گزیده

مذاکرات با روسیه برای تولید ال ۹۰ جواب داد

چند هفته پیش، هیأت ایرانی به سن‌پترزبورگ رفت تا ضمن حضور در بیست و پنجمین مجمع بین‌المللی اقتصادی، درباره همکاری‌های مشترک، گفت‌وگوهایی صورت گیرد، بر اساس طرفین در مورد تولید دوباره ال ۹۰ در ایران مذاکرات ابتدای انجام دادند. حال در حاشیه سفر هیأت پوتین، رئیس جمهور روسیه به ایران، گفت‌وگوها رنگ و بوی عملیاتی به خود گرفت و آن گونه که معاون وزیر صمت خبر داده، خودرو ال ۹۰ با قوای محرکه جدید داخلی یا خارجی از سال آینده به خطوط تولید برمی‌گردد. منوچهر منطقی با بیان اینکه در سفر اخیر روس‌ها به ایران بحث بازگشت خودروی ال ۹۰ مطرح شد، گفت: این خودرو دارای یک پلتفرم مدرن و به‌روز است، از طرفی هم مجموعه‌ای که در کشور روی آن سرمایه‌گذاری شده بیش از ۷۰ درصد خط و قطعات آن در داخل وجود دارد، اما در حال خاک خوردن است لذا ما درصدد هستیم این مجموعه را فعال کنیم.

او ادامه داد: روس‌ها گزینه‌های خوبی برای قوای محرکه ال ۹۰ معرفی

کردند که بررسی شده و در کنار آن گزینه‌های داخلی نیز مطرح است. به همین جهت می‌توان دوباره خودروی ال ۹۰ کیفی و به‌روز که همه مردم از آن راضی بودند، تولید کرد.

معاون وزیر صمت گفت: در تلاشیم نمونه‌های اولیه این خودرو را تا پایان سال تولید کنیم، اما خط تولید آن سال آینده راه‌اندازی خواهد شد؛ باید ببینیم از نظر کیفیت و سطح قیمتی کدام قوای محرکه مناسب این محصول خواهد بود تا بتوانیم خودرویی بهینه به بازار عرضه کنیم.

■ واردات خودروهای بالای ۱۰ هزار دلار هدف ما نیست

معاون صنایع حمل و نقل وزارت صمت درباره موضوع واردات خودرو گفت: واردات خودروهایی بالای ۱۰ هزار دلار، خودروهای اقتصادی را شامل نمی‌شود و فقط درصدی که از تمکن مالی بالایی برخوردارند، می‌توانند چنین خودروهایی خریداری کنند که قطعاً هدف ما واردات چنین خودروهای نیست.

منطقی افزود: در جهان حدود چهار میلیارد نفر با درآمد سرانه کمتر از ۲ هزار دلار امرار معاش می‌کنند و به همین دلیل خودروسازان یک دهه فکر کردند تا محصولات با طراحی جدید و قیمت مناسب برای این دسته از مردم تولید کنند. به نظر می‌رسد ما متوجه تغییرات فناوری در جهان نیستیم، زیرا امروز خودروسازان در تلاشند تا قابلیت‌های محصولات خود را ارتقا و قیمت‌ها را کاهش دهند.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت درخصوص تدوین آیین‌نامه واردات خودرو گفت: باید نظر همه وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های مربوطه گرفته و سپس متناسب با آن طرح، آیین‌نامه اجرایی تنظیم شود که تلاش می‌کنیم در آن از دیدگاه‌های همه تشکل‌ها و بخش خصوصی نیز استفاده کنیم. او ادامه داد: امروز می‌خواهیم وارد دوراني از خودروسازی شویم که محصولات مناسب با قیمت مناسب تولید یا وارد شود و اتفاقات خوبی از نظر فناوری در این صنعت رخ دهد.

خبر خوان

جزئیات شیوه جدید قیمت‌گذاری کالاها اعلام شد

طبق اعلام سرپرست سازمان حمایت، از این به بعد باید درخواست افزایش قیمت کالاها در دفاتر تخصصی وزارت صمت و جهاد کشاورزی، سازمان حمایت، کمیسیون اقتصادی دولت و ستاد تنظیم بازار بررسی و تأیید شود و در نهایت به تأیید رئیس جمهور برسد.

