روزنامه
اقتصاد ملی

صاحب امتیاز: شرکت نوید آوران صبح
مدیر مسئول: حسین عسگری
سردبیر: محمد رحیمی
زیر نظر شورای سیاست گذاری
آدرس: تهران- ایرانشهر- نرسیده به خیابان انقلاب - ساختمان-۴۷ - واحد ۱۱
تلفن: ۸۸۸۴۷۷۱۰-۸۸۸۳۳۰۴۹
تلفکس: ۸۸۸۲۶۴۶۰
چاپ: ریحان

پست الکترونیکی:
info@eghtesademeli.com
www.eghtesademeli.com

آغاز دور جدید پیش‌فروش محصولات گروه‌سایپا

سایپا

دور جدید پیش‌فروش محصولات گروه خودروسازی سایپا از ساعت ۱۴ آغاز می‌شود.به‌گزارش سایپانیوز، در این طرح که به‌مدت سه روز و تا سه‌شنبه ۲۰ خردادماه اجرا خواهد شد، علاقه‌مندان می‌توانند به‌صورت شبانه‌روزی با ورود به سایت فروش اینترنتی محصولات سایپا به‌نشانی https://saipa.iranecar.com پس از ثبت اطلاعات شخصی و دریافت کد کاربری و رمز عبور، نسبت به ثبت‌نام و انتخاب نوع خودرو اقدام کنند. براساس این گزارش، متقاضیانی که قبلاجهت شرکت در روش فروش فوق‌العاده، نسبت به ثبت اطلاعات شخصی و دریافت کد کاربری و رمز عبور اقدام کرده‌اند نیز لازم است با مراجعه مجدد به سایت مذکور نسبت به انتخاب خودرو اقدام کنند.در طرح پیش‌فروش مذکور، هیچ‌گونه مبلغی به‌عنوان پیش‌دریافت تا قبل از اعلام اسامی منتخبان در قرعه‌کشی اخذ نمی‌شود.پس از اعلام نتایج قرعه‌کشی، منتخبان باید ظرف ۴۸ ساعت نسبت به واریز وجه پیش‌پرداخت قیمت خودرو به‌صورت علی‌الحساب، انتخاب نوع و مدل خودرو و زمان تحویل اقدام کنند. همچنین در این طرح نیز تمام محدودیت‌های قبلی همچون محدودیت کد ملی، داشتن حداقل ۱۸ سال سن و برخورداری از گواهینامه رانندگی خودرو، عدم امکان صلح و ممنوعیت انتقال خودرو به‌صورت وکالتی و نداشتن سابقه ثبت‌نام و صدور فاکتور خودرو در ۳۶ ماه گذشته نزد سایپا و ایران‌خودرو برقرار است. کدپستی متقاضی و کدنمایندگی انتخابی توسط مشتری باید از یک استان باشد و در صورتی‌که مشتری حداکثر سه‌ماه پس از تاریخ تحویل خودرو برای سرویس اولیه به نمایندگی مجاز سایپا مراجعه نکند، کارت گارانتی خودرو غیرفعال خواهد شد.در پایان گفتنی است اگر تعداد ثبت نام ها و متقاضیان بیشتر از خودرو قابل عرضه باشد، قرعه‌کشی انجام خواهد شد و همچنین منتخبان قرعه‌کشی تاریخ‌های ۱۷ و ۱۸ خرداد طرح فروش فوق‌العاده محصولات سایپا و ایران‌خودرو، امکان شرکت در این طرح پیش‌فروش را نخواهند داشت.

