زیان انحصار در واردات خودرو برای مصرف‌کننده

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت: رنگ و بوی انحصار در واردات و تبعات صددرصد منفی آن به راحتی احساس می‌شود و تاوان آن را باید مشتریان و مصرف‌کننده نهایی با افزایش قیمت دهند. محمدرضا منصوری گفت: تنها کسانی می‌توانند خودرو وارد کشور کنند، که صاحب شرکت‌های بزرگ خودروی بوده و یا خدمات پس از فروش ارائه دهند. وی افزود: برخی برندهای خودرویی بزرگ دنیا در ایران نمایندگی دارند، لذا بسیاری از شرکت‌های کوچک وارد کننده خودرو معتقدند که در این شرایط باید به آنها اجازه واردات داده شود، چراکه با وجود نمایندگی رسمی برند خودرویی در بخش خدمات پس از فروش مشکلی وجود ندارد.

پولدارهای چینی مشتری فرش ایران شدند

رییس اتحادیه فروشندگان فرش دستباف گفت: در حال حاضر چین مصرف کننده فرش ایرانی شده و با وجود ۸۰ میلیون، میلیونر چینی، این کشور بازار خوبی برای دستبافته‌های ایرانی به‌حساب می‌آید. مجتبی عراقچی گفت: حیات فرش دستباف در گرو صادرات آن است و حتی فرش‌هایی که در داخل بفروش می‌رسند بعد از کهنه شدن دوباره باید راهی بازارهای خارجی شوند. وی در ادامه با اشاره به صادرات ۹۰ درصدی دستبافته‌های ایرانی، افزود: اگر اوضاع بازار صادراتی فرش دستباف خوب نباشد، حال این هنر صنعت وخیم خواهد شد. عراقچی با تأکید بر افت فروش فرش دستباف، گفت: علت اصلی بالا رفتن قیمت قالی‌های ایرانی، افزایش دستمزد کارگران است.

۱۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات جدید رسید

معاون وزیر صنعت از پرداخت ۱۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات جدید برای ۱۰ هزار واحد تولیدی در روند طرح رونق خبر داد. محسن صالحی‌نیا از آغاز پرداخت تسهیلات جدید رونق تولید به واحدهای متقاضی خبر داد و اظهار داشت: براساس مصوبه بانک مرکزی قرار شده تسهیلات جدید ۱۰ هزار میلیارد تومانی در روند طرح رونق پرداخت شود. وی با بیان اینکه این طرح ادامه تسهیلات ۱۶ هزار میلیاردی دولت برای کمک به واحدهای تولیدی متقاضی است، افزود: آخر این هفته سامانه این طرح فعالیت خود را آغاز خواهد کرد. صالحی‌نیا گفت: در دور جدید اختصاص تسهیلات در قالب طرح رونق، مشکلات پرداخت تسهیلات مورد بررسی قرار گرفته است.

«تجارت» در گفتگو با کارشناسان بررسی کرد؛

فرصت‌های صنعت نمایشگاهی در خدمت تولید و اشتغال

گروه صنعت، معدن و تجارت: اقتصاد ایران از کمبود فضاهای نمایشگاهی رنج می‌برد. هرچند متناسب نبودن فضاهای نمایشگاهی در ایران موضوع تازه‌ای نیست، اما از سال گذشته و همزمان با آغاز تاثیرگذاری برجام و افزایش نمایشگاه‌های بین‌المللی در کشور، کاستی‌های این موضوع بیش از گذشته به چشم می‌آید. حقیقت این است که در حال حاضر تناسبی در تعداد نمایشگاه‌ها و فضای استاندارد نمایشگاهی در کشور وجود ندارد.

طی سال‌های گذشته در حوزه صنعت نمایشگاهی با توجه به ظرفیت‌های موجود و موقعیت استراتژیک ایران در منطقه تعداد نمایشگاه‌ها رشد قابل توجهی در قیاس با دهه‌های گذشته و به ویژه دهه ۵۰ داشته، اما همزمان با افزایش تعداد نمایشگاه‌های بین‌المللی زیرساخت‌های لازم برای این بخش مهیا نشده است. توسعه فضاهای نمایشگاهی با استانداردهای بین المللی یکی از ضرورت‌های مهم فعلی به شمار می‌رود، چراکه در حال حاضر به‌طور معمول سایت‌های نمایشگاهی موجود در کشور تمامی استانداردهای لازم برای برگزاری نمایشگاه بین‌المللی را ندارند.

