

مقابله با قاچاق کالا، ضرورتی برای حمایت از تولید و توسعه اقتصادی مناطق آزاد و ویژه است



دبیر شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی با تأکید بر ضرورت هم‌افزایی دستگاه‌های اجرایی در مقابله با قاچاق کالا و ارز گفت: قاچاق کالا علاوه بر آسیب به اقتصاد کشور، فعالیت واحدهای تولیدی و روند توسعه اقتصادی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی را با چالش مواجه می‌کند و مقابله مؤثر با این پدیده نیازمند همکاری و هماهنگی همه دستگاه‌های مسئول است.

به گزارش اقتصادسراسر آمد، حسین فروزان در نشست شورای معاونین دبیرخانه و مدیران عامل سازمان‌های مناطق آزاد و ویژه اقتصادی که با حضور حبیب‌الله حقیقی، نماینده ویژه رئیس‌جمهور و رئیس ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز برگزار شد، ضمن قدردانی از حضور وی و هیئت همراه، اظهار داشت: برگزاری این نشست فرصتی ارزشمند برای تبادل تجربیات، بررسی مشکلات و چالش‌های موجود در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی و دستیابی به راهکارهای مشترک برای تسهیل فعالیت‌های اقتصادی و مقابله با قاچاق کالا و ارز است.

فروزان با اشاره به حضور مدیران عامل سازمان‌های مناطق آزاد و ویژه اقتصادی و نمایندگان بخش خصوصی در این نشست افزود: تلاش کردیم با دعوت از مدیران مناطق و فعالان اقتصادی، زمینه‌ای فراهم شود تا مسائل و مشکلات موجود به‌صورت مستقیم مطرح شده و از تجربیات و دیدگاه‌های مسئولان ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز برای رفع موانع و بهبود فرآیندهای اجرایی استفاده شود.

وی با تأکید بر اشتراک اهداف دبیرخانه و ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز تصریح کرد: همه ما در مسیر تحقق یک هدف مشترک حرکت می‌کنیم و آن، صیانت از اقتصاد ملی، حمایت از تولید و فراهم‌سازی بستر مناسب برای توسعه فعالیت‌های اقتصادی است. قاچاق کالا پیش از هر چیز به تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی آسیب می‌زند و می‌تواند زمینه تضعیف واحدهای تولیدی و کاهش ظرفیت‌های توسعه‌ای مناطق را فراهم کند.

دبیر شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی ادامه داد: از این منظر، مدیران مناطق آزاد و ویژه اقتصادی نیز مقابله با قاچاق کالا را در راستای حمایت از تولید، صیانت از سرمایه‌گذاری و تقویت اقتصاد کشور می‌دانند و ضروری است با هماهنگی و تعامل بیشتر، ضمن تسهیل فعالیت‌های قانونی، از شکل‌گیری مسیرهای غیررسمی و آسیب‌زا جلوگیری شود. فروزان در ادامه به موضوع تعیین تکلیف نحوه وادرات برخی کالاها و مشکلات مرتبط با فرآیندهای تجاری اشاره کرد و گفت: باید با بهره‌گیری از ظرفیت‌های قانونی مناطق آزاد، راهکارهایی برای مدیریت و تعیین تکلیف رویه واردات کالاهای مورد نیاز و مواد اولیه تولید اتخاذ شود تا ضمن حفظ حقوق صاحبان کالا، از تحمیل هزینه‌های اضافی و خروج منافع اقتصادی از کشور جلوگیری شود.

یک کارشناس اقتصادی مناطق آزاد تجاری نوشت:

موانع و الزامات اجرایی توسعه اقتصادی مناطق آزاد ایران

از نقش آفرینی صنایع خلاق تا مالکیت فکری و حقوق تجاری



وجه مشترک این تجربه‌ها، برنامه مشخص، زیرساخت دیجیتال، دسترسی به سرمایه، حمایت حقوقی و اتصال تولیدکننده به بازار جهانی است؛ نه صرفاً برگزاری رویدادهای مقطعی

اروند: دروازه همکاری با عراق

منطقه آزاد اروند، به دلیل همجواری با عراق و پیوندهای تاریخی و اجتماعی با جنوب این کشور، ظرفیت مناسبی برای همکاری‌های خلاق دارد. بازار عراق با جمعیتی بیش از ۴۰ میلیون نفر و نیاز به خدمات رسانه‌ای، تبلیغاتی، گردشگری و طراحی، می‌تواند یکی از بازارهای اولویت‌دار باشد.

تولید محتوای دیجیتال دوزبانه، توسعه گردشگری فرهنگی میان آبادان، خرمشهر و شهرهای جنوبی عراق، طراحی محصولات متناسب با بازار عراق، همکاری‌های رسانه‌ای و تجاری‌سازی صنایع دستی از جمله فرصت‌های قابل بررسی هستند. بازارهای مشترک صنایع خلاق، مرکز خدمات صادراتی و شتاب‌دهنده مشترک ایرانی -عراقی نیز می‌تواند این ظرفیت‌ها را به پروژه‌های اقتصادی تبدیل کند.

