



آرین آفاق

ماهنامه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز



فهرست

| | |
|----|---|
| ۲ | سخن ماه |
| ۳ | کمیسیون بانک و بیمه |
| ۵ | گزارش تجارت خارجی گمرکات استان خوزستان در سال ۱۳۹۲ |
| ۶ | نگاهی به چالش های صادرات با تسهیل و بازنگری در قوانین |
| ۸ | مصاحبه با محسن جلال پور |
| ۱۰ | هنر و فن مذاکره (دکتر احمد روستا) |
| ۱۴ | مصاحبه با مظفر علیخانی |
| ۱۶ | مصاحبه با رحیم جلیلی |
| ۱۹ | عکاسخانه اتاق |
| ۲۰ | مصاحبه با دکتر مهرزاد طباطبایی |
| ۲۳ | آمار صدور کارت بازرگانی و گواهی مید اردیبهشت |
| ۲۴ | چرا بانک ها مالیات نمی دهند؟ |
| ۲۶ | شعر خلیج فارس |
| ۲۷ | کارتون |
| ۲۸ | تشکل های اقتصادی وابسته به اتاق اهواز |
| ۲۹ | آیین نامه اجرایی تأسیس شعبه تشکلهای تولیدی، بازرگانی |
| ۳۰ | اخبار اردیبهشت |
| ۵۱ | خودکفایی در تولید شکر، از رویا تا واقعیت! |
| ۵۲ | مصاحبه با دکتر پرویز درگی |
| ۵۶ | چگونه خلاقیت خفته را بیدار کنیم؟ |
| ۵۸ | داستان های مدیریتی |
| ۶۰ | آغاز فاز پایانی ساختمان اتاق اهواز |

صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی اهواز

مدیر مسئول: عبدالرحمان سلیمانی مقدم

سر دبیر: داریوش امامی

همکاران تحریریه: مجتبی گهستونی، مهدی جباری،

سیده فرخنده جلالی پیر بویری، کامران حسین پور

مدیر هنری و طرح جلد: ارسلان پور حلاجی

صفحه آرایی: مهشاد حافظی

سازمان آگهی ها: کانون تبلیغاتی فارابی ۰۶۱۱-۲۲۰۲۵۸۰

تدوین، تنظیم، طراحی و چاپ: کانون تبلیغاتی فارابی

آدرس: اهواز، امانیه، خیابان لقمان، نبش سقراط، پلاک ۱۰

تلفن نشریه: ۰۶۱۱-۳۳۳۶۵۰۳

شماره پیامک: ۱۰۰۰۶۱۳۳۳۲۹۰۰

وبسایت: www.ahvazccim.com

پست الکترونیک: info@ahvazccim.com

مطالب لزوماً نظر اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز نیست.

تحریریه در ویرایش مطالب آزاد است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به اتاق اهواز بوده و هر گونه کپی

برداری از آن پیگرد قانونی دارد.

نقل مطلب با ذکر ماخذ بلامانع است.

مطالب دریافتی مسترد نمی شود.



داریوش امامی
سر دبیر

قانونی کوچک با رویکردی بزرگ

یکی از شعارهای اقتصادی دولت تدبیر و امید هم قبل از انتخابات ریاست جمهوری و هم بعد از انتخاب جناب آقای دکتر روحانی بعنوان رئیس جمهور؛ اجراء قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار بود و هست و بسیاری از فعالان اقتصادی خسته از ناهماهنگی های اداری را خوشحال کرد و صد البته با انتخاب آقای دکتر نهاوندیان به سمت ریاست دفتر جناب آقای روحانی بخشی از این شعار جامه عمل بخود پوشید و ...

