید داخلی در مقابل کالاهای وارداتی ایجاد می‌کند. مقایسه رویکردهای نظارتی حاکم بر فضای تولید و واردات، بیانگر این است که مقررات حاکم بر بخش تولید و واردات موجب نابرابری و بی‌عدالتی‌هایی در عرصه رقابت شده و کفه ترازو را به سود واردات سنگین کرده، به‌طوری‌که در خرید کالاهای وارداتی، فاکتور فروش فروشنده خارجی به‌عنوان یک سند که بیانگر قیمت فروش کالاست، بدون هیچ‌گونه ملاحظه‌ای مورد پذیرش سازمان‌ها و نهادهای نظارتی کشور قرار می‌گیرد. در واقع حدود مسئولیت واردکننده به هزینه‌های پس از خرید کالای خارجی و به‌طور مشخص به مواردی از قبیل هزینه‌های ترخیص، حمل و سایر هزینه‌های مربوط محدود است. در مقابل، نحوه تعامل سازمان‌های نظارتی در زمینه قیمت تمام‌شده و قیمت فروش کالاهای تولید داخلی به‌گونه‌ای دیگر بوده و در حقیقت با بررسی و حسابرسی بهای تمام‌شده کالای تولید داخلی در مواقعی با نپذیرفتن هزینه‌های مستند و واقعی، نرخ کالای تولید داخل از سوی سازمان‌های نظارتی موردارزیابی قرار می‌گیرد. برای تشریح ادعای مطرح شده مثالی در این زمینه می‌آوریم.

براساس ضوابط قیمت‌گذاری کالاهای تولید داخل برای برخی عوامل قیمت تمام‌شده از قبیل هزینه‌های مالی، محدودیت‌هایی درنظر گرفته شده و در واقع با تعیین سقف برای این قبیل هزینه‌ها، امکان شرایط یکسان برای رقابت بین تولیدکننده داخلی و شرکت خارجی از بین می‌رود.

- سود موردپذیرش در ضوابط قیمت‌گذاری به هزینه‌های مواد اولیه مصرفی، کارکنان و هزینه‌های سربار تعلق می‌گیرد و به سایر عوامل تشکیل‌دهنده قیمت تمام‌شده سود تعلق نمی‌گیرد. پرواضح است که در تعیین قیمت تمام‌شده و نرخ فروش کالاهای وارداتی، سازمان‌های نظارتی داخل کشور، امکان بررسی و تجزیه‌وتحلیل نرخ فروش اعلامی شرکت‌های خارجی را ندارند و دایره نظارت و رسیدگی به هزینه‌های شرکت خارجی به‌عنوان عرضه‌کننده کالای وارداتی، فقط در محدوده هزینه‌های مندرج در نرخ اعلامی فروشنده خارجی است. به‌عبارتی امکان رسیدگی به نحوه هزینه‌کرد بنگاه‌های اقتصادی خارجی غیرممکن بوده و این در حالی است که تولیدکننده داخلی ملزم به تعیین نرخ در چارچوب ضوابط قیمت‌گذاری تولید داخلی بوده و در مواقعی به‌دلیل وجود مغایرت هزینه‌های مستند واحد تولیدی با ضوابط قیمت‌گذاری، اختیار تعیین نرخ از تولیدکننده داخلی سلب می‌شود. صرف‌نظر از موارد یادشده، آنچه امروز در رونق تولید کشورمان اثرگذار است، توجه به مقوله «برندسازی و برندپروری» است که این موضوع نیز در حیطه تکالیف وزارت صنعت، معدن و تجارت است. حال سوال کلیدی که در این زمینه قابل طرح است، اینکه با وجود شرایط و ضوابط یکسان برای تمامی واحدهای تولیدی و تعیین محدودیت در میزان هزینه‌کرد کالاهای تولید داخل، آیا امکان برندسازی وجود دارد؟ براساس ضوابط نرخ‌گذاری، کالاهای تولید داخل ملزم به رعایت سقف مورد پذیرش برای هزینه تبلیغات هستند، اما برای عرضه کالاهای وارداتی در کشور هیچ‌گونه اطلاعی از میزان هزینه تبلیغات شرکت سازنده خارجی در دسترس نهادهای نظارتی یا مصرف‌کننده نیست. بدون‌شک با برطرف شدن محدودیت‌های ناشی از مقررات مخل تولید و مستثنا کردن مشمولیت ضوابط قیمت‌گذاری برای تولید داخلی دارای نام و نشان تجاری، شرایط لازم برای «برندسازی و برندپروری» فراهم شده و تولید داخلی به‌عنوان یک هویت ملی و نماد فرهنگ کشورمان در بازارهای داخلی و جهانی فرصت عرض‌اندام داشته باشد.

