

علی اسدی خفامی

**عصر اقتصاد** امروزه اهمیت برند و

برندسازی بیش از هر زمان دیگری گوشرد می‌شود. نشانه و اسمی که معرف تمام ویژگی‌های یک کالااست و تبلیغ آن انتقال اطلاعات درباره تمام این ویژگی‌ها را معنی می‌دهد. برندینگ و مارکتینگ، به حدی حازر اهمیت شده‌اند که از سال ۲۰۰۰ به این سو ۴ تئوری نو درباره آن‌ها مطرح شده که هرکدام از آن‌ها تکمیل کننده نظریه پیشین بوده‌اند. از سال ۲۰۱۶، بازاریابی دیجیتال و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی اهمیت فوق‌العاده‌ای برای افزایش سطح فروش یک بنگاه یافته و نقش خود را در برندینگ پررنگ کرده‌اند. اهمیت این شبکه‌ها در ارتباط مستقیم مردم با یکدیگر و با بنگه‌های تولید است، مساله‌ای که نقش هواداران در بازاریابی را به شدت افزایش می‌دهد. به دنبال این تحولات رویدادهای زیادی برای تبیین روش‌های نوین برندینگ و ترویج آن‌ها برگزار می‌شود، که چهارمین جشنواره ملی برند محبوب مصرف‌کنندگان نیز یکی از این رویدادهاست.

سالن همایش‌های صداوسیما در انتهای محوطه این سازمان عریض‌وطول قرار دارد و برای رسیدن به آن باید مسیری طولانی را طی کرد. ۲۰ دقیقه زمان لازم است تا از در سازمان در اتوبان چمران به سالن همایش‌ها رسید، و این مدت زمان برای از دست دادن بخشی از صحبت‌ها و سخنرانی‌ها کافی است. بنابراین برای رسیدن به جشنواره باید عجله کرد. جشنواره ملی برند محبوب در حال برگزاری بود و در آن جدای از نمایندگان برندهای مطرح ایران، چهره‌های سیاسی و اجتماعی مهمی حضور داشتند.

نایب رئیس کمیسیون صنعت و معدن مجلس شورای اسلامی، عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس، مشاور رئیس کل بانک مرکزی، و جمعی از چهره‌های علمی و دانشگاهی کشور که از قضا ارکان برگزاری جشنواره نیز هستند، از جمله حاضرین در مراسم بودند و این فرصت ارزنده‌ای بود برای شنیدن نقطه‌نظرها درباره برندینگ و کسب‌وکار.

**محیط کسب‌وکار را بهبود دهید**

به مراسم که رسیدم، غلامرضا کاظمی‌دینان مشغول سخناری بود. او که سمت مشاور بانک مرکزی را بر عهده دارد، درباره اهمیت ساختار سازمانی و محیط کسب‌وکار در شکل‌گیری یک برند سخن می‌راند و می‌گفت: « یکی از مهم‌ترین عوامل در تقویت برند یک سازمان، توجه به فرهنگ سازمانی وایجاد تعلق سازمانی بین کارمندان و سازمان است.»

او در توضیح نقطه نظر خود افزود: « کارمندان باید خود را در منافع و زیان سازمان شریک بدانند. مدیریت درست، تخصص در روابط عمومی، ایجاد حس مثبت نگری و زینبا اندیشی در کارکنان، تعریف شفاف انتظارات کارمندان و ارجاع به مدیریت، در اختیار گذاشتن ملزومات لازم برای کار به موقع و بجا، وجود

# انتقاد از موانع نهادینه شده بر سر تولید

در چهارمین جشنواره برندهای محبوب اتفاق افتاد



پیدا کرده و تبدیل به برند شود.»

**برند پتروشیمی با خصوصی سازی از بین رفت** اما جشنواره برند محبوب مصرف‌کنندگان چیست؟ این جشنواره قصد دارد تا هرساله با نظرسنجی مستقیم از مصرف‌کنندگان، که می‌توانند آرای خود به برندهای ثبت شده در جشنواره را از طریق سایت و یا ربات تلگرامی جشنواره به ثبت برسانند، محبوب‌ترین برندهای مصرف‌کنندگان ایرانی در گروه‌های مختلف کالایی و خدماتی به شناسایی و معرفی کنند، تا هم مردم را در مصرف کالاهای برتر یاری رسانند، و هم زمینه‌های تشویق تولیدکنندگان برای ارتقای سطح کیفی برندهای خود را فراهم آورد.