اما این قانون چیست و چه حکمتی دارد که این همه امیدواری ایجاد نموده است. این قانون آذر ۱۳۹۰ به تصویب مجلس شورای اسلامی و سپس اسفند ۱۳۹۰ به تأیید شورای نگهبان رسیده است. این قانون دارای ۲۹ ماده و ۱۹ تبصره است و روح این قانون تماماً ایجاد و بهبود شرایط کسب و کار است. ۱۷ ماده و تبصره از این قانون بصورت مستقیم و غیر مستقیم دستگاه ها و سازمانهای دولتی و وابسته به دولت را مکلف و موظف نموده که در تدوین و اصلاح امور مرتبط نظر اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی را بعنوان پارلمان بخش خصوصی در نظر گرفته شده و نسبت به بهبود شرایط اقدام نمایند. و اما مهمترین بند این قانون تبصره ماده ۱۳ است که تصریح نموده شورایی به ریاست استاندار و دبیری رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی مرکز استان و عضویت تعدادی از مدیران اجرایی، تعدادی از نمایندگان مردم در مجلس شورای اسلامی، بالاترین مراجع قوه قضائیه در استان و تعدادی از نخبگان اقتصادی بخش خصوصی در استان ها تشکیل و پیرامون مسائل و مشکلات حوزه های مختلف اقتصادی بخش خصوصی به همراه راهکارهای عملی بحث و بررسی و متناسب با موقعیت منطقه ای تصمیمات لازم اتخاذ نمایند. بنظر می رسد قانونگذار با تصویب این قانون راه را برای حضور و ظهور نخبگان بخش خصوصی و همراهی آنان را در کنار مسئولان دولتی فراهم نموده و شکاف فکری و دیدگاهی قانون گذار، مجری قانون و ناظر قانونی (نمایندگان مردم) و فعالین اقتصادی را کم کرده است. کارکرد این شورا هم کشوری و هم استانی است و هر استانی به میزان فعالیت خود از این ظرفیت ایجاد شده بهره مند خواهد شد. خوشبختانه در شرایط فعلی ما شاهد حضور یکی از فرزندان خوشنام و تلاشگر استان در مصدر استانداری خوزستان هستیم و به همین جهت هم امیدواری بیشتر و هم توقع بیشتر از این شورا خواهیم داشت. جادارد همه مسئولان دولتی، نمایندگان محترم مردم در مجلس شورای اسلامی و همه نخبگان بخش خصوصی بویژه مسئولان تشکل های اقتصادی همچنین رسانه های گروهی به این ظرفیت کم نظیر نگاهی مجدد داشته باشند تا یکی از راهکارهای توسعه اقتصادی استان را در لابلای کلمات و جملات این قانون بهتر لمس کنند و بدینوسیله موجبات توسعه همه جانبه استان را فراهم نمایند.



در کمیسیون بانک و بیمه اتاق بازرگانی اهواز مطرح شد:

بررسی مشکلات کمیسیونهای حل اختلاف مالیاتی و تاکید بر تسلیم اظهارنامه در موعد مقرر



صادق چپگانی: هدف از برگزاری کمیسیون بانک و بیمه ایجاد تعامل با ادارات و بانک ها و سازمان هایی است که فعالین اقتصادی با آنها در ارتباط هستند.

ها خواست مشکلات و راه حل های پیشنهادی خود را به دبیر خانه این شورا که در محل اتاق بازرگانی اهواز است ارائه دهند تا ضمن بررسی در دبیرخانه، این مشکلات از طریق شورای گفتگوی استان پیگیری شود. خواجه احمد عطاری نیز با تأکید بر اهمیت مالیات و نقش آن در توسعه شهرها و بهبود خدمات در کشور، مالیات را یک درآمد پاک ارزیابی کرده و از فعالین اقتصادی بعنوان بخشی از جامعه، خواستار پرداخت مالیات در جهت دستیابی به اهداف توسعه ای کشور شد. همچنین تسلیم اظهارنامه مالیاتی را بر اساس تبصره ۲ ماده ۱۱۹ قانون برنامه پنجم توسعه کشور ضروری دانست و شرط استفاده از معافیت مالیاتی صادرکنندگان را تسلیم اظهارنامه در موعد مقرر به سازمان امور مالیاتی کشور عنوان کرد. وی همچنین به دریافت کد اقتصادی بر اساس ماده ۱۶۹ مکرر قانون برنامه پنجم توسعه کشور اشاره کرد. و از اجرایی شدن سیستم یکپارچه مالیاتی در صورت تکمیل اطلاعات در چند ماه آینده خبر داد. وی از فعالین اقتصادی خواست در صورتی که برای دریافت کد اقتصادی اقدام نکرده اند هر چه سریعتر اقدام کنند چرا که اظهار نامه اشخاص حقیقی و حقوقی که اظهارنامه را تسلیم سازمان می کنند در حالی که کد اقتصادی ندارند باطل خواهد بود، این موضوع در تیرماه مشخص خواهد شد. بعد از اجرای سیستم یکپارچه مالیات تمامی

جلسه برگزار شده کمیسیون در سال ۹۲ اداره کل بیمه ایران، سازمان تأمین اجتماعی، اداره کل امور مالیاتی استان و مدیریت شعب بانک سپه حضور داشتند و به دستور کارهای تشریح خدمات بیمه ای بویژه بیمه های بازرگانی، شرح وظایف کارفرمایان در برابر سازمان تأمین اجتماعی، آشنایی با قانون مالیات بر ارزش افزوده و تشریح خدمات قابل ارائه بانک سپه پرداخته شد. همچنین در طول سال ۹۲ دو کارگاه آموزشی با موضوع آشنایی با مقررات و نحوه تنظیم و ارائه اظهارنامه مالیاتی در خرداد و تیر و یک کارگاه آموزشی با موضوع شرح وظایف کارفرمایان در برابر سازمان تأمین اجتماعی در مهر برگزار شد.