چابهار؛ پیوند با بازارهای جنوب و شرق

چابهار با موقعیت راهبردی در دریای عمان و ارتباط با پاکستان، هند و آسیای مرکزی، ظرفیت توسعه صنایع دستی، طراحی بومی، گردشگری ساحلی و خدمات محتوایی مرتبط با تجارت منطقه‌ای را دارد.

این تقسیم کار منطقه‌ای می‌تواند از رقابت تکراری میان مناطق آزاد جلوگیری کند و هر منطقه را به یک خوشه تخصصی تبدیل سازد. نزدیکی جغرافیایی به تنهایی موفقیت را تضمین نمی‌کند. شناخت سلیقه مصرف‌کنندگان، مقررات بازار هدف، شیوه‌های توزیع، قبال الزامات تجاری، پیش‌شرط ورود مؤثر به بازارهای منطقه‌ای است.

مناطق آزاد باید همکاری میان بخش

سرمایه‌گذاری مشترک، توسعه بازار و خلق ارزش افزوده منجر شوند. تجربه کره جنوبی نشان می‌دهد پیوند سیاست فرهنگی، حمایت از تولید محتوا و دیپلماسی اقتصادی چگونه می‌تواند صادرات موسیقی، سریال، بازی و محصولات سبک زندگی را تقویت کند. موج کره‌ای همچنین تقاضا برای گردشگری، آموزش زبان، مد و کالاهای مصرفی مرتبط را افزایش داده است. ایران نیز از نظر تنوع میراث فرهنگی، صنایع دستی، جاذبه‌های طبیعی و نیروی انسانی جوان در حوزه‌های هنری و دیجیتال ظرفیت بالایی دارد. باین حال، سهم این ظرفیت‌ها در صادرات رسمی و زنجیره‌های جهانی ارزش همچنان محدود است. تبدیل این توانمندی‌ها به مزیت اقتصادی، به شناخت حرفه‌ای بازار، حمایت از کسب‌وکارهای خلاق، بازاربایی دیجیتال، تسهیل سرمایه‌گذاری و حفاظت از مالکیت فکری نیاز دارد.

نمونه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی

تجربه مناطق آزاد و ویژه در جهان نشان می‌دهد که صنایع خلاق زمانی رشد می‌کنند که به زیرساخت، سرمایه، آموزش و بازار جهانی دسترسی داشته باشند.

منطقه آزاد جبل‌علی در امارات، در کنار نقش لجستیکی، از شبکه‌های رسانه‌ای، نمایشگاهی و تجاری دبی بهره می‌برد. همین پیوند، دبی را به مرکزی برای طراحی، تبلیغات، تولید محتوا و رویدادهای بین‌المللی تبدیل کرده است.

در چین، مناطق خلاق شهری در شنژن و شانگهای با اتصال دانشگاه‌ها، شرکت‌های فناوری، استودیوهای طراحی و سرمایه‌گذاران، به توسعه برندهای فرهنگی و دیجیتال کمک کرده‌اند. در بریتانیا نیز خوشه‌های خلاق لندن و منچستر با تمرکز شرکت‌های کوچک، مراکز آموزشی، شتاب‌دهنده‌ها و نهادهای مالی، اشتغال و صادرات خدمات خلاق را افزایش داده‌اند.

گروه اقتصاد - کمال ابراهیمی

کاوری، کارشناس اقتصادی مناطق آزاد تجاری - اقتصاد جهانی از الگوهای سنتی خلق ثروت فاصله گرفته است. امروز مزیت رقابتی کشورها فقط با منابع طبیعی، حجم تولید یا صادرات کالا سنجیده نمی‌شود؛ خلاقیت، فناوری، هویت فرهنگی و توان تجاری‌سازی ایده‌ها نیز نقش تعیین‌کننده دارند. بر اساس گزارش‌های آنتکاد، تجارت جهانی کالاها و خدمات خلاق در دو دهه اخیر رشد چشمگیری داشته است. یونسکو نیز صنایع فرهنگی و خلاق را از پیش‌شران‌های اشتغال جوانان، تنوع اقتصادی و توسعه پایدار می‌داند. به گزارش اقتصاد سراسر آمد - در چنین شرایطی، صنایع خلاق می‌توانند نقش مناطق آزاد ایران را در اقتصاد منطقه‌ای و جهانی بازتعریف کنند. این صنایع، از صنایع دستی و طراحی تا گردشگری فرهنگی، تولید محتوای دیجیتال، انیمیشن و بازی‌های رایانه‌ای، به نیروی انسانی ماهر، ایده‌برند و شبکه توزیع متکی‌اند و با سرمایه اولیه کمتر، ارزش افزوده بالایی ایجاد می‌کنند.

