مدیرعامل سازمان صنایع کوچک:

تقویت پیوند بین صنایع تولیدی و بازار ضروری است

معاون وزیر صنعت ، معدن و تجارت و رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران گفت: تقویت ارتباط و پیوند بین صنایع تولیدی و بازار عامل مهمی در بازاریابی است و باید شرایطی را ایجاد کرد تا صنایع کوچک و متوسط کشور با بازار پیوند و ارتباط محکمی داشته باشند.

به گزارش شنبه ایرنا ، «صادق نجفی» در دیدار با «علی فاضلی» رئیس اتاق اصناف ایران، افزود: بخش عظیمی از تولید برعهده صنایع کوچک و متوسط است که از اهمیت بالایی برخوردار هستند و باید تمرکز بیشتری بر تقویت این واحدها داشته باشیم .

وی اظهارداشت: طبق قانون بنگاه های صنفی کوچک و متوسط باید در شهرک های صنفی مستقر شوند تا بتوانیم برایشان مجوز صادر کنیم و زیرساخت های لازم را برایشان فراهم کنیم.

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک افزود: تا کنون توجهی برای ایجاد شهرک های صنفی تخصصی نشده و افرادی که زمین داشتند با دریافت مجوز ساخت شهرهای صنفی باعث بالا رفتن هزینه ها و اثر بخش نبودن فعالیت ها شده است .

نجفی با بیان اینکه باید زیرساخت های ایجاد شهرکهای صنفی اصلاح شود، گفت: باید بنگاه های کوچک و متوسط یا SME ها در کنار ما قرار بگیرند و مشکل نبود پیوند بین صنایع متوسط و کوچک با بازار و ارتباط آنها باید شکل بگیرد .

رئیس هیات مدیره سازمان صنایع کوچک وشهرک های صنعتی ایران بیان کرد: از ۷۰ هزار واحد صنعتی ۴۳ هزار واحد پروانه بهره برداری دارند و اگر بتوانیم از این تعداد ۱۰ هزار واحد را با کمک و همکاری یکدیگر ساماندهی کنیم که با تقویت ارتباط با بازار، کار توسعه ای بزرگی شکل خواهد گرفت.

وی افزود: در قدم نخست باید به دنبال صنایعی که ظرفیت بیشتری را در بازار دارند مانند صنعت(پوشاک، چرم وچوب) رفت و آنها را ساماندهی کرد.

نجفی بیان کرد: اگر تسهیلاتی به این واحدهای پرداخت می شود، باید روند نظارتی بر ارائه این تسهیلات صورت بگیرد که نتیجه پرداخت تسهیلات چه خروجی را شامل شده و چه تاثیری را بر رشد واحد و توسعه صادراتشان داشته است. همچنین لازم است تا این صنایع به لحاظ بازاریابی و حتی نحوه تبلیغات در بازار و داخل وخارج کشور مورد حمایت قرار بگیرند.

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران افزود: اگر قرار است نمایشگاهی دایرشود، باید SMEها و تولیدکنندگان در آن حضور داشته باشند. قبلا نیز شرط اصلی برای حضور در نمایشگاه ها ، حضور اتحادیه های تولیدی بود اما چندین سال است که این مساله مهم فراموش شده و نمایندگی های سطح دوم نمایشگاه ها را اداره می‌کنند و لازم است این مساله اصلاح شود .

**** باید شهرک های صنفی تخصصی ایجاد شود**

در ادامه این دیدار «علی فاضلی» رئیس اتاق اصناف ایران گفت: ۸۴ هزار بنگاه صنعتی در کشور داریم که تنها سه هزار بنگاه آن صنایع بزرگ محسوب می شوند و ۸۱ هزار واحدها جزء صنایع کوچک و متوسط یا SME ها به حساب می آیند که باید تحت مدیریت قرار بگیرند.

