

بازرگان

اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی
دوره جدید، شماره ۵۶، فروردین ۱۳۹۰ - بها: ۱۰۰۰ تومان

جمهوری اسلامی ایران
وزارت بازرگانی

احتمایه دومین خسواره رسانه و بازرگانی

اسفندماه - ۱۳۸۹

اداره کل روابط عمومی

www.moc.gov.ir

سوگند به قلم و هر آنچه می نگارد

- جهش صادراتی جلوه ملموس جهاد اقتصادی
- هشت اقدام وزارت بازرگانی در سال ۹۰
- بهبود رتبه کسب و کار با همگانی شدن تجارت الکترونیکی

مراسم تقدیر از دست‌اندرکاران هدف‌سازی یارانه‌ها



□ صاحب امتیاز: وزارت بازرگانی

□ انتشارات: اداره کل روابط عمومی وزارت بازرگانی

□ مدیر مسئول: سید علیرضا شجاعی

□ سردبیر: فوزان نیاپور

□ مدیر هنری: ناظم رام

□ مدیر داخلی و مسئول تحریریه: معصومه منافعی

□ ویژه نامه: رسانه و بازرگانی

□ همکاران: داریوش زرین خط و رویا فرسلون

□ مسئول وب سایت: فاطمه السادات میری

تلفن تحریریه: ۸۸۹۱۶۱۸۸ نمابر: ۸۸۹۰۶۵۰۴

www.moc.gov.ir

با تشکر از اکبر بهرامی کارشناس اداره کل روابط عمومی وزارت بازرگانی که ما را در تهیه ویژه نامه رسانه و بازرگانی یاری رساندند.

□ پشتیبانی و تدارکات: عباس قائنی، حمید عبدالله

□ لیتوگرافی و چاپ: چاپ و نشر بازرگانی

□ نشانی: تهران - خیابان ولی عصر (عج) - نرسیده به میدان ولی عصر (عج) جنب سفارت عراق - ساختمان مرکزی وزارت بازرگانی طبقه ششم - اتاق ۶۰۶ - تحریریه نشریه بازرگانی صندوق پستی: ۱۴۱۵۵-۶۳۹۹

کد پستی: ۱۴۱۶۷۸۳۶۱۹ - تلفن: ۸۸۹۱۶۱۸۸

- استفاده از مطالب نشریه بازرگانی با ذکر منبع بلامانع است
- مطالب درج شده لزوما نظر نشریه بازرگانی محسوب نمی شود
- تحریریه نشریه در چاپ و ویرایش مطالب رسیده آزاد است.

در این شماره می خوانید

بازرگانی خارجی

- ۶ تحقق اهداف جهاد اقتصادی در گرو توسعه صادرات
- ۷ جهش صادراتی جلوه ملموس جهاد اقتصادی
- ۸ توسعه زیر ساخت های تجاری لازمه اجرای طرح آمایش تجاری
- ۹ تسویه حساب جوایز صادراتی با سهام دولتی
- ۱۳ بازرگانی خارجی استانها
- ۱۵ پرونده ویژه
- جشنواره رسانه و بازرگانی
- بازرگانی داخلی
- ۲۴ تشریح هشت اقدام اصلی وزارت بازرگانی در سال جهاد اقتصادی



ن والقلم و ما یسطرون

سوگند به قلم و هر آنچه می نگارد

نقش و جایگاه رسانه در کشور ما بر کسی پوشیده نیست و آثار نیکو و برجسته این قشر در عصر حاضر توانسته نقش تاریخی خود را به درستی ایفا نماید. هرچند که این موضوع بحث جدیدی نیست و فقط ابزارهای اطلاع رسانی است که تغییر کرده و اثر بخشی این حوزه را پیچیده تر از قبل نموده است.

قلم یک خبرنگار از چنان ارزشی برخوردار است که در قرآن نیز در سوره قلم به آن اشاره شده و فرموده شده: سوگند بر قلم و آنچه می نگارد. چرا که خبرنگار یک مسئولیت اجتماعی دارد و در واقع بنا به گفته دکتر مهدی غضنفری وزیر بازرگانی خبرنگار یک مصلح اجتماعی در حوزه رسانه ای است که باید در مسیر حقیقت گویی و هدایت گری حرکت کند.

پی گیری این کار بصورت حرفه ای و حرکت در این مسیر خود یک آزمون بزرگ الهی است که اصحاب رسانه گام در این راه خطیر گذاشتند و می بایست با ابزاری که در اختیار دارند در پی ساختن بهترین و زیبا ترین دنیا برای ذینفعان باشند. در حوزه بازرگانی به دلیل حجم بالا و تعداد ذینفعان و مخاطبان، فعالیت رسانه ای بسیار سخت تر میشود چرا که اصحاب قلم، با مردم، بازار، قیمت کالا و خدمات و هم چنین با موضوعاتی که برخی بصورت مستقیم ارتباطی به بخش بازرگانی نداشته و از سوی این بخش مدیریت نمیشوند، همچون تورم، درآمد سرانه، توان تولید، سایر تصمیمات دولتی و... سر و کار دارند و این نشان میدهد که اطلاع رسانی در این خصوص نه فقط از حوزه بازرگانی که از حوزه اقتصاد نیز تأثیر می پذیرد و این موضوع خود باعث حساس شدن بیشتر کار رسانه ای در این حوزه می شود.

در ماههای منتهی به سال ۹۰ افتخاری ماندگار نصیب ملت ایران شد که بخشی از آن مدیون همکاری خوب و شایسته مدیران حوزه بازرگانی و بخشی دیگر مرهون همت و تلاش، موقعیت شناسی و زمان شناسی دقیق اصحاب رسانه در انتشار و انعکاس اخبار و مدیریت درست آنان بود و این موضوع باعث شد تا برگ افتخار دیگری در حوزه بازرگانی به دفتر افتخارات وزارت بازرگانی اضافه شود.

ما ضمن تشکر از همکاری همه عزیزان عرصه قلم، سخنان وزیر محترم بازرگانی را همچون گذشته سرلوحه کارهای خود در ادامه مسیری که در پیش داریم، قرار میدهیم تا ذینفعان را به عنوان یک منبع آگاه بشناسیم و آگاهی از نیازشان را سرچشمه اطلاعات مفید خود قرار دهیم. در اخبار خود ضمن نوآوری و نوگرایی به سراغ واژه هایی غنی و اثر گذار برویم. منافع ملی را بر منافع فردی و گروهی ارجح بدانیم.

در پایان امیدواریم بتوانیم به عنوان بخش کوچکی از مجموعه بزرگ رسانه ای در سال جدید ضمن اطلاع رسانی کامل، در دسترس بودن و آرایه اخبار موضوعی و انتشار ویژه نامه ها یی در باب موضوعات حوزه بازرگانی، نقشی هر چند اندک اما اثر گذار در راهی که آغاز نمودیم، ایفا نماییم و سال ۹۰ را نیز همچون سال ۸۹ به یک سال استثنایی در حوزه بازرگانی کشور تبدیل نماییم.

انشاء....

- ۲۶ دستیابی به نتایج اجرای تصمیمات بزرگ در سال ۹۰
- ۲۸ افزایش سهم بخش خصوصی در پرونده خرید تضمینی کشور
- ۳۰ اجرای قواعد حکمرانی شایسته در کشور
- ۳۱ بهبود تبه کسب و کار با همگانی کردن تجارت الکترونیکی
- ۳۲ ره آورد سفر به استان کرمانشاه
- ۳۷ اجرای طرح سراسری آمارگیری از ۱۰۰ هزار واحد صنفی
- ۴۱ بازرگانی داخلی استانها
- ۴۶ نیم نگاه
- ۴۸ پیام



پیام نوروزی ۱۳۹۰ رهبر معظم انقلاب اسلامی «مدظله العالی»

یا مقلب القلوب و الأبصار یا مدبر اللیل و النهار
یا محول الحول و الأحوال حول حالنا الی احسن الحال



مختلف سیاسی و انقلابی، در عرصه‌ی علم و فناوری و در عرصه‌ی سیاست خارجی، در بخشهای مختلف، خوشبختانه کارهای بزرگی را شاهد بودیم که هم مسئولین کشور، قوه‌ی مجریه، قوه‌ی مقننه و قوه‌ی قضائیه انجام دادند؛ بخصوص قوه‌ی مجریه در این دوران یکساله کارهای بزرگی را انجام دادند که از جمله‌ی آنها همین مسئله‌ی حساس و بزرگ هدفمندی یارانه‌هاست، که این کار بزرگ را شروع کردند و امیدواریم ان‌شاءالله با موفقیت کامل این کار به انجام برسد.

آنچه که من از مجموع احساس میکنم، این است که کشور ما به حمدالله در جاده‌ی پیشرفت و تعالی حرکت خوبی را آغاز کرده است. البته این حرکت که روبه‌روز هم شتاب بیشتری گرفته است، ناشی از زحمات و تلاشهای مسئولان و ملت در طول سالیان متمادی است؛ اما خوشبختانه این حرکت هرچه گذشته است، شتاب بیشتری پیدا کرده است. مثلاً در عرصه‌ی تولید علم، طبق آمارهایی که مراکز متخصص جهانی و مراکز بین‌المللی اعلام میکنند، مشارکت کشور ما در پیشرفت علمی و تولید علم در دنیا بیش از یازده درصد است؛ در حالی که ما یک درصد مردم دنیا هستیم و کشوری که بعد از ما در این منطقه بیشترین نصیب را داشته است، کمتر از شش درصد پیشرفت داشته است. بنابراین پیشرفت کشور در عرصه‌های مختلف بحمدالله خیلی خوب بوده است. این حرکت شتاب‌آلود و همراه با جدیت و همت، ان‌شاءالله بایستی ادامه پیدا کند.

آنچه که در عرصه‌ی مجموعه‌ی مسائل کشور انسان مشاهده میکند، که در سال ۹۰ باید ما آن را وجهه‌ی همت خودمان قرار بدهیم، این است که از جمله‌ی اساسی‌ترین کارهای دشمنان ملت ما و کشور ما در مقابله‌ی با کشور ما، مسائل اقتصادی است. البته در عرصه‌ی فرهنگی هم فعالند، در عرصه‌ی سیاسی هم فعالند، در عرصه‌ی اقتصادی فعالیت بسیار زیادی دارند. همین تحریمهایی که دشمنان ملت ایران زمینه‌سازی کردند یا آن را بر علیه ملت ایران اعمال کردند، به قصد این بود که یک ضربه‌ای بر پیشرفت کشور ما وارد کنند و آن را از این حرکت شتابنده باز بدارند. البته خواسته‌ی آنها برآورده نشد و نتوانستند از تحریمها آن نتیجه‌ای را که انتظار داشتند، بگیرند و تدابیر مسئولان و همراهی ملت بر ترفند دشمنان فائق آمد؛ اما دنبال میکنند. لذا این سال جاری را که از این لحظه آغاز میشود، ما بایستی متوجه کنیم به اساسی‌ترین مسائل کشور، و محور همه‌ی اینها به نظر من مسائل اقتصادی است. لذا من این سال را سال جهاد اقتصادی نامگذاری میکنم و از مسئولان کشور، چه در دولت، چه در مجلس، چه در بخشهای دیگری که مربوط به مسائل اقتصادی میشوند و همچنین از ملت عزیزمان انتظار دارم که در عرصه‌ی اقتصادی با حرکت جهادگونه کار کنند، مجاهدت کنند. حرکت طبیعی کافی نیست؛ باید در این میدان، حرکت جهشی و مجاهدانه داشته باشیم. توجه دارید که ما الان در این ساعت داریم وارد سومین سال دهه‌ی پیشرفت و عدالت میشویم. البته هم در زمینه‌ی پیشرفت و هم تا حدود زیادی در زمینه‌ی عدالت کارهای خوبی انجام گرفته است، لیکن حرکت ما باید به نحوی باشد که بتوانیم این دهه را به معنای حقیقی کلمه مظهر پیشرفت و مظهر استقرار عدالت در کشورمان قرار بدهیم. خوشبختانه با این حرکتی که در دنیای اسلام به وجود آمده است، انسان احساس میکند که این دهه به توفیق پروردگار برای منطقه هم دهه‌ی پیشرفت و دهه‌ی عدالت خواهد بود.

امیدواریم خداوند متعال شما ملت عزیز را، شما مسئولان عزیز را، شما جوانان مؤمن و خوش‌روحیه و فعال و بااستعداد را مشمول لطف خود و مشمول ادعیه‌ی زاکیه‌ی حضرت بقیه‌الله (ارواحنا فداه) قرار بدهد. یاد شهدای عزیزمان را، یاد امام بزرگوار را گرامی میداریم و امیدواریم خداوند به برکت ارواح طیبه‌ی این بزرگواران ملت ایران را مشمول رحمت و فضل و برکت و رضوان و غفران خود قرار دهد.

والسلام علیکم و رحمۃ‌الله و برکاته

عید سعید نوروز و فرا رسیدن بهار و سال نو را به همه‌ی هم‌میهنان عزیزمان در سراسر کشور و همچنین به همه‌ی ایرانیانی که در کشورهای دیگر، در سراسر جهان ساکن هستند و همچنین به ملت‌های دیگری که برای نوروز ارزش و احترام قائل هستند، تبریک عرض میکنم. بخصوص تبریک میگویم به افراد و خانواده‌هایی که در خدمت کشور، در خدمت انقلاب و در خدمت نظام قرار دارند؛ خانواده‌ی شهیدان عزیز، جانبازان و خانواده‌های آنها، خانواده‌ی مأمورانی که در این روزها که همه در خانه‌های خود مجتمعند، آنها سر کارهای حساس و مهم خود حضور دارند و از حضور در خانواده‌های خود محرومند. امیدوارم به فضل و رحمت الهی ان‌شاءالله ملت ایران سال شاد و سرشار از برکت و نعمت را در پیش داشته باشند و در همه‌ی میدانها موفق و سربلند و پیروز باشند.

البته حوادث تلخی که در برخی از کشورها نسبت به مردم انجام میگردد - در بحرین نسبت به مردم عزیز آنجا، در یمن، در لیبی - عید را بر ما گوارا نمی‌کند و مانع از این است که انسان شادی عید را بتمامه احساس کند. امیدواریم خداوند متعال برای این ملت‌ها - ملت بحرین، ملت یمن، ملت لیبی - فرج عاجلی برساند و دشمنان ملت‌ها را با عقوبت خود مجازات کند. عید نشانه‌ی حرکت طبیعی انسان در طول سال و ماه و روز و شب است و چون این حرکت باید به سمت کمال و تعالی باشد، هر عیدی یک مقطعی است برای اینکه انسان بتواند یک مرحله‌ی جدیدی را آغاز کند. ما ملت ایران به توفیق الهی و به فضل پروردگار در سال ۸۹ توانستیم کارهای بزرگی را انجام دهیم. ما سال ۸۹ را به نام «سال همت مضاعف و کار مضاعف» نامگذاری کردیم. خوشبختانه در سرتاسر سال، این شعار تحقق عملی پیدا کرد. میتوانم ادعا کنم که یکی از شعارهایی که در طول این سالها بیشترین بهره را از توجه مردم و مسئولان و عمل آنها و انطباق وضعیت کشور با خود دارا بود و برد، همین شعار «همت مضاعف و کار مضاعف» بود، که واقعا ملت و دولت خوشبختانه در این کار، در این حرکت سالیانه، همت مضاعف و کار مضاعف را نشان دادند. ما در زمینه‌های اقتصادی، در زمینه‌های سیاسی، در زمینه‌ی حضور عظیم و پرشکوه مردم در عرصه‌های

بازنگار

شماره ۵۶
فروردین ماه ۱۳۸۹

رئیس‌جمهور در پیام نوروزی:

امسال سال عزت و پیشرفت روزافزون‌تر برای ملت ایران و جهانیان خواهد بود



رئیس‌جمهور در پیام نوروزی به مناسبت حلول سال ۱۳۹۰ با تبریک فرا رسیدن عید سعید نوروز به ملت بزرگ ایران و همه بشریت، سال گذشته را سالی سرشار از پیشرفت، عزت و کرامت برای ملت ایران دانست و گفت: به فضل الهی امسال سال عزت و پیشرفت بیشتر و کرامت روزافزون برای ملت ایران و ملت‌های جهان خواهد شد.

به گزارش شایا به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی ریاست جمهوری، دکتر محمود احمدی‌نژاد در پیام نوروزی به مناسبت حلول سال ۱۳۹۰ هجری شمسی با تبریک و تهنیت آغاز سال نو به محضر امام عصر (علیه‌السلام)، همه ایرانیان، رهبری عزیز، خانواده معظم شهیدان، ایثارگران و آزادگان و به همه بشریت اظهار داشت: نوروز یک جشن جهانی است. میراث فرهنگی و تاریخی هر ملت به منزله حافظه و ریشه و ارکان هویت آن ملت است و همانطور که اگر حافظه یک انسان از او گرفته شود، بی‌هویت

و سرگردان می‌شود، یک ملت هم همین‌طور است و در صورت از دست دادن حافظه تاریخی و میراث فرهنگی خود به راحتی تسلیم شده و توسط هر کسی قابل مدیریت کردن است. رئیس‌جمهور با بیان اینکه میراث فرهنگی و تاریخی ملت ایران سرشار از توحید و عدالت، مهرورزی و پاکی و زیبایی است، خاطر نشان کرد: عیدنوروز یکی از برجسته‌ترین میراث فرهنگی و تاریخی ملت ایران و از زیباترین جشن‌های انسانی است. مهربانی و بالندگی، نو شدن و همراهی با طبیعت، احساس تولد دوباره، کنار گذاشتن کینه‌ورزی‌ها، کدورت‌ها و بداخلاقی‌ها از ویژگی‌های نوروز است.

دکتر احمدی‌نژاد با طرح سوالی درباره علت زیبایی نوروز خاطر نشان کرد: نوروز یک یادآوری، بشارت و نشانه‌ای از خرمی دوران‌ها و بهار حقیقی انسان‌ها بوده و اشاره‌ای به نوروز حقیقی بشریت یعنی انسان کامل است که به همین دلیل زیباست. رئیس‌جمهور افزود: نوروز عید مردم است و هر سال در این روز همه مردم شادمان هستند و علت شادی این است که یک گام و یک سال به حقیقت بهار نزدیک شده‌اند. دکتر احمدی‌نژاد در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به اینکه سال ۸۹ سالی سرشار از پیشرفت، عزت و کرامت برای ملت ایران بوده است، گفت: ملت ایران به‌رغم طراحی‌های دشمنان و به قول خودشان تحریم فلج‌کننده، توطئه‌ها و فشارهای سنگین سیاسی، قله‌های گوناگون در عرصه‌های مختلف را یکی پس از دیگری فتح کردند. رئیس‌جمهور با بیان اینکه در عرصه علم و فناوری دستاوردهای بزرگی نصیب ملت ایران شده است، خاطر نشان کرد: سال گذشته سرعت پیشرفت علمی ملت ایران چندین برابر متوسط سرعت پیشرفت علم در جهان شد. دستاوردهای گوناگونی در زمینه‌های هوا و فضا، نانو تکنولوژی، بیوتکنولوژی، شیمی، فیزیک، هسته‌ای، بهداشت و درمان و علم و فناوری در اختیار ملت ایران قرار گرفته است و امروز جوشش و شکوفایی علمی در ایران در حال وقوع است. دکتر احمدی‌نژاد افزود: در عرصه عمرانی نیز در سال گذشته سرتاسر کشور به یک کارگاه بزرگ تبدیل شد و راه‌ها، راه‌آهن‌ها، بزرگراه‌ها، دانشگاه‌ها، بیمارستان‌ها، فرودگاه‌ها، بندرها، کتابخانه‌ها و مراکز گوناگونی در دست ساخت قرار دارد. رئیس‌جمهور خاطر نشان کرد: در عرصه فرهنگی نیز امید و خودباوری در ملت ایران به جوشش درآمده و جوانان، هنرمندان، دانشمندان و ورزشکاران کشورمان در هر عرصه‌ای که وارد شدند، درخشیدند.

دکتر احمدی‌نژاد در ادامه اقدامات انجام شده در بخش اقتصادی را در سال گذشته بزرگ و درخشان توصیف کرد و گفت: در این سال طرح مسکن و سرمایه‌گذاری و تولید

سال‌های گذشته این امید را بوجود آورده که می‌توان در طول ۳-۲ سال مشکل بیکاری کشور را ریشه‌کن کرد.

دکتر احمدی‌نژاد گفت: در سال جاری طرح عمران روستاها و شهرها و طرح مسکن با گستردگی هر چه تمام‌تر در شهر و روستا ادامه پیدا خواهد کرد تا در آینده نزدیک مشکلی به نام مسکن برای جوانان و ملت ایران وجود نداشته باشد. رئیس‌جمهور خاطر نشان کرد: طرح‌های فراوانی در زمینه‌های محرومیت‌زدایی، رفع فقر و کاهش فاصله‌ها در دست برنامه‌ریزی است که به لطف خدا اجرای آن در سال جاری آغاز خواهد شد. وی با بیان اینکه در سال جاری طرح هدفمند کردن یارانه‌ها در بخش تولید و خدمات با گستردگی بیشتر ادامه پیدا خواهد کرد، اظهار داشت: صرفه‌جویی در مصرف انرژی و اصلاح رفتار اقتصادی همچنان شعار امسال است. دکتر احمدی‌نژاد تصریح کرد: باید همه ظرفیت‌های کشورمان فعال شده و همه استعدادها شکوفا شود و برای تحقق این اهداف بزرگ از همگان برای حضور، اندیشیدن، برنامه‌ریزی و کار دعوت می‌کنم.

رئیس‌جمهور خاطر نشان کرد: در عرصه جهانی نیز تلاش برای اصلاح ساختارها و نظامات ظالمانه و ضدانسانی ادامه پیدا خواهد کرد و با تدبیر و برنامه‌ریزی و پافشاری بر حقوق ملت‌ها و بر عدالت در مقابل نظامات ناعادلانه و یکسویه امروز عالم خواهیم ایستاد. دکتر احمدی‌نژاد با بیان اینکه جهان نیازمند نظام جدید و طراحی نوینی است، اظهار داشت: انسان موجودی جهانی است و باید جهانی بیندیشد و جهانی زندگی کند. سعادت حقیقی انسان در نگاه جهانی اوست و امروز به فضل الهی مرزهای موهوم در حال برچیده شدن بوده و مدیریت مادی و بریده از آسمان به پایان آمده و احساس واحد جهانی در همه ملت‌ها در حال شکل‌گیری است. رئیس‌جمهور خواست حقیقی ملت‌ها را توحید، عدالت، پاکی و صلح پایدار دانست و گفت: همه ملت‌ها به دنبال مهربانی و دوستی با یکدیگر هستند و این نوید رسیدن به موعود و وعده داده شده انبیاء، حاکمیت جهانی سرشار از زیبایی‌ها به رهبری انسان کامل است. دکتر احمدی‌نژاد تصریح کرد: ملت ایران خواهان صلح، دوستی و رفاه برای همه ملت‌ها در سایه توحید و عدالت و برادری است و این در سایه حاکمیت عدالت‌گستر حقیقی محقق خواهد شد.

رئیس‌جمهور با بیان اینکه مستکبران و دشمنان بشریت با تجمیع تمام توان و امکانات خود و با همه فریبکاری و توطئه‌گری خود در تلاشند تا افاق نگاه و اندیشه ملت‌ها را از حقیقت اصلی به سمت منافع مادی قدرت‌های سلطه‌گر منحرف کنند، گفت: مستکبران می‌خواهند چشم، دل و اندیشه ملت‌ها را از حقیقت انسان کامل و عدالت و توحید و مهرورزی و زیبایی منحرف سازند، اما نخواهند توانست. وی تصریح کرد: حرکت رو به کمال، یک حرکت قطعی و برگشت‌ناپذیر است و مدیریت جهان عاقبت متعلق به امام زمان(عج) است و البته دشمنان به خوبی از این موضوع آگاهی دارند. رئیس‌جمهور در خاتمه پیام خویش این اشعار را قرائت کرد:

نسیم خوش بهار شوق پرواز پرستوها / رویش بنفشه‌ها، گل‌ها، بارش باران، لطف آسمان / تابش خورشید، گرمی دل، روشنی جان / فرصت دوباره زندگی از توست / شوق وصال و اشک زلال و نیکوترین حال / در هنگامه حلول نام تو بر زبان و یاد تو در صمیم جان جاریست / سلام بر تو ای بهار مردمان، سلام بر تو ای خرمی دوران.
ای دلبر ماهروی طناب / برق ز جمال خود برانداز / تا دیده ز پرتو جلال / چون جام جهان نما کنم باز.



شماره ۵۶

فروردین‌ماه ۱۳۸۹



جهاد اقتصادی؛ توسعه فرصت‌ها در حوزه بازرگانی

با جدیت و پشتکار بیشتری از جانب دولت و بخش خصوصی بدان پرداخته شود. لازم به ذکر است نقش و مسئولیت بخش خصوصی در ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی و اعتمادسازی جهت توسعه شبکه‌های کسب و کار عاملی مهم و انکارناپذیر است که می‌بایست مورد توجه همه فعالان بخش اقتصادی کشور قرار گیرد. بدیهی است که سیاست وزارت بازرگانی و دولت نیز حمایت از شکل‌گرایی و توسعه شبکه‌های کسب و کار می‌باشد.

تقویت تجارت الکترونیکی

امروزه باید تجارت را به سمت الکترونیکی شدن پیش برد. در عصر کنونی توانمند شدن به فوت و فن تجارت غیرملموس، یک مزیت رقابتی است. چرا که در اقتصاد جهانی جغرافیا مرده است! البته مکان بازار هنوز اهمیت دارد و برای مدت زمان قابل توجهی نیز همین طور خواهد ماند. ولی باید توجه نمود که نظام اقتصادی جدید، بیشتر در «فضا» عمل می‌کند تا در «مکان» و به مرور زمان حجم بیشتر و بیشتری از تراکنش‌های تجاری و اقتصادی به چنین فضایی کوچ خواهند کرد. در این نظام اقتصادی جدید موضوعاتی همچون اطلاعات، ارتباطات، کپی رایت، امنیت‌ها، و مانند آنها مطرح می‌شود. بر این اساس جهاد اقتصادی، توسعه الزامات و زیرساخت‌های تجارت الکترونیکی در کشور است که هم جوی‌های قابل توجهی در زمان و نیز هزینه‌های تجارت فراهم می‌آورد. اجرای طرح پنجره واحد تجاری و دیگر اقدامات مرتبط با تجارت الکترونیکی در وزارت بازرگانی از جمله مصادیق این حرکت جهادی است.

توسعه تجارت خارجی و پایدارسازی اقتصادی و تجارت

این گستردگی و فراوانی است که نظام اقتصادی شبکه‌ای را می‌تواند اداره می‌کند و نه محدودیت. لذا توسعه محصولات و خدمات، متنوع و متعددسازی آنها برای عرضه در بازارهای بین‌المللی باید در کانون توجه باشد. سیاست‌ها باید به نحوی باشد که بتوان بازارهای جهانی را فتح کرد و این قابلیت است که در اقتصاد و تجارت ما حداقل برای یک بازار ۷۰۰ میلیون نفری با یک رویکرد جهادی قابل تحقق است بجای آنکه محدود به بازار ۷۰ میلیونی کشورمان بمانیم. طبیعی است که توانمند شدن کشور برای تبدیل شدن به قطب تجارت منطقه ضمن اینکه رفاه اقتصادی و اجتماعی را برای کشور می‌تواند به ارمغان آورد با توسعه تعاملات بین‌المللی، منجر به ایجاد ارزش پایدار در اقتصاد و تولید و تجارت شده فرصت‌های بیشتر و بیشتری را برای کشور بوجود آورد چرا که هر وقت که یک سیستم بسته، به سیستمی باز مبدل شود، بطور مستقیم شروع به تعامل با دیگر سیستم‌های موجود می‌کند و بدین وسیله صاحب ارزش‌های همه آن سیستم‌ها می‌شود. جهت‌گیری وزارت بازرگانی و دولت محترم مبنی بر توسعه ارتباطات و تعاملات تجاری در سطح بین‌المللی می‌تواند راهبرد مناسبی برای تحقق اهداف جهاد اقتصادی در سال جاری و نیز سالهای آتی باشد.

ترویج نهضت کاهش هزینه‌ها

هر ساله بهترین کالاها ارزان‌تر می‌شوند. این اصل، آنقدر در زندگی ما تنیده شده که ما انتظاری غیر از آن نداریم. اما باید به این نکته توجه کرد که این موضوع، می‌تواند به عنوان موتور محرک جهاد اقتصادی در کشور به شمار رود. مصرف‌کنندگان قبل از عصر صنعتی، در ازای افزایش جزئی قیمت، انتظار رشد چندانی را در کیفیت کالا نداشتند. با گذشت سالها، محصولات بهبود یافته گران‌تر می‌شدند. اما با ورود به عصر جدید، صاحبان کسب و کار باید بتوانند این معادله را به کلی واژگون

**فرمایش مقام معظم رهبری
در معرفی سال ۹۰ به عنوان
سال جهاد اقتصادی نویدبخش
عزم و اراده ملی در شناسایی
و حل موانع اقتصادی
و بهره‌گیری از فرصت‌ها
در جهش اقتصادی است**



امروزه نظام اقتصادی، با تحول بنیادین خود کشورها را با موانع و چالش‌های مختلفی مواجه ساخته است. اما از بعد دیگر این نظام، فرصت‌های جدیدی را نیز در اختیار ما می‌گذارد و البته دام‌های ویژه‌ی خود را نیز می‌گستراند. دنیای ما بسوی یک اقتصاد جهانی در حال حرکت است، و این تازه ابتدای نگرانی‌ها و نفع و زیان‌های کشورها و مردمانی است که در این نظام باید قواعد اقتصاد و تولید و تجارت خود را با هم هماهنگ و همسو سازند. برای این اقتصاد جدید سه ویژگی متمایز می‌توان برشمرد، اول اینکه جهانی است، و دوم اینکه معطوف به اشیاء و امور غیرملموسی چون ایده‌ها، اطلاعات و ارتباطات است و نهایتاً اجزاء آن به شدت با هم در ارتباط است و یا به عبارت دیگر یک ساختار شبکه‌ای دارد. این سه ویژگی، نوع جدیدی از روابط تجاری و اجتماعی را در بازار و جامعه ایجاد کرده‌اند، که مدیریت آنها شرایط و قواعد خاص خود را دارند. در این میان فرمایش مقام معظم رهبری در معرفی سال ۹۰ به عنوان سال جهاد اقتصادی نویدبخش عزم و اراده ملی مردم و مسئولین کشور عزیزمان در شناسایی و حل موانع و مشکلات اقتصادی کشور و از جانب دیگر بهره‌گیری از فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود جهت توسعه سریع و جهش اقتصادی است. بر این اساس برخی رویکردها و راهبردهای مدیریتی وزارت بازرگانی را در راستای تحقق اهداف جهاد اقتصادی به شرح ذیل می‌توان معرفی کرد:

توسعه شبکه‌های کسب و کار

امروزه مزیت رقابتی بازار از آن شرکت‌ها و سازمانهایی است که توانایی کار کردن در یک اقتصاد مبتنی بر شبکه را فرا گرفته باشند. بر این مبنای می‌توان گفت تحقق جهاد اقتصادی حول محور ارتباطات و تعاملات عمیق و گسترده به گردش در می‌آید. توسعه و تحکیم ارتباطات به عنوان عاملی موثر برای تقویت بنیاد جامعه، فرهنگ، انسانیت، هویت، تولید و تجارت در نظام‌های اقتصادی مدرن تبدیل شده است. به همین دلیل است که شبکه‌های کسب و کار این چنین مهم جلوه می‌نمایند. تا جایی که امروزه تجارت به سمت نظام اقتصادی شبکه‌ای پیش می‌رود. باتوجه به این مهم وزارت بازرگانی نیز در راستای توسعه شبکه‌های کسب و کار اقدامات متعددی را به‌منظور ساماندهی خوشه‌های کسب و کار صادرات‌گرا، شرکت‌های مدیریت صادرات، توانمندسازی اتحادیه‌ها و تشکلهای توسعه کنسرسیوم‌های صادراتی در دستور کار داشته است که با طرح موضوع سال جهاد اقتصادی ضروری است



وظیفه‌ای فراتر از تنظیم بازار دارد و باید بیشتر به سیاست‌گذاری، مدیریت و نظارت عالیه در بخش تجاری کشور بپردازد. لازمه این امر توانمند شدن بخش خصوصی، اتحادیه‌ها و تشکلهای و پذیرش مسئولیت از جانب ایشان می‌باشد که در این خصوص نیز سیاست وزارت بازرگانی واگذاری هرچه بیشتر امور تصدی‌گری بازرگانی به بخش خصوصی است. تشکیل و حمایت از تشکلهای مختلف نظیر انجمن واردکنندگان و انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کننده و امثالهم حاکی از این جهت‌گیری در عرصه حکمرانی تجاری می‌باشد. بر این مبنا وزارت بازرگانی می‌تواند توان خود را صرف اعمال حاکمیت و توسعه زیرساخت‌های بازرگانی در کشور نماید و از این طریق زمینه توسعه اقتصادی و تجاری را بیش از گذشته فراهم سازد.

متعادل‌سازی بازار

متعادل‌سازی یا تنظیم بازار به عنوان یکی از ماموریت‌های کلیدی وزارت بازرگانی به مجموعه‌ای از مقررات، سیاست‌ها و راهبردها گفته می‌شود که با هدف حمایت از عاملین بازار (مصرف‌کننده و تولیدکننده) تلاش می‌کند بین متغیرهای اصلی قیمت و مقدار تعادل و پایداری را در بازار عرضه و تقاضا ایجاد نماید. اگرچه روش‌های متعددی برای متعادل‌سازی بازار وجود دارد ولیکن اتخاذ سیاست‌هایی نظیر اطلاع‌رسانی و شفاف‌سازی وضعیت بازار، ذخیره‌سازی و توزیع، مدیریت صادرات و واردات و تعرفه‌ها و دیگر موارد مشابه از جمله اقدامات موثر در جریان متعادل‌سازی بازار عرضه و تقاضا و به تعبیر دیگر متعادل‌سازی جریان اقتصادی در بازار می‌باشد. بدیهی است پایداری‌سازی وضعیت عرضه و تقاضا در کشور پایداری اقتصاد و رفاه جامعه را بدنبال خواهد داشت و طبیعی است که در سال جهاد اقتصادی نیز این ماموریت خطیر باید با دقت و جدیت بیشتر از گذشته برنامه‌ریزی و اجرا گردد. اگر چه انتظار می‌رود توانمندی و مشارکت بخش خصوصی در این ماموریت خطیر به حدی باشد که وزارت بازرگانی و دولت با کمترین مداخله در جریان بازار و تنها با نظارت عالیه بازاری پایدار را فراهم سازند.

هدفمندسازی یارانه‌ها

با توجه به سند چشم‌انداز برای اینکه بتوانیم در منطقه رتبه اول را کسب کنیم باید زمینه رشد اقتصادی، کاهش فاصله درآمدی طبقات مختلف مردم، اشتغال و دیگر شاخص‌های عرصه اقتصاد را بهبود دهیم. بر این اساس به عنوان گامی مهم در عرصه تحول اقتصادی اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها در سال ۸۹ با هدف اصلاح ساختارهای تولیدی؛ مدیریت مصرف انرژی در کشور؛ و توزیع عادلانه یارانه‌ها در دستور کار قرار گرفت و به نحو مطلوبی نیز به مورد اجرا گذاشته شد. در این راستا بخش بازرگانی کشور تحت تاثیر این قانون و اجرای موفق آن می‌تواند فواید متعددی از جمله ساماندهی بهتر بازار عرضه و تقاضا، افزایش کارایی بخش بازرگانی اعم از دولتی و خصوصی، مدیریت و اصلاح رفتار ارکان بازار اعم از تامین‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان، قطع ارتباط بسیاری از واسطه‌ها با اصلاح نظام بازار و توزیع سود؛ و بسیاری از موضوعات دیگر را شاهد باشد.

در سال همت مضاعف و کار مضاعف ساماندهی کانالهای تامین و توزیع کالاها و خدمات در سطح ملی، کنترل و نظارت عالیه بر عملکرد بازار در گستره جغرافیایی کشورمان، توسعه تعاملات کاری و تبادل مستمر اطلاعات با ارکان بازار اعم از مصرف‌کننده، تاجر و تولیدکننده از طریق سامانه‌های مختلف از جمله اقدامات موثر و جهاد گونه بوده است که امید می‌رود در مراحل بعدی اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها نیز در سال ۹۰ با همراهی و مشارکت بیشتر مردم و بخش خصوصی محقق گردد.

کنند. با طرح موضوع نهضت کاهش قیمت تمام شده به عنوان رویکردی فراگیر، ملی و جهاد گونه می‌توان در ازای افزایش کیفیت، هزینه‌ی کمتری را طلب نمود. از این طریق می‌توان زمینه بهبود بهره‌وری و توسعه رقابت‌پذیری در محصولات و خدمات را به نحو مطلوبی فراهم ساخت و مزیت‌های رقابتی پایداری را برای کشور ایجاد کرد.

تقویت نگاه فرایندی به تولید و تجارت - تئوری ادغام

با منسوخ شدن دیدگاه‌های وظیفه‌ای امروزه ما نیازمند پارادایم‌های جدید، عقاید نوین و تجربه‌های نو یافته برای درک ماهیت فرایندی تولید و تجارت هستیم. مدیریت در دنیای امروز مدیریت بر فرایندهای یکپارچه است بر این مبنا رویکرد یکپارچه‌سازی در فرایندهای تولیدی و تجاری به نحوی که بتواند زمینه توسعه تجاری و رونق اقتصادی را برای کشور فراهم سازد نباید دستمایه تعارضات فی‌مابین دستگاه‌های اجرایی قرار گیرد. تجربیات مثبت دیگر کشورها حاکی از موفقیت رویکرد مدیریتی فرایندگرا در حوزه تولید و تجارت می‌باشد که البته با بررسی‌های کارشناسی که در دست اقدام است امید می‌رود بتواند تحول مناسبی را در عرصه مدیریت یکپارچه حوزه تولید و تجارت در سطح کشور فراهم سازد.

توسعه زیرساخت‌های تجاری

رونق اقتصادی و تجاری در کشور در گرو شکل‌گیری و تقویت هرچه بیشتر زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تجاری است. توسعه، بهبود و ساماندهی نظام‌های حمل و نقل، بنادر، انبارها و امثالهم در سطح ملی به عنوان زیرساخت‌های سخت‌افزاری و قوانین و مقررات، سیستم‌ها و ابزارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات و امثالهم به عنوان زیرساخت‌های نرم می‌تواند نقش بسزایی در رشد و توسعه اقتصادی و تجاری کشور اعم از تجارت داخلی و خارجی و نیز توسعه سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف داشته باشد. اگرچه این مهم طی سالهای اخیر مورد توجه مسئولین مختلف بوده است ولیکن ضروری است با جدیت فراوان و با تمام توان ملی به توسعه زیرساخت‌ها همت گمارد. طرح موضوع آمایش تجاری در وزارت بازرگانی به عنوان محور برنامه‌های سال ۹۰ این وزارتخانه موید اهمیت موضوع و تاثیر فراوان آن در بهبود شاخص رشد اقتصادی و توسعه همه جانبه کشور عزیزمان خواهد بود.

