دنیای اقتصاد

روزنامه صبح ایران

ضمیمه استان‌های خراسان

۲۷۶

یکشنبه/۲۰مردادماه ۱۳۹۸/۹ذی‌الحجه ۱۴۴۰

۱۱ آگوست ۲۰۱۹/سال هفدهم/شماره ۴۶۷۸/۸ صفحه / ضمیمه رایگان

در صفحه ۷ بخوانید

درخواست فعالان اقتصادی خراسان رضوی در نشست با اعضای کمیسیون صنایع و معادن مجلس

به‌جای تصویب قانون قوانین زائد را حذف کنید

فروش و خدمات ویژه

نوین زعفران

کیفیت و رتبه جهانی

تلفن مشهد: ۳۲۲۲۰۱۱۰-۰۵۱ و دفتر خدمات مشتریان تهران: ۲۲۰۱۱۷۰۰-۰۲۱

SAFFRON@NOVINSAFFRON.COM NOVINSAFFRONCO ۰۹۱۲۳۳۱۱۷۰۰

یادداشت

همایش برندینگ تجربه‌ای موفق در توانمندسازی واحدهای تولیدی

محمدعلی چمنیان*

همایش برندینگ به چند دلیل توانسته همایشی اثرگذار باشد؛ نخست اینکه توانسته همانند مفهوم برند، پیوستگی خود را حفظ کند و به صورت متداوم، سال به سال با کیفیت بهتری برگزار شود و هر سال حرف تازه‌ای برای گفتن داشته باشد. در حقیقت تداوم این مسیر نشان می‌دهد امروز که این همایش به گام هفتم رسیده، اثر خود را بر اقتصاد و فعالان اقتصادی خراسان رضوی گذارده است.

بازخورد این همایش در جامعه اقتصادی خراسان رضوی دیده می‌شود؛ همایش برندینگ پس از ۷ سال همچنان ادامه دارد و اصلا از نظر هزینه ثبت نام و شرکت در آن، برنامه ارزانی به شمار نمی‌آید؛ با این حال همچنان استقبال از آن ادامه دارد. این، یعنی همایش برندینگ توانسته جای خود را بین فعالان اقتصادی باز کند و اثرگذاری لازم را داشته باشد. مخاطبان هم به اثربخشی آن پی برده‌اند. مورد دیگر دعوت از سخنرانان نامی و دانشمندان علم برند است که همایش برندینگ توانسته کار تیمی متمرکزی در این خصوص انجام دهد؛ این یک کار ارزشمند است چون هیچ‌گاه برپاکنندگان همایش برندینگ به دنبال آن نبوده‌اند که از کیفیت آن بکاهند.

همچنین در حوزه ارزیابی واحدهای اقتصادی شرکت‌کننده در همایش و انتخاب برندهای برتر، یک سیستم توانمندسازی مشاهده می‌شود. در حقیقت در این چند سال شاخص‌هایی که برای شرکت‌ها در ارزیابی برندهای‌شان تعریف شده، به راهنمایی و ارائه راهکار به آنان نیز کمک کرده تا واحدهای اقتصادی آن دسته از شاخص‌هایی که به بهبود برندشان منجر می‌شود را شناسایی کنند. در واقع بر اثر حضور در این همایش، فعالان اقتصادی دریافته‌اند فرایندهای درون‌سازمانی خود را چگونه مدیریت کنند که یک سیستم برندینگ خوب را برای مجموعه خود پیاده‌سازی کنند و این مساله به بررسی ریشه‌ای فرایندها در شرکت‌های تجاری بازمی‌گردد. برگزاری همایش برندینگ به بلوغ واحدهای اقتصادی در این مسیر کمک کرده و پس از ۷ سال برگزاری، بسیاری از مجموعه‌های اقتصادی اذعان دارند که مفهوم برند را از طریق این همایش فراگرفته‌اند. نمونه این ماجرا در واحد ما اتفاق افتاد که ۱۲ شرکت زیرمجموعه ما خواهان حضور در این همایش بودند چون می‌دانند که این همایش اثرگذار است.

ادامه در همین صفحه

«دنیای اقتصاد» از جزئیات برگزاری همایش نشان تجاری در مشهد گزارش می‌دهد

برندینگ در گام هفتم

دنیای اقتصاد - «برند» واژه‌ای جدید در اقتصاد کشور است. با بررسی سابقه اقتصاد کشور از ابتدای انقلاب تاکنون، می بینیم فراز و نشیب‌های زیادی بر آن گذشته است. اقتصاد کشور پس از انقلاب تحت تاثیر شرایط جنگ و تحریم‌ها قرار گرفت؛ سپس درگیر بازسازی‌های بعد از جنگ شد. کم‌کم صحبت از بخش خصوصی و خصوصی‌سازی به میان آمد و امروز برند و برندینگ نقل محافل اقتصادی شده است. برند همان چیزی است که اقتصاد پراکنده را تبدیل به یک دسته واحد می کند و برای صادرات کشور بسیار مفید است. از همین رو، انجمن مدیران صنایع خراسان تصمیم به برگزاری همایشی با عنوان «برندینگ» یا «نشان تجاری» گرفت که تا امسال ۷ دوره آن طی شده است؛ برخلاف بسیاری از همایش‌ها، به عقیده بسیاری از شرکت‌کنندگان همایش برندینگ، این برنامه از غنای خوبی برخوردار بوده و توانسته به واحدهای تولیدی کمک زیادی کند. به گفته بسیاری از واحدهای تولیدی شرکت‌کننده در این همایش، تجربیاتی که از حضور در این برنامه به دست آورده‌اند، موجب شده در توسعه صادرات و بهبود وضعیت فروش محصولات خود در داخل کشور موفق عمل کنند. فعالان اقتصادی استقبال خوبی از این همایش داشته‌اند و آن را برای خود مفید می‌دانند و به گفته امیرمهدی مرادی، دبیر انجمن مدیران صنایع خراسان، در هفتمین دوره این همایش ۸۰ واحد تولیدی مشارکت کردند. براساس دیدگاه کارشناسان یکی از رموز ماندگاری این همایش مشی عملی و روش پراگماتیستی آن است...

صفحه ۳

در سفر معاون اول رئیس جمهور به مشهد چه گذشت؟

روایت تیزهوشی مشهدی‌ها از زبان جهانگیری

صفحه ۸

عکس: محسن اسماعیل‌زاده/دنیای اقتصاد

مسئولان و مدیران شهری و استانی خراسان رضوی از تاثیر خبر در توسعه اقتصاد گفتند

ضرورت رابطه دوسویه خبرنگاران با مسئولان

صفحه ۲

در یکی از برنامه‌های هفتمین همایش برندینگ مطرح شد

فاصله مشهد تا یک شهر برند

صفحه ۴و۵

رئیس اتحادیه صادرکنندگان خراسان رضوی:

ماندن صفرها نفعی برای پول ملی ندارد

صفحه ۲

رئیس کمیسیون خدمات فنی و مهندسی اتاق بازرگانی مشهد مطرح کرد

راهکارهایی برای بهبود صادرات خدمات فنی و مهندسی

صفحه ۲

بورس بین‌المللی زعفران راه‌اندازی می‌شود

صفحه ۸

همایش برندینگ تجربه‌ای موفق در توانمندسازی واحدهای تولیدی

ادامه یادداشت

اتاق بازرگانی هم همانند سازمان صنعت، معدن و تجارت متولی این حوزه نیست اما با داشتن تشکل‌های مرتبط در زیرمجموعه خود و لزوم ساماندهی آن براساس قانون بهبود محیط کسب و کار و همچنین بهره‌برداری تخصصی از آن در جهت وظایف خود، می‌تواند در این زمینه همکاری لازم را داشته باشد. به هر حال بار این مسئولیت‌ها به صورت عمومی بر عهده اتاق بازرگانی است و اتاق هم با ظرفیت‌های خود این کار را پیش خواهد برد.

در اتاق بازرگانی هم نظر بر این است که با توجه به اینکه انجمن مدیران صنایع خراسان رضوی به مدت ۷ سال برگزاری این همایش را ادامه داده و در این حوزه کار کرده، این کار را ادامه دهد چون این تشکل کارنامه موفقی در این حوزه داشته است.

*** عضو هیات رئیسه انجمن مدیران صنایع خراسان**

وقتی سیل آمد دانشگاه‌ها کجا بودند؟

سیدحسین ثنایی‌نژاد

عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد

ساعت ۱۲ شب در مهمانسرای دانشگاه اهواز نشسته ایم در جلسه ای با حضور سه نفر از اعضای هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد و دو نفر از اعضای هیات علمی دانشگاه شهید چمران اهواز. موضوع بحث استفاده از تصاویر ماهواره ای و سیستم های اطلاعات جغرافیایی است که قرار است با کمک آنها راه فرعی دیگری برای تخلیه سد کرخه به سمت دشت عباس پیدا شود. فردای آن روز جلسه ای در دانشگاه اهواز تشکیل می شود با حضور بیش از ۲۰ نفر از همکاران دانشگاهی برای بررسی راه های کمک تخصصی دانشگاه به کاهش بحران سیل در خوزستان. البته مطلع می شوم که قبلا با استقرار ۸۵ نفر مددکار مشاوره ای و امداد اجتماعی در اردوگاه سیل زدگان عملا کار تخصصی همکارانم آغاز شده است. متعاقب این جلسه جلسات رسمی دیگری در آب و برق خوزستان و مدیریت بحران استانداری هم تشکیل می شود. چند روز بعد جلسه مشابهی در دانشگاه گرگان برگزار می شود، با حضور یک هیات هفت نفره از دانشگاه فردوسی مشهد و سپس در دانشگاه ساری. بازدیدهای تخصصی از مناطق سیل زده اطلاعات ارزشمندی را در اختیار گروه دانشگاهی قرار می دهد. حضور مستقیم اعضای هیات علمی دانشگاه ها در مناطق سیل زده فوق العاده ثمر بخش به نظر می رسید. آنقدر که گاهی در همان منطقه سیلزده، آسیب شناسی صورت می گرفت و بلافاصله به آسیب دیدگان از سیل و در موارد اندکی نیز به مدیران اجرایی دستورالعمل هایی داده می شدند و بسیار هم کارساز بودند. مثلا سه نفر از اعضای هیات اعزامی دانشگاه فردوسی مشهد که متخصص گیاه پزشکی، زراعت و علوم دام بودند، پس از معاینه آسیب هایی که به یک مزرعه سورگوم در اطراف ساری وارد شده بود؛ در کنار همان مزرعه رسوب گرفته، جلسه صحرایی تشکیل دادند و سپس در همانجا دستورالعمل اجرایی به زارع ارائه کردند که می‌توانست بیش از ۸۰ درصد از خسارتش جلو گیری کند. زارع نیز با خوشحالی از آن استقبال کرد. تمام دانشگاه های مناطق سیل زده به تدریج و به صورت خودجوش، هم در زمینه امداد و هم در زمینه های تخصصی مدیریت بحران و کنترل سیلاب وارد کار شدند. در برخی دانشگاه‌ها مانند دانشگاه فردوسی مشهد ستادی به همین منظور تشکیل شد و انجام کارهای تخصصی در زمینه مدیریت سیلاب در دستور کار رسمی قرار گرفت. اگرچه در آغاز بحران همه این کارها به صورت غیر سیستمی و با ابتکار شخصی اعضای هیات علمی دانشگاه ها انجام شدند، ولی با صدور حکم رئیس جمهور برای رئیس دانشگاه تهران با ماموریت تهیه گزارش ملی سیل، این کارها جنبه رسمی به خود گرفتند. با این‌حال شایسته است جایگاه دانشگاه در چنین حوادثی بسیار پررنگ تر و مشخص تر باشد. در واقع دانشگاه ها باید با درک دقیق حادثه خیز بودن کل پهنه کشور ایران، شالوده طرح های پژوهشی و آموزشی خود را متناسب با آن اصلاح کنند. این کار باید به گونه ای انجام شود که تمام مراحل مدیریت بحران حوادث، از جمله سیل مبتنی بر اصول علمی و تکنولوژیکی برای تمام پهنه سرزمینی کشور شناخته و طراحی شده باشند. دانشگاه باید مرجعیت علمی و تخصصی خود را در چنین حوادثی برای تمام مردم و مسئولان اثبات کند تا آنها قبل و هنگام حادثه و پس از آن، بی درنگ به سراغ دانشگاه بیایند و بی دغدغه و بی سردرگمی راه حل علمی از آنها دریافت کرده و با اطمینان کامل و بلافاصله آنها را بکار بندند. مسلما یکی از مهمترین وظایف دانشگاه‌ها تهیه و تکمیل مدل های پیش بینی حوادثی مثل سیلاب است. دولت باید با اعتماد به دانشگاه ها امکانات لازم را برای چنین کاری فراهم سازد. مطالعه و پژوهش در زمینه کاهش مخاطرات طبیعی مانند سیل، مشخصا یک امر بومی است و قطعا باید به وسیله متخصصان محلی صورت پذیرد. نمی‌توان تحقیق در باره سیل خیزی یک حوضه آبریز در اطراف مشهد را به متخصصی در آن سوی آبها سپرد. حل این مسائل نیازمند تجربه عینی متخصص از منطقه مورد مطالعه است و دقیقا به همین دلیل است که دانشگاه ها در مدیریت سیلاب و دیگر حوادث طبیعی مسئولیت مضاعف دارند.

نماینده پیشین مجلس:

«حسینی» بهترین گزینه برای سکان‌داری وزارت آموزش و پرورش است

یک نماینده اسبق مجلس شورای اسلامی گفت: به رغم اینکه وزارت آموزش و پرورش از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است اما متاسفانه برخی افراد این اهمیت را به درستی درک نمی‌کنند.

به گزارش ایسنا، محمدرضا خباز در پاسخ به این سوال که آیا احتمال دارد با وجود مطالبات موجود برای معرفی وزیر زن، وزیر پیشنهادی این وزارت زن باشد گفت: وزیر پیشنهادی نهایی می‌تواند زن باشد البته بستگی به تصمیم رییس‌جمهور دارد و اینکه ایشان کسی را تا زمان مقرر برای معرفی در این رابطه درنظر دارد یا خیر.

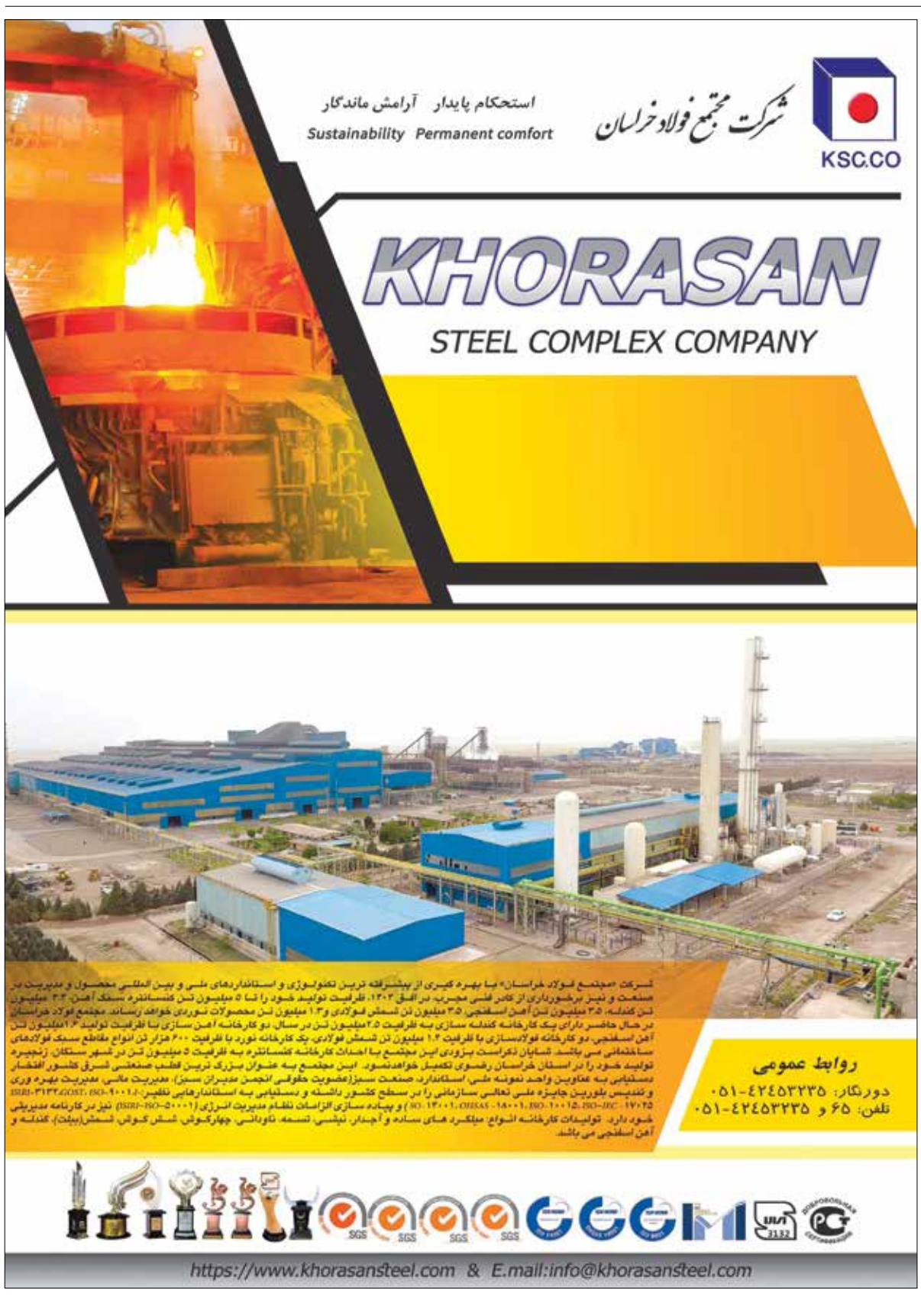
وی با تاکید براینکه به هر میزان برای آموزش و پرورش سرمایه‌گذاری و تلاش شود بازهم کم است، عنوان کرد: با توجه به اینکه نزدیک مهرماه هستیم و نیاز است هرچه سریعتر وزیر آموزش و پرورش معرفی شود.

نماینده ادوار گذشته مجلس شورای اسلامی بیان کرد: از سویی چون زمان تنظیم بودجه کشور است وزیر آموزش و پرورش خواهد توانست از حقوق فرهنگیان، آموزش و پرورش و در نهایت تعلیم و تربیت کشور به خوبی دفاع کند.

وی اظهار کرد: معرفی هر چه سریعتر وزیر آموزش و پرورش خدمت به کشور، نظام و بیش از ۱۵ میلیون دانش‌آموز و یک میلیون فرهنگیان کشور است.

خباز در ادامه به شخصیت سید جواد حسینی سرپرست فعلی وزارت آموزش و پرورش اشاره کرد و گفت: با توجه به اینکه وی تمام مدارج آموزش و پرورش را به صورت شایسته‌سالاری پیموده و از سویی در بزرگترین استان کشور بعد از تهران، مسئولیت آموزش و پرورش را برعهده داشته و در آن زمان یکی از بهترین مدیران کل بوده و همچنین پست‌های سیاسی مختلفی برعهده داشته بهترین گزینه برای وزیر آموزش و پرورش است.

وی افزود: به دلیل اینکه برخی از اهمیت آموزش و پرورش درک درستی ندارند به همین خاطر کم‌توجهی می‌کنند در صورتی که تمامی کشورهای پیشرفته دنیا برای داشتن افرادی متعهد از آموزش و پرورش شروع کرده‌اند.