■ مشکلات فضاهای نمایشگاهی موجود

هنوز هم بسیاری معتقدند که نمایشگاه بین‌المللی تهران در میان نمایشگاه‌های موجود در کشور بهترین موقعیت را دارد. این موضوع در شرایطی مطرح می‌شود که دسترسی به مترو برای آن وجود ندارد و حتی در مواقع عادی سال دارای ترافیک بالایی در اطراف آن مشاهده می‌شود. طبیعی است که چنین نمایشگاهی در زمان برگزار برخی نمایشگاه‌های عمومی با ترافیک بیشتر در خیابان‌های اطراف مواجه خواهد شد و مشکلاتی را برای شهر ایجاد می‌کند. البته بسیاری از فعالان صنعت نمایشگاهی کشور همچنان وضعیت این نمایشگاه بهتر از نمایشگاه‌های دیگری مانند شهر آفتاب می‌دانند. نمایشگاهی مانند شهر آفتاب اکنون وسعت لازم را ندارد و در آن ما شاهد ۱۰ تا ۱۲ هزار متر فضای نمایشگاهی هستیم در حالی که در برخی نمایشگاه‌ها به فضایی بالغ بر ۳۰ هزار متر نیاز است. متاسفانه این موضوع در طراحی‌های شهر آفتاب مورد توجه قرار نگرفته و نیاز به افزایش فضای نمایشگاهی در آن مشاهده می‌شود.

طی سال‌های گذشته همواره مصلی تهران نیز یکی از مکان‌هایی بوده که برای برگزاری نمایشگاه‌های مختلف مورد توجه قرار گرفته است، در حالی که این محیط جزو فضای نمایشگاهی به شمار نمی‌رود اما با توجه به اینکه امکانات چندانی در حوزه نمایشگاهی وجود ندارد به واسطه فشارهای موجود گاه از این فضا یا مواردی مانند بوستان گفتگو کمک گرفته می‌شود.

■ ظرفیت اقتصادی نمایشگاه‌های بین‌المللی

هر ساله حدود ۳۱ هزار نمایشگاه بین‌المللی در کشورهای مختلف دنیا برگزار شده و چهار تا پنج میلیون شرکت در این نمایشگاه‌ها حاضر شده و به معرفی دستآوردهای مهم خود در زمینه‌های مختلف می‌پردازند. براساس برخی گزارش‌ها سالانه حدود ۲۶۰ میلیون نفر در رویدادهای نمایشگاهی حاضر می‌شوند. به اعتقاد کارشناسان چنین شرایطی گویای این موضوع است که سرمایه‌گذاری در این حوزه قطعا می‌تواند از مزایای اقتصادی برخوردار باشد و همچنین این توانایی را دارد تا در عرصه اشتغالزایی نیز نقش مهمی را ایفا کند. طبق اعلام‌های رسمی در نمایشگاه تهران سالانه حدود ۷۰ نمایشگاه بین‌المللی برگزار می‌شود و شاید حدود ۷۰ تا ۸۰ نمایشگاه دیگر در سایر سایت‌های خارج تهران و حدود ۱۰ تا ۲۰ نمایشگاه در شهرستان‌ها برگزار شوند. براین اساس می‌توان گفت که در مجموع تعداد نمایشگاه‌هایی که در کشور برگزار می‌شود قابل توجه است و جا دارد به این حوزه توجه بیشتری صورت بگیرد. این در حالی است که به اعتقاد کارشناسان لازم است تا زیرساخت‌های نمایشگاهی مانند سایت، هتل، امکانات توریست به شکل مناسب تهیه شده تا پتانسیل برگزاری نمایشگاه‌های بهتر در تهران ایجاد شود.