وی تصریح کرد: در سال های گذشته بخش صنایع کوچک مطابق با صنعت دیده نشده اند که لازم است با همیاری یکدیگر شهرک های تخصصی مخصوص صادرات را ایجاد کنیم و واحدهای تولیدی را در آنجا مستقر کنیم.

فاضلی با بیان اینکه باید از صنایع تولیدی حمایت کرد تا بتوانند کیفیت کالای داخلی را بهبود ببخشند، افزود: اکنون در خیلی از صنایع مانند پوشاک، چوب و چرم ظرفیت های بسیار خوبی داریم و می توانیم در این زمینه ها برندهای خوبی را تولید کنیم.

وی با بیان اینکه تشکیلات اصناف آماده همکاری با سازمان شهرک های صنفی است، گفت: برای بخش تولید نیاز به سیاست های تشویقی داریم اما بیشتر قوانین و مقررات ما در این زمینه تنبیهی است که باید اصلاح شود.

رئیس اتاق اصناف ایران تصریح کرد: برای نخستین بعد از انقلاب توانستیم اعتباراتی را برای بنگاه های صنفی منظور کنیم و مصوبه بسته حمایتی ۱۰ هزار میلیاردی از دولت بگیریم .

فاضلی با تاکید بر اینکه بنگاه های تولیدی ما نیاز به حمایت دارند، افزود: اگر دولت در حال حاضر نمی تواند به لحاظ تسهیلاتی خیلی کمک کند، حداقل یکسری شرایط و سیاست های تشویقی همچون کم کردن هزینه حامل های انرژی ، مالیات و بخشودگی سهم حق بیمه کارفرما را برای واحدهای تولیدی در نظر بگیرد که همه این موارد می تواند کمک بزرگی به تولید کشور باشد.

طرح ترویج واحدهای آلاینده و ساماندهی برخی صنوف به بیرون از مراکز شهرها در قالب ایجاد شهرک‌های صنفی و تخصصی از شهر در سال ۱۳۷۱-۱۳۷۰در کشور آغاز شد و همچنان ادامه دارد. اجرای این طرح با مشکلاتی نظیر نبود زیرساخت‌ها، تامین زمین، اعتبارات، ارایه نشدن تسهیلات لازم به واحدهای صنفی مشمول مواجه است و در سایه نبود این تسهیلات، بسیاری از بنگاه‌های مشمول مجبور به تعطیلی، تغییر شغل شده و به مشاغل کاذب و غیرمولدی چون دلالی روی آوردند.

لوازم‌خانگی ایرانی پرفروش‌ترند

قیمت انواع لوازم خانگی در بازار بسته به نوع برند،کیفیت، ایرانی یا خارجی بودن متفاوت است. برندهای خارجی غالبا قیمت بیشتری نسبت به برندهای ایرانی دارند و محصولات ایرانی به‌طور نسبی از تقاضای بیشتری برخوردارند.

به گزارش ایسنا، بازار لوازم خانگی از جمله بازارهایی است که همواره مورد توجه عموم قرار دارد و مردم تغییر و تحولات قیمتی آن را زیر ذره بین می برند.

در هفته‌های گذشته صحبت‌هایی مبنی بر افزایش قیمت انواع لوازم خانگی مطرح و گفته شد که با توجه به افزایش قیمت مواد اولیه و هزینه، نرخ لوازم خانگی افزایش می‌یابد، چراکه افزایش قیمت فولاد و پتروشیمی در چند وقت اخیر از جمله دلایلی است که انجمن تولیدکنندگان لوازم خانگی برای گران شدن لوازم خانگی مطرح کرده است. این در حالی است که فروشندگان نسبت به کمبود تقاضا در بازار گله‌مند و معتقد هستند که بازار شرایط افزایش قیمت را ندارد، چرا که منجر به کاهش بیشتر تقاضا در بازار لوازم خانگی می‌شود.

یخچال، فریزر، ماشین لباسشویی، گاز، جاروبرقی، آبمیوه‌گیری، چرخ گوشت، مایکروفر، چای ساز، سرخ‌کن و اتو از جمله اصلی‌ترین لوازم خانگی محسوب می شوند. لوازمی که این روزها تنوع بسیار زیادی در بازار دارند و بسته به امکانات و نوع برند، با قیمت‌های مختلفی عرضه می‌شوند.