مسئولان و مدیران شهری و استانی خراسان رضوی از تاثیر خبر در توسعه اقتصاد گفتند

ضرورت رابطه دوسویه خبرنگاران با مسئولان

عکس: علیرضا معصومی/دنیای اقتصاد

افسانه آشفته
■ خبرنگار

دنیای اقتصاد- هر سال در هفدهمین روز از مرداد ماه مسئولان و دولتمردان برای قدردانی و تشکر از زحمات خبرنگارانی که شب و روز، بی وقفه به دنبال راهگشایی مشکلات موجود در جامعه هستند، به دیدار آن‌ها می آیند و دفتر روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها در هیاهوی رفت و آمد و گفت و شنود هاست. در دفتر روزنامه هم این شور و هیجان روز خبرنگار موج می‌زد. بخشی از گفت و گوهای دیدارهای روز خبرنگار در دفتر دنیای اقتصاد را در ادامه می‌خوانید:

محمدرضا حیدری، رئیس شورای شهر مشهد ضمن تبریک و آرزوی موفقیت روزنامه، می گوید «در کنار شما خواهیم بود. مسائلی که در روزنامه «دنیای اقتصاد» به آن پرداخته می‌شود، یکی از خلاقیت‌هایی است که هر روزنامه و رسانه‌ای به آن نمی‌پردازد. این شهر برای حوزه گردشگری و تفریحی و سرمایه‌گذاری باید چه مسیری را برود؟ بحث و اختلاف بر سر روش‌هاست که چگونه به این اهداف دست پیدا کنیم؛ روی این روش‌ها می‌توان کار کرد و جامعه هم به نوعی از آن استقبال می‌کند».

وی ادامه می‌دهد «رابطه اصحاب رسانه با مسئولان رابطه‌ای دوسویه است. بحثی که با برخی داریم، این است که باید صحت موضوعات بررسی و پرس‌وجو شود. اگر به این رسیدید که این اتفاق افتاده، نقد کنید و این خیلی بهتر است که شما نقد کنید، به جای اینکه رقیب ما را نقد کند اما اگر اصل و مبنای آن اشتباه بود، آن نقد نیز درست نیست. پس این رابطه دوسویه است. بحث‌هایی که حاشیه‌ساز و مساله‌ساز می‌شود، از ما بپرسید تا ما کنترل کنیم».

● روزنامه «دنیای اقتصاد» یک مرجع است

حسین اسماعیلیان، مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب خراسان رضوی و مشهد، از همراهی روزنامه دنیای اقتصاد قدردانی کرده و می گوید «با روزنامه دنیای اقتصاد از قدیم آشنا بودم؛ روزنامه تخصصی خاصی است که مخاطبان خاص خود را دارد و به عقیده من، مخاطبان از آن به عنوان یک مرجع در موضوعات اقتصادی استفاده کرده و با دیدگاهی ویژه به آن نگاه می کنند. گزارش‌های روزنامه در حوزه آب به خوبی به مسائل پرداخته و از هم‌یاری این مجموعه با شرکت آب و فاضلاب قدردانی می کنم. امیدواریم موفق‌تر از دیروز باشید».

وی در ادامه به اقدامات شرکت آب و فاضلاب استان اشاره کرده و از همراهی نهادهای گوناگون با وجود تمام موانع که منجر به بهبود وضعیت شبکه تامین آب و فاضلاب شده عنوان می کند «اقداماتی خوبی صورت گرفته و طی ۲ سال گذشته احداث شبکه فاضلاب استان رشد قابل توجهی داشت. تاکنون ۷۳ درصد شبکه جمع‌آوری فاضلاب مشهد راه‌اندازی شده اما تنها ۲۲ درصد تصفیه‌خانه‌های فاضلاب که بسیار پرهزینه است، تکمیل شده و مهم‌ترین مشکل آن کمبود اعتبارات دولتی و منابع مالی است».

در کنار شما خواهیم بود؛ مسائلی که در روزنامه «دنیای اقتصاد» به آن پرداخته می‌شود، یکی از خلاقیت‌هایی است که هر روزنامه و رسانه‌ای به آن نمی‌پردازد

اسماعیلیان اظهار می کند «بعد از مدت‌ها اختلاف، به توافقات خوبی در استان در حوزه سرمایه‌گذاری رسیدیم؛ یعنی در نهایت به یک تفاهم مشترک با شرکت آب منطقه‌ای رسیدیم و یک مدل مالی برای تکمیل طرح تصفیه‌خانه فاضلاب مشهد و پروژه‌های تامین آب شهر برای جذب سرمایه‌گذار تعریف کردیم».

● صدور فراخوان ۱۰۰۰ میلیارد تومانی برای جذب سرمایه‌گذار در طرح‌های انتقال آب استان

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب خراسان رضوی و مشهد از فراخوان ۱۰۰۰ میلیارد تومانی برای جذب سرمایه‌گذار خبر داده و در این‌باره می گوید «در این مدل سرمایه‌گذاری علاوه بر آورده‌های دولت، سهمی برای آورده‌های مردمی و بخش خصوصی در نظر گرفته شده و زمینه‌سازی برای ورود بخش خصوصی به مساله تامین آب مشهد مدنظر قرار گرفته است. در آینده بسیار نزدیک فراخوان ۱۰۰۰ میلیارد تومانی پروژه‌های سرمایه‌گذاری برای تکمیل شبکه فاضلاب و تامین آب مشهد صادر خواهد شد».

اسماعیلیان افزود: «خروجی این مدل مشترک مورد تایید وزارت نیرو و شرکت آب و فاضلاب قرار گرفته است. توجیه اقتصادی نیز کاملا ایجاد شده که در نهایت موجب یک تحول چشم‌گیر در بخش فاضلاب و تامین آب خواهد شد. همچنین در کنار ایجاد منابع آبی، ظرفیت‌هایی برای اشتغال و اقتصاد فراهم می‌شود.

طی یکی دو سال گذشته چالش‌های مالی دولت جدی بوده و به علت کمبود منابع مالی، ممکن است بسیاری از پروژه‌ها متوقف شده باشد اما خوشبختانه در مجموع پروژه‌های شرکت آب و فاضلاب مشهد نه تنها متوقف نشده بلکه با شدت بیشتری درحال انجام است و بزرگترین شبکه توزیع آب مشهد با قطر ۱۶۰۰ میلی‌متر با جنس چدن در مشهد آغاز کردیم و در چند نقطه از شهر پروژه‌های مهم جمع آوری خطوط چاه‌ها را اجرا می کنیم».

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب خراسان رضوی اضافه کرد «لذا شدت پروژه‌های ما به گونه‌ای است که ۵۰۰ میلیارد تومان تعهدات باقی مانده از پروژه‌های دست اجراست؛ چندین مخزن ۱۲۰ هزاری در دست احداث داریم تا بتوانیم تا پایان سال به بهره‌برداری برسانیم و در حوزه فاضلاب علی‌رغم رشد ۲ تا ۳ برابری قیمت‌ها، در سال ۹۷ و سال جاری عملکرد خوبی داشتیم؛ ۲۰۰ کیلومتر شبکه فاضلاب در سال ۹۷ اجرا شده و امسال نیز به تعهدات خود عمل کرده و ۲۰۰ کیلومتر شبکه فاضلاب، به ویژه در حاشیه شهر را اجرایی خواهیم کرد اما تعرفه ما تغییر چشم‌گیری نکرده و امسال تنها ۷ درصد افزایش پیدا کرده و برای کسانی که بیشتر از الگوی مصرف استفاده می کنند، تعرفه ۱۶ درصدی در نظر گرفته‌ایم».

● هماهنگی مطلوب شهرداری و شورای شهر

به گفته وی، سرانه مصرف آب خانگی شرب مشهد نسبت به کل کشور و کلان‌شهرها پایین‌تر است و به طور عمومی، مردم شهر مشهد و استان کم‌مصرف‌تر هستند نسبت به سایر شهرها. اگر پرت آب را نظر نگیریم، مصرف آب به ازای هر نفر ۱۲۰ لیتر در روز است. البته سرانه مصرف آب در روز بین ۷۰ تا ۱۴۰ لیتر است اما با توجه به اقلیم استان، باید این میزان مصرف آب را به ۷۰ لیتر رساند. به لحاظ هدررفت آب در سطح جهانی، به لحاظ نرم جهانی بالاست؛ از منظر فیزیکی آبی که از شبکه خارج می‌شود، ۸ درصد و ۱۹ درصد آب بدون درآمد است. این درصد نسبت به نرم جهانی بالاست اما در مقایسه در داخل کشور، وضعیت خوبی نسبت به سایر شهرهاست.

با روزنامه دنیای اقتصاد از قدیم آشنا بودم؛ روزنامه تخصصی خاصی است که مخاطبان خاص خود را دارد و به عقیده من، مخاطبان از آن به عنوان یک مرجع در موضوعات اقتصادی استفاده کرده و با دیدگاهی ویژه به آن نگاه می کنند

اسماعیلیان معتقد است که اثر هماهنگی و هم‌جهتی‌ها به مراتب بالاتر از اعتبارات است. او می گوید «گاهی اعتبارات وجود دارد اما نبود هماهنگی‌های لازم منجر به این می‌شود که نتوانیم این اعتبارات را به خوبی هزینه کنیم. این هماهنگی در مشهد ما به خوبی دیده می‌شود و در حوزه کاری خود، هیچگونه ناهماهنگی تاکنون ندیده و هیچ مشکلی با شهرداری ندارد زیرا نگاه کلی که در مجموعه شهرداری وجود دارد یک نگاه کاملا هماهنگ با سیاست‌های شرکت است».

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب خراسان رضوی ادامه می‌دهد «شورای شهر نیز به همین صورت است؛ شورای شهر در مساله بازچرخانی آب‌های خاکستری خیلی جلوتر از ما عمل کرد و مصوبه‌ای را در این راستا مصوب کرد که منجر به تفاهم‌نامه‌ای با سازمان نظام مهندسی و شرکت آب منطقه‌ای شد. علت اینکه امور شرکت آب و فاضلاب همچنان با توجه به شرایط همچنان ادامه دارد، هماهنگی‌های موجود میان نهادهاست».

● افزایش ۱۵ درصدی بهره‌وری آب تا افق ۱۴۰۴

علیرضا صحرایی، مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری خراسان رضوی، ضمن تبریک روز خبرنگار و قدردانی از زحمات روزنامه دنیای اقتصاد در خصوص موضوعات منابع طبیعی، به اقدامات این سازمان اشاره کرده و می گوید «دو چالش کنونی مهم در حوزه منابع طبیعی ریزگرد و آب است.

در ماده ۲۷ افزایش بهره‌وری، دولت مکلف شده در کنار صرفه‌جویی مصرف آب، میزان آب استحصال شده را افزایش دهد که این میزان تا افق ۱۴۰۴ حدود ۱۵ درصد است؛ ۷/۵ درصد از آن، طریق طرح‌های آبخیزداری و ۷/۵ درصد دیگر از طریق جمع‌آوری آب‌های سطحی است. ۲ سال است که دولت توجه ویژه‌ای به این بخش کرده و همچنین مقام معظم رهبری تاکید کردند که اعتبارات خوبی به این قسمت اختصاص یابد».

وی ادامه می‌دهد «اعتبارات اختصاص یافته سال ۹۷ و ۹۸ از سوی صندوق توسعه برابری با اعتبارات ۲۵ سال گذشته است؛ یکی از چالش‌های مهم این است که بارش‌ها از فصل سرد به گرم انتقال یافته و شدت بارش‌های فصل گرم افزایش پیدا کرده و بر اساس تحقیقات قبلی، سیل‌هایی که اتفاق افتاد دلیلش افزایش شدت بارش‌هاست یعنی میزان بارش در واحد زمانی زیاد شده است. هدف اصلی ما در منابع طبیعی حذف خاک است اما در زمان اجرایی شدن، استحصار آب و افزایش قابل استحصال را به همراه دارد».

به گفته صحرایی، ۱۱۳ پروژه در سال ۹۷ اجرا شده اما این تغییر اقلیم، روند الگوهای جمعیتی را بر هم می‌زند؛ یعنی در مناطق و روستاهایی در کوه پایه استان که منابع آبی آن‌ها به برف وابسته بودند، با تغییر اقلیم آب از حوزه آن‌ها به صورت سیلاب خارج می‌شود که باعث کوچ شده است. در نتیجه اکثر طرح‌ها را به سمت خود متقاضیان برده و سال گذشته حدود ۵۲۰ رشته قنات را در پایی دست احیا شده و با سیل درخواست‌ها برای اجرای این طرح در مناطق آن‌ها مواجه شده است. البته حجم اعتبارات نسبت به گذشته ۲ برابر شده است. در حال حاضر یک توافق‌نامه چهارجانبه با استانداری و شرکت آب منطقه‌ای و ستاد اقتصاد مقاومتی(آقای لبافی) در حال امضا شدن است تا علاوه بر اعتبارات دولتی، بخش خصوصی نیز به این امور در قالب قرارداد BOT ورود پیدا کند».

مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری خراسان رضوی عنوان می‌کند «۴۰ تا ۵۰ نقطه در درگز و کلات است که به صورت زیردشتی از مرز خارج می‌شود. برای مهار این آب‌ها اولین پروژه را در یکی از روستاهای مرزی در کلات آغاز کردیم. شرایط این روستا در گذشته به گونه‌ای بود که آب شرب آن با تانکر تامین می‌شد و قناتش کاملا خشک شده بود. یک سد زیرزمینی در این منطقه احداث شد و با اینکه بهره‌برداری از آن کامل نشده ۲۰ لیتر در ثانیه آب از آن خارج می‌شود».

● قلم خبرنگار اقتصادی به اقتصاد کشور کمک می‌کند

علی شیرازی، شهردار منطقه ۸ مشهد، نیز با حضور در دفتر تحریریه «دنیای اقتصاد» روز خبرنگار را تبریک می‌گوید و عنوان می‌کند «انشالله روزتان مبارک و قلم‌تان پایدار باشد.

به عقیده من، شما کهنه کار هستید و می‌توانید همه را با اقتصاد آشنا کنید. احساس بیکاری بدترین حس است که جوان ما دارد

شما همیشه با مقالات و گزارش‌ها به اقتصاد کشور کمک می‌کنید؛ مساله‌ای که امروز نقطه ضعف بشمار می‌رود. شما در جهت تقویت اقتصاد کشور می‌کوشید. شاید مهم‌ترین بخش کشور در حوزه‌ای که ضعف دارد و همه باید برای بهبود آن تلاش کنیم، اقتصاد کشور است».

وی ادامه داد «به عقیده من، شما کهنه کار هستید و می‌توانید همه را با اقتصاد آشنا کنید. احساس بیکاری بدترین حس است که جوان ما دارد. جوانان به این دلیل که آموزش ندیده‌اند، گمان می‌کنند باید تنها پشت یک میز و یا یک کارخانه باید کار کنند؛ در حالی که می‌شود با روش‌های خوداتکایی یک اقتصاد شخصی را با کمترین ابزار راه‌اندازی کرد. باید آموزش و پرورش در سطح دبیرستان آن را تعلیم دهد که اکنون جای خالی اقتصاد و بورس خیلی خالی است. باید روش‌های کسب درآمد را به دانش‌آموزان تعلیم دهد. امیدواریم روزنامه دنیای اقتصاد در دبیرستان‌ها توزیع شود».

شهردار منطقه ۸ مشهد تاکید کرد «همه مدیران باید به فهمی اقتصادی در تمام حوزه‌ها همچون حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و... دست یابند. اقتصاد مبانی هر نوع مذاکره و راه ورودی است. یک فرد باید حرف سرمایه‌گذار را به زبان خودش درک کند زیرا یک سرمایه‌گذار انتظاراتی دارد که این انتظارات فرمولی دارد. بنابراین باید یک فرمول را بشناسیم تا بتوانیم حرفی مشترک با سرمایه‌گذار داشته باشیم».

شما همیشه با مقالات و گزارش‌ها به اقتصاد کشور کمک می‌کنید؛ مساله‌ای که امروز نقطه ضعف بشمار می‌رود. شما در جهت تقویت اقتصاد کشور می‌کوشید. شاید مهم‌ترین بخش کشور در حوزه‌ای که ضعف دارد و همه باید برای بهبود آن تلاش کنیم، اقتصاد کشور است

خبر مرتبط

دنیای اقتصاد پذیرای مسئولان در روز خبرنگار

دنیای اقتصاد- ۱۷ مردادماه مصادف با روز خبرنگار دفتر تحریریه دنیای اقتصاد در مشهد پذیرای میهمانانی بود که برای تبریک و دیدار با خبرنگاران آمده بودند.

طی چند روز گذشته بهروز بنیادی نماینده مردم کاشمر، بردسکن و خلیل آباد در مجلس شورای اسلامی، محمدرضا حیدری، رئیس شورای شهر مشهد، احسان اصولی، محمد حاجیان شهری، محمدحسین ودیعی، مجتبی بهاروند و محمدهادی مهدی‌نیا، اعضای شورای شهر از دفتر دنیای اقتصاد دیدن کردند.

همچنین محمدرضا حسین‌نژاد، معاون شهرسازی و معماری شهردار، اژدر اژدری معاون اقتصادی شهردار، علی شیرازی شهردار منطقه ۸، احمد حافظ شهردار منطقه ۱۰، غلامرضا غلامی شهردار منطقه ۴، حجت فرقانی شهردار منطقه ۳، سرهنگ سیدجواد کمالی رئیس بسیج ادارات و سازمان‌های خراسان رضوی، حسین اسماعیلیان مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب مشهد و علیرضا صحرایی مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری خراسان رضوی نیز از دفتر دنیای اقتصاد دیدن کردند. رضا گلستانی و الهه قلی‌زاده از اعضای شورای مرکزی حزب اسلامی و همچنین جمعی از ورزشکاران، فرهنگیان و فعالان سیاسی-اجتماعی مشهد و استان با حضور در دفتر دنیای اقتصاد، روز خبرنگار را به خبرنگاران این مجموعه تبریک گفتند.

رابطه اصحاب رسانه با مسئولان رابطه‌ای دوسویه است. بحثی که با برخی داریم، این است که باید صحت موضوعات بررسی و پرس‌وجو شود

یادداشت

رئیس اتحادیه صادرکنندگان خراسان رضوی:

ماندن صفرها نفعی برای پول ملی ندارد

دنیای اقتصاد- رئیس اتحادیه صادرکنندگان خراسان رضوی گفت: حذف ۴ صفر از پول ملی دولت نه قادر است مشکلی را بر طرف سازد و نه اینکه مشکل جدیدی به وجود آورد.

به گزارش ایسنا، محمدحسین روشنک درباره طرح حذف ۴ صفر از پول ملی اظهار کرد: تنها مزیت این طرح این است که وزن جیب مردم سبک می‌شود و از میزان حجم پولی که همراه خود جابه‌جا می کنند کاسته می‌شود که این موضوعی قابل قبول است و اشکالی بر آن وارد نیست. وی افزود: ما با یک واقعیت روبه‌رو هستیم و آن این است که قبلا هزار تومانی ارزشی داشته و حالا صد تومانی و ده تومانی ما این ارزش را دارد. در واقع باید بپذیریم این اتفاق چه خوب و چه بد، چه لازم و چه غیر لازم به وقوع پیوسته است.

رئیس اتحادیه صادرکنندگان خراسان رضوی با انتقاد از سیاست اقتصادی دولت‌ها خاطرنشان کرد: چرا دولت فعلی و دولت های گذشته نتوانستند سیاست های مورد قبولی را اجرا کنند تا ما به اینجا برسیم که چهار صفر از پول ملی‌مان کاسته شود؟ این خود جای سوال است و بر چنین عملکردی از سوی دولت فعلی و دولت‌های پیشین انتقاد وارد است، آنها که موجب شدند ریال این چنین کاهش ارزش پیدا کند باید استغفار کنند، چرا اجازه دادیم این میزان از تورم همه جانبه در کشور بالا برود. روشنک افزود: از نظر من این اقدام صرفا نمادین است و فاقد هر گونه تاثیر اساسی است، برخلاف برخی گمانه‌زنی‌ها این طرح شاید در ابتدا هزینه سنگینی داشته باشد ولی در آینده کاملا هزینه‌ها را از بین می برد، هزینه‌هایی که ما الان به دلیل وجود این صفرها پرداخت می کنیم بسیار بیشتر است.