حسین نژادیان معاونت سازمان صنعت، معدن و تجارت مسائل و مشکلات مالیاتی صادرکنندگان خرما را معضل بزرگی برای یکی از مهم ترین بخش های صادراتی استان عنوان کرد و خواستار همکاری در این زمینه شد. وی افزود: خرما یکی از بخش های مهم اقتصادی استان است که در حال حاضر فعالان این رشته با مشکلات فراوانی دست و پنجه نرم می کنند و بر طرف شدن این مشکلات کمک بزرگی به ایشان و همینطور اقتصاد استان خواهد نمود. کمک به صادرات یعنی کمک به اشتغال در واحدهای تولیدی، رفاه و گردش اقتصادی و از سازمان امور مالیاتی خواست نسبت به صادرکنندگان نگاه مساعد تری داشته باشد. حسن زاده مشاور عالی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز هم با اشاره به برگزاری شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی در استان و این که رئیس این شورا استاندار و دبیر آن رئیس اتاق بازرگانی اهواز است از اعضاء و انجمن

اولین جلسه سالجاری کمیسیون بانک و بیمه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز روز چهارشنبه سی و یکم اردیبهشت با حضور خواجه احمد عطاری معاونت مالیاتی اداره کل امور مالیاتی استان خوزستان و حیای نماینده هیأت حل اختلاف مالیاتی برگزار شد.

در این جلسه که نماینده سازمان صنعت، معدن و تجارت و جمعی از فعالین اقتصادی و انجمن های استان هم حضور داشتند، گزارش عملکرد کمیسیون بانک و بیمه در سال ۹۲، تشریح مسائل و مشکلات در ارتباط با کمیسیون های حل اختلاف مالیاتی در دستور کار کمیسیون قرار گرفت. صادق چپگانی ریاست جلسه ضمن خیر مقدم به حاضرین هدف از برگزاری کمیسیون های بانک و بیمه را ایجاد تعامل با ادارات، بانکها، و سازمان هایی دانست که فعالین اقتصادی با آنها در ارتباط هستند و برگزاری چنین جلساتی را از طریق ایجاد آگاهی در زمینه های مربوطه در جهت رفع مسائل و مشکلات ایشان تأثیرگذار عنوان کرد. وی ضمن اشاره به برگزاری شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی در استان خوزستان گفت: از آنجا که کمیسیونهای تخصصی اتاق نقش مشورتی دارند و قدرت اجرایی ندارند این شورا می تواند راهی برای طرح و حل مسائل استان باشد، به این صورت که تصمیمات و پیشنهادات این کمیسیون ضمن ارائه در آن شورا می تواند قابلیت اجرایی داشته باشد.

خانم قاسمی کارشناس کمیسیون بانک و بیمه به تشریح دستور کار اول جلسه پرداخت و گزارش عملکرد کمیسیون بانک و بیمه در سال ۹۲ را ارائه کرد. بر اساس این گزارش در طی چهار

فاکتورها متحدالشکل خواهد شد، همچنین در مواردی که فروشنده یا خریدار از ارائه کد اقتصادی امتناع ورزید شخص حقیقی یا حقوقی ضمن دریافت فرم امتناع از سازمان امور مالیاتی و تکمیل و ارائه آن به سازمان از پرداخت جریمه معاف خواهد شد، در غیر اینصورت خریدار و فروشنده ملزم به پرداخت جریمه خواهند شد. ایشان جهت تسهیل در ارائه اظهارنامه از اشخاص حقیقی و حقوقی خواست با مراجعه به دفاتر اسناد رسمی نسبت به دریافت امضای الکترونیکی اقدام کنند، وی افزود: با دریافت امضای الکترونیکی برای تسلیم اظهارنامه نیازی به مراجعه به سازمان نیست و امکان ارسال اظهارنامه از طریق الکترونیکی میسر خواهد شد. حیای انجام تکالیف قانونی و رعایت بخش نامه های مربوط به صادرات را برای فعالین اقتصادی بسیار مهم عنوان کرد. وی خواستار تسلیم دفاتر قانونی (درآمد، روزنامه، کل و حسب مورد درآمد و هزینه)، دریافت کد اقتصادی، تسلیم اظهارنامه، ارائه گزارش خرید فصلی بر اساس ماده ۱۲۱ قانون برنامه پنجم توسعه کشور و همچنین موارد مربوط به ارزش افزوده و دریافت مالیات بر ارزش افزوده هنگام فروش و پرداخت مالیات بر ارزش افزوده هنگام خرید کالا و خدمات شد. وی همچنین از فعالین اقتصادی خواست روزهای پایانی مهلت مقرر را برای تسلیم اظهارنامه اختصاص ندهند چرا که به دلیل الکترونیکی بودن ممکن است کاهش سرعت اینترنت مشکلاتی را بوجود آورد. عطاری معاونت مالیاتی اداره کل امور مالیاتی استان خوزستان گفت: کارشناسان آن اداره و معاونین مالیاتی آماده پاسخگویی و ارائه راهنمایی های لازم به مراجعین می باشند.

