



محسن احتشام

امروز یکی از مهم‌ترین مشکلات صادرکنندگان زعفران، بخش‌نامه‌هایی است که به‌طور مستمر از سوی بانک مرکزی صادر می‌شود. این بخش‌نامه‌ها ثبات و پایداری لازم را نداشته و صادرکننده نمی‌تواند بر اساس آن پیش‌بینی و برنامه‌ریزی کند. صادرکنندگان هر چند وقت یک‌بار با بخش‌نامه جدیدی مواجه می‌شوند که قواعد فعالیت آن‌ها را تغییر می‌دهد. یکی دیگر از اصلی‌ترین مشکلات صادرکنندگان در شرایط فعلی، موضوع بازگشت ارز حاصل از صادرات و ایفای تعهدات ارزی است. مسیر بازگشت ارز حاصل از صادرات روزبه‌روز سخت‌گیرانه‌تر می‌شود و در این میان، واقعیت‌های فضای کسب‌وکار صادرکنندگان در بازارهای بین‌المللی، مورد توجه قرار نمی‌گیرد.

مسئله حمل و نقل به یک معضل جدی برای صادرکنندگان تبدیل شده است. هزینه حمل و نقل به‌ویژه هوایی، نسبت به گذشته افزایش درخور توجهی داشته است. هزینه بارنامه نیز حدوداً برابر گذشته شده و این هزینه‌ها در محاسبات مربوط به بارگزار از صادراتی درستی لحاظ نمی‌شود. در برخی مسیرهای صادراتی، هزینه حمل و نقل به‌تنهایی می‌تواند بخش درخور توجهی از ارزش صادرات را به خود اختصاص دهد. بنابراین لازم است بانک مرکزی، سازمان توسعه تجارت و کمیته اتاق بازرگانی ایران این هزینه‌ها را در تعیین میزان تعهد ارزی صادرکنندگان مورد توجه قرار دهند.

با توجه به هزینه‌هایی که صادرکنندگان در شرایط فعلی متحمل می‌شوند، به‌دین میزان تعهد بازگشت ارز حاصل از صادرات مورد بازنگری قرار گیرد و از ۹۰ درصد به سطحی متناسب با هزینه‌های واقعی صادرات کاهش پیدا کند. یکی دیگر از مشکلات صادرکنندگان، نرخ‌های پای صادراتی است. در سال‌های گذشته، در مواردی نرخ‌های پای صادراتی بالاتر از قیمتی تعیین شده که صادرکننده محصول خود را در بازار جهانی به فروش رسانده است. در نتیجه، نوعی فاصله میان ارزش پای صادراتی و قیمت واقعی فروش محصول در بازار جهانی ایجاد شده است. این مسئله در کنار سایر هزینه‌های صادراتی، فشار مضاعفی بر صادرکننده وارد می‌کند، زیرا تعهدات ارزی بر مبنایی محاسبه می‌شود که لزوماً با قیمت واقعی فروش محصول در بازار مقصد همخوانی ندارد. علاوه بر این، تولیدکنندگان و صادرکنندگان با مشکل سرمایه در گردش مواجه هستند. براینده مواد اولیه، نهاده‌ها و بسته‌بندی در سال‌های اخیر چندین برابر افزایش پیدا کرده و تورم، هزینه‌های صادرات را بالا برده است. در چنین شرایطی، بانک‌ها نیز تسهیلات کافی در اختیار واحدهای تولیدی و صادراتی قرار نمی‌دهند و بسیاری از واحدهای صادراتی با مشکل نقدینگی مواجه هستند. مراجعه به بازار سرمایه نیز برای بسیاری از بنگاه‌ها راه‌حل ساده‌ای نیست و هزینه تأمین مالی در این بازار به حدود ۲۸ تا ۵۰ درصد رسیده است. وقتی تولیدکننده و صادرکننده نمی‌تواند سرمایه موردنیاز خود را به هزینه نقدی تأمین کند، انگیزه فعالیت در بخش سرمایه‌گذاری کاهش پیدا می‌کند. در شرایط سخت اقتصادی، انتظار فعالان اقتصادی این است که فضای کسب‌وکار تسهیل و موانع موجود بر سر راه تولید و صادرات برداشته شود. بسیاری از تولیدکنندگان و صادرکنندگان برای تأمین مواد اولیه خود به واردات وابسته هستند و در همین بخش نیز با مشکلات متعددی مواجه‌اند. یکی از این مسائل، نحوه تأمین و استفاده از ارز حاصل از صادرات است که روند آن در بانک‌ها نیز با تغییرات مداوم همراه است.