با توجه به اینکه برندهای خارجی لوازم خانگی رنج قیمتی بالاتری دارند، تقاضا برای خرید این برندها پایین‌تر از برندهای ایرانی است.بر اساس مشاهدات میدانی از بازار لوازم خانگی در پایتخت، قیمت‌ها بدین شرح است:

اجاق گاز در بازار لوازم خانگی رنج قیمتی از حدود ۵۵۰ هزار تا شش میلیون تومان دارد که برندهای خارجی اغلب از یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان به بالا قیمت دارند.

ماشین لباسشویی نیز بسته به مدل، کیفیت و میزان کارآیی از حدود ۶۰۰ هزار تا شش میلیون تومان عرضه می‌شود که برندهای ایرانی از حدود ۶۰۰ هزار تومان تا یک میلیون و ۶۰۰ هزار تومان قیمت دارند و برندهای خارجی شناخته شده بیش از دو میلیون تومان فروخته می شوند.

همچنین انواع چرخ گوشت رنج قیمتی بین ۴۰۰ هزار تومان تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان در بازار لوازم خانگی فروخته می‌شود.

آبمیوه گیری از دیگر لوازم آشپزخانه است که با رنج قیمتی از ۱۵۰ هزار تا دو میلیون تومان فروخته می شود. آبمیوه گیری‌های خارجی معمولا از ۸۰۰ هزار تومان به بالا هستند.

همچنین مایکروفر از دیگر وسایل پخت و پز است که طی سال های اخیر جایگاه خود را در آشپزخانه‌ها باز کرده است و رنج قیمتی از حدود ۵۰۰ هزار تا دو میلیون تومان دارد.

یخچال و فریزر نیز در مدل های گوناگون از حدود یک میلیون تومان شروع می‌شود و تا حدود ۲۰ میلیون تومان در بازار لوازم خانگی عرضه می‌شود. برندهای خارجی معمولا بیش از سه میلیون تومان قیمت دارند.

قیمت اتو نیز از حدود ۸۰ هزار تا یک میلیون تومان است.

همچنین سرخ‌کن ازحدود قیمت ۵۰۰ هزار تا حدود دو میلیون تومان عرضه می‌شود. سرخ کن‌ها در برندهای خارجی بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان قیمت دارند.

جاروبرقی نیز در انواع مختلف از حدود ۲۰۰ هزار تومان تا دو میلیون تومان در بازار لوازم خانگی مشاهده می شود که جارو برقی‌های خارجی از ۸۰۰ هزار تومان به بالا قیمت دارند.

انواع چایساز هم از حدود ۲۵۰ هزار تومان شروع می شود و به حدود ۶۰۰ هزار تومان می رسد.

زودپز و پلوپز نیز رنج قیمتی از ۱۵۰ هزار تا حدود ۹۰۰ هزار تومان دارند.

البته این قیمت‌ها کلیت نرخ‌هایی است که در بورس فروش لوازم خانگی مشاهده شده و قیمت‌های کف و سقفی که برای هریک از لوازم خانگی آورده شده، می‌تواند کمتر یا بیشتر باشد.

تراز تجاری محصولات کشاورزی، منفی‌تر از سال قبل

رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی تهران، با اشاره به تراز تجاری منفی محصولات کشاورزی نسبت به سال گذشته، گفت: صادرات سیب و پسته کاهش و واردات کالاهای اساسی افزایش یافت.

کاوه زرگران در گفتگو با مهر با بیان اینکه بیش از ۱۵ درصد یعنی حدود ۵ میلیارد دلار از ارزش کل واردات کشور، به ۱۰ قلم از محصولات غذایی تعلق دارد، گفت: تراز تجاری محصولات کشاورزی و غذایی در ۸ ماهه نخست سال جاری، نسبت به مدت مشابه سال قبل منفی تر شده است، به این معنا که این رقم در حالی در این دوره به منفی ۳ میلیارد و ۱۷۴ میلیون دلار رسیده است که در مدت مشابه سال قبل، منفی ۲ میلیارد و ۱۶۰ میلیون دلار بوده است.

دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران افزود: منفی شدن تراز نسبت به سال گذشته، عمدتا به دلیل افزایش واردات کالاهای اساسی نظیر برنج، روغن، گوشت قرمز، ذرت و کنجاله در کنار کاهش صادرات محصولاتی چون پسته بوده است.

وی با اشاره به سهم حدود ۱۳ درصدی صادرات محصولات کشاورزی و غذایی از صادرات غیرنفتی کشور، تصریح کرد: میزان صادرات محصولات کشاورزی و غذایی با ۳.۵ درصد کاهش در ۸ ماهه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل، به ۳ میلیون و ۶۷۱ هزار تن رسیده است که عمدتا در نتیجه کاهش صادرات محصولات خام کشاورزی چون سیب و پسته بوده است؛ در حالی که محصولات صنایع غذایی در این دوره افزایش داشته اند، به طوری که بیش از نیمی از ارزش صادرات محصولات کشاورزی و غذایی کشور به صنایع غذایی تعلق دارد.

زرگران در ادامه گفت: لبنیات با صادرات بیش از ۶۶۴ میلیون دلار و شیرینی و شکلات با صادرات حدود ۴۱۱ میلیون دلار، بیش از ۲۸ درصد از ارزش صادرات محصولات کشاورزی و غذایی در این دوره را به خود اختصاص داده اند.

وی در ادامه عمده اقلام صادراتی کشاورزی و صنایع غذایی در این دوره را برشمرد و خاطرنشان کرد: پسته، شکلات، ماست، پنیر و کشک، خرما، زعفران، رب گوجه فرنگی، محصولات شیرینی و شکلات، بستنی و گوجه فرنگی به ترتیب بیشترین میزان صادرات را در میان محصولات کشاورزی و غذایی داشته اند؛ ضمن اینکه محصول پسته با وجود کاهش چشمگیر در صادرات نسبت به مدت مشابه سال قبل، همچنان در صدر محصولات صادراتی قرار دارد.

رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی تهران خاطرنشان کرد: صادرات این محصول در ۸ ماهه نخست امسال ۶۸ هزار و ۶۷۷ تن به ارزش حدود ۶۲۸ میلیون دلار بوده است؛ در حالی که در مدت مشابه سال قبل، بیش از ۸۸ هزار و ۲۷ تن به ارزش حدود ۷۹۵ میلیون دلار پسته از کشور صادر شده است که به معنای کاهش ۲۲ درصدی به لحاظ وزنی و ۲۰ درصدی به لحاظ ارزشی صادرات این محصول است.

زرگران افزایش صادرات محصولات خرما و زعفران را از نقاط مثبت صادرات این دوره دانست و گفت: صادرات محصول خرما با افزایش وزنی چشمگیر ۲۰ درصدی، از ۱۱۶ هزار و ۲۹۶ تن در هشت ماهه نخست سال ۹۵ به ۱۳۹ هزار و ۴۹۲ تن رسیده؛ ضمن اینکه صادرات محصول زعفران نیز با افزایش ۶ درصدی، از ۸۶ تن در ۸ ماهه نخست سال ۹۵ به ۹۲ تن در ۸ ماهه نخست سال جاری صعود کرده است.