حسین فرهیدزاده، سرپرست سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، در نامه‌ای به معاونان وزیر صمت، فرایند جدید قیمت‌گذاری کالاها را اعلام کرد. فرهیدزاده در این نامه گفته که بر اساس تصمیمات ستاد تنظیم بازار درباره روند درخواست افزایش قیمت کالاها از طریق دفاتر تخصصی مرتبط در وزارت صمت، مقرر شده در فرایند قیمت‌گذاری پیشنهادات صنوف و کارخانه‌داران از سوی دفاتر تخصصی وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی و صنعت، معدن و تجارت به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولید کنندگان منتقل شود.

این پیشنهادات بعد از بررسی در سازمان حمایت به کمیسیون اقتصادی دولت ارجاع می‌شود و بعد از بررسی و تأیید، در ستاد تنظیم بازار تصویب می‌شود و سپس به استحضار ریاست جمهوری می‌رسد. بعد از تأیید رئیس جمهور نیز قیمت جدید اعلام رسمی می‌شود.

فروش بدون قرعه‌کشی خودرو پس از سه سال

امید قالیباف، سخنگوی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: با افزایش تولید خودرو و کاهش تعهدات، برای نخستین بار پس از سه سال برخی محصولات خودروسازان به‌صورت فروش فوری و بدون قرعه‌کشی عرضه می‌شود. او با بیان اینکه از ابتدای امسال تا ۲۸ تیر ۲۴۱ هزار و ۴۶۵ دستگاه خودروی کامل تولید شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲۷۵ درصد رشد نشان می‌دهد، افزود: تعهدات معوق خودروسازان نیز در مدت یاد شده ۸۴ درصد کاهش داشته است. سخنگوی وزارت صمت، نتیجه رشد تولید خودرو را خروج تدریجی طرح‌های فروش خودرو از شمول قرعه‌کشی برشمرد و گفت: با بررسی ثبت نام شدگان در مرحله دوم تخصیص یکپارچه مشخص شد به‌جز ساینا s و کوئیک s، بقیه محصولات از قرعه‌کشی خارج شده است، از این‌رو به همه ثبت نام‌کنندگان کوئیک و کوئیک R، بدون قرعه‌کشی خودرو داده خواهد شد.

خودکفایی در تولید تایرهای سنگین

مصطفی تنها، سخنگوی انجمن صنعت تایر گفت: با ارائه تسهیلات به کارخانه داران تا ۲ سال آینده در تولید تایرهای سنگین باری و اتوبوسی خودکفا می‌شویم و می‌توانیم مازاد تولید داشته باشیم.

او با بیان اینکه نیاز سالیانه به انواع لاستیک سنگین باری و اتوبوسی دو میلیون و ۲۰۰ هزار حلقه است، گفت: تایرهای کامیون ۲ نوع است، یک نوع تایرهای بایاس است که تایرهای صنعتی بوده و همیشه در کشور تولید می‌شود. یک نوع دیگر تایر، رادیال تمام سیمی است که از این نوع تایر ۲ کارخانه در دست بهره‌برداری است و توانسته حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد نیاز کشور را تأمین کند. مصطفی تنها با بیان اینکه در تایر بایاس علاوه بر نیاز بازار، مازاد تولید هم داریم، گفت: کارخانه‌های تولید تایر بایاس قادرند بیش از نیاز بازار تایر تولید کنند. نیاز است تسهیلاتی در اختیار کارخانه‌داران قرار گیرد و طرح‌هایی در دست اجراست که اگر راه بیفتد، در تولید لاستیک‌های رادیال تمام سیمی نیز مازاد تولید خواهیم داشت.

«ایران» از تلاش دولت سیزدهم برای حضور کالاهای ایرانی در بازارهای مهم دنیا گزارش می‌دهد

عرضه کالاهای ایرانی در آمازون

ایرنا

گروه اقتصادی/ قرار است کالاهای ایرانی در سایت آمازون عرضه شود؛ این اتفاق مهمی است که سازمان توسعه تجارت در حال پیگیری است. یکی از چالش‌هایی که تجارت خارجی ما با آن روبه‌رو است و همه فعالان اقتصادی به آن اذعان دارند، استفاده از روش‌های سنتی و قدیمی در تعامل و تجارت با کشورهای مختلف است. همواره تجار برای بازارگشایی یا حضور پررنگ‌تر در بازاری، به دنبال این امر هستند که خریداری پروپاقرص برای کالاهای خود در کشور هدف صادراتی پیدا کنند یا اینکه به تجار ایرانی قدیمی وصل شوند. برخی دیگر نیز سعی می‌کنند که خودشان عرضه کننده مستقیم کالا در فروشگاه‌های زنجیره‌ای کشور هدف شوند. اگر تولیدکننده و تاجری نتواند از راه‌های یاد شده وارد بازاری شود، آن بازار را کنار می‌گذارد و سراغ سایر کشورها می‌رود.