درمجموع بسیاری از موانعی که امروز در فضای کسب‌وکار وجود دارد، با تصویری که برخی از شرایط فعالیت اقتصادی ارائه می‌دهند، فاصله زیادی دارد. واقعیت اینست که کسب‌وکار صادرکنندگان با آنچه در سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری تصور می‌شود، یکسان نیست و برای توسعه صادرات باید این فاصله در فرایند تصمیم‌گیری مورد توجه قرار گیرد.

روی خط اقتصاد

توزیع مرغ منجمد قطعه بندی شده در کالابرگ

شهره آیینوزا با تصویب ستاد تنظیم بازار، مرغ منجمد به صورت دسته بندی و قطعه بندی شده به اقلام مشمول طرح کالایرگ الکترونیکی اضافه شد؛ این در حالی است که پیش از این، مرغ گرم در سبد کالایرگ قرار داشت.



مس کالای سرمایه‌گذاری عمومی نیست

یست. اگر دانشان صنعت طلا و فلزات گران بها با هشار نسبت به گسترش تبلیغات خرید و فروش عمومی می، تا کید کرد که این فلز خرید طلا و نقره، ماهیتی کاملاً خصوصی دارد و ورود افراد دانش تخصصی به این بازار می تواند زمینه ساز نابرابری و سوء استفاده های احتمالی شود. محصی آرای بیان کرد: تفاوت اصلی بین طلا و نقره در این است که طلا از نقدشوندگی بسیار بالایی برخوردار است و تقریباً در هر نقطه ای از کشور قابلیت خرید و فروش دارد، نقره نیز تا حدودی از این ویژگی برخوردار است، اما همین شرایطی را ندارد.

شرط افزایش مبلغ کالابریک

مہرا احمد میردی، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، تاکید کرد: دولت و مجلس، بر این موضوع توافق دارند کہ مبلغ کالاہرگز باید افزایش یابد و تلاش دولت نیز در همین راستاست. اما بحث این است کہ افزایش مبلغ کالاہرگز، چہ میزان تورم ایجاد می کند و آیا ممانعہ غیرتورمی داریم کہ بتوانیم این کار را انجام دہیم یا خیر؟



ساقصمه عمومي همزمان با ارزنيابي (يگپارچه) يك مرحله‌اي

فراخوان عمليات ترميم و بهسازي معابر سطح شهر طرقيه

شهرداري طرقيه در نظر دارد فراخوان عمليات ترميم و بهسازي معابر سطح شهر طرقيه به شماره ۴۰۰۰۰۴۰۳۵۰۵۰۴۰۰۰۰ را از طريق سامانه تداركات الكترونيكي دولت برگزار نمايد.

كليده مراحل برگزاري فراخوان از دريافت و تحويل اسناد فراخوان تا بازگشايي پاكث‌ها از طريق درگاه سامانه تداركات الكترونيكي دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

متقاضيان شركت در فراخوان در صورت عدم عضويت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دريافت گواهي اعضاء الكترونيكي (به صورت برخط) براي كليده صاحبان اعضاء مجاز و مهر سازماني اقدام لازم را به عمل آورند.

مواعد زماني:

- تاريخ انتشار فراخوان: ۱۴۰۵/۰۵/۲۶ ساعت ۸ صبح
- مهلت دريافت اسناد فراخوان: ۱۴۰۵/۰۶/۰۲ ساعت ۱۹
- مهلت ارسال پيشنهادهات: ۱۴۰۵/۰۶/۱۷ ساعت ۸ صبح
- زمان بازگشايي پاكث‌ها: ۱۴۰۵/۰۶/۱۷ ساعت ۸:۱۵ صبح

نوع و مبلغ تضمين شركت در فرايند ارجاع كار: ضمانت‌نامه بانكي به مبلغ ۳۹۵,۴۳۷,۰۷۰ ريال