این جشنواره تاکنون چهار سال متوالی برگزار شده و مراسم پایانی آخرین دوره آن، که درواغ برای معرفی برندهای محبوب سال ۹۵ بود، روز ۳۰ ام فروردین سال ۱۳۹۶ به انجام رسید.

در این مراسم، هادی اسدی رئیس کمیته اجرایی جشنواره ملی برند محبوب ضمن ارائه گزارشی از عملکرد دوره های گذشته درباره این دوره گفت: «در چهارمین دوره نظرسنجی مردمی برند محبوب که از ۲۵ آذر الی ۲۵ بهمن سال ۱۳۹۵ برگزار گردید بیش از ۲۰۰۰ برند در ۱۴۷ گروه کالا و خدماتی نظرسنجی حضور داشتند و در نهایت این نظرسنجی گسترده مردمی با ثبت ۱۲۷۵۹۶ رای تایید شده از طرف مصرف کنندگان به ثبت رسید که این آراء، مبنای انتخاب و معرفی برندهای محبوب مصرف کنندگان در سال ۱۳۹۶ بوده است.»

همانطور که پیشتر گفته شد، غلامرضا کاظمی‌دینان نیز از جمله سخنرانان بود و از اهمیت محیط کسب‌وکار در برندینگ گفت.

پس از وی، مشاور عالی وزیر صنعت، معدن و تجارت پشت تریبون رفت و در تشریح اهمیت برند در بازاریاره جهانی، به بخش محصولات

پتروشیمی اشاره کرد و گفت: «همه محصولات پتروشیمی کشور تا سال‌ها با برند بازرگانی پتروشیمی در بازاریاره بین المللی عرضه می‌شد و جایگاهی ویژه برای خود باز کرده بود، اما با خصوصی شدن این شرکت و حضور شرکت‌های پتروشیمی دیگر در بازاریاره بین المللی، آن برند از بین رفت.»

مؤید صدرحسینی افزود: «با خصوصی شدن شرکت بازرگانی پتروشیمی، شرایطی پیش آمد که مجموعه‌های پتروشیمی به طور جداگانه محصولات خود را در بازاریاهای بین المللی عرضه کردند و حتی برای رقابت با یکدیگر، قیمت‌های خود را شکستند.»

**این جشنواره قصد دارد تا هرساله با نظرسنجی مستقیم از مصرف کنندگان، که می‌توانند آرای خود به برندهای ثبت شده در جشنواره را از طریق سایت و یا ربات تلگرامی به برندهای مصرف‌کنندگان ایرانی در گروه‌های مختلف کالایی و خدماتی به شناسایی و معرفی کنند، تا هم مردم را در مصرف کالاهای برتر یاری رسانند، و هم زمینه‌های تشویق تولید کنندگان برای ارتقای سطح کیفی برندهای خود را فراهم آورد**

**شرایط رقابت برابر نیست**

از دیگر کسانی که در همایش به پشت تریبون رفت، عبدالرضا مصری نماینده مردم کرمانشاه و عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی بود. او در سخناری خود از شرایط کنونی و قوانین و مقررات مربوط به بخش تولید انتقاد کرده و سخنان خود را با طرح این سوال آغاز کرد که «آیا در کشور ما شرایط برای تولیدکنندگان داخلی و خارجی یکسان است؟»

مصری گفت: «اکنون تولیدکننده ایرانی تسهیلاتی با نرخ سود ۲۵ درصد دریافت می‌کند؛ در حال که تولیدکنندگان کشورهای همسایه، از تسهیلاتی با نرخ‌های سود یک تا سه درصد برخوردارند. رتبه ایران در فضای کسب و کار نامناسب است؛ روند دریافت مجوزها و آغاز به کار برای واحدهای تولیدی داخلی نیز سهل و آسان نیست.»

شمار زیاد کارکنان دولت، موجب طولانی شدن مراحل اداری می‌شود؛ اکنون دولت آمریکا ۸۰۰ هزار، دولت ژاپن ۳۵۰ هزار، دانمارک هشت هزار و دولت ایران سه میلیون نفر کارمند دارد.»