تجاری سازی۹هزار خودرو در چند روز اخیر

مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو از تجاری سازی ۹ هزار دستگاه خودرو در چند روز اخیر خبر داد و گفت: در حال حاضر روزانه دوهزار دستگاه خودرو تولید می کنیم و با ترخیص قطعات از گمرک تعداد عرضه را افزایش خواهیم داد.فرشاد مقیمی در حاشیه مراسم قرعه کشی فروش فوق العاده، با اعلام این که کسری برخی قطعات تامین شده و درحال ترخیص از گمرک است گفت: با وصول قطعات و تکمیل خودروها، تعداد عرضه افزایش قابل توجهی خواهد یافت. وی از اجرای برنامه پیش فروش ۴۵ هزار دستگاه خودرو از امروز یکشنبه خبر داد و گفت: افرادی که موفق به دریافت خودرو در طرح فروش فوق العاده نشده اند می توانند در طرح پیش فروش نسبت به انتخاب خودروی مورد نظر خود اقدام کنند.مقیمی تصریح کرد: در صورت بالا بودن متقاضی نسبت به ظرفیت، حداکثر شنبه هفته آینده قرعه کشی طرح پیش فروش انجام خواهد شد. وی با اشاره به شرایط مناسب و روند نزولی تعهدات معوق تاکید کرد: باقی مانده تعهدات را به زودی به صفر خواهیم رساند تا بدهی به مردم نداشته باشیم. مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو در پاسخ به سوال حذف شرط پلاک فعال برای خودروهای فرسوده گفت: در فروش فعلی اولویت با افرادی است که فاقد خودرو هستند، امکان ثبت نام برای دارندگان پلاک برای خودروهای فرسوده را نیز طبق مصوبات کمیته خودرو و در چارچوب ضوابط تعیین شده فراهم خواهیم کرد. مقیمی اضافه کرد: سند خودروها به مدت یک سال در رهن ایران خودرو خواهد بود، با مکانیزم هایی که به کار گرفته ایم به دنبال این هستیم که افراد دیگری جز مصرف کننده نهایی انگیزه ای برای ثبت نام نداشته باشد. وی در پایان تصریح کرد: درحال حاضر برای تحویل خودروهای بنزینی با استاندارد یورو ۵ مشکلی نداریم.

مدیرعامل بهمن‌دیزل اعلام کرد

افزایش ۲۰۰ درصدی تولید خودروهای تجاری

شرکت بهمن‌دیزل یکی از خودروسازانی است که با شروع تحریم‌ها دچار چالش‌هایی درخصوص شرکای تجاری شد اما با برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی مناسب توانست این بحران را پشت‌سر بگذارد.فعالیت رسمی شرکت بهمن‌دیزل از دی ماه ۱۳۸۵ شروع شد؛ این شرکت ابتدا در سایت جاده قدیم کرج قرار داشت (ایران وانت قبلی) و سپس به شهرک صنعتی البرز یا شهرک صنعتی قزوین منتقل شد.عمده‌فعالیت بهمن‌دیزل با یک شریک خارجی به نام ایسوزو به‌عنوان شریک تجاری بود؛ با شروع تحریم‌ها، ایسوزو ارتباطش را با بهمن‌دیزل متوقف کرد. براساس سیاست‌استراتژیک شرکت، بهمن‌دیزل برندی داخلی به نام شیلر را ایجاد کرد تا تولیدات خود را که به‌صورت موازی با شرکت ایسوزو کار می‌کرده، آغاز کند. هم‌اکنون ۵۷۰ نفر در بهمن‌دیزل مشغول فعالیت هستند.