اما در دنیای تجارت، روش‌های جدید و مدرن هم وجود دارد که تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی بخوبی می‌توانند از آن استفاده کنند. یکی از این روش‌ها که سازمان توسعه تجارت هم در حال پیگیری است و قطعاً مورد استقبال فعالان اقتصادی قرار خواهد گرفت، عرضه هدفمند و پیوسته کالاهای ایرانی در سایت آمازون است.

علیرضا پیمان پاک، رئیس سازمان توسعه تجارت می‌گوید: فرهنگ تجارت خارجی ما سنتی است و باید با کمک تشکل‌ها، این فرهنگ را تغییر دهیم و با همکاری شرکت‌های دانش‌بنیان، تجارت دانش‌بنیان هم داشته باشیم و بر همین اساس و در نخستین گام‌ها در امارات و در سایت آمازون، پاویون ویژه کالاهای ایرانی را ایجاد کرده‌ایم.

در دولت گذشته نیز در مورد عرضه کالاهای ایرانی در سایت آمازون صحبت‌های مطرح شد اما تولیدکنندگان داخلی نتوانستند در این سایت جهانی عرضه کننده کالا، حضور پیدا کنند. حال باید دید که تولیدکنندگان، تشکل‌ها و انجمن‌ها چگونه می‌توانند از تجارت سنتی فاصله بگیرند و کالاهای خود را با شیوه‌های نوین به فروش برسانند.

■ ۵۰۰ میلیون محصول در یک سایت

یکی از روش‌های فروش کالا، ثبت نام در سایت‌های جهانی آنلاین عرضه‌کننده کالا مانند آمازون است. گفته می‌شود آمازون با داشتن بیش از ۵۰۰ میلیون محصول در سایت خود یکی از بزرگ‌ترین فروشگاه‌های اینترنتی جهان است. طبق بررسی‌های صورت گرفته نیز حداقل ۳۰۰ میلیون مشتری در سراسر جهان از فروشگاه‌های آمازون خرید می‌کنند. در این میان مشتریان ۲۸ درصد از خریدهای آمازون را در سه دقیقه یا کمتر انجام می‌دهند؛ نیمی از خریدها در کمتر از ۱۵ دقیقه تمام می‌شود. بر این اساس مشتریان می‌توانند محصولات ۱.۹ میلیون کسب‌و کار کوچک و متوسط را در فروشگاه آمازون سفارش دهند. آمار جالب دیگر آنکه ۷۵ درصد از خریداران از آمازون برای کشف محصولات و برندهای جدید استفاده می‌کنند و البته باید گفت که ۵۲ درصد از خریداران تمایل بیشتری به خرید یک برند ناآشنا در فروشگاه آمازون دارند. تحلیل‌های آماری یادشده نشان می‌دهد که تولیدکنندگان ایرانی بخوبی می‌توانند از این فضای تجاری و فروش برای محصولات خود استفاده کنند. مدیران سایت آمازون اعلام کردند که در سال ۲۰۲۰، بیش از ۲۰۰ هزار فروشنده شخص ثالث جدید از سراسر جهان شروع به فروش در آمازون کردند که نسبت به سال ۲۰۱۹ افزایش ۴۵ درصدی داشته است.

■ درآمد ۴۰۰ میلیارد دلاری

آمازون یک شرکت بزرگ مبتنی بر اینترنت است که کتاب، موسیقی، فیلم، لوازم خانگی، لوازم الکترونیکی، اسباب بازی و بسیاری از کالاهای دیگر را مستقیماً یا به عنوان واسطه بین سایر خرده فروشان و میلیون‌ها مشتری این سایت می‌فروشد. سیر درآمدی آمازون نشان می‌دهد که در سال ۱۹۹۶، درآمد این سایت ۱۵.۷ میلیون دلار بود و در سال بعد آن عدد یاد شده از ۱۴۸ میلیون دلار فراتر رفت و پس از آن در سال ۱۹۹۸ به ۶۱۰ میلیون دلار رسید. در این میان برخی از منابع خبری عنوان کردند که درآمد آمازون اخیراً به بیش ۴۰۰ میلیارد دلار رسیده است.