• قابل توجه فعالین اقتصادی

ماده ۱۶۹ مکرر قانون برنامه پنجم توسعه کشور

به سازمان امور مالیاتی کشور اجازه داده می شود برای اشخاص حقیقی و حقوقی کارت اقتصادی شامل شماره اقتصادی صادر کند. اشخاص حقیقی و حقوقی که حسب اعلام سازمان امور مالیاتی کشور موظف به اخذ کارت اقتصادی می شوند مکلف اند بر اساس دستورالعملی که توسط سازمان مزبور تهیه و اعلام می شود برای انجام دادن معاملات خود صورت حساب صادر و شماره اقتصادی مربوط را در صورت حسابها و فرمها و

اوراق مربوط درج نموده و فهرست معاملات خود را به سازمان امور مالیاتی کشور تسلیم کنند. عدم صدور صورت حساب یا عدم درج شماره اقتصادی خود و طرف معامله حسب مورد یا استفاده از شماره اقتصادی خود برای معاملات دیگران یا استفاده از شماره اقتصادی دیگران برای معاملات خود مشمول جریمه ای معادل ده درصد (۱۰ درصد) مبلغ مورد معامله ای که بدون رعایت ضوابط فوق انجام شده است خواهد بود. عدم ارائه فهرست معاملات انجام شده به سازمان امور مالیاتی کشور طبق دستورالعمل صادره مشمول جریمه ای معادل یک درصد (۱ درصد) معاملات که فهرست آنها ارائه نشده است خواهد بود. جرایم مذکور توسط اداره امور مالیاتی مربوط با رعایت مهلت مقرر در ماده (۱۵۷) این قانون مطالبه خواهد شد و مؤدی مکلف است ظرف سی روز از تاریخ ابلاغ برگ مطالبه نسبت به پرداخت آن اقدام کند. در غیر این صورت معترض شناخته شده و موضوع جهت رسیدگی و صدور رأی به هیأت حل اختلاف مالیاتی ارجاع خواهد شد. رأی هیأت مزبور قطعی و لازم الاجرا است. جریمه مذکور غیر قابل بخشش است و از طریق مقررات اجرایی موضوع این قانون قابل وصول خواهد بود.

تبصره ۱- استفاده کنندگان از شماره اقتصادی دیگران نسبت به مالیات بر درآمد و همچنین جرایم موضوع این ماده با اشخاصی که شماره اقتصادی آنان مورد استفاده قرار گرفته است مسئولیت تضامنی خواهند داشت.

تبصره ۲- در صورتی که طرفین معامله در معاملات خود از انجام دادن هر یک از تکالیف مقرر در این ماده خودداری نمایند، متضامناً مسئول خواهند بود و در مواردی که خریدار از ارائه شماره اقتصادی خودداری کند، چنانچه فروشنده مشخصات خریدار و موضوع معامله را ظرف مهلت یک ماه به سازمان امور مالیاتی کشور اعلام نماید مشمول جریمه تخلف فوق از این بابت نخواهد بود.

تبصره ۳- اشخاص حقوقی و صاحبان مشاغل موضوع بندهای (الف) و (ب) ماده (۹۵) این قانون مکلف به نگهداری صورت حسابهای مربوط به خریدهای خود در سال عملکرد و سال بعد از آن می باشند و در صورت درخواست مأموران مالیاتی باید به آنان ارائه دهند. در غیر این صورت مشمول جریمه ای معادل ده درصد (۱۰ درصد) صورت حساب های ارائه نشده خواهند بود.

ماده ۱۱۹ قانون برنامه پنجم توسعه کشور

دولت موظف است در راستای هدفمندسازی معافیت های مالیاتی و شفاف سازی حمایت های مالی اقدامات ذیل را به عمل آورد:

الف- جایگزینی سیاست اعتبار مالیاتی با نرخ صفر به جای معافیت های قانونی مالیاتی

ب- ثبت معافیت های مالیاتی مذکور به صورت جمعی - خرجی در قوانین بودجه سالانه

تبصره ۱- به اشخاص حقیقی و حقوقی مشمول معافیت های قانونی مذکور، مالیات تعلق نمی گیرد.

تبصره ۲- تسلیم اظهارنامه مالیاتی در موعد مقرر شرط برخورداری از هر گونه معافیت مالیاتی است. براساس تبصره ۲ ماده ۱۱۹ قانون برنامه پنجم تسلیم اظهارنامه مالیاتی در موعد مقرر شرط برخورداری از معافیت مالیاتی است.