دبیرکل کانون انجمن های صنایع غذایی ایران، سهم واردات محصولات کشاورزی و غذایی از کل واردات در ۸ ماهه نخست امسال را قابل توجه دانست و گفت: در این دوره در مجموع، بیش از ۱۲ میلیون و ۵۷۰ هزار تن انواع محصولات کشاورزی و غذایی به ارزش ۷ میلیارد و ۲۷ میلیون دلار به کشور وارد شده است که سهم ۵۳ درصدی از وزن کل واردات و ۲۲ درصدی از ارزش کل واردات کشور داشته است؛ ضمن اینکه محصولات غذایی برنج، ذرت، سویا، شکر، موز، روغن دانه آفتابگردان، کنجاله، گوشت، جو و روغن پالم با وارداتی در حدود ۱۱ میلیون و ۲۰۰ هزار تنی به ارزش۴ میلیارد و ۸۹۵ میلیون دلار، ۴۸ درصد از وزن کل و بیش از ۱۵ درصد از ارزش کل واردات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص داده اند.

زرگران، رشد واردات این ۱۰ قلم کالایی را به کشور بسیار چمشگیر ارزیابی کرد و گفت: واردات این محصولات در ۸ ماهه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل، به لحاظ وزنی ۲۳ درصد و به لحاظ ارزشی ۳۳ درصد رشد داشته است.

وی در ادامه توضیح داد: واردات ۵ قلم اصلی غذایی در این دوره بیش از ۱ میلیارد دلار نسبت به مدت مشابه سال قبل (سال ۹۶ نسبت به سال ۹۵) افزایش داشته است؛ واردات محصول برنج با ۴۸۵ میلیون دلار (۹۲ درصد) افزایش به ۱ میلیارد و ۶ میلیون دلار، روغن آفتابگردان با ۲۰۸ میلیون دلار (۱۵۰ درصد)افزایش به ۳۴۷میلیون دلار، گوشت قرمز با ۱۴۰ میلیون دلار (۳۶ درصد) افزایش به ۳۹۰ میلیون دلار، شکر تصفیه نشده با ۱۲۹ میلیون دلار (۵۱ درصد) افزایش به ۳۸۰ میلیون دلارو جو با ۱۲۳ میلیون دلار (۷۴ درصد) افزایش به ۲۸۸ میلیون دلار رسیده است.

رشد۳۹ درصدی صادرات صنایع فلزی

مدیرکل دفتر صنایع معدنی فلزی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: پنج میلیون و ۷۸۹ هزار تن محصولات صنایع فلزی در هفت ماه امسال به خارج از کشور صادر شده است که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته ۳۹ درصد افزایش یافته است .

«میکائیل عظیمی» در گفت وگو با ایرنا افزود: ارزش صادراتی تولیدات صنایع فلزی در هفت ماه امسال ۲،۵ میلیارد دلار است که در همسنجی با پارسال (۲،۳ میلیارد دلار)، هشت درصد رشد نشان می دهد.

وی تصریح کرد: دستیابی به ۴،۱ میلیارد دلار صادرات محصولات صنایع فلزی تا پایان امسال برنامه ریزی شده است که آمارها حاکی از جلوتر بودن از برنامه است.

این مقام مسئول خاطرنشان کرد: در این مدت صادرات شمش فلزی سه میلیون و ۵۰۰ هزار تن بوده که در مقایسه با مدت مشابه پارسال، از نظر وزنی ۱۲۰ درصد و از نظر ارزشی ۱۱۶ درصد رشد نشان می دهد.

وی با اشاره به محصولات فولادی، گفت: تا پایان مهر ماه امسال ۱۱ میلیون و ۳۱۵ هزار تن از این محصولات تولید شده که در همسنجی با پارسال (۱۰ میلیون و ۲۸۵ هزار تن) ۱۰ درصد رشد را شاهدیم.

عظیمی اظهار داشت: در انواع شمش فولادی، تا پایان مهر ماه ۱۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تن صادرات انجام شده که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته (۱۰ میلیون تن) ۱۴ درصد رشد داشته است.

وی با اشاره به برنامه ریزی برای راه اندازی طرح های مختلف زنجیره فولاد در دولت، به رشد تولید آهن اسفنجی در این راستا اشاره کرد که تولید ۱۰،۵ میلیون تنی هفت ماه پارسال، با ۱۹ درصد رشد به ۱۲،۵ میلیون تن افزایش یافته است.