گروه گفت‌وگو
editor@smtnews.ir

شنبه
۳۰ مهر ۱۴۰۱- ۲۵ ربیع‌الاول ۱۴۴۴ - ۲۲ اکتبر ۲۰۲۲- شماره ۲۱۷۸- پیاپی ۳۴۹۶

صمت
صنعت معدن تجارت

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه صمت: www.smtnews.ir/about.html

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»
مدیرمسئول: ناصر بزرگمهر
سردبیر: عاطفه خسروی

تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر: ۸۸۷۲۲۷۴۰- پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۳ - ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم‌مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کد پستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir
امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir
چاپخانه: هنر سرزمین سبز

info@smtnews.ir
www.smtnews.ir
instagram.com/smtnewspaper
telegram.me/smtnews
tozi.smtnews@gmail.com

روزنامه صمت با رتبه ۱
در میان روزنامه‌های تخصصی مقام ۱
در میان روزنامه‌های اقتصادی مقام ۲

عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی
عضو انجمن مدیران رسانه
عضو تعاونی مطبوعات

کارتون روز



بدون شرح

طرح: حسین علیزاده

آمار واردات و صادرات سال ۱۴۰۱

یکی از اهداف مهم دولت سیزدهم، افزایش تجارت است و بنا به گفته رئیس سازمان توسعه تجارت ایران براساس هدف‌گذاری انجام‌شده در افق ۱۴۰۴ باید به صادرات ۷۵ میلیارد دلاری دست یابیم. آمار کل تجارت غیرنفتی (صادرات و واردات) ایران در ۴ ماه نخست سال ۱۴۰۱ با رشد ۲۲ درصدی نسبت به ۴ ماه ابتدایی سال ۱۴۰۰، به ۴۶ میلیون و ۸۱۵ هزار تن به ارزش ۳۴ میلیارد و ۴۸۰ میلیون دلار رسیده است. ارزیابی‌ها حاکی از آن است که میزان واردات و صادرات در ارزش یکسان هستند؛ یعنی مبلغ صادرات یا واردات غیرنفتی ۴ ماه نخست سال ۱۴۰۱، از تقسیم کل ارزش مبادلات تجاری غیرنفتی به ۲ به‌دست می‌آید. در ادامه به شرح جزئیات بیشتر در زمینه آمارهای تجاری این مدت می‌پردازیم.



عکس: صمت

تبادلات تجاری با کشورهای همسایه

تازه‌ترین اخبار از تبادلات تجاری ایران به کشورهای همسایه حاکی از این است که در ۵ ماه نخست سال ۱۴۰۱، ایران ۲ میلیارد و ۹۶۱ میلیون دلار کالا به عراق صادر کرده که این رقم نسبت به عملکرد سال گذشته ۶ درصد کاهش را نشان می‌دهد. تحلیل آمار تجارت در ۲ ماه اخیر، گویای این است که صادرات به عراق کاهشی بوده، اما کاهش صادرات به این کشور در ۵ ماه نسبت به ۴ ماه ابتدایی سال کمتر بوده است. از سوی دیگر، بررسی ۱۰۰ قلم کالای صادراتی به عراق نشان می‌دهد، در صادرات ۲۰ قلم کالا به عراق با کاهش مواجه بودیم، اما صادرات ۸۰ قلم دیگر از کالاهای مورد بررسی افزایشی بوده است. به‌گفته یکی از مسئولان سازمان توسعه تجارت، عمده دلیل کاهش صادرات به عراق به کاهش صادرات گاز و بنزین مربوط می‌شود؛ به طوری که بنا بر آمارها، صادرات گاز به عراق ۶۰ درصد و صادرات بنزین به عراق ۸۰ درصد کاهشی بوده است. به‌گفته متولیان دولتی، یکی از مشکلات صادراتی به عراق، مسئله بازگشت ارز از عراق به‌دلیل تحریم‌ها است؛ از این رو صادرکنندگان به‌سختی ارز صادراتی خود را آن هم با روش‌هایی غیربانکی وارد می‌کنند. دستگاه‌ها باید کمک کنند تا از سازکارهای غیربانکی بتوانیم بهتر استفاده کنیم. مشکل دیگر صادرات به عراق مربوط به حمل کالا به این کشور است. در این زمینه چالش‌های زیادی وجود دارد و اغلب کالاهای صادراتی در پایانه‌ها تخلیه و بارگیری مجدد می‌شوند.