ماده ۱۲۱ قانون برنامه پنجم توسعه کشور

به منظور شفافیت در مبادلات اقتصادی و تشخیص درآمدهای مؤدیان مالیاتی و مالیات بر ارزش افزوده، وزارت بازرگانی مکلف است با هماهنگی سازمان امور مالیاتی کشور و شورای اصناف کشور تا پایان سال دوم برنامه صاحبان مشاغل را براساس اولویت، ملزم به استفاده از سامانه های صندوق فروش (مکانیزه فروش) نماید. معادل هزینه های انجام شده بابت خرید، نصب و راه اندازی دستگاه سامانه صندوق فروش (مکانیزه فروش) توسط صاحبان مشاغل مذکور از درآمد مشمول مالیات مؤدیان مزبور (در اولین سال استفاده از سامانه های مذکور) قابل کسر است. عدم استفاده صاحبان مشاغل از سامانه صندوق فروش (مکانیزه فروش) در هر سال، موجب محرومیت از معافیت های مالیاتی مقرر در قانون برای سال مربوط می شود. سازمان امور مالیاتی موظف است به تدریج و براساس اولویت، آن دسته از صاحبان مشاغل که ملزم به استفاده از سامانه صندوق فروش (مکانیزه فروش) هستند را تعیین نماید و تا شهریور ماه هر سال از طریق اطلاع کتبی و رسمی به اتحادیه صنفی مربوطه و نیز درج در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار و روزنامه رسمی کشور اعلام و از ابتداء فروردین ماه سال بعد از آن اعمال نماید.

گزارش تجارت خارجی گمرکات استان خوزستان در سال ۱۳۹۲

تهیه و تنظیم: پریا قاسمی

حجم تجارت خارجی گمرکات استان خوزستان بر پایه آمار ستاد نظارت گمرکات خوزستان در سال ۹۲ به حدود ۱۳ میلیارد و ۷۲ میلیون دلار رسید که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل به میزان ۱۷ میلیارد و ۷۸۲ میلیون دلار در سال ۹۱، در سال ۹۲ تجارت خارجی استان با ۲۶ درصد کاهش مواجه شده است. صادرات کالاهای غیر نفتی گمرکات خوزستان در یکساله ۱۳۹۲ به وزن ۱۲ میلیون و ۳۷۸ هزار تن به ارزش ۴ میلیارد و ۱۴۹ میلیون دلار میباشد که نسبت به مدت مشابه سال گذشته به وزن ۱۰ میلیون و ۸۴۴ هزار تن به ارزش ۳ میلیارد و ۴۵۲ میلیون دلار، از نظر وزنی ۱۴ درصد و از نظر ارزشی نیز ۲۰ درصد افزایش داشته است. از لحاظ بررسی صادرات غیر نفتی در یکساله سال ۹۲ مقدار ۱۲ میلیون و ۳۷۹ هزار تن کالا به ارزش ۴ میلیارد و ۱۴۹ میلیون دلار به بازارهای خارجی صادر شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته، از لحاظ وزنی و ارزشی به ترتیب ۱۴ درصد و ۲۰ درصد افزایش داشته است. از لحاظ بررسی واردات مقدار ۱۳ میلیون و ۹۵۰ هزار تن کالا به ارزش ۸ میلیارد و ۹۲۲ میلیون دلار به استان وارد شده که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل به وزن ۱۷ میلیون و ۵۴۸ هزار تن به ارزش ۱۴ میلیارد و ۳۳۰ میلیون دلار از لحاظ وزن و ارزش به ترتیب به میزان ۲۱ و ۳۸ درصد با کاهش مواجه بوده است.

جدول شماره ۱- مقایسه صادرات غیر نفتی و واردات بر اساس عملکرد گمرکات استان خوزستان طی سال های ۹۲-۹۱

| درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۱ | | فعالیت تجاری |
|--------------|-----|----------|-------|----------|-------|--------------|
| ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش | وزن | |
| +۴۰ | +۱۲ | ۲۱۳۹ | ۱۱۳۹۹ | ۲۲۵۲ | ۱۰۵۳۲ | صادرات |
| -۳۸ | -۲۱ | ۸۹۲۲ | ۱۳۹۵۰ | ۱۲۳۳۰ | ۱۷۵۲۸ | واردات |
| -۴۶ | | ۱۳۰۲۱ | | ۱۷۹۵۲ | | جمع تجارت |

* عمده ترین کالاهای صادراتی از کل صادرات استان عبارتند از: سایر محصولات شیمیایی، پلی اتیلن، سیمان، ماهی تازه منجمد دودی و سایر کالاهای صادراتی از قبیل سایر محصولات پتروشیمی، روغن و گریس، سایر کالای کشاورزی، آهن آلات و فولاد، سایر مصالح ساختمانی و ...