مدیریت الگوی مصرف و حمایت از مصرف‌کنندگان

مشتری و مصرف‌کننده نهایی را به عنوان کلیدی‌ترین رکن یک فرایند تجاری نباید مورد بی‌مهری قرار داد. ارتقای سطح آگاهی و دانش مشتریان در راستای بهبود و مدیریت الگوهای مصرفی ایشان و نیز حمایت و پشتیبانی از حقوق مصرف‌کننده از جمله ویژگی اقتصادهای مدرن و پویا می‌باشد. ارتقای دانش اقتصادی مصرف‌کنندگان، تشکیل انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و زمینه‌سازی اجرا و پیاده‌سازی قانون مربوطه از جمله اقداماتی است که در سال گذشته آغاز شده و در سال جدید نیز با جدیت دنبال خواهد شد. طبیعی است که توجه به سازگاری، هماهنگی و ارتباط فی‌مابین ارکان زنجیره تامین تا توزیع و مصرف و بویژه مشتری و مصرف‌کننده می‌تواند سه جریان عمده تاثیرگذار در تجارت را که شامل جریان فیزیکی محصولات، جریان اطلاعاتی و جریان مالی و یا داد و ستد فی‌مابین ارکان یک زنجیره هستند را با هدف ایجاد یک جریان اقتصادی پایدار و مبتنی بر نفع متقابل ساماندهی نماید.

مدیریت بازرگانی و منطق حکمرانی در تجارت

در منطق حکمرانی تجاری منظور این است که وزارت بازرگانی و دولت



وزیر بازرگانی در دیدار مدیران صندوق ضمانت صادرات ایران:

تحقق اهداف جهاد اقتصادی در گرو توسعه صادرات است

وزیر بازرگانی، توسعه صادرات را یکی از محورهای اصلی کاری وزارت بازرگانی در سال جهاد اقتصادی برشمرد و افزود: «صورتی که صادرات غیرنفتی و تنظیم بازار در راستای هم در حرکت باشند به راحتی مقوله تنظیم بازار را پشت سر خواهد گذاشت و این مهم از یک موضوع دارای اولویت به یک مساله معمولی و عادی تبدیل خواهد شد.»

اشاره به تاکیدات مقام معظم رهبری در خصوص تولید صادراتی، گفت: باید مفاهیم توسعه صادرات غیرنفتی و تجاری سازی و جهت گیری لازم برای تحقق آنها در سطح کشور به خوبی تبیین شود.

وزیر بازرگانی، صندوق ضمانت صادرات را به عنوان یکی از دستگاه های موثر در تبیین مفاهیم توسعه صادرات غیرنفتی مورد توجه قرار داد و تصریح کرد: این مجموعه باید کمی از حیطه تخصصی خود خارج و شکل عام به فعالیت خود دهد چرا که همکاران، در این دستگاه به خوبی بر روی موضوعات تسلط داشته و قادر به انجام اعتبارسنجی ها به نحو احسن و صدور ضمانت نامه ها و بیمه نامه ها با دقت کافی هستند ولی بسیاری از بنگاه با فعالیت این صندوق آشنا نیستند. وی اذعان داشت: متأسفانه آشنایی لازم با فعالیت های صندوق ضمانت صادرات در بسیاری از بنگاه های اقتصادی کوچک و خرد وجود ندارد در حالیکه در صورت عمومیت پیدا کردن اقدامات صندوق سطح گسترده تری از ذی نفعان قادر به استفاده از ضمانت نامه های اجرایی صندوق خواهند شد.

دکتر غضنفری افزود: بهتر است صندوق ضمانت صادرات ایران مفاهیم تخصصی و پیچیده خود را با زبان ساده و عامیانه تشریح و بنگاه های اقتصادی کشور را متوجه فعالیت خود کند.

در ادامه این جلسه، محمدکاظم دوست حسینی، مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات ایران با ارائه گزارشی از عملکرد و فعالیت های سال ۸۹ مجموعه خود، اظهار امیدواری کرد با افزایش سرمایه صندوق در سال جدید، صندوق ضمانت صادرات ایران بتواند خدمات گسترده تر و موثرتری به ذی نفعان خود ارائه دهد.

وزیر بازرگانی، کمبود تولید را از جمله مشکلات اصلی تنظیم بازار عنوان کرد و ادامه داد: اولین فایده تولید صادراتی این است که چنانچه تولیدکننده به انگیزه صادرات، تولید خود را افزایش دهد، به راحتی مقوله تنظیم بازار را پشت سر خواهیم گذاشت و این مهم از یک موضوع اصلی و دارای اولویت به یک مساله معمولی و عادی تبدیل خواهد شد.

وی، وابستگی کشورهای همسایه به تولیدات داخلی کشورمان و در نتیجه ارتقای جایگاه کشور در منطقه را دومین فایده افزایش تولید صادراتی دانست و تصریح کرد: در صورت تحقق این مهم، افزایش اشتغال را نیز به عنوان یکی از اهداف جهاد اقتصادی شاهد خواهیم بود که این سومین فایده هم راستا بودن تنظیم بازار با توسعه صادرات غیرنفتی است. غضنفری تاکید کرد: وزارت بازرگانی در سال ۹۰ موضوع صادرات غیرنفتی را پیشانی کار خود قرار خواهد داد.

وی، گذر از تنظیم بازار و رسیدن به صادرات غیرنفتی را شعار امسال وزارت بازرگانی خواند و با

در نظر گرفتن مشوق های صادراتی برای کالاهایی که تولید آنها در کشور ناکافی است ولی ظرفیت بالای تولید وجود دارد موجب رفع مشکل تنظیم بازار این اقلام می شود

به گزارش شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شباب)، دکتر مهدی غضنفری در دیدار مدیران صندوق ضمانت صادرات، ضمن تبریک سال نو، توسعه صادرات را یکی از محورهای اصلی کاری خود در سال جهاد اقتصادی برشمرد و افزود: وزارت بازرگانی برای تحقق فرمایشات مقام معظم رهبری باید عمل تنظیم بازار را هم جهت با توسعه صادرات غیرنفتی قرار دهد.

وی در ادامه سخنان خود تاکید ریاست جمهوری مبنی بر حمایت از صادرات غیرنفتی را مورد اشاره قرار داد و گفت: موضع دولت، استحکام و افزایش ثبات حوزه صادرات غیرنفتی است. وزیر بازرگانی معتقد است توسعه صادرات غیرنفتی اهداف جهاد اقتصادی که همان افزایش اشتغال، سرمایه گذاری و رونق تولید است را به ارمغان می آورد. وی با بیان این که توسعه صادرات غیرنفتی منجر به رونق تولید شده و رونق این بخش موجب افزایش اشتغال و سرمایه گذاری در کشور می شود، گفت: سازمان توسعه تجارت ایران و صندوق ضمانت صادرات ایران و بانک توسعه صادرات ایران به عنوان متولیان و حامیان اصلی صادرات غیرنفتی باید مشوق های خاصی را برای کالاهای استراتژیک در تنظیم بازار در نظر گیرند.

غضنفری گفت: در نظر گرفتن مشوق های صادراتی برای کالاهایی که تولید آنها در کشور ناکافی است ولی ظرفیت بالای تولید وجود دارد موجب رفع مشکل تنظیم بازار این اقلام می شود چون در صورتی که تولید یک کالا فراتر از نیاز کشور انجام شود و برنامه ریزی برای صادرات مازاد آن صورت گیرد، تنظیم بازار این محصولات در داخل به سادگی انجام خواهد شد.



وزیر بازرگانی درد دیدار مدیران سازمان توسعه تجارت ایران:

جهش صادرات غیرنفتی یکی از جلوه‌های ملموس جهاد اقتصادی



نتیجه هدفمندی یارانه‌ها، شفاف‌سازی اقتصاد، بهبود کسب و کار و در نهایت توسعه صادرات است. به گزارش شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا)، دکتر مهدی غضنفری در دیدار مدیران سازمان توسعه تجارت ایران، اولویت کاری وزارت بازرگانی، در سال ۹۰ را توسعه صادرات غیرنفتی عنوان کرد و افزود: حال که قانون هدفمند کردن یارانه‌ها به خوبی در کشور عملیاتی شده است باید تلاش‌های خود را معطوف به ایجاد جهش صادراتی کنیم. وی نتیجه هدفمندسازی یارانه‌ها را روان کردن اقتصاد، شفاف‌سازی، بهبود فضای کسب و کار و در نهایت توسعه صادرات غیرنفتی دانست و اظهار داشت: این مطلب که تنظیم بازار زیرمجموعه صادرات غیرنفتی در نظر گرفته شود نکته مهمی است.

وی افزود: در صورتی که قادر به تنظیم بازار تامین کالا برای سایر کشورها باشیم، تنظیم بازار کشورمان در سایه آن به آسودگی انجام خواهد شد.

وزیر بازرگانی انتخاب عنوان جهاد اقتصادی از سوی مقام معظم رهبری را برای امسال مورد توجه قرار داد و افزود: هر تعبیر اقتصادی بر روی این عنوان امکان‌پذیر است ولی امیدوارم که به قدری در خصوص صادرات غیرنفتی تبیین دیدگاه صورت گیرد تا این درک در همگان ایجاد شود که صادرات غیرنفتی یکی از جلوه‌های ملموس جهاد اقتصادی است. به باور غضنفری، بهترین مفهوم و تمثیل ذهنی برای تبیین جهاد اقتصادی، صادرات غیرنفتی است.

وی با تاکید بر اینکه هیچ بخشی نمی‌تواند جای صادرات غیرنفتی را در رشد اقتصادی بگیرد، گفت: هرچه میزان اتکا کشور به درآمدهای نفتی کاهش یافته و صادرات غیرنفتی رشد یابد موقعیت‌های اجتماعی، اقتصادی و شغلی نسل‌های آینده از امنیت بیشتری برخوردار خواهد بود. وزیر بازرگانی در ادامه، ضرورت اجرای طرح مدیریت واردات در کشور را مورد تاکید قرار داد و افزود: در صورت مدیریت هزینه‌های تولید، بهتر می‌توانیم در رقابت با کالاهای وارداتی موفق عمل کنیم. وزیر بازرگانی ضمن تشکر از ایجاد تشکلهای وارداتی در بخش خصوصی برای پاسخگویی به امر واردات از سازمان توسعه تجارت ایران خواست علاوه بر بهبود مقررات صادرات و واردات، تمامی کالاهای و مسیرهای وارداتی را زیر نظر گرفته و از دستگاه‌هایی که هر ساله ضوابط کالاهای وارداتی را مشخص می‌کنند بخواهد در این امر جدی و دقیق باشند. زیرا مدیریت واردات مسوولیت همگانی است و بخش اصلی آن بر دوش دستگاه‌های تعیین ضوابط و الزامات کالاهای وارداتی است.

این مقام مسوول با بیان این مطلب که ایجاد پنجره واحد تجاری و تسهیل تجارت فرامرزی در دستور کار سازمان توسعه تجارت ایران قرار گیرد، گفت: فرآیند تجارت باید مورد بررسی قرار گرفته و مشکلات و موانع آن شناسایی و رفع

و دستگاه‌های متولی صادرات نیاز داشت کارنامه سازمان در این سال عملکرد قابل قبولی را به نمایش می‌گذارد. حمید صافدل تصریح کرد: در سال ۸۹ صادرات غیرنفتی کشور به مرز ۳۰ میلیارد دلار رسید و صادرات ۲۶،۳ میلیارد دلار کالا و ۳،۳ میلیارد دلار خدمات فنی- مهندسی رکورد جدیدی برای صادرکنندگان کشور به ثبت رساند.

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران افزود: اگر به ۳۶ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی در سال ۸۹ با احتساب میعانات گازی، رقمی در حدود ۴ میلیارد دلار بابت صدور خدمات گردشگری، IT، نیروی انسانی و ترانزیت در سال ۸۹ اضافه شود، میزان صادرات به حدود ۴۰ میلیارد دلار می‌رسد که در مقایسه با سال ۸۴، آغاز برنامه چهارم توسعه کشور از رشد چهار برابری آن حکایت دارد. وی کمک به اعزام و پذیرش هیات‌های تجاری، انجام مذاکرات تجاری با کشورهای مختلف، کمک به برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی و اعزام رایزنان بازرگانی را از جمله اقدامات سازمان توسعه تجارت ایران در طی سال ۸۹ برشمرد. معاون وزیر بازرگانی، مدیریت واردات را از دیگر اقدامات کلیدی سال ۸۹ بیان کرد و گفت: در سال گذشته با تبیین درست تقسیم کار ملی در حوزه واردات و برگزاری جلسات متعدد و هماهنگی با دستگاه‌های ذیربط، مدیریت واردات به صورت علمی مطرح و ساز و کارهای آن تا حد زیادی تبیین و عملیاتی شد که در سال جاری نیز تداوم می‌یابد.

صافدل با اشاره به تدوین سند راهبردی توسعه صادرات در سال ۸۹ و مشخص شدن سهم هر دستگاه در تحقق هدفگذاری‌های انجام شده، اظهار داشت: امیدواریم در سال جهاد اقتصادی با جهاد مضاعف همه دستگاه‌ها و صادرکنندگان کشور، به هدفگذاری ۴۵ میلیاردی صادرات غیرنفتی که یک جهش در این حوزه به حساب می‌آید دست یابیم.

شود تا بتوانیم رتبه تسهیل تجارت در کشور را بهبود بخشیم. غضنفری افزود: در فرآیند تجارت، در مقابل تسهیل امور در ضوابط و سازوکارهای اداری باید به صورت جدی بر ضوابط، استاندارد و الزامات ورود کالا نظارت شود و این کار خطیر بر دوش سازمان‌های خارج از وزارت بازرگانی است. وی خاطرنشان کرد: خوشبختانه سازمان توسعه تجارت ایران در مقوله مدیریت صادرات به خوبی عمل کرده است و گذر از مرز ۳۰ میلیارد دلاری موید این مطلب است.

دکتر غضنفری بر ایجاد مثلث همکاری صندوق ضمانت صادرات، بانک توسعه صادرات و سازمان توسعه تجارت تاکید کرد و گفت: سند راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی می‌تواند به امر توسعه تجارت در کشور کمک کند. وزیر بازرگانی تصریح کرد: با توجه به اهمیت صادرات در رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال، تمامی جهت‌گیری‌ها در معاونت‌های مختلف وزارت بازرگانی باید در راستای توسعه صادرات غیرنفتی باشد.

رشد ۴ برابری صادرات غیرنفتی در پایان برنامه چهارم توسعه

در این دیدار رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران نیز ضمن ابراز خرسندی از عملکرد مطلوب بخش تجارت خارجی در سال ۸۹، از رشد ۴ برابری صادرات غیرنفتی کشور در پایان برنامه چهارم توسعه کشور نسبت به آغاز این برنامه خبر داد و افزود: ابتکار مقام معظم رهبری در نامگذاری سال‌ها، نقشه راه کشور را ترسیم کرده و به حرکت منسجم دستگاه‌های مختلف در کارها کمک می‌کند.

معاون وزیر بازرگانی ادامه داد: سال گذشته علیرغم اعمال تحریم‌های مختلف آمریکا و برخی کشورهای غربی علیه ایران در حوزه‌های مختلف بازرگانی، بانکی و بیمه‌ای و همچنین آغاز اجرای طرح تحول اقتصادی، علاوه بر اینکه نیازمند کار و همت مضاعف بود به جهاد صادرکنندگان



شماره ۵۶

فروردین‌ماه ۱۳۸۹



نیاز ۸۰ هزار میلیارد ریالی برای نخستین سال اجرای طرح آمایش تجاری

دودانگه ضمن تاکید بر اینکه در سال جاری باید ردیف اعتباری مستقلی از سوی دولت برای اجرای طرح آمایش تجاری اختصاص یابد، افزود: برای سال جاری به عنوان نخستین سال پیگیری این طرح باید حدود ۸۰ هزار میلیارد ریال از محل اعتبارات دولتی، جذب سرمایه خارجی و بخش خصوصی برای ایجاد زیرساخت‌های تجاری سرمایه‌گذاری شود. وی تصریح کرد: در این حوزه بیشترین تاکید ما بر حضور بخش خصوصی و استفاده از سرمایه‌گذاری‌های خارجی است.

شود که زیرساخت‌های تولید و تجارت در سطح کشور ایجاد شده تا با افزایش بهره‌وری و رشد صادرات غیرنفتی، به اهداف مورد نظر دست یافت.

وی با اشاره به اینکه توسعه و ایجاد زیرساخت‌های تجاری کشور در قالب طرح آمایش تجاری در وزارت بازرگانی طراحی شده است، گفت: اجرای این طرح مستلزم اختصاص خطوط اعتباری از سوی دولت است تا با سرمایه‌گذاری اولیه، زمینه برای حضور بخش خصوصی و جذب سرمایه‌های خارجی نیز فراهم شود.

معاون وزیر بازرگانی گفت: امسال به عنوان نخستین سال اجرای طرح آمایش تجاری، نیازمند اختصاص ۸۰ هزار میلیارد ریال از محل اعتبارات دولتی، بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری خارجی هستیم.

محمود دودانگه، معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزیر بازرگانی در گفتگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) با اشاره به نامگذاری امسال به عنوان سال جهاد اقتصادی اظهار کرد: برای حرکت در مسیر تحقق شعار جهاد اقتصادی در حوزه بازرگانی باید تلاش

بازرگانی

شماره ۵۶
فروردین‌ماه ۱۳۸۹

۸

صادرات ۵۵۶ میلیون دلاری فرش در سال ۸۹



نسبت به سالهای قبل با رشد قابل ملاحظه‌ای همراه بوده است. مرداسی افزود: در سال جاری افزایش صادرات به بازارهای جدید در دستور کار قرار گرفته است.

رئیس مرکز ملی فرش با اشاره به رشد ۱۲ درصدی ارزش صادرات فرش در ۱۲ ماهه سال گذشته اعلام کرد: صادرات فرش ایران در سال ۸۹ به بیش از ۵۵۶ میلیون دلار افزایش یافت.

فیصل مرداسی، در گفت‌وگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) چگونگی صادرات فرش در ۱۲ ماهه سال گذشته را اینگونه تشریح کرد: سال گذشته جمعاً هشت هزار تن فرش به ارزش ۵۵۶ میلیون دلار از کشور صادر شده که این رقم نسبت به سال ۸۸ از لحاظ وزنی حدود چهار درصد و از بعد ارزشی با ۱۲ درصد رشد همراه بوده است.

وی افزود: در آمار سالانه صادرات فرش بین ۲۵ تا ۳۵ میلیون دلار عودت فرش وجود دارد که با کسر رقم فرش‌های عودت داده شده، ارزش خالص صادرات فرش ایران در سال گذشته به ۵۲۰ میلیون دلار می‌رسد.

رئیس مرکز ملی فرش، عمده بازارهای هدف صادرات فرش ایران در سال گذشته را به ترتیب: آلمان، آمریکا، امارات متحده عربی، ایتالیا، ژاپن و لبنان اعلام کرد. به گفته وی، بازارهایی نظیر چین، قزاقستان، مالزی و برزیل نیز بازارهای جدیدی بودند که صادرات فرش ایران به این کشورها



تسویه حساب جواز صادراتی با ۴۰۰ میلیارد تومان سهام دولتی

اجرا می‌شود یا خیر گفت: تعرفه واردات میوه تغییری نداشته است و ماده ۱۶ کماکان اجرا می‌شود و وزارت جهاد همچنان صادرکننده مجوز واردات کالاهای کشاورزی است.

تسویه جواز صادراتی با سهام

وی در خصوص جواز صادراتی گفت: در روز ۲۸ اسفندماه سال ۸۹ دولت طی مصوبه‌ای ۴۰۰ میلیارد تومان سهام در اختیار سازمان توسعه تجارت ایران قرار داده است که باید مقدمات کار آن در معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهور انجام شود و پس از آن در سازمان خصوصی‌سازی مشخص می‌شود که این سهام مربوط به چه شرکت‌هایی است که با این مبلغ پرداخت جواز صادراتی به روز می‌شود. صافدل در باره هدف‌گذاری صادرات در سال ۹۰ گفت: طبق آخرین مصوبات شورای عالی صادرات در سال جاری ۴۵ میلیارد دلار صادرات با احتساب کالا و خدمات خواهیم داشت و طبق دستور رئیس جمهور حجم صادرات غیرنفتی باید رشد ۴۰ درصدی داشته باشد. معاون وزیر بازرگانی گفت: در سال جاری صادرات خدمات شامل خدمات فنی-مهندسی، خدمات گردشگری، نیروی انسانی و ترانزیت خواهد بود و براساس آخرین تفاهات گزارش‌دهی در خصوص صادرات خدمات با الگوی بانک مرکزی خواهد بود.

رئیس کل سازمان توسعه تجارت با تشریح آخرین تحولات تعرفه‌ای در سال جدید و هدف‌گذاری ۴۵ میلیارد دلاری صادرات کالا و خدمات در سال جاری گفت: روز ۲۸ اسفندماه سال ۸۹ دولت طی مصوبه‌ای ۴۰۰ میلیارد تومان سهام برای جواز صادراتی در اختیار سازمان توسعه تجارت قرار داده است.

حمید صافدل در خصوص چاپ کتاب تعرفه سال ۹۰ اظهار داشت: برای اولین بار کتاب تعرفه امسال به دو زبان فارسی و لاتین منتشر می‌شود چرا که ما بیش از هفت هزار ردیف تعرفه‌ای در کتاب داریم و چون برخی کالاها کالای خاص است ترجمه آن از طریق فرهنگ لغت مشکل است.

۱۲۰ تغییر تعرفه‌ای در سال جدید

وی در واکنش به این سوال که تغییرات تعرفه‌ای امسال چگونه بوده است گفت: تغییرات تعرفه‌ای در مورد کالاهای حساس نبوده، ۱۲۰ تغییر تعرفه‌ای داشته‌ایم که ۶۰ مورد آن کاهش و ۶۰ مورد افزایشی و هر دو گروه در راستای حمایت از تولید داخل بوده است.

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران در واکنش به این سوال که آیا تعرفه واردات میوه تغییر کرده و آیا ماده ۱۶ قانون بهره‌وری کشاورزی

با تاسیس اکزیم بانک

نوبهار خدمات بانکی برای صادرکنندگان



جلسه تاسیس بانک صادرات و واردات ایران (اکزیم بانک) با حضور رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران، کوروش پرویزیان رئیس سابق بانک توسعه صادرات و جمعی از فعالان اقتصادی، شکل‌های صادراتی و صادرکنندگان تشکیل شد.

حمید صافدل معاون، وزیر بازرگانی در این نشست ضمن تشکر از حضور صادرکنندگان در این جلسه گفت: استقبال صادرکنندگان و فعالان اقتصادی از حضور در این جلسه نشان‌دهنده اهمیت موضوع و آینده روشن برای این بانک است. وی افزود: صادرات غیرنفتی در ۱۱ ماهه امسال از نظر ارزشی ۱۵ میلیارد دلار و از لحاظ وزنی ۱۵ میلیون تن رشد داشته است و صادرات غیرنفتی امسال بدون احتساب میعانات گازی به مرز ۳۰ میلیارد دلار خواهد رسید.

صافدل اقدامات صادرکنندگان در حوزه صادرات کالا و خدمات را شایسته تقدیر اعلام کرد و گفت: در طول سال‌های گذشته همواره مشکلات مختلف پولی و مالی از جمله اعتبارات، تسهیلات و جابجایی پول از عمده عوامل ایجاد محدودیت بر سر راه بازرگانان و تجار ایرانی بود که امیدواریم با همت و تلاش این جمع به زودی شاهد تاسیس بانکی برای رفع موانع و محدودیتهای مالی تجار باشیم.

معاون وزیر بازرگانی با اشاره به تحریم‌ها علیه ایران افزود: تشکیل بانک صادرات و واردات با سرمایه و هدایت بخش خصوصی می‌تواند به عبور از تحریم‌ها و بی‌اثر کردن آنها کمک کند.

اکزیم بانک میلاد در منطقه آزاد کیش تاسیس می‌شود

در ادامه کوروش پرویزیان رئیس سابق بانک

بینی شده است ادامه داد: تشکیل صندوق توسعه ملی با هدف حمایت مالی از بخش خصوصی است و منابع مالی این صندوق می‌تواند در جهت اهداف این بانک به کار گرفته شود.

وی سودآوری بانک میلاد را با توجه به تجربیات گذشته و آینده پیش رو مناسب ارزیابی کرد و گفت: ۷۰ درصد از سهام این بانک به صورت بلوک و ۳۰ درصد مابقی آن به زودی از طریق پذیره‌نویسی عرضه خواهد شد و نگاه بین المللی به این بانک ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاری در آن را کاهش خواهد داد.

در پایان این نشست فعالان اقتصادی حاضر در جلسه ضمن استقبال از تاسیس این بانک، تشکیل اکزیم بانک خصوصی را همچون یافتن گمشده‌ای دانسته و آمادگی خود را جهت سرمایه‌گذاری در این بانک اعلام کردند.

توسعه صادرات با اشاره به وجوه تمایز بانکداری اسلامی با سیستم‌های بانکی رایج در دنیا گفت: کارهای اولیه برای تاسیس بانک خصوصی صادرات و واردات میلاد صورت پذیرفته است و با تلاشها و پیگیری مجدانه وزیر بازرگانی و سازمان توسعه تجارت ایران، بانک مرکزی با پیشنهاد تاسیس این بانک در منطقه آزاد کیش موافقت نموده است.

وی ارایه خدمات مالی به تجار به خصوص صادرکنندگان را انگیزه اولیه ایجاد این بانک اعلام کرد و گفت: این بانک صد در صد خصوصی تامین مالی پروژههای صادراتی در بازارهای خارجی و امکان ایجاد انتقال پول از بانکهای خارجی شریک این بانک از خدماتی است.

پرویزیان ضمن اعلام اینکه در افق توسعه این بانک گروه مالی همچون بیمه و صرافی نیز پیش



افزایش ۱۳,۵ میلیارد دلاری مبادلات تجاری در سال ۸۹

کرد: با بسیج امکانات در بخش‌های دولتی و خصوصی و با توجه به سرفصل‌های سند راهبرد ملی، به تفکیک هر دستگاه، تقسیم کار شده است. معاون وزیر بازرگانی تاکید کرد: با توجه به سند چشم‌انداز، امیدواریم که امسال مجموعه صادرات کشور اعم از کالا، خدمات و پتروشیمی به ۴۵ میلیارد دلار برسد. وی همچنین از ایجاد بسته‌های نرم‌افزاری، اصلاح مقررات، حمایت‌های نقدی و مشوق‌های گوناگون در قالب بسته‌های حمایت از صادرکنندگان خبر داد.

رئیس سازمان توسعه تجارت اظهار داشت: با وجود تحریم‌هایی که در سال ۸۹ بر ایران اعمال شد، مجموع تجارت کشور ۱۳/۵ میلیارد دلار افزایش داشته و صادرات به کشورهای اروپایی نیز با ۱,۵ درصد رشد همراه بوده است. وی افزود: در گذر ترانزیتی نیز با افزایش ۸ میلیون تنی جابجایی کالاها، به مرز ۱۰ میلیون تن رسیدیم. صافدل در رابطه با برنامه‌ریزی‌های سازمان توسعه تجارت برای سال ۹۰، خاطرنشان

معاون وزیر بازرگانی و رئیس کل سازمان توسعه تجارت از افزایش ۱۳,۵ میلیارد دلاری مبادلات تجاری در سال ۸۹ خبر داد و گفت: صادرات به کشورهای اروپایی نیز ۱,۵ درصد افزایش داشته است. حمید صافدل در گفتگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) اعلام کرد: فضای اقتصادی هر کشوری مجموعه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدهاست، کشوری می‌تواند در این حوزه برنده باشد که از فرصت‌ها استفاده کرده و خود را با شرایط موجود وفق دهد.

بازرگانی

شماره ۵۶
فروردین‌ماه ۱۳۸۹

۱۰

حرکت به سوی برابری صادرات غیرنفتی و واردات اولویت تجارت خارجی

کیومرث فتح‌الله کرمانشاهی، در گفت‌وگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) با اشاره به پیگیری طرح مدیریت واردات در سال جاری اظهار داشت: واردات همچون صادرات یک مقوله فرابخشی است که هرگونه برنامه‌ریزی و هدفگذاری در خصوص آن نیازمند همکاری دستگاه‌ها و بخش‌های مختلف است.

وی، رویکرد اصلی سازمان توسعه تجارت در حوزه تجارت خارجی طی سال جاری را ایجاد موازنه و کاهش فاصله بین آمار صادرات غیرنفتی و واردات برشمرد و افزود: تحقق اهداف طرح مدیریت واردات به نوبه خود زمینه برابری واردات با صادرات در کشور را فراهم می‌آورد که این امر نیازمند همکاری بیش از پیش تمامی بخش‌های مرتبط در امر واردات است.

معاون سازمان توسعه تجارت ایران، با اشاره به نام‌گذاری سال ۹۰ به عنوان سال جهاد اقتصادی گفت: افزایش تولید صادراتی و توسعه صادرات غیرنفتی زمینه تحقق اهداف جهاد اقتصادی در حوزه تجارت خارجی را فراهم می‌آورد. در این خصوص لازم است که تمامی موانع پیش‌روی تجارت برداشته شود.



معاون کمک‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران اعلام کرد: تحقق اهداف طرح مدیریت واردات زمینه‌ساز برابری واردات با صادرات غیرنفتی می‌باشد و این مهم یکی از اولویت‌های تجارت خارجی کشور است.



تدوین شیوه‌نامه‌های حمایتی از برندسازی

ارزیابی برند در کشور با همکاری بخش خصوصی آغاز شده که با نهایی شدن طرح‌های در دست بررسی، پیش‌بینی می‌شود شیوه‌نامه مربوط به این بخش نیز تا اردیبهشت ماه نهایی شد. وی تصریح کرد: دستورالعمل حمایت از برندسازی در حال تدوین است که در سال جاری اجرایی خواهد شد. جلالی‌پور همچنین از برگزاری سه کارگاه آموزشی در حوزه مباحث مربوط به حقوق برند با همکاری وزارت دادگستری و سازمان ثبت اسناد در سال جاری خبر داد

قالب برنامه پنجم توسعه پیش‌بینی شده است. براین اساس سعی داریم اهمیت برندسازی را متناسب با احکام قانون برنامه پیش ببریم. وی ادامه داد: در اسفند ماه گذشته تدوین شیوه‌نامه‌ای در حوزه حمایت از برند به پایان رسید و به کارگروه تنظیم بازار ارائه شد که پیش‌بینی می‌شود در اردیبهشت سال جاری ابلاغ شود. جلالی‌پور با اشاره به اینکه در سال جاری بحث برندسازی وارد فاز دیگری می‌شود، گفت: برنامه‌ریزی برای تدوین سازوکارهای

مدیرکل توسعه صادرات کالا سازمان توسعه تجارت با اشاره به هدفگذاری‌های صورت گرفته در حوزه برندسازی، اعلام کرد: بخش‌های مختلفی از اهداف حوزه برندسازی در سال جاری وارد فاز اجرا می‌شود. مهرداد جلالی‌پور، در گفت‌وگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) با اشاره به اینکه در سال ۸۹ اقدامات زیربنایی در حوزه برند صورت گرفت، گفت: موضوع گسترش برندسازی در دو حوزه بازرگانی داخلی و تجارت خارجی در



شماره ۵۶

فروردین‌ماه ۱۳۸۹

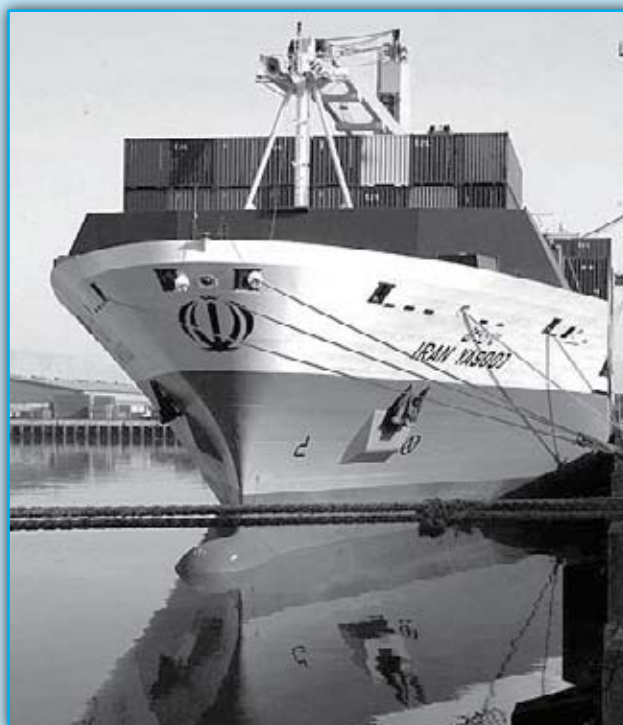
افزایش مبادلات تجاری با کشورهای عربی و آفریقایی

مدیرکل دفتر بازرگانی عربی و آفریقایی سازمان توسعه تجارت ایران گفت: در برنامه‌ریزی‌های انجام شده برای سال ۹۰، رشد ۴۰ درصدی تجارت با کشورهای عربی و آفریقایی جنوبی نسبت به سال ۸۹ در نظر گرفته شده است.

سیدحسین حسینی در گفت‌وگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) اعلام کرد: در پایان هر سال موضوع برنامه‌ریزی برای حوزه‌های تجاری در سازمان توسعه تجارت انجام می‌شود. مدیرکل دفتر بازرگانی عربی و آفریقایی تصریح کرد: این برنامه با توجه به توافقات موجود از گذشته، شکل‌گیری فضاهای کاری، گزارش‌های رسیده از رایزنی‌های تجاری ایران و بر اساس مفاد یادداشت‌های تفاهم، طرح‌ریزی شده است.

وی ضمن تأکید بر اولویت‌دار بودن همکاری با کشورهای همسایه، خاطرنشان کرد: در این زمینه نیز برنامه‌های مدونی برای همکاری با کشورهای اولویت دار تهیه شده و امیدواریم که با توجه به تحولاتی که در حوزه کشورهای عربی و آفریقایی جنوبی رخ داده است، بتوانیم افق‌های جدیدی را در تجارت طرح‌ریزی کنیم.

حسینی، برنامه‌ریزی‌های انجام شده را متناسب با فضای هر کشور دانست و در رابطه با کشورهای اولویت‌دار اضافه کرد: کشورهای که زیرساخت‌های لازم برای توسعه تجارت را دارا بوده، حجم تجارت مناسبی دارند، دسترسی به آنها آسان است و پیشینه و سوابق تجاری خوبی با ایران داشته‌اند، جزو کشورهای اولویت‌دار تجاری ایران خواهند بود.





در سال گذشته صورت گرفت:

رشد ۱۹ درصدی صادرات محصولات پتروشیمی

نفتی نیز مطرح کرد: در سال گذشته ارزش صادرات فرآورده‌های نفتی شامل قیر، روغن، پارافین و ... با حدود ۶۶ درصد رشد نسبت به سال ۱۳۸۸، به رقم یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار رسید. به گفته وی، عمده بازارهای صادراتی ایران در حوزه محصولات مذکور را کشورهای نظیر چین، هند، امارات متحده عربی و کره تشکیل می‌دهند

فرآورده‌های نفتی در سال گذشته، گفت: در ۱۲ ماهه سال گذشته ۱۲ میلیون و ۶۶۰ هزار تن محصولات پتروشیمی به ارزش شش میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار به خارج از کشور صادر شد. وی افزود: ارزش صادرات محصولات پتروشیمی در سال گذشته نسبت به سال ۸۸ با حدود ۱۹ درصد رشد همراه بوده است. حسینی در خصوص صادرات فرآورده‌های

رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی اعلام کرد: در سال گذشته ارزش صادرات محصولات پتروشیمی ۱۹ درصد و فرآورده‌های نفتی حدود ۶۶ درصد رشد داشته است.

سیدحمید حسینی در گفتگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا)، با اشاره به رشد صادرات محصولات پتروشیمی و

بازرگانی

شماره ۵۶

فروردین‌ماه ۱۳۸۹

۱۲

جهش مبادلاتی ایران و ترکیه ظرف چند سال آینده



معاون بازاریابی و تنظیم روابط سازمان توسعه تجارت اعلام کرد: بر اساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته و طی یک برنامه پنج ساله، مبادلات تجاری ایران و ترکیه به ۳۵ میلیارد دلار خواهد رسید. رضا توفیقی در گفت‌وگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) در خصوص روابط تجاری ایران و ترکیه اظهار داشت: حجم روابط تجاری ایران و ترکیه در سال ۲۰۱۰ بالغ بر ۱۰ میلیارد دلار بوده است. وی میزان صادرات غیرنفتی در این سال را ۸۰۰ میلیون دلار دانسته و افزود: در همین سال واردات از ترکیه معادل دو میلیارد و ۳۱۰ میلیون دلار بوده است که با احتساب صادرات مواد نفتی و سایر حامل‌های انرژی به ترکیه، حجم روابط تجاری جمهوری اسلامی ایران و ترکیه به حدود ۱۰/۵ میلیارد دلار رسیده است. توفیقی اشاره کرد: با توجه به هدف‌گیری مسوولان در کشور مبنی بر دستیابی به حجم ۳۰ میلیارد دلاری مبادلات تجاری، زیرساخت‌های لازم برای تحقق این هدف از منظر فیزیکی و حقوقی باید فراهم شود.

معاون بازاریابی و تنظیم روابط سازمان توسعه تجارت خاطرنشان کرد: در این راستا افتتاح مرز رازی که هفته گذشته با حضور وزرای دو کشور انجام شد، گام ارزنده‌ای در جهت توسعه زیرساخت‌های فیزیکی و افزایش حجم روابط تجاری جمهوری اسلامی ایران و جمهوری ترکیه محسوب می‌شود.

وی ضمن بیان اینکه این مرز رسمی از تابستان آینده در کنار مرزهای بازرگان و سرو، می‌تواند تاثیر شایانی در افزایش مبادلات تجاری داشته

باشد، افزود: در عین حال توافقات مسوولان دو کشور مبنی بر تنظیم موافقت‌نامه‌های مبادلات بازرگانی، مرزی، استاندارد و گمرکی و ... می‌تواند به عنوان زیرساخت حقوقی توسعه روابط اقتصادی و تجاری طرفین قلمداد شود.