رئیس اتحادیه صادرکنندگان خراسان رضوی تصریح کرد: اینکه ما بخواهیم ماشین حساب‌ها و نرم‌افزارهایمان را با حساب و کتاب فعلی پر از صفر کنیم چه فایده‌ای دارد، ماندن این صفرها منفعتی ندارد، پس بهتر است که برداشته شود. هزینه برداشته شدن این صفرها یکبار است در حالی که هزینه ماندنش به صورت مستمر جاری است.

رئیس کمیسیون خدمات فنی و مهندسی اتاق بازرگانی مشهد مطرح کرد:

راهکارهایی برای بهبود صادرات خدمات فنی و مهندسی

دنیای اقتصاد- رئیس کمیسیون خدمات فنی و مهندسی اتاق بازرگانی خراسان رضوی به تشریح برنامه های این کمیسیون برای ارائه راهکارهایی در بهبود وضعیت صادرات خدمات فنی و مهندسی پرداخت.

محسن خندان دل گفت: بسترسازی برای صدور خدمات با تقویت و تجهیز زیرساختها در راستای کاهش هزینه مبادله، اتخاذ سیاست گذاریهای صحیح و برنامه ریزی شده برای جذب سرمایه های خارجی و افزایش سرمایه های داخلی، تعدیل قیمت ارز در جایگاه واقعی خود و ارتقای درآمدهای مولد سرانه، از جمله موارد کلیدی است که باید با جدیت خاص برای تسریع در رشد صادرات خدمات و به طور خاص، خدمات فنی و مهندسی مدنظر قرار گیرد.

وی از افغانستان، عراق، ترکیه، کشورهای حاشیه دریای خزر (ترکمنستان، قرقیزستان، تاجیکستان، ازبکستان)، کشورهای آفریقایی (سومالی، سودان)، کشورهای آمریکای لاتین (ونزوئلا) و کلیه کشورهای کمتر توسعه یافته (سوریه، بحرین، عمان) به عنوان کشورهایی که خدمات فنی و مهندسی خراسان رضوی به آنها صادرات می‌شود، نام برد.

خندان دل درباره چالشهای صدور این خدمات در استان گفت: مشکلات بانکی و پذیرش نشدن ضمانت نامه های صادر شده از سوی بانک های ایرانی توسط بانک های خارجی، نبود فضای رقابتی سالم بین شرکت های توانمند و فعال صادراتی در استان، بوروکراسی شدید وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های ذی ربط در کشورهای آسیای میانه، افغانستان و عراق برای استفاده صادرکنندگان از معافیت های گمرکی ورود ماشین آلات و تجهیزات به کشور هدف، بالا بودن نرخ صدور ضمانت نامه ها و آشنا نبودن فعالان این حوزه با قوانین و مقررات تجارت در کشورهای هدف و ضعفهای حقوقی در قراردادهای بین المللی از جمله این مشکلات است.

وی درباره راهکارهای توسعه صادرات این گونه خدمات تصریح کرد: برای موفقیت بیشتر باید از ابزارهای حمایتی از قبیل معافیت های مالیاتی، تخفیف های تعرفه‌ای، کمک های بازاریابی، تسهیل در مبادلات، اطلاعات و مواد اولیه، ایجاد فضای مناسب در برقراری روابط تجاری و اقتصادی، حمایت های بیمه‌ای، تضمین های صادراتی و حتی یارانه های نقدی و مستقیم صادراتی و موارد مشابه که در کشور ما، در خلال سالهای گذشته از آنها استفاده نشده بهره برد. رئیس کمیسیون خدمات فنی و مهندسی خراسان رضوی یادآور شد: متاسفانه بخش خصوصی ما در صدور خدمات مهندسی هنوز بسیار ضعیف است؛ ولی وضعیت، امیدوار کننده است. شرکت های ایرانی باید همکاری را در قالب تشکیل کنسرسیوم های بین المللی سرلوحه کار خویش قرار دهند و در این راستا نباید استفاده از تجربیات جهانی را نادیده بگیرند. صادرات خدمات فنی و مهندسی در جهان توسط شرکت های بزرگ چند ملیتی در حال انجام است و این موضوع سختی و حساسیت رقابت را برای ما بیش از گذشته یادآور می شود. ما اگر بخواهیم واقعا به توسعه این بخش بها بدهیم، باید سیاست های مشترک اتخاذ کنیم سیاست هایی که توسعه صادرات غیرنفتی را خصوصا در زمینه خدمات فنی و مهندسی دنبال کند.

دنیای اقتصاد
امور آگهی‌های روزنامه «دنیای اقتصاد» در مشهد
۰۹۱۲ ۴۱۹ ۸۶ ۳۵

عکس: محسن اسماعیل‌زاده/ دنیای اقتصاد

«دنیای اقتصاد» از جزئیات برگزاری همایش نشان تجاری در مشهد گزارش می‌دهد

برندینگ در گام هفتم

دنیای اقتصاد- «برند» واژه‌ای جدید در اقتصاد کشـــور است. با بررسی سابقه اقتصاد کشور از ابتدای انقلاب تاکنون، می بینیم فراز و نشیب‌های زیادی بر آن گذشته است. اقتصاد کشـــور پس از انقلاب تحت تاثیر شرایط جنگ و تحریم‌ها قرار گرفت؛ سپس درگیر بازسازی‌های بعد از جنگ شد. کم کم صحبت از بخش خصوصی و خصوصی‌سازی به میان آمد و امروز برند و برندینگ نقل محافل اقتصادی شده است. برند همان چیزی است که اقتصاد پراکنده را تبدیل به یک دسته واحد می کند و برای صادرات کشور بسیار مفید است.

از همین رو، انجمن مدیران صنایع خراسان تصمیم به برگزاری همایشـــی با عنوان «برندینگ» یا «نشان تجاری» گرفت که تا امسال ۷ دوره آن طی شده است؛ برخلاف بسیاری از همایش‌ها، به عقیده بسیاری از شرکت کنندگان همایش برندینگ، این برنامه از غنای خوبی برخوردار بوده و توانسته به واحدهای تولیدی کمک زیادی کند. به گفته بسیاری از واحدهای تولیدی شرکت کننده در این همایش، تجربیاتی که از حضور در این برنامه به دست آورده‌اند، موجب شده در توسعه صادرات و بهبود وضعیت فروش محصولات خود در داخل کشور موفق عمل کنند. فعالان اقتصادی استقبال خوبی از این همایش داشته‌اند و آن را برای خود مفید می دانند و به گفته امیر مهدی مرادی، دبیر انجمن مدیران صنایع خراسان، در هفتمین دوره این همایش ۸۰ واحد تولیدی مشارکت کردند. براساس دیدگاه کارشناسان یکی از رموز ماندگاری این همایش مشی عملی و روش پراگماتیستی آن است؛ به این معنا که همایش برندینگ تلاش کرده به دور از کلیشه‌ها به ارزیابی واقعی واحدهای تولیدی بپردازد و آن را طبقه‌بندی کند؛ به طوری که در برخی سال‌ها یک شرکت جزو برترین‌های همایش بود اما سال بعد توفیقی در کسب رتبه پیدا نمی کرد. این ماجرا حکایت از واقعی بودن ارزیابی‌های همایش برندینگ دارد؛ شیوه‌ای که به گفته دست‌اندرکاران همایش برندینگ، سازمان توسعه تجارت نیز بر کارشناسانه بودن ارزیابی‌های آن تاکید داشته است.

طبق اعلام مرادی قرار است همایش برندینگ در ۵ سال دوم فعالیت خود به حوزه ممیزی واحدها و ارزیابی آن ورود بیشتری داشته باشد تا از این طریق ارزیابی‌های کارشناسانه و دقیق‌تری از واحدهای تولیدی در حوزه برندینگ صورت گیرد. هفتمین دوره همایش برندینگ روز چهارشنبه ۱۶ مردادماه با حضور مسئولان دولتی، شهری و فعالان اقتصادی در ساختمان ساپکو مشهد برگزار شد.

سعید کریم‌پور
■ خبرنگار

● امضای دولت باید بی‌خاصیت شود

علیرضا رزم‌حسینی، استاندار خراسان رضوی، کسی بود که سخنانش در این همایش دلگرمی و تشویق حاضران و فعالان اقتصادی را به دنبال داشت. او ابتدا از عدم تمایل خود برای گفتن از برند یاد کرد. وی با اشاره به ظرفیت‌های مشهد و خراسان رضوی تاکید کرد «این استان هر سال میلیون‌ها زائر را پذیراست و خراسان رضوی می‌تواند یک سبک مدیریتی منحصر به فرد را در خود نهادینه کرده و آن را به کشور تسری دهد.

این ســـبک باید بتواند دیوان‌سالاری دولتی را حذف کند و البته که این کار سخت و بزرگی است. باید توجه داشت ما ظرفیت انقلاب و تحول اداری در کشور نداریم و تنها راه ما ایجاد یک نهاد بیرون از چارچوب دولت بود که توســـط فعالان اقتصادی مدیریت می‌شد تا امضای دولت و وزیر را از خاصیت بیاندازد».

رزم‌حسینی ادامه داد «در همین راستا نهاد مردمی اقتصاد مقاومتی در خراسان رضوی راه‌اندازی شد و ۳ ماه است که از آغاز فعالیت آزمایشی آن می گذرد.

رزم حسینی: خراسان رضوی می‌تواند یک سبک مدیریتی منحصر به فرد را در خود نهادینه کرده و آن را به کشور تسری دهد. این سبک باید بتواند دیوانسالاری دولتی را حذف کند و البته که این کار سخت و بزرگی است

این نهاد قرار است نقش مردمی ایفا کند و من هم به عنوان نماینده دولت کمک می کنم دیوان‌سالاری در این استان کاهش یابد. من گفته‌ام آتش به اختیار در این استان برای خود اختیار ایجاد می کنم؛ البته این اقدامات به دلیل شرایط تحریم است و این خیلی بد است که کار یک فعال اقتصادی در گرو یک امضا در تهران و بوروکراسی نحس اداری روی زمین بماند. دولت هم به این بینش اعتقاد دارد و به نظر ما بخش خصوصی می‌تواند راه خود را پیدا کند».

استاندار خراسان رضوی با اشاره به اینکه دیدگاه‌های خود را در اســـتان عملیاتی کرده است، گفت: نمونه مشکل‌سازی بوروکراسی اداری برای بخش خصوصی یک سرمایه‌گذاری نزدیک به ۲۰۰ میلیون تومانی در نقطه صفر مرزی استان بود که با حل این مشکلات، کار خود را از سر گرفت.

● صادرات به همسایگان امری حیاتی برای ایران است

در ادامه همایش علیرضا اشرف، دبیر کل اتاق ایران، به ســـابقه برند در کشورمان اشاره کرد. به عقیده او پیش‌تر ایران به برندسازی علمی مشغول بود اما امروز برندینگ در حوزه کالاها موضوعیت بیشتری دارد.

او گفت: برند در دنیای امروز برای کشورها قدرت ایجاد کرده و به آن هویت می‌بخشد. از دیگر سو برند به تغییر رفتار خریدار کمک می کند؛ این همان اتفاقی است که خارجی‌ها آن را به ما تحمیل می‌کنند. به همین دلیل ضروری است در این حوزه کار کنیم و تاثیرگذار شویم.

اشـــرف با اشاره به شـــرایط کنونی کشور تاکید کرد: در شـــرایط کنونی و اعمال تحریم‌ها، کالاهای ما در گســـتره جهانی به سادگی قابل توزیع نیست اما منطقا این توانایی وجود دارد. متاســـفانه شرایط محیط کســـب و کار و موانع آن موجب شـــده در زمینه برند و برندســـازی در رقابت با همســـایگان عقـــب بمانیم؛ در این شـــرایط جایگاه دولت و قوه قانون‌گذار اهمیتی دوچندان دارد که لازم است در مسیر حمایت از بخش خصوصی و رفع موانع تولید کار کنند.

امروز مســـاله صادرات به کشورهای منطقه برای ایران امری حیاتی است چراکه تنها جایی که می‌توان از دام تحریم‌ها عبور کرد، همین کشورهای همسایه هســـتند؛ از این جهت نیز نقش دولت در توســـعه ارتباطات با همسایگان اهمیت زیادی خواهد داشت.

● توسعه برندینگ نیازمند حمایت قضایی است

رضا حمیدی، رئیس هیات رئیسه انجمن مدیران صنایع خراســـان دیگر سخنران این همایش بود؛ او با قدردانی از اســـتقبال فعالان اقتصادی از برگزاری همایش برندینگ اظهار کرد «همین استقبال بود که طی ۶ سال گذشته موجب تداوم این همایش شد».

حمیدی تاکید کرد: باید توجه داشت برند خوب یک علامت و نماد یا ترکیبی از آن است که هویت یک محصول را مشـــخص می‌کند و همین مساله موجب می‌شود که خریدار یک گزینه را بین سایر گزینه‌ها انتخاب کند. در حقیقت برند موفق برندی است که موجب شود خریدار پیش از حضور در بازار بداند به دنبال چیست. برند خوب وفاداری مشتری را به دنبال خواهد داشت.

● ادامه در صفحه ۴و۵

مدیرعامل حوله یاس سپید از هدفگذاری‌های این شرکت می گوید:

تلاش برای کاهش واردات و قاچاق در صنعت نساجی

حوله یاس سپید برای یک دوره دیگر به عنوان برند برتر در همایش ملی برندینگ(نشان تجاری) معرفی شد.

مدیرعامل حوله یاس سپید مشهد برگزاری همایش برندینگ را در توسعه و مدیریت برند این شرکت بسیار موثر خواند.

پوریا ترابی با اشاره به سومین حضور شرکت یاس سپید در همایش برندینگ، به بیان جزئیاتی از فعالیت این واحد صنعتی پرداخت و گفت: حوله یاس سپید عضو گروه کارخانجات فرش مشهد است که با هدف جلوگیری از واردات حوله از کشور ترکیه تاسیس شده و سه سال از فعالیت آن می‌گذرد.

وی با اشاره به وضعیت صنعت نساجی خراسان رضوی و کشور خاطرنشان کرد: فعالیت‌های ما در این صنعت در راستای کاهش نیاز به خارج از کشور است. در حال حاضر صنعت نساجی یکی از صنایعی است که به شدت تحت تاثیر قاچاق است و به همین دلیل لازم است تولیدگران داخلی تلاش زیادی برای بهبود این صنعت به کار ببندند تا نیاز به کالای خارجی به صفر برسد.

وی تاکید کرد: در حال حاضر ما تلاش زیادی داریم که بتوانیم با توسعه برند خود این نیازمندی را کاهش دهیم.

مدیرعامل حوله یاس سپید مشهد بیان کرد: شرکت حوله یاس سپید مشهد(حوله سلین) در شهرک صنعتی چناران در نزدیکی شهر مشهد واقع شده و در آن انواع پارچه حوله‌ای تاری‌پودی، پارچه حوله‌ای گردباف، حوله لباسی، دستمال حوله‌ای، حوله ساده و هدبند حوله‌ای تولید می‌شود.

ترابی اضافه کرد: حوله یاس سپید بزرگترین و مدرن ترین واحد تولید حوله در صنعت منسوجات کشور است که موجب اشتغالزایی برای ۲۳۰ نفر شده و ۷۵ درصد محصولات این کارخانه صادر می شود.

«دنیای اقتصاد» از جزئیات برگزاری همایش

برندینگ د

در یکی از برنامه‌های هفتمین همایش

فاصله مشهد تا

دنیای اقتصاد؛ سعید کریم پور- پنل تخصصی برندینگ شهری مشهد یکی از برنامه‌هایی بود که در هفتمین همایش برندینگ در مشهد برگزار شد. موضوعی که برای نخستین بار در مشهد به آن پرداخته شد.

این روزها هر شهری به عنوانی شناخته می‌شود؛ این ماجرایی است که بسیار تجربه کرده‌ایم اما متاسفانه برخی از این برچسب‌ها عناوینی منفی اســت که زمان زیادی می‌برد تا دیدگاه‌ها نســبت به آن تغییر کند. حال به نظر می‌رسد دغدغه‌ها در این مورد افزایش یافته است. نیاز کشور در کاهش وابستگی به نفت و سرمایه‌گذاری در دیگر حوزه‌های درآمدزا مانند صنعت گردشگری موجب شده تفکرات به سمت بهبود چهره شهرها، به ویژه مشهد برود.

این نگاهی اســت که باید توسعه یابد؛ براساس دیدگاه‌های مطرح شده در این پنل، نباید برای محیط زیست یک شهر تصمیم گرفت و آن را از چیزی به چیز دیگر تبدیل کرد. این همان گرهی است که مدیریت شهری آن را دریافته و تلاش می‌کند این دیدگاه را به دیگران نیز منتقل کند.

باید توجه داشت که امروز برندینگ شهری مساله بسیار مهمی است و تاثیر زیادی بر اقتصاد آن دارد. امروز در برخی شهرها مانند لندن معاونت برندینگ در مدیریت شهری تعریف شده و رسالت آن توسعه شهر است. در دنیای امروز تعریف نشــان شهر و مسائل مرتبط با آن موضوعی است که اهمیت زیادی دارد. رویکرد برندینگ شهری به جذب گردشگر کمک زیادی می‌کند و به نوعی به تصویر عمومی شهر و مدیریت آن بازمی‌گردد. به طور کلی ایجاد برندینگ شــهری و توسعه آن به این بستگی دارد که یک شهر بتواند جامعه خلاق بیشتری را به خود جذب کند؛ در این صورت طبیعتا این شهر اقتصاد پویاتری خواهد داشت.

در پنل تخصصی برندینگ شهری که با حضور فرهادی‌پور مشاور شهردار مشــهد، بهنود الله‌وردی دبیر علمی همایش و شــهریار آل‌شیخ معاون برنامه‌ریزی و توســعه سرمایه انسانی شهردار برگزار شد، مساله برندینگ شهری در مشهد مورد بررسی قرار گرفت.

● تصمیم گیری برای اکوسیستم شهر کاری اشتباه است

شــهریار آل‌شیخ معاون برنامه ریزی شهردار مشهد در این برنامه اظهار کرد: برای توسعه گردشگری یک شهر باید ظرفیت‌ها به نحوی توسعه یابد که به افزایش درآمد شــهر کمک کند؛ به طور مثال این مساله در حوزه گردشگری سلامت اهمیت زیادی دارد و این اتفاق خوبی برای شهر ماست که توانمندی‌های مرتبط با سلامت در آن فراوان است.

وی اضافه کرد: با نگاهی به کشورهای منطقه درمی‌یابیم که وضعیت ما آنقدرها هم خوب نیست؛ به عنوان نمونه در امارات عمل جراحی قلب باز صورت نمی‌گیرد ولی سال‌هاست که این مهارت در ایران وجود داشته و هر سال عمل‌های قلب باز زیادی در کشور ما انجام می‌شود که با توجه به نرخ دلار، ارزان‌ترین در دنیاست اما هنگامی که شهروندان اماراتی برای عمل قلب باز می‌خواهند اقدام کنند، به اردن می‌روند. در واقع برند گردشگری سلامت در اردن برای کشورهای عربی شکل گرفته است؛ کاری که هم‌اکنون در ترکیه با برنامه‌ریزی در حال انجام است و در شبکه مبدا نیز با پزشکان ارتبــاط برقرار کرده‌اند تا ترویج ماجرا صورت گیرد اما این وضعیت هنوز برای ایران شکل نگرفته است چون ما برند نمی‌سازیم.