اعداد و ارقام یاد شده گواه آن است که اگر تولیدکنندگان داخلی به سایت آمازون وصل شوند می‌توانند بر فروش خود بیفزایند. البته به صورت از هم گسسته، تعداد محدودی از تولیدکنندگان کالاهای خود را در سایت آمازون به فروش می‌رسانند که از جمله آن می‌توان به فرش، گلیم، حصیر و خوراکی‌های سنتی کشورمان اشاره کرد. اما این میزان با توجه به وسعت کالاهای ایرانی بسیار کم و محدود است.

■ آمازون به سمت سرمایه‌گذاری رفته است

آمازون طیف عظیمی از محصولات را ارائه می‌کند و این امر به مصرف‌کنندگان امکان می‌دهد تقریباً هر چیزی را می‌خواهند خریداری کنند، از جمله لباس، لوازم ورزشی، لوازم آرایش، جواهرات، کتاب، فیلم، لوازم الکترونیکی، مبلمان، اسباب بازی، کالاهای خانگی و....

در بخش قابل توجهی از کالاهای عنوان شده، ایران توانایی تولید و رقابت به جهت قیمت و کیفیت را دارد و از طرفی می‌توان کالاهای مورد نیاز ایرانیان خارج از کشور را تأمین کرد.

نکته دیگر آنکه آمازون در کنار بحث خرده‌فروشی کالا، سرمایه‌گذار هم هست؛ بر این اساس اگر محصولات تولیدکننده‌ای مورد استقبال قرار گیرد، مجموعه آمازون به عنوان سرمایه‌گذار می‌تواند نقش آفرین شود.

■ تغییر فرایند فروش در کشورها

محمدحسین سرمدی، فعال اقتصادی درباره تجارت سنتی ایران و اینکه چگونه می‌توان از این امر فاصله گرفت به «ایران»، گفت: سال‌های متمادی است که تجار و بازرگانان تنها با روش‌های سنتی می‌خواهند در بازار سایر کشورها حضور پیدا کنند و متأسفانه تمام بازارها را مانند بازار ایران می‌دانند، این در حالی است که در خیلی از کشورها فرایند فروش دستخوش تغییرات گسترده شده است.

او ادامه داد: اگر قرار است میزان صادرات کالاهای غیرنفتی افزایش پیدا کند، ابتدا باید با بازار کشور هدف آشنا شد، زمانی که بخش قابل توجهی از خریدها به صورت آنلاین یا فروشگاهی است، نمی‌توان انتظار داشت که صادرات (به شیوه سنتی) موفقی را حداقل در چنین کشورهایی شاهد باشیم.

سرمدی گفت: یکی از موقعیت‌های فروش کالای ایرانی، استفاده از روش‌های فروش آنلاین است، در این روش‌ها می‌توان از فرصت‌ها بهره برد و با توجه به خواسته مردم، کالا عرضه کرد. البته این روش سختی و چالش‌های خود را دارد اما اگر تولیدکنندگان پایگاه‌های عرضه کالا داشته باشند این امر شدنی است. از این‌رو توصیه می‌کنم تولیدکنندگانی که کالاهای مشابه تولید می‌کنند با یکدیگر برای عرضه کالا در سایت‌های فروش آنلاین جهانی، جوینت شوند.

■ روش‌های نوین صادراتی

او خاطرنشان کرد: خیلی از تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی دنیا در حال استفاده از روش‌های نوین صادراتی هستند و از همه مهم‌تر آنکه ایجاد فروشگاه‌های مجازی و همکاری تولیدکنندگان در این عرصه بسیار اثرگذار است. این فعال اقتصادی گفت: از دیگر روش‌های نوین صادراتی که تشکل‌ها و انجمن‌ها می‌توانند استفاده کنند، همکاری با مجموعه‌های دانش‌بنیان داخلی در فروش کالاهای ایرانی است. خیلی از صادرکنندگان تکنولوژی را در محصولات خود در نظر نمی‌گیرند و می‌خواهند دقیقاً همان کالایی را صادر کنند که در سال‌های گذشته صادر می‌کردند. بازار خیلی از کشورها تغییر کرده و اکثر مردم خواهان کالاهای مدرن‌تر هستند.