توفیقی گفت: براساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته ظرف مدت پنج سال و بایک جهش تجاری، پیش‌بینی می‌شود که طی سال‌های آینده مبادلات تجاری دو کشور به ۳۵ میلیارد دلار در سال برسد.



تهران - معاون بازرگانی خارجی سازمان بازرگانی استان در گفتگو با شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شایا) اعلام کرد: بر اساس اظهارات گمرکات استان تهران، ارزش صادرات این استان در سال ۸۹ به میزان ۲,۳ میلیارد دلار بوده است که رشد ۲۳ درصدی را نسبت به مدت مشابه سال ۸۸ نشان می دهد.

رشد ۴۹ درصدی صادرات غیر نفتی چهارمحال و بختیاری

چهارمحال و بختیاری - رییس سازمان بازرگانی استان با اعلام این خبر گفت: ۳۱ قلم کالاهای صادراتی و غیرنفتی استان چهارمحال و بختیاری با ارزش وزنی ۲۶۰ هزار تن و بیش از ۱۱۱ میلیون دلار ارزش ریالی به ۲۳ کشور دنیا صادر شده است که این میزان نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر وزنی ۱۵۵ درصد و از نظر دلاری ۴۹ درصد رشد داشته است.

نشست هم اندیشی تولید بادم و خشکبار در چهارمحال و بختیاری

چهارمحال و بختیاری - رییس سازمان بازرگانی چهارمحال و بختیاری در این نشست با اشاره به جایگاه نخست چهارمحال و بختیاری در تولید بادم در کشور گفت: بادم تولیدی استان به ویژه گونه مامایی بسیار مرغوب و بخش قابل توجهی از آن نیز به کشورهای مختلف از جمله هندوستان صادر می شود.

واردات گندم به چهارمحال و بختیاری برای ارتقای آرد و نان

چهارمحال و بختیاری - رییس شرکت غله و خدمات بازرگانی با اعلام این خبر گفت: بمنظور ارتقای آرد و نان تولیدی چهارمحال و بختیاری بیش از ۵ هزار تن گندم با کیفیت به استان وارد و در سیلوهای گندم ذخیره سازی شد.

پرداخت جوایز صادراتی به شرکتهای فعال در صادرات و واردات

خراسان شمالی - معاون توسعه تجارت خارجی سازمان بازرگانی، از پرداخت ۴۱ میلیارد و ۹۰۰ میلیون ریال جوایز صادراتی به صادر کنندگان این استان در آینده نزدیک خبر داد. مهرداد داودزاده اظهار داشت: این جوایز صادراتی به شرکتهای فعال در امر صادرات و واردات این استان پرداخت می شود.

پیگیری طرح آمایش تجاری در سیستان و بلوچستان

سیستان و بلوچستان - حسن پور در زاهدان

میوه و تره بار - بیسکویت و شیرینی جات، مخزن و منبع چدنی - فولادی و آهنی، انواع مصنوعات پلاستیکی اختصاص داشته که عمدتاً به اقلیم کردستان عراق صادر شده است.

گسترش روابط اقتصادی میان اربیل و ارومیه

آذربایجان غربی - در این دیدار اسکندری با ابراز خرسندی از ارتباطات تجاری استان آذر با بایجان غربی با اربیل - عراق گفت: خداوند متعال را شاکریم که مناسبات بازرگانی این استان با شمال عراق رو به توسعه است و برگزاری نمایشگاههای تجاری در اربیل و ارومیه زمینه را برای گسترش روابط اقتصادی، بازرگانی و فرهنگی را فراهم آورده است.

چهل و چهارمین نمایشگاه بین المللی بازرگانی الجزیره برگزار می گردد

بوشهر - چهل و چهارمین نمایشگاه بین المللی بازرگانی الجزیره از تاریخ ۱۱ لغایت ۱۶ خرداد ماه ۱۳۹۰ در کشور الجزایر برگزار می گردد.

بیش از ۷ میلیارد دلار صادرات غیر نفتی به انضمام مواد پتروشیمی

بوشهر - محمد رضا صادقی معاون توسعه تجارت خارجی سازمان طی گفتگویی اعلام کرد: در سال ۱۳۸۹ بالغ بر ۱۳ میلیون و ۴۸۰ هزار تن کالا به ارزش ۷ میلیارد و ۶۶ میلیون دلار بدون احتساب میعانات گازی از طریق استان بوشهر به سایر کشورها صادر شده است.

رشد ۲۳ درصدی صادرات استان تهران در سال ۸۹

باتوجه به محدودیت در صفحات نشریه و لزوم انعکاس کلیه اخبار استانها، از این پس فقط تیتیر و لید اخبار استانها در نشریه منتشر خواهد شد و شما عزیزان می توانید متن کامل اخبار هر استان را در لینک اختصاصی استان مربوطه بر روی صفحه اصلی شایا به آدرس www.shabannews.ir مطالعه فرمایید.

سال جهاد اقتصادی، فرصتی مغتنم برای معرفی توانمندی های تجاری و صادراتی

البرز - در راستای برنامه توسعه پنجم و چشم انداز کلی توسعه کشور، سازمان بازرگانی استان البرز با استفاده از فرصتهای موجود از یکسو و توانمندی های سازمانی و منطقه ای از سوی دیگر افق جدیدی در جهت تحقق اهداف سازمان و پیشبرد رشد اقتصادی منطقه ای پیش رو دارد.

سال ۹۰ سال مجاهدت مضاعف در توسعه صادرات

اردبیل - عظمائی رییس سازمان بازرگانی استان، در طی مصاحبه ای اظهار داشت: نام گذاری سال ۱۳۹۰ به عنوان سال « جهاد اقتصادی » برای نشان دادن مسیر و نوع جهت گیری برای مردم، دولت، مجلس و همه ارگان مؤثر کشور است.

دیدار سفیر کره شمالی با فعالین اقتصادی آذربایجان غربی در ارومیه

آذربایجان غربی - چو این چول در این دیدار هدف از سفر خود به استان را شناسایی امکانات و ظرفیتهای استان اعلام کرد و افزود: ظرفیتهای قابل توجهی در این استان و به ویژه در ارومیه وجود دارد که باید از این ظرفیت ها به نحو احسن استفاده کرد.

برگزاری نمایشگاههای مشترک زمینه ساز ایجاد ارتباط اقتصادی مستمر است

آذربایجان غربی - چو این چول سفیر کره شمالی، در نشستی با حضور فعالان اقتصادی و مدیران واحدهای تولیدی آذربایجان غربی، کره شمالی آماده هر گونه همکاری با کشور ایران در راستای برگزاری نمایشگاههای مشترک می باشد.

رشد ۴۶ درصدی صادرات محصولات تولیدی در سال ۸۹

آذربایجان غربی - رئیس سازمان بازرگانی استان گفت: عمده ترین محصولات تولیدی استان که از مرزهای کشور صادر شده سیمان - سیب تازه - انواع





اظهار داشت: طرح آمایش تجاری با هدف توسعه زیرساخت‌ها در اولویت کاری سازمان بازرگانی سیستان و بلوچستان قرار گرفته و در این زمینه تمام اداراتی که به نوعی در امر صادرات ارتباط دارند، عضو کمیته کارگروه آمایش محسوب شده و در به وجود آمدن توسعه در زیرساخت‌ها دخیل هستند.

صادرات غیر نفتی از اهداف کلان دولت در سال جهاد اقتصادی

سیستان و بلوچستان - معاون استاندار سیستان و بلوچستان در اولین جلسه کارگروه توسعه صادرات غیر نفتی استان گفت: با توجه به آغاز برنامه ی پنجم توسعه و سال جهاد اقتصادی طرح آمایش تجاری در استان اجرایی خواهد شد.

توسعه صادرات غیر نفتی از مصادیق جهاد اقتصادی

سیستان و بلوچستان - رییس سازمان بازرگانی استان، در دیدار با اعضاء هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی و صنایع و معادن زاهدان گفت: صادرات نقش بسیار تأثیر گذاری را در توسعه اقتصادی منطقه ایجاد می نماید و به صراحت می توان گفت توسعه ی صادرات از مصادیق جهاد اقتصادی می باشد.

توسعه زیرساختی پیشروی به سمت جهاد اقتصادی

سیستان و بلوچستان - رییس سازمان بازرگانی استان، در مصاحبه ی اختصاصی با خبرگزاری ایرنا گفت: سیستان و بلوچستان با توجه به پتانسیلهای بالقوه در زمینه های تجاری و اقتصادی جهش بسیار مطلوبی را در زمینه های مختلف اقتصادی داشته‌است.

بیش از ۲۶۶ میلیون دلار صادرات طی سال ۸۹
سیستان و بلوچستان - رییس سازمان بازرگانی استان گفت: صادرات از استان افزایش چشمگیری داشته به نحوی که صادرات در سال ۸۹ نسبت به سال ۸۸ افزایش ۴۸ درصدی در ارزش را نشان میدهد.

رشد ۴۱ درصدی صادرات

سمنان - براساس اعلام گمرک استان سمنان در دوازده ماهه سال ۱۳۸۹ میزان ۳۶۷/۴۸ تن کالا به ارزش ۷۵۹۷۷۹۷۰۹۳۰۲ ریال معادل ۷۳۵۰۶۱۸۴ دلار از این گمرک به کشورهای آلمان، عراق، افغانستان، امارات، سوریه، آسیای میانه و ... صادر گردیده است که در مقایسه با مدت مشابه سال

قبل از نظر وزنی ۴۱ درصد و از نظر ارزش ۱۹ درصد رشد را نشان میدهد.

توسعه صادرات، اولویت اول در استان

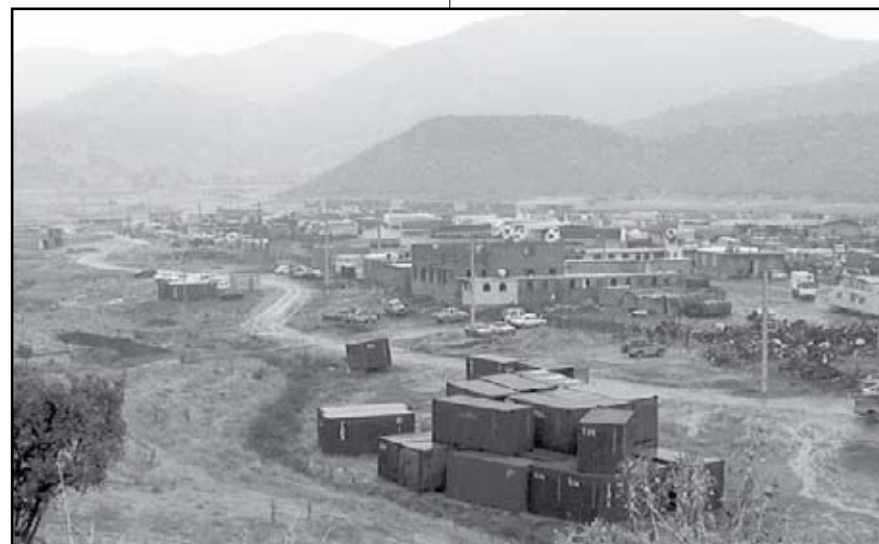
کرمانشاه - رئیس سازمان بازرگانی استان، در گفتگو با شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شابا)، با بیان این مطلب گفت: استان کرمانشاه یک استان تجاری بوده و در سال گذشته رتبه ششم صادرات کشور را کسب کرد.

شناسایی توانمندی های صادرات از اهداف برگزاری همایش صادرات خدمات فنی و مهندسی

گلستان - معاون توسعه تجارت خارجی سازمان بازرگانی استان، زمینه سازی برای حضور در سمینارهای کشوری، ارائه اطلاعات در خصوص نحوه شرکت در مناقصات داخلی و خارجی، تشکیل بانک اطلاعاتی شرکت های صدور خدمات فنی و مهندسی و کمک به رفع مشکلات آنها را، از دیگر اهداف برگزاری همایش صدور خدمات فنی و مهندسی در استان برشمرد.

افزایش ۲۵ درصدی صادرات غیر نفتی و کاهش ۳۰ درصدی مصرف آرد

قزوین - احمد عجم استاندار قزوین با اشاره به آثار و برکات اجرای موفقیت آمیز قانون هدفمندسازی یارانه‌ها، آن را مورد ارزیابی قرار داده و گفت: پس از اجرای این قانون در استان، مصرف آرد ۳۰ درصد کاهش یافته است.



رشد ۸۰ درصدی صادرات محصولات کشاورزی از استان در سال ۸۹

مازندران - در ۱۲ ماهه سال ۸۸ رقم ۱۶۸۴۷۰۰۰ دلار بوده که در ۱۲ ماهه سال ۸۹ علاوه بر تحقق این رقم بیش از ۱۳ میلیون دلاری یعنی حدود ۸۰ درصد افزایش نیز داشته ایم که در مجموع رقم به بیش از ۳۰ میلیون دلار رسیده است.

تحقق سهم ۷۳ میلیون دلاری صادرات مازندران

مازندران - ولی الله فرزانه، معاون برنامه ریزی استاندارد در جلسه تنظیم بازار استان با بیان اینکه سال جاری از سوی رهبر انقلاب اسلامی سال جهاد اقتصادی نامگذاری شد، بیان داشت: جهاد و آگاهی فقهی است و بر همه تکلیف است که در اجرای طرح احساس مسئولیت کنند.

رشد ۶۱ درصدی صادرات در مازندران

مازندران - رئیس سازمان بازرگانی استان مازندران اعلام کرد: میزان محصولات صادراتی مازندران در سال ۸۹ با رشد ۶۱ درصدی از نظر ارزشی برخوردار بوده است، ادامه داد افزایش صادرات در سال ۸۹ نسبت به سالهای قبل روند صعودی داشته است

دسترسی به شاخص های بهره وری راهی برای تولیدات صادرات محور

هرمزگان - عبدالمجید عبدلی زاده در یک نشست خبری با اشاره به آمارگیری از واحدهای صنفی و تولیدی استان هرمزگان، اظهار داشت: با عنایت به تأکیدات مقام معظم رهبری در خصوص تولیدات صادرات محور و برای بالا بردن توان رقابتی واحدهای تولیدی جهت ورود بیشتر به بازارهای جهانی نیاز به دسترسی به شاخص های بهره وری و مقایسه سالانه آن و برنامه ریزی جهت ارتقای این شاخص ها سبب شد تا در قانون برنامه پنجم در ماده ۶۹ و ۷۹ برای اندازه گیری شاخص ها طرح آمارگیری از واحدهای تولیدی و صنفی انجام گیرد که نسبت به سرشماری، زمان و هزینه کمتری را در برمی گیرد و از سویی دقیق تر می باشد.

اعلام شرایط حضور تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش دستباف در نمایشگاه بین المللی بازرگانی الجزیره

یزد - کلیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش دستباف استان که مایل به شرکت در نمایشگاه مذکور می باشند می توانند با شماره تلفن های ۲۱۹۱۴۱۴۶ و ۲۱۹۱۲۳۷۶ و یا سازمان بازرگانی استان ۱۵-۵۲۵۲۰۱۲ گروه فرش حاصل نمایند.

دومین جشنواره رسانه و بازرگانی



در دومین جشنواره رسانه و بازرگانی ضمن معرفی آثار برتر رسانه ای در حوزه بازرگانی کشور، از پدید آورندگان این آثار با اهدای جوایزی تقدیر شد. بخش های خبر، گزارش خبری، توصیفی، تحلیلی و تحقیقی، سرمقاله و یادداشت، مقاله، گفت و گو و میزگرد، تیترو عکس از قالبهای جشنواره رسانه و بازرگانی اعلام شده بود. هم چنین تولیدات رادیو و تلویزیون (صدا و سیما) در قالب های خبر، گزارش، میزگرد، گفت و گو، مستند و نماهنگ مورد ارزیابی قرار گرفتند.

بیش از ۲۳۰۰ اثر در ۲ بخش مطبوعات و خبرگزاریها (ملی و استانی) و رادیو تلویزیونی (ملی و استانی) توسط روزنامه نگاران و همکاران رسانه ای به این جشنواره ارسال شد.

توسعه صادرات غیرنفتی، بازرگانی و جایگاه جهانی ایران، بیمه اعتبار صادراتی و سرمایه گذاری، تجارت الکترونیکی، معرفی و کارکرد سامانه های تخصصی و کاربردی نوین بازرگانی کشور، بازرگانی و مشارکت های مردمی، حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تولید کنندگان، توسعه فضای رقابتی، سیستم طبقه بندی، شماره گذاری کالا و خدمات (ایران کد)، نقش اصناف در بازرگانی (بازرسی، نظارت و تنظیم بازار)، شبکه توزیع و ساماندهی شرکتهای پخش کالا، فروشگاه های زنجیره ای و توسعه ظرفیتهای ذخیره سازی و تامین کالا توسط بخش خصوصی از جمله محورهای این جشنواره بود.

همچنین جایگاه نمایشگاه های داخلی و خارجی در توسعه بازرگانی، افزایش ظرفیت و نوسازی ناوگان تجاری اقیانوس پیمای کشور در گسترش فعالیتهای بازرگانی، نقش رسانه ها در فرهنگ سازی و اطلاع رسانی صحیح در عرصه بازرگانی داخلی و خارجی کشور، فرش (از تولید تا صادرات)، نان صنعتی، نهضت سیلو سازی، ضایعات گندم و آرد و نان از دیگر موضوعات مورد توجه در بخش سراسری، محلی و استانی دومین جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی کشور بود که در این دوره مد نظر قرار گرفت.



با اولین و دومین جشنواره رسانه و بازرگانی

افزایش ظرفیت و نوسازی ناوگان تجاری اقیانوس پیمای کشور در گسترش فعالیتهای بازرگانی بود.

اولین جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی که به همت اداره کل روابط عمومی از ابتدا کلید خورد و کار خود را آغاز کرد، دارای بخش ویژه با ۵ محور موضوعی از جمله نقش رسانه ها در فرهنگ سازی و اطلاع رسانی صحیح در عرصه بازرگانی داخلی و خارجی کشور، معرفی و کارکرد سامانه های تخصصی و کاربردی نوین بازرگانی کشور، تبیین فضای رقابتی و غیر رقابتی در بازرگانی کشور، نان صنعتی و صادرات و نقش آن در توسعه کشور بود.

دومین جشنواره رسانه و بازرگانی: هم در واپسین روزهای سال ۸۹ برای دومین بار اداره کل روابط عمومی وزارت بازرگانی میزبان سردبیران، دبیران و خبرنگاران رسانه های دیداری در وزارت بازرگانی بود.

از این جشنواره نیز همچون جشنواره قبل استقبال خوبی به عمل آمد. در این دوره بیش از ۲۳۰۰ اثر به دبیر خانه جشنواره رسید که حجم بالای این آثار باعث شد تا کارداوری در این دوره با تاخیر همراه شود.

در سال ۸۹ و در دومین جشنواره رسانه به دلیل اجرای مرحله نهایی قانون هدفمند سازی یارانه ها، اطلاع رسانی در حوزه بازرگانی از شرایط خاصی برخوردار بود که با تعامل سازنده سازمانها، نهادها و دستگاه های ذیربط با اصحاب رسانه به خوبی پشت سر گذاشته شد.

امید داریم که امسال و سالهای آتی نیز همچون سالهای گذشته وزارت بازرگانی از همراهی خوب رسانه ها در انتشار اخبار و گزارشهای مربوط به قانون هدفمندی یارانه ها برخوردار شود چراکه برکسی پوشیده نیست که در سال ۸۹ اولین سال اجرای قانون هدفمندی، اگر افتخاری نصیب ملت شده، بخشی از آن مرهون تلاش اصحاب رسانه و ناشی از موقعیت شناسی، زمان شناسی دقیق و شفاف رسانه ها بود. تا جایی که اگر هم خبری بود در راستای منفعت منفعت جویان بود، به درستی مدیریت شد. ما نیز به عنوان بخش کوچکی از خانواده بزرگ رسانه ای گفته دکتر مهدی غضنفری وزیر محترم بازرگانی را سرلوحه فعالیتهای خود قرار می دهیم و سعی میکنیم از رسانه ای که در دست داریم به عنوان ابزاری برای مدیریت ذینفعان و تکامل و تطور شخصیت افراد استفاده کرده و از آن در مسیری که در پیش داریم برای رشد و تکامل بهتر و بیشتر بهره جوییم.

اولین جشنواره رسانه و بازرگانی: مراسم معرفی برگزیدگان اولین جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی برای اولین بار در تیرماه سال ۸۸ با حضور وزیر بازرگانی وقت دکتر سید مسعود میرکاظمی، سخنگوی دولت و اصحاب رسانه در محل سالن اجتماعات شماره یک اداری نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار شده بود.

این جشنواره با هدف معرفی نمونه های برتر آثار رسانه های کشور در سه بخش رسانه های سراسری، رسانه های محلی و استانی و ویژه برگزار شد.

در آن زمان بیش از ۲۲۶ نفر از خبرنگاران و روزنامه نگاران کشور و بالغ بر ۲۴۲۱ اثر رسانه های در قالب های مختلف خبری، گزارش، مقاله، یادداشت، گفتگو و تیتیر به دبیرخانه جشنواره ارسال شد.

محورهای موضوعی جشنواره اول نیز از قبل مشخص شده بودند که شامل توسعه صادرات غیر نفتی، بازرگانی و جایگاه جهانی ایران، تجارت الکترونیک، بازرگانی و مشارکت های مردمی، حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تولید کنندگان، ضرورت بازننگری در توسعه کسب و کار کشور، سیستم طبقه بندی، شماره گذاری کالا و خدمات (ایران کد)، نقش اصناف در بازرگانی، شبکه توزیع و ساماندهی شرکت های داخلی و خارجی در توسعه بازرگانی،



بازرگانی

شماره ۵۶

فروردین ماه ۱۳۸۹



کار یک رسانه: کشف، ساخت، پرداخت و انتشار اخبار

دردومین دوره برگزاری این جشنواره از مجموع ۲۳۰۰ اثر در دو بخش مطبوعات و خبرگزاریها (ملی و استانی) و رادیو و تلویزیونی (ملی و استانی)، بخش های خبر با ۲۰۲ اثر، گزارش با ۱۹۲ اثر و گفتگو با ۸۶ اثر بیشترین آثار ارسالی در ۸ بخش جشنواره را به خود اختصاص دادند. در مراسم پایانی دومین جشنواره رسانه و بازرگانی که در محل ساختمان شماره یک وزارت بازرگانی برگزار شد، بیانیه هیات داوران پیش از اعلام برگزیدگان قرائت شد. در متن این بیانیه آمده است:

ن و القلم و ما یسطرون

خبر کوتاه بود «جوانی تونسسی خودسوزی کرد» پس از این خبر «آهی» از نهاد بسیاری برخاست، عده ای گریستن، گروهی سالها بغض فروخورده شان خشم شد، دسته ای که سالها به چکمه سنگین خفقان روی گلویشان عادت کرده بودند، آب گلویشان را به تلخی فرو دادند، بعضی سر تکان دادند، بعضی مشت گره کردند، پیچ پیچ ها، نجوا شد، نجواها، آوا، آوا سینه به سینه بود با درد در آمیخت و فریاد شد، فریادها بیدارها را نشانه گرفت و سالها سیل بغض و درد و رنج گره خورد و دین، نان و آزادی آوار شد. بن علی رفت، بن علی مرد، پیش از آن که به عربستان برسد مرده بود، مبارک نامبارک شد و ...

خبر کوتاه بود، خبر، معادلات جهانی را به هم ریخت و معادلات به هم ریخته شده، دوباره خبر شدند. این شما هستید این ماهیت کار شماست، معادلات را به هم می ریزید و دوباره می سازید. از یک واقعه محلی تا یک اتفاق بین المللی، کشف و ساخت و پرداخت و انتشار خبر با شماست.

دومین جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی حدیثی بود از همین جنس که گفتیم اما با سطح و اندازه ای دیگر، در بررسی آثار اگرچه همت و تلاش برای تولید، دلسوزی و همدلی با منافع ملی در عرصه بازرگانی آشکارا خود را نشان می داد، اما

۱- سرعت در تنظیم و پیشی گرفتن از سایر رسانه ها در انتشار، از کیفیت بسیاری از آثار خبرگزاری ها کاسته بود. در این بخش همچنین در زمانی که خبرنگاران از سر فراغت و نه رقابت دست به گفتگو یا نوشتن گزارشی تحلیلی که مشمول زمان نمی شد، زده اند، آثاری دارای اعتبار و قابل توجه ارایه شده است.

۲- در رسانه های مکتوب نیز جای تحلیل های عمیق منسجم مطابق با افق های کلان بازرگانی (نه حتی از منظر وزارت بازرگانی) خالی بود. با آن که در روزنامه ها می خوانیم و آثار گاها فاخر را می بینیم اما به گمان، خبرنگاران در ارایه آثار به دبیرخانه کم دقتی کرده و آثار ممتاز خود را ارسال نکرده اند.

۳- در حوزه رسانه های مکتوب هفته نامه ها، ماهنامه ها و گاهنامه ها نیز اگرچه انتظار تحلیل ها، راهبردها و ارایه رهیافت های جدید می رفت، اما آثار ارایه شده در این بخش نیز گرفتار بحث و بررسی در باب مسایل روز بودند.

۴- در حوزه رسانه های دیداری و شنیداری اگرچه آنان صف مقدم جبهه مواجهه با ابر رسانه های جهانی از سویی و ارتباط با مخاطب از سوی دیگر

هستند و اگرچه امکانات در این بخش حرف اول را می زند، اما داشتن طرح و ایده ناب می تواند کمبود امکانات را تحقیر کرده و نادیده انگارد. در این بخش حجم وسیع توقع تولید از خبرنگاران موجب شده است تا کیفیت فدای کمیت شود و ملاحظه می شود آنجایی که خبرنگاران این بخش فراغتی نداشته اند و فرصتی، با طرح و ایده های خوب به سراغ موضوع رفته و به جرح و تعدیل پرداخته اند.

خارج از این موضوعات، در این مجال سخنی نیز با صاحبان رشته ها و خبرنگاران داریم.

الف - در بررسی آثار، ملاحظه شده است خبرنگارانی که سالها

در یک حوزه تخصصی کار کرده و با چند دولت و

چند وزیر حشر و نشر داشته اند به آن چنان

پختگی رسیده اند که می توانند به مدیران

جدید نهادهای مختلف کمک کرده تا

اشتباهات گذشته تکرار نشده و در

برنامه ریزی های کلان یاری گر

باشند. حفظ نیروهای خوب

خبری می تواند از اولویت های

اصلی یک رسانه باشد.

همچنین صاحبان رسانه ها

توجه کنند هر چقدر به

خبرنگاران خود برای تهیه

خبرها، گزارش ها و ... زمان

بدهند به اعتبار رسانه آنان

افزود می شود. تعجیل در

ارایه اثر در بسیاری از موارد

منجر به کیفیت نه چندان بالا

می شود.

ب - خبرنگاران نیز تا آن

جایی که مقدور است از سر اجبار

تن به جابه جایی های حوزه ای ندهند،

و در حوزه مورد علاقه باقی بمانند چرا که

آسیب این مساله نه تنها برای آنها بلکه برای

حوزه کاری آنها نیز کاملاً محرز خواهد بود.

ج - خبرنگاران جوانی که تازه به حوزه تخصصی ورود پیدا

می کنند، در ارتباط نزدیک با خبرنگاران خبره تر باشند تا چرخ، بارها و بارها

اختراع نشود و مدیریت و انتقال دانش و تجربه به بهترین شکل صورت

پذیرد.

د - خبرنگاران رسانه های دیداری و شنیداری اگرچه با امکانات محدود،

کاری در حد معجزه انجام می دهند، اما داشتن طرح و فیلمنامه و پیش بینی

حرکت دوربین و میکروفون می تواند آنها را به نیاتشان نزدیک تر کند.

به هر تقدیر از همه کسانی که به این جشنواره اثری ارسال کرده اند

سپاسگزاریم و امید آن داریم تا در جشنواره های بعدی شاهد آثاری نوآورانه تر

باشیم. به برگزیدگان تبریک می گوئیم و آرزوی موفقیت برای سایرین

داریم.

هیات داوران





توجه به همه ابعاد جریان سازی خبر در حوزه بازرگانی الزامی است



بازگانی

شماره ۵۶
فروردین ماه ۱۳۸۹

۱۸

می‌شمارد. در اشعاری که در کتابها با این عنوان آمده «توانا بود هر که دانا بود»، دانایی سرچشمه توانایی و قدرتمند شدن عنوان شده است.

باید گفت که این بحث، موضوع جدیدی نیست اما ابزارهای اطلاع رسانی تغییر کرده و اثربخشی این حوزه پیچیده تر از گذشته شده است.

دانایی از جنس حقیقت است و به تبع آن رسانه باید از جنس دانایی و حقیقت باشد. امروز در جامعه ما تصمیمات، امنیت جامعه، نظم اقتصادی و ... نیازمند اطلاعات صحیح و کافی است. همانطور که اطلاعات صحیح مفید است، اطلاعات غلط نیز مخرب و مشکل زا است که در همین جا اهمیت کار رسانه بیش از پیش مشخص می‌شود.

تفاوت اصلی رسانه ایرانی با رسانه قدرت‌های سلطه جهانی در همین موضوع است. معتقدم که رسانه‌های ما به دنبال حقیقت هستند، چیزی که رسانه قدرت‌های سلطه به دنبال آن نیست. اشتباه است که بگوییم رسانه‌ای بی طرف هستیم. اگر در صف حق قرار داریم حتماً در مقابل ما صف باطل قرار دارد.

همچنان که رسانه حقیقت جو خود را در مسیر حق قرار داده، رسانه منفعت جو نیز خود را در مسیر باطل قرار می‌دهد.

من مطالبی دارم که شاید بیانگر عقاید نظری و تئوری باشد، شاید این مسائل از جذابیت خاصی برخوردار نباشد اما اجازه بدهید عنوان شود. براین اساس رسانه منفعت طلب، دارای مشخصه‌هایی از قبیل دروغ پراکنی، شایعه سازی، حاشیه سازی، تخریب، جعل خبر، تهدید

متن سخنرانی وزیر بازرگانی در مراسم اختتامیه دومین
جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی
۲۴ اسفند ۱۳۸۹- سالن فناوری اطلاعات وزارت بازرگانی

بسم الله الرحمن الرحيم

در ابتدا از آقای شجاعی، مدیرکل روابط عمومی وزارت بازرگانی به دلیل برگزاری این مراسم تشکر می‌کنم. در همین جا لازم می‌دانم علاوه بر تبریک فرارسیدن سال نو، به همه رتبه‌آوردگان حاضر در این جلسه نیز تبریک بگویم.

تاکنون از نقش و جایگاه رسانه در کشورمان زیاد گفته نشده است. براین اساس تاکنون آثار نیکو و غیرنیکویی که رسانه می‌تواند در عصر حاضر از خود برجا بگذارد، چندان قابل احساس نبوده است. من امروز خوشحالم که در جمع آن دسته از رسانه‌هایی حاضر هستم که نقش تاریخی خود را به درستی ایفا کرده‌اند.

به درستی که اطلاعات و دانش، نوعی سرمایه و دارایی مزیت دار محسوب می‌شود. البته باید توجه داشت که اطلاع رسانی یک کشف تازه و جدید بشر نیست چرا که در تاریخ با این مساله روبرو بوده ایم.

به عنوان مثال در قرآن کریم آمده که «آیا آنانی که می‌دانند با آنان که نمی‌دانند برابرند» یا اینکه در سوره قلم فرموده شده: «سوگند بر قلم و هر آنچه که می‌نگارد».

خداوند، قلم را یک ارزش می‌داند و دانایی را یک نوع بینایی



یک سند در تاریخ ثبت شود تا اگر افتخاری در حوزه اجرای قانون هدمند شدن یارانه‌ها نصیب ملت شد، ماندگار باشد.

ما شرکایی داشتیم که یکی از بهترین آنها رسانه‌ها بودند. بسیار موقعیت‌شناس، زمان‌شناس، دقیق و البته اگر جایی خبری می‌توانست در راستای منفعت آن منفعت‌جویان باشد آنرا به درستی مدیریت کردند و از این بابت خدا را شاکریم.

خوب منعکس کردید، خوب همکاری کردید و برگ افتخار دیگری به حوزه بازرگانی اصناف کردید، از همه شما متشکریم.

من چند پیشنهاد نیز دارم:

ابتدا اینکه، جاده خبردهی و خبررسانی را دوطرفه کنیم. از مدیران به ذینفعان و مردم و از مردم و ذینفعان و مخاطبان به مسؤولین و مدیران، که این امر دوم پررنگ نیست.

این را من بارها عرض کردم که ذینفعان منبع آگاهی و دانش هستند و آگاهی از نیازشان سرچشمه اطلاعات مفید است. پس این جاده می‌تواند دو طرفه باشد، به ویژه وقتی کاری در دستگاه اجرایی تقسیم می‌شود می‌تواند در محلی که معمولا در آن مشکل بروز می‌کند، نقطه اتصال باشد.

دوم اینکه باید نوزایی، نوآوری، نو موجودی و نوگرایی در واژگان و شیوه‌های خود داشته باشید. من شنیده‌ام که اگر شما با ۵۰۰ واژه از هر زبان بیگانه‌ای آشنا باشید، می‌توانید با مردم آن زبان صحبت کنید. یعنی اگر کسی ۵۰۰ واژه از زبان روزمره فارسی را بداند می‌تواند با ما صحبت کند.

در حوزه خبر نباید واژگان ما یکسان و تکراری باشد و باید در آن نوآوری و نوسازی به چشم بخورد. یعنی ادبیات بزرگ زبان فارسی را برای انتقال درست مفاهیم به مخاطب به خدمت گرفته و کمتر به سراغ واژه‌هایی برویم که بار معنایی کافی را با خود حمل نمی‌کنند، اما روزمره و ساده هستند.

خبرنگار حوزه زبان فارسی با هزاران واژه غنی و اثرگذار مواجه است که می‌تواند از آنها استفاده کرده و در متن خبر خود و هم در شیوه‌ها استفاده کند.

ما کمتر شاهد مقالاتی هستیم که نوعی تاریخچه خبر را ذکر می‌کنند. خواننده با گذشته مطلب آشنا نمی‌شود. اینکه پارسال اینجوری بوده و اینجوری شده درست نیست، یک تاریخچه از موضوع گفته شود تا مخاطب بداند که چرا این خبر الان به این گونه نوشته شده است. خواننده این دانش را در حوزه بازرگانی و در حوزه خبر شما ذخیره می‌کند.

یعنی تیرهای خبر کارساز است، مردم آنرا می‌خوانند و استفاده می‌کنند، اما برخی اوقات تاریخچه خبر را نمی‌دانند، که چه شد و چرا اینگونه شده است. این موضوع به قول شما به یک وب گردی

و نفاق است. اما مشخصه‌های رسانه حقیقت‌جو بر حفظ حرمت‌ها، دفاع از مظلوم، حقیقت‌گویی و هدایت‌گری، پایه‌گذاری شده است. الگوی واقعی یک پیام‌رسان باید پیامبران باشد، چرا که آنها پیام‌رسان واقعی بودند. به عبارتی مشخص‌ترین الگو برای یک رسانه، پیامبران هستند، پیامبران معصوم بوده و در انتقال پیام کوچکترین کوتاهی نداشته‌اند.

خبرنگار، یک مسوولیت اجتماعی دارد، خبرنگار یک مصلح اجتماعی در حوزه رسانه‌ای است که باید در مسیر حقیقت‌گویی و هدایت‌گری حرکت کنند.

معتقدیم که همه ذرات عالم باید در مسیر الی‌الله حرکت کند و ما نیز باید در این مسیر قرار داشته باشیم. مقصد انسان و تمام جهان، خداوند است. خبرنگاران هم باید با همه مشکلات و دردسرهای خود در این مسیر حرکت کنند و رسانه نیز باید به دنبال وحدت باشد.

الگوی رسانه ما پیامبرانند و الگوی رسانه مبتنی بر منفعت، فرعونیان هستند که دستور می‌دهند هر نوزاد پسری را بکشند چرا که فرعون شنیده قرار است پسری بر او شورش کند، یعنی. قربانی کردن حقیقت در مسلخ منافع شخصی و حقوقی و گروهی.

همه در مسیر یک آزمون بزرگ الهی هستیم. آیا قلم و قدم من و قامت من برای احقاق حق هست یا برای کسب منفعت و خودخواهی و خودپرستی است. هر کسی باید تصمیم خود را بگیرد و من خوشحالم که در خدمت جمعی از عزیزان هستم که این تصمیم بزرگ را گرفتند، چرا که سایر تصمیمات به گونه‌ای زیرمجموعه این تصمیم است، هر چند که خود را خیلی بزرگ نشان می‌دهد.

چقدر خوب است که شما به عنوان یک جوان، کار رسانه‌ای انجام می‌دهید و این کار را به صورت حرفه‌ای پی می‌گیرید.

ثانیا در حالیکه رسانه را ابزاری برای مدیریت ذینفعان می‌کنید، آنرا ابزاری برای تکامل شخصیت خود و حرکت به سوی خدا کنید، یعنی همین قلم زدن‌ها، برای عاقبت شما کاری کرده و خانه‌ای زیبا بسازد.

عاقبت مردم را نیز بسازیم تا عاقبت خودمان ساخته شود. به نظر من شما بهترین ابزار را برای ساختن دنیایی زیبا برای مردم در اختیار دارید.

این نگاه کلی من به حوزه خبررسانی و اطلاع‌رسانی است، کاری پیامبرگونه که با تلاش شما محقق شده و خدا را شکر گذارم. حال به سراغ حوزه بازرگانی می‌روم.

حوزه بازرگانی واقعا پر مخاطب بوده و به این دلیل شما پر مشغله‌تر هستید. این تعداد خبری که آقای شجاعی گفتند که بیشتر از تعداد اخبار سایر حوزه‌هاست، شاید دلیلش حجم بالا و تعداد بالای ذینفعان و مخاطبان حوزه ما است. این امر کار شما را سخت می‌کند.

مردم، بازار، قیمت کالا و خدمات و موضوعاتی از این دست، و از همه مهم‌تر اینکه قیمت بازار و مردم تحت تاثیر پارامترهایی هستند که مستقیما در حوزه بازرگانی مدیریت نمی‌شوند. مانند تورم، درآمد سرانه، توان تولید، سایر تصمیمات دولتی و ...، یعنی ما با حوزه‌ای سروکار داریم که تصمیمات حوزه کلان اقتصاد بر روی آن تاثیر می‌گذارد، لذا مردم مرتبا می‌خواهند بدانند که چرا اینگونه است و حوزه رسانه باید این اطلاع‌رسانی را انجام دهند.