اطلاعات تماس و آدرس دستگاه: طرقيه، بلوار امام خميني، ميدان شهدا، ساختمان شهرداري طرقيه

روابط عمومي شهرداري طرقيه



حجم خوری اینترنت؛ پایان مهلت یک هفته‌ای اینترنتورها

برخی کاربران با اظهار نارضایتی نسبت به حجم خوری اینترنت، بیان می‌کنند که وزارت ارتباطات باید پاسخگو باشد. به گزارش اسپنا، در همین راستا یک هفته پیش، ستار هاشمی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، با اشاره به ادعای «حجم خوری اینترنت، تأکید کرد، این مسئله خاص قرمز است. وی بیان کرد: اپراتورها یک هفته فرصت دارند که گزارش دقیق در این رابطه را تهیه کنند. اگر این فرضیه اثبات شود، با اپراتورها برخورد جدی خواهیم داشت. طبق آنچه وزیر ارتباطات وعده داده بود، دیروز مهلت یک هفته‌ای اپراتورها برای ارائه گزارش در خصوص صحت و سقم ادعای حجم خوری اینترنت به پایان رسید و باید منتظر ماند و دید که آیا تخلفی در این زمینه صورت گرفته است یا نه؟



بول هنگفت به برندهای فیک

ایت شهرآرا از عرضه برندهای لوازم خانگی خارجی که در واقعیت وجود ندارند



این دسته بندی، همگی «تک کاره» هستند. همچنین یک برند لوکس ایتالیایی که در زمینه تولید لباس خانگی مانند قهوه ساز، اسپرسو ساز و نوستر تخصص دارد، نه سرویس ادویه. نه سرویس خوابات. بر کالای در این دسته ها که نام این برند را یک می کشد، هیچ ارتباطی با کارخانه اصلی ندارد. در صورت هندی و فرانسوی معروف در هیچ کجای دنیا، چای ساز، ساور و قوری تولید نمی کنند. دیدن چنین محصولاتی با این نام، نام فقط یک معنی دارد، فروش با برجسب غیرواقعی. همچنین برند یونی که سرخ کن، هواپز و خردکن تولید می کند، اما در بازار نام های مشابهی با برند کارخانه ای در تولید خردکن های هال ها را برای جای اصلی خریداری کنند.

را در اروپا ثبت کند و سپس برای کاشش هزینه‌ها تولید را در چین یا کشورهای دیگر متمرکز کند؛ در حالی که مالکیت معنوی و ثبت برنده همچنان؛ اروپایی باقی می‌ماند. این الرضا می‌افزاید: برخی برنده‌ها تحت نظارت یا با مجوز رسمی شرکت‌ها مادر، مانند هیوندای کره، فعالیت می‌کنند؛ هرچند همه استانداردهای کارخانه‌های مادر در این تولیدات رعایت نمی‌شود. او تأکید می‌کند: حتی برخی برنده‌های شناخته‌شده اروپایی خود فاقد کارخانه تولیدی هستند و تمام زنجیره تولید آن‌ها در کشورهای ثالث انجام می‌شود.

از چین تا ترکیه؛ تغییر در سخت‌گیری‌های تولیدی
رئیس اتحادیه لوازم خانگی مشهد به تغییر رویکرد
تولیدکنندگان چینی اشاره می‌کند و می‌گوید: در
سال‌های اخیر چین دیگر پذیرای تولید هر برندی
بدون تأییدیه نیست. اکنون برای تولید کالایی با
برند خاص، باید تأییدیه صاحب برند و ثبت
فکری در کشور مبدأ وجود داشته باشد.
او با اشاره به ترکیه نیز اظهار می‌کند: در این کشور
تعداد محدودی برند پوش نام وجود دارد، اما
بخش بسیار زیادی از تولیدات، تحت برندهای
اروپایی نظیر بوش عرضه می‌شود؛ موضوعی که
نشان می‌دهد این روند جهانی برای جذب
مشتری و کاهش هزینه‌هاست.