● تولد خودروی شیلر

بهمن‌دیزل در سال ۹۲ طراحی شیلر را آغاز و در سال ۹۶ نمونه اولیه این خودرو تولید شد و در مهر سال ۹۸ به تولید انبوه رسید. بنابراین در سال گذشته حدود ۸۵ درصد تولیدات، ایسوزو و ۱۰ تا ۱۵ درصد محصولات شیلر بود؛ در واقع محصول استراتژیک شرکت بهمن‌دیزل ایسوزو بود. اما امسال به‌دلیل مشکلات ناشی از محدودیت‌های بین‌المللی، ۸۰ درصد از خودروهای شیلر با برند داخلی شرکت و فقط ۱۵ تا ۲۰ درصد محصولات ایسوزو خواهد بود. سال‌جاری که «جهش تولید» نام‌گذاری شده است، میزان تولید بهمن‌دیزل به بیش از ۲۰۰ درصد افزایش خواهد یافت. هم‌اکنون ظرفیت ثبت شده دراین شرکت تولید سالانه ۴۰ هزار دستگاه است؛ میزان تولید طی سال گذشته ۸۱۵ دستگاه بود که با قطع ارتباط ایسوزو با کاهش تولید مواجه شد. اما امسال با پیش‌بینی رشد بیش از ۲۰۰ درصدی، میزان تولید شرکت به یک هزار و ۷۲۶ دستگاه خواهد رسید و رشد تولید در سنوات آتی نیز ادامه‌دار خواهد بود.به گفته محمد محمدی، مدیرعامل بهمن‌دیزل، این شرکت به‌دلیل شیوع ویروس کرونا در فروردین ماه کاهش تولید داشت اما با تلاش کارگران و مدیران این عقب‌افتادگی جبران شد؛ به‌گونه‌ای که تعداد تجمعی تولید تا پایان اردیبهشت ماه سال‌جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته توانست ۶۷ درصد افزایش تولید داشته باشد. پیش‌بینی می‌شود بهمن‌دیزل به‌عنوان اولین شرکت خودروساز در ماه‌های نخست پاییز سال‌جاری بتواند از رکورد سال گذشته عبور کند. شرکت بهمن‌دیزل در سال‌جاری در زمینه دو محصول، طرح توسعه خواهد داشت که شامل مینی‌بوس‌های جدید با موتور، گیربکس و کابین جدید ۱۸ نفره و ۲۳ نفره هستند که رونمایی خواهد شد. موتور مینی‌بوس‌های جدید با نام تجاری سحر پلاس، ۱۵۴ اسب بخار است و فیس این مینی‌بوس نسبت به مینی‌بوس قبلی تغییر کرده است. از آنجا که بهره‌وری و راندمان مینی‌بوس به تعداد صندلی است، بنابراین این مینی‌بوس به‌گونه‌ای طراحی شده که با دو آپشن ۱۸ و ۲۳ نفره تحویل داده می‌شود.کامیونت هشت تن نیز از جمله طرح‌های توسعه‌ای بهمن‌دیزل است که پیش‌بینی می‌شود درنیمه دوم سال از نمونه‌های اولیه آن رونمایی شود. کامیونت ۶ تن جدید شیلر که تغییراتی در موتور و گیربکس آن ایجاد شده است از تیر ماه وارد بازار خواهد شد و با داشبورد، چراغ‌ها، صندلی جدید و برای اولین بار داشتن HVAC در ریموت کنترل از نیمه دوم سال‌جاری به بازار عرضه خواهد شد.

● توسعه کاربری‌سازی در بهمن‌دیزل

به اعتقاد مدیرعامل بهمن‌دیزل، کاربری‌سازی به کامیون این شرکت هویت می‌دهد، از این رو توسعه در این بخش از جمله برنامه‌های بهمن‌دیزل در سال‌جاری است. کاربری‌سازی شرکت در فضایی ۵ هزار متری انجام خواهد شد؛ هم‌اکنون خط ساندویچ پنل برای سیستم گرمایشی و سرمایشی از خارج سفارش شده که پیش از این برای کامیونت‌های یخچال‌دار از بیرون خریداری می‌شد، بنابراین در سالن جدید این طرح توسعه صورت خواهد گرفت. شرکت بهمن‌دیزل در سال‌جاری علاوه بر افزایش فضای توسعه‌ای کاربری‌سازی، برنامه دارد برای تولید ۲ هزار دستگاه ظرفیت جدید ایجاد کند تا خودرو را با کاربری تحویل مشتری دهد. زیرا برخی کاربری‌های بیرونی استانداردها را رعایت نمی‌کنند و تغییراتی روی محصول و شاسی این شرکت ایجاد می‌کنند که مورد تایید شرکت نیست. هم‌اکنون امکان ساخت حدود ۱۶ نوع کاربری در شرکت بهمن‌دیزل وجود دارد. همچنین بهمن‌دیزل در نظر دارد در سال‌جاری کارت طلایی در اختیار کاربری‌هایی که از اردیبهشت ماه با آنها عقد قرارداد شده، قرار دهد. در مجموع توسعه کاربری‌سازی، جهش تولید بیش از ۲۰۰ درصدی و داخلی‌سازی حدود ۷۵ تا ۸۰ درصد برند شیلر از برنامه‌های توسعه‌ای بهمن‌دیزل است.