مدیرکل دفتر صنایع معدنی فلزی وزارت صنعت، معدن و تجارت با اشاره به واردات محصولات فولادی از جمله مفتول صنعتی، ورق در یخچال و ... خاطرنشان کرد: در هفت ماه امسال، واردات همه انواع محصولات فلزی با کاهش ۳۳ درصدی از نظر وزنی در همسنجی با پارسال مواجه شد؛ یکی از دلایل اصلی تحقق این مهم موظف کردن شرکت فولاد مبارکه به کاهش صادرات و تامین نیاز داخل بوده است.

عظیمی ادامه داد: در این مدت واردات شمش فولادی (از نظر وزنی) کاهش ۸۳ درصدی و صادرات آن رشد ۱۲۰ درصدی را تجربه کرد.

وی بیان داشت: مقصد عمده صادرات شمش و محصولات فولادی به کشورهای عراق، افغانستان، ترکیه، ترکمنستان، قطر، پاکستان و امارت متحده عربی بوده است، همچنین ورق مقاطع تخت نیز به عراق، امارات، بلژیک، افغانستان، اسپانیا، ارمنستان و عمان صادر شده است.

این مقام مسئول اضافه کرد: با توجه به حفظ استاندارد اسلب فولادی در کشور، در هفت ماه امسال توانستیم این محصول را به ایتالیا و برخی کشورهای اروپایی صادر کنیم.

وی همچنین با اشاره به اقدام های انجام شده در راستای حمایت از زنجیره فولاد در کشور و رفع موانع و مشکلات موجود، ابراز امیدواری کرد در افق ۱۴۰۴ به هدف تولید ۵۵ میلیون تن فولاد دست یابیم.

جمهوری اسلامی چهاردهمین فولاد ساز جهان محسوب می شود و پارسال به میزان حدود ۱۸ میلیون تن فولاد خام تولید داشت و با توجه به ظرفیت ۳۰ میلیون تنی کنونی، انتظار می رود امسال بیش از ۲۲ میلیون تن فولاد خام تولید شود.

پارسال میزان صادرات فولاد کشور به رقم رکورد گونه بیش از پنج میلیون و ۵۰۰ هزار تن رسید و پیش بینی می شود امسال به فراتر از ۶ میلیون تن برسد.

اخبار

چگونه بازار عراق را حفظ کنیم؟

معاون توسعه صادرات کالا و خدمات سازمان توسعه تجارت گفت: واقعیت آن است که عراق ممکن است بتواند به تنهایی آبمیوه، لبنیات، سیمان و مواردی از این دست را تولید کند، اما اگر به دنبال حضور بلندمدت در بازار این کشور هستیم باید نیازهای یک دهه آینده آن را تولید کنیم.

محمدرضا مودودی در گفت‌وگو با ایسنا، در پاسخ به سوالی مبنی بر افزایش آمار صادرات به عراق برخلاف گلایه‌های بخش قابل توجهی از صادرکنندگان این کشور اظهار کرد: طبق آمارها در صادرات به عراق افت خاصی مشاهده نمی‌شود، البته ممکن است در برخی اقلام با کاهش مواجه باشیم اما در کل صادرات ما به این کشور رشد داشته است.

وی متذکر شد: در بازار عراق باید دو نکته را مورد توجه قرار دهیم اول آنکه مدتی است مدام این زمزمه تکرار می‌شود که عراق میان ایران و برخی کشورهای عربی از جمله عربستان سعودی تفاوت قائل شده و تعرفه‌های بیشتری برای ما در نظر می‌گیرد. برهمین اساس هیاتی به عراق سفر کرد و مذاکرات متعددی صورت گرفت و در حضور وزیر عراق این موارد مطرح شد اما طرف عراقی مستنداتی آورد که این‌گونه نیست که این کشور برای واردات از ایران محدودیت ایجاد کرده و برای کشورهای دیگر امتیازی قائل شود.