■ نقش رونق نمایشگاه‌های در بهبود تولید و اشتغال

در همین ارتباط رسول محققیان، مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان در گفتگو با خبرنگار «تجارت» تصریح کرد: امروز در نقاط مختلف نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی به‌عنوان یکی از مهمترین زیرساخت‌های اقتصادی در همه جهان، بستری بسیار مناسب برای تمرکز بر تولید و اشتغال را ایجاد کرده‌اند که می‌توان از این ظرفیت در راستای تحقق شعار سال اقدام کرد. وی در ادامه با اشاره به فلسفه ذاتی برگزاری نمایشگاه‌ها در کشورهای جهان خاطرنشان کرد: فلسفه ذاتی برپایی نمایشگاه‌ها چه در داخل و چه در خارج، رونق تولید داخلی هر کشور است که این مهم با نمایش میزان پیشرفت‌ها، سطح کیفی آخرین دستاوردها، تولیدات و خدمات و معرفی و عرضه توانمندی‌های هر بخش و هر مجموعه در قالب نمایشگاه‌ها اتفاق می‌افتد. مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی اصفهان ادامه داد: از سوی دیگر اگر شرایط به نحوی باشد که رونق و پویایی تولید در کشور برنامه‌ریزی شود، بدون شک رشد و افزایش اشتغال را نیز از طریق نمایشگاه‌ها شاهد خواهیم بود که این موضوع در نهایت می‌تواند رفاه و آسایش اقتصادی و اجتماعی را برای مردم در پی داشته باشد. به همین دلیل نقش نمایشگاه‌ها در اثربخشی تولید و اشتغالزایی که در نام‌گذاری سال نیز مورد توجه مقام معظم رهبری بوده است، بسیار حایز اهمیت تلقی می‌شود. محققیان ابراز امیدواری کرد: با بهره‌برداری و بهبود زیرساخت‌ها و ملزومات صنعت نمایشگاهی در کشور طی سال ۹۶، زمینه وسیع‌تر و کامل‌تری برای برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی، میزبانی از مشارکت کنندگان و بازدیدکنندگان خارجی و تحقق هرچه بیشتر تولید و اشتغال ملی در سایه اقتصاد مقاومتی برای کشور ایجاد شود.

■ نقش صنعت نمایشگاهی در اجرای اقتصاد مقاومتی

سیدعلی اعتدالی، رئیس انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران نیز در گفتگو با خبرنگار روزنامه «تجارت» خاطرنشان کرد: راهکارهای تطبیقی و برنامه‌های مختلفی برای رونق نمایشگاه‌های بین‌المللی در کشور وجود دارد که باید با هدف‌گذاری درست به اجرای برنامه‌های استراتژیک در توسعه تجارت کشور پرداخت. وی ادامه داد: هرچند سابقه برگزاری و ایجاد نمایشگاه‌ها در دنیا به حدود ۲۵ قرن پیش بازمی‌گردد اما حقیقت این است که نمایشگاه‌ها هیچگاه اهمیت و ارزش سال‌های اخیر را در توسعه تجارت و اقتصاد دنیا نداشته‌اند و تا این اندازه مورد توجه نبوده‌اند. اعتدالی در ادامه با اشاره به سرمایه فراوان موجود در بخش نمایشگاهی جهان، تصریح کرد: اگر امروزه می‌بینیم که حجم تجارت کالا و خدمات جهانی به بیش از ۴۱ تریلیون دلار در سال رسیده بخش عمده آن مرهون برپایی بیش از ۱۳۲ هزار نمایشگاه داخلی و خارجی است که هر سال در ۵ هزار و ۲۸۳ شهر دنیا وظیفه بازاریابی هزاران نوع کالا و خدمات را برای آن انجام می‌دهند. رئیس انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های بین‌المللی همچنین اضافه کرد: چنانچه سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی را مورد بررسی قرار دهیم در می‌یابیم که به نقش تجارت خارجی در تقویت بنیه ارزی کشور و تداوم رشد اقتصادی توجه کافی معطوف شده است. وی ادامه داد: تردیدی نیست که نمایشگاه‌های بین‌المللی به خوبی می‌توانند به تحقق هدف‌های یاد شده برای اقتصاد مقاومتی کمک کنند. اعتدالی در پایان با بیان اینکه در استراتژی توسعه تجارت خارجی کشور به نکات مهمی اشاره شده است گفت: صنعت نمایشگاه‌ها به خوبی می‌تواند در تحقق این موارد نقش اساسی را ایفا کند.