میزان صادرات استان خوزستان به کشور عراق طی سال ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲

صادرات به کشور عراق از طریق گمرکات استان خوزستان و سایر گمرکات کشور در یکساله ۹۲ به وزن ۳ میلیون و ۷۷۹ هزار تن و به ارزش ۹۳۷ میلیون و ۶۱۱ هزار دلار بوده است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته به وزن ۳ میلیون و ۱۵ هزار تن و به ارزش ۸۴۰ میلیون و ۹۳۵ هزار دلار، از نظر وزنی ۲۵ درصد و از نظر ارزشی ۱۱ درصد افزایش داشته است.

جدول شماره ۲- آمار مقایسه ای صادرات استان خوزستان به کشور عراق طی سال ۹۲-۹۱

| درصد تغییرات | | سال ۱۳۹۲ | | سال ۱۳۹۱ | | فعالیت تجاری |
|--------------|-----|----------|------|----------|------|-------------------------------|
| ارزش | وزن | ارزش | وزن | ارزش | وزن | |
| +۱۲ | +۲۶ | ۲۰۱ | ۱۵۵۲ | ۲۲۸۵ | ۱۱۳۲ | صادرات از مرز شلمچه |
| +۳ | +۲۳ | ۱۷۹ | ۱۵۹۹ | ۱۷۲۳ | ۱۱۳۳ | صادرات از مرز چذابه |
| +۳۳ | +۳۳ | ۵۸ | ۲۳۸ | ۲۲۱۱ | ۳۹۰ | صادرات از مرز دریایی (خرمشهر) |
| +۱۱ | +۲۵ | ۹۳۸ | ۱۳۹۹ | ۸۲۱ | ۳۰۱۵ | جمع کل |

* مهمترین اقلام صادراتی از گمرکات استان خوزستان به کشور عراق شامل سیمان، مصالح ساختمانی، میوه و تره بار، ماهی و ... می باشد.



چشم انداز سال ۱۴۰۴ با :

نگاهی به چالش های صادرات با تسهیل و بازرگری در قوانین

عبدالرحمن سلیمانی مقدم

رئیس اتاق اهواز و عضو هیئت رئیسه اتاق ایران



آرمان های انقلاب اسلامی فراهم شود. اگر بخواهیم این موضوع را در بعد صادرات بررسی کنیم به مسایل و مشکلاتی از جمله ضعف سیستم بانکی در حوزه صادرات و صادرات محور نبودن بانک ها، نبود صندوق های حمایتی و بیمه صادرات، مطالبات معوق شرکت ها از دولت، حذف جوایز صادراتی، بی ثباتی نرخ ارز و... برمی خوریم که تنها نمونه هایی از موانع و مشکلات پیش روی صادرکنندگان ایرانی است؛ صادرکنندگانی که با همه این تنگناها، برای حضور در بازارهای جهانی و رقابت در این عرصه از هیچ تلاشی فروگذار نیستند. شکی نیست که تحریم ها در حوزه های مختلف از جمله صادرات اثرگذار بوده است؛ تحریم هایی هدفمند که فروش نفت، نظام بانکی، صنعت بیمه و حمل و نقل و... را نشانه گرفته اند. اما آیا تمام مشکلات یک صادرکننده تنها به تحریم ها برمی گردد؟

به قطع اینگونه نیست. مهمترین چالش ها برای یک صادرکننده به نظام بانکی ارتباط پیدا می کند و به اینکه بانکهای ما صادرات محور نبوده و بیش از اندازه محافظه کار هستند. ریسک پذیر نبودن نظام بانکی در تعاملات صادراتی، اخذ وثایق سنگین، بوروکراسی پیچیده، گران بودن نرخ تسهیلات و کمبود تنوع آن مانع از شکوفایی و توسعه امر صادرات متناسب با ظرفیت های موجود می شوند. در سال ۱۳۹۲ تنها ۳ درصد منابع بانکی به امر صادرات اختصاص داده شده که رقمی بسیار ناچیز است. تعداد اگزیم بانک های ما کم است و عملاً بانک توسعه صادرات متولی این مسئله است که سرمایه محدود آن تکافوی تقاضاهای صادراتی را نمی کند. شرکت های بیمه گر با مباحث اجرایی بیمه های صادراتی از جمله بیمه قراردادهای صادراتی جهت اخذ تسهیلات بانکی یا بیمه نوسانات نرخ ارز (هجینگ) فاصله دارند. تنها موسسه بیمه اعتبارات صادراتی که به صورت تخصصی در این راستا فعالیت می کند یعنی صندوق ضمانت صادرات، با محدودیت جدی منابع مالی مواجه است که با اهداف صادراتی تعریف شده در سند چشم انداز ۱۴۰۴ قابل قیاس نیست.

یکی دیگر از نکات حائز اهمیت، مطالبات معوقه بنگاههای اقتصادی و بخش خصوصی است که این امر منجر به تضعیف بینه صادراتی شرکتها شده و توان برنامه ریزی جهت دستیابی به اهداف صادراتی را از آنها گرفته است. تعدیل نیرو، کاهش ضرب آهنگ تولید، نیمه کاره ماندن پروژه های جاری، ضبط تضامین، بدهی های معوقه بانکی و تعطیلی واحدهای صنعتی همگی ناشی از ضعف توان مالی بنگاههای اقتصادی است و طبیعتاً در چنین شرایطی انتظار فعالیت جدی در حوزه صادرات کم رنگ می شود.