● برنامه صادرات بهمن‌دیزل

به گفته مدیرعامل بهمن‌دیزل تا زمانی که ایسوزو شریک تجاری بهمن‌دیزل بود، اجازه صادرات به این شرکت داده نمی‌شد، اما در زمینه شیلر برنامه صادرات داریم، به‌گونه‌ای که با کشورهایی نظیر سوریه و عراق که نیازمند محصولات این شرکت هستند، مذاکراتی انجام شده و همچنین برای شرکت‌های تجاری قزاقستان مدارکی ارسال شده اما هنوز تبدیل به قرارداد نشده است. سال گذشته در زمینه خودروهای تجاری حدود ۵۰ درصد بازار دست شرکت قرارگرفت. مشتریان بهمن‌دیزل عمدتا شرکت‌های حمل‌ونقل بزرگ از جمله افق کوروش، شرکت دومینوی میهن، سازمان هواپیمایی کشوری، سازمان هلی کوپترسازی کشور، شرکت‌های مخابراتی، مهیاپروتئین، داروسازی کاسپین، پست جمهوری اسلامی، شرکت‌های دلپذیر، بیژن، شرکت ملی نفت، شرکت ملی گاز، گلرنگ، سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌ها و شهرداری‌های گلستان، همدان، قزوین و شهرداری‌های مختلف هستند. همچنین با مذاکراتی که صورت گرفته و با توجه به تمایل شهرداری‌ها و دهیاری‌ها برای یکسان‌سازی عقد قرارداد شاسی‌ساز و کاربری‌ساز، می‌توان قرارداد همکاری منعقد کرد. مدیرعامل بهمن‌دیزل تاکید دارد: هم‌اکنون به‌واسطه شیوع ویروس کرونا به مدت دو ماه تامین قطعات خارجی شرکت با تاخیر مواجه شده است. قبل از سال ۹۸ با تامین کننده داخلی مذاکراتی صورت گرفت تا تامین از داخل با مشکل مواجه نشود؛ درحال حاضر سه پرداخت به قطعه‌سازان از سوی بهمن‌دیزل صورت گرفته که این امر حاکی از بنیه مالی خوب شرکت است.

صابر اسکندری در گفت و گو با روزنامه اقتصاد ملی :