معاون برنامه‌ریزی و توســعه سرمایه انسانی شهردار مشهد اضافه کرد: البته رســانه‌های خارجی تصویر متفاوتی از ایران را شکل داده‌اند که این اتفاق خوبی نیســت و گردشگران خارجی که به ایران می‌آیند، نسبت به تفاوت آنچه که به آن‌ها گفته شده با شرایط موجود ابراز تعجب می‌کنند. این یعنی ما نتوانسته‌ایم این مساله را مدیریت کنیم.

آل‌شیخ تصریح کرد: برند به مرور زمان شکل می‌گیرد و باید توجه داشت مشهد مجموعه‌ای از احساس است که برند آن با مجموع خدمات این شهر شکل گرفته اســت. همه این‌ها با هم هویت مشهد را می‌سازد؛ مدیریت کردن این برند تقویت برخی بخش‌ها برای نهادینه شدن در ذهن مخاطب است. کسی که به مشهد می‌آید، باید از پیش بداند در چه حوزه‌ای از این شهر می‌خواهد ورود کند؛ این زمانی محقق می‌شود که در برنامه سفر او این مسائل بگنجد. اینکه گردشگر به مشهد بیاید و جاذبه‌های آن را کشف کند، کارآمدی زیادی برای شهر ندارد.

وی تاکید کرد: هویت اجزای شــهر در طول زمان با رسانه‌های مختلف ترویج شــده اســت؛ در واقع مدیریت برند عاملی در گذر زمان است و در بستر زمان تعریف می‌شود. شهرداری هم در این موضوع ذی‌مدخل است؛ مدیریت یک برند در حوزه هم‌افزایی و اســتفاده از مجموعه دانشی شهر حوزه صادرات با چالش‌هایی روبهرو هستیم که تلاش می‌شود با رفع این موانع قانونی، حمایت از برند در صادرات نیز شــکل گیرد. در حال حاضر نوع نگاه وزارتخانه در این زمینه، بستر لازم برای توسعه تولید بدون کارخانه را نیز فراهم می‌کند.

● یکی از موارد مغفول در توسعه برندها صفات اخلاقی است

محمــود بنانژاد، رئیس اتاق اصناف مشــهد، برندســازی در حوزه اصناف را امری کلاسیک توصیــف کرد و گفت: زمانی که از برندســازی صحبت می‌کنیم، گلایه‌ها آغاز می‌شــود. باید دانســت در شــرایط کنونی کشــور دو مسیر پیش‌روی بنگاه‌های تولیدی اســت. یک مسیر ناشــی از رویکردی منفعلانه است که یا مبتنی بر ناامید شــدن اســت و یا اعتقاد به سوختن و ساختن در شرایط کنونی دارد. مسیر دوم ناشی از نگاهی فعالانه اســت که به دنبال بازنگری در اهداف استراتژیک خود است.

وی با بیان اینکه یکی از مسائلی که در حوزه برندینگ فراموش می‌شــود، اخــلاق حرفه‌ای اســت، اظهار کــرد: یکی از ضروریــات بهبود وضعیــت واحدهای تولیدی در شــرایط فعلی تخلق به صفات اخلاقی اســت. متاسفانه امروز مرز بیــن کارهای خوب و بــد در حال از بین رفتن است و جداسازی این مرز هم کار دشواری است. این موضوع باید در این همایش پیگیری شــود. در حقیقت لازم است مدیران یک هوش اخلاقی داشته باشند تا بتوانند برند خود را ارتقا دهند. همچنین لازم اســت کسانی که سال‌ها در حوزه برندینگ فعالیت داشــته‌اند، تجربیات خود را با تازه‌کارها در میان بگذارند و هر ســال ارزیابی شوند.

ادامه از صفحه ۳

حمیدی اضافه کرد: برند مربوط به کسی است که به دنبال نشــان دادن خود است و شرکت‌ها و واحدهــای تولیــدی باید برندســازی را یک ســرمایه‌گذاری بلندمدت بدانند. توجه به برند، برندینگ و تولید بدون کارخانه نشان از برخورداری یک واحد تولیدی از تجربه‌ای ارزشمند است.

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی خراسان رضــوی تاکید کرد: رشــد برندینــگ موجب افزایش تولیــدات ملی، صــادرات و همچنین رشد رقابت‌پذیری می‌شود. با این حال متاسفانه شاهد این هســتیم که مراکز لوکس در اختیار برندهای خارجی قرار می‌گیرد. همچنین قاچاق و انــواع واردات موجــب آســیب‌پذیری برندها می‌شــود و خاصیت ضدبرندینگ دارد؛ در حال حاضر برندینگ نیازمند حمایت قضایی است و گسترش آن به تلطیف تعاملات ما با کشورهای دیگر بازمی‌گردد.

● وزارت صمت با مفهوم تولید بدون کارخانه آشنایی ندارد

محمدحسین روشنک، رئیس کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی خراسان رضوی، سخنران دیگر این همایش بود که به وضعیت برند در کشور اشاره کرد. براساس دیدگاه او «به دلیل سیستم اقتصاد کوپنی بعد از انقلاب، برند از کشور ما حذف شد و پس از پایان جنگ و اعمال سیاست‌های مرحوم آیت‌الله هاشمی رفسنجانی این انگیزه دوباره در فعالان اقتصادی به وجود آمد».

او میزان پیشرفت برند در کشور را ۲۵ و در استان ۳۵ درصد دانســت و به ایده تولید بدون کارخانه اشــاره کرد که بسیاری آن را با برون‌سپاری تولید اشــتباه می‌گیرند. رئیس اتحادیه صادرکنندگان خراســان رضوی تصریح کرد: برون‌سپاری یعنی ســاخت بخشــی از کالای یک واحد تولیدی در واحدی دیگر اما تولید بدون کارخانه به این معناست که برندی در اختیار فعال اقتصادی باشد و براساس استاندارد مد نظر خود سفارش تولید به واحدهای تولیدی بدهد و با برند خود آن را عرضه کند؛ چنین کاری موجب کاهش هزینه‌هــای تولید و انتقال سرمایه‌های بخش تجارت به حوزه تولید می‌شود.

به عقیده روشنک وزارت صمت هنوز با مفهوم تولید بدون کارخانه آشــنایی نــدارد. او اظهار کــرد: از ابتدای انقلاب تاکنون تنها یک موافقت اصولــی در خصــوص تولید بــدون کارخانه از سوی وزارت صمت صادر شده که متعلق به من بوده است.

● سیاست وزارت صمت توسعه تولید بدون کارخانه است

پس از وی علی غفوری‌مقدم، معاون بازرگانی سازمان صمت خراسان رضوی، برگزاری و تداوم همایــش برندینگ را توفیقی برای این اســتان دانست و گفت: سیاســت اصلی ما در سال ۹۸ انضباط‌بخشــی به تراز داخلی جهت حمایت از تولیدات داخل است. امروز شاهد افزایش لیست کالاهای ممنوعه برای واردات هســتیم که این مساله به تولید داخل کمک کرده است. البته در

حمیدی: رشد برندینگ موجب افزایش تولیدات ملی، صادرات و همچنین رشد رقابت‌پذیری می‌شود. با این حال متاسفانه شاهد این هستیم که مراکز لوکس در اختیار برندهای خارجی قرار می‌گیرد

علی‌رضا اشرف، دبیر اتاق بازرگانی ایران یکی از سخنرانان همایش بود

استاندار خراسان رضوی، مهمان ویژه مراسم بود

پنل برندینگ شهری با حضور معاون برنامه‌ریزی و مشاور شهردار مشهد بخش ویژه این همایش بود

حضور شهردار مشهد برای انعقاد تفاهمنامه همکاری با انجمن مدیران صنایع

عکس یادگاری برندهای برتر به انتخاب هیات داوران

هادی خواجه یکی از سخنرانان همایش بود

سخنرانی فرهادی‌پور، مشاور شهردار مشهد

انعقاد تفاهم‌نامه همکاری بین شهرداری مشهد و انجمن مدیران صنایع خراسان در حوزه برندینگ شهری

دنیای اقتصــاد- در هفتمیــن همایش برندینگ تفاهم‌نامه‌ای بین شهردار مشهد و انجمن مدیران صنایع خراسان منعقد شد که براســاس آن، این دو مجموعه به توسعه و حمیات از برندهایی که شهر مشهد را معرفی می‌کند، خواهند پرداخت.

شــهریار آل‌شــیخ معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهردار مشهد در این خصوص اظهار کرد: موضوع ایــن تفاهم‌نامه برندینگ محصولات و خدمات شــهری است که به ارتقای نشان مشهد و جایگاه کالاهای مشهدی کمک می‌کند. این فرایند در ترکیب با برنامه‌های دیگر شهر مانند گردشگری، زائرو... کمک می‌کند تا در ارائه خدمات رقابتی کیفی شــکل گیرد. در واقع ما دنبال حمایــت از اجزایی هستیم که می‌تواند به توسعه برند مشهد کمک کند. در این صورت واحدهای فعال در این زمینه نشان‌های منتخب را از انجمن مدیران صنایع و شهرداری مشهد دریافت خواهند کرد. البته عمده حمایت‌های ما از این فعالیت‌ها معنوی است ولی در ظرفیت‌های مختلف به واحدهای فعال در این زمینه کمک خواهیم کرد.

وی تاکید کرد: موضوع کلی ما در این تفاهم‌نامه این است که فعالیت در خارج از مشهد و کشور توسعه یابد. یکی از مسائل مربوط به برندینگ عمومی، برندینگ اجزا و نه برندینگ کلی است. در واقع یک برند می‌تواند جزئی از برند مشهد باشد. مشهد می‌تواند از این طریق با برندهای مختلفی شناخته شود کهزیارت، غذا، سوغات و... عناوینی از این برندها خواهد بود. تقویت برندهای جزئی و توســعه آن و ایجاد شعبه در مراکز دیگر کشور و خارج از آن از مسائلی است که به ما در این زمینه کمک می‌کند.

در کارگاه‌های جانبی همایش نشان

روش‌های نوین ب

دنیای اقتصاد- کارشناسان اقتصادی در کارگاه جانبی هفتمیــن همایش برندینــگ به تعریف روش‌های نوین برندسازی پرداختند؛ در این کارگاه توانمندسازی برند برمبنای خلق تجربه مشتری یا روش CXM، مدل BAV و ســنجش ارزش برندها و روش BAV تشریح شد.

بهنود الله‌وردی‌نیک، دبیر علمی همایش اظهار کرد: باید در برند تجربه‌ای خلق شــود که خوشایند مشتری باشد. برندهایی که توانسته باشند حسی در مشتری ایجاد کنند، تجربه‌محور هستند و خیلی پیشــروتر خواهند بود. تنها چیزی که مشتری را سرذوق می‌آورد، طراحی و خلق تجربه است. برندینگ یک چندحسی اســت که تلاش می‌شود از همه حس‌ها در آن استفاده شــود. این موجب می‌شود تجربه خوشــایندتر و جذاب‌تر باشد. آمارها نشان می‌دهد ۸۴ درصد شــرکت‌های دنیا از حس بینایــی برای خلق تجربه برند اســتفاده کرده‌اند. با این حال اثرگذاری بینایی در خوشــایندی تجربه برند ۵۹ درصد است. ۴۱ درصد آن مربوط به شــنیدن و ۴۵ درصد دیگر از گفتن اســت. همه این‌ها اهمیت حواس در برند را نشان می‌دهد. مدیریت این حواس در معرفی برند می‌تواند به خوشایندتر شدن تجربه مشتری کمک کند. به طور کلی برند زمانی به وجود می‌آید که تجربه به وجود آید.

● برند باید زمینی شود

مهدی آقامیرزایی نیز در معرفی مدل BAV و ســنجش ارزش برندها با اشاره به اینکه تمام برندهای دنیا از زمانی که برند می‌شوند ۴ مرحله را طی می‌کنند، گفت: روش BAV روشی مناسب برای مدیران فروشی است که دوست دارند ترکیب مشتریان را شناسایی کنند. BAV به مدیر فروش و صادرات راه حل می‌دهد. هر سال از مجموعه BAV گزارشی ارائه می‌شــود که محصولات و برندها در هر کشــوری چه وضعیتــی دارد. در حال حاضر آلمان رتبه ۴ کشــورها در این روش را در اختیار دارد. ایــن روش راه‌حلی برای روابط عمومی‌هاست. روابط عمومی کسی است که بتواند داستان سازمان را برای بیرون سازمان بگوید.

وی تصریح کرد: این روش برای همه نسل‌ها راه‌حل دارد و

ش نشان تجاری در مشهد گزارش می‌دهد

رگام هفتم

همایش برندینگ مطرح شد

ایک شهر برند

به منظور ضابطه‌گذاری برای یک موضوع است که باید بسترسازی برای آن موضوع صورت گیرد. از منظر اجرایی هم متولی آن باید مدیریت شهری باشد اما مشاهده می‌کنیم که عموما مجموعه‌های موفق در حوزه شهر تابع برنامه‌ریزی نبوده است. به عنوان نمونه در سند آمایش شهر مشهد مساله خودرو و قطعه‌سازی وجود نداشت اما همین موضوع به صنعت اول این استان تبدیل شده است.در واقع اینکه بنیان‌گذار صنعت خودرو یک مشهدی بوده، موجب شده این فضا در استان شکل گیرد. این همان دانشی است که می‌تواند به برند شهر شکل دهد. به همین سبب ضروری است مجموعه‌هایی که می‌توانند به برند شهر کمک کنند، شناسایی شوند.

معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهردار مشهد گفت: نمونه دیگر این ماجرا در خیابان ایثار مشهد است که مانتوفروشی‌های زیادی در آن فعالیت دارند و این خیابان بدون برنامه‌ریزی به همین موضوع معروف شده است. پس روشن است که وظیفه مدیریت شهری تقویت این فضاهاست؛ در واقع این اکوسیستم رشد کرده و کار خود را دنبال می‌کند و اینکه بخواهیم برای شهر تصمیم‌گیری کنیم، کاری اشتباه است.

● کیفیت حکمرانی، زیرساخت‌ها و منابع انسانی، معرف برند یک شهر است

فرهادی‌پور مشاور شهردار مشهد نیز با تاکید بر ایجاد سند برای تعریف هویت شهر گفت: یک سند عالی می‌تواند شهر را به خوبی معرفی کند؛ در حقیقت تعریف سند برای شهر به بهبود کیفیت آن منجر خواهد شد.

او ادامه داد: باید کاری کرد که مشهد از محل زندگی به یک مقصد تبدیل شود تا سرمایه‌گذاران سرمایه خود را به این شهر منتقل کنند. اگر بتوان در جهت بهبود کیفیت شهر گام برداشت، این مهم اتفاق خواهد افتاد و به نظر می‌رسد مشهد ظرفیت مقصد شدن را داراست و جذابیت‌های زیادی از نظر سیاحتی و زیارتی در خود جای داده است.

فرهادی پور به کیفیت حکم‌رانی در مشهد اشاره کرد و آن را اثرگذار بر تعریف برند این شهر دانست.

مشاور شهردار مشهد با تاکید بر اینکه برند به شهر هویت می‌دهد، گفت: کیفیت حکمرانی شهری و نحوه تعامل با گردشگر و سرمایه‌گذار اهمیت زیادی دارد؛ مساله دیگر به زیرساخت‌های شهر مربوط است. اگر کیفیت زیرساخت‌ها خوب باشد، شرایط برای بالا رفتن کیفیت برند شهری نیز فراهم خواهد شد. این‌ها مواردی است که بر سرمایه انسانی شهر اثرگذار خواهد بود.

فرهادی‌پور آثار تاریخی شهر را شاخص مهمی در تعریف برند یک شهر توصیف کرد و افزود: یک مساله در مورد آثار تاریخی، نحوه نمایش آن است. در کنار این، عوامل سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی نیز اهمیت زیادی دارد.

البته به نظر من سرمایه‌گذاری کار بخش خصوصی است و دولت تنها باید زمینه لازم را فراهم کند. او افزود: سرمایه‌گذاران در چند بخش تولید، مهارت و نوآوری و همچنین شکل دادن به برندها نقش دارند و ترکیب این برندهاست که برند مشهد را می‌سازد. باید کاری کنیم که کیفیت حکم‌رانی، توسعه زیرساخت‌ها، منابع انسانی و... شهری جذاب را ایجاد کند.

مشاور شهردار مشهد با اشاره به تاثیر مهاجرت بر برند شهرها با اشاره به مثالی گفت: کلمات خروج، اعتراض و وفاداری به شهر عناوین مهمی است. به عنوان نمونه حجم مهاجرت از ایرلند در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ به شدت زیاد شد اما ایرلند کاری کرد که مردم به آن وفادار باشند و طی یک برنامه ۲۰ ساله در حوزه برندسازی سرمایه‌گذاری کرد که نتیجه آن، این شد که تا سال ۱۹۹۰ مهاجرت از بریتانیا به ایرلند معکوس شد. یکی از راه‌های برندسازی شهری همین است؛ مشهد باید کاری کند که همه مردم این شهر روی این شهر تعصب داشته باشند و نشان آن را روی قلب خود نصب کنند.

● مشهد نیاز به برندسازی ندارد؛ باید برند آن را هدایت کرد

بهنوداللهوردی‌نیک، دبیر علمی هفتمین همایش برندینگ نیز معتقد است مردم در انتظار برند شهری و ساخت آن نمی‌مانند چون مشهد برند خود را دارد. او گفت: به نظر می‌رسد برند مشهد در حال یکپارچه شدن است؛ برای هدایت برند مشهد نیاز به یک تیم چندتخصصی داریم و باید مراقب بود که با این دستور کار، به صورت شرکتی برخورد نشود. لازم است برای این منظور نگاه کارگروهی و عملیاتی نهادینه شود. دبیر علمی هفتمین همایش برندینگ تاکید کرد :آدم‌ها در انتخاب برندها، چه شهری باشد چه نباشد، وجه تمایز را در نظر می‌گیرند ولی وجوه تشابه را تجربه می‌کنند. کسی به مشهد به خاطر شله مشهدی یا لباس محلی آن نمی‌آید اما همه برای زیارت به این شهر مشرف می‌شوند. در این مثال شله مشهدی یا لباس محلی تجربه و زیارت وجه تمایز مشهد است.

● همایش برندینگ در سال‌های آینده بهتر و بهتر خواهد شد

علی شریعتی‌مقدم، عضو هیات رئیسه انجمن مدیران صنایع خراسان نیز اظهار کرد: همایش برندینگ در انجمن مدیران صنایع یک سیر صعودی از نظر کیفیت، بازخورد و اثرگذاری طی کرده است. در حال حاضر در سطح ملی همایش‌های متعددی، با حمایت‌های زیاد، برگزار می‌شود که شاید به این قوام و دوام نرسیده باشد.

با این حال این همایش در این استان در بالاترین سطح دنبال می‌شود که بخشی از این ماجرا به ظرفیت‌های اقتصادی خراسان رضوی بازمی‌گردد. تقریبا تمام سرمایه‌گذاری صنعت و خدمات در این استان متعلق به بخش خصوصی است و این بخش کار اقتصادی خود را رها نمی‌کند و به فکر توسعه آن است.

او با بیان اینکه یکی از مهم‌ترین بخش‌ها برای توسعه فعالیت‌های اقتصادی و سودآوری، برند است، گفت: اینکه شرکت‌ها در رسته‌ها و رشته‌های مختلف از این همایش استقبال زیادی دارند، نشان می‌دهد انجمن مدیران صنایع به تمام و کمال رسالت خود را انجام می‌دهد و برگزاری این همایش در سال‌های آینده بهتر خواهد شد.این همایش‌ها بهانه‌ای برای برقراری ارتباط بین بخش‌های علمی و اقتصادی و شناخت بهتر نسبت به ابعاد علمی موضوع برند برای فعالان اقتصادی است؛ در مجموع همایش برندینگ نقطه عطفی برای شناسایی ظرفیت‌های خراسان رضوی است.