اطلاع‌رسانی نه فقط از حوزه بازرگانی که از حوزه اقتصاد نیز تاثیر می‌پذیرد. در حوزه بازرگانی این کار شما را سخت می‌کند و به همین دلیل کار سختی را به انجام رساندید که از این بابت از شما تشکر می‌کنم.

ما در انجام فعالیت‌هایمان شرکایی داشتیم: اصناف، بازرگانی، تعزیرات، حوزه‌های تولید و ... اما یکی از شرکای صدیق ما، حوزه خبر و رسانه بود. کاری که به انجام رسیده کاری مشترک بین مدیران بازرگانی و اصحاب رسانه بود. این موضوع باید به عنوان



است. ما یک طنز دنباله‌دار و به اصطلاح همه‌جانبه که در همه حوزه‌ها سرک بکشد، نداریم. یعنی مخاطبی که دنبال طنز است نمی‌داند کجا دنبال آن باشد، ممکن است کاریکاتور یا چند جمله کوتاه طنز در یکی از سایت‌ها و روزنامه‌ها باشد، اما یک طنز جامع نیست، در مجله گل آقا این طنز مطرح می‌شد و کیومرث صابری این زحمت را می‌کشید که خدایش رحمت کند.

فکر می‌کنم این یکی از کمبودهای حوزه بازرگانی است. چون بسیاری از سخنان را می‌توان به زبان طنز گفت بدون اینکه کسی ناراحت شود.

خیلی از سخنان را می‌توان با طنز بیان کرد. جریان‌سازی در برخی از حوزه‌های مهم بازرگانی نیازمند توجه بیشتر شماس است. پیش از این یا بعد از این جشنواره خبرنگاران سوالی که می‌پرسند حتماً راجع به میوه شب عید خواهد بود. علتش هم این است که مخاطب آنرا می‌پسندد و بسیاری می‌خواهند بدانند، من این را سرزنش نمی‌کنم و حقوق مصرف‌کننده باید مرتباً از مسئولین سوال شود، اما اگر جریان تجارت خارجی مغفول بماند، کسی لازم است که مرتباً به ما گوشزد کند که توجه به صادرات ما را از مشکلی به نام تنظیم بازار رها می‌کند.

توجه به صادرات ظرفیت‌های تولید ما را غنی می‌کند و ظرفیت‌های امنیت غذای دیگران را در اختیار ما قرار می‌دهد و مرزهای مطمئن ایجاد می‌کند.

اگر فقط به مقوله قیمت و تنظیم بازار بپردازیم، چه کسی می‌خواهد راجع به صادرات جریان‌سازی کند؟ این مسوولیت اجتماعی روی دوش چه کسانی است؟

ما دوساعت در مورد صادرات صحبت می‌کنیم و دو کلام در مورد قیمت میوه، و فقط همین دو کلمه در خبرها، صدا و سیما و سایت‌ها پخش می‌شود.

اگر جامعه و برخی مسوولان به حوزه‌ای کم‌توجهی می‌کنند، رسانه در این زمینه باید به عنوان چشم بینای جامعه، نقش خود را ایفا کند.

من بارها به تمام همکارانم در وزارت بازرگانی گفته‌ام که از آنها انتظار اطلاع‌رسانی کامل دارم. ارتباط با رسانه‌ها، در دسترس بودن و ارائه اخبار موضوعی، حائز اهمیت است که باید از سوی تمامی مسوولان و مدیران وزارت بازرگانی مورد توجه قرار گیرد. در واقع اشاعه مسائل مهم بخش بازرگانی جزو وظایف اصلی و مهم معاونان وزارت بازرگانی محسوب می‌شود.

اجازه می‌خواهم که مجدداً از نقش اثرگذار خبرنگاران در حوزه بازرگانی طی سال جاری تشکر کنم، چرا که سال ۸۹ یک سال استثنایی در حوزه بازرگانی کشور بود.

احتیاج دارد، گذشته خبر را درآورد و به حال وصل کرده و در مورد آینده بنویسید.

به عنوان درخواست بعدی، ادبیات حوزه بازرگانی را غنی کنیم، این فقط به دست شما ساخته است. ما هم خبرهای شما را می‌خوانیم و واژگان موجب توسعه علم و دانش هستند.

چهارم اینکه منافع ملی را بر منافع فردی و گروهی ترجیح دهیم. این کار را حتماً شما انجام داده‌اید، اما یکبار دیگر می‌خواهم مطمئن شده و این سخن را بر زبان جاری کردم.

شما نه تنها منبع خبر و مرجع خبر برای مخاطب فارسی زبان هستید، که بسیاری از مخاطبان خارج از کشور هم در سایت‌های خود خبرهایشان را از شما نقل می‌کنند.

این امر بسیار اهمیت دارد که آنچه را که شما می‌نویسید با موضع مسوول ایرانی همخوانی داشته و آنقدر دقت داشته باشید که وقتی سایت‌های خارجی خبر را از روی شما برمی‌دارند و منتشر می‌کنند واقعاً همانی باشد که ما گفته‌ایم. من نمی‌خواهم شما از گفته من احساس خودسانسوری داشته باشید. این حق شما و وظیفه شماس است که نقاد باشید.

اما اگر این منجر به نوعی خبر شود که به سود منافع جمهوری اسلامی ایران نباشد، نیازمند مدیریت است.

پنجم اینکه من فکر می‌کنم طنز در حوزه بازرگانی نیازمند تکامل





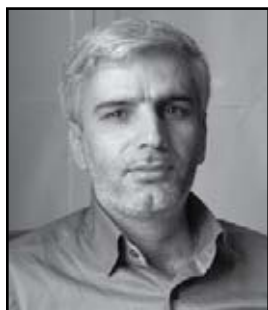
بازاریابی افکار عمومی گام بعدی اطلاع رسانی



وزارت بازرگانی قبل و بعد از اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها با کمک رسانه‌ها توانست عملکرد مطلوبی در مهندسی و مدیریت افکار عمومی داشته باشد و گام بعدی وزارتخانه در حوزه اطلاع رسانی بازرگانی، بازاریابی افکار عمومی است.

به گزارش شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شابا) سخنگوی وزارت بازرگانی در مراسم اختتامیه دومین جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی با بیان این مطلب، افزود: اطلاع رسانی بازرگانی در سال ۸۹ به واسطه اجرای مرحله نهایی قانون هدفمندسازی یارانه‌ها از شرایط خاصی برخوردار بود که با تعامل سازنده سازمان‌ها، نهادها و دستگاه‌های ذیربط با اصحاب رسانه، به خوبی پشت سر گذاشته شد. سیدعلیرضا شجاعی با اشاره به جوسازی‌ها و ایجاد فضای منفی خبری از طرف رسانه‌های خارجی ادامه داد: هوشیاری و عملکرد مطلوب رسانه‌های داخلی اقدامات رسانه‌های بیگانه را خنثی کرد. شجاعی، گستره خبری حوزه بازرگانی را بسیار وسیع توصیف کرد و افزود: در همین راستا اجرای برنامه‌هایی همچون نشست‌های مطبوعاتی، جلسات مشاوره، بازدید از رسانه‌ها، تعامل بیشتر با اصحاب رسانه و بازاریابی افکار عمومی در دستور کار روابط عمومی وزارت بازرگانی قرار گرفته است.

پی‌ریزی ارتباط مطلوب و دریافت خواسته‌های ذینفعان ضرورتی انکارناپذیر است



و علاقمندان برای شرکت قرار داده می‌شود. پس از توزیع فراخوان و پایان مهلت دریافت آثار رسانه‌ای، کلیه آثار دریافتی در دبیرخانه جشنواره با هماهنگی تیم داوری و کارشناسی که در این دبیرخانه مستقر هستند تفکیک و کلیه آثار کدگذاری می‌شوند تا در مراحل بعدی بدون هیچ گونه مشخصه‌ای از تهیه‌کننده اثر و رسانه آن، مورد ارزیابی و داوری قرار گیرد. داوری جشنواره هم در دو مرحله داوری کارشناسی و نهایی انجام می‌شود بطوری که در داوری کارشناسی براساس آیت‌های مورد نظر جشنواره آثاری که از کیفیت و غنای لازم برخوردار نیستند حذف می‌شود و آثار مورد تأیید توسط داوران نهایی که اساتید علوم ارتباطات هستند به صورت جداگانه در قالب‌های رسانه‌ای مشخص شده مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و در نهایت نقرات برتر قالب‌ها و بخش‌های مختلف برگزیده می‌شوند.

– از زمان برگزاری اولین دوره جشنواره تا چه اندازه روابط عمومی توانسته به اهداف مورد نظر برسد و همراهی خوب و موثر رسانه‌ها در پرداختن به موضوعات زیربنای بازرگانی کشور را داشته باشد.

همانطور که اشاره شد هدف از برگزاری جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی فراهم کردن بستر تعامل موثر با خبرنگاران و جریان‌سازی برای توسعه زیرساخت‌های بازرگانی و همچنین ایجاد مکانی برای ارائه سالانه آثار رسانه‌ای خبرنگاران در جهت تشویق و حمایت از پدیدآورندگان آنهاست. در دو دوره برگزاری این جشنواره با وجود کاستی‌هایی که وجود داشت، خبرنگاران و علاقمندان با ارسال آثار خود در سطح ملی و استانی استقبال بسیار خوبی را داشته‌اند، که حفظ و افزایش این اشتیاق نیازمند داشتن برنامه‌ریزی منظم است تا هر ساله بتوان بر انگیزه حضور بیشتر شرکت‌کنندگان افزود و علاقمندان جدید را برای ورود به جشنواره تشویق کرد. با همراهی اصحاب رسانه در دو دوره برگزاری جشنواره توجه ویژه‌ای به اطلاع رسانی در زمینه توسعه صادرات غیرنفتی، تنظیم بازار پایدار و سایر فعالیت‌های زیربنایی و زیرساختی بازرگانی کشور صورت گرفته است بطوری که حجم مطالب رسانه‌های دیداری، شنیداری، خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها به نسبت از افزایش قابل توجهی برخوردار بوده است، اما تحقق اهداف عالیه جشنواره نیازمند برگزاری مداوم آن است، چرا که تنها با برگزاری مستمر و منظم این جشنواره می‌توان با برانگیخته شدن، توجه مسوولان اجرایی و اذهان عمومی به مقوله بازرگانی، جایگاه بازرگانی داخلی و خارجی را ارتقاء داد.

تقریباً یکماه پس از برگزاری دومین جشنواره رسانه و بازرگانی گفتگوی کوتاهی با دکتر اکبر بهرامی کارشناس اداره کل روابط عمومی وزارت بازرگانی و دبیر ستاد جشنواره رسانه و بازرگانی ترتیب دادیم که به شرح ذیل می‌خوانید:

– ایده برگزاری جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی اولین بار چگونه مطرح شد؟

با توجه به اهداف وزارت بازرگانی که فراهم نمودن موجبات توسعه و بهبود امور بازرگانی و تنظیم اجرای سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و مقررات بازرگانی کشور بطور گسترده و همه‌جانبه است، پی‌ریزی ارتباط مطلوب و اصولی به منظور دریافت خواسته‌های ذینفعان و مدیریت افکار عمومی با استفاده از ابزارهای مختلف رسانه‌ای ضرورتی انکارناپذیر می‌باشد.

از طرف دیگر وجود حجم وسیعی از اخبار و اطلاعات در حوزه بازرگانی و حساسیت و تأثیرگذاری بالای این اخبار در معیشت مردم و تجارت کشور همیشه این دغدغه را برای روابط عمومی وزارت بازرگانی ایجاد کرده بود که در کنار فراهم کردن بستر تعامل موثر با اصحاب رسانه، باید در جهت جریان‌سازی برای توسعه بازرگانی کشور و فرهنگ‌سازی در این زمینه اقدامات ویژه‌ای صورت گیرد.

لذا در سال ۸۸ در دوره مدیریت جناب آقای حسین پیرسان مدیرکل روابط عمومی (وقت) برگزاری نخستین جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی برای فراهم آوردن بستر نقد و بررسی فعالیت‌های بازرگانی، اطلاع رسانی از برنامه‌ها و اقدامات و در معرض ارزیابی و قضاوت قرار گرفتن آثار خبرنگاران توسط اساتید علوم ارتباط به منظور شناخت نقاط قوت و ضعف و همچنین حمایت و تشویق از پدیدآورندگان آثار برتر رسانه‌ای در حوزه بازرگانی فراهم شد که مراسم اختتامیه نخستین جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی ۸۸/۴/۲۰ برگزار شد.

– از ابتدای اعلام برگزاری تاریخ جشنواره تا مرحله اختتامیه چه مراحل را پشت سر می‌گذارید؟

روال برگزاری جشنواره بدین صورت است که پس از تصویب برگزاری جشنواره در اداره کل روابط عمومی، دبیرخانه جشنواره ملزم به اعلام شرایط و مقررات براساس استانداردهای جشنواره‌ها برای شرکت‌کنندگان و مشخص کردن قالب‌های رسانه‌ای و سطح گسترده آن (ملی و استانی) می‌شود. همچنین موضوعات جشنواره نیز براساس اهداف و برنامه‌های وزارت بازرگانی و نیاز جامعه بازرگانی و ذینفعان ترسیم می‌شود و همه این موارد در قالب فراخوان جشنواره برای دریافت اثر رسانه‌ای منتشر و در اختیار اصحاب رسانه



معرفی برگزیدگان دومین جشنواره رسانه در حوزه بازرگانی

بخش تیتیر - رسانه‌های سراسری

رتبه سوم: سید ابراهیم علیزاده/ خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)
* اثری حائز رتبه اول و دوم شناخته نشد

بخش رسانه ملی سراسری (تلویزیون)

رتبه دوم: علی علوی/ واحد مرکزی خبر
رتبه سوم: علیرضا اسکندری/ برنامه کلید
* در این بخش اثری حائز رتبه اول شناخته نشد

بخش رسانه ملی سراسری (رادیویی)

رتبه اول: مریم الوندی/ رادیو تجارت
رتبه دوم: اعظم‌السادات دلیری/ رادیو تجارت
رتبه سوم: قمر زنجانی/ رادیو سراسری
شایسته تقدیر: غزاله عربگل/ رادیو باشگاه خبرنگاران جوان

بخش ویژه رسانه‌های سراسری با موضوع «هدفمندسازی باران‌ها در حوزه بازرگانی»

* حمیدرضا کجوری/ رادیو تجارت
* رضا کیمیایی/ خبرگزاری فارس
* محبوبه فکوری/ خبرگزاری مهر

بخش ویژه - رسانه‌های سراسری با موضوع «کاهش قیمت تمام‌شده و تولید صادراتی»

* محسن بیدی/ روزنامه جوان
* سمانه اسدی/ روزنامه صبح اقتصاد

بخش یادداشت و سرمقاله - رسانه‌های سراسری

رتبه دوم: محمد کاظم انبارلویی/ روزنامه رسالت
رتبه سوم: سروش صاحب فصول/ روزنامه جمهوری اسلامی
* در این بخش اثری حائز رتبه اول شناخته نشد

بخش مقاله - رسانه‌های سراسری

رتبه اول: علی شفائی/ روزنامه جهان اقتصاد
رتبه دوم: کامران نرجه/ روزنامه اطلاعات
رتبه سوم: محمد باقری/ ماهنامه تحلیلگران عصر اطلاعات

بخش گفتگو - رسانه‌های سراسری

رتبه اول: سیما رادمنش/ روزنامه جام جم
رتبه دوم: سارا صفاری/ روزنامه دنیای اقتصاد
رتبه سوم: نفیسه آفرین‌زاد/ روزنامه دنیای اقتصاد
شایسته تقدیر: سهیلا روزبان/ روزنامه فرهنگ آشتی

بخش گزارش - رسانه‌های سراسری

رتبه اول: محبوبه فکوری/ خبرگزاری مهر
رتبه دوم: شهناز حسینی/ خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا)
رتبه سوم: مریم موسی پور/ هفته‌نامه دنیای سبز
شایسته تقدیر: امیرحسین حدیدی‌زواره/ روزنامه اقتصاد پویا

بخش خبر - رسانه‌های سراسری

رتبه اول: دانش پورشفیعی/ روزنامه وطن امروز
رتبه دوم: ملیحه خرده‌پا/ خبرگزاری موج
رتبه سوم: رضا کیمیایی/ خبرگزاری فارس
شایسته تقدیر: لیلا بیرانوند/ شبکه اطلاع‌رسانی مانا





* اثری حائز رتبه اول شناخته نشد

بخش گزارش / رسانه‌های استانی

رتبه دوم: میلاد جهانتاب / خبرگزاری ایرانا - سیستان بلوچستان

رتبه سوم: مهدی ارجمند / خبرگزاری ایرنا - خراسان رضوی

* اثری حائز رتبه اول شناخته نشد

بخش خبر / رسانه‌های استانی

رتبه دوم: میثم محمدی / خبرگزاری ایرنا - آذربایجان غربی

رتبه سوم: پروین قادری دانشمند / خبرگزاری مهر - همدان

* اثری حائز رتبه اول شناخته نشد

بخش تیتر / رسانه‌های استانی

رتبه سوم: محمد هرمزی / روزنامه قدس - خراسان رضوی

* اثری حائز رتبه اول و دوم شناخته نشد

بخش عکس / رسانه‌های استانی

رتبه سوم: مجتبی محمدی / خبرگزاری ایرنا - گیلان

* اثری حائز رتبه اول و دوم شناخته نشد

بخش رسانه ملی استانی (تلویزیون)

رتبه اول: مریم تکافی / صدا و سیما مرکز استان خراسان رضوی - خراسان رضوی

رتبه دوم: بهنام یزدانی / صدا و سیما مرکز استان خراسان شمالی - خراسان شمالی

رتبه سوم: حسن عظیم‌زاده / صدا و سیما مرکز استان آذربایجان غربی (مهاباد) - آذربایجان غربی

بخش ویژه رسانه‌های استانی با موضوع

«هدفمندسازی یارانه‌ها در حوزه بازرگانی»

وحید قرائی / هفته‌نامه کرمان جوان - کرمان

بخش ویژه رسانه‌های استانی با موضوع

«تنظیم بازار اسفند ماه ۸۸ و نوروز ۸۹»

مرتضی نوذه / صدا و سیما مرکز استان گلستان - گلستان

حسین تقی‌زاده / روزنامه پیام ما - کرمان

بخش ویژه - رسانه‌های سراسری با «موضوع مدیریت و کنترل موثر واردات»

* شهناز حسینی / خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا)

* فرشته رفیعی / روزنامه ایران

بخش ویژه - رسانه‌های سراسری با موضوع «طرح میزان»

* امیر روح‌پرور / روزنامه قدس

بخش ویژه - رسانه‌های سراسری با موضوع «تنظیم بازار اسفند ۸۸ و نوروز ۸۹»

* داود فتحعلی‌زاده / واحد مرکزی خبر

* سمانه جدیدی / باشگاه خبرنگاران جوان

* علی علوی / واحد مرکزی خبر

بخش ویژه - رسانه‌های سراسری با موضوع «نمایشگاه اکسپو»

* رضا قدیانی / رسانه ملی

* میرحسین حسینی / شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا)

* مریم بهنام راد / روزنامه صبح اقتصاد

* محمدحسین مهذب / روزنامه کیهان

* علیرضا بهرامی / خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)

* دکتر امینی / خبرگزاری موج

بخش یادداشت و سرمقاله / رسانه‌های استانی

رتبه دوم: سمیرا خدروی / روزنامه نصف جهان - اصفهان

رتبه سوم: علیرضا ابولحسنی / روزنامه پیام ما - کرمان

رتبه سوم: کریم خورسندی / روزنامه گلچین امروز - گیلان

* اثری حائز رتبه اول شناخته نشد

بخش مقاله / رسانه‌های استانی

رتبه دوم: رقیه ابراهیم‌زاده / روزنامه گیلان امروز - گیلان

رتبه سوم: بهروز صادقی / روزنامه نسل فردا - اصفهان

* اثری حائز رتبه اول شناخته نشد

بخش گفتگو / رسانه‌های استانی

رتبه دوم: سعید کوشافر / روزنامه قدس - خراسان رضوی

رتبه سوم: محبوبه فیروز آبادی / هفته‌نامه استقامت - کرمان



وزیر بازرگانی در دیدار نوروزی با اصحاب رسانه:

هشت اقدام وزارت بازرگانی در سال جهاد اقتصادی

وی گفت: بدترین تصمیم آن است که هزینه‌ها را از حلقه‌های بعد از تولید دریافت کنیم که نتیجه آن گلوله بهمنی خواهد بود که بر سر تولید، بازار و مصرف فرو می‌ریزد.

غضنفری با بیان این جمله که فراموش نکنیم یکی از شعارهای اصلی هدفمندی یارانه‌ها به جز عدالت و حفظ منابع ملی، ارتقای سطح بهره‌وری است، گفت: مدیریت و کاهش هزینه‌ها تصمیمی درست است و با افزایش قیمت‌ها راه را به جایی نمی‌بریم. وزیر بازرگانی تأکید کرد: ممکن است افزایش قیمت‌ها به صورت موقت ماندگار باشد اما در آینده این گونه نخواهد بود.

غضنفری تصریح کرد: با بهره‌وری، مدیریت هزینه‌ها، کاهش اتلاف‌ها، کاهش سود بانکی، کاهش بورکراسی سیستم دولتی، کاهش هزینه‌ها از مزرعه تا خانه، کاهش هزینه توسط بخش خصوصی و غیره باید مانع از افزایش غیرمنطقی قیمت‌ها شد.

سال بهار تکنیک‌های قیمت تمام‌شده

غضنفری از سال جاری به عنوان سال بهار تکنیک‌های قیمت تمام‌شده نام برد و گفت: در وزارت بازرگانی بر تکنیک‌های کاهش قیمت تمام‌شده تأکید بسیاری است و اینکه تمام تلاش‌ها بر آن باشد تا هزینه‌ها افزایش پیدا نکند.

وزیر بازرگانی در ادامه گفت: امسال مجموعه‌ای از فعالیت‌ها نیز وجود دارد که باید نسبت به آن اهتمام ویژه داشت از جمله اینکه چطور هزینه‌ها در فرایند کاری هضم شود و از مشتری چیزی دریافت نشود. وی تأکید کرد: اگر کسی بخواهد اصلاح قیمت‌ها را از مشتری دریافت کند با دردسرهای بسیاری مواجه می‌شود.

تثبیت تصمیم‌ها در سال جاری

وی با بیان اینکه، امسال سال تثبیت تصمیم‌ها است و باید برای پله بعدی هدفمندی یارانه‌ها آماده باشیم، گفت: هدفمندی یارانه‌ها را نباید یک طرح

حداکثری بخش خصوصی، دخالت حداقلی دولت در تنظیم بازار و همگانی کردن تجارت الکترونیکی را از جمله اقدامات سال جاری این وزارتخانه برشمرد. وزیر بازرگانی تصریح کرد: مجموعه‌ای از زیرساخت‌ها ایجاد شده و امید می‌رود تا در سال ۹۰ نیز با استفاده بیشتر از تجارت الکترونیکی به اهداف مورد نظر دست یافت.

غضنفری ادامه داد: در مورد قانون هدفمندی یارانه‌ها نیز مراحل تکمیلی بسیاری وجود دارد که رسانه‌ها می‌توانند در این بخش با تبیین محورهای موضوعات اصلی دولت را در انجام سایر مراحل در مدت پنج سال کمک کنند. به اعتقاد وزیر بازرگانی، پس از اصلاح قیمت حامل‌های انرژی دو رویکرد پیش روی بنگاه‌های تولیدی است نخست آنکه افزایش قیمت حامل‌ها از مردم گرفته شود و دیگری اینکه با مدیریت هزینه‌ها بر قیمت تمام‌شده و استفاده از تکنیک‌های قیمت تمام‌شده مانع از اثرگذاری هزینه‌ها بر روی قیمت‌ها شد.

تکنیک‌های قیمت تمام‌شده از نان شب مهم‌تر است

غضنفری افزود: اگر می‌خواهیم صادرات غیرنفتی به اوج خود برسد، پادمان باشد که مدیریت و کاهش هزینه‌ها و انجام تکنیک‌های قیمت تمام‌شده از نان شب مهم‌تر است.

در صورت واگذاری کامل تمامی امور به بخش خصوصی تا پایان برنامه پنجم توسعه تمام زیرساخت‌ها به طور کامل شکل گرفته است

وزیر بازرگانی از هشت اقدام اصلی این وزارتخانه در سال جهاد اقتصادی خبر داد و گفت: طرح آمایش تجاری یکی از کارهای مهمی است که باید انجام شود که براین اساس حضور حداقلی دولت در بازار و واگذاری نقش‌های تصدی‌گری به بخش خصوصی و اصناف مورد توجه خواهد بود.

مهدی غضنفری در دیدار نوروزی با خبرنگاران اظهار داشت: برای تحقق اهداف سال جهاد اقتصادی در حوزه بازرگانی باید زیرساخت‌ها به بلوغ برسد و در هر حوزه تجاری زیرساخت‌ها نیز ایجاد شود. وی تصریح کرد: برای اینکه کارها را به بخش خصوصی واگذار کنیم باید ریل‌های مورد نیاز را برای حرکت قطار فراهم کنیم این مهم از طریق ایجاد زیرساخت‌ها محقق می‌گردد.

وزیر بازرگانی احیا و بهبود زیرساخت‌های متعددی همچون ایجاد انبارها، سردخانه‌ها، نمایشگاه‌ها و برآورده کردن نیازهای زیرساختی در گمرک مرتبط با تجارت و سرمایه‌گذاری را نیازمند برنامه‌ای پنج ساله در قالب برنامه پنجم توسعه مهم ارزیابی کرد. به گفته غضنفری، در صورت واگذاری کامل تمامی امور به بخش خصوصی تا پایان برنامه پنجم توسعه تمام زیرساخت‌ها به طور کامل شکل گرفته است.

نقش حداکثری بخش خصوصی در بازار

وی تأکید کرد: در صورتی که زیر ساخت‌ها به بلوغ کامل برسد امکان تحرک کالا به کشورهای دیگر به راحتی امکان‌پذیر خواهد بود و انجام امر تجارت با سهولت بیشتری همراه خواهد شد.

غضنفری تصریح کرد: اگر به ۴۵ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی در سال جاری برسیم به این معنا است که صادراتمان افزون بر نیاز داخل است و از سویی رقم تولید داخلی به این میزان برسد که نتیجه آن اشتغالزایی است.

وی از تنظیم بازار به عنوان اولویت بعدی وزارت بازرگانی در سال جهاد اقتصادی نام برد و نقش



که باید از آنها بهره برد. وزیر بازرگانی ادامه داد: همانگونه که چالش‌هایی به مانند بیکاری داریم باید از فرصت‌هایی مثل اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها که صرفه‌جویی و امکان سرمایه‌گذاری بیشتر را به همراه می‌آورد، استفاده کنیم. وی تصریح کرد: سال جهاد اقتصادی را می‌توان هم سال چالش‌ها و هم استفاده از فرصت‌ها در خلال دولت‌های نهم و دهم و ۳۰ سال گذشته نام نهاد. به اعتقاد وزیر بازرگانی، فرصت‌های بسیاری پیش روی اقتصاد کشور در سال جاری است که از آن جمله می‌توان به تجاری‌سازی فناوری‌ها، عرضه تکنولوژی‌ها اشاره کرد.

وزیر بازرگانی با بیان اینکه روی چالش‌ها به خوبی کار می‌کنیم اما به فرصت‌ها کمتر توجه کرده‌ایم، عنوان کرد: بهره‌گیری از فرصت‌ها یعنی اینکه تمام تلاش‌ها برای مناسب کردن شرایط اقتصادی همچون بهبود وضعیت مردم، ارزآوری، کاهش فاصله جینی، بهبود شاخص‌های کلان و خرد اقتصادی و بهبود درآمد سرانه باشد که این مهم با توجه به بسیاری از زیرساخت‌ها امکان‌پذیر است. غضنفری اعتقاد دارد که وزارت بازرگانی یکی از دستگاه‌های مورد نظر در جهاد اقتصادی است که به طور حتم فعالیت‌های آن باید متناسب با نامگذاری امسال انجام شود. وی با اشاره به نقش رسانه‌ها به عنوان عامل تاثیرگذار و وفاق و اجماع نظر گفت: گاهی اوقات یک بیت اطلاعاتی به اندازه چند انبار کالا کمک‌کننده است.

وی یادآور شد: رسانه‌ها با نزدیک به ۷۵ میلیون نفر جمعیت مواجه هستند که آنها با اطلاعات ارائه‌شده از سوی رسانه‌ها تصمیم‌گیری می‌کنند. غضنفری معتقد است: تعریف تنظیم بازار، ایجاد عرضه و تقاضا است و هر دو طرف دست‌اندرکار در این حوزه به شدت تحت تاثیر اطلاعات رسانه‌ها قرار می‌گیرند. وزیر بازرگانی از سال گذشته به عنوان سالی سخت و شیرین نام برد که در آن اقدامات بزرگی همچون اجرای مرحله اصلی قانون هدفمندی یارانه‌ها انجام شده است. به باور وزیر بازرگانی، عملکرد سال گذشته وزارت بازرگانی با اذعان به نقش رسانه‌ها است و در خلال سال گذشته اطلاعات رسانه‌ها به تنظیم بازار کمک بسیاری کرده است. وی در پایان با بیان اینکه انتقاد سازنده در بهبود وضعیت جامعه در حوزه‌های مختلف اقتصادی به ویژه بازرگانی موثر است، ابراز امیدواری کرد در سال جاری تعامل رسانه‌ها و وزارت بازرگانی بیش از گذشته شود.

و ۸۰۰ هزار ظرفیت سیلو و رساندن ظرفیت سیلو به ۸,۷ میلیون تن که ظرفیت ۲۰ درصدی سیلو کشور را نشان می‌دهد را از دیگر فعالیت‌های وزارت بازرگانی در سال گذشته اعلام کرد. وزیر بازرگانی این موضوع را نیز یادآور شد که در حوزه هدفمندی مسئولیت مستقیم در اجرای هدفمندی گندم، آرد و نان و نان برعهده بخش خصوصی بود که می‌توان از آن به عنوان مسئولیتی حساس نام برد.

تعامل گسترده با رسانه‌ها

غضنفری بر تعامل گسترده بر رسانه‌ها در سال جاری تاکید کرد و گفت: رسانه‌ها شریک تجاری وزارت بازرگانی هستند و باید در این خصوص امکان دستیابی به اطلاعات دست اول و صحیح را برای آنها فراهم کرد. وی شناخت منافع ملی و حرکت در مسیر اهداف نظام را مورد تاکید قرار داد و گفت: باید افق نگاهمان به سمت و سوی اهداف باشد اگر چنین عمل کنیم مورد تقدیر واقع می‌شویم و در غیر این صورت انتقاد از را به دنبال دارد.

وزیر بازرگانی ابراز امیدواری کرد تا سال جهاد اقتصادی وزارت بازرگانی تعامل گسترده‌ای با رسانه‌ها داشته باشد که از نظر او برای دستیابی به اهداف مقدس نظام جمهوری اسلامی هیچ چیز مهم‌تر از این مهم نیست. غضنفری در بخشی از سخنان خود با طرح این پرسش که چرا جهاد اقتصادی؟ ادامه داد: آیا چالش‌های فراوان اقتصادی داریم و یا اینکه فرصت‌های متعدد و بسیار اقتصادی پیش روی است

تصور کنیم بلکه آن را یک فرایند مهم در اقتصاد کشور بدانیم.

به گفته وزیر بازرگانی، قرار است به مدت پنج سال اصلاح قیمت‌ها صورت گیرد و برهمین اساس هر تلاشی که برای فهم بیشتر و بهتر و چگونگی برخورد با اصلاح قیمت‌ها باشد، تلاشی است که اقتصاد کشور را به سامان می‌رساند.

غضنفری تصریح کرد: اگر با اصلاح قیمت حامل‌های انرژی کالای ما همچنان رقابتی بماند، توان بالایی در صادرات غیرنفتی پیدا می‌کنیم. وی در بخش دیگری از سخنان خود با بیان این جمله که یکی از مشکلات ما در صادرات غیرنفتی رقابتی کردن کالا پس از اصلاح انرژی است، افزود: اگر توانستیم به راحتی بازارهای خارجی را بدست آوریم و رقم صادرات غیرنفتی را به ۴۵ میلیارد دلار برسانیم یعنی اینکه به اهداف مورد نظر دست یافته‌ایم. وزیر بازرگانی با اشاره به آخرین نشست کارگروه توسعه صادرات در سال ۸۹ به ریاست معاون اول رئیس جمهوری تصریح کرد: رشد رضایت‌بخش صادرات غیرنفتی در سال گذشته موجب شد تا در این نشست عدد ۴۵ میلیارد دلار برای صادرات غیرنفتی امسال تصویب شود. وی تصریح کرد: فضای رقابت تولید داخلی نتیجه بسیار نیکویی در صادرات غیرنفتی دارد.

عملکرد سال گذشته وزارت بازرگانی

غضنفری با تشریح مجموع فعالیت‌های وزارت بازرگانی در سال گذشته گفت: مجموع صادرات غیرنفتی در سال گذشته ۳۲,۶ میلیارد دلار بوده که رشد ۲۶ درصدی را نشان می‌دهد.

وزیر بازرگانی به صادرات ۵۵۶ میلیون دلاری فرش دستباف و رشد ۱۲ درصدی آن در سال ۸۹ نسبت به یک سال قبل از آن نیز اشاره‌ای داشت و گفت: انجام متفاوت صادرات گندم در سال گذشته، خرید ۱۱,۲ میلیون تن گندم، تامین، ذخیره‌سازی، توزیع، نظارت و بازرسی کالاها در ایام هدفمندی و سال نو از جمله فعالیت‌های صورت گرفته در سال گذشته است.

غضنفری تصریح کرد: برگزاری ۴۰۰ نمایشگاه بهاره با ۳۲ هزار غرفه، انجام ۷,۴ میلیون مورد بازرسی، شکل‌گیری بیش از ۵۰ انجمن حمایت حقوق از مصرف‌کننده از اقداماتی بود که در سال گذشته محقق شد.

وی زیرساخت‌های بازرگانی از جمله اجرای طرح میزان با صدور ۳۳۰ هزار کارت خرید و در اختیار قرار گرفتن کارمندان، احداث یک میلیون





دکتر مهدی غضنفری وزیر بازرگانی در جمع کارکنان وزارت بازرگانی:

برنامه‌های مهم وزارت بازرگانی در سال ۹۰ دستیابی به نتایج اجرای تصمیمات بزرگ

در اقتصاد و سیر به سمت تمدن جدید اسلامی است، افزود: کالاهای ایرانی باید در همه جای دنیا بدرخشند و از کیفیت بسیار بالایی برخوردار باشد تا امکان صدور به هر نقطه‌ای از جهان فراهم شود. به اعتقاد دکتر غضنفری در صورت توجه به توسعه صادرات غیرنفتی، تنظیم بازار در پرتو آن به راحتی انجام خواهد شد.

وی درخصوص تغییر قیمت‌ها در سال جاری خاطرنشان کرد: هیچ شرکتی نباید به بهانه افزایش قیمت حامل‌های انرژی قیمت محصولات خود را تغییر دهند و این استدلال که به دلیل حذف یارانه انرژی، قیمت تمام شده افزایش یافته، در وزارت بازرگانی پذیرفته نیست. وزیر بازرگانی ضمن طرح این سوال که برای جلوگیری از متضرر شدن واحدهای تولیدی چه باید کرد، گفت: بخش‌های مختلف کشور باید با به‌کارگیری تکنیک‌های کاهش قیمت تمام شده، هزینه تولید در کشور را کاهش دهند. وی افزود: پس از اجرای طرح آمایش تجاری و توسعه صادرات غیرنفتی، مدیریت بازار به شیوه علمی مهم‌ترین برنامه کاری وزارت بازرگانی در سال جدید خواهد بود و عملی‌ترین و علمی‌ترین کار در مدیریت بازار واگذاری فعالیت‌های تصدی‌گری به بخش خصوصی است. مقام عالی وزارت بازرگانی ادامه داد: در صورت ایجاد آگاهی و دانش نسبت به یک پدیده می‌توان هزینه‌ها را کاهش داد و این کار در بسیاری از کشورها انجام شده و ما نیز قادر به انجام آن خواهیم بود. دکتر غضنفری همگانی کردن تجارت الکترونیکی، کاهش هزینه‌های مبادله و ایجاد پنجره واحد تجاری را از دیگر اولویت‌های کاری خود دانست و تاکید کرد: هزینه مبادله و خدمات در کشور بسیار بالاست و برای کاهش این هزینه‌ها وزارت بازرگانی باید پیش‌قدم شود.

وی در ادامه سخنان خود ارتقای وضعیت کمی و کیفی نیروی انسانی به لحاظ معیشتی و آموزش‌های حرفه‌ای و فرهنگی دیگر برنامه کاری خود برشمرد و گفت: نیروی انسانی بزرگترین سرمایه در دستگاه‌ها هستند که باید با حفظ کرامت انسانی آنان، برنامه انگیزشی و آموزشی خوبی برایشان آماده کرد.

احساس می‌کنیم که پاداش خود را دریافت کردیم و این پاداش این است که مقام معظم رهبری ما را سربازان جبهه بزرگتری بنام جهاد اقتصادی می‌دانند.

وی معتقد است، به طور قطع معیشت زندگی تامین می‌شود، پست و مقام‌ها دست به دست می‌چرخد و میزها صاحبان خود را از دست می‌دهند ولی جایگزینی برای پاداش الهی وجود ندارد و زیباترین پاداش همان قرب الهی است و اینکه ما دعوت شده ایم به جهاد اقتصادی در سال جاری و همراهی هر چه بیشتر با دولت و مردم، پاداش بزرگی است که برای ما افتخار محسوب می‌شود.

وزیر بازرگانی درخصوص برنامه‌های وزارت بازرگانی در سال جاری، گفت: توجه به زیرساخت‌ها و اجرای طرح آمایش تجاری یکی از اولویت‌های کاری این مجموعه است. به گفته وی وزارت بازرگانی سال‌هاست که مسوولیت رساندن کالا و تنظیم بازار را عهده‌دار است. در این میان تأسیسات و زیرساخت‌های بازاریابی کالا محتاج تقویت و توجه بیشتری است. وی موفقیت‌های وزارت بازرگانی در سال گذشته، تنظیم بازار هدفمندی و نوروز ۹۰ را مورد توجه قرار داد و گفت: باید قلمرو اقتصاد را فراتر از جغرافیای مرزها بدانیم و بدین دلیل صادرات غیرنفتی راه بسیار خوبی برای پرداختن به موضوع جهاد اقتصادی است چراکه خطوط جغرافیایی، مرز اندیشه و حرکت ما در اقتصاد به شمار نمی‌آیند.