افزایش فروش در بحران کرونا

شیوع بیماری کرونا در دنیا کسب وکارهای بسیاری را تحت تاثیر قرار داده است؛ میزان غافلگیری و شوک این بیماری تاحدی بوده که خیلی از مشاغل آمادگی مقابله و رویارویی با آن را نداشته و طبیعی است تمهیداتی را هم برای مقابله با آن نداشته باشند. اما در شرایط کنونی که هنوز هم سایه این بحران بزرگ بر سر افراد و شریط اقتصادی سنگینی می کند برای رونق کسب و کار و حفظ جایگاه فروش در بازار و جذب مشتری چه باید کرد. در روزهایی که همه از رخوت بازار و عدم فروش به دلیل کاهش گردش پول در کشور سخن می گویند، اغلب صاحبان مشاغل درصدد آن هستند تا با اتخاذ راهکارهای نوین، کمبود فروش خود را جبران کنند و در همین رابطه به سراغ صابر اسکندری کارآفرین، مشاور کسب و کار، کارشناس اقتصادی و نویسنده مجموعه کتاب های بازاریابی و فروش رفتیم. او که معتقد است صاحبان مشاغل باید خود را با رفتارهای جدید مشتری همسو کنند، می گوید: فروش، قلب هر شغلی است و اگر این بخش از کسب و کار به خوبی فعال باشد می توان مطمئن بود که صاحب یک بیزینس موفق هستید. او حرف هایش را اینطور ادامه می دهد: باید به رفتار مشتری توجه چند وجهی داشت، مشتریان در شرایط بحران اقتصادی برای همیشه دست از خرید بر نمی دارند، بلکه آنها فقط رفتار خریدشان را تغییر می دهند، بخشی از این رفتار ها این است که کمتر هزینه می کنند، در خرید خود سخت گیر تر می شوند، کمتر اعتماد می کنند، بخشی از خرید های غیر ضروری را حذف می کنند، قیمت برایشان مهم تر از بسته بندی می شود که البته اگر بتوان پاسخگوی آنها بود میتوان تا حد زیادی مسئله مشتری را برای خرید حل کرد.این مشاور کسب و کار ابراز می کند: در شرایط کنونی که وزارت بهداشت و نهادهای مسئول از مردم تقاضا می کنند که در خانه بمانند و از رفت‌وآمدهای غیرضروری خودداری کنند. مراکز خرید ، تفریحی، ورزشی و غیره برای جلوگیری از اجتماعات تعطیل شده است. از این رو، می توان نتیجه گرفت که رفتار خرید مردم در این شرایط حتما تغییر خواهد کرد. به همین دلیل است که طی چند وقت اخیر شرکت های زیادی برای فروش محصولات خود اپلیکیشن و وب سایت های مختلفی را راه اندازی کرده اند تا مشتریان از طریق درگاه های اینترنتی خرید خود را انجام دهند، بدیهی است که این هم یک نوع پاسخ به رفتار مشتری است. اسکندری در پاسخ به این سوال که آیا اختصاص یک فروشگاه آنلاین برای مشتریان کافیست؟ می گوید: به هیچ وجه، باید توجه داشت که راهبردهای مختلف فروش بر اساس موقعیت‌های مختلف جامعه و شرایط اقتصادی در زمان‌های مختلف اتخاذ می شود و فروش آنلاین تنها یکی از این راهبردهاست. چون فرهنگ مردم ما برای خریدهای آنلاین در بسیاری از نقاط کشور هنوز شکل نگرفته است و مردم بسیاری هنوز به خرید آنلاین اعتماد ندارند. او با بیان اینکه فروش آنلاین نیازمند زیر ساخت‌های مناسب است، می افزاید: در دسترس بودن وب‌سایت اینترنتی فروش، کاربر پسند بودن آن، راحتی کار با این وب‌سایت‌ها، اختصاص اپلیکیشن‌های خرید در موبایل های هوشمند، راحتی نصب و کاربری این اپلیکیشن‌ها برای افراد مختلف با هر فرهنگ و سطح معلومات از جمله موارد بسیار مهم در طراحی وب‌سایت‌ها و اپلیکیشن‌های خرید است.این نویسنده معتقد است: باید به این نکته توجه داشت که استراتژی مهم فروش توجه دقیق به نیاز مشتری، پاسخ گویی به نیازهای او در زمان مشخص و سیاست حفظ ارتباط با مشتری با هدف وفادار سازی آن‌ها برای دوران گذر از بحران است. او حرف هایش را اینطور توضیح می دهد: این شرایط یک فرصت طلایی برای صاحبان مشاغل است که به مشتریان خود ثابت کنند که در هر شرایطی در کنار آنها هستند تا نیازهای آنان را برطرف کنند. ساختار لجستیک خوب برای ارائه و ارسال کالای مورد نیاز مشتریان، توجه به پراکندگی جغرافیایی و توزیع مناسب خدمات به اکثر مناطق جغرافیایی در سراسر کشور، محدود نبودن خدمات به نقطه یا منطقه‌ای خاص، تامین به موقع کالاهای مشتریان، دقت در بسته‌بندی و درج اطلاعات کالا، ارسال به موقع و امن با حفظ و رعایت نکات مورد توجه مشتریان مانند رعایت نکات بهداشتی، ارائه قیمت مناسب و در نظر گرفتن اعتبار و امتیاز به ازای خرید مشتریان در جهت حفظ مشتری از جمله موارد بسیار مهمی است که در راهبرد فروش در این دوران موثر بوده و باید مدنظر قرار گیرد. صابر اسکندری با تاکید بر اینکه در هر شرایطی نباید تبلیغات را متوقف کرد، می افزاید :اگر برای صرفه جویی در هزینه هایتان تبلیغات را متوقف کنید مانند کسی هستید که برای صرفه جویی در زمان، ساعتش را متوقف می کند. بزرگترین اشتباهی که بسیاری از مدیران در مواجهه با بحران ها مرتکب می شوند، قطع یا کاهش بودجه تبلیغات و بازاریابی است. بنابراین اگر به عنوان یک مدیر حرفه ای خلاف موج عمل کنید و به تبلیغات موثر بپردازید می توانید بخش قابل توجهی از بازار را در این دوران جذب کنید.

احتمال حضور فیات در ایران چقدر است؟

.حمید بیات، سفیر جمهوری اسلامی ایران در ایتالیا در گفت و گویی از مشکلات برقراری روابط تجاری میان شرکت های ایرانی و ایتالیایی با توجه به تحریم های یکجانبه آمریکایی و راه حل های درنظر گرفته شده از سوی سفارت با همکاری اتاق های بازرگانی صحبت کرد.وی در پاسخ به این سوال که روابط اقتصادی ایران و ایتالیا در حال حاضر و با توجه به شرایط بحرانی کروناویروس چگونه است؟ گفت: به نظر اینجانب دو عامل تحریم و کرونا تاثیراتی مقطعی بر روابط اقتصادی دو کشور داشته اند.

با این تفاوت که یکی ارادی و طولانی مدت تر بوده (تحریم) و دیگر غیر ارادی و کوتاه مدت می باشد.