تراز تجاری ایران منفی شد

کارنامه تجارت خارجی ایران در آخرین ماه تابستان نشان از تراز منفی یک میلیارد و ۳۹ میلیون دلاری تجارت دارد.

آمار گمرک ایران نشان می‌دهد ارزش تجارت خارجی کشور در ۶ ماه نخست سال با رشد ۱۳.۲ درصدی در ارزش از مرز ۵۰ میلیارد دلار گذشته است. مطابق آمارهای گمرک ایران، در این مدت ۵۱ میلیون و ۷۸۳ هزار تن کالا به ارزش ۲۴ میلیارد و ۲۵۱ میلیون دلار صادر شد که این میزان صادرات از نظر وزنی افت ۱۲.۵ درصدی و به لحاظ ارزش رشد ۱۳.۳۲ درصدی را نشان می‌دهد. در عین حال، در این مدت، ۱۶ میلیون و ۳۲۰ هزار تن کالا به ارزش ۲۶ میلیارد و ۳۱ میلیون دلار وارد کشور شد که از حیث وزن افت ۱۴.۷۲ درصدی و از لحاظ ارزش رشد ۱۳.۱۵ درصدی داشته است.

در واقع آمار صادرات و واردات کشور در پایان نیمه اول سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد همزمان با افزایش صادرات و واردات در نیمه نخست ۱۴۰۱، تراز تجاری کشور منفی‌تر شد و به یک میلیارد و ۷۸۰ میلیون دلار رسید؛ روندی که از تیر ۱۴۰۱ شروع شد و در شهریور ۱۴۰۱ به اوج رسید.

جزئیات تجارت در شهریور نشان می‌دهد صادرات غیرنفتی ایران به کشورهای هدف افتی حدود ۲۵ درصدی داشته است. در این مقطع ایران ۳ میلیارد و ۳۲۷ میلیون دلار کالا صادر کرده، این در حالی است که در مدت مشابه سال گذشته ۴ میلیارد و ۴۳۴ میلیون دلار کالا صادر شده بود. در این مقطع واردات کالا و خدمات نیز از کشورهای طرف معامله افتی بیش از ۱۷ درصدی داشته است.

در آخرین ماه تابستان ایران ۴ میلیارد و ۳۶۶ میلیون دلار کالا وارد کرده است. این رقم در تابستان سال گذشته ۵ میلیارد و ۲۹۱ میلیون دلار گزارش شده بود. براساس آمار مقدماتی گمرک ایران می‌توان پیش‌بینی کرد در این ماه همچون ماه‌های گذشته مبادلات تجاری ایران صرفا متمرکز بر ۱۲ شریک تجاری است.

مقاصد صادراتی و مبادی وارداتی ایران

گمرک ایران در گزارش خود درباره ۵ قلم کالای عمده صادراتی در ۶ ماه ابتدایی امسال اعلام کرد پروپان مایع‌شده به ارزش ۲ میلیارد و ۱۷ میلیون دلار، متانول به ارزش یک میلیارد و ۳۳۵ میلیون دلار، بوتان مایع‌شده به ارزش یک میلیارد و ۱۶۵ میلیون دلار، گاز طبیعی مایع‌شده به ارزش ۹۷۷ میلیون دلار و پلی اتیلن گریدفیلم به ارزش ۹۷۶ میلیون دلار، ۵ قلم نخست کالاهای صادراتی در این مدت بودند. حدود ۲۶.۵ درصد ارزش کل کالاهای صادراتی ایران در این مدت به ۵ قلم کالای فوق‌الذکر اختصاص داشته است.