صادرات به قطر پیچیده‌تر از صادرات به روسیه

رییس کمیسیون توسعه صادرات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورز ایران گفت: شرایط صادرات به قطر، به مراتب پیچیده‌تر از صادرات به روسیه است. سیدرضی حاجی آقامیری در گفت‌وگو با پایگاه خبری گسترش درباره فرصت صادراتی به قطر اظهار کرد: برخی از فرصت‌های صادراتی مانند شرایطی که برای ما در قطر پیش آمده است، در یک موقعیت خاص و بر اساس یک رویداد پیش می‌آیند و می‌طلبد که به سرعت از آن فرصت استفاده شود. این امر نیازمند آن است که ساز و کارهای مورد نیاز این صادرات وجود داشته باشد. وی ادامه داد: به عبارت دیگر نمی‌توان ساز و کارهای مورد نیاز را به یک باره ایجاد کرد و باید در طول زمانی که با کشورهای دیگر مبادلات تجاری به طور عادی پیش می‌رود، ایجاد شده باشند.

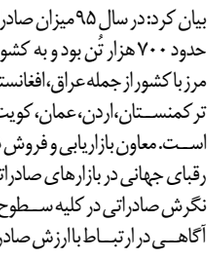
رضی آقامیری افزود: در شرایطی که یک فرصت صادراتی پیش‌بینی نشده ایجاد می‌شود، همیشه رقبایی وجود دارند بنابراین باید بهترین کالاها را در کوتاه‌ترین زمان ممکن صادر کنیم تا در این رقابت پیشی بگیریم. در مورد قطر، رقیب ما ترکیه است. ترکیه به محض ایجاد این فرصت صادراتی از آن استفاده کرد. این به معنای آن است که زیرساخت‌های صادراتی این کشور برای صادرات مهیا بوده است. حاجی آقا میری ادامه داد: پایین‌تر بودن قیمت نهایی کالای ترک نسبت به کالای ایرانی یکی از مزیت‌ها برای مبادلات تجاری قطر با این کشور است. به جز قیمت تمام شده، بسته‌بندی‌ها نیز تاثیر بسیاری بر عملکرد موفقیت‌آمیز ترکیه داشته است. این در حالی است که ایران ضعف شدیدی در صنعت بسته‌بندی دارد. وی به موضوع بانک‌ها نیز اشاره کرد و گفت: مبادلات بانکی نیز برای ترکیه امکان‌پذیر است اما برای ما هنوز ممکن نیست. این‌ها موضوعاتی کلی است که در تحلیل فرصت‌های صادراتی پیش‌بینی نشده می‌توان مورد اشاره قرار داد. آنچه قطر را از سایر بازارها، مانند آنچه درباره روسیه برایمان پیش آمد متمایز می‌کند، موضوعات سیاسی است. قطر در شرایط فعلی ترجیح می‌دهد که ارتباط ظاهری با ایران را کنترل کند. به عبارت دیگر از نظر سیاسی ایران نباید شریک تجاری نخست قطر باشد.

رییس کمیسیون توسعه صادرات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورز ایران بیان کرد: از سوی دیگر ایران اگرچه ایران از نظر موقعیت جغرافیایی بهترین مسیر را برای ترانزیت کالا بین کشورهای منطقه با قطر دارد اما استفاده نکردن از مسیر ایران چندان مشکل ساز نخواهد بود. به عنوان مثال اگر از ژاپن بخواهند خودرو وارد قطر کنند می‌توانند از مسیر امارات استفاده کنند. هرچند این مسیر گران تر از مسیر ایران است اما هزینه سیاسی ارتباط با ایران برای قطر به مراتب بیشتر است. حاجی آقامیری گفت: از این رو استفاده از فرصت صادراتی به قطر کار ساده‌ای نیست و نمی‌توانیم به راحتی از این فرصت استفاده کنیم. ضمن این که صادرات به قطر از صادرات به کشوری مانند روسیه که در سال‌های گذشته موضوعیت پیدا کرده بود، با مشکلات و پیچیدگی‌های بیشتری روبه‌رو است.