شریعتی مقدم تاکید کرد: استفاده بهتر از مزیت‌ها در گرو انسجام واقعی اقتصادی است تا بتوان به جای رقابت، فعالیت رو به جلو را برای زنجیره تولید بکار برد. متاسفانه هم‌اکنون این انسجام وجود ندارد و رقابت‌های داخلی موجب عدم تامین منافع محصولات واحدهای تولیدی می‌شود.

● واحدهای تولیدی هنوز اهمیت برندینگ بین‌المللی را درک نکرده‌اند

به گفته امیرمهدی مرادی، دبیر انجمن مدیران صنایع خراسان، برنامه ۵ سال نخست برگزاری همایش برندینگ مبتنی بر آموزش بود اما در ۵ سال دوم تمرکز بر ممیزی واحدهای اقتصادی است.

او ادامه داد: سال گذشته مسئولیت کمیته استانی نام و نشان تجاری به انجمن تفویض شد و همین موضوع مسئولیت ما را بیش از پیش سنگین کرد. با راه‌اندازی کلینیک برند و مدرسه کسب مهارت در سال گذشته به ترتیب عارضه‌یابی و آموزش‌های مرتبط با برند به واحدهای تولیدی پیگیری می‌شود. البته این آموزش‌ها و عارضه‌یابی‌ها تنها مخصوص به مساله برند نیست.

مرادی با اشاره به تفاوت همایش امسال با سال‌های گذشته گفت: در پرسش‌نامه‌های امسال همایش معیارهای ارزیابی واحدهای تولیدی دشوارتر و ۲۰ شاخص به ۳۵ معیار سال گذشته برای ارزیابی واحدهای تولیدی اضافه شد. این شاخص‌ها در کنار ارزیابی‌ها کمی، وضعیت کیفی آن را نیز کنترل می‌کرد. همچنین ۱۶ساعت دوره آموزشی برای واحدهای تولیدی جهت پر کردن پرسشنامه برگزار شد.

به گفته مرادی امسال برندهای بی‌توبی رشد قابل توجهی داشته است؛ با این حال به نظر می‌رسد توجه به برندینگ در صنایع غذایی ضعیف شده که ادامه این روند آنان را در رقابت با واحدهای صاحب نام در کشور عقب می‌اندازد.

دبیر انجمن مدیران صنایع خراسان گفت: یکی دیگر از مسائلی که به آن توجه زیادی شده، ثبت ملی برند بوده اما اهمیت بین‌المللی آن درک نشده است؛ این زنگ خطری برای ماست. همچنین تبدیل دارایی‌های نامشهود و ثبت آن در دفاتر مالی چالشی است که اغلب واحدها نتوانسته‌اند آن را انجام دهند و کمتر واحدی داشته‌ایم که این کار را کرده باشد.

وی تصریح کرد: امسال تلاش زیادی برای برقراری ارتباط نزدیک با سازمان توسعه تجارت شد؛ این سازمان تاکید داشت ارزیابی‌های ما بر مبنای روش BAV باشد. به همین منظور برای تیم ارزیابی دوره تخصصی برگزار شد.

پرسشنامه انجمن بسیار مورد توجه سازمان توسعه تجارت قرار گرفته و آن‌ها تاکید داشتند که این روش می‌تواند الگویی برای سایر استان‌ها باشد. با توجه به اقدامات خوبی که در استان در زمینه برند انجام شده، سازمان توسعه تجارت مسئولیت برند در شرق کشور را به انجمن مدیران صنایع استان واگذار کرده است.

مرادی: در پرسش‌نامه‌های امسال همایش معیارهای ارزیابی واحدهای تولیدی دشوارتر و ۲۰ شاخص به ۳۵ معیار سال گذشته برای ارزیابی واحدهای تولیدی اضافه شد

سخنرانی امیرمهدی مرادی، دبیر انجمن مدیران و دبیر اجرایی هفت دوره همایش برندینگ

مهدی آقامیرزایی یکی دیگر از سخنرانان بود

اعضای هیات رئیسه انجمن مدیران صنایع و نایب رئیس اتاق مشهد از حاضران در این همایش بودند

لحظه امضای تفاهمنامه بین انجمن مدیران صنایع و شهرداری مشهد

اهدای تندیس برندهای برتر توسط استاندار خراسان رضوی و دیگر مسئولان استانی

سخنرانی آل شیخ، معاون برنامه‌ریزی شهردار در پنل برندینگ شهری

بهنوداللهوردی نیک، دبیر علمی همایش

عکس‌ها: محسن اسماعیل‌زاده / دنیای اقتصاد

ان تجاری تشریح شد

برندسازی

ی‌هایی را ارائه داده که براساس آن جوانان و نسل Z در دست دادن اعتماد خود به برندها هستند. به همین ایدبرای این مساله تمهیدی اندیشید.

ترین مهارت در بازار امروز، داستان گویی است

زاد اسفرجانی هم در ارائه نمونه عملی روش BAV با اینکه خلاقیت در ارتباطات خدادادی نیست، بیان رایی برند میزان تمایل مطلوب مخاطب برای دادن یگاه به برند است؛ جنگ جدید امروز در بازار در حوزه وساز و حمل‌ونقل نیست. امروز شخصیتی که مردم می‌پسندند، باید فردی مهربان باشد. در این ماجرا قهرمانان خریداران هستند. روش BAV راه رهایی از شارلاتانیزمی است که دچار آن می‌شویم. متاسفانه برند بازیچه شده اما موضوع جدی‌تر از این‌هاست. پندار، گفتار و کردار مدیران ارشد است که برندینگ را می‌سازد.

● صاحب فعالیت اقتصادی باید برای کار در حوزه برند توجیه شود

هادی خواجه نیز در باب برندسازی و خلق ارزش افزوده پایدار بیان کرد: روی وثیقه گذاردن برند کار نشده است؛ البته به تازگی بانک سرمایه چنین برنامه‌ای را در دستور کار قرار داده است. در کشور ما ارزش و بهای تمام شده یک دارایی تنها به عنوان ارزش مالی حساب می‌شود؛ به صورت کلی باید هدف استراتژی ما مشخص شود. یکی از ابعاد استراتژی ما اهداف مالی است. وقتی قرار است یک فعال اقتصادی در حوزه برندینگ هزینه کند، باید مشخص کند چه هدفی از این بابت دارد. در چرخه مهندسی ارزش برند باید ابتدا استراتژی برند مشخص شود. در واقع لازم است مشخص شود برند قرار است جزو دارایی‌ها باشد یا سودآوری مدنظر است. خیلی اوقات این شک وجود دارد که این هزینه‌ها صحیح است یا خیر؟

مصطفی جعفری یکی دیگر از کارشناسانی بود که در توضیح چرخه PDCA گفت: این روش وضعیت موجود واحد تولیدی را مد نظر دارد؛ بنابراین حرکت آن رو به جلو است. در هر چرخه‌ای قوت و ضعف را مشخص می‌کند. در این چرخه همیشه وضعیت موجود مورد بررسی است و در این نگاه همیشه وضع موجود ضعیف تصور می‌شود؛ بنابراین این چرخه رو به جلو است.

رشد کیفی همایش برندینگ

احمد اثنی‌عشری نایب رئیس هیات رئیسه انجمن مدیران صنایع خراسان گفت: همایش برندینگ طی این سال‌ها رشد کیفی خوبی داشته و هدف ما هم رشد کیفیت آن بوده است. وی ادامه داد: بر همین مبنا ضوابط ارزیابی واحدهای شرکت‌کننده در همایش سال به سال سختگیرانه‌تر و شاخص‌های ارزیابی جدی‌تر از سال‌های قبل شده است. در حقیقت ما از شاخص‌های بین‌المللی برای ارزیابی واحدها در حوزه برندینگ بهره برده‌ایم. همچنین افراد مجربی برای ارزیابی واحدهای اقتصادی آموزش داده شدند تا با تخصص ویژه خود بتوانند ارزیابی واحدها را صورت دهند.

اثنی عشری خاطرنشان کرد: در همایش امسال چند واحدی که سال گذشته توانسته بودند در حوزه برند حائز رتبه شوند، به دلیل برخی کم‌کاری‌ها یا عقب افتادن از سایر رقبا، در رقابت هفتمین دوره منتخب نشدند؛ گرچه که برخی از آن‌ها واحدهای بزرگ و بنامی هم بوده‌اند. این نشان‌دهنده جدی بودن کار در همایش برندینگ است. از دیگر سو تعداد متقاضیان این همایش افزایش پیدا کرده است.

نایب رئیس هیات رئیسه انجمن مدیران صنایع خراسان خاطرنشان کرد: امروز گرایش مصرف کنندگان به سمت برند سوق پیدا کرده اما متاسفانه برندهای ما در سطح جهانی نتوانسته‌اند حضور داشته باشند. ما در این همایش دنبال زمینه‌سازی برای ایجاد شرایطی هستیم که فعالان اقتصادی استان بتوانند در بازارهای بین‌المللی نیز حضور یابند.

وی درباره برنامه‌ریزی‌های انجمن مدیران صنایع خراسان برای معرفی محصولاتی که ظرفیت برخورداری از برند بین‌المللی را دارند گفت: توانمندی‌های ما بیشتر در حوزه غذا و صنایع دستی است. شاید در حوزه‌های تکنولوژیکی خیلی قوی نباشیم ولی در زمینه تولید کالاهایی که به بستر تکنولوژیکی بالایی نیاز ندارد، ورود پیدا کرده‌ایم. همچنین در زمینه‌های IT، الکترونیک و نساجی نیز نسبتا توانمندی‌های خوبی وجود دارد که امیدواریم بقیه صنایع نیز خود را به این سطح برسانند.

همراه با برترین‌های هفتمین همایش برندینگ

● بیش از ۷۰ درصد دارایی‌های فعالان اقتصادی دارایی معنوی است

محمدعلی میرزایی مدیرعامل موسسه دارایی های فکری و فناوری «پلکان» گفت: مدیران امروزی و هوشمند و صاحبان کسب و کاری که به آینده نظر دارند به برند و برندینگ توجه ویژه‌ای دارند. بیش از ۷۰ درصد دارایی‌های شرکت‌ها دارایی‌های معنوی است. برند نیز یکی از ارکان اصلی دارایی‌های معنوی کسب و کارهاست. مجموعه پلکان نیز بیش از یک دهه در زمینه حقوق برند و مالکیت فکری فعالیت داشته است.

وی ادامه داد: مساله علائم تجاری و نشان تجاری یک قلمرو است و در هر کشوری که فعالیت داریم، باید مالکیت را ثبت کنیم. مجموعه پلکان نیز در این زمینه در عرصه ملی و بین‌المللی فعالیت دارد و برندهای بزرگ ایرانی را ثبت و حفظ حقوق آن‌ها را تثبیت می کند.

● همایش برندینگ، تجربه خوبی در زمینه برند

سیدمحمد موسی‌فرد رئیس هیات مدیره و مدیرعامل گروه شرکت‌های فولادیان به عنوان یکی از مجموعه‌های حائز رتبه در همایش برندینگ اظهار کرد: مجموعه ما با مشارکت شرکت فولاد خراسان در سال ۷۵ فعالیت خود را آغاز کرد و در حال حاضر ۷ شرکت زیرمجموعه خود دارد که در زمینه‌های مختلف، تولیدی، اقتصادی، عمرانی و... فعالیت دارند.

وی ادامه داد: همچنین هم‌اکنون مجتمع کارخانجات آهک فولادیان نوین توسط ما در حال احداث است. علاوه بر این یک مجموعه ریلی با ۱۰۰۰ دستگاه ناوگان حمل باری در مجموعه فولاد داریم و در زمینه خرید و فروش میلگرد به داخل و خارج از کشور فعالیت داریم.این همایش تاثیر زیادی بر توسعه فعالیت‌های ما داشته و تجربه خوبی در زمینه برندینگ محسوب می‌شود.

● فعالیت در زمینه تولید دیودهای LED برای نخستین مرتبه در خاورمیانه

محمودرضا معلا مدیرعامل « پارس سامان ایرانیان» با اشاره به فعالیت‌های این مجموعه بیان کرد: شرکت ما تولیدکننده انواع دیودهای LEDاست و با سرمایه‌گذاری ۱۲۰ میلیارد تومانی در این زمینه فعالیت دارد. این برای نخستین مرتبه است که یک شرکت در کل خاورمیانه این تولیدات را انجام می‌دهد. پارس سامان از سال گذشته صادرات محصولات خود را آغاز کرده و امسال هم در این زمینه موفقیت‌های خوبی به دست آورده است.

وی افزود: امسال اولین دوره‌ای است که در این همایش شرکت می کنیم که خوشبختانه حائز رتبه نیز شده‌ایم.

● حدود ۳ سال است که به عنوان برند برتر استان فعالیت داریم

حسام مصطفوی، مدیرعامل شرکت« زعفران مصطفوی» بیان کرد: حدود ۳ سال است که به عنوان برند برتر استان در این همایش شرکت می کنیم. مهم ترین فعالیت ما پیشبرد فرایند زنجیره زعفران از مزرعه تا سفره است.

وی ادامه داد: امیدواریم بتوانیم در بخش کشاورزی تحولات خوبی ایجاد کنیم.

● استفاده از آموزه‌های همایش برندینگ در توسعه صادرات

هادی نبی‌زاده رئیس هیات مدیره شرکت «کف‌ساز شرق»، به عنوان یکی دیگر از مجموعه‌های حائز رتبه در این همایش عنوان کرد: فعالیت ما در حوزه تولید مواد شوینده است و اخیرا نیز در زمینه مواد بهداشتی و آرایشی فعالیت خود را آغاز کرده‌ایم.

وی افزود: شرکت کف‌ساز شرق ۴ دوره است که در این همایش حضور دارد و توانسته در هر ۴ دوره عنوان برند برتر را کسب کند. نبی‌زاده خاطرنشان کرد: هدف از شرکت در این همایش ارتقای برند مجموعه در سطح کشور بوده است. همچنین دنبال استفاده از آموزه‌های این همایش برای توسعه صادرات محصولات شرکت هستیم.

● روند صعودی همایش برندینگ به بهبود فعالیت واحدهای تولیدی کم کرده است

محمدرضا زیبایی مدیرعامل شرکت «آستک»، با اشاره به پنجمین دوره حضور این مجموعه در همایش برندینگ خاطرنشان کرد: آستک ۵ دوره است که توانسته عنوان برگزیده در این همایش را از آن خود کند.

وی در خصوص تاثیر برگزاری همایش برندینگ در بهبود فروش کارگاه‌ها و مجموعه‌های اقتصادی استان و مشهد تاکید کرد: با توجه به روند صعودی همایش برندینگ در حوزه ارزش‌یابی‌ها،ما نیز همراه با همایش تلاش مستمر و پیگیری‌های مداومی جهت بهبود فرایندها در حیطه‌های مختلف کسب و کار داشته‌ایم و تلاش کرده‌ایم خود را با شرایط اقتصادی کشور تطابق دهیم و با ارزیابی‌های همایش برندینگ،شرایط احراز صلاحیت در آن را به دست آوریم.

● تبلیغات و عرضه بهتر محصولات، دلیل اصلی مشارکت در همایش برندینگ

آرمان مهرجو مدیرعامل شرکت «ویتانژی»، درباره استقبال این شرکت از همایش برندینگ گفت: این دومین سالی است که مجموعه ویتانژی در این همایش شرکت دارد. خوشبختانه امسال توانستیم عنوان برند شایسته سال ۹۸ را از آن خود کنیم. پیش‌تر نیز در سال ۹۶ در حوزه اصناف این رتبه را به دست آوردیم.

وی ادامه داد: تلاش ما از حضور در این همایش توسعه فعالیت‌های برندینگ و عرضه بهتر محصولات و همچنین تبلیغات بهتر برای آن بوده است.

● یک گام تا کسب مدال افتخار همایش برندینگ

بابک مصری مدیرعامل «چرم مشهد»، با بیان اینکه این دومین سال پیاپی است که در همایش برندینگ برند برتر شده‌ایم، گفت: مجموعه چرم مشهد پیش از این هم دو مرتبه برند شایسته تقدیر در این همایش بوده است. انشاالله سال آینده بتوانیم با کسب عنوان برند برتر، مدال افتخار این همایش را کسب کنیم.

وی اضافه کرد: حوزه فعالیت ما تولید چرم و کلیه محصولات چرمی از پوست خام تا محصول نهایی است و کالاهایی مانند کیف؛ کفش، لباس و... از عمده‌ترین تولیدات این مجموعه است.

مصری تصریح کرد: در دوره‌های پیشین این همایش، از دروسی که اساتید در مورد برند تدریس می کردند استفاده کردیم و خود نیز یک واحد قوی برندینگ را در مجموعه راه‌اندازی کرده‌ایم که از نیروهای کارشناس در آن استفاده شده است.

● همایش برندینگ موجب ارتقای سال به سال مجموعه‌های اقتصادی می‌شود

یوسف مذهب مدیرعامل مجموعه «آموت» اظهار کرد: مجموعه آموت ۱۳ سال است که در حوزه کامینیکیشن و تله‌کامینیکیشن فعالیت دارد. به طور کلی مجموعه مادر هر آنچه که به بهبود ارتباطات کمک کند، با برندهای مختلف فعالیت دارد. امسال همایش برندینگ پرسش‌نامه دشواری داشت. ما ۲ سال پیاپی در این همایش، برند برتر شده‌ایم ولی امسال رقابت بسیار دشوارتر بود و مستندات جامع‌تری برای ارزیابی نیاز داشت که با وجود همه این‌ها شایسته تقدیر شدیم.

وی ادامه داد: به طور کلی این پرسش‌نامه در پیشبرد اهداف مجموعه‌های اقتصادی موجب ارتقای سال به سال شرکت‌ها می‌شود.

● تجربه‌های همایش برندینگ را برای آینده حفظ کرده‌ایم

سیدرضا حسینی مدیرعامل شرکت« قهوه پارس‌سازان» (مولتی‌کافه) بیان کرد: این چهارمین سالی است که شرکت مولتی‌کافه در همایش برندینگ شرکت می‌کند و در هر ۴ سال واحد نمونه و منتخب همایش شده و نشان افتخار را نیز کسب کرده است. وی ادامه داد: ما به عنوان تولیدکننده قهوه فوری و بزرگترین مجموعه تولیدکننده محصولات مرتبط با قهوه از لحاظ حجم در خاورمیانه شناخته می‌شویم که ۲۳۰ نفر اشتغال‌زایی مستقیم ایجاد کرده‌ایم.

حسینی درباره اثرات این همایش بر توسعه فعالیت‌های برندینگ واحدهای تولیدی گفت: اثرات این همایش بر مجموعه ما با توجه به اینکه برند ما یک برند تقریبا ملی است، باعث شده تمام مراحل پیشرفت برندمان را به صورت کاملا مستند شده در مجموعه حفظ کنیم تا در مراحل بعدی استفاده‌های لازم از این تجربه‌ها را داشته باشیم.

● دشوارتر شدن سالانه همایش برندینگ ارتقای مجموعه‌های تولیدی را در پی دارد

مهدی پیروزه‌پور مدیرعامل گروه صنایع غذایی «نوین ساندوی» گفت: فعالیت ما در زمینه آجیل و خشکبار است و پنجمین سالی است که در همایش برندینگ حضور پیدا می کنیم. گروه صنایع غذایی نوین ساندوی براساس قوانین این همایش مدال برندینگ را پس از ۵ دوره کسب کرده است. وی اضافه کرد: برخلاف همایش‌های دیگری که به صورت چک لیست و برنامه‌های روتین برگزار می‌شود، هر سال پرسش‌نامه همایش برندینگ از سال قبل سخت‌تر شده و موارد دیگری هم به آن اضافه می‌شود. همین مساله موجب افزایش اشتیاق واحدهای تولیدی شده و با موارد جدیدی که هر سال در ارزیابی‌هااضافه می‌شود، ارتقای مجموعه‌های تولیدی را در پی دارد.