مصری موضوع قاچاق کالا و ارز را از دیگر مشکلات تولیدکنندگان داخلی عنوان کرد و گفت: «بر اساس آمارها سالانه ۲۵ میلیارد دلار کالای قاچاق به کشور وارد می‌شود.»

پس از مصری، نوبت به داریوش اسماعیلی نایب رئیس کمیسیون صنعت مجلس شورای اسلامی رسید تا ایراد سخن کند. اسماعیلی نیز مانند مصری به موضوع موانع تولید در ایران پرداخت و به تولیدکنندگان وعده داد تا شنونده معضلات و گلایه‌های آن‌ها برای طرح در مجلس باشد. او مشکلات و موانع تولید را در اقتصاد کشور نهادینه شده دانست و ادعای تعلق آن‌ها به یک دولت خاص را رد کرد، هرچند از انتقاد نیز باز ننشست و خواهان افزایش سیاست‌های حمایتی از تولید شد.

هواداران از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند در ادامه محمود محمدیان رئیس کمیته علمی جشنواره نیز با بیان این نکته که حساسیت و اهمیت برندینگ در کشور در سطح گفتمان ایجاد شده است ادامه داد: «خوشبختانه اهمیت برندینگ عاطفی و در راس آن محبوبیت برند در کشور در حال افزایش است. در میان شاخصه ها و معیارهای متعدد برای اولویت‌بندی برندها، شاخصه محبوبیت برند از اهمیت بسیار ویژه ای برخوردار است،چرا که در آن برندهای مشروعبیت حقیقی خود را از مردم می‌گیرند.»

محمد ناطق، رئیس شورای سیاستگذاری جشنواره نیز به تبیین نقش و جایگاه ویژه مصرف کنندگان به عنوان هواداران مردمی برندها پرداخته و ضمن تاکید بر اهمیت توجه ویژه به آنها در برنامه های اطلاع رسانی برندها، پیشنهاداتی برای توسعه ارتباط برندها با هوادارانشان در قالب باشگاه هواداری برندها ارائه کرد. او همچنین به معرفی برنامه‌های دیرخانه جشنواره را در جهت ارتقای بیشتر جایگاه برندهای محبوب در جامعه و ایجاد زمینه توجه بیشتر مصرف کنندگان به این شاخص به عنوان یک معیار مهم تصمیم‌گیری در خرید پرداخت.

در انتهای مراسم، نوبت به معرفی برندهای محبوب در ۱۰ گروه مختلف تعیین شده و تقدیر از نمایندگان این برندها با اعطای لوح‌های سیمین وزین رسید. در این جشنواره همچنین از تعدادی از هواداران برندها که به قید قرعه از میان کسانی که در نظرسنجی برند برتر شرکت کرده بودند، با اعطای جوایز نفیسی از سوی جشنواره و برندها قدردانی به عمل آمد.

## سناریوی نخ نمای ایجاد ترس در قشر ضعیف و کارگر

شد و در سال ۶۸ نیز تنها ۱۹ هزار دستگاه تولید وجود داشت اما تولید ماشین لباسشویی در پایان سال ۹۵ به ۸۳۰ هزار دستگاه رسید، در حالی که در ابتدای کار دولت دکتر روحانی ۷۶۰ هزار دستگاه بود.

ظرفیت تولید دارو که در سال ۵۷ رقم ۲۷٫۲ میلیارد عددی را نشان می داد در ابتدای کار دولت یازدهم روی عدد ۵۴٫۳ میلیارد عدد قرار گرفت و تنها در سه سال این ظرفیت به ۶۰ میلیارد عدد در سال رسید.

ظرفیت تولید پودر شوینده طی ۴ سال فعالیت دولت یازدهم از یک میلیون ۲۸۴ هزار تن به ۱۱ میلیون و ۷۴ هزار تن رسید.

حال باید دید این آمار آیا نگاه تاریک برخی را روشن خواهد کرد یا نه اما اگر باز هم نیاز به توضیح و شفافیت دارند به دلایل کاهش تولید و تعطیل شدن مقطعی خط تولید کارخانجات و واحدهای تولیدی می پردازیم.

کارخانجات بزرگ که مورد این اتهام «تعطیلی» قرار گرفتند اغلب دارای تاریخ فعالیت نزدیک به ۵۰ سال هستند. این موضوع به این معنی است که هر کارخانه طی سال های گذشته حداقل دوبار باید اورهال داشته باشد.