بی ثباتی نرخ ارز هم از سوی دیگر می تواند سبب سردرگمی صادرکنندگان شده و برنامه های استراتژیک صادراتی آنها را تحت الشعاع قرار دهد. حذف جوایز نقدی صادراتی نیز از دیگر مواردی است که جنبه حمایتی حوزه صادرات را تضعیف نموده و قیمت تمام شده صادرکننده را در عرصه رقابت بالا می برد. عدم فعالیت جدی و اثرگذار بخش های اقتصادی سفارتخانه ها در بازارهای هدف و کم رنگ بودن نقش تشکلهای بخش خصوصی در عرصه تصمیم گیری نیز از جمله مشکلات حوزه صادرات محسوب میگردند. در واقع یکی از وظایف مهم دولت توجه به سند چشم انداز و اجرای

برنامه ریزی بلند مدت به شکل مطلوب در اقتصاد ایران برای آینده کشور در قالب سند چشم انداز بیست ساله ارایه شده است، به طوری که در این سند آمده است، جامعه ایران در افق ۱۴۰۴ به جایگاه نخست اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) با تأکید بر جنبش نرم افزاری و تولید علم، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی، ارتقای نسبی سطح درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل خواهد بود، دست می یابد.

در این هدف گذاری نه تنها جایگاه مشخص و برتری برای اقتصاد ایران در سطح منطقه یاد شده، در نظر گرفته شده است بلکه از لحاظ محتوایی، در این جایگاه (از بعد کیفی) تولید باید مبتنی بر علم و دانش همراه با بهبود توزیع درآمد و اشتغال کامل عوامل تولید باشد. به رغم اینکه اقتصاد ایران در سه دهه گذشته دستاوردهایی را به همراه داشته است که موجب افزایش ظرفیتها و توانمندی هایی در اقتصاد شده است اما با توجه به امکانات و منابع طبیعی، انسانی و سرمایه ای در کشور، بین واقعیتها و ظرفیتها فاصله ای وجود دارد که سیاستگذاران نظام با تدوین برنامه های بلند مدت و میان مدت به دنبال مرتفع کردن آن بوده اند تا زمینه تحقق اهداف و

دقیق برنامه های پنج ساله پیش بینی شده است. باید تأکید کرد وقتی صادرات را در برنامه ها و اسنادمان به طور جدی مورد توجه قرار داده ایم، باید به همان نسبت به آن توجه کنیم و صادرات را در اولویت قرار دهیم، اما عملاً مشکلات جاری کشور باعث شده است حمایت های فراموش شوند و یا در حاشیه قرار بگیرند. در این شرایط صادرکنندگان احساس می کنند که خود باید بار خودشان را به دوش بکشند و هیچ گونه حمایتی نمی شوند. فراموش نکنیم که با توجه به مشکلات ساختاری درون کشور و تحریم های موجود، رقابت با دیگر کشورها در بازار جهانی اصلاً کار راحتی برای ما نیست و ضمن اینکه بسیار علاقمند به رقابت هستیم، اما به راحتی نخواهیم توانست بازارهای خارجی را در اختیار بگیریم. چرا که سایر کشورها با جدیت و حذف موانع پیش رو و با تمام توان در این راستا در حرکت هستند. البته توقعات می بایست منطبق بر شرایط موجود باشد و در این بین مشکلات تولید غیر رقابتی هم به لحاظ کیفیت و هم به لحاظ قیمت را می بایست منظور کرد. هم دولت و هم تولیدکنندگان بخش خصوصی می بایست بر تولیدات صادرات محور برنامه ریزی داشته باشند. از آنجاکه جدی

ترین چالشها در حوزه نظام بانکی و نهادهای مالی مطرح است، لذا تمهیدات لازم می بایست در این بخش به سرعت بکار گرفته شوند. گرچه دولت محترم یازدهم پس از آغاز کار با همین رویکرد اقداماتی بعمل آورد که قابل تقدیر است، لیکن در حوزه نظام بانکی اقدامات باید وسیعتر صورت پذیرد؛ از جمله نرخ ارز که لازم است از طریق بررسی های کارشناسانه ابتدا واقعی شده و سپس به سمت تک نرخی شدن و تثبیت آن حرکت کند.