در بخشی از این گزارش آمده است: کشورهای عمده مقصد کالاهای صادراتی ایران شامل چین با ۷ میلیارد و ۸۴۲ میلیون دلار، عراق با ۳ میلیارد و ۳۸۲ میلیون دلار، امارات ۳ میلیارد و ۱۱۲ میلیون دلار، ترکیه با ۲ میلیارد و ۶۲۶ میلیون دلار و هند ۹۰۴ میلیون دلار هستند.

■ مبادی اصلی وارداتی کجاست؟

براساس این گزارش ۵ قلم اول کالاهای وارداتی به کشور در نیمه اول امسال شامل برنج به ارزش یک میلیارد و ۲۱۸ میلیون دلار، گندم معمولی یک میلیارد و ۱۹۱ میلیون دلار، ذرت دامی یک میلیارد و ۱۷۱ میلیون دلار، دانه سویا ۹۲۵ میلیون دلار و گوشی تلفن همراه ۸۶۷ میلیون دلار بوده است. ۵ قلم نخست کالاهای وارداتی حدود ۲۰.۶۳ درصد ارزش کل واردات را در این مدت به خود اختصاص داد.

در این گزارش درباره ۵ کشور نخست مبدأ واردات در ۶ ماه امسال اعلام شد در این مدت امارات متحده عربی با ۷ میلیارد و ۲۰۶ میلیون دلار، چین با ۶ میلیارد و ۸۴۶ میلیون دلار، ترکیه با ۲ میلیارد و ۶۸۰ میلیون دلار، هند با یک میلیارد و ۳۸۰ میلیون دلار و فدراسیون روسیه با ۸۷۶ میلیون دلار ۵ کشور نخست مبدأ واردات بوده‌اند.

آمار تجارت با همسایگان

براساس آمار اعلام‌شده از سوی اتاق بازرگانی ایران در ۵ ماه نخست امسال میزان تجارت ایران با کشورهای همسایه نسبت به ۵ ماه نخست سال گذشته، ۲۴ درصد رشد کرده است. در بین کشورهای همسایه، عراق نخستین کشور در بین مقاصد صادراتی و هفتمین کشور در بین مبادی وارداتی است.

تازه‌ترین اخبار از تبادلات تجاری ایران با کشورهای همسایه می‌گوید در ۵ ماه ابتدایی سال ۱۴۰۱، ایران ۸ میلیون و ۶۵۵ هزار تن کالا به ارزش ۲ میلیارد و ۹۶۱ میلیون دلار به عراق صادر کرده است. هرچند این رقم نسبت به عملکرد سال گذشته ۶ درصد کاهش را نشان می‌دهد، اما عراق هنوز در میان کشورهای همسایه نخستین کشور در بین مقاصد صادراتی کالاهای ایرانی است. همچنین ایران در بازه زمانی یادشده در مجموع ۵۴ هزارتن کالا به ارزش ۷۴ میلیون دلار از عراق به ایران وارد کرده که نسبت به آمار سال گذشته، ۵۸ درصد کاهش نشان می‌دهد.

از طرفی، مقایسه صادرات ایران به عراق با صادرات ترکیه به این کشور بیانگر آن است که ایران در عراق جای خود را به ترکیه داده است. براساس آمار صادرات ایران به عراق در اواخر دهه ۹۰ به بیش از ۹ میلیارد دلار رسیده بود که در مقایسه با صادرات ۲۰ میلیارد دلاری ترکیه به عراق در سال ۲۰۲۰ این رقم از عقب‌ماندگی ۱۰ میلیارد دلاری صادرات ایران به عراق حکایت دارد.