قائم مقام سازمان توسعه تجارت اظهار کرد: مساله عراق آن است که پس از یک دوره بحران سیاسی شرایطی برای تحریک سرمایه گذاری ایجاد کند، این رویکرد نیز رویکردی منطقی است و حتی کشور ما هم همواره تاکید داشته که نباید وابستگی به خارج از کشور وجود داشته باشد.

وی ادامه داد: اگر بخواهیم منطقی در نظر بگیریم شاید در این سال‌ها ترکیه باشد که بازار عراق را از دست داده است چرا که در پنج سال گذشته حجم صادرات ترکیه به عراق از ۱۲ میلیارد به شش میلیارد دلار رسیده است، در حالی که ما حجم صادرات خود را حفظ کرده‌ایم.

مودودی گفت: مساله دیگر آن است که بخش خصوصی ما حضور مستقیم در عراق ندارد و در بسیاری موارد تجار عراقی راهی ایران شده و محصول مورد نظر خود را تهیه می‌کنند. برهمین اساس در موارد متعدد ممکن است تجار برای منفعت شخصی کیفیت را تحلیل برده و باعث تخریب نام برندهای ایرانی شوند.

وی ادامه داد: از سوی دیگر صادرکنندگان ما در برخی حوزه‌ها با کاهش قیمت و رقابت‌های منفی شرایطی را ایجاد می‌کند که کل بازار تحت تاثیر قرار گیرد به عنوان مثال در صادرات سیمان ما دیدیم که آنقدر قیمت را پایین آوردند که در نهایت رقابت شکننده شده و خود عراق به این بحث ورود کرد و گفت اینگونه قیمت‌گذاری حتی واحدهای داخلی ما را با آسیب‌هایی مواجه کرده و باید این روند اصلاح شود.قائم مقام سازمان توسعه تجارت با تاکید بر این که عراق مهم‌ترین بازار صادراتی ایران به لحاظ تنوع محسوب می‌شود، گفت: اما گاه شاهدیم که صادرکنندگان گلایه‌هایی را مطرح می‌کنند که پس از پیگیری موضوع دیگری مشخص می‌شود. به عنوان مثال به ما می‌گویند که ۱۳۰ مورد درخواست برای ثبت دارو در عراق داشته‌ایم که با آنها موافقت نشده است اما ما بعد که پیگیری می‌کنیم اسناد و مدارک گویای آن است که تنها ۳۰ مورد درخواست به ثبت رسیده است.

مودودی اظهار کرد: از سوی دیگر هنوز در بخش صادراتی ما اولویت اول و اصلی صادرکردن کالا نیست، چرا که بازار داخلی ما به شدت جذاب است. ما نوزدهمین بازار بزرگ دنیا هستیم که سالانه ۴۰ میلیارد دلار واردات رسمی و حدود ۱۰ تا ۱۲ میلیارد دلار هم واردات غیررسمی داریم بنابراین بازار ایران برای تولید کنندگان آنقدر جذاب است که در ابتدا نگاه تولید کنندگان به این بازار محدود می‌شود که در نهایت مابقی تولید صرف صادرات شود، اما چنین رویکردی اثربخش نخواهد بود بلکه لازم است ما با رویکرد صادرات محور تولید را مورد توجه قرار دهیم تا در قالب چنین تولیدی نیازهای داخلی نیز تامین شود.

قائم‌مقام سازمان توسعه تجارت در ادامه در پاسخ به این سوال که آیا می‌توان گفت بازار عراق در حال از دست رفتن است، توضیح داد: اگر رویکرد ما رویکردی باشد که در دهه‌های گذشته پیش گرفته‌ایم چنین اتفاقی رخ خواهد داد و ما باید نگران باشیم، اما اگر صادرات کشورهایی مانند کره جنوبی را در نظر بگیرید یا حتی کشورهای اروپایی به این نتیجه خواهید رسید که سبد صادراتی این کشورها در طول سال‌های گذشته تغییر کرده است.