■ ایجاد سایت فروش کالا برای خاورمیانه

او افزود: توصیه دیگری هم به استارتاپ‌های کشور دارم؛ همانگونه که آمازون اکنون یک سایت جهانی است و خیلی از مردم کالاهای مورد نیاز خود را از آن خریداری می‌کنند، مجموعه‌های داخلی هم می‌توانند یک سایت با ویژگی‌های بیشتر در زمینه عرضه کالا بخصوص کالاهای اسلامی، برای خاورمیانه طراحی کنند و پس از آن فعالیت خود را گسترده‌تر کنند، در این میان تولیدکنندگان داخلی هم می‌توانند ازاین ویژگی و امتیاز بهره ببرند.

این فعال اقتصادی تأکید کرد: حضور پررنگ در سایت فروش جهانی اتفاق خوبی است اما ایران می‌تواند برای خاورمیانه و حتی کشورهای عضو اوراسیا سایتی را طراحی کند که کالاهای ایرانی و کالاهای آن کشورها با کمترین واسطه به فروش برسد از این رو با کاهش قیمت نهایی کالا، خیلی از مردم از چنین سایتی حمایت خواهند کرد.

■ تجارت الکترونیکی پایین ایران

تجارت الکترونیکی ایران مانند سایر کشورها توسعه پیدا نکرده است و در حال حاضر خیلی از مردم ترجیح می‌دهند خرید کالایی را به صورت حضوری دنبال کنند. لذا با ایجاد سایت بین‌المللی فروش کالا می‌توان مردم را نیز به سمت تجارت الکترونیکی هدایت کرد.

اخیراً عنوان شده ارزش معاملات تجارت الکترونیکی در ۶ ماه نخست سال ۱۴۰۰ از مبلغ ۵۶۰ هزار میلیارد تومان عبور کرد، در این ۶ ماه، تعداد معاملات تجارت الکترونیکی به یک میلیارد و ۸۹۴ میلیون و ۳۶ هزار و ۴۹۶ عدد رسیده است.

آمار جهانی نشان می‌دهد حجم تجارت الکترونیکی جهان در سال ۲۰۲۰ به ۴.۲۱۳ تریلیون دلار و در سال ۲۰۲۱ به ۴.۹۲۱ تریلیون دلار رسید که این آمار رشد ۱۷ درصدی حجم تجارت الکترونیکی جهان را در یک سال نشان می‌دهد. بیشترین حجم تجارت الکترونیکی در سال ۲۰۲۱، مربوط به کشور چین بوده است، امریکا، انگلیس، ژاپن، کره‌جنوبی، آلمان، فرانسه، هند، کانادا و اسپانیا با فاصله چشمگیری از چین، در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

گزارش «ایران» از تجارت دو سال آینده با ازبکستان

تجارت ایران و ازبکستان از ۲ میلیارد دلار پیشی می‌گیرد

گروه اقتصادی/ ازبکستان؛ کشور دیگری است که دولت سیزدهم توسعه همکاری با آن را در دستور کار خود قرار داده است و دو کشور تجارت حداقل دو میلیارد دلاری را هدف‌گذاری کردند. از اواخر سال گذشته، مذاکرات با ازبکستان برای توسعه روابط و همکاری‌های مشترک آغاز شد. در اولین روز اسفند سال گذشته نمایندگان اقتصادی ایران و ازبکستان در حاشیه چهاردهمین اجلاس کمیته مشترک همکاری‌های اقتصادی، بازرگانی، علمی و فناوری جمهوری اسلامی ایران و جمهوری ازبکستان، در مورد پتانسیل‌های صادراتی و وارداتی‌شان با یکدیگر مذاکره کردند و به نتایج خوبی رسیدند. حال این روزها روابط اقتصادی دو کشور بهبود یافته و فعالان بخش خصوصی نشست‌های تخصصی برای صادرات و واردات داشته‌اند.

از آنجا که اواخر سال گذشته دو کشور در خصوص همکاری‌های حمل‌ونقل و ترانزیت، توسعه همکاری‌های تجاری و توسعه روابط انسانی به تفاهم رسیدند، اکنون زیرساخت‌ها برای توسعه روابط تجاری و صادرات خدمات فنی و مهندسی فراهم شده است.

کشور ازبکستان در آسیای میانه واقع شده و از آنجا که این کشور تقریباً نصف جمعیت آسیای میانه را در خود جای داده است، می‌توان با افزایش تعاملات، روابط اقتصادی را بهبود بخشید.