فرصت‌های دیپلماسی صنایع خلاق

مناطق آزاد برای تحقق مأموریت توسعه‌ای خود باید در کنار تسهیل تجارت کالا و جذب سرمایه‌گذاری، به حوزه‌های نوین ارزش‌آفرینی نیز توجه کنند. مشوق‌های گمرکی، معافیت‌های مالیاتی و موقعیت جغرافیایی همچنان مهم‌اند، اما به تنهایی مزیت رقابتی پایدار ایجاد نمی‌کنند.

«دیپلماسی صنایع خلاق» فراتر از برگزاری نمایشگاه‌ها و رویدادهای فرهنگی است. این رویکرد از ظرفیت‌های فرهنگی، هنری و فناوریانه برای توسعه روابط اقتصادی، شناسایی بازارهای جدید، شکل‌دهی به همکاری‌های مشترک و افزایش صادرات محصولات و خدمات خلاق استفاده می‌کند. موفقیت آن زمانی معنا دارد که تعاملات فرهنگی به قراردادهای تجاری،

خصوصی، دانشگاه‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، اتاق‌های بازرگانی و فعالان فرهنگی را تقویت کنند. ایجاد صندوق‌های کوچک سرمایه‌گذاری، فضاهای کار اشتراکی، آزمایشگاه‌های تولید محتوا، مراکز آموزش صادرات و خدمات مشترک حقوقی و برندینگ نیز می‌تواند هزینه ورود بنگاه‌های کوچک به بازارهای خارجی را کاهش دهد.

مالکیت فکری و حقوق تجاری

ضعف در ثبت و حفاظت از مالکیت فکری یکی از موانع اصلی است. بدون ثبت برند، قراردادهای روشن، رعایت حق مؤلف و سازوکار مقابله با کپی‌برداری، تولیدکنندگان ایرانی نمی‌توانند ارزش اقتصادی آثار خود در بازارهای بین‌المللی دفاع کنند.

پرداخت، داده و هماهنگی نهادی

محدودیت‌های پرداخت بین‌المللی، ضعف داده‌های بازار، نبود نظام آماری منسجم برای صادرات خدمات خلاق و پرآکنندگی نهادهای تصمیم‌گیر نیز چالش‌های مهمی هستند. ایجاد دفاتر تخصصی مالکیت فکری، خدمات مشاوره صادرات، پایگاه داده بازارهای هدف و سازوکارهای تسویه مالی قانونی می‌تواند بخشی از این مشکلات را کاهش دهد.

نقشه راه پیشنهادی

هر منطقه آزاد باید بر اساس مزیت‌های بومی خود، نقشه راه مشخصی برای توسعه صنایع خلاق تدوین کند. این نقشه راه باید بازارهای هدف، رشته‌های اولویت‌دار، شیوه حمایت از بنگاه‌ها و شاخص‌های ارزیابی عملکرد را تعیین کند.

معیار موفقیت نباید فقط تعداد رویدادها و نمایشگاه‌ها باشد. میزان صادرات محصولات و خدمات خلاق، ارزش قراردادهای بین‌المللی، سرمایه‌گذاری مشترک و اشتغال تخصصی، شاخص‌های دقیق‌تری هستند. می‌توان برای یک دوره پنج‌ساله، اهدافی مانند افزایش شرکت‌های خلاق صادرات‌گرا، رشد قراردادهای خدمات دیجیتال، افزایش گردشگران فرهنگی و ایجاد برندهای مشترک منطقه‌ای تعیین کرد. انتشار گزارش سالانه عملکرد نیز به شفافیت، پاسخ‌گویی و اصلاح سیاست‌ها کمک می‌کند.

آینده مناطق آزاد ایران فقط به حجم مبادلات تجاری و میزان جذب سرمایه وابسته نیست؛ توانایی شناسایی مزیت‌های تازه اقتصاد جهانی نیز اهمیت دارد. دیپلماسی صنایع خلاق می‌تواند میان فرهنگ و تجارت، استعدادهای انسانی و بازارهای بین‌المللی و ظرفیت‌های محلی و اقتصاد دیجیتال پیوند ایجاد کند.

تجربه کره جنوبی، امارات، بریتانیا و چین نشان می‌دهد فرهنگ زمانی به قدرت اقتصادی تبدیل می‌شود که با فناوری، مدیریت حرفه‌ای، سرمایه‌گذاری، برندینگ و دسترسی به بازار همراه باشد. اکنون زمان آن رسیده است که مناطق آزاد ایران، در کنار نقش سنتی خود در تسهیل تجارت و تولید، به سکوهایی برای توسعه صادرات خلاق، جذب سرمایه‌گذاری دانش‌محور و گسترش همکاری‌های اقتصادی منطقه‌ای تبدیل شوند. تحقق این هدف به نگاه راهبردی مدیران، مشارکت واقعی بخش خصوصی و پیوند دادن خلاقیت با زنجیره ارزش اقتصادی نیاز دارد. در این صورت، صنایع خلاق می‌توانند از حوزه‌ای فرهنگی به یکی از پایه‌های تنوع‌بخشی اقتصاد، اشتغال جوانان و نفوذ اقتصادی ایران در بازارهای منطقه‌ای تبدیل شوند.