وی توسعه صادرات غیرنفتی را از اولویت‌های کاری وزارتخانه متبوعه خود در سال جاری برشمرد و با بیان این که سال ۹۰، سال جلوه گر شدن افق‌های تازه

وزیر بازرگانی، اجرای طرح آمایش تجاری، توسعه صادرات غیرنفتی، همگانی کردن تجارت الکترونیکی، مدیریت بازار به کمک بخش خصوصی و ارتقای وضعیت نیروی انسانی را جزء برنامه کاری خود در سال جهاد اقتصادی اعلام کرد.

دکتر مهدی غضنفری پس از نماز جماعت ظهر و عصر در نمازخانه وزارت بازرگانی در جمع کارکنان این دستگاه مهم اجرایی، سال ۸۹ را سالی توأم با تلاش مضاعف و شیرینی برای این وزارتخانه، دولت و مردم دانست و گفت: سال گذشته، سال اجرای تصمیمات بزرگ و با افتخار بود. تصمیماتی که از مدتها قبل مطرح و نیازمند شجاعت در اجرا بودند.

وزیر بازرگانی با اشاره به نام‌گذاری امسال از سوی مقام معظم رهبری، اظهار داشت: عنوان جهاد اقتصادی برای امسال نامی است که با تکلیف و تعبیر خاص انتخاب شده است. چرا که در این سال باید تلاش کنیم که به آثار و نتایج تلاش‌های صورت گرفته در سال‌های گذشته و بویژه سال قبل دست یابیم. دکتر غضنفری در تبیین این موضوع که علیرغم موفقیت‌های بی‌شمار چرا باز هم نیازمند جهاد اقتصادی هستیم افزود: تمدن اسلامی که ما بدنبال آن هستیم تمدنی است که بر پایه دین و دانش شکل می‌گیرد و در آن اقتصاد در بهترین وضعیت خود است. وی ادامه داد: قلمرو حکومت اسلامی نباید قلمرو افرادی باشد که در معیشت خود در تنگنایند چرا که دولت و مردم ضعیف نمی‌توانند دست یاری به مستضعفین جهان اسلام بدهند.

درخشش مقتدرانه ایران در جهان اسلام

وی با بیان این مطلب که جمهوری اسلامی ایران باید مقتدرانه در جهان اسلام بدرخشد، گفت: معنی این جمله این است که کشورمان باید به قدرت اول منطقه در تولید، تجارت، دانش و فناوری و اشتغال و کلیه شاخص‌های خرد و کلان اقتصادی تبدیل شود.

وی تلاش‌های وزارت بازرگانی در سال آغازین اجرای قانون هدفمندی را مورد اشاره قرار داد و تصریح کرد: برای هر تلاشی پاداشی در نظر گرفته می‌شود و ما امروز

بازرگانی

شماره ۵۶

فروردین‌ماه ۱۳۸۹

۲۶

توجه به زیرساخت‌ها و اجرای طرح آمایش تجاری از اولویت‌های کاری مجموعه بازرگانی در سال ۹۰ است



وزیر بازرگانی:

نیروی انسانی مهم ترین سرمایه حوزه بازرگانی

وزیر بازرگانی گفت: عملکرد وزارت بازرگانی در هدفمند کردن و تنظیم بازار بسیار خوب بود و من همکارانم در این مجموعه را شایسته دریافت نمره ۲۰ می دانم.

دکتر مهدی غضنفری در بازدید از طبقات و دیدار نوروزی با کارکنان ساختمان مرکزی وزارت بازرگانی با اشاره به فعالیت خستگی ناپذیر همکاران خود در طول سال، افزود: من در همایش ها و تجمع های مختلف از همکاران تشکر کرده ام ولی با توجه به مشغله زیاد، کمتر فرصت شده تا به اتاق های آنها بیایم و از فرد فرد آنها تشکر کنم.





وزیر بازرگانی در دیدار مدیران و کارکنان شرکت بازرگانی دولتی ایران:

افزایش سهم بخش خصوصی در بزرگ‌ترین پروژه خرید تضمینی کشور

همراهی سایر ذینفعان، امکان موفقیت در انجام این پروژه‌ها وجود نداشت.

وی با اشاره به اهمیت و حساسیت مقوله نان در کشورها، اظهار داشت: در سال‌های گذشته امکان اصلاح قیمت گندم، آرد و نان به دلیل حساسیت آن امکان‌پذیر نبود. ولی به لطف خداوند، همکاری مردم و تلاش‌های مسوولین این کار سال گذشته در کشور ما با موفقیت انجام شد.

وزیر بازرگانی با تاکید بر اینکه سهم بیشتری از خرید گندم در سال جاری باید به بخش خصوصی واگذار شود، گفت: درسالی که به نام جهاد اقتصادی نام‌گذاری شده است باید صادرات در اولویت کاری شرکت بازرگانی دولتی ایران قرار گیرد.

وی معتقد است نگاه شرکت بازرگانی دولتی در سال ۹۰ باید صادراتی باشد و ساز و کارهای صادراتی، و عمل بعنوان یک هولدینگ بزرگ برای صدور محصولات کشاورزی بویژه غلات و حبوبات به بازارهای هدف باید در دستور کار قرار گیرد.

دکتر غضنفری افزود: افتخار اجرای موفق قانون هدفمندسازی یارانه موجب غرور کشور شده است به طوری که مسوولان مختلفی که از دیگر کشورها به ایران می‌آیند همواره از هدفمندی سوال می‌کنند و اعداد صرفه‌جویی‌های حاصل از اجرای این قانون برای آنها بسیار جالب است.

وزیر بازرگانی گفت: سال ۹۰، سال بسیار پر خیر و برکتی برای مردم کشور خواهد بود و امیدوارم که با تلاش‌های شما سال جهاد اقتصادی با موفقیت‌های بسیاری در زمینه‌های اقتصادی برای

دکتر غضنفری حامل‌های انرژی و سوخت را سرمایه ملی عنوان کرد و افزود: در مورد نان نیز همین احساس وجود دارد. بعلاوه اینکه نان در فرهنگ ایرانیان از ارزش و تقدس ویژه‌ای برخوردار است و هدر رفتن آن در تضاد با این جایگاه بود که باید رفع می‌شد.

وزیر بازرگانی گفت: با توجه به کار عظیمی که سال گذشته انجام شد، برکت و قداست نان به جایگاه اصلی خود بازگردانده شد.

وی افزود: البته اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها و اصلاح قیمت‌ها در حوزه گندم، آرد و نان نباید باعث شود که فعالیت‌های دیگری که توسط کارکنان و مدیران این شرکت انجام شده، فراموش شود.

دکتر غضنفری در ادامه سخنان خود خرید تضمینی گندم و برنج را از دیگر موفقیت‌های شرکت بازرگانی دولتی در سال گذشته برشمرد و افزود: بدون داشتن همکاران خوب و تلاشگر و

وزیر بازرگانی با تاکید بر اینکه نگاه شرکت بازرگانی دولتی در سال ۹۰ باید صادرات‌محور باشد، گفت: برای تحقق این مهم باید تکمیل و تقویت زیرساخت‌های تجاری در کشور مورد توجه قرار گیرد.

به گزارش شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا)، دکتر مهدی غضنفری در دیدار با مدیران و کارکنان شرکت بازرگانی دولتی ایران اظهار داشت: در آستانه فصل بهار، فصل تحول و نو شدن خداوند را شاکر هستم که بار دیگر امکان حضور در جمع کارکنان پر تلاش و مدیران گرانقدر فراهم شده است.

وی در ادامه از تلاش‌های تمامی دست‌اندرکاران حوزه بازرگانی از جمله کارکنان شرکت بازرگانی دولتی در سال ۸۹، که سالی پرکار و حساس بود، تشکر و قدردانی کرد و اظهار داشت: به همت شما، وزارت بازرگانی در سال گذشته با موفقیت‌های بسیاری همراه بود که آزادسازی قیمت گندم، آرد و نان از جمله آنهاست.

به باور وزیر بازرگانی، اصلاح قیمت گندم، آرد و نان به لطف و عنایت الهی، با هوشیاری و آگاهی و همت و درایت همه مردم و مسوولین به ویژه مدیران و کارکنان شرکت بازرگانی دولتی به بهترین نحو ممکن انجام شده است.

دکتر غضنفری با اشاره به تقدیر دکتر رحیمی معاون اول رئیس‌جمهوری از نحوه اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها در حوزه گندم، آرد و نان گفت: خوشبختانه کمترین شکایات مردمی را در این حوزه شاهد بودیم که بسیار ارزشمند است.

**شرکت بازرگانی دولتی
در سال ۹۰
باید صادراتی باشد
و ساز و کارهای صادراتی
برای صدور محصولات
کشاورزی به بازارهای هدف
در دستور کار قرار گیرد**



سیلوهای کشور به ۸ میلیون و ۷۰۰ هزار تن افزایش یافته است که سال گذشته یک میلیون و ۳۰۰ هزار تن آن بصورت همزمان توسط رئیس جمهور در ۱۰ استان کشور افتتاح شد.

وی در پاسخ به سخنان وزیر بازرگانی مبنی بر توجه به صادرات، رویکرد صادرات‌گرا را یکی از هفت محور اصلی برنامه خود برشمرد و افزود: با فراهم آمدن زیرساخت‌های تجاری، جهش چشم‌گیری در اقتصاد کشور به وجود خواهد آمد. علیخانی رویکرد جهانی شدن را مورد تاکید قرار داد و گفت: توجه به تغییر و تحولات جهانی و حرکت براساس آن برای رشد اقتصادی کشور الزامی است.

معاون وزیر بازرگانی به اجرای هدفمندی یارانه‌ها، آرد و نان اشاره کرد و گفت: یکی از مهم‌ترین کارهایی که صورت گرفت برنامه ریزی برای اجرای درست آن در بخش گندم، آرد و نان بود که ماحصل بیش از یکسال تلاش و طراحی سناریوهای مختلف و بررسی آنها با حضور ذینفعان بود که بعضاً تا پاسی از شب ادامه داشت. وی ادامه داد: شاید بتوان گفت بیش از ۱۰۰ جلسه در این زمینه برگزار شد. حتی پس از هدفمندی نیز هفته کیفیت نان و تدوین نقشه راه کیفیت نان از دیگر اقدامات در این زمینه بود.

علیخانی به نتایج هدفمندی گندم، آرد و نان اشاره کرد و گفت: در آذرماه حدود ۶۲۰ هزار تن آرد خبازی توزیع شد که این میزان در بهمن ماه به ۴۵۰ هزار تن تقلیل پیدا کرد یعنی طی این مدت حدود ۲۸ درصد صرفه جویی در منابع عمومی کشور صورت گرفته است.

مدیرعامل شرکت بازرگانی دولتی ایران در پایان سخنان خود به سایر فعالیت‌های این مجموعه در سال ۸۹ پرداخت و گفت: آموزش و بهسازی نانوایی‌ها، شفاف سازی فعالیت‌ها، توسعه سامانه‌های مختلف از جمله سامانه نظرسنجی کیفیت نان و نیز سامانه جدید خرید گندم، برگزاری جشن روز نان و تقدیر از دست اندرکاران حوزه گندم، آرد و نان و کمک به ذخیره سازی کالاهای اساسی مرتبط با هدفمندی یارانه‌ها از دیگر اقدامات این شرکت در سال گذشته بود.

۲۰ کشور خارجی از قاره‌های آسیا، اروپا و آفریقا نقطه عطفی در برنامه‌های سال گذشته شرکت بازرگانی دولتی به شمار می‌رود. وی از ترانزیت ۲ میلیون تن غلات در سال ۹۰ خبر داد و گفت: امسال گام‌های اولیه در جهت تبدیل شدن به هاب تجارت غلات برداشته می‌شود.

مدیرعامل شرکت بازرگانی دولتی، افتتاح و بهره‌برداری بیش از یک میلیون و ۸۰۰ هزار تن سیلو در کشور را طی سال ۸۹ مورد توجه قرار داد و گفت: این میزان بیش از ۲۰ درصد ظرفیت سیلوهای کشور بود و در حال حاضر ظرفیت

رویکرد صادرات‌گرا یکی از محورهای اصلی فعالیت شرکت بازرگانی دولتی است که با فراهم شدن زیرساخت‌های تجاری، جهش چشم‌گیری را در اقتصاد کشور شاهد خواهیم بود

کشور همراه باشد. به گفته وی، داشتن یک آرمان الهی و برنامه‌ریزی برای تحقق آن، تحول بزرگی را خواهد آفرید و به طور قطع هر برنامه‌ای که با نگاه تحولی به آن اندیشیده شود و مورد پشتیبانی قرار خواهد گرفت. وزیر بازرگانی با اشاره به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در کشور، نیروی انسانی را سلسله جنبان منابع اعلام کرد و اذعان داشت: در صورتی که به دقت به کار افراد در کل فرایند نگاه شود براحتی می‌توان به اهمیت آن در چرخه خروجی نتایج پی برد.

به گزارش شابا، در ادامه این مراسم حمید علیخانی معاون وزیر بازرگانی و مدیرعامل شرکت بازرگانی دولتی ایران، موفقیت‌های حاصل در این حوزه را مدیون درایت، هماهنگی و حمایت‌های مسئولین عالی‌قدر کشور و از جمله وزیر بازرگانی دانست.

وی از آغاز خرید تضمینی گندم خبر داد و گفت: با توجه به شرایط مساعد جوی، پیش‌بینی می‌شود در سال جاری میزان تولید گندم در کشور بین ۸ تا ۱۰ میلیون تن باشد.

علیخانی خرید تضمینی بیش از ۱۱ میلیون تن گندم در سال ۸۹ را به عنوان بزرگترین پروژه خرید تضمینی محصولات کشاورزی دانست و افزود: این میزان خرید گندم باعث شد که برخی رسانه‌های خارجی خطاب به کشورهای جنوبی ایران اعلام کنند که امسال کانونی در منطقه شکل گرفته و شما می‌توانید از این کانون که ایران است گندم خریداری کنید.

به گفته وی میزان خرید تضمینی برنج توسط شرکت بازرگانی دولتی در سال ۸۹ نیز در حدود ۵۵ هزار تن بوده است.

معاون وزیر بازرگانی صادرات گندم و فراورده‌های گندم در سال ۸۹ را مورد اشاره قرار داد و افزود: از حدود یک میلیون تن صادرات، ۵۵ الی ۶۰ درصد گندم صادراتی عرضه شده در بورس در قالب فراورده‌های گندم به کشورهای دیگر صادر شده است و این در حالی بود که روسیه و استرالیا که از جمله بزرگترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان گندم هستند به دلایل مربوط به خودشان مشکلاتی داشتند. علیخانی به برگزاری همایش تجارت غلات اشاره کرد و گفت: حضور نمایندگان





وزیر بازرگانی در دیدار مدیران معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی :

قواعد حکمرانی شایسته در کشور عملیاتی شده است



وزیر بازرگانی، شیرینی اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها را منوط به نداشتن تغییر غیرمنطقی قیمت‌ها اعلام کرد و گفت: مدیریت هزینه و کاهش قیمت تمام شده باید به‌گونه‌ای انجام شود که افزایش قیمت حامل‌های انرژی در کالاها و خدمات تولیدی از مردم گرفته نشود.

به گزارش شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شایا)، دکتر مهدی غضنفری در دیدار با مدیران معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی ضمن تبریک سال نو، تلاش‌های صورت گرفته طی سال ۸۹ در حوزه بازرگانی کشور را مورد اشاره قرار داد و افزود: قانون هدفمندسازی یارانه‌ها به خوبی در کشور عملیاتی شد و براساس بازخوردهای موجود، رضایت کاملی از نقش وزارت بازرگانی در صحنه عمل در بین مدیران، مسئولین و مردم حاصل شده است.

وی کارهای تحقیقاتی و پژوهشی صورت گرفته در معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی را یکی از پشتوانه‌های عمده تصمیمات اخذ شده در حوزه هدفمندسازی یارانه‌ها دانست و اظهار داشت: یکی از جنجال‌های پیش از اجرای قانون این بود که آیا در خصوص آثار هدفمندی یارانه حامل‌های انرژی بر اقتصاد کشور، تولید و اشتغال مطالعاتی صورت گرفته است یا خیر که ما در وزارت بازرگانی و البته در سایر حوزه‌های مرتبط مطالعات خوب و زیادی صورت گرفته بود.

دکتر غضنفری افزود: از ابتدای دولت نهم که وزارت بازرگانی مدیریت کنترل بازار را برعهده داشت، مشاهده می‌شد که پرداخت غیر هدفمند یارانه‌ها موجب هدر رفتن منابع و کاهش بهره‌وری در کشور می‌شود به طور مثال به دنبال برداشته شدن یارانه پودر شوننده شاهد وفور این کالا و کاهش قیمت آن و ایجاد یک بازار رقابتی در کشور شدیم و این بدین معناست که یارانه‌ای که برای تسهیل خرید و فروش و حمایت از تولیدکننده و مصرف کننده پرداخت می‌شد، به صورت معکوس عمل می‌کرد. وی، فعالیت نانوایی‌های آزادپز را مورد توجه قرار داد و افزود: نمونه بارز دیگر عدم اثرگذاری مثبت پرداخت یارانه، نانوایی‌های آزادپز است به گونه‌ای که با وجود استفاده از آرد آزاد در این بخش، مردم از نان تولید شده توسط این گروه رضایت بیشتری داشتند و این نشان‌دهنده این است که مجموعه قواعد و الگوهای حکمرانی در کشور به درستی در حال عملیاتی شدن است.

وزیر بازرگانی معتقد است که در دنیای حکومت داری قواعدی وجود دارد که ضمن کشف این قواعد باید بر آنها مسلط شویم و پس از این که بر این قواعد مسلط شدیم، آن پدیده به اندازه دانش ما و براساس سنن الهی تسخیر ما در خواهد آمد. اما وقتی که بر قوانین حکمرانی مسلط نباشیم، پدیده از کنترل ما خارج خواهد شد.

وی با تأکید بر اینکه اصلاح نظام یارانه‌ها موجب بهبود وضعیت بازار می‌شود، موضوع هدفمندسازی یارانه‌ها را کشف مجموعه‌ای از قواعد در پدیده حکمرانی عنوان کرد و افزود: امروز در تنظیم بازار بر قواعد حکمرانی بسیار خوبی تسلط یافتیم و دلیل تقدیر رییس جمهور در ایام مختلف، تسلط بر این قواعد است. دکتر غضنفری گفت: براساس قواعد تنظیم بازار، می‌توان گفت که چنانچه امور ذخیره سازی، توزیع توسط بخش خصوصی انجام شود، در تنظیم بازار بسیار موفق تر عمل خواهیم کرد.

وی انتظار خود از دو مجموعه معاونت برنامه‌ریزی و موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی را کشف قواعد مناسب با بهره‌گیری از تجربیات گذشته خواند و گفت: دلیل عدم توفیق برنامه‌های برخی کشورها، پیدا نکردن و

منوط به نداشتن تغییر غیرمنطقی قیمت‌ها اعلام و ادامه داد: مدیریت هزینه و کاهش قیمت تمام شده باید به گونه‌ای انجام شود که اصلاح قیمت حامل‌های انرژی کالاها و خدمات از مردم گرفته نشود.

غضنفری در بخش دیگری از سخنان خود گفت: یکی از برنامه‌های ما در سال ۹۰، اجرای طرح آمایش تجاری و فراهم آمدن زیرساخت‌ها است که لازم است یکی از معاونت‌های وزارتخانه این مسوولیت را پذیرا باشد. وی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی و معاونت برنامه‌ریزی را پشتوانه پروژه‌های وزارت بازرگانی در صحنه عمل خواهند و اظهار داشت: شاید تلاش‌های این دو مجموعه به صورت عادی در نظر مردم پیدا نباشد ولی چنانچه به صورت دقیق تر نگاه کنیم متوجه تلاش‌های این مجموعه‌ها خواهیم شد. وزیر بازرگانی با اشاره به نام گذاری اسمال تحت عنوان «جهاد اقتصادی» گفت: این موضوع باید برای همه افراد کشور تبیین و تعریف شود و مردم با دلایل نام گذاری اسمال آشنا شوند و مراکز پژوهشی در این خصوص نقش مهمی دارند.

وی با بیان این مطلب که در طی سالیان اخیر پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های خوبی برای جهش اقتصادی فراهم شده است گفت: باتوجه به فراهم آمدن فرصت‌های جدید، سال ۹۰، سال جهاد اقتصادی نامیده شده است. غضنفری در پایان سخنان خود موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی و نیز معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی را بزرگترین سرمایه‌های علمی و دانش وزارت بازرگانی برشمرد و کسب موفقیت‌های بیشتری را در سال جاری از خداوند منان خواستار شد.

شکل‌گیری آرایش جهادی در وزارت بازرگانی

به گزارش شایا در ادامه این نشست، معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزیر بازرگانی با اشاره به لزوم سرلوحه قرار دادن شعار جهاد اقتصادی گفت: برای اول شدن در منطقه باید یک جهش اقتصادی را تجربه کنیم و از سوی دیگر با توجه به اجرای بزرگ‌ترین طرح اقتصادی کشور در سال گذشته همه دستگاه‌ها باید جهاد اقتصادی را سرلوحه کار خود قرار دهند تا شاهد اثرات مثبت اجرای این قانون در وضعیت زندگی مردم شویم.

وی پتانسیل‌های موجود در کشور را مورد اشاره قرار داد و افزود: با توجه به نام‌گذاری اسمال از سوی مقام معظم رهبری همه دستگاه‌ها باید تمام تلاش خود را به کار گیرند فضای کسب و کار در کشور بیش از گذشته

عدم درک قوانین حاکم بر پدیده‌ها است. وزیر بازرگانی با بیان این مطلب که معاونت برنامه‌ریزی و موسسه مطالعات در کنار سایر مراکز مرتبط به خوبی توانسته‌اند قوانین حاکم بر پدیده بازار و یارانه را کشف کنند، گفت: در پی کشف این قوانین، پروژه هدفمندسازی یارانه‌ها به خوبی اجرایی شد. وی با اشاره به خروج صد میلیارد دلار از اقتصاد کشور به دلیل اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها در پاسخ به این سوال که آیا اقتصاد کشور، توان خروج این میزان را به صورت سالانه دارد، گفت: هیچ سیاستمداری جرات نمی‌کند این مهم را تأیید کند مگر اینکه کار مطالعاتی دقیقی روی آن انجام دهد چرا که این امر جز با یک پشتوانه قوی مطالعاتی امکان‌پذیر نیست و دولت با تکیه بر این پشتوانه اعلام کرد که این توانایی در اقتصاد کشورمان وجود دارد.

دکتر غضنفری افزایش یارانه‌های پرداختی به بخش‌های مختلف طی سال‌های گذشته را مورد توجه قرار داد و افزود: پانزده سال پیش میزان یارانه پرداختی به بخش گندم، آرد و نان ۳۶۰ میلیارد تومان بود این در حالی است که این میزان در سال گذشته به ۴ هزار میلیارد تومان افزایش یافت. یعنی ظرف پانزده سال یارانه پرداختی به این بخش بیش از ۱۱ برابر شده است.

وی افزود: به طور قطع در صورت تداوم این وضعیت در سال‌های آینده دیگر منابعی برای پرداخت یارانه وجود نخواهد داشت. وزیر بازرگانی سال ۹۰ را سال نتیجه گرفتن از تلاش‌های صورت گرفته دانست و افزود: قانون هدفمند کردن یارانه‌ها به کمک شما به اجرا در آمده است و بار دیگر باید تلاش خود را به کار گرفت تا زمینه‌های باقیمانده آن در سال ۹۰ مدیریت شود تا شیرینی اجرای این قانون در کام مردم پایدار شود.

وی، شیرینی اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها را

**مدیریت هزینه و قیمت
تمام‌شده باید بگونه‌ای
انجام شود که اصلاح قیمت
حامل‌های انرژی کالاها و
خدمات از مردم گرفته نشود**

بازرگانی

شماره ۵۶

فروردین‌ماه ۱۳۸۹

۳۰



که از سال ۸۹ آغاز شده و در سال جاری با جدیت تمام دنبال می‌شود. به گفته وی، در دوره جدید، وزارت بازرگانی استفاده توانمند از علم و عمل را در دستور کار قرار داده است و در همین راستا مطالعات و تحقیقات زیادی در زمینه‌های مختلف صورت گرفته است. وی هدف از رویکرد جدید وزارت بازرگانی در بکارگیری از دانش و توان فنی روز دنیا را ایجاد بازرگانی نوین و آغاز فصل جدید در این بخش دانست و گفت: طرح‌ها و مطالعات زیادی در این بخش در حال انجام است که امیدواریم در نهایت به اعتلای بخش بازرگانی کشور منجر شود. دودانگه افزود: با اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها آمادگی لازم برای یک خیزش و تحرک بزرگ اقتصادی در کشور ایجاد شده است ضمن اینکه ایجاد زیرساخت‌های بازرگانی نیز می‌تواند سر منشا تحولات بسیار عظیم در حوزه اقتصاد، صنعت، کشاورزی و بخش‌های مختلف کشور گردد. وی در پایان سخنان خود خواستار شکل‌گیری دبیرخانه‌ای برای بررسی پیشنهادات و مسائل و مشکلات بخش‌های مختلف مجموعه بازرگانی در سطح کلان و خرد در راستای رشد اقتصادی کشور شد.

اعتمادسازی بین طرفین عرضه و تقاضا

در ادامه این دیدار رئیس موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی نیز ضمن تشریح عملکرد موسسه، گفت: فعالیت‌های موسسه مبتنی بر سه بخش با محوریت پاسخگویی به نیازهای حوزه بازرگانی کشور است. مهدی فتح‌اله، پاسخگویی به نیازهای وزارت بازرگانی و توانمندسازی موسسه برای رفع نیازهای ذینفعان را از دیگر محوره‌های فعالیت موسسه دانست و خاطرنشان کرد: اعتمادسازی بین دو طرف عرضه و تقاضا باید مثبت باشد تا پژوهش‌ها بیشتر عملیاتی شده و مثمر‌تر واقع شود. فتح‌اله یادآور شد: در طی سال‌های گذشته موسسه مطالعات و پژوهش‌های وزارت بازرگانی بیش از ۲۰۰ طرح پژوهشی در حوزه‌های مختلف از جمله توسعه زیرساخت‌ها، توسعه بازرگانی داخلی و خارجی و سایر حوزه‌های اقتصادی مرتبط را به سرانجام رساند و نتایج این مطالعات در قالب سیاست‌های وزارت بازرگانی به اجرا گذاشته شد. وی در پایان با تأکید بر لزوم توجه بیشتر به تحقیق و پژوهش، احیای شورای پژوهش و آموزش وزارت بازرگانی را از وزیر خواستار شد.

یکی از بزرگترین و مهمترین اقدامات صورت گرفته اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها در حوزه بازرگانی بود که با بسیج تمامی توان و نیروی موجود اقدام به تامین و توزیع کالا و همچنین کنترل و نظارت بازار در راستای ایجاد آرامش در هنگام اجرای قانون شد

حوزه‌های مربوطه ارسال شده است. دودانگه افزود: اطلاع‌رسانی مناسب در مورد بازرگانی و اقتصاد نوین نیازمند تدابیر خاص و ویژه‌ای بود که در این راستا مجموعه‌ای از نشست‌های علمی و همایش‌های علمی کاربردی در سطح بین‌المللی، ملی و استانی برگزار شد. وی با اشاره به برگزاری همایش بین‌المللی همگرایی اقتصادی کشورهای اسلامی در تهران و استقبال خوب کشورهای مسلمان از آن، ادامه داد: در سال گذشته دو عنوان همایش ملی، پنج عنوان همایش علمی کاربردی ملی، ۳۰ همایش استانی برای بررسی موضوعات مختلف و به روزرسانی اطلاعات و دانش همکاران و بیش از ۵۰ نشست علمی و سمینار با حضور اساتید، کارشناسان و اقتصاددانان در خصوص تبیین موضوعات مختلف برگزار شد. معاون وزیر بازرگانی، نهضت کاهش قیمت تمام شده را یکی دیگر از اقدامات جهادگونه سال گذشته دانست و خاطرنشان کرد: برگزاری همایش‌های نهضت کاهش قیمت تمام شده با حضور فعالان و دست‌اندرکاران بخش‌های مختلف اقتصادی کشور یکی دیگر از دستاوردهای وزارت بازرگانی در سال گذشته بود که در نهایت منجر به آغاز استفاده از روش‌های نوین برای کاهش قیمت تمام شده و افزایش توان تولیدکنندگان داخلی برای رقابت و حضور پر رنگ در بازارهای بین‌المللی شد. دودانگه، با اشاره به آغاز برنامه‌های مربوط به اصلاح نظام توزیع در سال ۸۹ گفت: طرح آمارگیری برای افزایش بهره‌وری در بخش بازرگانی یکی دیگر از اقداماتی است

بهبود یابد. معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی معتقد است: آرایش جهادی از سال گذشته در وزارت بازرگانی شکل گرفته است و مجموعه بازرگانی در تمامی فعالیت‌ها این امر را به اثبات رساندند. محمود دودانگه، ادامه داد: یکی از بزرگترین و مهمترین اقدامات صورت گرفته اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها در حوزه بازرگانی بود که با بسیج تمامی توان و نیروی موجود اقدام به تامین و توزیع کالا و همچنین کنترل و نظارت بازار در راستای ایجاد آرامش در هنگام اجرای قانون شد.

دودانگه افزود: سال گذشته علیرغم وضع تحریم‌های یکجانبه علیه ایران، در بخش صادرات و حضور در بازارهای جهانی نیز توفیق بسیاری حاصل شد که نشان‌دهنده تلاش مجموعه فعالان در بخش تجارت خارجی برای غلبه بر تحریم‌ها بود. وی گفت: بدون شک وزارت بازرگانی از جمله برترین دستگاه‌هایی است که توانسته از نتایج تحقیقات، مطالعات و بررسی‌های صورت گرفته در دانشگاه‌ها، موسسات پژوهشی و موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی به صورت مناسب استفاده کند.

محمود دودانگه، تمامی برنامه‌ها و طرح‌های قابل اجرا در وزارت بازرگانی را دارای پشتوانه مطالعاتی و تحقیقاتی دانست و ادامه داد: در برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌ها سعی شده تا با استفاده از پتانسیل و ظرفیت‌های موجود در حوزه علمی و پژوهشی کشور، فرصت‌ها و چالش‌های بخش بازرگانی، نظام توزیع، توسعه صادرات غیرنفتی و بهبود تراز تجاری مورد توجه قرار گیرد.

وی با بیان این مطلب که برخی از موضوعات ارجاع شده به بخش معاونت برنامه‌ریزی و موسسه مطالعات نیاز به پاسخگویی در اسرع وقت دارد، گفت: این موارد به صورت مشاوره‌های تخصصی در کمترین زمان ممکن و با دقت بسیار بالا پاسخ داده می‌شود بطوریکه در سال ۸۹ تنها در حوزه وزارت بازرگانی بیش از ۶۰۰ مشاوره تخصصی در خصوص حوزه‌های مختلف داشته‌ایم. معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزیر بازرگانی، گزارش‌های تحلیلی تهیه شده در ابعاد مختلف و برنامه‌های اجرا شده را در راستای بهبود بخش‌های اقتصادی، تجاری، تنظیم بازار، صادرات، واردات، مسایل تجارت بین‌الملل و چشم‌اندازهای آتی حضور در بازارهای جهانی دانست و خاطرنشان کرد: تحقیقات صورت گرفته در این زمینه به بیش از ۱۵۰ مورد گزارش ختم شده که پس از تدوین به

وزیر بازرگانی در دیدار مدیران و کارکنان معاونت فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیکی:

بهبود رتبه کسب و کار در مجامع بین‌المللی با همگانی کردن تجارت الکترونیکی در کشور



تنظیم بازار داخلی اتفاق بسیار ساده‌ای خواهد بود چرا که در صورت تامین نیاز ۷۰۰ میلیون نفر منطقه، تنظیم بازار ۷۰ میلیون نفری ایران به راحتی امکان‌پذیر است. وزیر بازرگانی کاهش قیمت تمام‌شده را حقیقتی دانست که امکان انجام آن توسط معاونت فناوری اطلاعات وجود دارد و ادامه داد: اگر سال ۹۰ را سال همگانی کردن تجارت الکترونیکی بدانیم و در راستای تحقق این مهم گام برداریم، موفق به بهبود رتبه کسب و کار کشور در مجامع بین‌المللی خواهیم شد. وی از تجارت الکترونیکی به عنوان ابزار تسهیل‌کننده معاملات نام برد و بر هماهنگی میان دستگاهی در وزارت بازرگانی تأکید کرد.

اگر سال ۹۰ را سال همگانی کردن تجارت الکترونیکی بدانیم و در راستای تحقق این مهم گام برداریم، موفق به بهبود رتبه کسب و کار کشور در مجامع بین‌المللی خواهیم شد.

به گزارش شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا)، دکتر مهدی غضنفری در دیدار با مدیران و کارکنان معاونت فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیکی وزارت بازرگانی، اظهار داشت: سال ۸۹ به همت کارکنان گرانقدر و مدیران توانمند، سالی پربرکت، پرکار و پرمهر بود و به کمک تمامی کارکنان حوزه بازرگانی، اجرای موفق قانون هدفمندسازی یارانه را در سال گذشته شاهد بودیم. وی در ادامه افزود: با همت و تلاش مجموعه دلسوز معاونت فناوری اطلاعات، پروژه‌های بسیاری با موفقیت در حال اجراست که ثمرات بی‌شماری را در پی خواهد داشت.

وی در ادامه سخنان خود پتانسیل‌های موجود در کشور را مورد اشاره قرار داد و گفت: علیرغم همه اقدامات و تلاش‌های خوب صورت گرفته در تمامی دوره‌ها، وقتی به آینده نگاه می‌کنیم با توجه به اقتضای زمان و تغییر تحولات سریع در دنیا، با انبوهی از کارهای انجام نشده مواجه می‌شویم. البته این جمله به معنای این نیست که قصوری در انجام کارها صورت گرفته است. به اعتقاد وزیر بازرگانی برای اول شدن در سطح تجاری و تبدیل شدن به قدرت برتر منطقه باید تلاش بیشتری در بخش‌های مختلف صورت گیرد.

دکتر غضنفری، برنامه‌ریزی برای رشد صادرات غیرنفتی و اجرای طرح آمایش تجاری را مورد توجه قرار داد و افزود: وزارت بازرگانی سعی دارد تا دو شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی و پشتیبانی امور دام را از شرکت وارداتی به شرکت‌های صادراتی تبدیل کند. به گفته وی، در صورت رشد صادرات غیرنفتی و تولید صادراتی،



وزیر بازرگانی در سومین دور سفرهای استانی هیات دولت به کرمانشاه :

طرح آمایش تجاری بازار داخلی و صادرات را در یک مسیر قرار می‌دهد

وزیر بازرگانی معتقد است: اجرای طرح آمایش تجاری در سال جهاد اقتصادی دو حوزه مهم تنظیم بازار داخلی و صادرات را تحت پوشش قرار می‌دهد که نتیجه آن تنظیم بازار بر پایه صادرات خواهد بود. مهدی غضنفری در سومین دور سفرهای استانی هیات دولت به استان کرمانشاه در جمع مدیران و کارکنان سازمان بازرگانی کرمانشاه، اظهار داشت: در سال جاری باید با هم راستا قرار دادن صادرات غیرنفتی و تنظیم بازار به بازارهای بزرگ هدف در تامین کالا اندیشید و با این تفکر نیز بازار داخلی به خوبی تامین می‌شود.

بازرگانی

شماره ۵۶
فروردین‌ماه ۱۳۸۹

۳۲

به اعتقاد وی، بازار موجودی زنده است که نسبت به کنش‌ها و واکنش‌ها پاسخ می‌دهد و مدیریت موجود زنده نیز نیازمند توانمندی بالا است زیرا که سیگنال‌های اطلاعاتی در مسیر بازار می‌تواند به نفع یا ضرر بازار باشد. به گفته وزیر بازرگانی، از جمله دستاوردهای کلان اقتصاد محورهایی همچون افزایش درآمد سرانه، اشتغالزایی، ضریب جینی یا کاهش فاصله طبقاتی است که در سال جهاد اقتصادی قرار است در این حوزه‌ها چند پله حرکت کنیم. غضنفری سپس گفت: رشد جهش‌وار تجارت الکترونیکی، رشد جهش‌وار صادرات غیرنفتی، نهضت کاهش قیمت تمام‌شده، نگاه راهبردی به وضع موجود و ترسیم وضع مطلوب با قرار گرفتن سال ۹۰ به عنوان پلی برای رسیدن به اهداف توسعه اقتصادی، تنظیم و مدیریت بازار را از برنامه‌های وزارت بازرگانی مطابق با نامگذاری سال جاری به عنوان سال جهاد اقتصادی دانست.

وی گفت: سال ۸۹ به عنوان سال تصمیمات بزرگ، موفقیت‌های پیچیده و همکاری اثرگذار همزمان با اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها است که در زیر چتر این نام مهم و معنادار و سال جهاد اقتصادی باید وزارت بازرگانی برنامه‌های سال جاری خود را عملیاتی کند.

غضنفری سپس با تقدیر از اقدامات مجموعه وزارت بازرگانی در تنظیم بازار به هنگام زمان اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها و ایام عید، گفت: بدون تردید مدیریت چنین بازاری جز با مسئولیت‌پذیری نیروهای این وزارتخانه، همراهی مردم و بخش خصوصی امکان‌پذیر نبود.

وی استحکام مدیریتی، شکل‌گیری وفاق اجتماعی، به منصفه ظهور یافتن قواعد و اصول حکمرانی شایسته مدیران را از عوامل موثر در موفقیت اجرای مرحله نخست قانون هدفمندی یارانه‌ها دانست.

وزیر بازرگانی در ادامه از فعالیتهای صورت‌گرفته در استان کرمانشاه در حوزه تنظیم بازار زمان اجرای مرحله اصلی قانون هدفمندی یارانه‌ها و ایام عید قدردانی کرد و گفت: استان کرمانشاه جزو بهترین استان‌ها در حوزه مدیریت بازار بود.

وی با تشریح اهداف اجرای طرح آمایش تجاری در سال جاری افزود: همه تلاش‌ها در وزارت بازرگانی باید بر پایه و بنای زیرساخت‌های تجاری در حوزه بازرگانی باشد به گونه‌ای که قطار بازرگانی بر روی ریل زیرساخت‌ها به بازارهای هدف برسد. وزیر بازرگانی با اشاره به تغییر نرخ حامل‌های انرژی همزمان با اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها گفت: استفاده از روش‌های بهره‌ورانه از طریق سیستم‌های کاهش قیمت تمام‌شده باعث می‌شود که نه تنها در نرخ کالاها افزایش قیمتی را شاهد نباشیم بلکه ارتقا سطح کیفی تولید نیز محقق شود.