از این رو باید دو مقوله تحریم ها و بحران کرونا را از یکدیگر تفکیک نمود. به هرحال تحریم های یکجانبه و غیر قانونی آمریکا مدتهاست که شرایط روابط اقتصادی ایران با جهان و ازجمله ایتالیا را تحت تاثیر قرار داده و منجر به کاهش حجم مناسبات کشورها با ایران گردیده است. بالطبع، این تحریمها در ایتالیا نیز بسیاری از فعالان اقتصادی را نگران کرده و بیش از همه نهادهای مالی و بانکها با تهدیدات آمریکا مواجه شده و تعامل با ایران را محدود کردند.

سفیر ایران در ایتالیا مشکل اصلی در تجارت با ایتالیا را کمبود منابع مالی ایران با منشا اروپایی اعلام کرد و افزود: یکی از اصلی ترین اثرات تحریم ها، توقف برداشت نفت از سوی شرکت نفتی انی از ایران و عدم تولید منابع ارزی کافی در ایتالیا بود. متاسفانه بخش عمده صادرات ایران به ایتالیا را هم همین نفت تشکیل می داد. اتکای بیش از حد به نفت و نگاه وارداتی از ایتالیا به جای توجه به ظرفیت های این بازار برای صادرات و تقویت بنیان تولید داخلی در کشور، شرایطی را ایجاد کرده که با محدودیت خودساخته صادرات به ایتالیا مواجه هستیم.

وی ادامه داد: به هر حال تجارت با ایتالیا و بازار این کشور همواره برای طرفهای ایرانی از اهمیت زیادی برخوردار بوده است. به همین دلیل در سالهای ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ و بر اساس گزارش دریافتی از مرکز آمار ایتالیا، این کشور نخستین شریک تجاری ایران در میان کشورهای عضو اتحادیه اروپا بود. در سال ۲۰۱۹ نیز علیرغم تشدید تحریمها و عدم فروش نفت، ایتالیا پس از آلمان دومین شریک تجاری ایران بوده است.

بیات با بیان اینکه حجم مبادلات دو کشور در سال ۲۰۱۹ در غیاب نفت، رقمی بالغ بر حدود ۹۷۷ میلیون یورو با تراز مثبت به نفع ایتالیا بود، اظهار کرد: این امر به خوبی نشان دهنده این است که حتی در شرایط تحریم نفت و سایر کالاهای تحریمی، همچنان زمینه های بسیاری برای توسعه تجارت دو جانبه وجود دارد که نیازمند شناسایی بیشتر توسط بخش دولتی و همچنین شرکتهای بخش خصوصی است.

وی با بیان اینکه کرونا در ایتالیا به خودی خود محدودیتی برای فعالیت تجاری میان دو کشور ایجاد نکرد، گفت: زیرا قبل از شیوع ویروس کرونا، حجم مبادلات ایران با ایتالیا با کاهش قابل توجهی مواجه شده بود. فقط حواشی این امر و توقف حرکت کامیون ها در مرز ترکیه را می توان عمده ترین تاثیر بیماری کرونا بر فعالیت تجاری ما با ایتالیا دانست. زیرا بخاطر نگرانی های موجود، حمل و نقل کالا از مسیر زمینی دچار وقفه گردید. خوشبختانه از تاریخ ۱۵ خرداد ماه طبق توافق ایران و ترکیه، مرزهای ورودی بر روی کامیون های یکدیگر باز شد که امید می رود این موضوع تردد مجدد کامیون های ایرانی به مقصد اروپا را فعال نماید.سفیر ایران در ایتالیا تصریح کرد: طبق بررسی های ما، ایتالیا محدودیتی برای کالاهای صادراتی ایران به این کشور ایجاد نکرده و شکایتی نیز از این بابت دریافت نکرده ایم.

نکته قابل توجه اینکه امکان حمل و نقل دریایی بین ایران و ایتالیا در زمان شدت شیوع ویروس کرونا وجود داشت و در حال حاضر نیز وجود دارد. با از سرگیری پروازهای ایران ایر به میلان نیز امکان حمل هوایی نیز میسر شده است.وی در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه کدام محصولات بین این دو کشور واردات و صادرات می شوند، گفت: از جمله محصولات وارداتی ایران از ایتالیا در حال حاضر می توان به ماشین آلات با کاربرد عمومی(موتورهای احتراق، توربین، پمپ، کمپرسور و ...)، ماشین آلات تخصصی (متالورژی، معدنی، صنایع غذایی، نساجی، چرم و کفش و..)، تجهیزات پزشکی و دندانپزشکی(پروتز، لنز و...)، مواد شیمیایی، پلاستیک، لاستیک مصنوعی، موتورهای برقی، ژنراتور، ترانسفورماتور، دارو، تجهیزات الکترومکانیکی و الکتروترابی و ... اشاره کرد. عمده صادرات غیر نفتی ایران به ایتالیا نیز شامل محصولات فولادی، انواع سنگ و شن و ماسه، محصولات شیمیایی، مصنوعات فلزی، محصولات کشاورزی و زراعی، گوشت و فرآورده های گوشتی و لبنیات، لوازم خانگی غیر برقی و ماشین آلات و غیره می شود.