● همایش برندینگ برای ما هدف تعیین کرده است

سجاد سلطانی مدیرعامل شرکت «صنعت بام شرق» با بیان اینکه دو سال است که مجموعه ما در این همایش شرکت داشته و برند برتر شده است، خاطرنشان کرد: این همایش تاثیر خوبی بر فعالیت‌های مجموعه ما داشته و تلاش کرده‌ایم با استفاده از آموزه‌های آن، در حوزه صادرات و فروش داخلی کار کنیم و روی اهداف‌مان متمرکزتر شویم. وی اضافه کرد: این همایش کمک کرده برای خود اهداف زیادی را مشخص و روی آن کار کنیم.

● نگاه داخلی به برند پایدار نیست

حسین احمدی‌سلیمانی رئیس کمیسیون معدن و صنایع معدنی اتاق بازرگانی خراسان رضوی بیان کرد: برخی برندها برای مصرف داخلی ارزش‌گذاری می کنند ولی این نگاه نمی‌تواند پایدار و بلندمدت باشد چراکه ما در کشور چالش‌های ارزی داریم که این مساله نیازمند این است که خودگردان باشیم. ما نمی‌توانیم همیشه خودمصرف باشیم و همه تولیدات را خود مصرف کنیم. وی با بیان اینکه برند یک مسیر اجتناب‌ناپذیر و طولانی برای واحدهایی است که می‌خواهند در عرصه کسب و کار دوام و بقا داشته باشند، گفت: به همین دلیل انجمن صنایع خراسان ابتکار عمل را به دست گرفته و همایش برندینگ را برگزار می کند که سال به سال هم رونق آن بیشتر می‌شود. امسال کشور در شرایط جنگ اقتصادی است و تحریم‌ها به آن فشار زیادی آورده است اما استقبال از این همایش نشان می‌دهد کارآفرینان در این عرصه قدم برداشته‌اند و خود را برای حرکت در مسیری سخت آماده کرده‌اند. این، جای امیدواری دارد چون مسیری درخشان پیش روی فعالان اقتصادی ماست.

احمدی‌سلیمانی ادامه داد: یک بعد این همایش حضور اساتید و نخبگان در آن است و بعد دیگر آن مربوط به مبادله تجارب و شناخت بهتر برندها از یکدیگر است. همین که روز به روز واحدهای تولیدی در جهت دسته‌بندی و بازسازی روابط خود با بخش‌های بالادستی و جامعه ذی‌نفعان حرکت می کنند، نشان دهنده این است که دارایی‌های نامشهود آن‌ها و ارزش ذاتی‌شان در حال تکامل است.

وی گفت: برند بین‌المللی یعنی اینکه برندی به فکر صادرات و نفوذ در بازارهای جهانی باشد. برخی برندها برای مصرف داخلی ارزش‌گذاری می کنند ولی این نگاه نمی‌تواند پایدار و بلندمدت باشد چراکه ما در کشور چالش‌های ارزی داریم که این مساله نیازمند این است که خودگردان باشیم. ما نمی‌توانیم همیشه خودمصرف باشیم و همه تولیدات را خود مصرف کنیم. برای همین است که باید در جهت بین‌المللی شدن برند گام برداشت چون اقتصاد امری جهانی است.

● وظیفه وزارت صمت با واردات کالای ضروری تمام نمی‌شود

رضا حمیدی رئیس کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی خراسان رضوی تاکید کرد: باید توجه داشت برخی کالاها برای واردات ضروری است اما با وارادات، وظیفه وزارت صنعت، معدن و تجارت تمام نمی‌شود. لازم است که تولید این کالا در دستور کار قرار گیرد و اگر مزیت اقتصادی برای آن وجود دارد، کالا وارد شبکه تولید شود. وی با اشاره به اثرات هفتمین همایش برندینگ در توسعه فرهنگ برندسازی میان فعالان اقتصادی اظهار کرد: براساس آمار انجمن مدیران صنایع خراسان رضوی، برگزاری ۶ دوره از این همایش تاکنون اثرات خوبی داشته چراکه بسیاری از فعالان اقتصادی به دلیل مشغله‌های زیادی که با آن دست به گریبان هستند، فرصت پرداختن به چنین موضوعاتی را ندارند و به همین دلیل از این همایش بهره می‌برند. این همایش موجب شده ذهن فعالان اقتصادی با مفهوم برند و فواید آن آشنا شود و این تاثیر بر آن‌ها کاملا مشهود بوده است.

وی ادامه داد: در حال حاضر با وجود تاکیدات مقام معظم رهبری مبنی بر مصرف کالای داخلی، باز هم آمار قاچاق و واردات نشان می‌دهد شرایط همسو با نظرات مسئولان کشور نیست و واردات کالای لوکس صنعت مملکت را دچار مخمصه می کند.

حمیدی تاکید کرد: از همه این‌ها مهم‌تر، فرهنگسازی است. ممکن است یک خانواده ایرانی به دلیل بیکاری فرزند خود دچار برخی مسائل و مفاسد شود ولی همین خانواده از کالای خارجی، آن هم نه مدل گران قیمت آن بلکه نمونه‌های ارزان، استفاده می کند.

رئیس کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی خراسان رضوی تاکید کرد: باید فرهنگ خرید کالای ایرانی در بین خانواده‌ها نهادینه شود و بدانند که خرید این کالا به اشتغال و دوری از فساد فرزندانشان کمک می کند. بیکاری ام‌الفساد است. در زندان‌های ما افراد بسیاری هستند که به‌جهت همین مسائل گرفتار شده‌اند. باید اشتغال‌زایی کرد و بتوان جلوی ورود کالای غیرضروری را گرفت. در این میان کار رسانه‌ها نیز اثرگذار خواهد بود. رسانه‌ها باید مردم را با اثرات مبارزه با جنس خارجی آشنا کنند. حمیدی تصریح کرد: البته باید توجه داشت برخی کالاها برای واردات ضروری است اما با وارادات، وظیفه وزارت صنعت، معدن و تجارت تمام نمی‌شود. لازم است که تولید این کالا در دستور کار قرار گیرد و اگر مزیت اقتصادی برای آن وجود دارد، کالا وارد شبکه تولید شود. برای این منظور لازم است وزارت صنعت، معدن و تجارت آمار واردات را تجزیه و تحلیل کند و ارزیابی لازم را داشته باشد تا از آن کالایی که قابلیت تولید در کشور دارد، حمایت کند. متاسفانه در حال حاضر وزارت صمت احساس می کند این کار تلف کردن بودجه دولت است در حالی که این برنامه‌ریزی به اشتغال کمک خواهد کرد.

درخواست فعالان اقتصادی خراسان رضوی در نشست با اعضای کمیسیون صنایع و معادن مجلس

به‌جای تصویب قانون قوانین زائد را حذف کنید

زهرا صفدری
■ خبرنگار

دنیای اقتصاد- تشکیل کمیته‌ای ویژه متشکل از دو نماینده کمیسیون صنایع و معادن مجلس با دو نماینده از سوی استاندار خراسان رضوی برای جمع بندی مشکلات صنعت و معدن این استان و چاره جویی برای رفع آن مشکلات را می توان مهمترین دستاورد و نتیجه شصت و هشتمین نشست شورای گفتگوی خراسان رضوی دانست؛ وعده‌ای که از سوی عزیز اکبریان رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس داده شد. شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی خراسان رضوی در تازه ترین نشست خود میزبان اعضای کمیسیون صنایع و معادن مجلس و قائم مقام و برخی مسئولان وزارت صنعت بود؛ نشستی که به شنیدن حرفهای فعالان اقتصادی استان از سوی مجلسی ها و راهکارها و نکات نمایندگان برای نجات صنعت گذشت و قائم مقام وزیر صمت در امور بازرگانی هم به بیان برنامه های این وزارتخانه در حوزه تجارت به ویژه جلوگیری از واردات پرداخت. نیاز کشور به بازنگری اساسی در سیاست گذاری ساختارهای توسعه صنعتی نکته‌ای بود که غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران در این نشست مطرح کرد و سپس از سوی اعضای اتاق بازرگانی برای تدوین «استراتژی توسعه صنعتی کشور» اعلام آمادگی کرد؛ البته به شرط ماموریت این کار از سوی مجلس و دولت. تفویض اختیارات سپرده‌های بانکی و برخی دیگر از اختیارات وزارت صمت به استان خواسته‌ای بود که از سوی علیرضا رزم حسینی استاندار خراسان رضوی مطرح شد؛ او خطاب به نمایندگان و مسئولان وزارت صمت گفت «اگر بورو کراسی اداری را به استان ها واگذار می کردید، دیگر نیازی به وجود شورای گفتگو هم نبود». لزوم جلوگیری از خام فروشی نیز نکته‌ای بود که از سوی رضا حمیدی رئیس کمیسیون صنعت اتاق مشهد مطرح شد؛ او معتقد است «با خام فروشی ارزش افزوده واشتغالزایی را تقدیم بیگانگان می کنیم». اما چالش های مالیاتی برای تهاتر کالا، ضرورت ریشه یابی مشکلات به جای افزودن به حجم قوانین، انتقاد از بی اعتبارسازی کارت‌های بازرگانی تجار، توقف صادر کنندگان واقعی با فشارهای مالیاتی و ارزی، عدم تمایل به سرمایه گذاری به خاطر وجود قوانین دست و پاگیر و... هم دردل هایی بود که فعالان اقتصادی خراسان رضوی در این جلسه مطرح کردند و به گوش مجلس نشینان رساندند؛ آنها خواستار تلاش جدی نمایندگان و به ویژه اعضای کمیسیون صنایع و معادن در مدت باقیمانده از عمر مجلس یازدهم در حل این مشکلات و نجات تن رنجور صنعت شدند.

عکس: محسن بخشنده - ایرنا / محمد آل رسول - ایسنا

شافعی: ما از گذشته قهرمان اتلاف منابع به ویژه در بخش صنعت بودیم و هستیم

● حرکت صنعت در سالهای اخیر مثبت نبوده است

رئیس اتاق بازرگانی ایران در این نشست ابتدا به نادرست بودن توصیف کنونی از صنعت کشور اشاره کرد و از عدم همخوانی ادعای مسئولان از صنعت و روند حرکت آن با آمارهای رسمی کشور گفت.

غلامحسین شافعی خطاب به اعضای کمیسیون صنایع و معادن مجلس و قائم مقام وزیر صمت گفت: سهم بخش صنعت از تولید ناخالص داخلی (به قیمتهای سال ۹۰) از ۱۴/۴ درصد در سال ۹۳ به ۱۲/۲ درصد در سال ۹۷ رسیده و این کاهشی بسیار معنادار است و نشان دهنده اینکه روند حرکت صنعت مثبت نبوده است. وی خاطرنشان کرد: هم اکنون رشد اقتصادی بدون درنظر گرفتن نفت، ۲,۴- درصد و نرخ رشد صنعت ۶,۵- درصد است و این یعنی روند حرکت صنعت ما از متوسط اقتصاد بسیار پایینتر است؛ از طرفی، روند رشد تشکیل سرمایه ثابت برای تامین ماشین آلات صنایع معادل ۶,۹- درصد است و این بدان معناست که با کاهش شدید سرمایه گذاری صنعتی مواجهیم؛ بنابراین باید بپذیریم که صنعت ما حال و روز بسیار بدی دارد.

شافعی: رشد اقتصادی بدون در نظر گرفتن نفت، ۲,۴- درصد و نرخ رشد صنعت ۶,۵- درصد است و این یعنی روند حرکت صنعت ما از متوسط اقتصاد بسیار پایینتر است

وی با تاکید بر اینکه مسیری که تاکنون در بخش صنعت پیموده ایم، مسیر درستی نبوده و به همین دلیل این وضعیت را پیدا کرده ایم، تصریح کرد: ما نیازمند بازنگری اساسی در سیاست گذاری ساختارهای توسعه صنعتی کشور هستیم و تا این اتفاق نیفتد، همه اقدامات ما را به نقطه بهینه نمیرساند؛ گرچه ممکن است به طور موقت تاثیراتی بگذارد، اما در مجموع حرکتی متناسب به سمت اهداف در این زمینه نخواهیم داشت.

رئیس اتاق ایران معتقد است که در سالهای گذشته اضطرار در تصمیم گیری باعث شده از برنامه ریزی منسجم برای کار صنعتی استفاده نکنیم و هیچ گاه به توسعه دست نیافته ایم. وی یادآور شد: منابع ارزی ما از شروع برنامه اول توسعه در سال ۶۸ تا ۹۶، ۳۲۰۳ میلیارد دلار بوده و ما نتوانسته ایم در این مدت ۳۰ میلیون شغل ایجاد کنیم در حالیکه کشور چین با منابع ۳۰۰ میلیون دلاری ۲۰۰ میلیون شغل ایجاد می کند. تا زمانیکه ریشه این مشکل را پیدا نکنیم، وضع همین است و ما از گذشته قهرمان اتلاف منابع به ویژه در بخش صنعت در این کشور بودیم و هستیم.

● فعالان اقتصادی بدون هیچ واهمه ای واقعیت‌ها را بگویند

چرایی تصویب نشدن لایحه مالیات بر ارزش افزوده، موضوعی بود که رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس سخنانش را با آن آغاز کرد؛ عزیز اکبریان معتقد است «لایحه مالیات بر ارزش افزوده وضعیت فعالان اقتصادی را بدتر می کرد». او گفت: لایحه ای که از سوی دولت برای مالیات بر ارزش افزوده به صحن علنی مجلس آمد، با وجود اصلاحاتی که مجلس انجام داد، خواست فعالان اقتصادی را بر آورده نمی کرد و وضعیت را به مراتب بدتر می ساخت.

وی خواستار مطالبه جدی تری از سوی بخش خصوصی برای رسیدن به خواسته هایشان شد و گفت: با حضور و اثرگذاری بیشتر اتاق و بخش خصوصی، اصلاحات لازم برای لایحه مالیات بر ارزش افزوده انجام می شود؛ ما باید به سمت حمایت از تولیدکننده برویم و فعال اقتصادی هم از گفتن واقعیت‌ها نترسد زیرا انقلاب کردیم که حرفمان را بزنیم ولو به ضررمان تمام شود. با وضعیت کنونی تولیدکنندگان بیچاره می‌شوند و باید فرمولی برای بهبود این وضعیت تهیه شود.

امارئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس در واکنش به اظهارات قائم مقام وزیر صنعت درباره ممنوعیت واردات بیش از ۱۶۰۰ قلم کالا تصریح کرد: شما ۱۶۰۰ قلم کالا را ممنوع کردید اما مشابه آن، کالای قاچاق نامرغوب به کشور وارد می‌شود و بازار ما از این کالاها انباشت می‌شود و باید جلوی این موضوع گرفته شود.

قائم مقام وزیر به بیان جزئیاتی از کاهش آمار واردات کشور پرداخت و گفت: میزان واردات کشور در سال ۹۷ نسبت به ۹۶ با ۲۲ درصد کاهش همراه بوده و این سیر نزولی واردات باعث شده در سه ماهه امسال هم نسبت به مدت مشابه سال قبل ۹ درصد کاهش داشته باشیم.

قائم مقام وزیر صمت با اشاره به برگزاری نمایشگاه «فرصت تولید و رونق ساخت» از سوی این وزارتخانه به عنوان اولین نمایشگاه عرضه محور کشور در هفته گذشته گفت: ۲۰۰۰ قطعه ساخت داخل در این نمایشگاه به نمایش گذاشته شد و حجم قراردادها در مدت برگزاری آن ۸۵ میلیون دلار بود و براساس همین نمایشگاه مرکزی به نام ساخت داخلی ایجاد کردیم و هر هفته گزارش اقداماتی که مبنای ساخت داخل است از سوی وزیر دریافت می‌شود؛ وزیر دستور داده هر کالایی که مشابهش در داخل تولید شد، واردات آن را ممنوع کنیم.

● گلایه رزم حسینی از قوانین زائد در مجلس

استاندار خراسان رضوی اما سخنانش را با گلایه و اشاره به بی توجهی مجلسی ها به قوانین زائد احصا شده در سال ۹۴ آغاز کرد و گفت: آن سال برای اولین بار با ۵۲ دستگاه اجرایی قوانین و مقررات مزاحم کسب و کار را احصا کردیم و موارد احصا شده را به تک تک نماینده ها رساندیم اما متاسفانه تاکنون هیچ اقدامی نشده و هنوز در گیر قوانین مزاحم و قواعد زائد کشور هستیم. علیرضا رزم حسینی خطاب به نمایندگان مجلس گفت: ای کاش بورو کراسی اداری را به استان ها تفویض می کردید و در آن صورت دیگر نیازی به شورای گفتگو هم نبود اما شما قوانین زائد را ایجاد می کنید و بعد میگویید دولت و بخش خصوصی بنشینند و قوانین زائد را پیدا کنند.

این سخن آقای استاندار با تشویق فعالان اقتصادی حاضر در نشست همراه بود، نکته ای که به مذاق فعالان اقتصادی خوش آمد و بالبخند مجلسی ها هم همراه بود.

رزم حسینی با بیان اینکه انتظار داریم در مدت باقیمانده مجلس انقلابی در این حوزه اتفاق بیفتد، گفت: نخستین درخواست ما از مجلس تفویض اختیارات به استان هاست و دومین درخواست، واگذاری اختیار سپرده های بانکی استان ها است؛ چرا وقتی رتبه چهارم سپرده های تسهیلات بانکی را در کشور داریم، در نسبت تسهیلات به سپرده رتبه ۲۵ را داریم. وی افزود: هر استانی که صادرات دارد، به همان مقدار برای تامین مواد اولیه به آن اختیار بدهید؛ این امر موجب ایجاد رقابت بین استان ها نیز می‌شود.

رضا حمیدی دومین فعال اقتصادی پس از شافعی بود که برای بیان مشکلات صنعتی تریبون را در اختیار گرفت؛ «مبارزه مستمر و پیگیرانه با قاچاق که صنعت داخلی را به نابودی می کشاند» مهمترین خواسته حمیدی از نمایندگان مجلس و مسئولان وزارت صمت بود. رئیس کمیسیون صنعت اتاق مشهد از کنترل واردات، کنترل ملی گرایانه صادرات و مواد خام و پیش ساخته، کمک به صنایع بانگرش تولید کالای صادرات محور و توجیه پذیر براساس نیاز داخلی، تخصیص تسهیلات به مقدار کافی و متناسب با نیاز با بهره تک رقمی، عدالت مالیاتی و کاهش فشار از دوش مالیات دهندگان راستین، کاهش نرخ سازمان تامین اجتماعی از ۳۰ درصد به ۱۰ درصد و کمک به تامین مواد اولیه واحدهای صنعتی به عنوان دیگر خواسته های خود از اعضای کمیسیون صنایع و معادن مجلس و اهالی وزارت صنعت نام برد.

حسین احمدی سلیمانی رئیس کمیسیون معدن و صنایع معدنی اتاق مشهد نیز در سخنانش به تهاتر کالا به عنوان راهی برای دور زدن تحریم ها در شرایط فعلی اشاره کرد و گفت: مشکلی که در این میان وجود دارد این است که امروز سیستم مالیاتی به گونه‌ای عمل می کند که معاوضه کالا با کالا را به منزله دو مرحله جریان مالی تلقی کرده و این یعنی دو بار دریافت مالیات و در نتیجه مسدود کردن روند تهاتر.