انتقاد از حذف معافیت مالیاتی فرش دستباف

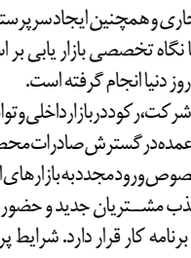
رییس مرکز ملی فرش از نمایندگان مجلس خواست تا در بررسی لایحه مالیات بر ارزش افزوده، معافیت مالیاتی فرش دستباف را بازگردانند. به گزارش ایسنا، حمید کارگر با اشاره به لحاظ نشدن معافیت مالیاتی فرش دستباف در لایحه مالیات بر ارزش افزوده گفت: پیش از این فرش دستباف در فهرست کالاهای مشمول مالیات بر ارزش افزوده قرار نداشت و از معافیت برخوردار بود. این مساله در ردیف ۱۳ از ماده ۱۲ در فصل دوم قانون فعلی تصریح شده است. وی ادامه داد: در لایحه‌ای که هم اکنون در مجلس در دست بررسی است، این معافیت حذف شده که می‌تواند پیامدهای زیان‌باری برای این هنر – صنعت ملی و داخلی کشورمان داشته باشد. طبق اعلام مرکز ملی فرش، رییس این مرکز با اشاره به ارزش‌ها و ویژگی‌های فرش دستباف در حوزه اقتصاد مقاومتی گفت: از نمایندگان مجلس انتظار می‌رود در تصویب نهایی قانون مالیات بر ارزش افزوده با نگاه حمایتی به هنر – صنعت فرش دستباف، ضمن تاکید بر معافیت فرش دستباف از مالیات بر ارزش افزوده، یاور این هنر – صنعت در شرایط اقتصادی کنونی باشند.

نباید به تولید معدنکاران آسیب وارد کرد



رئیس خانه معدن ایران گفت: برخی کشورها مانند کشورهای مشترک المنافع حقوق دولتی معادن را در قالب مالیات‌های کلی و از عملکرد دریافت می‌کنند. به گزارش صداوسیما، محمدرضا بهرامن افزود: برخی کشورهای دیگر مثل استرالیا و کانادا درصدی از عواید ناشی از فعالیت اقتصادی در بخش معدن را دریافت می‌کنند. وی گفت: یک بخش از این حقوق می‌تواند بعد از بارگیری مواد معدنی و خروج از معدن و یک بخش هم بعد از فرآوری و تبدیل مواد خام معدنی و تبدیل شدن به شمش فولادی دریافت شود. بهرامن افزود: در ایران هم اینگونه عمل می‌شد ولی انتظار ما این است که نباید با معدنکار به گونه‌ای برخورد شود که تولید آن آسیب ببیند. وی گفت: وقتی رکود جهانی مواد معدنی بویژه سنگ آهن در کشورهای صاحب معدن مثل کانادا، استرالیا، برزیل رخ داد، دولت‌ها وارد عمل شدند به‌طوری که اگر کمک دولت‌ها نبود حتی معادن بزرگ از بین می‌رفتند. بهرامن گفت: عمده واحدهای معدنی ایران کوچک و متوسط هستند، اگر نگاه حمایتی به این معادن نباشد شاهد توقف و ضرر و زیان آنها هستیم.

علل فنی حادثه معدن یورت مشخص نیست



یک عضو هیات رئیسه کمیسیون صنایع و معادن مجلس از انتشار گزارش تیم حقیقت‌یاب حادثه معدن زمستان یورت آزادشهر خبر داد. رامین نور قلی‌پور در گفتگو با خبرنگاران اظهار کرد: کمیته حقیقت‌یاب بعد از این حادثه با حضور تعدادی از نمایندگان مجلس و دو وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت و تعاون، کار و رفاه اجتماعی و جمعی از متخصصین زبده معدن کشور تشکیل و جلساتی در محل وزارت صنعت، معدن و تجارت برگزار شد. وی افزود: این تیم تاکنون دو بار به معدن سفر داشته و بررسی‌های کارشناسی انجام داده که در نهایت بررسی‌هایی که توسط این تیم و کمیسیون صنایع و معادن مجلس انجام شد، منجر به تهیه گزارشی در این خصوص و قرائت آن در صحن علنی مجلس شده است. وی با تاکید بر اینکه این گزارش نهایی نبوده و انتظار برای اینکه سریع‌تر کار پاکسازی صورت بگیرد تا بتوان در محل حادثه حاضر شد، تصریح کرد: با توجه به شرایط مختلف موجود در محل حادثه، موضوع بسیار پیچیده است و هنوز علل دقیق فنی حادثه از طریق کمیته حقیقت‌یاب مشخص نشده است.