نظرگاه

صادرات با اقتصاد دستوری سازگار نیست



محمد صفایی- عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی:

مجلس شورای اسلامی همواره بر لزوم توسعه صادرات تاکید داشته و در تمام نشست‌ها با دولت بر ضرورت دیپلماسی اقتصادی فعال تاکید کرد که خود نشان‌دهنده اهمیت موضوع است. مجلس معتقد است دولت باید از ظرفیت‌های صادراتی که در منطقه وجود دارد، در جهت حل مشکلات اقتصاد کشور استفاده کند.

بازار بسیار بزرگی در کشورهای منطقه، به‌ویژه کشورهای همسایه ما وجود دارد که حداقل ۶۰۰ میلیون نفر را شامل می‌شود. این بازار می‌تواند مقصد بسیار خوبی برای محصولات کشاورزی، صنعتی، معدنی و صنایع دستی ایران باشد که در حال حاضر ظرفیت بسیار بالایی نیز در این زمینه‌ها وجود دارد و باید مورد توجه قرار گیرد.

متاسفانه همان‌طور که در سال‌های اخیر شاهد بودیم، روند صادرات و تعامل با کشورهای منطقه بسیار کند است؛ از همین رو انتظار می‌رود دولت سیزدهم در راستای گسترش روابط و تقویت دیپلماسی اقتصادی فعال در منطقه تلاش‌های ویژه‌ای داشته باشد.

مجلس نیز در راستای تقویت صادرات اقداماتی را ساماندهی کرده که از مهم‌ترین آنها مصوبه تسهیل کسب‌وکارهاست که سال گذشته تصویب شد. این مصوبه می‌تواند در جذب سرمایه به داخل کشور نقش تسهیل‌کننده‌ای داشته باشد و از طرفی هم زمینه را برای توسعه صادرات فراهم می‌کند.

نمایندگان مجلس امیدوارند با تسهیل روندها و یکپارچه‌سازی سیستم‌های دولتی، زمینه را بیش از پیش برای گسترش دامنه صادرات مهیا کنند که البته این امر نیازمند همراهی دولت است. همان‌طور که گفته شد فرصت‌های بسیار خوبی برای توسعه صادرات داریم، اما بهره بسیار اندکی از این فرصت‌ها می‌بریم.

همین امر مبین ضرورت ایجاد تغییر در سیاست‌های کلان اقتصاد کشور است. برای مثال نگاه دستوری در حوزه صادرات مانند سایر بخش‌های اقتصاد مشکل‌ساز است. نمی‌توان صادرکنندگان را در مواقعی که نیاز داخلی وجود دارد از صادرات منع کرد و هرگاه سرریز محصولات داخلی وجود داشت، درها را به روی آنها گشوده و مجوز صادرات بدهیم.

متاسفانه تاکنون تصور می‌شد تنها باید سرریز محصولات داخلی صادر شود، در حالی که بازار صادرات بسیار حساس و خواهان وجود ثبات در حوزه‌های مختلف است.

برای مثال اگر قرار است ما نیاز قطر به گوجه را تامین کنیم، این کشور در تمامی فصول سال به گوجه احتیاج دارد و ما نمی‌توانیم بگوییم هرگاه در داخل احتیاج به گوجه داشته باشیم، از تامین نیازهای شما معذوریم و هرگاه که گوجه اضافی در بازارهای ما وجود داشت اقدام به صادرات خواهیم کرد.

با چنین نگاهی امکان توسعه صادرات وجود نخواهد داشت. کشورها در زمینه واردات محصولات مختلف خواستار ثبات هستند.

دولت بارها بر ضرورت جهش صادرات تاکید کرده، اما معلوم نیست با چه برنامه‌ای قرار است در این راستا حرکت کنیم؟ در نهایت اینکه برای بهبود شرایط اقتصاد کشور به زیرساخت‌هایی احتیاج داریم که در صورت محقق نشدن، اصلاحات اقتصادی هم شعاری بیش نخواهد بود. تا زمانی که برنامه‌ای برای ایجاد زیرساخت‌های موردنظر ارائه نشود، مسئله توسعه صادرات نیز فقط در حد شعار خواهد بود.

با این همه صادرات و توسعه تجارت ایران با سایر کشورهای جهان (به‌ویژه کشورهای همسایه و خاورمیانه) یکی از موضوعاتی است که همواره در صدر برنامه‌های دولت بوده و تاکنون نیز برای تحقق آن تلاش کرده است.