معاون سازمان توسعه تجارت ادامه داد: زمانی اروپا لبنیات، اب معدنی، دستمال کاغذی و مواد شوینده و آرایشی می‌فروخت اما امروز این موارد را به ما صادر نمی‌کند. حال آیا اقتصاد اروپا نابود شده است؟

نارضایتی کشاورزان از عرضه جو در بورس کالا

رئیس بنیاد توانمندسازی گندمکاران، با بیان اینکه دولت هنوز مابه التفاوت قیمت جو عرضه شده در بورس کالا را به کشاورزان پرداخت نکرده است، گفت:عرضه گندم در بورس کالا نیازمند برنامه‌ریزی دقیق است.

علیقلی ایمانی در گفتگو با مهر با بیان اینکه دولت هنوز مابه التفاوت قیمت محصول جو را که در بورس کالا به فروش رفته، به کشاورزان پرداخت نکرده است، در پاسخ به این سوال که بدهی دولت به تولیدکنندگان چقدر است، اظهار داشت: به طور دقیق نمی دانم؛ قیمت خرید تضمینی محصول ۱۰۵۰ تومان بوده؛ در حالیکه در بورس، این کالا بین ۸۰۰ تا ۹۰۰ تومان به فروش رفته، مانده این عدد مابه التفاوتی است که دولت باید بپردازد که متاسفانه هنوز پرداخت نشده است. وی اضافه کرد: ما در حال پیگیری این مساله هستیم، مکاتباتی با ریاست جمهوری و کمیسیون کشاورزی داشتیم، اما هنوز اتفاق خاصی رخ نداده است و همچنان منتظر هستیم.

رئیس بنیاد توانمندسازی گندمکاران کشور در بخش دیگری از سخنان خود درباره عرضه گندم در بورس کالا نیز اظهارداشت: ما نباید کاری انجام دهیم که کشاورزان را از چاله دربیاوریم و در چاه بندازیم؛ قبل از این تغییری در خرید یک محصول ایجاد کنیم باید تمام زوایای کار در نظر بگیریم که به دغدغه های کشاورزان اضافه نکنیم.

ایمانی اضافه کرد: این کار بسیار سختی است، چرا که هر کشاورز توان این را ندارد گندم خود را در بورس عرضه کند، کسی که یک یا دو تن گندم دارد، چگونه می تواند آن را در بورس عرضه کند؟ برخی کشاورزان انباری ندارند که محصول خود را نگهداری کنند؛ پس لازم است دولت مکانیزمی را طراحی کند که دغدغه های کشاورزان کاهش یابد تا مجبور نشوند به دلالان و کارخانجات آرد، متوسل شوند.

وی تصریح کرد:اگر این کار درست اتفاق بیفتد، دو مزیت بسیار بزرگ دارد؛ نخست آنکه وقتی گندم در بورس به فروش می رسد، مبلغ حاصل از فروش آن در بورس کالا سریعا به حساب تولیدکنندگان واریز می شود؛ همچنین بار مالی دولت در بحث خرید تضمینی گندم کم می شود و این امکان را به دولت می دهد که بتواند مابه التفاوت مربوط به فروش گندم در بورس را، در اسرع وقت به حساب کشاورزان واریز کند.

ایمانی افزود: اما اینکه ما چگونه این گندم را جمع آوری کنیم، چگونه آن را در بورس عرضه کنیم، خریدار چگونه و چه زمانی آن را خریداری کند و پول آن را به چه صورت پرداخت کند؛ پروسه طویلی دارد که باید تمام زوایای آن به دقت مورد توجه قرار گیرد.

وی با بیان اینکه هم اکنون ما در بحث خرید تضمینی محصولات کشاورزی، تنها یک دغدغه و نگرانی داریم و آن هم عدم پرداخت به موقع بهای محصولات است، گفت: ممکن است در آینده، با تغییر مکانیزم خرید، به این نگرانی ها افزوده شود؛ بنابراین باید این مکانیزم به دقت طراحی و اجرا شود تا مشکلی برای کشاورزان ایجاد نکند.