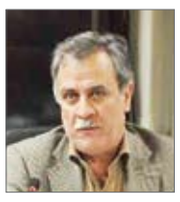
استقبال بازارهای جهانی از محصولات ذوب آهن اصفهان

احسان دشتیانه، معاون بازاریابی و فروش ذوب‌آهن اصفهان گفت: برنامه ششم توسعه شاید آخرین فرصت برای تامین، تحقق اهداف و سیاست‌های پیش‌بینی شده در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ باشد. یکی از مهمترین سیاست‌هایی که از برنامه سوم توسعه به آن نگاه مناسب شد، جهش صادرات غیرنفتی به‌عنوان محرک تولید ملی از طریق تحقق برخی از الزامات درونی و بیرونی بود و با اقدامات و تلاش‌هایی که انجام شد، صادرات غیرنفتی هدف‌گذاری و در قالب شورای عالی توسعه صادرات غیرنفتی کشور، فرماندهی واحد آن شکل گرفت. معاون بازاریابی و فروش گفت: با توجه به ضرورت تکمیل زنجیره سیاست‌ها و برنامه‌های کلان کشور برای نیل به اهداف پیش روی سند چشم‌انداز لازم است دو الزام اساسی برای توسعه صادرات غیرنفتی یعنی ردیف اختصاصی بودجه و حکم تشکیل شورای عالی توسعه صادرات غیرنفتی کشور در طول سال‌های برنامه ششم توسعه در قانون مذکور پیش‌بینی شود. طبق برنامه ششم توسعه در سال جاری باید ۲۱.۷ درصد به رشد صادرات غیرنفتی اضافه شود که بر این اساس هدف‌گذاری افزایش صادرات کالا معادل ۵۳.۵ میلیارد دلار خواهد بود. دشتیانه درباره میزان حجم صادرات ذوب‌آهن، محصولات و مقاصد صادراتی بیان کرد: در سال ۹۵ میزان صادرات محصولات فولادی شرکت حدود ۷۰۰ هزار تُن بود و به کشورهای حاشیه خلیج فارس و هم مرز با کشور از جمله عراق، افغانستان، امارات، ارمنستان، پاکستان، ترکمنستان، اردن، عمان، کویت و کشور سودان صورت گرفته است. معاون بازاریابی و فروش شرکت ادامه داد: به دلیل وجود رقبای جهانی در بازارهای صادراتی، حضور در این بازارها، نیازمند نگرش صادراتی در کلیه سطوح شرکت است، عدم اطمینان از آگاهی در ارتباط با ارزش صادرات در این سطوح، باعث ایجاد پیچیدگی می‌شود. این موضوع از طریق آموزش و اطلاع‌رسانی قابل کنترل و روایی می‌باشد. وی در بخشی دیگر از سخنان خود به شناسایی بازارهای هدف پرداخت و خاطر نشان کرد: بازبینی ساختار حوزه بازاریابی و فروش و ایجاد سرپرستی برند به منظور بهبود و ارتقاء برند و نشان تجاری و همچنین ایجاد سرپرستی‌های بازاریابی داخلی و خارجی با نگاه تخصصی بازار یابی بر اساس مدرنترین ساختار سازمانی روز دنیا انجام گرفته است.

دشتیانه نگاه مدیریت کلان شرکت، رکود در بازار داخلی و توانمندی تیم فروش را از جمله عوامل عمده در گسترش صادرات محصولات شرکت عنوان کرد. وی در خصوص ورود مجدد به بازارهای اروپایی گفت: معرفی ذوب‌آهن و جذب مشتریان جدید و حضور در چند نمایشگاه معتبر اروپایی در برنامه کار قرار دارد. شرایط پرداخت، شرایط حمل و چگونگی استفاده از اعتبارات اسنادی و همچنین به روزرسانی اطلاعات کارکنان بازاریابی و صادرات نیز از دیگر نکات تأثیرگذار است. در حال حاضر نسبت به تولید تیرآهن مختص بازارهای اروپا اقدام و صادرات به این کشورها آغاز شده است.