وزیر بازرگانی سپس به وضعیت تنظیم بازار در سال جاری اشاره کرد و گفت: تنظیم بازار موضوع مهمی است که وزارت بازرگانی در سال ۹۰ از پرداختن به آن غافل نخواهد بود و همچنان در دستور کار خود قرار داده است.





تجاری در حوزه صادرات غیرنفتی و خدمات است، گفت: تحقق این اهداف تعبیر درستی از جهاد اقتصادی است.

ضرورت ایجاد واحدهای زیرساخت توسط اصناف

غضنفری سپس یکی از برنامه‌های مهم وزارت بازرگانی در سال جهاد اقتصادی را اجرای طرح آمایش تجاری اعلام کرد و همزمان از اصناف خواست تا نسبت به ایجاد واحدهای زیرساخت در مجموعه فعالیت خود اقدام کنند. وی با طرح این جمله که صنوف باید به فکر بهره‌گیری از روش‌های جدید فعالیت در بازار باشند، گفت: به مدل‌های گذشته چسبیده‌ایم در حالی که جوان‌ترها شیوه‌های گذشته را نمی‌پسندند و روش‌های قدیمی را نمی‌پذیرند.

غضنفری ادامه داد: اگر نیازمند ایجاد مراکز خرید بزرگ هستیم باید این تحرکات را در جامعه اصناف به طور جدی پیگیری کنیم.

وزیر بازرگانی با بیان اینکه فیزیک ساختمانی کنونی صنوف آمادگی خدمات‌رسانی کیفی به مردم را ندارد، گفت: نیازمند مجتمع‌های فروشگاهی، فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای هستیم. وی تصریح کرد: باید با ایجاد برندهای (نشان‌های تجاری) فروشگاهی به فکر احداث مراکز بزرگ فروش بود چرا که اگر صنوف این موضوع را جدی نگیرند سرمایه‌گذاران خارجی جای فعالان بخش خصوصی داخلی را می‌گیرند. غضنفری با طرح این جمله که زمان سرفق‌ی و افزایش واحدهای خرده‌فروشی گذشته است، ادامه داد: اگر غریبه‌ها فروشگاه‌های بزرگ احداث کنند، کسب و کار از دست می‌رود.

وزیر بازرگانی گفت: فرصت‌های سرمایه‌گذاری و ایجاد فروشگاه‌های بزرگ با مدل‌های اسلامی و ایرانی را از دست ندهید، قبل از آنکه خارجی‌ها وارد عمل شوند. وی در بخش دیگری از سخنان خود از اصناف خواست تا خدمات بازرگانی را با کیفیت عالی ارائه کنند.

مشکل مالیات با چانه‌زنی حل نمی‌شود

وزیر بازرگانی با طرح این پرسش که تا چه زمانی می‌خواهیم مشکل مالیات را با چانه‌زنی حل کنیم، گفت: با نصب دستگاه‌های POS و نصب ماشین‌های فروش، کسب و کار را شفاف کنیم.



وزیر بازرگانی در جمع روسای مجامع امور صنفی کرمانشاه:

آمادگی وزارت بازرگانی برای واگذاری امور تنظیم بازار به اصناف

وزیر بازرگانی از آمادگی این وزارتخانه برای واگذاری تمام فعالیت‌های تصدی‌گری خود به اصناف خبر داد و گفت: هیچ گروهی مطمئن‌تر و قابل اعتمادتر از صنوف و مجامع صنفی برای سپردن مسئولیت‌ها نیست.

مهدی غضنفری در جمع روسای مجامع امور صنفی کرمانشاه با بیان اینکه بازرسی‌ها به اصناف واگذار شده، خطاب به شرکت‌کنندگان در نشست گفت: برای پذیرش تمام مسئولیت‌های تنظیم بازار آماده باشید و بدانید که دولت هیچگاه از همکاری با اصناف پشیمان نشده است. وزیر بازرگانی تصریح کرد: سپردن تصدی‌گری‌های وزارت بازرگانی به اصناف علاوه بر اینکه به نفع آنها است، مسئولیت‌پذیری اجتماعی این گروه از فعالان بازار را افزایش می‌دهد.

همراهی اصناف در اجرای قانون هدفمندی

غضنفری همچنین با قدردانی از صنوف و مجامع صنفی در همراهی در اجرای موفق مرحله نخست قانون هدفمندی یارانه‌ها و تنظیم بازار شب عید، گفت: به نمایندگی از دولت به طور رسمی از شما تشکر می‌کنم.

وی تصریح کرد: همراهی اصناف از بزرگ‌ترین تا کوچک‌ترین واحد صنفی در زمان اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها الگوی بسیار مثبتی از تعامل میان بخش خصوصی و دولتی شد که نتایج مثبت آن در ایجاد بازاری آرام کاملاً مشهود است.

وزیر بازرگانی تصریح کرد: در زمان آغاز مرحله اصلی قانون هدفمندی یارانه‌ها با گروهی از مردم به نام اصناف مواجه شدیم که معتقد به تکلیف شرعی، ملی و میهنی بودند، کسانی با سابقه طولانی مبارزه و افرادی که در دوران دفاع مقدس از جان و مال خود برای میهن اسلامی گذشتند. وی در بخش دیگری از سخنان خود با بیان اینکه در سال جهاد اقتصادی تلاش‌ها برای برداشتن گام‌های بزرگ

وزیر بازرگانی در دیدار با اعضای اتاق بازرگانی و تشکلهای صادراتی کرمانشاه: پرداخت ۴۰۰ میلیارد تومان معوقات صادراتی در قالب سهام

وزیر بازرگانی از تخصیص ۴۰۰ میلیارد تومان اعتبار در قالب سهام برای پرداخت معوقات جوایز صادراتی خبر داد و گفت: براین اساس حدود ۹۰ درصد از معوقات دولت به صادرکنندگان تسویه می‌شود.

مهدی غضنفری، در جمع اعضای اتاق بازرگانی و تشکلهای صادراتی کرمانشاه با بیان اینکه هنوز نوع سهام نهایی نشده، خطاب به صادرکنندگان گفت: می‌توانید پیشنهاد هر نوع سهامی را که از نظر وصول برای تان راحت‌تر است به وزارت بازرگانی ارائه دهید. غضنفری با یادآوری اینکه نامگذاری سال جاری با نام سال جهاد اقتصادی





نماینده تام‌الاختیار رئیس‌جمهور در سفر به قصر شیرین رشادتهای مردم قصر شیرین افتخار آمیز و فراموش ناشدنی است

دکتر غضنفری، از مردم قصر شیرین به عنوان ملتی افتخارآفرین در دوران هشت سال دفاع مقدس نام برد و خطاب به آنها گفت: با وجود تلخی‌های دوران دفاع مقدس اما بسیار پرنشاط هستید.

به گزارش شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) وزیر بازرگانی، که به عنوان نماینده تام‌الاختیار دولت در ادامه سومین دور از سفرهای استانی وارد قصر شیرین شد، تقدیم ۶۱۸ شهید، ۲۰۴ جانباز و ۵۶ آزاده در دوران هشت سال دفاع مقدس توسط مردم قصر شیرین را مورد توجه قرار داد و گفت: ما به مردان و زنانی که جان و جسم خود را در راه وطن و اسلام از کف دادند، می‌بالیم.

وزیر بازرگانی پس از ورود به شهر قصر شیرین ابتدا مورد استقبال امام جمعه، فرماندار، مسئولان نظامی و انتظامی و شهری قرار گرفت و بلافاصله با حضور در محل گلزار شهدا و نثار گل با آرمان‌های امام راحل (ره) و شهدای انقلاب اسلامی تجدید میثاق کرد. وی در ادامه این سفر پروژه انبار نفت را افتتاح کرد، ظرفیت مخازن این انبار شامل دو دستگاه مخزن با ظرفیت ۶ میلیون لیتر است. اعتبار اختصاص یافته برای این طرح ۲۵ میلیارد ریال است و اجرای آن از نیمه دوم سال ۱۳۸۷ اجرا شده و با افتتاح این طرح با حضور دکتر غضنفری، انبار نفت قصر شیرین رسماً آغاز بکار کرد.

ظرفیت مخازن آلوده این انبار که مجری طرح آن شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی می باشد، ۲۰۰ هزار لیتر است، ذخیره استخر آتش‌نشانی به ظرفیت یک میلیون لیتر، محل تخلیه و بارگیری فرآورده، ساختمان اداری، تجهیزات ایمنی و آتش‌نشانی از دیگر بخش‌های انبار نفت قصر شیرین است. دکتر غضنفری سپس در ادامه از بازارچه مرزی پرویزخان بازدید کرد و از نزدیک در جریان مسائل مطرح شده از سوی تعدادی از صادرکنندگان قرار گرفت. وی در جلسه شورای تامین شهرستان، با انتقاد از شرایط موجود بازارچه مرزی پرویزخان، گفت که برای سامان‌یابی این بازار بزرودی طرح ایجاد زیرساخت‌های تجاری این بازار در دستور کار گروه توسعه صادرات به ریاست معاون اول رئیس‌جمهوری قرار می‌گیرد.

دکتر غضنفری اولویت نخست در این شهر را ساماندهی بازارچه پرویزخان اعلام کرد و گفت: با احیا و بازسازی این بازارچه علاوه بر اشتغالزایی، سطح درآمدها نیز ارتقا می‌یابد.

وزیر بازرگانی با بیان اینکه وضعیت کنونی بازارچه پرویز خان قابل قبول نیست و باید هرچه زودتر برای احیا و بهسازی مجموعه ابنیه و تاسیسات این بازارچه اقدام کرد، افزود: با ساماندهی بازارچه پرویزخان بخش عمده منابع درآمدی برای سایر طرح‌های مورد نیاز شهرستان قصر شیرین نیز تامین می‌شود. براساس گزارش‌های رسمی ۴۸ درصد کل صادرات ایران به عراق از طریق بازارچه مرزی پرویزخان انجام می‌شود.

نماینده تام‌الاختیار دولت همچنین از پایانه مرزی و گمرک خسروی بازدید کرد

جهشی بزرگ در بخش‌های مختلف اقتصادی را نیازمند است، از صادرکنندگان به عنوان افسران میدان اقتصادی نام برد که با حضور خود در سایر کشورها به امر مقدس جهاد می‌پردازند.

جهش صادرات غیرنفتی در سال گذشته

وزیر بازرگانی در بخشی از سخنان خود به حجم ۱۰۲ میلیارد دلاری تجارت در سال گذشته اشاره کرد و گفت: این رقم نسبت به مدت مشابه یک سال قبل از آن بیش از ۲۰ میلیارد تومان افزایش داشته است.

به گفته غضنفری، آمار بالای صادرات غیرنفتی در سال گذشته حکایت از قدرت انکارناپذیر جمهوری اسلامی ایران و تبدیل شدن به قدرت اقتصادی و تجاری در منطقه دارد.

وی اظهار داشت: در شرایطی که دولت آمریکا و برخی از بدخواهان جمهوری اسلامی ایران رویکرد تحریم را در پیش گرفته بودند اما آخرین آمار صادراتی غیرنفتی افتخارآفرین بوده و نشان از رشد خوب صادرات کالایی و خدمات فنی-مهندسی دارد.

غضنفری یادآور شد: هرچند که قطع روابط بانکی ایران با دنیا یکی از اهداف اصلی تحریم‌کنندگان بود و به همین دلیل فشارهای زیادی را تحمیل کردند اما در چنین شرایطی صادرات رشد بالایی داشت که نشان از آن دارد که کالای ایرانی مشتریان بیشتری را در دیگر کشورها پیدا کرده است.

صادرات کیفی، جهاد اقتصادی

وزیر بازرگانی گفت: صادرکنندگان در آن سوی مرزها مجاهدت می‌کنند و با در پیش گرفتن شیوه‌ها و رفتارهای اخلاقی و همزمان عرضه کالاهای کیفی موجب رشد تجارت کشور و رضایت‌مندی مشتری در بازارهای هدف می‌شوند. وی گفت: اگر صادرات غیرنفتی و حضور در بازارهای هدف را بخشی از جهاد بدانیم منزلت یک صادرکننده به ما این موضوع اساسی را یادآوری می‌کند که کالای کیفی باید صادر شود. غضنفری در پاسخ به برخی انتقادات درباره صادرات بی‌نام و نشان و غیرکیفی به برخی کشورهای همسایه گفت: در این عرصه نقش اتاق بازرگانی به عنوان نهادی که به صورت عملیاتی قادر است از برندها (نشان‌های تجاری) دفاع کند و در عین حال نسبت به آموزش سایر صادرکنندگان گام بردارد، بیش از پیش مشخص می‌شود.

شناسایی معضلات حوزه تجارت

وی با بیان این مطلب که بخش خصوصی می‌تواند با شناسایی معضلات حوزه تجارت، نقش خود را در سال جهاد اقتصادی به خوبی برعهده گیرد، افزود: درخواست‌های مطرح شده درباره کاهش مرزهای متعدد تجارت با برخی کشورهای همسایه را نیز می‌توان در تعامل و نشست با سازمان‌های استان‌های همجوار و تقسیم کار ملی و ارائه مدلی مشترک مورد بررسی قرار داد.

وزیر بازرگانی تصریح کرد: همزمان با تلاش دولت برای تحقق اهداف سال جهاد اقتصادی، نیازمند آنیم که بخش خصوصی در سال جاری نیز برنامه‌ای منسجم برای رشد جهش‌وار تجارت، رفتار و معیارهای تجاری، برندها و آموزش‌ها را تدوین کند.

اصل ۴۴ فقط واگذاری نیست

غضنفری سپس از اتاق بازرگانی خواست تا نقش پر رنگ‌تری در تجارت خارجی داشته باشد و گفت: نباید اصل ۴۴ را فقط تقسیم و واگذاری کارخانه‌ها به بخش خصوصی بدانیم بلکه باید در واگذاری نقش‌های ارتباطی بین بنگاه‌ها و هماهنگ‌سازی تجاری بین بنگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد که به نظر می‌رسد اتاق بازرگانی می‌تواند در این حوزه به ایفای نقش بپردازد.

وی با اشاره حضور معاون اول رئیس‌جمهوری در جلسات اتاق بازرگانی در سفرهای استانی هیات دولت گفت: این موضوع نشان از توجه دولت به جهش اقتصادی و رساندن صادرات غیرنفتی کشور به ۴۵ میلیارد دلار در سال جاری است. یادآور می‌شود: معاون اول رئیس‌جمهوری سال گذشته و در مراسم تقدیر از صادرکنندگان رتبه دوم اعلام کرد با توجه به توان صادرکنندگان امکان رساندن رقم صادرات غیرنفتی به ۴۵ میلیارد دلار در سال ۹۰ وجود دارد.



شماره ۵۶
فروردین‌ماه ۱۳۸۹

۳۴





کرد و از آن به عنوان تصمیمی بزرگ نام برد که عدالت گستری نظام جمهوری اسلامی ایران را بیش از گذشته نمایان می‌کند.

وزیربازرگانی افزود: اجرای قانون هدفمند کردن یارانه‌ها فرصت‌های بی‌شماری را پیش روی اقتصاد کشور ایجاد کرد که این روند ادامه دارد.

غضنفری تصریح کرد: صرفه‌جویی در منابع انرژی یکی از دستاوردهای مهم اجرای قانون هدفمند کردن یارانه‌ها است که منجر به ایجاد منابع می‌شود. وی افزود: می‌توان از محل منابع ناشی از اجرای قانون که ارزش بالایی اقتصادی دارد، بخش عمده‌ای از منابع مالی انبوه سرمایه‌گذاری‌های کشور را تامین کرد. نماینده دولت در قصرشیرین همچنین گفت: این شهر از فرصت‌های فرهنگی و اقتصادی بی‌نظیری برخوردار است که از آن جمله فراهم کردن امکانات مورد نیاز برای استقرار زائران است. غضنفری ادامه داد: با توجه به اینکه در سال‌های اخیر مواردی از تعویض گنبد و بارگاه امامان معصوم (ع) در عتبات عالیات وجود دارد، می‌توان با انتقال آنها به این شهر و ایجاد موزه این آثار معنوی، زمینه تحرک اقتصادی را ایجاد کرد. وزیربازرگانی تصریح کرد: قصرشیرین در صورتی می‌تواند از مزیت‌های اقتصادی بهره‌مند شود که به توانمندی فرهنگی خود واقف باشد.

غضنفری از سال جهاد اقتصادی به عنوان سال پیشرفت در سطح شاخص‌های کلان اقتصادی نام برد و گفت: رییس جمهوری اهمیت بالایی برای پیشرفت اقتصادی قائل است و با توجه به حمایت آقای احمدی‌نژاد در تمام عرصه‌ها می‌توان از این سال دستاوردها و برکات زیادی را به دست آورد. نماینده تام‌الاختیار دولت همچنین با اشاره به درخواست‌های مردم که توسط فرماندار در نشست شورای تامین مطرح شد، گفت: مجموع خواسته‌ها ۳۵ مورد است که می‌توان بخشی از آنها را در جلسه هیات دولت بررسی کرد تا در صورت موافقت، تصویب شود و بخش دیگر را با وزیران مربوطه مطرح کرد. شهرستان قصرشیرین با دو هزار کیلومتر وسعت در غرب کشور واقع شده، این شهر ۱۸۶ کیلومتر مربع مرز مشترک با کشور عراق دارد. ۴۸ درصد از مجموع صادرات جمهوری اسلامی ایران به عراق از طریق بازارچه مرزی پرویزخان انجام می‌شود.

خرید فرش‌های تولیدی در کرمانشاه به صورت تضمینی و با قیمت منطقی

رییس مرکز ملی فرش ایران گفت: باتوجه به اهمیت مقوله فرش، این مهم باید به یکی از اولویت‌های اجتماعی و اقتصادی در سطح استان‌ها تبدیل شود. فیصل مرداسی در گفتگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شباب)، با اشاره به دور سوم سفر استانی هیات دولت به کرمانشاه، اظهار داشت: در این سفر برخی از مشکلات قالیبافان مورد بررسی قرار گرفت.

وی ضمن بازدید از اتحادیه تعاونی شرکت روستایی شهرستان سنگرو اقدامات انجام‌شده برای برگزاری دوره‌های آموزش ش متمرکز، مشکل قالیبافان در این استان را مورد بررسی قرار داد.

تامین نقدینگی به منظور تولید متمرکز از بانک صادرات از جمله درخواست‌های قالیبافان در این اتحادیه بود که رییس مرکز ملی فرش قول پیگیری این درخواست ها را داد. مرداسی تصریح کرد: در صورت تامین نقدینگی لازم در مجتمع تعاون روستایی ظرف یک ماه آینده تولید فرش به صورت متمرکز در این تعاونی آغاز می‌شود. رییس مرکز ملی فرش ایران در ادامه سخنان خود از برگزاری دوره‌های آموزشی قالیبافی از محل اعتبارات استانی که منتهی به ایجاد اشتغال شده سخن گفت و افزود: بعد از اتمام دوره‌های آموزشی شرایط لازم برای تولید در این استان فراهم شده و با توجه به اهمیت حمایت از قالیبافی در کشور تولیدات قالیبافان به صورت تضمینی و با قیمت منطقی خریداری می‌شود.

به گفته وی، مرکز فرش کرمانشاه از ۲۲ بهمن ماه امکانات لازم برای بافت فرش را در اختیار ۲۵ نفر از افرادی که موفق به سپری کردن دوره‌های آموزشی شده‌اند قرار داده است و تاکنون ۲۰ الی ۳۰ درصد کار بافت فرش به اتمام رسیده است.

وی معتقد است: با توجه به اهمیت مقوله فرش، این مهم باید به یک اولویت‌های اجتماعی و اقتصادی مسئولین در سطح استان تبدیل شود.

رییس مرکز ملی فرش ایران با بیان این مطلب که تاکنون ۱۵ هزار نفر از قالیبافان این استان کارت شناسایی دریافت کرده‌اند، گفت: در حال حاضر ۶ هزار نفر از قالیبافان تحت پوشش بیمه قالیبافان هستند که این تعداد یک هزار و ۹۰۰ نفر مشمول بیمه تامین اجتماعی شده‌اند ولی سعی خواهیم کرد تا تا پایان سال تمامی قالیبافان تحت این نوع پوشش بیمه‌ای قرار گیرند



و از نزدیک با انجام مراحل اعزام زائران به عتبات عالیات آشنا شد. پایانه خسروی، بزرگ‌ترین محور مرزی خاورمیانه است که بنابر اظهار فرماندار قصرشیرین با وجود ظرفیت انجام روزانه ۱۰ هزار ورود و خروج اما تنها از ۴۰ درصد ظرفیت‌های آن استفاده می‌شود. وزیربازرگانی همچنین با حضور در فرمانداری این شهر، با انجام دیدار مردمی از نزدیک با مسائل و مشکلات مطرح‌شده از سوی شهروندان قصرشیرینی آشنا شد و دستورات لازم را برای رسیدگی به خواسته‌های صادر کرد. در این دیدار که بیش از دو ساعت به طول انجامید، دکتر غضنفری در نامه‌هایی جداگانه

به وزرای نفت، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی، کشور، علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان تامین اجتماعی، روسای بانک‌های ملی، صادرات، کشاورزی، همچنین بانک مرکزی، رییس سازمان حج و زیارت، سازمان همیاری شهرداری‌های استان، مسئولان وزارت نیرو و شورای اصناف بر حل مشکلات مطرح‌شده تاکید کرد. رفع مشکلات بیمه تعدادی از کارگران بازارچه پرویزخان، تاسیس کاروان انفرادی، پرداخت جوایز صادراتی پیلهوران، بخشودگی جریمه‌های دیرکرد وام‌ها، اختصاص تسهیلات از سوی بانک‌ها برای اشتغال‌زایی، کمک به خرید و تجهیز ساختمان مجمع امور صنفی و غیره از جمله موضوعات مطرح‌شده از سوی مردم در این دیدار چهره به چهره بود.

بخش دیگری از اظهارات دکتر غضنفری در جلسه شورای تامین را حمایت از درخواست مطرح‌شده از سوی مردم قصرشیرین مبنی بر تبدیل این شهر به عنوان منطقه آزاد تجاری- صنعتی را دربر گرفت، وی گفت: وزارت بازرگانی آماده هر نوع حمایت برای تصویب این درخواست در مراجع رسمی است. غضنفری تاکید کرد با وجود تصویب مرحله نخست این درخواست در هیات دولت، ایجاد منطقه آزاد تجاری- صنعتی نیازمند مصوبه مجلس شورای اسلامی است.

قانون هدفمند کردن یارانه‌ها موضوع دیگری بود که وزیربازرگانی به آن اشاره





برای نخستین بار در کشور

اجرای طرح آمارگیری از ۱۰۰ هزار واحد صنفی

واحدهای صنفی و بازرگانی از امسال به صورت سالانه اجرا می‌شود، گفت: این طرح توسط چهار شرکت آماری مورد تایید مرکز آمار ایران انجام می‌شود و عملیات اجرایی آن آغاز شده و تا ۵ اردیبهشت ماه امسال ادامه خواهد داشت.

وی با بیان اینکه از نتایج این طرح می‌توان در اندازه‌گیری میزان استفاده از انرژی در واحدهای صنفی و بازرگانی نیز استفاده نمود، تصریح کرد: از این طریق می‌توان حمایت از واحدهای صنفی و بازرگانی را هدفمند نمود تا در مجموع به اجرای موفق طرح هدفمندسازی یارانه‌ها (در فعالیتهایی که متولی بهبود بهره‌وری آنها وزارت بازرگانی است) منجر شود.

فتح اله "شناسایی و ترویج بهترین تجارب موجود داخلی در زمینه استفاده بهینه از منابع" را از کاربردهای دیگر این طرح عنوان کرد و ادامه داد: اتحادیه‌های صنفی، اتاق‌های بازرگانی و صنایع و معادن استانهای کشور، شرکتهای پخش کالا، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و تعاونی‌های مصرف نیز می‌توانند از نتایج این طرح در راستای ارتقای بهره‌وری خود استفاده کنند.



فتح اله افزود: در این طرح شاخص‌های بهره‌وری جزیی (بهره‌وری نیروی کار، سرمایه، انرژی، مواد اولیه) و کل عوامل تولید و شاخصهای تحلیل‌گر بهره‌وری (مانند شاخص‌های سرمایه انسانی، دانش و فناوری و شاخص‌های مرتبط با کارایی و سرمایه اجتماعی) اندازه‌گیری و ارزیابی می‌شود. رئیس موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی با اشاره به اینکه طرح آمارگیری از

رئیس موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی گفت: وزارت بازرگانی برای نخستین بار در کشور طرح سراسری آمارگیری از ۱۰۰ هزار واحد صنفی و بازرگانی اجرا می‌کند.

مهدی فتح‌اله با بیان اینکه این طرح شامل واحدهای صنفی، فروشگاه‌های زنجیره‌ای، تعاونی‌های مصرف، صادرکنندگان و واردکنندگان حقیقی و حقوقی و شرکت‌های پخش کالا می‌شود اظهار داشت: طرح آمارگیری از واحدهای صنفی و بازرگانی برای اندازه‌گیری و تحلیل شاخص‌های بهره‌وری بخش بازرگانی و با هدف ارتقاء بهره‌وری که تاثیر بسزایی در بهبود بهره‌وری کلیه بخش‌های اقتصادی خواهد داشت، انجام می‌شود.

وی افزود: وزارت بازرگانی در نظر دارد در قالب این طرح اطلاعات آماری دقیق و معتبر مورد نیاز برای محاسبه و تحلیل شاخص‌های بهره‌وری بخش بازرگانی را در ۳۴ فعالیت صنفی و بازرگانی جمع‌آوری نموده تا بتواند "برنامه جامع ارتقای بهره‌وری بخش بازرگانی" را بازرگانی و اجرا نماید.

خوشه‌های کسب و کار صادرات‌گرا توسعه می‌یابند

گرایی و توسعه همکاری‌های شبکه‌ای از جمله این موانع است.

وی افزود: عملکرد ناقص بازار برای تامین عوامل حمایتی مورد نیاز برای توسعه ارتباطات و تعاملات شبکه‌ای مانند جریان مناسب اطلاعات میان ارکان شبکه؛ ریسک بالای سرمایه‌گذاری و مشارکت در تعاملات شبکه‌ای و فقدان مدل‌های مناسبی برای تسهیم سود و حتی مخاطرات احتمالی فعالیت‌های گروهی و شبکه‌ای در کنار بی‌اعتمادی بنگاهها در برقراری ارتباط و تعاملات کاری با یکدیگر از دیگر موانع توسعه شبکه‌های کسب و کار در کشور محسوب می‌شود.

رئیس موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی خاطر نشان کرد: با توجه به این مسائل، وزارت بازرگانی در راستای توسعه شبکه‌های کسب و کار و رفع موانع مورد اشاره؛ اقدامات متعددی را برای ساماندهی خوشه‌های کسب و کار صادرات گرا، شرکت‌های مدیریت صادرات، توانمندسازی اتحادیه‌ها و تشکلهای توسعه کنسرسیوم‌های صادراتی در دستور کار خود قرار داده که در سال جهاد اقتصادی باید با جدید و پشتکار بیشتر از جانب متولیان دولتی و بخش خصوصی دنبال شود.

فتح اله تصریح کرد: نقش و مسئولیت بخش خصوصی در ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی و اعتمادسازی برای توسعه شبکه‌های کسب و کار عاملی مهم و انکارناپذیر است که بایستی مورد توجه تمامی فعالان بخش اقتصادی کشور قرار گیرد.

رئیس موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی وزارت بازرگانی، توسعه خوشه‌های کسب و کار صادرات‌گرا را از جمله برنامه‌های وزارت بازرگانی در سال جهاد اقتصادی دانست و گفت: توسعه کنسرسیوم‌های صادراتی در دستور کار است.

مهدی فتح‌اله گفت: در جهان امروز مزیت رقابتی بازار، متعلق به شرکتها و سازمانهایی است که توانایی کارکردن در یک اقتصاد مبتنی بر شبکه را فراگرفته باشند و بنابراین تحقق جهاد اقتصادی حول محور ارتباطات و تعاملات عمیق و گسترده، به گردش در می‌آید.

رئیس موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی وزارت بازرگانی افزود: امروزه تجارت به سمت نظام اقتصادی شبکه‌ای پیش می‌رود، این درحالی است که در رویکردهای سنتی تجارت، به مشتریان، رقبا و دیگر شرکای تجاری توجهی نمی‌شد؛ اما در جهان کنونی رویکردهای نوینی در حال جایگزین شدن است.

وی تصریح کرد: بر مبنای رویکردهای نوین تجاری؛ تعامل سازنده با بازار، مشتریان و مخاطبین، توسعه همکاری میان شرکای تجاری، اتحاد و همسویی فعالیتهای تجاری، رقابت سالم، اعتماد سازی و توسعه ارتباطات و تعاملات شبکه‌ای در کانون توجه است.

فتح اله درخصوص برخی موانع توسعه شبکه‌های کسب و کار در کشور گفت: ضعف بینش فرهنگی مناسب در زمینه همکاری در سطوح بنگاهها، نهادهای دولتی و عمومی و همچنین ضعف عوامل انگیزشی و حمایتی مانند عوامل مالی و مالیاتی در اتخاذ راهبرد تشکل

اکبرپور:

پرنده امسال میزبان برگزاری دو نمایشگاه است

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی، با تاکید بر برگزاری برخی نمایشگاه‌ها همزمان با انجام فعالیت‌های عمرانی در پرنده، اعلام کرد: در سال جاری دو نمایشگاه جامع خودرو و ربوکاپ داخلی در نمایشگاه پرنده برگزار خواهد شد.

کاظم اکبرپور، در گفت‌وگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) با اشاره به پیگیری فعالیت‌های عمرانی در نمایشگاه پرنده اظهار کرد: در حال حاضر ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز در نمایشگاه پرنده دنبال می‌شود و هدفگذاری‌های اولیه برای این طرح صورت گرفته است.

وی با اذعان به اینکه پروژه مذکور در قالب فازهای مختلفی دیده شده اما برآورد مالی مورد نیاز آن به طور کامل مشخص نشده است، گفت: تلاش ما این است که به موازات انجام فعالیت‌های عمرانی، بخش‌هایی از این طرح را برای برگزاری نمایشگاه در سال جاری آماده کنیم که بر همین اساس از برخی فضاهای ایجاد شده برای این امر استفاده خواهیم کرد. اکبرپور اضافه کرد: طبق برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته؛ برگزاری دو نمایشگاه جامع خودرو و همچنین ربوکاپ داخلی در نمایشگاه پرنده طی سال جاری در دستور کار قرار گرفته است.

بازرگانی

شماره ۵۶

فروردین ماه ۱۳۸۹

۳۶



آغاز فعالیت سامانه هدفمند خرید گندم در سال جاری



نخستین همایش سراسری مدیران ستادی و شرکت‌های غله و خدمات بازرگانی شرکت بازرگانی دولتی ایران در سال ۱۳۹۰ با رویکرد بررسی خرید تضمینی گندم، هدفمندی یارانه گندم، آرد و نان و معرفی سامانه هدفمند خرید گندم برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بازرگانی دولتی ایران، دکتر حمید علیخانی مدیر عامل شرکت بازرگانی دولتی ایران در نخستین همایش سراسری مدیران ستادی و شرکت‌های غله و خدمات بازرگانی مناطق در سالجاری، گفت: سال ۱۳۸۹ برغم تمامی مشکلات با همت، صبوری و درایت و فراست تمامی مدیران و کارکنان شرکت بازرگانی دولتی ایران موفقیت‌های بزرگی به دست آمد.

وی اظهار داشت: عملکرد مثبت شرکت بازرگانی دولتی ایران در هدفمند کردن یارانه‌های گندم، آرد و نان از شاخص‌ترین موفقیت‌های شرکت در سال ۱۳۸۹ بود.

علیخانی با اشاره به خرید بی سابقه ۱۱ میلیون و ۲۰۰ هزار تن گندم در سال گذشته گفت: در سال ۸۹ صادرات یک میلیون تن گندم در کشور صورت پذیرفت که این رقم در مقایسه با صادرات ۲۳۰ هزار تنی که در سال ۸۶ برای اولین بار اتفاق افتاد، چشمگیر است.

مدیرعامل شرکت بازرگانی دولتی ایران ادامه داد: از دیگر موفقیت‌های سال گذشته که در تاریخ سیلوسازی کشور نیز بی سابقه بود، ساخت یک میلیون و ۸۰۰ هزار تن سیلو در کشور بود که با همکاری و مشارکت بخش خصوصی محقق شد.

وی حضور قابل توجه بخش خصوصی در خرید تضمینی گندم را نیز از دیگر موفقیت‌های سال ۸۹ دانست و افزود در سالجاری نیز بر طبق مصوبات دولت، بخش خصوصی می‌تواند ۲۰ درصد خرید را برعهده بگیرد.

علیخانی عملکرد استان‌های جنوبی خصوصاً هرمزگان و بوشهر در خصوص خرید ۹۰۰ هزار تن کالاهای اساسی را نیز مناسب ارزیابی کرد

و گفت: این میزان خرید ذخیره طلایی بود که موجبات اطمینان خاطر دولت را در هدفمند کردن یارانه فراهم آورده بود.

وی با اشاره به اجرای موفق بسته هدفمندی گندم، آرد و نان گفت: به اذعان بسیاری از مسئولین بسته هدفمندی گندم، آرد و نان از بهترین بسته‌ها در هدفمند کردن یارانه‌ها بود. علیخانی در ادامه به آغاز خرید تضمینی گندم اشاره کرد و بر لزوم پاکسازی و آماده‌سازی

عملکرد مثبت شرکت بازرگانی دولتی ایران در هدفمند کردن یارانه‌های گندم، آرد و نان از شاخص‌ترین موفقیت‌های شرکت در سال ۱۳۸۹ بود



انبارها برای خرید سال جدید تأکید کرد. وی ارتقای کیفیت گندم، بهبود حمل و نقل، کاهش طول صف‌ها و بهبود کیفیت افت زنی با آموزش افت زنان را از الویت‌های کار خرید گندم در سالجاری برشمرد.

مدیرعامل شرکت بازرگانی دولتی ایران در پایان اظهار امیدواری کرد: خرید تضمینی گندم در سالجاری نسبت به سال گذشته مطلوب‌تر، کیفی‌تر و با کمترین آسیب انجام شود.

همچنین در ادامه این همایش دکتر رامین پاشایی‌فام مدیر عامل بانک سپه، با بیان این که بانک سپه با افتخار وظیفه مهم و خطیر بزرگترین خرید تضمینی کشور را پذیرفت گفت: بدون تردید با توجه به مسئولیت‌پذیری، پتانسیل‌های موجود، برنامه‌ریزی‌های دقیق و تجربه‌های موفق در زمینه‌های مشابه این وظیفه را به خوبی و با کارنامه موفق به پایان خواهد رساند.

وی با بیان اینکه بانک سپه به عنوان نخستین بانک الگوی کامل سالم‌ترین، دقیق‌ترین و منظم‌ترین بانک کشور نیز به حساب می‌آید، افزود: هریک از این ویژگی‌ها برای هر مجموعه‌ای کافی است تا بتواند با اتکا به آن وظایف مهم و خطیر را با موفقیت به انجام برساند.

پاشایی‌فام در ادامه با اشاره بر مهیا بودن تمام بسترهای لازم برای اجرای هرچه دقیق‌تر و بهتر خرید تضمینی گندم اظهار داشت: بدون شک با تمهیدات پیش‌بینی شده و آرایه سرویس‌های خوب به کشاورزان، این عزیزان بانک سپه را به عنوان بانک خود انتخاب کرده و به مشتریان دائم و همیشگی آن تبدیل خواهند شد.

مدیر عامل بانک سپه در پایان با تأکید بر به کارگیری تمام توان، تلاش و امکانات مجموعه خود برای اجرای هرچه بهتر عملیات خرید تضمینی گندم، گفت: بدون شک کشاورزان عزیز کشورمان با تمهیدات پیش‌بینی شده و تلاش‌های صورت گرفته از عملکرد این بانک رضایت خواهند داشت.



به مناسبت سال جهاد اقتصادی «جابا» منتشر می شود

اخیر در خاورمیانه و شمال آفریقا نیز بیانگر تحولات جدید اقتصادی خواهد بود که نمونه آن تغییر قیمت نفت است.

مدیرکل روابط عمومی وزارت بازرگانی افزود: این رویدادها و تغییر و تحولات می تواند بر اقتصاد و تجارت کشور ما تأثیرگذار باشد. لذا اداره کل روابط عمومی این وزارتخانه در سال جدید که از سوی مقام معظم رهبری، سال جهاد اقتصادی نام گرفته تلاش می کند تا زیرساخت های اطلاعاتی آن را فراهم نماید و برخی دیدگاه های مهم و منتخب بین المللی را گردآوری و برای بهره داری مسوولان، تصمیم گیرندگان و تصمیم سازان، تاجر و بازرگانان و کلیه ذینفعان حوزه اقتصاد منتشر کند.

وی در پایان گفت: این گزارش ها تحت عنوان «جابا» که مخفف عبارت «جهان اطراف بازرگانی ایران» است منتشر می شود.

گفتنی است از سال گذشته جزواتی تحت عنوان «اندیشکده بازرگانی» از سوی روابط عمومی وزارت بازرگانی منتشر می شود که به موضوعات تخصصی حوزه بازرگانی می پردازد که از آن جمله می توان به «وزارت بازرگانی و هدفمندی یارانه ها» و «نهضت کاهش قیمت تمام شده، پایان اتلاف ها» اشاره کرد.

اداره کل روابط عمومی وزارت بازرگانی در اقدامی جدید، سلسله گزارش های «جابا» را با هدف بررسی رویدادهای مهم اقتصادی جهان همزمان با سال جهاد اقتصادی بر روی سایت شابا منتشر می کند.

به گزارش شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شابا)، سیدعلیرضا شجاعی، مشاور وزیر و مدیرکل روابط عمومی وزارت بازرگانی با اعلام این خبر، گفت: یکی از عوامل مهم در جهاد اقتصادی، شناخت فضای پیرامونی است.

اگر می خواهیم به اهداف سند چشم انداز ۱۴۰۴ دست پیدا کنیم، نه تنها باید مزیت ها و توانمندی های خود را شناسایی و برای آن برنامه ریزی کنیم، بلکه باید بدانیم که در دنیا چه اتفاقاتی در حال رخ دادن و یا شکل گیری است که بر اقتصاد جهان تأثیر می گذارد. وی با اشاره به بحران مالی جهان طی سال های گذشته، افزود: بحران مالی پیش آمده معادلات اقتصادی جهان را برهم زد و برخی کشورها استراتژی های اقتصادی جدیدی تدوین کردند.