برخی از اقتصاددانان نیز اعتقاد دارند ایران می‌تواند از طریق توسعه دیپلماسی اقتصادی در سیاست‌گذاری‌های کلان کشور، حتی در دوران تحریم نیز اقدام به گسترش دامنه فعالیت‌های تجاری (به‌ویژه صادرات) در اشل منطقه‌ای کند. در برنامه‌های ارائه‌شده ازسوی وزرای دولت سیزدهم نیز رد پای این نگرش به‌روشنی دیده می‌شود اما به‌باور منتقدان دستاورد قابل‌دفاعی در این حوزه رقم نخورده است.

بازار سرمایه

بورس کالا، محملی برای رونق صادرات

کارشناسان معتقدند بازار سرمایه ابزارهایی را در اختیار دولت‌ها قرار می‌دهد که در صورت استفاده از آنها می‌توان از بورس به‌عنوان فرصتی در راستای توسعه صادرات و رونق تولید داخل بهره جست. هرچند متخصصان باور دارند این بهره‌جویی مشروط بوده و دولت‌ها باید زمینه را برای رونق بخش‌هایی مانند بورس کالا از طریق ایجاد فضای مناسب تجارت با جهان، آماده کنند. برخی دیگر نیز معتقدند باوجود شرایط کنونی هم می‌توان نسبت به صادرات محصولاتی از جمله نفت و مشتقات آن از کانال بورس کالا اقدام کرد تا کشور نیز از درآمدهای حاصل از آن بهره‌مند شود و فعالان بخش خصوصی نیز از این محل سود کسب کنند.

فردین آقابزرگی، کارشناس و فعال باسابقه بازار سهام با اشاره به تلاش‌های انجام‌شده برای تقویت بورس کالا با هدف رشد صادرات محصولات گفت: مسئله تقویت بورس کالا با هدف توسعه صادرات از یک دهه گذشته تا امروز همواره مطرح بوده، اما مشکلاتی هم داشته که باعث رقم خوردن تجربه‌ای موفقیت‌آمیز نشده است.



آقابزرگی با اشاره به تجربیات گذشته در زمینه صادرات محصولات نفتی در بورس کالا، عنوان کرد: البته در برخی مقاطع زمانی شاهد انجام ۲ یا ۳ مورد معاملات نفتی در بورس کالا بودیم، اما حجم صادرات در حدی که وزارت و شرکت نفت انتظار داشتند، نبود و نمی‌توانست پاسخگوی نیازهای کشور باشد؛ از همین رو این پرونده پیگیری نشد و تا امروز هم اقدام خاصی در این زمینه انجام نشده است. این کارشناس بازار سهام با اشاره به شفاف بودن معاملات در بازار سهام گفت: باید توجه داشت خریدار و فروشنده در بورس کالا مانند بورس اوراق بهادار یکدیگر را به‌طور مستقیم، بدون‌واسطه و کاملا شفاف پیدا می‌کنند.

در این فرآیند، خریدار و فروشنده با یک نرخ مناسب و در فضایی مشخص به توافقاتی دست می‌یابند و برای معامله اقدامات لازم انجام می‌شود. این کارشناس بازار سرمایه افزود: این شفافیت حداکثری باعث شده باتوجه به محدودیت‌های ما در زمینه صادرات مشکلاتی وجود داشته باشد و نتوانیم از این ابزار فوق‌العاده کارآمد بهره لازم را ببریم.

این فعال باسابقه بازار سرمایه در تشریح مثالی افزود: نمی‌توانیم بگوییم یک شخص در بورس کالا محصولی را خریداری کند اما اطلاعات مربوط به نقل‌وانتقالات مالی منتشر نشود یا خریدار و فروشنده پنهان باقی بمانند. در واقع بورس کالا نمی‌تواند محملی برای انجام معاملات پنهانی نفت یا هر محصول دیگری باشد. به‌نظر می‌رسد مهم‌ترین دلیلی که باعث‌شده تاکنون شاهد حضور گسترده بورس کالا در حوزه صادرات نباشیم همین شفاف بودن است که به آن اشاره شد.