سپس سیدمحمد بحرینیان مدیر مرکز پژوهش‌های اقتصادی و توسعه اتاق مشهد خطاب به نمایندگان مجلس، خواستار تغییر ماده ۱۰ قانون برنامه چهارم توسعه شد. او تاکید کرد: امکان ندارد با ۱۸ درصد سود بانکی بخش بازرگانی و ۱۸ درصد سود بخش تولید کسی سرمایه گذاری کند. در شرایط تحریم این پارادوکس را چه کسی باید حل کند؟ وی تصریح کرد: پنج سال است که می گوییم بخش صنعت بدون منابع حرکت نمی کند و سهم ۱۸,۸ درصدی این بخش از منابع بانکی کشور، نمی تواند برای صنعت کاری کند.

تعدد واحدها موضوع دیگری بود که بحرینیان به عنوان یکی از آسیبهای صنعت کشور به آن اشاره و اظهار کرد: این تعداد واحدها براساس چه معیاری مجوز می گیرند؟ برای تولید انواع قطعات پلاستیکی بادی و تزریقی طبق آنچه در وبسایت وزارت صنعت منتشر شده، ۲۰۴۶ واحد فعالند و ۲۹۱ واحد هم در دست اجراست.

این فعال اقتصادی هم مانند رزم حسینی به قانون گذاری‌های بی فایده مجلسی‌ها اشاره کرد و خطاب به اعضای کمیسیون صنایع و معادن گفت: «اینقدر قانون تصویب نکنید چون فایده ای ندارد و باید مشکلات اساسی را ریشه یابی کنید»

● انتقاد از بی اعتبارسازی کارت‌های بازرگانی تجار

محمدحسین روشنک، رئیس کمیسیون تجارت اتاق مشهد هم از برخی بخشنامه های صادراتی گلایه کرد و گفت: کارت های بازرگانی تجار و بازرگانان را با صدور بخشنامه ای از اعتبار انداختند؛ با این توجیه که عده ای با کارت های اجاره ای دست به تخلف زده اند اما جای جریمه کردن تجار و بازرگانان صاحب کسوت؛ باید جلوی دزد و متخلف را بگیرید. وی ادامه داد: خوشبختانه تحریم ها نشان داد که تکیه بر «اقتصاد بومی» در کشور ما بیش از «اقتصاد وارداتی»، ما را به اقتصاد مقاومتی نزدیک می کند و این را باید در سرلوحه برنامه هایمان بنویسیم.

محمدعلی چمنیان دیگر عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی خراسان رضوی نیز خواستار بازنگری در قوانین کار و مالیاتی شد و گفت: در مباحث سرمایه گذاری آنقدر خودمان را در گیر سرمایه گذاری خارجی کرده ایم که از سرمایه داخلی غفلت کرده ایم؛ در دنیا قوانین مالیاتی برای جهت دهی به سرمایه وضع می‌شود اما در کشور ما اینطور نیست و مالیات از سود تقسیم شده گرفته می‌شود این در حالیست که ما سود تورمی داریم و براساس آن مالیات اخذ می‌شود. وی افزود: قوانین کار و مالیاتی نیاز به بازنگری عمده دارد زیرا با این قوانین کار دست و پاگیر کسی اقدام به سرمایه گذاری نمی کند.

علی شریعتی مقدم رئیس کمیسیون کشاورزی و آب اتاق مشهد نیز گفت: در شرایطی که مشکلاتی جدی برای برگشت ارز وجود دارد، بهانه ای برای حوزه های مالیاتی وجود دارد و این باعث توقف صادرکننده های واقعی شده است. امروز ما در شهرکهای صنعتی مالیات بر ارزش افزوده و مالیات بر عملکرد را می دهیم و از طرفی هزینه نگهداری را هم باید بپردازیم و بهتر است بخشی از این مالیات برای نگهداری به واحدها برگردد.

حسین سبحانی نیا نماینده مردم سبزوار در مجلس هم با اشاره به گلایه بخش خصوصی درباره بخش سرمایه گذاری گفت: تا زمانی که اشکالات این حوزه برطرف شود راه زیادی داریم؛ در برخی استان‌ها میزی در استانداری تعبیه شده تا مجوزهای لازم در همانجا صادر شود؛ استاندار والی این استان است و باید بداند که جرات از مدیران این استان گرفته شده و دستان آنها برای صدور مجوز میلرزد و باید این موضوع را حل کنید.

بحرینیان: امکان ندارد با ۱۸ درصد سود بانکی بخش بازرگانی و ۱۸ درصد سود بخش تولید کسی سرمایه گذاری کند. در شرایط تحریم این پارادوکس را چه کسی باید حل کند؟

سعید باستانی نماینده مردم تربت حیدریه در مجلس نیز گفت: کوتاهی هایی که در مجلس انجام داده ایم در بحث مالیات‌ها بوده که پس از ۳-۴ سال هنوز کاری انجام نداده ایم. در بحث بانکی نیز اصلاحیه نظام بانکی کشور را در سال نخست فعالیت این دوره مجلس تقدیم مجلس کردیم اما با گذشت این مدت هنوز این طرح به صحن نیامده و نتوانسته ایم آن را اصلاح کنیم. وی در بخش دیگری از سخنانش از عملکرد وزارتخانه‌های صمت و جهاد کشاوری انتقاد و اظهار کرد: وزارت صمت و کشاورزی فاقد استراتژی توسعه صنعت و کشاورزی هستند و بعد از ۴۰ سال در کشور هنوز استراتژی توسعه صنعت نداریم و اگر می داشتیم مواد اولیه پلیمری مورد نیاز صنعت خودرو و یا ورق خودرو را تاکنون تولید کرده بودیم.

باستانی: اصلاحیه نظام بانکی کشور را در سال نخست فعالیت این دوره مجلس تقدیم مجلس کردیم اما با گذشت این مدت هنوز این طرح به صحن نیامده و نتوانسته ایم آن را اصلاح کنیم

خبر مرتبط

قائم مقام وزارت صمت تاکید کرد

قیمت خودرو افزایش نمی‌یابد

دنیای اقتصاد- قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور بازرگانی گفت: محصولات ایران خودرو در حال حاضر هیچ افزایش قیمتی ندارد و این شرکت در صورت افزایش قیمت قطعات، مجبور است آن را از محل بهره وری و یا داخلی سازی جبران کند و فعلا برنامه ای برای افزایش قیمت خودرو وجود ندارد.

حسین مدرس خیابانی در حاشیه شصت و هشتمین نشست شورای گفتگوی خراسان رضوی درباره آخرین تصمیمات وزارت صمت در حوزه خودرو گفت: در بحث خودرو، برنامه ای ۱۱ بندی از سوی معاونت امور صنایع وزارت صمت نوشته شده و موضوعاتی چون فروش دارایی های غیر مولد خودروسازا، داخلی سازی خودروها برای جلوگیری از واردات قطعات مشابه و کنترل پیش فروشها در آن پیش بینی شده است.

وی افزود: امروز شرکت سایپا دیگر خودروی ناقص تولید نمی کند و طبق برنامه ریزی معاون امور صنایع وزارت صمت قرار است در طول دوره تعطیلی تابستان، میزان خودروهای ناقص در پارکینگ سایپا به نصف برسد و به زیر ۵۰ هزار خودرو برسد و مابقی خودروسازان هم همین ماموریت را دارند.

مدرس درباره موضع وزارت صمت برای تفکیک وزارتخانه بازرگانی نیز گفت: کاری که وزارت صمت در این حوزه کرده این است که موضوعات حوزه بازرگانی در ۹ دستگاه ذیربط خود مثل معاونت بازرگانی داخلی، سازمان حمایت، توسعه تجارت، شرکت نمایشگاه‌ها، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، اداره کل مقررات و حتی مرکز تجارت الکترونیک و... است، را در ساختار قائم مقام متمرکز کرده است تا موضوعات حوزه بازرگانی هم با هماهنگی بیشتر و منسجم تری بررسی شود و همچنین اگر اولویتهای بازرگانی در این ابر وزارتخانه مغفول مانده، در اولویت قرار گیرد و پیگیری شود.

وی با بیان اینکه هم اکنون سه ساختار در حوزه تجارت در کشور در حال پیشروی است، تصریح کرد: بخش اصلی که مجلس در حال پیشبرد آن است، وزارت بازرگانی است؛ بخش دوم، سناریویی درباره شکل گیری معاونت حوزه ریاست جمهوری تحت عنوان امور تجاری و بازرگانی است و بخش دیگری که عملیاتی نیز شده، مربوط به تعیین قائم مقام وزیر صمت در حوزه بازرگانی است.

قائم مقام وزیر صمت خاطرنشان کرد: اتفاقی که در حوزه بازرگانی رخ داده، این است که دستگاه‌ها کنار هم چیده شده‌اند و هر تصمیمی که در حوزه بازرگانی اخذ شود، به خاطر مستقل بودن دستگاه‌ها، می توان آنها را در قالب یک مدیریت متمرکز به سرعت سازماندهی کرد و این امر هزینه‌ای زیادی هم به دنبال نخواهد داشت.

دبیر کمیسیون صنایع و معادن مجلس اعلام کرد

۲۰۰۰ میلیارد تومان هزینه تاسیس وزارتخانه بازرگانی

دنیای اقتصاد- دبیر کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی تاکید کرد: در حال حاضر با تاسیس وزارت بازرگانی مخالف هستیم؛ دلیل آن هم این است که ۲۰۰۰ میلیارد تومان هزینه در پی دارد و باید زمان زیادی برای تاسیس و امور آن صرف کرد و نتیجه ای نیز حاصل نخواهد شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق مشهد، سیدجواد حسینی کیا در حاشیه شورای گفت‌وگوی خراسان رضوی به تاثیر حذف ۴ صفر از پول رایج کشور اشاره کرد و گفت: این امر کارشناسانه نیست و تاثیر منفی بسیاری را به همراه خواهد داشت. لذا اولویت‌های مهمتری نسبت به حذف صفر را در کشور داریم.

وی با تاکید بر اینکه باید به سمتی برویم که اولویت اول کشور باشد، ادامه داد: یکی از این اولویت‌ها جهت دهی این نقدینگی به سمت تولید و اشتغال است؛ حدود ۱۹۰۰ میلیارد تومان نقدینگی در جامعه داریم و دولت باید این حجم از نقدینگی را به سمت تولید و اشتغال سوق دهد زیرا بار منفی دارد و در حال حاضر جامعه ظرفیت پذیرش این اقدام را نخواهد داشت.

دبیر کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه حذف ۴ صفر از پول رسمی بار روانی منفی را در جامعه به همراه خواهد داشت، عنوان کرد: به عنوان مثال، کسی در بانک ۳۰ میلیون تومان دارد و به او بگویند که ۳۰۰۰ تومان در بانک دارد، واکنش منفی خواهد داشت، به نظر می‌رسد، بار منفی سنگینی خواهد داشت و جامعه آن را نمی پذیرد و حتی ممکن است که تورمی را ایجاد کند. حسینی کیا در پاسخ به سوالی در خصوص اینکه تاسیس وزارت بازرگانی چه تاثیری به همراه دارد، اظهار کرد: در حال حاضر با تاسیس وزارت بازرگانی مخالف هستیم؛ دلیل آن هم این است که ۲۰۰۰ میلیارد تومان هزینه در پی دارد و باید زمان زیادی برای تاسیس و امور آن صرف کرد و نتیجه‌ای نیز حاصل نخواهد شد.

وی افزود: راه حلی که برای امور بازرگانی در این شرایط مطلوب است، یک معاون قوی بازرگانی است که بتواند امور را به دست گیرد. به نظر می‌رسد که می تواند جایگزین خوبی باشد و هم اینکه در حال حاضر یک وزارت خانه برای امور و راه اندازی یک واحد تولیدی پاسخگوست، چه برسد که دو وزارت خانه شود؛ گاهی باید یک تا دو ماه مکاتبات و نامه نگاری برای امور میان دو وزارتخانه صورت گیرد تا بتوان کاری را به سرانجام رساند.

دبیر کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی بیان کرد: کشورهای پیشرفته عموما یک وزارتخانه دارند. براساس تدابیری این دو وزارتخانه با یکدیگر ادغام شدند اما با ایجاد یک وزارتخانه جدید علاوه بر هزینه های بیشتر، چندین ماه زمان می برد که معاونان خود را انتخاب کنند، ساختمان ها را تفکیک کنند و تابلوهای ادارات خود را جداسازند، مصلحت در انجام این کار نمی بینم.

حسینی کیا در خصوص اینکه آیا ادعای خودروسازان در مورد اینکه زیان ده هستند صحت دارد، گفت: یکی از مشکلات این است که آنها به طور شفاف سخن نمی گویند بنابراین وضعیت مشخص نیست که آیا خودروسازان زیادن ده هستند یا خیر. خودروسازان می گویند نزدیک به ۲۵ هزار میلیارد زیان انباشته شده دارند، آیا این حرف واقعا درست است یا خیر؟ باید دید که اگر درست باشد، واضح است، زیان ده هستند اما وقتی که تولید را می بینیم، خیلی این حرف درست نیست.

دنیای اقتصاد

روزنامه صبح ایران

WWW.DONYA-E-EQTESAD.COM ● info@ donya-e-eqtesad.com

ضمیمه استان های خراسان

■ روزنامه اقتصادی صبح ایران
■ صاحب امتیاز : دنیای اقتصاد تابان ■ مدیر مسئول: علیرضا بختیاری
■ نشانی: خیابان شهید مطهری- حدفاصل سنایی و میرزای شیرازی - پلاک ۳۷۰
■ مدیر هنری: محمد عسگری ■ تلفن: ۸۷۷۶۲۲۰۷-۰۲۱
■ لیتوگرافی و چاپ: امید نشر وچاپ ایرانیان

سرپرست خراسان رضوی: شهناز رمارم- دبیر ضمیمه خراسان: احسان میرزاده
نشانی: مشهد،بلوار شهید صادقی،خیابان آپادانا،شماره۱۳
تلفن: ۳۷۶۲۵۳۵۳-۰۵۱ و ۵-۳۷۰۵۶۸۵۴-۰۵۱ نمابر:۸۹۷۸۰۲۱۷-۰۲۱ آگهی ها: ۰۹۱۲ ۴۱۹ ۸۶ ۳۵
خراسان جنوبی، محمد قربانی: ۳۲۲۳۵۴۵۴-۰۵۶
نسخه الکترونیک: www.EastEconomy.ir سامانه ارتباطی:۳۰۰۰۲۲۴۸۰۰

در سفر معاون اول رئیس جمهور به مشهد چه گذشت؟

روایت تیزهوشی مشهدی ها از زبان جهانگیری

جهانگیری در جلسه شورای اداری خراسان رضوی با اشاره به تهاتر طلب‌های شهرداری مشهد از دولت با بدهی‌های این نهاد به بانک‌ها اظهار کرد: شهردار مشهد با هوشمندی بدهی مجموعه خود را بر عهده دولت گذاشت.

وی اظهار کرد: سال گذشته شهردار مشهد مدعی شد ۴۴۰۰ میلیارد تومان از دولت طلب قطعی دارد که مبنای آن معلوم نبود اما مشخص شد که شهرداری این میزان را به بانک‌ها بدهکار است و شهردار با زرنگی بدهی شهرداری را بر عهده دولت گذاشت. بانک‌ها هم بدهی خود را بر عهده بانک مرکزی گذاشتند و دولت امروز بدهکار به بانک مرکزی است.

جهانگیری ادامه داد: امسال شهرداری مشهد ۷۵۰۰ میلیارد تومان طرح در دست اجرا دارد. همه موارد و دستاوردهایی که به دست آمده از جمله اقدامات مناسبی که برای شهر مشهد صورت گرفته است، پیامی به آمریکایی‌ها منتقل می‌کند که شما فکر می‌کنید با تحریم نفت و فشار بر منابع مالی و بودجه‌ای کشور می‌توانید مانع توسعه ایران شوید و مشکلات زیادی برای مردم ایجاد کنید؛ حال آنکه مدیران توانمند و خوش‌فکر راه‌هایی باز کردند که تنها یک شهرداری در مشهد این حجم از پروژه‌ها را اجرایی کند.

وی افزود: مشهد پس از تهران، بزرگترین کلانشهر در کشور است که به دلایل متعدد فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و مذهبی می‌تواند نمادی از آثار مدیریت جمهوری اسلامی در کل کشور باشد. مشهد می‌تواند آسیب‌های مدیریت کشور را بررسی کند.

جهانگیری ادامه داد: شنیده ام که شورای شهر مشهد که از انسجام خوبی برخوردار است؛ پیگیر جدی مسائل شهر است و دستورالعمل‌های خوبی در این حوزه در نظر دارد.

وی خاطرنشان کرد: با بررسی‌های صورت گرفته از شهرهای بزرگ مانند تهران، مشهد و... مشخص شده روزانه ده‌ها و گاهی صدها هزار خودرو از حومه به داخل شهر می‌آیند؛ بنابراین قطار شهری می‌تواند از ورود بخش زیادی از این خودروها جلوگیری کند. در دولت یازدهم به صورت جدی ریل در دستور کار قرار گرفت و تلاش بر این شد تمام استان‌ها به ریل متصل شوند.

● چینی‌ها کندی می‌کنند

معاون اول رئیس جمهور خاطرنشان کرد: از سویی دیگر در سفری که رئیس جمهور چین به تهران داشت، توافقی مبنی بر ایجاد قطار برقی برای مسیر تهران- مشهد صورت گرفت و برقی کردن قطار این مسیر امضا شد و بیش از ۲ میلیارد دلار برآورد هزینه آن است. امروز اجرای تعهدات از طرف چینی به کندی انجام می‌گیرد که باید به سرعت آن را بر طرف کنیم.

جهانگیری:
شنیده ام که شورای شهر مشهد که از انسجام خوبی برخوردار است؛ پیگیر جدی مسائل شهر است و دستورالعمل‌های خوبی در این حوزه در نظر دارد

جهانگیری بیان کرد: حدود ۷۵۰۰ میلیارد تومان از ردیف‌های بودجه‌ای به کلان‌شهرها اختصاص داده شده است.

دولت سال گذشته و امسال از نظر بودجه به کلان‌شهر مشهد کمک قابل توجهی کرده است. بودجه شهر مشهد در سال جاری بیش از ۶۰۰ میلیارد تومان خواهد بود و دولت نیز کمک می‌کند که این بودجه حتما تخصیص یابد. امیدواریم شهرداری مشهد بتواند همانطور که سال گذشته از ۷۰۰ میلیارد تومان خود استفاده کرد، امسال نیز از ۶۰۰ میلیارد تومان در نظر گرفته شده، استفاده کند.

وی با اشاره به بهتر شدن شرایط کشور از مردم خواست نگران نباشند. معاون اول رئیس جمهور تصریح کرد: دولت اصرار دارد چهره خشن فقر را از کشور دور کند تا به نطقه‌ای برسیم که اعلام کنیم که فقیر نیازمند شدید نداریم.

جهانگیری افزود: از ابتدای سال ۹۶ مستمری مددجویان دستگاه‌ها و نهادهای حمایتی را ۳ تا ۴ برابر کردیم و برای افزایش مستمری ۷۰ هزار میلیارد ریال اختصاص یافت و امسال نیز ۲۰ هزار میلیارد ریال در این رابطه گذاشته شده که ممکن است به واسطه شرایط خاص بودجه‌ای مقداری تخصیص به تاخیر بیافتد.

وی ادامه داد: کمیته امداد سالانه ۲۰ تا ۳۰ هزار میلیارد ریال منابع قرض‌الحسنه در اختیار دارد که به خوبی از آن استفاده می‌کند و از منابع اشتغال روستایی هم که دولت حدود ۱۸۰ هزار میلیارد ریال برای مناطق روستایی اختصاص داده، به خوبی سهمیه گرفته است.