پیشخوان

علت برکناری معاون نعمت‌زاده از زبان خودش



به گفته یک مقام آگاه طی جلسه شورای معاونین وزارت صنعت، معدن و تجارت که در دفتر وزیر برگزار شد، نعمت‌زاده پس از گلایه از صحبت‌هایی که پشت سر این وزارتخانه مطرح می‌شود، ابویی مهریزی، معاون طرح و برنامه این وزارتخانه را برکنار و رضا رحمانی را به این سمت منصوب کرد. به گزارش ایسنا، یک مقام آگاه علت برکناری ابویی مهریزی از این سمت را نارضایتی وزیر از شنیده‌هایی دانست که حکایت از صحبت‌های انتقادی از عملکرد این مجموعه وزارتی داشت. ابویی مهریزی ضمن تایید این موضوع اظهار کرد: روز گذشته مثل همیشه در شورای معاونین وزارت صنعت، معدن و تجارت شرکت کردم و در حالی که هیچ اطلاعی از علت یا موضوع برکناری نداشتم در پایان جلسه، وزیر صنعت، معدن و تجارت برکناری من را اعلام کرد که دلایل فنی آن را باید از آقای نعمت‌زاده پرسید. وی ادامه داد: صحبت‌هایی که آقای نعمت‌زاده به عنوان گلایه از مجموعه نزدیک به خود داشتند، در حالی بود که هر زیرمجموعه‌ای ممکن است نسبت به عملکرد مدیریتی انتقاد داشته باشد و من معتقدم هر کسی که در مجموعه قرار دارد باید با حفظ استقلال رای بتواند به بهبود عملکرد مجموعه‌ای که در آن فعال است کمک کند و طبیعی است که کسی تشخیص دهد موضوعی مغایر با قوانین و اهداف کلی نظام و نظر شخص مقام معظم رهبری است لذا نمی‌توان او را مجبور به انجام کار یا امضای نامه‌ای کرد. معاون معزول وزارت صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: همانطور که من این حق را برای مدیران زیرمجموعه خودم قائلم این استقلال رای را حق خود می‌دانم و با تمام این احوال که انتقاداتی را به عملکرد وزارتخانه داشتم هیچ وقت اقدام به بدگویی پشت سیستم نکردم. اما به هرحال در سیستم اداری همیشه افرادی هستند که رشد خود را در خبرچینی و بدگویی علیه دیگران می‌بینند و همین افراد نیز با نقل قول‌های ناصحیحی که انجام داده‌اند باعث ایجاد ذهنیت اشتباه در وزیر صنعت، معدن و تجارت علیه من شدند که موجب شد حتی بدون یک بار تذکر یا درخواست توضیح درباره چنین موضوعی حکم عزل من را صادر کند.

واگذاری ۵ طرح و مجتمع شرکت تهیه و تولید مواد معدنی به بخش خصوصی

مدیرعامل شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران گفت: واگذاری ۵ طرح و مجتمع زیرمجموعه این شرکت به بخش خصوصی در مرحله بررسی است. به گزارش ایمیدرو، وجیه‌الله جعفری اظهار کرد: شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران تاکنون ۱۸ طرح و مجتمع زیرمجموعه را برای عملیات سرمایه‌گذاری با هدف استخراج، فرآوری و فروش به بخش خصوصی واگذار (برون‌سپاری) کرده است. وی ادامه داد: اکنون، برون‌سپاری طرح‌های گردشگری مجتمع پتاس خور و بیابانک (ارزیابی کیفی متقاضیان انجام سرمایه‌گذاری)، طلا و آهن کوه دُم (تجهیز، آماده‌سازی، استخراج و فروش محصولات) تولید پودر آهک میکرونیزه در مجتمع آهک پیربکران (تامین مواد اولیه، تولید و فروش محصول)، تولید سولفات پتاسیم خور و بیابانک (تولید سالانه ۲۰ هزار تن سولفات پتاسیم) و راهبری مجتمع سنگ آهک پیربکران (تامین مواد اولیه، تولید و فروش محصول) در حال بررسی است. جعفری با بیان اینکه ۱۰ طرح زیرمجموعه این شرکت برای سرمایه‌گذاری به بخش خصوصی واگذار (برون سپاری) شده است، تصریح کرد: این طرح‌ها شامل معدن زغال سنگ خمرود، تولید سود کاستیک در مجتمع پتاس خور و بیابانک، فرآوری زغال سنگ پروده شرقی بلوک ۱ و دریاچه نمک قم است.