■ ابزارهای نوین

آقابزرگی با تاکید بر اهمیت استفاده از ابزارهای کارآمد در بورس کالا، بیان کرد: اگر شرایط عادی در زمینه تبادلات بین‌المللی وجود داشته باشد، این ظرفیت در بورس کالا وجود دارد که معاملات مورداشاره انجام شوند.

البته این به‌معنای فروش قریب‌الوقوع محصولات نفتی در خارج از کشور نیست، اما می‌تواند ابزارهایی را برای پوشش ریسک داشته باشد و در فرآیندی میان‌مدت به این سمت هم حرکت کنیم.

ابزارهایی هم در این زمینه وجود دارد که می‌تواند معاملات اینچنینی را تسهیل کند. برای مثال معاملات فیوچرز و آپشن که در تمام بورس‌های جهان وجود دارد می‌تواند زمینه را برای صادرات‌محور کردن بورس کالا فراهم کند و تا زمانی که از این ابزار استفاده نشود، همین مشکلات در بازار وجود خواهد داشت.

وی افزود: وقتی سیمان وارد بازار شد، به‌دلیل نبودن ابزارهای مشتقه و پوشش نوسانات نرخ شاهد بودیم که نه قانون‌گذار و دولت از نتیجه رضایت داشتند و نه شکاف قیمتی که محل جولان دلالان بود، پر شد.

■ سخن پایانی...

باتوجه به اظهارات کارشناسان به‌نظر می‌رسد برای استفاده از ظرفیت بخش‌هایی از بازار مانند بورس کالا در راستای تقویت صادرات کشور، باید پیش‌شرط‌هایی ازسوی دولت سیزدهم فراهم شود. بازار سهام و بورس کالا بازارهایی شفاف هستند که تمامی مراحل معاملات در آنها به‌صورت دقیق و بدون پرده‌پوشی در اختیار ناظران قرار می‌گیرد و قابلیت پنهان‌کاری در این زمینه وجود ندارد. با این ویژگی و باتوجه به سیاست‌های ضدتحریمی دولت سیزدهم امکان استفاده از ابزاری مانند بورس کالا برای افزایش میزان صادرات نفت و محصولات مشتقه کمی بعید به‌نظر می‌رسد، زیرا برای دور زدن تحریم‌ها دولت ناگزیر به انجام معاملاتی در پشت پرده خواهد شد و چنین امری در بستر بازار سرمایه امکان تحقق ندارد.

«آگهی مناقصه عمومی»
شماره ۰۳۰-T-۴۰۱
شرکت سنگ‌آهن گهرزمین در نظر دارد:
«عملیات تهیه، حمل و اجرای زیرسازی، ابنیه فنی و روسازی خط اتصال شرکت سنگ‌آهن گهرزمین به شبکه راه‌آهن سراسری» را با مشخصات در اسناد مناقصه را از طریق برگزاری مناقصه عمومی به شرکت‌های واجد شرایط واگذار نماید.
لذا از شرکت‌های توانمند در این حوزه جهت دریافت اسناد، از تاریخ ۱۴۰۱/۰۸/۰۱ لغایت ۱۴۰۱/۰۸/۰۴ دعوت به عمل می‌آید.
محل دریافت و تحویل اسناد مناقصه: تهران، بلوار آفریقا، بلوار آرش غربی، پلاک ۱۲، شرکت سنگ‌آهن گهر زمین
لازم به ذکر است مهلت تحویل پاکت‌ها به دبیرخانه مرکزی تهران تا ساعت ۱۵ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۱۸ می‌باشد.
شایان ذکر است شرکت‌کنندگان محترم بایستی جهت خرید اسناد مبلغ ۳،۰۰۰،۰۰۰ ریال را به شماره شبای IR۶۸۰۱۵۰۰۰۰۰۰۱۱۳۷۸۰۰۲۰۰۰۷۵ واریز نمایند.
شماره تماس جهت کسب اطلاعات بیشتر: ۰۹۲۱۳۰۱۴۸۳۱
شرکت سنگ آهن گهرزمین