ابن الرضا با اشاره به وجود بیش از ۲۰۰ کارخانه تولید اوزار خانگی در کشور می‌گوید: این حجم از پراکندگی برگ برندها و کارخانه‌ها، یک اشتباه محض است. او توضیح می‌دهد: اگر به جای هزاران کارخانه کوچک، تولید در دوپست یا سیصد واحد صنعتی بزرگ و متمرکز انجام می‌شد، به دلیل کاهش هزینه‌های سربار و افزایش مقیاس تولید، قیمت نهایی کالا کاهش می‌یافت و ی مثالی می‌زند. تفاوت هزینه تولید یک میلیون دستگاه بخال در یک کارخانه بزرگ با تولید ۱۰۰ هزار دستگاه در یک واحد کوچک، تأثیری مستقیم و چشمگیر بر قیمت مصرف‌کننده دارد.

مرز میان استراتژی پرندینگ و تقلب

در پاسخ به این پرسش که آیا این روند نوعی تقلب محسوب می‌شود، رئیس اتحادیه مشهود تفکیکی روشن ارائه می‌دهد و می‌گوید: ثبت برند در اروپا تولید در چین، تا زمانی که صادقاته اعلام شود، تقلب نیست. اما زمانی که کالایی با برند اروپایی در چین تولید شده و روی آن عبارت «ساخت آلمان» درج شود، با یک تقلب مواجه هستیم. او تأکید می‌کند: در چنین مواردی، تمام زنجیره، از تولیدکننده تا فروشنده و انباردار، متخلف شناخته می‌شوند و باید با سخت‌ترین جریمه‌ها مواجه شوند.

نوفنی، زمان مناسبی برای اجرای چنین طرحی است. قشداش میگوید: معاون وزیر صمت، درباره طرح یادشده، این قانون را برای ما بهرشد اقتصادی ۸ تا ۱۰ درصدی داشته باشیم شرایط عادی اقتصادی حاکم باشد، طراحی شده است. اما تورم بی سابقه فعلی و تبعات جنگ از ابتدای امسال تاکنون، شرایطی را رقم داده است که در آن به سختی می توان تصور کرد، لذا فشار کم بر خود را جامعه تاب چنین فشارهای مضاعفی را داشته باشند.

به یاد داشته باشیم که همان خودروی فرسوده، ریسبایاری موارد، وسیله امرار معاش و ضروریات زندگی یک خانواده است و حذف اجباری آن می تواند چالش های جدیدی را برای مالکان نینهاد کند.

معیار موفقیت طرح نوسازی چیست؟

بر مقرران قبلی نیز برای خودروهایی که با وجود تعمیر شدن شرایط و تسهیلات، نسبت به خروج از ناوگان اقدام نمی‌کردند، محدودیت تردد خودرویی بسیار فرسوده از نظر زیست محیطی (یعنی قابل دفاع است) اما اگر محدودیت‌ها بیش از آنکه گزینه جایگزین واقعاً برای مالک قابل اجرا باشد اعمال شوند، سیاست نوسازی می‌تواند از یک سیاست تشویقی به یک سیاست اجبار اقتصادی تبدیل شود. این موضوع برای صاحبان خودروهایی که درآمد آن‌ها به وسیله همان خودرو تامین می‌شود، اهمیت بیشتری دارد.

بنابراین معیار موفقیت طرح نباید صرفاً تعداد چرخه‌های اسقاط شده باشد، بلکه باید پرسید: چند مالک خودروی فرسوده توانسته‌اند با استفاده از این طرح، واقعاً به صورت پایدار صاحب وسیله نقلیه جایگزین شوند؟

گر پاسخ این سؤال مثبت باشد، طرح نوسازی می‌تواند یک سیاست موفق دانست، اما اگر بخش بزرگی از مالکان به دلیل ناتوانی در تأمین هزینه بازپرداخت اسقاط‌ها خارج شوند، حتی افزایش تعداد گاوهای اسقاط نیز نمی‌تواند به معنای موفقیت واقعی سیاست نوسازی باشد.