تاکید بر افزایش سهم کالاهای ایرانی در بازار قطر

سخنگوی کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس بر لزوم بدست آوردن سهم بیشتری از بازار قطر توسط فعالان اقتصادی کشور تاکید کرد. محمدمهدی مفتح در گفتگو با خانه ملت، در خصوص روابط اقتصادی ایران و قطر، گفت: بطور طبیعی وجود ثبات و آرامش پایدار در منطقه موضوع بسیار مهمی است و تنش کشورهای منطقه به نفع رژیم صهیونیستی است. وی ادامه داد: اینکه در حوزه اقتصاد باید تدابیر و تلاش‌ها معطوف به افزایش صادرات باشد، یک اصل بدیهی است که در این راستا باید در رقابت برای بازارهای صادراتی تلاش کرد. وی با تاکید بر لزوم توجه به بازارهای صادراتی افزود: در حال حاضر بازار قطر یک بازار مناسب برای صادرات محصولات ایرانی است و در این راستا باید براساس نیازهای کشور قطر، محصولات و خدمات به این کشور ارسال شود و نباید فراموش کرد در گذشته در زمینه بدست آوردن سهم قابل توجه از بازار کشوری مانند آذربایجان، عملکرد ضعیفی وجود داشته است. مفتح افزود: باید برنامه‌ریزی‌های بیشتری صورت گیرد تا از این فرصت بیشتر استفاده شود و صادرکنندگان ایرانی از این فرصت استفاده کنند.

لزوم تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری خارجی در کشور

مدیر اقتصادی و توسعه سرمایه‌گذاری ایمیدرو گفت: روند سرمایه‌گذاری خارجی‌ها در ایران بعد از برجام تسهیل شده، به طوریکه چند بانک اروپایی با ما همکاری می‌کنند. حسن یونسیان در گفتگو با باشگاه خبرنگاران جوان، گفت: اصلی‌ترین مانع سرمایه گذاری خارجی در ایران سنگ‌اندازی آمریکا است، همچنین عدم یکدست بودن تیم اقتصادی دولت نیز مزید بر علت شده است. وی در ادامه افزود: از نظر قوانین مورد نیاز در جهت تسهیل روند سرمایه گذاری در داخل کشور، مشکل خاصی نداریم. یونسیان تصریح کرد: روند سرمایه‌گذاری خارجی‌ها در ایران بعد از برجام تسهیل شده، به طوریکه چند بانک اروپایی با ما همکاری می‌کنند. وی در پایان مهمترین وظیفه دولت دوازدهم در زمینه تسهیل جذب سرمایه‌های خارجی را گسترش روابط بانکی بین المللی دانست و گفت: با اقدامات صورت گرفته در دو سال گذشته روند بهبود روابط بانکی خارجی بسیار سرعت گرفته است.

توجه دولت دوازدهم به افزایش بهره‌وری در صنعت خودرو

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس ضمن اشاره به مهمترین اولویت‌های ساختاری دولت دوازدهم در صنعت خودرو گفت: اولویت‌های دولت دوازدهم در صنعت خودرو باید بر محور ایجاد تحول اساسی در بخش دانش و فناوری‌های تولید و سیستم‌های مالی، اقتصادی و اداری این صنعت قرار گیرد. حمیدرضا فولادگر در گفتگو با خبر خودرو با اشاره به اهمیت اجرای سیاست‌گذاری‌های دولت در رشد صنعت خودروسازی در ایران افزود: اعمال و اجرای سیاست‌گذاری‌های اصولی و کارشناسانه دولت دوازدهم موجب ارتقای سطح کیفی و افزایش بهره‌وری در صنعت خودروسازی می‌شود و رقابت‌پذیری بازار خودروهای داخلی را در پی خواهد داشت. وی به لزوم اعمال سیاست‌گذاری‌های مناسب بر صنعت خودروسازی اشاره کرد و خاطرنشان کرد: سیاست‌گذاری‌های کنونی صنعت خودروسازی نیاز به تغییراتی جزیی در ساختارهای اجرایی دارد بی‌تردید اجرای این تغییرات در برنامه‌ها و در رویه تولید موجب ارتقای توان خودروسازان و تضمینی جهت ورود تولیدکنندگان داخلی به بازارهای رقابتی جهانی خواهد بود.