اورهال چیست؟
قطعات داخلی ماشین الات و تجهیزات کارخانجات به مرور زمان دچار پوسیدگی شده و در جریان تولید روزمره اختلال ایجاد می کند. مرور زمان باعث ایجاد کثیفی و یا گرفتگی در برخی قسمت ها شده و نتایج به پاکسازی یا تعویض قطعات دارد. درست مانند موتور خودرو که به مرور با الودگی ناشی از مواد روغنی و گرد و غبار نیاز به متورشویی دارد. بنابراین گل تجهیزات یک خط تولید طی یک مقطع زمانی مشخص از رده فعالیت خارج شده و بخش تاسیسات و پشتیبانی قسمت به قسمت این ماشین آلات سنگین را مورد بررسی و تعویض قطعات و تعمیرکاری قرار می دهند.

**روزنامه عصر اقتصاد**

مسئول صفحه: محمد صالحی

msalehi@asre-eqtasad.ir

# صنعت و معدن

شنبه ۱۲ اردیبهشت ۱۳۹۶ - سال چهاردهم - شماره ۳۶۵۲

## اخبار

## مصوبه حل مشکلات مالیاتی واحدهای کوچک و متوسط ابلاغ شد

**عصر اقتصاد** معاون اول رئیس جمهور تصویب نامه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی برای اعمال مساعدت در جهت مرتفع نمودن مشکلات مالیاتی واحدهای کوچک و متوسط را به وزارت امور اقتصادی و دارایی ابلاغ کرد. ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی این مصوبه در جلسه سی و دوم مورخ ۲۳ اسفند ماه ۱۳۹۵ به استناد مفاد مصوبه شماره ی ۵۲۴۴۲ ت/۸۵۰۰۱ ه مورخ ۱۳۹۴/۶/۳۱ هیات محترم وزیران و در راستای اجرای سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی، به منظور اعمال مساعدت در جهت مرتفع نمودن مشکلات مالیاتی واحدهای کوچک و متوسط را تصویب کرد. بر اساس این مصوبه مقرر شده است سازمان امور مالیاتی کشور در اجرای مقررات تبصره الحاقی به ماده ۲۹ نامه اجرایی ماده ۲۱۹ قانون مالیات های مستقیم ترتیبی اتخاذ نماید که مامورین مالیاتی ذریبط با ملحوظ قرار دادن اظهار نامه ها و صورت های مالی تسلیمی واحدهای مصوف و با اولویت قطعی نمودن مالیات بر اساس اظهار نامه تسلیمی، ضمن خودداری از صدور برگ تشخیص مالیاتی، برگ مالیات قطعی عملکرد سال ۹۴ آنان را صادر و ابلاغ نمایند.

همچنین در صورتی که امکان صدور برگ قطعی به شرح فوق میسر نباشد، مالیات عملکرد سال مزبور با رعایت مقررات تبصره ۲ ماده ۹۷ قانون مالیات های مستقیم مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۱۷ صرفاً از طریق رسیدگی به دفاتر، اسناد و مدارک آنان تعیین شود.

گزارش اقدامات بعمل آمده به طور ماهانه به همراه مستندات مربوط توسط سازمان امور مالیاتی کشور تهیه و از طریق وزارت امور اقتصادی و دارایی برای دبیرخانه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی ارسال گردد. این مصوبه را اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس جمهوری برای اجرا ابلاغ کرده است.

## قول نوبخت برای حذف عوارض گندله و سنگ آهن

نایب رئیس انجمن سنگ آهن از مذاکرات این انجمن با رئیس سازمان برنامه و بودجه جهت حل مشکل عوارض سنگ آهن و گندله خبر داد که با قول مساعد رئیس این سازمان همراه بود.

به گزارش ایسنا، بهرام شکوری با اشاره به وضعیت سنگ آهن در ماههای اخیر گفت: همان‌طور که از آمار مشخص است در چند سال گذشته قیمت کامودیتی کاهش یافته که در تمام حوزه‌های معدنی بوده، اما از اوایل سال گذشته شاهد رشد آرام قیمت سنگ آهن و ککس‌تازه بودیم که به نظر می‌رسد این روند در سال ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ ادامه داشته باشد و ما نا نسبت به آینده امیدوار نگه دارم.