شجاعی ادامه داد: به عنوان مثال، وقوع زلزله و سونامی اخیر در ژاپن، آثار اقتصادی هم در سطح آسیا و هم در جهان خواهد داشت و تحولات

تشکیل کمیته ایجاد و توسعه زیرساخت های تجاری حوزه اصناف

در بازار نسبت به ایجاد واحدهای زیرساخت در مجموعه فعالیت خود و استفاده از مدل های روز خدماتی رسانی کیفی، همچون مراکز خرید بزرگ، مجتمع های فروشگاهی و زنجیره ای، برندسازی فروشگاهی و غیره اقدام کنند.

شجاعی ادامه داد: برای کمک به اجرای اینگونه طرح ها و به منظور ایجاد هماهنگی های بیشتر در تهیه و تدوین، پیگیری و نظارت بر کلیه برنامه های مرتبط با این موضوع، کمیته ایجاد و توسعه زیرساخت های تجاری حوزه اصناف در مرکز اصناف شکل گرفته است.

مشاور وزیر بازرگانی خاطرنشان کرد: امید است تا با این اقدام و همکاری کلیه تشکلهای سازمان های صنفی کشور نسبت به اجرایی شدن برنامه های کلیدی و عملیاتی مرکز امور اصناف و بازرگانان کشور، اقدامات لازم برای حصول اهداف تعیین شده در راستای تحقق جهاد اقتصادی صورت گیرد.



برای سپردن مسوولیت ها دانست و گفت: وزارت بازرگانی برای واگذاری تمام فعالیت های تصدی گری این وزارتخانه در حوزه اصناف به خود آنها آمادگی دارد.

وی افزود: در سال جهاد اقتصادی انتظار می رود صنوف با بهره گیری از روش های جدید فعالیت

در راستای طرح آمایش تجاری کشور، کمیته ایجاد و توسعه زیرساخت های تجاری در حوزه اصناف در مرکز امور اصناف و بازرگانان ایران تشکیل شد.

به گزارش شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شابا)، سیدعلیرضا شجاعی، مشاور وزیر و سخنگوی وزارت بازرگانی با اعلام این خبر، گفت: سال ۱۳۹۰ که سال جهاد اقتصادی نام گذاری شده است، همت و تلاش مضاعف و جهادی همراه با برنامه مدون و دقیق را در عرصه های اقتصادی کشور می طلبد.

وی تأکید کرد: تحقق و دستیابی به این هدف در حوزه اصناف کشور جز با همفکری و همیاری و برنامه ریزی منسجم مسوولان ذیربط در این حوزه و تعامل فعال با شورای اصناف و مجامع امور صنفی میسر نمی شود.

سخنگوی وزارت بازرگانی، اصناف را از جمله مطمئن ترین و قابل اعتمادترین گروه ها

بازرگانی

شماره ۵۶
فروردین ماه ۱۳۸۹

۳۸

کاهش هزینه های توزیع مستلزم استفاده از ابزارهای نوین است

آن ها به بازار، کار کدگذاری کالا پایان نخواهد یافت، یادآور شد: محور قرار گرفتن انجام بسیاری از امور براساس ایران کد استوار است. طرح واگذاری کارت اعتباری به کارمندان و سامانه تدارکات الکترونیک دولت نیز قائم بر ایران کد است و اگر کسی می خواهد در این حلقه باشد حتما باید ایران کد بگیرد.

معاون وزیر بازرگانی تصریح کرد: یکی از هدف گذاری ها این است که در تجارت خارجی هزینه تبادل کالا به حداقل رسانده شود. ضمن اینکه در بازرگانی داخلی نیز هزینه مصرف کنندگان در دسترسی به کالا به حداقل برسد.

مفتاح متذکر شد: دو پارامتر در قیمت تمام شده کالا موثر هستند که شامل هزینه تولید کالا و هزینه مبادله و جابه جایی کالا می شود، بنابراین کاهش هزینه های قیمت تمام شده باید در این دو پارامتر متمرکز شود؛ نظیر اینکه باید بهره روری را در یک سیستم افزایش داد تا بتوان قیمت تمام شده را به حداقل رساند.

معاون توسعه فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیکی وزارت بازرگانی عنوان کرد: ما شاهد هستیم که بخش توزیع ما هر روز بیشتر متورم می شود و برای کاهش هزینه توزیع چاره ای جز استفاده از ابزارهای نوین نداریم.

محمدصادق مفتاح با بیان این مطلب، افزود: وظیفه ذاتی وزارت بازرگانی کاهش هزینه توزیع و مبادله کالا است که در این فضا بازرگانی داخلی و خارجی کشور نیازمند فراهم آوردن زیرساخت تسهیل در روابط تجاری و کاهش هزینه مبادله کالا هستند.

وی ادامه داد: هر دوی این ها صرفا در فضای تجارت الکترونیک می تواند شکل گیرد. بنابراین باید در راستای گسترش فضای فناوری اطلاعات کار جدی صورت گیرد. مفتاح اضافه کرد: نقطه شروع تجارت الکترونیک نظام کدگذاری کالا و خدمات است و معاون توسعه فناوری قصد دارد تا دامنه ایران کد به عنوان اصلی ترین ابزار تجارت الکترونیک را گسترش دهد. وی با بیان اینکه به دلیل تولید کالاهای جدید و عرضه



آغاز صدور پروانه کسب الکترونیکی از اردیبهشت ماه



رادمرد، با بیان اینکه صدور پروانه کسب الکترونیکی سال گذشته در دو استان کشور به صورت پایلوت انجام شد، گفت: از ابتدای اردیبهشت ماه سال جاری در تمامی استان‌های کشور طرح صدور پروانه کسب الکترونیکی آغاز خواهد شد.

وی خاطرنشان کرد: از این پس تمامی درخواست‌ها از طریق اینترنت صورت می‌گیرد و متقاضیان می‌توانند پس از دریافت کد رهگیری تمامی امور را از طریق اینترنت پیگیری کنند.

به گفته وی، در این روش پس از بررسی ۱۵ روزه اطلاعات، پروانه الکترونیکی طی مدت ۴۵ روز صادر خواهد شد.



برنامه‌های مرکز ملی فرش در سال ۹۰

تبلیغات برون‌مرزی فرش ایران در بازارهای هدف

در بازارهای جدید است. در این خصوص طی سال جاری مطالعاتی برای اولویت‌گذاری بازارهای جدید صادراتی صورت خواهد گرفت که از آن جمله می‌توان به بازارهایی نظیر قزاقستان، چین، روسیه، مالزی و برزیل اشاره کرد. به گفته مرداسی، امسال برگزاری چند نمایشگاه خارجی در دستور کار مرکز ملی فرش قرار دارد. وی استمرار تعامل با تشکلهای و تعاونی‌های تولیدکننده فرش و توجه به بازار داخلی را یکی دیگر از برنامه‌های سال جاری برشمرد و افزود: با ارزیابی عملکرد کشوری جشنواره فروش فوق‌العاده فرش در سال ۸۹، برگزاری مجدد این جشنواره در سال جاری نیز پیگیری می‌شود.

رئیس مرکز ملی فرش ایران، تبلیغات برون‌مرزی فرش ایران در بازارهای هدف و برگزاری نمایشگاه در بازارهای جدید صادراتی را اولویت برنامه‌های این مرکز در سال جاری عنوان کرد. فیصل مرداسی در گفت‌وگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) به تشریح اولویت برنامه‌ها و اهداف مرکز ملی فرش در سال جاری پرداخت و اظهار داشت: امسال عمده تلاش و رویکرد ما در حوزه تبلیغات در بازارهای هدف خارجی متمرکز خواهد بود. وی یکی دیگر از اهداف این مرکز در سال ۹۰ را اعزام هیات‌های تجاری در بازارهای خارجی عنوان کرد و گفت: رویکرد دیگر ما تمرکز بر برگزاری نمایشگاه‌هایی



شماره ۵۶

فروردین‌ماه ۱۳۸۹

۳۹

تدوین استاندارد نان در سه ماه آینده



رئیس پژوهشکده غلات اعلام کرد: اصلاحات مربوط به استاندارد گندم، آرد، خمیر و نان ظرف ۳ ماه آینده تهیه و برای تایید و اجرای نهایی به موسسه استاندارد ارائه می‌شود.

حیدرعلی هاشمی در گفت‌وگو با شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شابا) با اشاره به تشکیل کمیته‌ای در سال ۸۹ بمنظور اصلاح استانداردها در فرآیند تولید گندم تا نان، اظهار داشت: این کمیته متشکل از نمایندگانی از وزارت بازرگانی، جهاد کشاورزی، موسسه استاندارد، پژوهشکده غلات، اتحادیه نانوایان و تنی چند از اساتید دانشگاهی و کارشناسان، انجام اصلاحاتی در چهار بخش گندم، آرد، خمیر و نان را پیگیری می‌کنند.

وی اعلام کرد: طبق برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته قرار است این اصلاحات ظرف سه ماهه نخست سال جاری بازنگری و تدوین شده و بمنظور تصویب و ابلاغ نهایی به موسسه استاندارد ارائه شود.

به گفته وی، در قالب این برنامه اصلاحات مربوط به استاندارد نان سنتی نیز صورت می‌گیرد.

هاشمی اضافه کرد: پیش‌بینی می‌شود موسسه استاندارد نیز در مدت زمان کوتاهی اصلاحات انجام شده را ابلاغ کند.



معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی:

تلاش‌ها برای بهبود فضای کسب و کار باشد

تحقق دستیابی به اهداف چشم‌انداز، قانونی که در سال گذشته اجرای آن شروع شده بود، می‌تواند در سال جاری اهداف بزرگتری را در کشور محقق کند.

وی در ادامه شروع اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها را مطلوب ارزیابی کرد و متذکر شد: اگر ما بخواهیم اهداف اصلی این قانون که رقابت‌پذیر شدن فضای اقتصادی کشور است، محقق شود باید شاخص‌های مدنظر فضای کسب و کار کشور به دقت بررسی شوند تا در صورت وجود مشکلی، آن را برطرف کنیم که در نتیجه هم اشتغال و هم صادرات غیرنفتی کشور وضعیت بهتری پیدا کند. معاون وزیر بازرگانی در پایان تاکید کرد: در سال جاری همه گرایش‌ها و دستگاه‌ها، برطرف کردن مشکلات و چالش‌های اقتصادی را در سرلوحه برنامه‌های خود قرار دهند.



مجلس به این سمت جهت پیدا کند که بهبود فضای کسب و کار مدنظر باشد تا فعالان اقتصادی بتوانند تولید و تجارت خود را انجام دهند، دستیابی به اهداف چشم‌انداز محقق خواهد شد. دودانگه اضافه کرد: همچنین چالش‌ها و مشکلات در سطح خرد و کلان شناسایی شوند علاوه بر

معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی عنوان کرد که در سال جاری تلاش‌ها برای بهبود فضای کسب و کار باشد تا فعالان اقتصادی بتوانند تولید و تجارت خود را انجام دهند.

محمود دودانگه در گفتگو ایسنا، در مورد مهم‌ترین اولویت اقتصادی کشور در سال جاری، ابتدا به اجرای طرح هدفمندسازی یارانه‌ها در سال گذشته اشاره کرد و گفت: سال گذشته به نوعی یکی از سال‌های خاص و ویژه در دهه‌های گذشته بود که یکی از تحولات اقتصادی کشور در آن رقم خورد و با اجرای طرح هدفمندسازی یارانه‌ها ساخت مناسب و مطلوب برای جهش اقتصادی و تحقق اهداف چشم‌انداز مهیا شد. وی ادامه داد: در امسال نیز که سال جهاد اقتصادی نام‌گذاری شده، اگر تلاش‌های دولت و

معاون سازمان حمایت:

درخواستی برای افزایش قیمت در سال جدید نداریم

برای افزایش قیمت می‌توانند اسناد و مدارک خود را به دستگاه‌های مرتبط ارائه کنند که پس از بررسی‌های اولیه، مدارک به سازمان حمایت ارسال می‌شود و پس از اینکه این سازمان بررسی‌های کارشناسی لازم را صورت داد، درخواست‌ها در دستور کار کارگروه کنترل بازار قرار خواهد گرفت و پس از تایید این کارگروه، قیمت جدید مبنای قانونی خواهد داشت در غیر این صورت تخلف خواهد بود.

تقوی تصریح کرد: تاکنون هیچ درخواستی از سوی بنگاه‌های تولیدی برای افزایش قیمت در سال جدید به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ارسال نشده است.

وی با بیان اینکه با بنگاه‌هایی که کم‌فروشی کنند برخورد خواهد شد، اظهار داشت: بیش از ۹۲ درصد بنگاه‌های تولیدی به صورت قانونی و ضابطه مند فعالیت می‌کنند که آمار قابل توجهی است.

معاون بازرسی و نظارت سازمان حمایت با بیان اینکه با هرگونه افزایش قیمت غیرمنطقی برخورد خواهیم کرد، گفت: درخواستی برای افزایش قیمت در سال جدید ارایه نشده است.

سید جواد تقوی با بیان اینکه پس از اجرای طرح نظارتی ویژه نوروز، طرح نظارتی اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها را انجام خواهیم داد، اظهار داشت: با هرگونه افزایش قیمت غیرمنطقی کالاها برخورد خواهیم کرد. وی افزود: قیمت منطقی کالا، بر اساس قیمت تمام‌شده و ضرایب سود، خرد و عمده تعیین می‌شود که اسناد آن مورد بررسی بازرسی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان قرار می‌گیرد و در صورتی که خدشه‌ای در آنها وارد شود، با متخلفین برخورد خواهد شد. معاون بازرسی و نظارت سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و حمایت‌کنندگان با بیان اینکه رویکرد اصلی جلوگیری از افزایش غیرمنطقی قیمت‌ها است، تاکید کرد: بنگاه‌ها

بازرگانی

شماره ۵۶
فروردین‌ماه ۱۳۸۹

ع.

امکان خرید پنج هزار قلم کالای داخلی در طرح میزان

اقدام و قیمت کالاها را دریافت کنند.

مدیر طرح ملی خرید اعتباری همچنین از آغاز طرح فروش اینترنتی کالاهای داخلی در سه ماهه دوم امسال خبر داد و گفت: در مرحله بعدی اجرای این طرح بازنشستگان و کارگران مشمول دریافت کارت خرید اعتباری خواهند شد. هم‌اکنون بیش از ۳۵۰ هزار نفر از کارکنان وزارت آموزش و پرورش کارت اعتباری خود را از طریق بانک ملی، بانک عامل



اجرای طرح برای این وزارتخانه دریافت کرده‌اند و قرار است یک میلیون نفر از کارکنان این وزارتخانه مشمول اجرای طرح شوند.

همچنین تاکنون ۳۰ هزار کارت از طریق دو بانک سامان و کشاورزی میان کارکنان وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، امور خارجه، جهاد کشاورزی، علوم تحقیقات و فناوری، دادگستری، بازرگانی و قوه قضائیه توزیع شده است

یزدانی گفت: اقساط کالاهای خریداری‌شده هر ماه از فیش حقوقی کارکنان دولت کسر خواهد شد و اطلاعات مربوط به مقدار خرید، نحوه بازپرداخت و مبلغ باقیمانده نیز از همین طریق به اطلاع آنان خواهد رسید. وی افزود: دارندگان کارت‌های خرید اعتباری می‌توانند با مراجعه به پایگاه اینترنتی mizaan.ir اطلاعات مربوط به فروشگاه‌هایی را که امکان خرید از آنها وجود دارد همچنین فهرست

مدیر طرح ملی خرید اعتباری وزارت بازرگانی گفت: امکان خرید پنج هزار قلم کالای داخلی در ۲۱ گروه از طریق طرح میزان وجود دارد.

وحید یزدانی افزود: دارندگان کارت اعتباری در طرح میزان می‌توانند یک و نیم میلیون تومان اعتبار دائمی از بانک‌های عامل دریافت کنند و با بازپرداخت اقساط به بانک، اعتبار جدید دریافت و امکان خرید برای آنها فراهم می‌شود.

وی هدف از اجرای این طرح را حمایت از تولید داخل، اصلاح الگوی مصرف و توسعه تجارت الکترونیکی بیان کرد و گفت: با اجرایی شدن طرح ملی خرید اعتباری (میزان) تقاضاها به کالاهای با کیفیت داخلی معطوف خواهد شد. مدیر طرح ملی خرید اعتباری افزود: بازپرداخت اقساط کالاهای خریداری‌شده از طریق این طرح ۲۴ ماهه و با کارمزد سالانه دو درصد خواهد بود.



این خبرگفت: ماده ۷۱ قانون نظام صنفی برای نوسازی شبکه های صنفی و سیستم توزیع کشور از طریق ترویج استفاده از تجهیزات دربنگاههای صنفی است.

صنایع پررونق کسب مکانیزه

چهارمحال و بختیاری - رییس اداره اصناف و تشکلهای صنفی سازمان بازرگانی چهارمحال و بختیاری گفت: صدور پروانه کسب در این استان از ابتدای امسال با استفاده از سامانه اینترنتی انجام میشود.

اعطای جایزه اصالت رنگ به فرش چهارمحال و بختیاری برای نخستین بار در کشور

چهارمحال و بختیاری - مدیرعامل اتحادیه فرش دستیافت روستایی چهارمحال و بختیاری با بیان اینکه در پنج سال گذشته و برای نخستین بار در ایران فرش چهارمحال و بختیاری جایزه اصالت رنگ نمایشگاه جهانی دمو تکس آلمان را کسب کرده است/ گفت: کیفیت و اصالت رنگ مهمترین شاخصه فرش های بافته شده هنرمندان بافنده چهارمحال و بختیاری است که این فرش رادر جهان بارز کرده است.

بازدید رییس سازمان بازرگانی چهارمحال و بختیاری از ایرنا

چهارمحال و بختیاری - اسماعیل کاویانی در این بازدید بر تحقق شعار محوری و کلیدی مقام معظم رهبری با نام سال جهاد اقتصادی از سوی همه بخش های مختلف تولیدی و اقتصادی تاکید کرد.

آغاز اجرای محاسبه ارزش افزوده واحدهای صنفی

چهارمحال و بختیاری - رییس سازمان بازرگانی استان، با اعلام این خبرگفت: این طرح بمنظور محاسبه ارزش افزوده بخشهای مختلف اقتصادی استان، اندازه گیری، سنجش و تحلیل شاخصهای بهره وری با مشارکت ۲۰ آمارگیر، ۳۰ کارشناس، با نظارت ۲ بازبین و در ۳۴ رشته آغاز شد.

ایجاد شبکه جدید توزیع مرغ گرم در

چهارمحال و بختیاری

چهارمحال و بختیاری - رییس سازمان بازرگانی استان، با اعلام این خبرگفت: بمنظور یکسان سازی نرخ ها و خدمات رسانی مطلوب تر به مردم در بخش بازار این شبکه بصورت سراسری در شهرهای مختلف استان ایجاد می شود تا روند عرضه و تقاضا با سهولت بیشتر و مرغ گرم با نرخ کمتری به مصرف کننده ارائه شود.

در سال جهاد اقتصادی

هر ایرانی یک جهادگر

آذربایجان شرقی - رییس سازمان بازرگانی استان، در نخستین همایش طرح آمارگیری از واحد های صنفی بازرگانی، با اشاره به نام گذاری سال ۱۳۹۰ از سوی مقام معظم رهبری به عنوان سال جهاد اقتصادی، از هر ایرانی به عنوان یک جهادگر یاد کرد.

لزوم تفکیک پاکت شیر یارانه ای و آزاد

بوشهر - غلامرضا گنجی معاون توسعه بازرگانی داخلی سازمان بازرگانی استان بوشهر اعلام کرد: کارخانه های تولیدکننده و توزیع کننده شیر در استان موظفند پاکت شیر یارانه ای و آزاد را تفکیک نمایند.

پیش بینی برداشت ۴۰ هزار تن گندم دیم و آبی

از مزارع استان بوشهر

بوشهر - سید محمد هاشمی مدیر شرکت غله و خدمات بازرگانی در نشست شورای کنترل و نظارت استان بوشهر اعلام کرد: پیش بینی می شود در سال جاری بیش از ۴۰ هزار تن انواع گندم دیم و آبی از مزارع استان برداشت شود.

راه اندازی سامانه خرید هدفمند گندم

بوشهر - سید محمد هاشمی مدیر شرکت غله و خدمات بازرگانی استان بوشهر طی گفتگویی از آغاز فعالیت سامانه هدفمند خرید گندم در سال جاری خبر داد.

معرفی مسئول آموزش سازمان بازرگانی استان

بوشهر به عنوان رابط برتر آموزشی

بوشهر - به منظور تقدیر و قدردانی از دست اندرکاران آموزش و تعلیم و تعلم طی گردهمایی در مرکز آموزش و پژوهش استانداری از خدمات مسئولین آموزشی دستگاههای اجرایی استان تجلیل شد.

دیگرکسی پشت خط ۱۲۴ نمی ماند

تهران - عباس قبادی در گفت و گو با «تهران» توضیح داد: ساپا با ۳۰ خط و ۱۰ اپراتور فعالیت داشت که هم اکنون به ۶۰ خط و ۳۰ اپراتور افزایش یافته است بنابراین مشکل انتظار شهروندان پشت خطوط حل شده است.

آغاز اجرای ماده ۷۱ قانون نظام صنفی

در سال ۹۰

چهارمحال و بختیاری - رییس اداره اصناف و تشکلهای صنفی سازمان بازرگانی استان، با اعلام

باتوجه به محدودیت در صفحات نشریه و لزوم انعکاس کلیه اخبار استانها، از این پس فقط تیترو لید اخبار استانها در نشریه منتشر خواهد شد و شما عزیزان می توانید متن کامل اخبار هر استان را در لینک اختصاصی استان مربوطه بر روی صفحه اصلی شاپا به آدرس www.shabannews.ir مطالعه فرمایید

تقویت زیرساخت های تجاری و بازرگانی استان اصفهان

اصفهان - رییس سازمان بازرگانی استان، در گفتگو با شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شاپا) با تشریح برنامه های سال جاری تاکید کرد: با توجه به توانمندی هایی که استان اصفهان در زمینه تولید و صادرات کالاهای متنوع دارد، برای سامان دهی به شرایط موجود و مشارکت در امر جهاد اقتصادی، برنامه های اجرایی سازمان بازرگانی در دو بخش عمومی و اختصاصی تنظیم شده است.

طرح آمارگیری از واحدهای صنفی بازرگانی در استان ایلام در حال اجرا می باشد

ایلام - رییس سازمان بازرگانی استان، ضمن اعلام این مطلب اظهار داشت تدوین طرح آمارگیری از واحدهای صنفی و بازرگانی با هدف ارتقاء بهره وری بازرگانی همزمان با سراسر کشور در استان ایلام از ۶ فروردین ماه آغاز و تا اردیبهشت ماه ادامه دارد.

تقدیر از ۱۸ فعال جشنواره فروش فرش دستباف هر فروشگاه یک نمایشگاه

آذربایجان غربی - رییس سازمان بازرگانی استان، با اشاره به برنامه های سازمان جهت محقق شدن این هدفگذاری در بخش فرش دستباف استان افزود: در کنار برنامه های مدون سازمان، برگزاری نمایشگاههای فروش فرش در تهران و معرفی فرش دستباف استان در نمایشگاه استانبول ترکیه از دیگر برنامه های سازمان بازرگانی برای توسعه صادرات فرش دستباف می باشد.

ارتقای بهره وری واحدهای صنفی آذربایجان شرقی در دستور کار

آذربایجان شرقی - رییس سازمان بازرگانی استان، در گفتگو با شبکه اطلاع رسانی بازرگانی ایران (شاپا) گفت: در سالی که سرلوحه کاری آن جهاد اقتصادی است، مهمترین مأموریت بازرگانان و تجار ارتقاء بهره وری است و بر همین اساس نیز طرح آمارگیری از واحدهای صنفی در این استان آغاز شده است.

برگزاری همایش بین المللی معرفی توانمندیهای و فرصت های سرمایه گذاری

آذربایجان شرقی - صادق نجفی گفت: این همایش با حضور سرمایه گذاران داخلی و خارجی و ایرانیان مقیم خارج از کشور در زمینه های صنعت و معدن، کشاورزی صنایع تبدیلی، خدمات بهداشتی و درمانی، توسعه و عمران شهری، حمل و نقل و امور زیر بنایی، گردشگری، انرژی و مناطق آزاد و، ویژه اقتصادی در تبریز برگزار خواهد شد.

حمایت از تولید داخل مصداق بارز جهاد اقتصادی

آذربایجان شرقی - رییس سازمان بازرگانی در نخستین نشست کمیته پیشگیری و ساماندهی اقتصادی کمیسیون مبارزه با قاچاق کالا و ارز، استان از مقوله حمایت از تولید داخل به عنوان مصداق بارز جهاد اقتصادی یاد کرد



شماره ۵۶

فروردین ماه ۱۳۸۹



آموزش بیش از دوهزاربافنده فرش در چهارمحال و بختیاری

چهارمحال و بختیاری - رئیس اداره فرش سازمان بازرگانی، گفت: این تعدادبافنده در ۶۷ کلاس بهبافی جدیدترین فنون بافت فرش را در مدت ۴۰ هزارو ۲۰۰ نفرساعت فراگرفتند.

اجرای شدن طرح آمارگیری از واحدهای صنفی برای نخستین بار در خراسان شمالی

خراسان شمالی - طرح آمارگیری از واحدهای صنفی و بازرگانی با هدف اندازه گیری و تحلیل شاخص های بهره وری بخش بازرگانی از ۶ فروردین ماه آغاز و به مدت یک ماه ادامه دارد.

محاسبه شاخص های بهره وری و توسعه اقتصادی

خراسان جنوبی - نادر میرشکار گفت: این طرح که با هدف سهولت در اندازه گیری و محاسبه ی شاخصها ی بهره وری و توسعه اقتصادی در قالب برنامه پنجم توسعه اقتصادی کشور هر ساله اجرا خواهد شد.

افتتاح آموزشگاه اصناف شهرستان طر قبه شاندیز

خراسان رضوی - در این اجلاس که با حضور فرماندار، رئیس اداره بازرگانی شهرستان، معاون اداره کل امور مالیاتی استان و روسای ادارات، امور مالیاتی، اداره نظارت بر اماکن عمومی، شبکه بهداشت و درمان و میراث فرهنگی شهرستان برگزار شده، محمدرزاده فرماندار این شهرستان بر لزوم تغییر، تحول و بازنگری فعالیت ها و حفظ حرمت مسافران و برخورد مناسب اصناف در جهت جذب بیشتر گردشگر تاکید نمود.

جهاد اقتصادی سرلوحه کار سازمان قراردادار

خراسان رضوی - علی صفرزاده افزود: سال ۱۳۹۰ سال شکوفایی، پیشرفت و بالندگی کشور بویژه در بخش بازرگانی داخلی و خارجی است.

تداوم روند توزیع شیر یارانه ای خانوار بدون تغییر قیمت در سال ۹۰

خراسان رضوی - علی صفرزاده افزود: براساس ابلاغیه وزارت بازرگانی، توزیع شیر یارانه ای خانوار در استان از ابتدای فروردین سالجاری مشابه فروردین سال قبل آغاز شده است.

اخذ اطلاعات اعلام موجودی کالا در خراسان رضوی در آخرین روز هر ماه

خراسان رضوی - مهدی تقوایی اظهار داشت: این امر با توجه به دستور العمل سازمان حمایت مصرف



شماره ۵۶
فروردین ماه ۱۳۸۹

۴۲

صنفی با شرکت تعداد ۵۹ نفر از مسئولین سازمان های صنفی در این شهرستان تشکیل شد

تا پایان سال جاری پروانه کسب اصناف بصورت الکترونیکی صادر می شود

زنجان - رئیس مجمع امور صنفی استان زنجان گفت: تا پایان امسال تمامی اتحادیه های این استان به سیستم اتوماسیون اداری مجهز شده و پروانه کسب اصناف بصورت الکترونیکی صادر خواهد شد.

بازدید معاون وزیر از سازمان بازرگانی استان زنجان

زنجان - دکتر فریدون احمدی، معاون توسعه منابع انسانی و هماهنگی امور مجلس وزارت بازرگانی، بصورت سرزده از سازمان بازرگانی استان زنجان بازدید بعمل آورد.

جهش اقتصادی نتیجه جهاد اقتصادی است

زنجان - صدری، داشتن روحیه جهادی در مردم و مسوولین را لازمه تحقق جهاد اقتصادی بر اساس منویات رهبری دانست و تصریح کرد: همانگونه که در سال همت و تلاش مضاعف با تلاش و پشتکار مردم پیشرفت ها و افتخارات عظیمی برای کشور بدست آمد امسال نیز در ادامه آن همت و تلاش، برگ زرین دیگری از افتخارات ایران اسلامی با جهاد اقتصادی رقم خواهد خورد.

تشکیل ستاد جهاد اقتصادی در استان زنجان

زنجان - استاندار زنجان در این ستاد کلیه ی مباحث مربوط به بخش اقتصاد از جمله صنعت و معدن، کشاورزی، سرمایه گذاریهای داخلی و خارجی و طرح های بزرگ و ویژه در زیرمجموعه این ستاد بررسی، تصمیم گیری و برنامه ریزی خواهد شد.

جهاد اقتصادی مجاهدت در راه پویایی اقتصاد کشور

سمنان - رئیس سازمان بازرگانی افزود: جهاد اقتصادی نوعی مجاهدت است در راه پویایی اقتصادکشور و این مجاهدت و پویایی باید درانجام کارهای سازمان بازرگانی نیزسرعت بیشاری بگیرد.

تبدیل ظرفیت های بالقوه تجاری و اقتصادی استان به بالفعل

سیستان و بلوچستان - در سیستان و بلوچستان ظرفیت های بالقوه خوبی در زمینه کشاورزی، صنعت، خدمات، ترانزیت، تجارت، کانی های معدنی و شیلات وجود دارد که می توان با فراهم کردن صنایع تبدیلی

کنندگان و تولیدکنندگان به منظور یکسان سازی زمان اعلام موجودی انبارها و سردخانه های بخش های غیرتولیدی دولتی و غیردولتی (سامانه اعلام موجودی کالا) با زمان اعلام موجودی واحدهای تولیدی (سامانه تولیدات داخلی) صورت می پذیرد.

آغاز طرح آمارگیری از واحدهای صنفی بازرگانی

خراسان رضوی - علی صفرزاده اظهار داشت: این طرح در راستای اجرای ماده ۷۹ قانون برنامه پنجم توسعه در جهت ارتقاء بهره وری تمام بخش های اقتصادی و از جمله بخش بزرگ و مهم بازرگانی، اجرایی شده است.

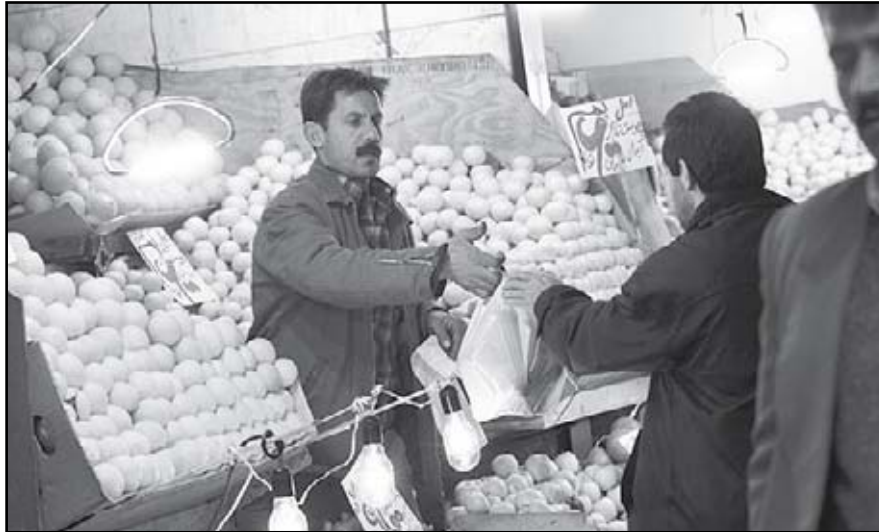
انتخابات اعضای هیئت مدیره اتحادیه های صنفی در شهرستانهای ماهشهر، شادگان، ایذه و دزفول

خوزستان - بر اساس آیین نامه اجرایی تبصره ۳ ماده ۲۲ قانون نظام صنفی و با حضور اعضای انجمن نظارت بر انتخابات و همچنین حضور و مشارکت فعال صاحبان واحدهای صنفی دارای پروانه کسب، انتخابات اعضای هیئت مدیره اتحادیه های صنفی در چهار شهرستان ماهشهر، شادگان، ایذه و دزفول برگزار شد.

تشکیل کلاس های آموزشی برای مسئولین سازمان های صنفی

خوزستان - رئیس اداره بازرگانی شهرستان رامهرمز با اعلام این خبر گفت: با توجه به برنامه ریزی های انجام شده در جهت بالا بردن سطح بینش و آگاهی هیئت مدیره اتحادیه های صنفی و مجمع امور صنفی مشترک شهرستان رامهرمز، کلاس آموزش قانون نظام





فرهنگی و سیاسی دارای استعدادهای فراوانی است باید در راستای رسیدن به این اهداف تلاش جدی شود.

قیمت خرید تضمینی برنج پر محصول در زراعی ۹۰-۸۹ اعلام شد

مازندران - عباسعلی وفایی نژاد رئیس سازمان بازرگانی استان، با اعلام این خبر گفت: بر اساس تصمیم نمایندگان ویژه رئیس جمهور در خصوص تعیین قیمت خرید تضمینی محصولات کشاورزی، قیمت خرید برنج پر محصول در سال زراعی ۱۳۹۰-۱۳۸۹ از ۹۳۰۰ ریال تا ۱۴۸۰۰ ریال بر مبنای ۱۰ درصد شکستگی، تعیین شد.

آغاز طرح ملی آمارگیری واحدهای صنفی بازرگانی در مازندران

مازندران - عباسعلی وفایی نژاد رئیس سازمان بازرگانی مازندران گفت: استان مازندران به عنوان یکی از استان های مهم طرح ملی آمارگیری واحدهای صنفی بازرگانی قرار دارد و طرح آمارگیری واحدهای صنفی بازرگانی در این استان همزمان با استان های دیگر کشور از ۱۴ تا ۳۱ فروردین ماه ادامه خواهد داشت.

سال جهاد اقتصادی سال پیشبرد و ارتقاء اهداف اقتصادی کشور

هرمزگان - عبدالمجید عبدلی زاده با تبریک سال جدید اظهار داشت: با تدابیر و سیاست های اتخاذ شده و راهبردی وزارت بازرگانی، کالاهای اساسی و پرمصرف مردم برای طرح هدفمندسازی یارانه ها ذخیره سازی شد که با پشتیبانی مردم از این طرح، زمان اجرای این طرح ملی نیازی به استفاده از کالاهای ذخیره شده بوجود نیامد و کالاهایی نیز برای تنظیم بازار شب عید ذخیره سازی شد تا در زمان مناسب و با قیمت مطلوب در اختیار همشهریان قرار گیرد.

سال ۸۹ سالی پر تلاش برای سازمان بازرگانی یزد

یزد - اسکندری ضمن تبریک سال نو، تلاش کارکنان سازمان در طول سال ۸۹ در راستای خدمت به مردم استان یزد در زمینه کنترل و تنظیم بازار، تعامل با اصناف و بازاریان، بازرسی، نظارت و حضور گسترده در بازار و تامین میوه و مواد پروتئینی شب عید و ایام پایانی سال را ستود و گفت: در سال گذشته گام های موثری در حوزه های مختلف اقتصادی و بازرگانی برداشته شد و بخش بازرگانی استان در بسیاری از زمینه ها رشد و جهش چشمگیری داشت.

جهاد اقتصادی باید در رفاه اجتماعی بیشتر متجلی شود

کرمان - رئیس سازمان بازرگانی استان، در جلسه شورای تنظیم بازار اعلام داشت جهاد اقتصادی باید در رونق اقتصادی، توسعه بازارهای خارجی، توسعه صادرات، ارزآوری بیشتر و توسعه سرمایه گذاری و در نهایت ایجاد رفاه اجتماعی بیشتر برای مردم متجلی شود

سال جهاد اقتصادی سالی پرکار و خستگی ناپذیر برای خدمتگزاران نظام است

کردستان - رئیس سازمان بازرگانی کردستان گفت: در سالی که توسط مقام معظم رهبری بعنوان سال جهاد اقتصادی نام گذاری شده، وظیفه سنگینی را برعهده مسوولان و خدمتگزاران نظام گذاشته تا با تمام توان و انرژی خود، منویات مقام معظم رهبری را به عرصه ظهور برسانند.

اقتصاد حلقه مفقوده توسعه ایران است

گلستان - مدیرکل آمار و اطلاعات استانداری گفت: ایران اسلامی که در حال حاضر از نظر سیاسی، اجتماعی، امنیتی و علمی به عنوان سرآمد کشورهای منطقه مطرح است، باید از نظر اقتصادی نیز قبل از سال ۱۴۰۴ در ردیف برترین کشورهای این منطقه قرار گیرد

مسئله جهاد اقتصادی راهی مهم برای رسیدن به اهداف افق ۱۴۰۴ کشور است

لرستان - حجت اله بیرانوندگفت: با توجه به اینکه کشور ایران از تمامی ابعاد اقتصادی، اجتماعی،

این ظرفیت ها را بالفعل کنیم.

ارتقای بهره وری از اولویت های کاری در سال ۹۰

سیستان و بلوچستان - رئیس سازمان بازرگانی استان در گفت گوی اختصاصی با خبرنگار فارس گفت: رشد ارزش افزوده و ارتقای بهره وری از اولویت های کاری در سال ۹۰ است که باید سود واقعی را از طریق صنایع تبدیلی داخل استان ایجاد کنیم.

دیدار رئیس سازمان با هیئت رئیسه مجمع امور صنفی مرکز استان

سیستان و بلوچستان - رئیس سازمان بازرگانی استان، در دیدار با هیئت رئیسه مجمع امور صنفی شهرستان زاهدان بر هماهنگی و همکاری بیش از پیش اصناف و بخش خصوصی در سال جهاد اقتصادی تأکید کرد.

سایا آماده ی پاسخگویی سریع و صحیح

سیستان و بلوچستان - رئیس سازمان بازرگانی استان گفت: در راستای تحقق اهداف دولت الکترونیک، سامانه ی اطلاع رسانی بازرگانی ایران به صورت سریع و صحیح آماده ی پاسخگویی به شکایات مردمی می باشد.

نقش اصناف در ثبات اقتصادی

سیستان و بلوچستان - رئیس سازمان بازرگانی استان در مصاحبه ی اختصاصی با خبرنگاری ایرنا گفت: تعامل بسیار گسترده بین سازمان بازرگانی و اصناف در سراسر استان وجود دارد و اعتماد به بخش خصوصی باعث موفقیت در عرصه های مختلف تنظیم بازار استان است.