معاون اول رئیس جمهور با تبریک روز خبرنگار به خبرنگاران گفت: شما خبرنگاران رسالت بزرگی بر دوش دارید و آن اطلاع‌رسانی به جامعه و رساندن حرف مردم به مسئولان است چون در مقطع فعلی بیش از زمان‌های دیگر به اطلاع‌رسانی و افکار عمومی توجه داریم.

دنیا قبل از جنگ اقتصادی علیه ما یک جنگ روانی و رسانه‌ای جدی آغاز کرده و الان همزمان با جنگ اقتصادی، جنگ روانی و رسانه‌ای برای تحت تاثیر قرار دادن افکار عمومی دنیا را در پیش گرفته و نقش خبرنگاران و رسانه‌ها در این مقطع، تعیین کننده است.

● عملیات اجرایی خط ۳ قطار شهری مشهد توسط قرارگاه خاتم در حال انجام است

سعید محمد فرمانده قرارگاه سازندگی خاتم‌الانبیاء(ص) نیز گفت: در حال حاضر عملیات اجرایی خط ۳ قطار شهری به طول ۲۸ کیلومتر با ۱۲ ایستگاه به صورت سازه توسط قرارگاه در حال انجام است. خط ۲ قطار شهری مشهد به طول ۱۴.۵ کیلومتر و ۲۰ رام قطار (۱۰۰ واگن) به روش EPC با ۱۰۰۰ میلیارد تومان اعتبار ریالی و حدود ۳۰۰ میلیون یورو اعتبار ارزی اجرا شده است.

وی بیان کرد: در حال حاضر عملیات اجرایی خط ۳ قطار شهری به طول ۲۸ کیلومتر با ۱۲ ایستگاه به صورت سازه توسط قرارگاه در حال انجام است که با حفاری ۱۳ کیلومتر تونل ۴۵ درصد پیشرفت فیزیکی داشته است. در صورت تامین منابع اعتباری فاز اول خط ۳ قطار شهری مشهد از میدان فردوسی تا پایانه امام رضا(ع)، تا سال ۱۴۰۰ آماده بهره‌برداری خواهد شد.

● اشاره انتخاباتی رزم حسینی

استاندار خراسان رضوی نیز در این مراسم گفت: در حوزه سیاسی مشی ما در استان میانه‌روی است و سعی کردیم در استان امام رضا(ع) از همه نیروها بخواهیم در جهت ساخت استانی آباد و ارتقای شاخص‌های اقتصادی فرهنگی، قانونی، بانشاط و همراه با حضور فعال احزاب و جریان‌ها خواهد بود.

امیدواریم برای همه جناح‌ها فضا را فراهم کنیم تا انتخابات حداکثری که تضمین نظام است، انجام شود.

وی با بیان اینکه حاشیه‌نشینی همواره دغدغه مقام معظم رهبری است، عنوان کرد: من برای ساماندهی حاشیه شهر مشهد که ۶۶ محله حاشیه‌نشینی دارد، از شهرداری به عنوان معین اقتصاد مقاومتی درخواست کردم تا در ۶۶ محله دفاتر تسهیلگری ایجاد کرده و در ۸ محله نیز الگوی طرح نجات که در جهت کاهش آسیب‌های اجتماعی و طرحی جامع و کاربردی بوده را با جابه‌جایی متناسب جمعیت در جهت اصلاح رفع حاشیه‌نشینی ایجاد کند.

استاندار خراسان رضوی در خصوص سیاست‌های راهبردی شورای تامین گفت: نظام جمهوری اسلامی، نظامی مردم‌پایه بوده و ما با معترضان به حق و قانونی، مشی گفت‌وگو، اقناع و مدارا داریم. در ۸ ماه گذشته نیز همین گونه پیش رفتیم. امروز خراسان امنیت پایداری دارد که همه اعضای شورای تامین در امنیت این شهر کمک می‌کنند.

● ۷۶۵۱ میلیارد بودجه مازاد برای شهرستان مشهد

محمدرضا کلائی، شهردار مشهد، گفت: امسال ۷۶۵۱ میلیارد تومان مازاد بر بودجه برای بحث معین اقتصادی در نظر گرفتیم. مدیریت شهری در مشهد به عنوان اولین معین اقتصاد مقاومتی و معین اقتصاد مقاومتی شهرستان مشهد در ۶ ماه گذشته تمام توان و امکانات خود را در اختیار الگوی مثلث توسعه اقتصادی قرار داده و باورمندتر شده، این الگو را برای موفقیت و تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی مناسب می‌داند.

وی گفت: ما امسال ۷۶۵۱ میلیارد تومان مازاد بر آنچه که بناست در بودجه خود هزینه کنیم، در چارچوب معین اقتصاد مقاومتی برای مشهد در نظر گرفته‌ایم. برای حمل و نقل و مترو ۳۰۰۰ میلیارد تومان، پروژه‌های اقتصادی سرمایه‌گذاری ۲۰۰۰ میلیارد تومان، حل موضوعات ترافیکی در هسته مرکزی شهر مشهد ۱۰۰۰ میلیارد تومان، بهبود فضاهای عمومی سبز ۷۰۰ میلیارد تومان، بهبود وضعیت ترافیک ۴۰۰ میلیارد تومان و بهبود وضعیت سیما و منظر عمومی و حاشیه شهر ۳۲۰ میلیارد تومان اختصاص دادیم.

طول خط دو قطار شهری در مجموع ۱۴.۵ کیلومتر است که در ۳ فاز اجرا و به بهره برداری رسیده است. قرار است دپوی خط ۲ قطار شهری مشهد نیز در مجاورت شهرک سلامت احداث و پایانه اتوبوس و پارکینگی با ظرفیت حدود ۳۰۰۰ خودرو ایجاد شود.

رزم‌حسینی:
در حوزه سیاسی مشی ما در استان میانه‌روی است و سعی کردیم در استان امام رضا(ع) از همه نیروها بخواهیم در جهت ساخت استانی آباد و ارتقای شاخص‌های اقتصادی فرهنگی کمک کنند

دنیای اقتصاد- معاون اول رئیس جمهور پنجشنبه ۱۷ مردادماه برای افتتاح ادامه مسیر خط ۲ و همچنین آغاز عملیات اجرایی خط ۴ قطار شهری به مشهد سفر کرد. با حضور اسحاق جهانگیری ۳۴۳۱ میلیارد تومان طرح در خراسان رضوی بهره‌برداری و ۱۰ هزار میلیارد تومان طرح نیز کلنگ‌زنی شد. همچنین بهره‌برداری از فاز سوم خط ۲ قطار شهری با ۱۳ ایستگاه و ۳۳۰۰ میلیارد تومان صورت گرفت و به این ترتیب شمال مشهد به جنوب آن در بلوار پیروزی متصل شد. بهره‌برداری از ایستگاه‌های اندشت و کوه‌سنگی خط ۲ نیز در شهریور ماه امسال صورت می‌گیرد

اخبار کوتاه

بورس بین‌المللی زعفران راه‌اندازی می‌شود

فارس- رئیس سازمان تعاون روستایی خراسان رضوی با اعلام این خبر که در تلاشیم بورس بین‌المللی زعفران را هم راه‌اندازی کنیم، گفت: این موضوع سبب می‌شود زعفران به‌قیمت واقعی به‌دست مصرف‌کننده‌واقعی جهانی برسد.

محسن اسفندیاری در نشستی خبری گفت: در سال جاری حدود ۱۰۰ هزار تن گندم از کشاورزان این استان خریداری و ۲۰۰ هزار تن نهاده شیمیایی بخش کشاورزی را تامین کردیم که به‌نظر می‌رسد، حدود ۳۵ درصد نسبت به‌سال قبل در این خصوص رشد داشته‌ایم.

اسفندیاری با بیان این موضوع که این تشکل‌ها شامل تعاونی روستایی، کشاورزی، تولید، زنان و گیاهان دارویی هستند، تصریح کرد: خوشبختانه در بحث پسته و کشمش جزو مقامات اول و در پنبه و برخی از محصولات باغی و جالیزی نیز حرف برای گفتن داریم. وی با تاکید بر اینکه در بحث کشاورزی روش‌های قدیمی و سنتی جوابگو نیست و نمی‌توان با این روش‌ها طی مسیر کرد، افزود: همچنین باید افزایش تولید در بحث کشاورزی را در افزایش سطح مد نظر قرار داد.

رئیس سازمان تعاون روستایی خراسان رضوی با اشاره به‌این مطلب که باید در بحث مصارف کود و سم با دقت بیشتری ورود کنیم، بیان کرد: از سال گذشته زعفران در بورس جای خود را باز کرد که این سبب می‌شود دست واسطه‌گران قطع و به‌طبع آن زعفران با قیمت واقعی به‌دست مصرف‌کننده‌واقعی برسد.

اسفندیاری در ادامه با اعلام این خبر که در تلاش هستیم بورس بین‌المللی زعفران را هم راه‌اندازی کنیم، تصریح کرد: این موضوع سبب می‌شود زعفران به‌قیمت واقعی به‌دست مصرف‌کننده‌واقعی جهانی برسد.

وی بیان کرد: متاسفانه امروز به‌دلیل حضور همین واسطه‌گران زعفران به‌نام دیگر کشورها به‌ویژه اسپانیا به‌فروش می‌رسد و حتی بر روی بسته‌بندی برخی از این زعفران‌ها نوشته شد «مراقب زعفران تقلبی ایرانی باشید».

ثبت بیش از ۲۸۰ وقف جدید خراسان رضوی در سال جاری

ایسنا- معاون حقوقی و ثبتی اداره کل اوقاف و امور خیریه خراسان رضوی گفت: امسال بیش از ۲۸۰ وقف جدید تاکنون در سامانه جامع موقوفات کشور به ثبت رسیده‌است.

حجت‌الاسلام محمد ذاکری درباره آمار وقف‌های سال جاری اظهار کرد: امسال بیش از ۲۸۰ وقف جدید تاکنون در سامانه جامع موقوفات کشور به ثبت رسیده که عمده این وقف‌ها منفعتی است.

وی در خصوص بحث سند مالکیت موقوفات بیان کرد: پایه کار در بحث حفظ موقوفات، تثبیت مالکیت وقف است. ضمن این که طبق آمار موجود، ۶۹ درصد کل موقوفات ما در استان چه به صورت تک‌برگه‌ای و چه به صورت دفترچه‌ای سنددار است که حدود ۲۳ هزار سند مالکیت را شامل می‌شود. همچنین باید گفت که تقریبا در ۱۰ سال اخیر، تلاشی جدی در کشور و خصوصا در سطح خراسان رضوی در بحث تثبیت مالکیت موقوفات انجام گرفته که تقریبا به لحاظ آماری، تاکنون حدود ۹ هزار جلد سند تک‌برگ برای موقوفات استان صادر شده است. از این تعداد، بخشی مربوط به موقوفات دارای سند دفترچه‌ای بوده که تبدیل به سند تک‌برگ شده است.

ذاکری در مورد موقوفاتی که متولی داشته و اداره امور موقوفه با متولی است، خاطرنشان کرد: اگر این تعداد را از میزان حدود ۷۰ درصد موقوفاتی که دارای سند هستند کسر کنیم، باید گفت حدود ۸۹ درصد موقوفات متصرفه ما سنددار است و طبق برنامه‌ریزهای صورت گرفته، امیدواریم تا پایان سال ۹۸ این میزان به رقم ۹۴ درصد برسد.

کاهش ۳۹ درصدی میزان تجمعات خراسان رضوی

تسنیم- میزان تجمعات در خراسان رضوی از ابتدای امسال تاکنون ۳۹ درصد کاهش یافته است و این در حالی است که فراخوان های تجمع توسط شبکه های معاند ۱۲ درصد افزایش یافته‌است.

فرمانده انتظامی خراسان رضوی افزود: هوشیاری مردم و اقدامات خوب شورای تامین استان از عوامل کاهش تجمعات نسبت به مدت مشابه پارسال بوده است.

سردار محمد کاظم تقوی گفت: متاسفانه امسال سرقت‌ها نسبت به پارسال افزایش داشته است که هم اکنون در قالب طرح هایی اقدامات گسترده‌ای برای مقابله با این وضعیت در دست اقدام است.

وی اضافه کرد: از ابتدای امسال تاکنون نسبت به مدت مشابه پارسال با افزایش دو برابری سرقت مسلحانه در خراسان رضوی مواجه بودیم که البته همه این موارد کشف شده است و پرونده قتل معوقی نیز در این خصوص نداریم.

فرمانده انتظامی خراسان رضوی از افزایش ۱۱۸ درصدی وقوع جرایم یارانه‌ای خبر داد و گفت: در برخورد با این جرایم در بخش های کشف جرایم مالی و اقتصادی و جرایم رایانه‌ای اقدامات خوبی انجام می‌شود و به رغم محدودیت‌های موجود مجموعه‌های پلیس فتا را در همه شهرستان‌ها فعال کرده‌ایم.

وی گفت: افزایش سلاح در نزاع ها زنگ خطر است کما این که دیروز نیز قتلی در مشهد رخ داد که هم جسد کشف شد و هم قاتلان دستگیر شدند و البته با کمبودهایی مواجه هستیم اما اولویت ماموریت ما برخورد با این موضوع است.

معاون اقتصادی استاندار خبر داد؛

افزایش یک درصدی سهم خراسان رضوی از تراز تجاری مثبت کشور

دنیای اقتصاد- معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی گفت: تراز تجاری مثبت استان ۴۱۹ میلیون دلار است، سهم ما به ۵.۱ درصد کشور رسیده و نسبت به سال گذشته یک درصد افزایش یافته‌است.

به گزارش ایسنا، علی رسولیان در نشست مشترک شورای اداری و ستاد اقتصاد مقاومتی در تالار شهر مشهد، با بیان اینکه مجموعه پروژه‌های اقتصاد مقاومتی استان که در ستاد ملی مصوب شده بالغ بر ۴۰۰ پروژه بوده است، عنوان کرد: این پروژه‌ها تجمیع شد و ۱۹۱ پروژه اقتصاد مقاومتی را در استان داشتیم که از این تعداد ۷۰ پروژه یعنی ۳۶.۶ درصد پروژه‌ها به اتمام رسیده و برای سال ۹۸ نیز ۲۵ پروژه شاخص اقتصاد مقاومتی در ستاد اقتصاد مقاومتی کشور مصوب و کار اجرایی و عملیاتی آن‌ها شروع شده است.

وی افزود: برنامه‌ریزی برای سال ۹۸ بر مبنای برنامه ششم توسعه برای خراسان رضوی این است که ۱۲ هزار و ۲۵۸ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری و ۱۸۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری خارجی در استان داشته باشیم. برای اینکه به نرخ بیکاری ۸/۵ درصد برسیم باید ۷۶ هزار و ۷۹۹ شغل در خراسان رضوی ایجاد کنیم و صادرات حدود ۲ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار داشته باشیم.

رسولیان ادامه داد: به همین منظور محورهای اولویت‌دار در خراسان رضوی را شناسایی و در ستاد اقتصاد مقاومتی مصوب کردیم تا بانک‌ها امسال ۱۹ هزار میلیارد تومان تسهیلات خالص پرداخت کنند و سهم بخش صنعت و معدن در تسهیلات بانکی از ۲۲ درصد در سال ۹۷ به ۳۰ درصد و سهم بخش کشاورزی نیز به ۱۵ درصد افزایش یابد. کمیته تامین مالی نیز تشکیل شده و ۲۶ عنوان برنامه در حوزه اقتصاد مقاومتی در استان تهیه و بندهای عملیاتی و زیربخش‌های آن مشخص و تقسیم کار شده است.

وی بیان کرد: در ۴ ماهه ابتدایی سال جاری نرخ بیکاری در بهار به ۹.۴ درصد رسیده، در حال حاضر یک میلیون و ۹۴۳ هزار و ۹۹۵ شاغل و ۲۰۱ هزار نفر بیکار در استان داریم؛ سال گذشته نرخ بیکاری از متوسط کشور پایین‌تر بوده است. در طرح اشتغال فراگیر که از طرح‌های مهم دولت بوده، تاکنون در خراسان رضوی ۴۲۸ میلیارد تومان به ۵۷۴۲ طرح پرداخت شده که ۱۴۸۲ شغل را ایجاد خواهد کرد.

رسولیان با اشاره به اینکه از نظر پرداخت در اشتغال روستایی رتبه سوم کشور را داریم، تصریح کرد: مجموعه پرداختی ما ۵،۳ کشور بوده اما به اندازه ۷،۳ اشتغال کشور را از محل اعتبارات روستایی ایجاد کردیم. برنامه امسال دولت برای استان ۴۶ هزار و ۵۳۱ شغل بوده و ما برای اینکه به اهداف خود برسیم، ۷۶ هزار شغل را برنامه‌ریزی کردیم. ۲۸۴۰ میلیارد تومان اختصاص پیدا کرده که برابر ۶/۳ درصد از کل کشور است.

برنامه‌ریزی برای سال ۹۸ بر مبنای برنامه ششم توسعه برای خراسان رضوی این است که ۱۲ هزار و ۲۵۸ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری و ۱۸۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری خارجی در استان داشته باشیم

معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی خاطرنشان کرد: از طریق صندوق توسعه ملی که عمده طرح‌ها از سال ۹۲ شروع شده، ۲۰۱ طرح مهم اقتصادی کشور و یک میلیارد و ۱۵۷ میلیون دلار اعتبار از محل این صندوق تخصیص پیدا کرده که نزدیک ۴۰۰ میلیون دلار پرداخت شده و بقیه در حال پرداخت بوده و اعتبار ریالی تخصیص یافته نزدیک ۱۹۰۰ میلیارد تومان است.

وی در خصوص طرح خرید گندم، گفت: برنامه خراسان رضوی در این طرح که اولویت بسیار مهمی دارد، ۴۰۰ هزار تن بوده که تا روز گذشته بالغ بر ۴۷۰ هزار تن گندم در استان خریداری شده و ما ۴۴ درصد افزایش را در این بخش شاهد بودیم، ۸۵ درصد آن از تمام طرح‌ها به کشاورزان پرداخت شده است.

رسولیان با بیان اینکه توسعه گلخانه‌ها یکی از برنامه‌های مهم ماست، عنوان کرد: برنامه ما این است که بتوانیم ۳۲۰ هکتار گلخانه در استان را به هزار هکتار برسانیم. تنظیم بازار نیز موضوع مهمی است تا بتوانیم قیمت کالا و خدمات را منطقی نگه داریم. نرخ تورم خراسان رضوی ۱/۴ درصد از کشور پایین‌تر است و صادرات استان نیز تا امروز به ۵۳۷ میلیون دلار رسیده که رشد ۵۰ درصدی در وزن کالاها داشتیم.

وی اضافه کرد: تراز تجاری مثبت خراسان رضوی ۴۱۹ میلیون دلار است، سهم ما به ۵.۱ درصد کشور رسیده و نسبت به سال گذشته یک درصد افزایش یافته است. حجم تسهیلات پرداختی استان در ۴ ماهه به ۱۱ هزار میلیارد تومان رسیده و ۵۸،۲ درصد افزایش داشتیم. در حوزه واگذاری املاک تملیکی بانکی ۲۵ درصد رشد داشتیم و اشتغال حدود ۱۹۵ درصد رشد داشته است.

معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی با اشاره به تشکیل کلینیک صنعت در خراسان رضوی گفت: در این کلینیک ۶۵۰ واحد را کد را شناسایی کردیم و ۲۱۵ واحد تعیین تکلیف شده که موجب شده رشد بالای ۵۰ درصد در حوزه تولید و در برخی کالاها را تجربه کنیم. میزان برق مصرفی واحدهای صنعتی استان ۵ درصد و رتبه گاز ۲ درصد افزایش داشته که نشان از افزایش تولید در این بخش‌ها دارد. در سرمایه‌گذاری خارجی در ۴ ماهه ۱۱۵ میلیون دلار برای ۱۰ طرح مصوب شده است.