وی ادامه داد: شاید در برخی مواقع موضوع کاهش قیمت‌هایی را داشته باشیم، ولی در کل چشم‌اندازی که از آینده سنگ آهن به دست آمده، چشم‌انداز روشنی است.

نایب رئیس انجمن سنگ آهن در ادامه با اشاره به برخی زمانبندی‌های اشتباه در تولید و توسعه واحدهای معدنی گفت: متأسفانه ما در ایران افرادی هستیم که عادت داریم در زمان رکود تولید را متوقف کنیم و در زمان رونق گنگ‌کنی کنیم که این عموماً به سود منجر نمی‌شود، ولی در حوزه سنگ آهن ما این عوارض را داریم که مانع از تولید و توسعه واحدهای معدنی در زمان رکود زد و سرمایه‌های لازم را تزریق کرده که در نهایت امروز در حال بهره‌مندی از سود آن هستیم و این نکته باید روشن شود که به هر حال آینده دنیا، آینده مواد معدنی است و باید زمانبندی و سرمایه‌گذاری درست روی آن انجام شود.

شکوری در ادامه با اشاره به موضوع حذف افزایش تعرفه‌ها در سال ۱۳۹۶ اظهار کرد: به هر حال حذف تعرفه‌ها می‌تواند به نفع مواد معدنی باشد، اما در حوزه دیگر در موضوع عوارض هفته گذشته با محمدباقر نوبخت – رئیس سازمان برنامه و بودجه – جلسه‌ای داشتیم که بسیار خوب و کارشناسی برگزار شد و از ایشان خواستیم تا از عوارض بر روی برخی محصولات معدنی را کاهش یا حذف کند، چرا که می‌تواند به حوزه تولید صدمه وارد کند. وی افزود: بعد از استدلال‌هایی که انجام شد و مشکلات به شکل منطقی مطرح شد، ایشان نیز قانع شدند و قول دادند که موضوع حذف عوارض سنگ آهن و ککس‌تازه را به شورای اقتصاد دولت ببرد و تأیید آن را دریافت کند.

## ۳۷ پروژه در دستور کار ایدرو در سال جاری است

**عصر اقتصاد** معاون وزیر و رئیس هیئت عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران گفت: ایدرو متعهد از حمایت از بخش خصوصی است و مشارکت بیشتر ایدرو در توسعه کشور در راستای ایجاد تولید و اشتغال جزو وظایف اصلی آن محسوب می‌شود.

منصور معظمی درگردهمایی مدیران و اعضای هیئت مدیره شرکت های تحت پوشش ایدرو به‌منظور تبیین اولویت های کاری سال ۹۶ با اشاره به نام گذاری اسمال با عنوان اقتصاد مقاومتی، تولید – اشتغال گفت: سال ۹۵ علیرغم همه نامالیامات و سختی ها سال خوبی بود و شاخص های اقتصادی نشان می دهد کشور به سمت ثبات می رود و برگشت به نقش گرای در کشور رو به گسترش است. رئیس هیئت عامل ایدرو تأکید کرد: مجموعه برنامه های ایدرو در سال ۱۳۹۶ در قالب ۳۷ پروژه با میزان سرمایه ۲ هزار میلیارد تومانی تعیین شده است. وی افزود: این میزان سرمایه گذاری اشتغال ۸ هزار نفری را به دنبال خواهد داشت که در راستای اقتصاد مقاومتی است.

معظمی با بیان اینکه این میزان پروژه، حجم کار سنگینی را طلب می کند، گفت: کشور و مقامات کشور از ایدرو انتظار دارند محقق‌کننده بخشی از فرمایش های مقام معظم رهبری باشد. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به نقش حمایتی ایدرو از بخش خصوصی خاطر نشان کرد: حجم زیاد کار و ایجاد تعهد برای ایدرو و مشارکت بیشتر برای توسعه کشور با توجه به وظایف ایدرو است. رئیس هیئت عامل ایدرو با اشاره به اینکه اگر امروز هر کجا رد پای صنعت بزرگ در کشور دیده می شود، ایدرو حضور داشته است گفت: رجعت به مأموریت های اصلی ایدرو وظیفه ما است و امیدواریم دوباره زمانی برسد که حدود ۱۰ میلیارد دلار حجم پروژه های ایدرو باشد.