توجه جدی به آمایش تجاری در سال جدید

قزوین - حسن جمشیدیها با تأکید بر توجه جدی بازرگانی به طرح آمایش تجاری در سال جدید گفت: در زمان حاضر، آمایش تجاری به یک نیاز مهم تبدیل شده و در مورد این موضوع راهبردی باید توجه جدی صورت گیرد.

ارتقای سطح بهره وری واحدهای صنفی در گرو آمار دقیق است

قم - یونس عالی پور در حاشیه دومین جلسه ستاد راهبردی طرح آمارگیری از واحدهای صنفی و بازرگانی قم گفت: این طرح به صورت سراسری در حال اجراست که عملیات اجرایی آن در استان قم از چهاردهم فروردین سال جاری آغاز شده است.





ایرانیان

۹۰/۱/۲۴

طرح آمایش تجاری به دولت می رود

وزیر بازرگانی با اشاره به ابلاغ سند راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور در شورای عالی صادرات غیرنفتی گفت: طرح آمایش تجاری به عنوان بخشی از استراتژی توسعه تجارت خارجی برای تصویب به هیأت دولت می رود.

اقتصادنیوا

۹۰/۱/۲۵

تغییر رویکرد بازرگانی دولتی به سمت صادرات

حمید علیخانی معاون وزیر بازرگانی و مدیر عامل شرکت بازرگانی دولتی ایران از تغییر رویه این شرکت به سمت صادرات خبر داده و گفت: این شرکت در نظر دارد به منظور تامین کالاهای اساسی عراق و افغانستان، زمینه مبادلات تجاری دوجانبه را فراهم نماید.



۹۰/۱/۱۸

کنترل قیمتها با تکنیک کاهش قیمت تمام شده

وزیر بازرگانی گفت: بخش های مختلف باید با به کارگیری تکنیک های کاهش قیمت تمام شده، هزینه تمام شده تولید خود را کاهش دهند.



۹۰/۱/۲۳

هشدار وزیر بازرگانی به کم فروشان

وزیر بازرگانی در نخستین نشست مطبوعاتی خود با اصحاب رسانه در سال جاری با هشدار به کم فروشان اعلام کرد: تولیدکنندگانی که وزن کالای خود را کاهش دهند متخلف محسوب شده و با آنها به شدت برخورد می شود.



۱۳۹۰/۱/۱۷

رشد صادرات غیرنفتی در طول برنامه چهارم توسعه

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران از رشد ۴ برابری صادرات غیرنفتی کشور در پایان برنامه چهارم توسعه کشور نسبت به آغاز این برنامه خبر داده و تصریح کرد: در سال ۸۹ صادرات غیرنفتی کشور به مرز ۳۰ میلیارد دلار رسید و صادرات ۲۶/۳ میلیارد دلار کالا و ۳/۳ میلیارد دلار خدمات رکورد جدید برای صادرکنندگان کشور به ثبت رساند.



۹۰/۱/۲۰

امسال تغییری در قیمتها نداریم

محمدعلی ضیغمی معاون وزیر بازرگانی با بیان اینکه تفاهم نامه افزایش نیافتن قیمتها امسال نیز تجدید می شود گفت: شرایط مانند سال قبل خواهد بود و مدیریت منطقی بازار ادامه خواهد داشت.



۹۰/۱/۲۴

پاسخ سوالات wto را تا پایان اردیبهشت ماه می دهیم

مسعود موحدی قائم مقام وزیر بازرگانی با بیان اینکه تا پایان اردیبهشت ماه پاسخ سوالات سازمان جهانی تجارت را ارسال میکنیم گفت: جدای از ۷۰۰ سوالی که پیش از این ایران از دبیرخانه سازمان جهانی تجارت دریافت کرده بود سوال دیگری برای ایران ارسال نشده است.



۹۰/۱/۱۷

نیاز ۸۰ هزار میلیارد ریالی برای اجرای طرح آمایش تجاری

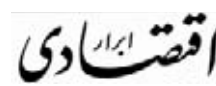
معاون برنامه ریزی و امورات اقتصادی وزیر بازرگانی با اشاره به اینکه امسال نخستین سال اجرای طرح آمایش تجاری انتخاب شده است گفت: برای اجرای این طرح



۹۰/۱/۲۳

تنظیم بازار با کاهش نقش دولت

وزیر بازرگانی بر تکمیل واگذاری امور تصدی گری به بخش خصوصی تاکید کرد و گفت: سال ۱۳۹۰ سال تنظیم بازار با نقش حاکمیتی دولت است.



۹۰/۱/۱۴

توزیع شیر یارانه ای همچنان ادامه دارد

مدیرکل تامین و توزیع وزارت بازرگانی تصمیم گیری نهایی برای نحوه پرداخت یارانه شیر در سال جاری را موکول به تصمیم گیری ستاد هدفمندی یارانه ها اعلام کرده و گفت: با این وجود تا پایان فروردین ماه همچنان شیر یارانه ای توزیع می شود.



۹۰/۱/۱۵

تشکیل اتاق بازرگانی ایران و بلاروس

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران بر تشکیل اتاق بازرگانی مشترک ایران و بلاروس تاکید کرد و گفت: تشکیل این اتاق باعث توسعه همکاری های دو کشور می شود.



۹۰/۱/۲۲

ایران کد امسال کالاهای بیشتری را شامل می شود

معاون توسعه فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک وزارت بازرگانی با بیان اینکه نقطه شروع تجارت الکترونیک نظام کدگذاری کالا و خدمات است گفت: شماره ملی کالا و خدمات (ایران کد) امسال مجموعه گسترده تری از کالاهای را شامل خواهد شد.



۹۰/۱/۲۴

دستیابی به قواعد حکمرانی شایسته با هدفمندی یارانه ها

وزیر بازرگانی با بیان اینکه قواعد حکمرانی شایسته در کشور عملیاتی شده است گفت: مدیریت هزینه و کاهش قیمت تمام شده باید به گونه ای انجام شود که افزایش قیمت حامل های انرژی در کالاهای و خدمات تولیدی از مردم گرفته نشود.



شماره ۵۶

فروردین ماه ۱۳۸۹

۴۴



کیمیا

۹۰/۱/۱۸

توسعه صادرات غیرنفتی اهداف جهاد اقتصادی را محقق می کند
همزمان با نامگذاری سال جاری به عنوان سال جهاد اقتصادی از سوی مقام معظم رهبری وزیر بازرگانی توسعه صادرات غیرنفتی را یکی از محورهای عمده فعالیت این وزارتخانه در سال جاری اعلام کرد.



۹۰/۱/۱۵

تعرفه واردات ۱۲۰ محصول تغییر کرد

حمید صافدل معاون توسعه خارجی وزیر بازرگانی با اشاره به تغییر تعرفه ۱۲۰ محصول اعلام کرد تعرفه خودرو، برنج و گندم تغییری نکرده است و دولت امسال همچنان سیاست مدیریت واردات را ادامه خواهد داد.



۱۳۹۰/۱/۲۳

خرید نقدی ۹ میلیون تن گندم با ۳۶۰۰ میلیارد تن اعتبار

حمید علیخانی معاون وزیر بازرگانی از خرید نقدی ۹ میلیون تن گندم با اعتباری در حدود ۳۶۰۰ میلیارد تومان در سال ۹۰ خبر داد و گفت: چانه زنی با دولت برای تخصیص این اعتبار به منظور پرداخت به روز کشاورزان ادامه دارد.



۹۰/۱/۱۴

اجرای فاز دوم ذخیره سازی کالاها در سال ۹۰

به گفته وزیر بازرگانی در صورت اجرا شدن مرحله دوم طرح هدمندی یارانه ها در سال ۹۰ ممکن است دوباره طرح ذخیره سازی کالاها را داشته باشیم.



۹۰/۱/۲۵

برپا کردن هر دار قالی نمونه ارزان قیمت ایجاد اشتغال

وزیر بازرگانی با اشاره بر تاکید رئیس جمهور در خصوص اشتغالزایی در سال ۹۰ گفت: بنا بر تعبیر رئیس قوه مجریه، برپا کردن هر دار قالی نمونه ای ارزان قیمت از ایجاد اشتغال است



۹۰/۱/۲۸

هدفگذاری صادرات ۶۰۰ میلیون دلاری فرش برای سال ۹۰

رئیس مرکز ملی فرش ایران گفت: بر اساس هدفگذاری انجام شده میزان صادرات فرش در سال ۹۰ با ده درصد رشد باید به ۶۰۰ میلیون دلار افزایش یابد.

نیازمند اختصاص ۸۰ هزار میلیارد ریال از محل اعتبارات دولتی بخش خصوصی و سرمایه گذاری خارجی هستیم.



۹۰/۱/۲۰

تخصیص ۴۰۰ میلیارد تومان اعتبار سهامی برای پرداخت جوایز معلق صادراتی وزیر بازرگانی از تخصیص ۴۰۰ میلیارد تومان اعتبار در قالب سهام برای پرداخت جوایز معلق صادراتی خبر داد و گفت: بر این اساس حدود ۹۰ درصد معوقات دولت به صادرکنندگان پرداخت می شود.



۹۰/۱/۲۸

شناسایی وظایف دستگاه های موثر در بهبود کیفیت نان

وزیر بازرگانی با بیان اینکه پیش نویس نقشه راه کیفیت نان به کارگروه کنترل بازار ارائه شده است اظهار امیدواری کرد: به زودی این پیش نویس در جلسات کارگروه مطرح و اگر تصویب شود نقش ها و وظایف تمام دستگاه های موثر در بهبود کیفیت نان شناسایی می شود.



۹۰/۱/۲۲

سهام بخش خصوصی در بزرگترین پروژه خرید تضمینی کشور افزایش می یابد

وزیر بازرگانی با تاکید بر اینکه نگاه شرکت بازرگانی دولتی در سال ۹۰ باید صادرات محور باشد گفت: برای تحقق این مهم باید تکمیل و تقویت زیر ساخت های تجاری در کشور مورد توجه قرار گیرد.



۹۰/۱/۱۵

حمایتهای غیر هدمند تولید را تضعیف می کند

وزیر بازرگانی گفت: در تجارت خارجی ایران نباید از عنصر رقابت پذیری غافل شده و به بهانه حمایت از تولید داخلی به حمایت غیرهدمند از صنایع ناکارآمد پرداخت.



۹۰/۱/۱۷

تولید محصولات برای عرضه در بازارهای جهانی

وزیر بازرگانی با بیان اینکه در سال جهاد اقتصادی تنظیم بازار و صادرات باید هم راستا با یکدیگر قرار گیرند گفت: تولیدکنندگان محصولات خود را برای عرضه در بازارهای جهانی تهیه کنند.



شماره ۵۶

فروردین ماه ۱۳۸۹



سال ۹۰ مصمم تر

اجرای هدفمندی یارانه‌ها را پیگیری می‌کنیم

دکتر غضنفری از سطح همکاری دست‌اندرکاران اجرای قانون هدفمندی در وزارت بازرگانی و سایر دستگاه‌های ذیربط تقدیر کرد و گفت: در پایان سال فرصتی فراهم شد تا ضمن قدردانی از زحمات مدیران شما که بسیار اثرگذار نیز بود، بهترین آرزوها را برایتان از خداوند بزرگ خواستار باشیم. وزیر بازرگانی در مراسم تقدیر از دست‌اندرکاران اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها، با یادآوری اینکه اجرای موفق قانون هدفمندی یارانه‌ها تحولی بزرگ در اقتصاد کشور طی دهه‌های اخیر بوده است، گفت: از اینکه در جمع شما به عنوان یک همکار حضور دارم به خود می‌بالم و یقین دارم که در اجرای تحولی بزرگ در اقتصاد ایران مشارکتی تأثیرگذار داشتید.



به گزارش شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی ایران (شایا)، دکتر غضنفری ابراز امیدواری کرد تا سال ۹۰، سال برکت، عزت، عظمت، سلامت، سربلندی برای خانواده بازرگانی و ملت ایران باشد و خداوند توفیق خدمت به مردم را بیش از گذشته به مسئولان عنایت کند. وزیر بازرگانی توجه همکاران خود را به این موضوع مهم که برعهده گرفتن وظیفه در جمهوری اسلامی و حل مشکلی از مسائل مردم نشانه لطف خدا است، تصریح کرد: همراه شدن آن با نیت خالص چه بسا پاداشی همچون، اجر شهدا در جبهه‌های حق علیه باطل را رقم زند و بدون تردید اوج توفیق در رحمت خداوند بوده و بالاترین پاداش نیز مشارکت در اجرای قانون هدفمندی است.

وی سپس اظهار داشت: اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها در ابتدا پرسش مهمی را در مقابل تحلیلگران قرار داد که همچنان جواب کافی نگرفته‌اند و آن این است که چگونه شد که درحالی‌پیش‌بینی‌ها برای این بود که با اجرای قانون احتمال بروز مشکل در بازار، تورم، جهش قیمت‌ها و شوک قیمتی در حد اعلای خود بوجود می‌آید، چنین مسئله‌ای اتفاق نیفتاد.

وزیر بازرگانی ادامه داد: هنوز کسی پاسخ این پرسش را نگرفته است اما به طور قطع یکی از عوامل آن وجود گروهی است که حتماً نقش موثری را در این عرصه داشته‌اند، هم در وزارت بازرگانی و هم سایر دستگاه‌های اجرایی که به وظایف خود عمل می‌کنند.

دکتر غضنفری در توضیح چرایی موفقیت اجرای قانون توضیح داد: به عنوان یک باور به یاد می‌آوریم وقتی خرمشهر آزاد شد، حضرت امام (ره) فرمودند خدا خرمشهر را آزاد کرد و چه زیباست اگر در هنگام انجام کاری احساس کنیم که در مسیر الهی حرکت کرده ایم و اراده خداوند بوده از این بابت باید شکرگزار بود.

وزیر بازرگانی سپس به نقش معاونت توسعه بازرگانی داخلی، شرکت بازرگانی دولتی، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، معاونت برنامه ریزی، معاونت هماهنگی واداری مالی، شورای اصناف، روابط عمومی و اطلاع‌رسانی، سازمان توسعه تجارت، جامعه اصناف، و سایر سازمان‌های همکار در دیگر دستگاه‌ها که با مشارکت آنها کار بزرگی به نام هدفمندی یارانه‌ها به سامان رسید، اشاره کرد و گفت: این جمع با برعهده گرفتن نقش‌های متفاوت، مسئولیت بزرگی برعهده گرفتند که به سامان رسید و مردم محصولی را برداشت کردند.

دکتر غضنفری سپس گفت: معاونت توسعه بازرگانی داخلی علاوه بر انجام وظایف همیشگی خود کار دومی را عهده دار شد که به لحاظ مشخصات ظاهری متفاوت از امور جاری این معاونت همچون تنظیم بازار برای ایامی خاص در تقویم سالیانه و با علم به میزان تقاضا بود.

وزیر بازرگانی با بیان اینکه ماه‌ها پیش از اجرای

قانون هدفمندی یارانه‌ها پاسخ بسیاری از پرسش‌ها همچون اینکه چه کالایی ممکن است با کمبود مواجه شود، زمان اجرای قانون چه تاریخی خواهد بود، چه تدابیری کارساز تر است و چه میزان هماهنگی نیاز است مشخص نبود، اظهار داشت: با وجود این گونه پرسش‌های متعدد اما تمام فرایندها به خوبی طی شد و ماه‌های نخست اجرای قانون با سربلندی پشت سر گذاشته شد.

دکتر غضنفری از هدفمندی نان به عنوان یکی از پروژه‌های مهم قانون هدفمندی یارانه‌ها نام برد و گفت: موضوع نان با توجه به تاریخچه آن، قیمت، کیفیت و ارتباط آن با دولت‌های مختلف موضوعی استراتژیک بود که به خوبی مدیریت شد.

وی با طرح این جمله که در زمان اجرای هدفمندی یارانه‌ها سطح متفاوتی از مدیریت کشوری و کلان‌جلوگر شد که سابقه قبلی را تجربه نکرده، افزود: همه دستگاه‌ها بایکدیگر هماهنگ بوده و همچون یک ساعت به طور خودکار امور برعهده گرفته را انجام می‌دهند.

وزیر بازرگانی ادامه داد: با در نظر گرفتن اینکه

وزارت بازرگانی این
اطمینان را به مردم می
دهد که در طول این پنج
سال و با اجرای هر مرحله
از قانون همچنان در کنار
مردم است

اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها پیچیدگی‌های زیادی داشته و فراتر از تنظیم بازار شب عید بود، بنابراین سطح بالاتری از دانش مدیریت و حاکمیت را نیاز داشتیم.

دکتر غضنفری در ادامه موضع گیری غربی‌ها در باره اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها را پیش از مرحله اصلی مورد توجه قرار داد و گفت: آنها با نشر دیدگاه‌های تفرقه افکنانه در رسانه‌های خود داد سخن برآوردند که ایران نمی‌تواند این قانون را اجرا کند و حتی برخی خیر خواهان درخواست به تعویق افتادن قانون را کردند، اما همه شاهد بودیم که عزم راسخ رئیس جمهوری کار ساز شد و هیچ مشکلی در مسیر اجرا پدید نیامد.

وی با اشاره براینکه وزارت بازرگانی ذخیره دانشی این وزارتخانه را از زمان دولت نهم در مسیر اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها نادیده نگرفت و از تجربیات و تلاش‌های گذشته دوران دکتر میرکاظمی استفاده کرد، گفت: مجموعه‌ای از اندوخته‌ها در تنظیم و مدیریت بازار در ارتباط با اصناف، سیستم‌های دولتی و بخش خصوصی با کمترین تغییر مدیریتی از دولت نهم به دهم به کار گرفته شد و این دانش بدون نیاز به شروع دوباره با بهره‌گیری از تجربیات آزمون و خطای گذشته به کار گرفته شد.

وزیر بازرگانی اجرای تکنیک‌های کاهش قیمت تمام شده را در کاهش هزینه‌های ناشی از تولید، افزایش بهره‌وری و در نهایت تداوم بازاری آرام از نظر قیمت‌ها در سال ۹۰ را مورد تأکید قرار داد.

دکتر غضنفری با بیان اینکه پیاده‌سازی قانون هدفمندی یارانه‌ها یک دوره پنج ساله را نیاز دارد، افزود: وزارت بازرگانی این اطمینان را به مردم می‌دهد که در طول این پنج سال و با اجرای هر مرحله از قانون همچنان در کنار مردم است.

بازنگار

شماره ۵۶

فروردین‌ماه ۱۳۸۹

۴۶



دوره های فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک

ردیف	عنوان دوره	مدت (ساعت)	روز/ساعت	شهریه دریافتی	تاریخ شروع و پایان دوره	تاریخ شروع و پایان دوره	تاریخ شروع و پایان دوره	تاریخ شروع و پایان دوره
۱	آموزش نرم افزار Excel کاربری حرفه ای سازمانی (سطح ۲)	۲۰	شنبه ۱۶-۲۰	۱.۱۰۰.۰۰۰	۶/۱۲	۵/۱۵	۵/۱۹	۶/۲۰
۲	آموزش نرم افزار Excel کاربری حرفه ای سازمانی (سطح ۱)	۲۰	یکشنبه ۱۶-۲۰	۱.۱۰۰.۰۰۰	۶/۲۷	۵/۲۳	۶/۵	۶/۲۶
۳	تحلیل سرمایه گذاری با استفاده از نرم افزار (COMFAR)	۲۰	یکشنبه ۹-۱۳	۱.۳۰۰.۰۰۰	۸/۰۱	۶/۲۰	۶/۶	۶/۱۹
۴	بازاریابی و تجارت الکترونیک	۲۰	پنجشنبه ۱۳-۱۷	۱.۱۰۰.۰۰۰	۶/۲۱	۵/۲۳	۶/۱۶	۶/۱۹
۵	مهارت SPSS و کاربرد آن در کسب و کار (مقدمه)	۳۰	چهارشنبه ۱۶-۲۰	۱.۷۰۰.۰۰۰	۶/۲۳	۶/۲۹	۶/۲۸	۶/۲۹
۶	مهارت SPSS و کاربرد آن در کسب و کار (پیشرفته)	۳۰	سه شنبه ۱۶-۲۰	۱.۷۰۰.۰۰۰	۶/۲۸	۶/۲۹	۶/۲۸	۶/۲۹
۷	جستجوی موثر در اینترنت و شیوه های حرفه ای آن	۱۰	دوشنبه ۱۶-۲۰	۸۵۰.۰۰۰	۶/۱۴	۵/۲۴	۶/۲۷	۶/۲۷
۸	هوشمندی کسب و کار در تجارت الکترونیک	۸	دوشنبه ۸-۱۲	۴۵۰.۰۰۰	۶/۲۱	۵/۲۴	۶/۲۷	۶/۲۷
۹	استفاده از فضای مجازی در تجارت الکترونیک	۸	شنبه ۸-۱۲	۴۵۰.۰۰۰	۵/۲۳	۵/۱۵	۶/۲۵	۶/۲۵

دوره های اداری و سازمانی برای بنگاه های تجاری

۱	اصول نامه نگاری و گزارش نویسی اداری	۳۰	دوشنبه ۱۶-۲۰	۱.۷۵۰.۰۰۰	۶/۱۲	۶/۲۷	۶/۶	۶/۱۹
۲	مدیریت امور اسناد و بایگانی	۲۰	دوشنبه ۱۳-۱۶	۱.۱۰۰.۰۰۰	۷/۴	۶/۰۷	۵/۱۰	۶/۱۳
۳	مشقی گری مدرن	۱۰	دوشنبه ۱۶-۲۰	۸۸۰.۰۰۰	۶/۲۱	۵/۲۳	۶/۱۶	۶/۱۹
۴	آشنایی با قواعد و قوانین تشریفات اداری و تجاری	۱۰	پنجشنبه ۸-۱۲	۸۸۰.۰۰۰	۶/۲۱	۵/۲۴	۶/۲۷	۶/۲۷
۵	مدیریت کارگزینی و امور پرسنلی	۱۰	دوشنبه ۱۶-۲۰	۸۸۰.۰۰۰	۶/۱۴	۵/۲۴	۶/۲۷	۶/۲۷

دوره ی جامع بازرگانی

۱	دوره جامع مهارت های تجارت و بازرگانی بین المللی بازرگانی را چگونه شروع کنیم؟	۷۰	سه شنبه ۱۶-۲۰	۴.۹۰۰.۰۰۰	۶/۲۵	۶/۲۷	۶/۱۷	۶/۲۰
---	--	----	---------------	-----------	------	------	------	------

دوره ی ویژه صنعت نمایشگاهی

۱	آموزش برپایی و حضور کاربردی در نمایشگاه ها	۱۰	پنجشنبه ۸-۱۲	۱.۸۰۰.۰۰۰	۶/۱۷	۵/۲۷	۵/۱۶	۶/۱۶
---	--	----	--------------	-----------	------	------	------	------

دوره های اقتصاد و مالی تجارت

۱	حسابداری مالی ۱	۳۰	دوشنبه ۱۶-۲۰	۱.۶۰۰.۰۰۰	۸/۲۳	۶/۲۸	۶/۱۴	۶/۲۰
۲	حسابداری مالی ۲	۳۰	چهارشنبه ۱۶-۲۰	۱.۶۰۰.۰۰۰	۸/۱۸	۶/۳۰	۶/۲	۶/۱۵
۳	مدیریت مالی برای مدیران غیر مالی	۵۰	پنجشنبه ۱۳-۱۷	۲.۵۰۰.۰۰۰	۹/۳	۶/۱۰	۵/۲۷	۶/۲۲
۴	کاربرد EXCEL در حسابداری و مدیریت	۵۰	جمعه ۱۲-۱۶	۲.۵۰۰.۰۰۰	۸/۱۹	۵/۲۸	۵/۱۲	۶/۲۳
۵	آشنایی با بازار سهام-مقدمه	۲۰	یکشنبه ۱۶-۲۰	۱.۰۰۰.۰۰۰	۶/۲۷	۵/۲۳	۵/۲	۶/۲۵
۶	آشنایی با بازار سهام-پیشرفته	۲۰	سه شنبه ۱۶-۲۰	۱.۰۰۰.۰۰۰	۶/۸	۵/۱۱	۶/۲۸	۶/۳۱
۷	هنرمندسازی در اقتصادسنجی با نرم افزار EVIEWS	۱۰	سه شنبه ۹-۱۳	۸۰۰.۰۰۰	۶/۱۵	۵/۲۵	۶/۲۸	۶/۰۷
۸	تحلیل صورتهای مالی	۲۰	سه شنبه ۱۷-۲۰	۱.۰۰۰.۰۰۰	۶/۲۹	۶/۰۱	۵/۴	۶/۰۷
۹	آشنایی با روشهای حسابداری حقوق و دستمزد	۳۰	جمعه ۸-۱۲	۱.۶۰۰.۰۰۰	۶/۱۸	۶/۳۱	۶/۱۰	۶/۲۳
۱۰	قانون مالیات بر ارزش افزوده و روشهای حسابداری آن	۳۰	جمعه ۱۲-۱۶	۱.۶۰۰.۰۰۰	۶/۱۸	۶/۳۱	۶/۱۰	۶/۲۳
۱۱	حسابداری مالیات	۵۰	پنجشنبه ۸-۱۲	۲.۵۰۰.۰۰۰	۹/۰۳	۶/۱۰	۵/۲۰	۶/۲۳

دوره های ویژه نهضت کاهش قیمت تمام شده (راهکارهای عملیاتی)

۱	الزامات و ضرورت های کاهش قیمت تمام شده در بنگاه های تولیدی و خدماتی	۸	دوشنبه ۸-۱۶	۱.۰۰۰.۰۰۰	۶/۰۶	۶/۰۶	۶/۱۹	۶/۱۹
۲	تخصیص استراتژیک هزینه مبتنی بر کارت امتیاز متوازن	۱۰	یکشنبه ۹-۱۳	۹۵۰.۰۰۰	۶/۲۶	۶/۰۵	۶/۰۸	۶/۱۹
۳	حسابداری مدیریت و کاربرد آن در کاهش قیمت تمام شده	۱۰	یکشنبه ۹-۱۳	۹۵۰.۰۰۰	۶/۲۶	۶/۰۵	۶/۰۸	۶/۱۹
۴	کاربرد تفکر و تولید ناب در کاهش قیمت تمام شده	۱۰	چهارشنبه ۱۳-۱۸	۹۵۰.۰۰۰	۶/۲۹	۶/۰۸	۶/۱۱	۶/۲۱
۵	کاربرد تکنیک های مدیریت هزینه انرژی در کاهش قیمت تمام شده	۱۰	سه شنبه ۹-۱۳	۹۵۰.۰۰۰	۶/۲۸	۶/۰۷	۶/۱۰	۶/۲۰
۶	کاربرد مدیریت زنجیره تامین و سیستم های توزیع در کاهش قیمت تمام شده	۱۰	شنبه ۱۳-۱۸	۹۵۰.۰۰۰	۵/۸	۶/۱۸	۶/۳۱	۶/۲۲
۷	کاربرد هزینه یابی بر مبنای فعالیت در کاهش قیمت تمام شده	۱۰	چهارشنبه ۹-۱۳	۹۵۰.۰۰۰	۶/۲۹	۶/۰۸	۶/۱۱	۶/۲۱
۸	کاهش هزینه ها در فرایند طراحی	۱۰	دوشنبه ۹-۱۳	۹۵۰.۰۰۰	۶/۲۷	۶/۰۶	۶/۰۹	۶/۱۹

دوره های حقوق تجارت و امور قراردادهای تجاری

۱	آشنایی با قوانین کار و مقررات تامین اجتماعی	۳۰	پنجشنبه ۸-۱۲	۱.۳۵۰.۰۰۰	۶/۳۱	۵/۱۳	۶/۲۳	۶/۲۳
۲	قانون تجارت	۳۰	چهارشنبه ۸-۱۲	۱.۳۵۰.۰۰۰	۶/۲۳	۶/۲۹	۶/۰۸	۶/۲۱
۳	آنچه یک مدیر موفق از قوانین باید بداند	۳۰	پنجشنبه ۸-۱۲	۱.۳۵۰.۰۰۰	۶/۳۱	۵/۱۳	۶/۲۳	۶/۲۳

جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت بروشور دوره ها با شماره های مرکز تماس حاصل فرمایید

ثبت نام دانشجویی و گروهی از تخفیف برخوردار می باشد
کلیه مطالب به ریال می باشد

کلیه مطالب به ریال می باشد



ارده ۵۶
ردین ماه ۱۳۸۹



انتصاب

■ طی احکامی جداگانه از سوی وزیر بازرگانی، احکام مشروحه زیر صادر گردید. صادق نجفی به عنوان عضو اصلی هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان سازمان بازرگانی استان آذربایجان شرقی، حشمت اله کرم پور بیرانوند بعنوان عضو اصلی هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان سازمان بازرگانی استان لرستان، کیومرث کاشانی پور بعنوان عضو اصلی هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان سازمان بازرگانی استان گلستان، محمدرضا یزدانی بعنوان عضو اصلی هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان، محمد دهقان به عنوان عضو اصلی هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان سازمان بازرگانی استان آذربایجان غربی به مدت سه سال انتخاب شدند.

■ طی احکامی جداگانه از سوی مهدی فتح اله رئیس موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی احمد اخوی به عنوان ((مشاور رئیس موسسه))، صادق داداشی به عنوان ((سرپرست مدیریت امور استانها، معاونتها و سازمانهای))، محمد کردیچه به عنوان ((رئیس اداره حراست))، یوسف حسن پور کارسالاری به عنوان ((مدیر گروه مطالعات و پژوهش های بازار مشترک اسلامی))، محمدرضا رفعتی ((مشاور عالی رئیس)) و خسرو کلانتری به عنوان ((رئیس مرکز اسناد و مدارک علمی)) موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی منصوب شدند.

قهرمانی کارمند روشن دل سازمان بازرگانی آذربایجان شرقی در مسابقات جهانی آنتالیا

کارمند روشن دل سازمان بازرگانی آذربایجان شرقی در مسابقات جهانی آنتالیا در زمینه فوتبال نابینایان مقام اول را کسب کرد. مدیر روابط عمومی سازمان بازرگانی استان با اعلام این خبر گفت: امیرپور رضوی متولد ۱۳۶۴ کارمند روشن دل سازمان بازرگانی آذربایجان شرقی بوده و با وجود نابینایی با حفظ روحیه بالا تا کنون موفق به کسب چندین عنوان مقام اولی در مسابقات بین المللی شده است. سولماز ادریسی ادامه داد: برای نخستین بار تیم فوتبال نابینایان کشور در مجموعه تمامی تیم های فوتبال کشور موفق به کسب مدال طلا در مسابقات جهانی شده است. گفتنی است چهارمین دوره مسابقات بین المللی آنتالیا با حضور ۳۳ تیم از کشورهای جهان و ۱۲ تیم در رشته فوتبال نابینایان برگزار شده است.

قاری برتر وزارت بازرگانی، نفر اول مسابقات اذان گیلان

یکی از کارکنان سازمان بازرگانی گیلان، نفر اول مسابقات اذان ادارات و دستگاههای اجرایی استان شد.

به گزارش روابط عمومی سازمان بازرگانی استان گیلان، در مسابقات سراسری اذان که در بین کارکنان دستگاه های اجرایی و ادارات گیلان با حضور ۵۷ نفر شرکت کننده برگزار شد، 'سیداحمد موسویان' از کارکنان سازمان بازرگانی گیلان با کسب ۸۶/۲۵ امتیاز، حایز رتبه اول شد. به همین مناسبت در مراسمی که از سوی ستاد اقامه نماز گیلان برگزار شد، این قاری و مؤذن برجسته استان مورد تجلیل قرار گرفت. موسویان از قاریان ممتاز وزارت بازرگانی است، که ضمن کسب رتبه برتر مسابقات قرآنی دانشجویان دانشگاه آزاد، در مسابقات قرآن وزارت بازرگانی نیز نفر اول شده است. در مسابقات اذان دستگاه های اجرایی گیلان، قاسم حسین پور از اداره کل زندانها با کسب ۷۸/۵۲ امتیاز و عبدالحسین عطایی از اداره کل نوسازی و تجهیز مدارس نیز با ۷۲/۵ امتیاز رتبه های دوم و سوم را کسب کردند.

نکته های تخلفات اداری

چگونه خواهد بود؟ نحوه برخورد هیات با متهم در تمام موارد فوق الذکر که منجر به محکومیت یا برائت متهم شود بموجب ماده ۱۹ قانون رسیدگی به تخلفات اداری هرگونه تصمیم مراجع قضایی مانع اجرای مجازاتهای اداری نخواهد شد.

هیات رسیدگی به تخلفات اداری نیز بر اساس گزارش واصله با انطباق موضوع به یکی از عناوین تخلفات مندرج ماده ۸ قانون رسیدگی به تخلفات اداری مستقلاً حق رسیدگی به موضوع تخلف را دارد با این توضیح که برای متهم به اتهام عمل ارتكابی (نه اتهام غیبت) تشکیل پرونده داده میشود مثلاً به عنوان توزیع و مصرف مواد مخدر یا مسائل اخلاقی و غیره وارد رسیدگی میشود و اعمال مجازات میکند، در صورتیکه در دادگاه برائت حاصل شود اکثریت اعضا هیات رسیدگی به تخلفات اداری تشخیص دهند مجازات نسبت به تخلف متهم با عنایت به برائت حاصله مناسب نیست، ماده ۲۴ قانون رسیدگی به تخلفات در این خصوص اعمال خواهد شد.

دفتر هماهنگی هیات های رسیدگی به تخلفات اداری

اگر غیبت کارمند ناشی از بازداشت وی توسط مراجع قضایی باشد؟

الف: غیبت وی موجه است یا غیر موجه؟ غیبت غیر موجه وقتی محقق می شود کارمند به میل و اراده خود بدون دخالت عامل خارجی از حضور در محل کار خودداری کند و عامل خارجی از حضور در محل کار خودداری کند و عامل خارجی مانع از حضور کارمند در محل کار شود که از حیطة و قدرت او خارج است مانند بازداشت وی در اینصورت غیر موجه اطلاق نمیشود.

ب: آیا حقوق ایام بازداشت قابل پرداخت است؟ حقوق متهم در طی بازداشت معلق می شود تا زمان حصول نتیجه رسیدگی دادگاه و تا تعیین تکلیف پرداخت حقوق مجوز قانونی ندارد.

چنانچه اگر متهم در دادگاه برائت حاصل نماید مستحق دریافت حقوق مربوطه ایام بازداشت خواهد بود و این ایام جز سوابق او منظور نمی گردد.

ج: نحوه برخورد هیات رسیدگی به تخلفات با متهم و اعمال مجازات

بازنگار

شماره ۵۶

فروردین ماه ۱۳۸۹

۴۸

پیام

نشریه بازرگانی در نظر دارد از این پس صفحه ای را به کارکنان وزارت بازرگانی اختصاص دهد. لذا شما همکاران گرامی خانواده بازرگانی اعم از سازمانهای تابعه و سازمانهای بازرگانی استانها میتوانند سئوالات و مشکلات اداری، رفاهی، استخدامی و نیز موفقیت های خود یا مطالب قابل چاپ و مرتبط بازرگانی را با در میان بگذارید تا پاسخ خود را از مسئول مربوطه دریافت نموده و یا مطلب ارسالی شما را در نشریه خودتان منعکس نماییم.

سئوالات شما با نام یا بی نام و بر اساس نظر شما درج خواهد شد.

شما میتوانید موارد قابل طرح خود را با ایمیل magazine@moc.gov.ir مکاتبه و یا به شماره ۸۸۹۰۶۵۰۴ فاکس نمایید.

اسامی دانش آموزان ممتاز دوم راهنمایی

حوزه ستاد مرکزی وزارت بازرگانی



زهره چشمه



محمدحسین تحویلی



سیدعلیرضا پرویزی



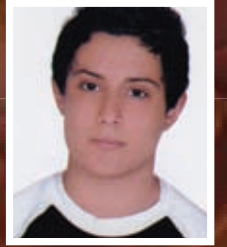
محمدحاشم پورخوشخوی



محمد افشاری



سارا افشاری



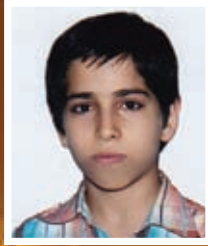
امیرمحمدافشاره



فاطمه حیدری



فاطمه رشیدی شالکی



امیرعلی سالاری



مهدی سیف الهی



وحید طالب پور آذانی



ستاره حالیمردمنانلو



النه حیدرالله



سارا کلامی



فاطمه کاظمی گرجی



سحر کلیدری



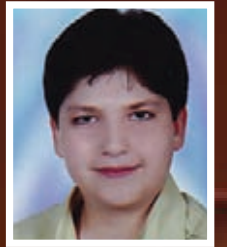
مسعود قهرمانی



فرید قزلباشان



فاطمه فتحی



مصطفی فتحی زاده



عطیه کلپورشاره



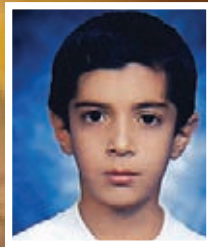
مهدی کارزار جوان



فرزکس موحدی



هانیه محمدی



سید محمدحسین موسوی
رضی آباد



سید حسام الدین معراجی

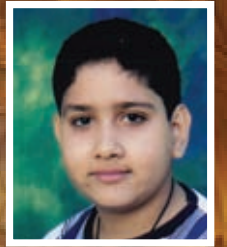


فاطمه محجوب

اسامی دانش آموزان ممتاز سوم راهنمایی



سیده شاهان هاشمی کیانی



علی فتحی



امیرافشار دباسی



سمانه دیادی



امیر سلطان محمدی



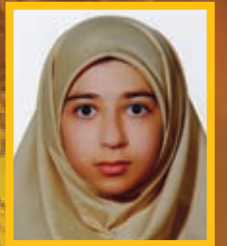
محمد زاهد طالبان



فاطمه خلیق



محمدافشاریان یاوند



عطیه افشاری



مهدی عرفانی شریف



فیروزه غلامی کریمی



شیرین عینی



فاطمه قاسم زاده



سیدفر از میر صالحی



محمد مهدی مدریس خیابانی



پریسا ملکی

سال
جهاد
اقتصادی

همایش ملی توسعه صادرات خرمای استان خوزستان



زمان: ۳۱ اردیبهشت ماه ۱۳۹۰

مکان: شهرستان شادگان - تالار اجتماعات اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی



سازمان بازرگانی استان خوزستان - سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان - انجمن صنفی تولیدکنندگان خرمای استان خوزستان - انجمن صنفی باغداران خرمای استان خوزستان - شرکت تعاونی تولید خرمای استان خوزستان