بیات در پاسخ به این سوال که با توجه به تحریم های آمریکا علیه ایران، مبادلات تجاری به چه صورت انجام می شود و آیا راه حل هایی برای آسان سازی تجارت بین دو کشور توسط سفارت ایران در ایتالیا اتخاذ شده است، عنوان کرد: آمریکا با سوء استفاده گسترده از نظام مالی بین المللی و سیطره دلار در این سیستم با حربه تهدید، بسیاری از نهادهای مالی و پولی را نسبت به همکاری قانونی با ایران هراسانده و بانک های عمده اروپایی خود را در مقابل این تهدیدات بی دفاع یافته اند. بانک های ایتالیایی نیز از این قاعده دور نیستند. این اقدام آمریکا نمود بارز تروریسم اقتصادی و استثمار فعالان اقتصادی سایر کشورها برای پیشبرد برنامه های تحریم بر علیه سایر ملل می باشد. بر همین اساس اتکا به نظام بانکی موجود در شرایط فعلی برای پیشبرد تجارت میان دو کشور پاسخگوی نیازهایمان نخواهد بود.

وی افزود: یکی از این مکانیسم های مالی استفاده از تهاتر میان دو کشور می باشد. تلاشهای گسترده ای از سوی ما برای اجرایی شدن این سیستم بکارگرفته شده است. با هماهنگی صورت گرفته جلسات متعددی در ایران و ایتالیا برای این منظور برگزار شده است. هم اکنون نیز ارتباطات و مکاتباتی بین فعالان اقتصادی علاقه مند در جریان می باشد و طرفین در حال تبادل اطلاعات برای انجام امکانسنجی های لازمه جهت اجرایی کردن این مکانیسم هستند.

سفیر ایران در ایتالیا با بیان اینکه بر این باور هستیم که ابتکار عمل اصلی برای پیشبرد این امر در دست تجار و اتاق های بازرگانی مشترک می باشد و سفارت نیز از این ایده و راهکار حمایت کرده و خواهد کرد، گفت: اما دو مشکل اساسی در راه تحقق کامل این امر وجود دارد. یکی ضعف صادرات ایران به ایتالیا و ظرفیت لازم برای تولید منابع مالی جدید در این کشور و دیگری هماهنگی های داخلی در ایران برای تمرکز بر ایجاد این مکانیسم می باشد.

وی ادامه داد: برای رشد ظرفیت تهاتر و بهره برداری بهینه از این امکان انتظار داریم تجار و صادرکنندگان ایران به ایتالیا به این ابتکار پیوسته و ساختار قابل اتکایی ایجاد گردد. اتاق مشترک بازرگانی ایران و ایتالیا تلاش های مستمری در این خصوص دارد. روش های دیگری نیز در دست مطالعه و نهایی سازی می باشد که از طریق نهادهای مرتبط و اتاق های بازرگانی به اطلاع تجار خواهد رسید.بیات در پاسخ به این سوال که در بحث تحریم ها، اتحادیه اروپا بارها اعلام کرده بود که قصد کمک به ایران را دارد اما شاهد تغییراتی در این زمینه نبودیم.

در این راستا روابط ایران با اتحادیه اروپا را در آینده چگونه پیش بینی می کنید، عنوان کرد: تحریم های یکجانبه آمریکا بر علیه کشورمان یک واقعیت راهبردی را به خوبی برای کشورهای اروپایی و بویژه