در سال ۱۴۰۰، ۷۷۶ هزار و ۱۳۷ تن کالا به ارزش ۵۱۷ میلیون دلار بین ایران و ازبکستان تبادل شد که نسبت به سال ۹۹ رشد ۱۰۳ درصدی داشته است. همچنین حجم صادرات ایران در این سال ۷۱۴ هزار و ۴۹۱ تن به ارزش ۴۰۲ میلیون دلار بوده که بر این اساس صادرات ایران در سال ۱۴۰۰، ۱۴۶ درصد افزایش داشته و از سوی دیگر واردات ۶۲ هزار تن به ارزش ۱۱۵ میلیون دلار بوده است؛ بر این اساس واردات ایران از ازبکستان نسبت به سال ۹۹ رشد ۲۶ درصدی داشته و نسبت به سال ماقبل ۹۸ که بحث کرونا و محدودیت‌های مرزی نبود، صادرات ایران، ۲۳۳ میلیون دلار بود که نسبت به این سال ایران در سال ۱۴۰۰ رشد ۷۳ درصدی داشته است. عمده کالاهای صادراتی ایران به ازبکستان لبنیات، محصولات کشاورزی، مصالح ساختمانی، قیر، روغن پایه، مواد معدنی، مواد پتروپالایشگاهی، مواد شیمیایی، محصولات بهداشتی، لوله و پروفیل، لوازم خانگی، پارچه، کفپوش، محصولات آهنی، ماشین آلات صنعتی و مبلمان است و واردات هم نفت، پنبه، ابریشم، پارچه و حبوبات است.

در این خصوص نیز رحمت‌الله خرمالی، مدیرکل آسیای میانه، قفقاز و روسیه سازمان توسعه تجارت ایران گفته بود: کشورهای حوزه منطقه آسیای میانه و همسایگان با روی کار آمدن دولت جدید از اهمیت بسیار ویژه‌ای برخوردار شدند، در راستای توسعه همکاری‌ها، می‌توان به سفر رؤسای سه کشور همسایه؛ تاجیکستان، ترکمنستان و قزاقستان به ایران اشاره کرد. آسیای میانه از اهمیت بسیار ویژه‌ای با پنج کشوری که در این حوزه قرار دارند، برخوردار است و ما به این منطقه نگاه ویژه‌ای داریم. خوشبختانه سال گذشته حجم مبادلات‌مان با این منطقه از رشد بسیار بالایی برخوردار بوده است.

او ادامه داد: پیرو مذاکرات مقامات عالی دو کشور بویژه معاون اقتصادی رئیس جمهور کشورمان با معاون نخست‌وزیر ازبکستان که سال گذشته داشتند و همچنین مذاکراتی که در جریان کمیسیون مشترک سال گذشته برگزار کردیم، یک میلیارد دلار (قابل افزایش تا دو میلیارد دلار طی حداقل دو سال آینده) را هدف‌گذاری کردیم که مطمئن هستیم این هدف‌گذاری را می‌توانیم در کوتاه‌مدت یا در افق ۱۴۰۴ محقق کنیم، البته این هدفگذاری را به بخش‌های مختلفی تقسیم بندی کردیم بویژه در بخش اقتصادی، تجاری، سرمایه‌گذاری، انرژی، کشاورزی و حمل و نقل و همچنین نگاه ویژه‌ای به سرمایه‌گذاری مشترک در بنادر جنوبی ایران بویژه نگاه به منطقه آزاد چابهار و همچنین متقابلاً در منطقه آزاد نواحی ازبکستان بود.

او خاطرنشان کرد: یکی از مشکلات تجاری ایران با ازبکستان بحث نقل و انتقال پولی است که بر این اساس ما در اجلاس قبلی با ازبکستان در تهران به طرف ازبکی پیشنهاد کردیم مبلغی را با کالاهای مورد نیازمان از ازبکستان تهاتر کنیم. این مهم یکی از موضوعاتی است که در سازمان توسعه تجارت در دستور کار است و موضوع بعدی هم که تجار با آن مشکل دارند، بحث روادید است؛ خوشبختانه یکی از این اسناد که بالغ بر ۲۰ سند در سفر آتی رئیس‌جمهور در ازبکستان امضا خواهد شد، بحث تسهیل روادید است.