● ثبت برند در یک کشور، تولید در کشور دیگر
رئیس اتحادیه لوازم خانگی مشهد، در گفت‌وگو با
شهرآرا ابعاد این مدل کسب و کار را تشریح می‌کند و
از پراکندگی تولید در ایران به عنوان یکی از عوامل
اصلی افزایش قیمت یاد می‌آید.
به گفته رسول ابن الرضا ثبت برند در کشورهای
اروپایی مانند آلمان و سپس برون‌سپاری تولید به
کشورهایی نظیر چین، رویه‌ای متداول و قانونی
در دنیاست.
او می‌گوید: هر شخص حقوقی می‌تواند برند خود

مشوق کم فروغ در بازار تورمی سرعت نوسازی را می گیرد

طرح جدید خودروهای فرسوده در بیچ تند



بلکه شکاف میان ارزش مشوق و هزینه واقعی جایگزینی خودرو است. زیرا برای خانواده‌ای که خودروی فرسوده تنها دارایی قابل توجه آن است، مسئله اصلی این نیست که گواهی اسقاط بقدار ارزش دارد، بلکه این است که پس از اسقاط خودرو، برای خرید خودروی جدید دقیقاً چه مقدار پول باید از جیب پرداخت کند؟

وام خودرو؛ شوق یا بدهی جد؟

در نگاه اول، وام ۴۰۰ میلیون تومانی بانرخ ۸ درصد بسیار جذاب است. اما باید توجه داشت که درامد ۲۰۰ میلیون تومانی که در طول ۳۰ ساله درآمد نیست؛ بدهی است. تسهیلات سه ساله به معنای ایجاد یک تعهد مآنه برای خانواده‌ای است که در بسیاری از موارد، صاحب خودروی فرسوده و دقیقاً به دلیل محدودیت مالی نتوانسته خودروی خود را تعویض کند.

به عبارت دیگر، اگر اخلاقی خودرو توان مالی لازم برای پرداخت اقساط را نداشته باشد، پایین بودن نرخ سود به تنهایی مشکل را حل نمی‌کند. چند درصد از مالکان خودروهای فرسوده واقعا توان پرداخت اقساط چنین تسهیلاتی، افزون بر اقساط فعلی خود دارند؟

طی روزهای گذشته، طرح جدید نوسازی خودروهای فرسوده ابلاغ شده و جزئیاتی در این باره منتشر شده است که



بہروز کریم پور

پهروز کریم پور
روزنامه‌نگار

ضمن اعلام محدودیت‌های
همچون ممنوعیت تردد و
خرید و فروش این خودروها
در کلان‌شهرها، مشوق‌ها
تسهیلاتی در رازر استای نوسازی
آن‌ها به پیشنهاد می‌دهد. اما با
کمی تأمل، سؤالات و ابهامات
جدی در این زمینه مطرح
می‌شود؛ از جمله اینکه آیا مشوق اعلام‌شده
و انعقاد تردد مالی لازم‌رکیز گنازگز استای خودر
فرو سوده توسط مالک کم‌رآمد و ورود او به بازار
خودروری جدید را فراهم می‌آورد یا صرفاً هزینه
نوسازی را از دولت به مالک منتقل می‌کند؟
طبق طرح اخیر، ارزش گواهی اسقاط خودروری
سوار ی به ۶ میلیون تومان رسیده است و بسته
به شرایط، ممکن است تا سه گواهی به مالک
تعلق بگیرد. همچنین برای متقاضیان جایگزینی
نسنهیلاتی حدود ۴۰۰ میلیون تومان مطرح
شده است. به عبارت ساده مالکان خودرورهای
سقاطی با راز ده خرج کردن وسیله نقلیه خود،
انتباری در حدود ۵۰۰ میلیون تومان خواهند
داشت.

● شکاف قیمتی، ترمز طرح نوسازی

با نگاهی به قیمت کارخانه‌ای محصولات رایج داخلی، می‌توانستیم پیش‌از این که وارد محدود یک میلیارد تومان و ایران خودرو در دره یک و نیم میلیارد تومان به بالا قرار دارند، به عارتی بود که لازم برای خرید و مصرف نیقی جدید، دست‌کم دو تا سه برابر اعتبار قبلی بینی شده بود آرزوی می‌شود که به معنای لزوم تأمین این فاصله توسط مصرف‌کننده است. از پی به یادوری نیست که مالکان خودروهای پراکند عموماً از قشر کم‌درآمد جامعه بوده و پکردن چنین شکافی برای آن‌ها، به‌ویژه در شرایط اقتصادی کنونی، کار بسیار دشوار است.

در حقیقت مسئله اصلی، کمبود مشوق نیست، بلکه