ثبت سفارش فروش «سهام عدالت» در تمامی شعب بانک آینده

AYANDEH BANK
بانک آینده

تمامی شعب بانک آینده، سفارش فروش «سهام عدالت» مشتریان خود را دریافت و ثبت می کنند.بر این اساس، آن دسته از مشتریان بانک آینده که واجد شرایط بوده و خواهان فروش سهام عدالت خود باشند، می توانند درخواست خود را به یکی از شعب بانک آینده اعلام کنند. این مشتریان باید دارای سهام عدالت بوده و شماره شبای معرفی شده در برگه سهام عدالت آنها متعلق به بانک آینده باشد. شعب بانک آینده، در حال حاضر عاملیت شرکت کارگزاری بانک آینده را بر عهده دارند و به نیابت از کارگزاری، درخواست فروش سهام عدالت مشتریان این بانک را ثبت می کنند.بانک آینده امکان ثبت غیرحضوری و الکترونیکی سفارش فروش سهام عدالت را نیز برای ارائه خدمات مذکور به مشتریان عزیز، برای سهولت هر چه بیشتر، فراهم کرده است. مشتریان محترم بانک آینده، برای بهره مندی از خدمات الکترونیکی ثبت و سفارش فروش غیرحضوری سهام عدالت خود، می توانند به نشانی اینترنتی ir .edalat.ba۲۴ مراجعه نمایند.گفتنی است؛ مرکز ارتباط بانک آینده به شماره ۲۷۶۶۳۲۰۰-۰۲۱، به‌صورت شبانه‌روزی آماده پاسخ گویی به مشتریان محترم است.

امکان فروش غیرحضوری سهام عدالت در بانک سامان

بانک سامان امکان ثبت درخواست فروش سهام عدالت به‌صورت غیرحضوری و از طریق سایت این بانک را فراهم کرد.به گزارش سامان رسانه، با توجه به آغاز فرآیند فروش سهام عدالت از طریقه شبکه بانکی، بانک سامان نیز علاوه بر ارائه این خدمت در تمامی شعب خود، اقدام به راه‌اندازی سامانه‌ای برای ثبت این درخواست به‌صورت آنلاین کرد.بر این اساس تمام اشخاصی که شماره‌حساب آن‌ها در سامانه سهام عدالت مربوط به بانک سامان است و روش مستقیم مدیریت و آزادسازی سهام را انتخاب کرده‌اند، می‌توانند با مراجعه به سایت بانک سامان و انتخاب گزینه «سامانه سهام عدالت» که در زیرمجموعه خدمات غیرحضوری قرار گرفته، اقدام به ارائه درخواست فروش سهام خود به‌صورت آنلاین کنند.لازم به ذکر است که اولویت ثبت درخواست فروش در روش حضوری و یا غیرحضوری کاملا مشابه و یکسان بوده و هیچ‌کدام از روش‌های یادشده مزیتی بر دیگری ندارد.گفتنی است، وجوه مربوط به فروش سهام عدالت پس از تکمیل فرآیند به‌صورت مکانیزه به حساب متقاضیان واریز خواهد شد و متقاضیان نیازی به مراجعه مستقیم به شعب برای دریافت این وجوه ندارند.متقاضیان برای دریافت اطلاعات بیشتر می‌توانند با مرکز سامان ارتباط با شماره ۰۲۱۶۴۲۲ تماس بگیرند.

۱۰هزار و ۵۰۰شغل جدید برکت در خراسان جنوبی

مدیرعامل بنیاد برکت ستاد اجرایی فرمان امام از راه‌اندازی ۱۰ هزار و ۵۰۰ شغل جدید در استان خراسان جنوبی خبر داد.امیرحسین مدنی در حاشیه بازدید از طرح‌های اشتغال‌زایی و پروژه‌های عمرانی برکت در شهرستان نهبندان با اعلام این خبر افزود: بنیاد برکت امسال راه‌اندازی ۳۵۰۰ طرح اشتغال‌زایی اجتماع‌محور را در استان خراسان جنوبی هدف‌گذاری کرده است که ایجاد کسب و کارهای خرد و خانگی برای ۱۰ هزار و ۵۰۰ نفر را در پی خواهد داشت. به گفته مدیرعامل بنیاد برکت، ۴۲۴ روستا و ۱۱ شهرستان نهبندان، سربیشه، بیرجند، درمیان، خوسف، طبس، قائنات، زیرکوه، بشرویه، فردوس و سرایان در استان خراسان جنوبی تحت پوشش فعالیت‌های اشتغال‌زایی و عمرانی این بنیاد قرار دارند.مدنی با اشاره به فعالیت ۲۸ مجری و تسهیل‌گر در استان خراسان جنوبی گفت: تا به امروز ۱۴۷۰ طرح اشتغال‌زایی برکت در مناطق محروم استان به بهره‌برداری رسیده که باعث فراهم آمدن ۴۴۱۰ شغل مستقیم و غیرمستقیم شده است.