تک خبر

کوله‌بری؛ صرفاً برای تأمین مایحتاج مرزنشینان

رئیس مجمع واردات گفت: دولت باید در تدوین آیین‌نامه کوله‌بری برخی موارد مهم را در نظر بگیرد تا فضا برای ایجاد رانتی جدید در کشور فراهم نشود.

علیرضا مناقبی در خصوص آیین‌نامه کوله بری اظهار کرد: به نظر می‌رسد که دولت سیزدهم در نظر دارد آیین‌نامه‌ای برای کوله بری تهیه و تدوین کند. در این رابطه نکاتی وجود دارد که لازم است کارشناسان مربوطه در نظر داشته باشند وگرنه کوله‌بری تبدیل می‌شود به روزنه و دریچه بزرگی برای قاچاق کالاهایی که از نظر کیفی و نظارتی مورد تأیید نیستند و بازار کشور به این صورت دچار گرفتاری‌هایی می‌شود.

او ادامه داد: نکته اول این است که در نگاه اصولی باید برای مناطقی از کشور که دچار معضل بیکاری هستند، تدبیر بلندمدتی اندیشیده شود تا اشتغال‌زایی در آن مناطق تقویت شود. اینکه کوله بری در آن مناطق ترویج و تشویق شود، کار درست و صحیحی نیست. باید برای عزیزانی که به کوله بری مشغول هستند، زمینه اشتغال مناسب فراهم شود و این از راه سیاستگذاری درست و جذب سرمایه گذاری‌ها شکل خواهد گرفت.

به گفته مناقبی، قانونی کردن مسأله‌ای که در تجارت رسمی و جهانی جایگاهی ندارد، منفعتی برای قشر آسیب پذیر و گرفتار کوله بری ندارد، بلکه پوششی خواهد شد برای اختصاص رانت به افراد خاص و فرصت طلب و این، از چاله به چاه انداختن تجارت قانونی کشور است.

او اضافه کرد: اگر قرار است کوله بری ادامه پیدا کند، باید به شکلی باشد که صرفاً مایحتاج مرزنشینان را تأمین کند، نه اینکه به شیوه مرسومی برای تأمین کالاهای کشور تبدیل شود. بازار کشور را نباید دودستی تقدیم باندهایی کرد که از کوله بران سوءاستفاده می‌کنند. کوله بری، هم با مبانی انسانی ناسازگار است و هم با مبانی اقتصادی و مسیری که دولت می‌خواهد دنبال کند باید به سمتی باشد که در نهایت به کاهش کوله بری و افزایش اشتغال پایدار در منطقه منجر شود. او با تأکید بر اینکه نباید کارهای غیرقانونی، پوشش قانونی داشته باشد، افزود: اگر کوله بری توسعه پیدا کند، اقتصاد کشور به سمتی کشانده خواهد شد که واردات کالای قاچاق، به صورت رسمی انجام شود و این به معنای آن است که کالاهای مختلف از جمله کالاهایی که تحت نظارت وزارت بهداشت و وزارت کشاورزی است، از سیطره امور آزمایشگاهی و تست‌ها و مجوزها خارج می‌شود و به این صورت سلامت مردم دستخوش مخاطراتی می‌شود که عواقب ناگواری خواهد داشت.

مناقبی ادامه داد: باید توجه داشت که بحث بازارچه‌های مرزی و بحث کوله‌بری، موضوعات متفاوتی هستند که هر کدام از زاویه دیدی باید مورد توجه قرار گیرند ولی اصل تجارت خارجی که باید مبتنی بر فعالیت شرکت‌های اصیل و شناخته شده باشد، نباید مورد بی‌اعتنایی و نامهربانی قرار گیرد.

رئیس مجمع واردات تأکید کرد: برنامه‌ریزی‌ها باید به شکلی باشد که از پتانسیل مجموعه‌های تخصصی حوزه تجارت خارجی، به بهترین شکل بهره‌برداری شود و در این رابطه نقش تشکل‌های صنفی و تخصصی غیرقابل انکار است و امیدواریم دولتمردان پیش از هرگونه ابلاغیه و بخشنامه‌ای، موضوعات را ابتدا در تشکل‌های تخصصی مطرح کنند و از رأی و نظر و تجربیات گردآوری شده در این تشکل‌ها بهره‌برداری کنند و از این طریق مراقب باشند که رانت جدیدی در اقتصاد و تجارت کشور درست نشود.