تنوع و ارزان سازی نرخ تسهیلات، تسهیل در امر وثیقه گذاری، حذف بوروکراسی های پیچیده و زمانبر و توسعه تعاملات بین بانکی قطعاً کمک موثری در مسیر حمایت

از صادر کننده خواهند بود. گسترش شعب بانکی فعال در بازارهای هدف و عضویت در نهادهای مالی بین المللی مثل بانک توسعه آسیایی جهت حضور در مناقصات یا استفاده از تسهیلات آنها و همچنین روان سازی فرآیندهای بانکی جهت استفاده از خطوط اعتباری تعریف شده جهت توسعه امر صادرات نیز بسیار موثراند. تعداد اگزیم بانکها و صندوقهای حمایت صادرات و شرکتهای بیمه گر بارویکرد صادراتی باید بیشتر شده و سرمایه بانک توسعه صادرات و صندوق ضمانت صادرات افزایش یابند. سرمایه اینگونه نهادهای مالی بایداز طریق کار کارشناسی تعیین و در بودجه سنواتی لحاظ گردد و از دخالت دولت در صدور تعهدات تکلیفی و دستوری پرهیز شود و در این صورت است که ارائه تسهیلات ارزان قیمت، افزایش ریسک پذیری، تنوع در تسهیلات، پوشش نوسانات نرخ ارز و تعامل با صادر کنندگان در توسعه امر صادرات برای اگزیم بانکها و صندوقهای حمایتی امکان پذیر می شود. قابل درک است که با توجه به کسری های بودجه نمی توان انتظار

داشت مطالبات معوقه فعالان عرصه صنعت به سرعت روزآمد شود. اما در صورت همکاری نهادهای ذیربط، می توان مطالبات را به عنوان اعتبار بنگاههای اقتصادی جایگزین وثایق بانکی جهت اخذ تسهیلات و تضامین نمود یا آنها را با ارزهای دولتی موجود خارج کشور به منظور واردات مواد اولیه یا مصرف در پروژه های جاری و یا به عنوان وثایق جهت اخذ تضامین بانکی تهاتر نمود. ادامه روند پرداخت جوایز نقدی صادراتی و همچنین افزایش مبالغ جوایز، کمک بسزایی به صادرکنندگان در عرصه رقابت بین المللی خواهد نمود. پرننگ کردن نقش اساتید و صاحب نظران در بازارهای هدف، **افزایش معافتهای مالیاتی حوزه صادرات، معاف کردن کلیه شرکتهای دست اندرکار فرآیند صادراتی از پرداخت مالیات جاری و ارزش افزوده**، بازنگری قوانین و ساده سازی آنها با رویکرد توسعه صادرات به ویژه در بخش بانک و گمرک، حمایت از سرمایه گذاری بخش خصوصی در بازارهای

هدف و توسعه بازارچه های مرزی و شهرک های صنعتی، اهتمام بخش اقتصادی سفارتخانه ها جهت حمایت از صادرکنندگان و تاثیرگذاری جدی تشکلهای در فرآیند تصمیم گیری از جمله راهکارهای توسعه امر صادرات محسوب می شوند که عمدتاً در اولویت برنامه های بالادستی از جمله برنامه های پنج ساله توسعه و سیاستهای کلی اصل ۴۴ بر آنها تأکید شده است.

ناگفته پیداست که دولت محترم تدبیر و امید با چالشهای جدی اقتصادی مواجهه است، رشد اقتصادی منفی، کسری بودجه، بدهی بخش خصوصی به نظام بانکی، تحریم ها، نرخ بیکاری، تورم و تضعیف پول ملی از جمله این چالش ها هستند. اما فراموش نکنیم کشور عزیزمان سرشار از قابلیت ها و توانایی های قابل اتکا است، اگر تصمیم داریم دورنمای روشنی از اقتصاد کشور ترسیم و به اهداف سند چشم انداز ۱۴۰۴ دسترسی پیدا کنیم، باید قدمهای استوار در این مسیر برداریم و به درستی از ظرفیت ها و قابلیت های معطل و مغفول استفاده نماییم. باید شاهد تثبیت نرخ ارز باشیم. ارز چند نرخی و ناپایدار ضمن ایجاد فضای رانت، بی اعتمادی و عدم امکان برنامه ریزی را بدنبال دارد که نتیجه آن تضعیف فعالیتهای صادراتی و هدایت نقدینگی به سمت بازار غیر مولد است. از این رو با حمایت از دولت محترم و برنامه های تدوین شده از جمله حمایت همه جانبه از اقتصاد بخش خصوصی، اجرای قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار، شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی، اشاعه و گسترش مناطق آزاد به جهت تسهیل در سرمایه گذاری داخلی و خارجی، گسترش صنایع مغفول از جمله گردشگری و توریسم سلامت و می توان به آینده و چشم انداز رو به رشد ایران اسلامی در سال ۱۴۰۴ امیدوار بود.





نایب رئیس اتاق ایران در گفت و گو با «آینه اتاق» شورای گفت و گو مکانی است که برای اقتصاد استراتژی تعیین می کند



تهیه و تنظیم:

کامران حسین پور، مجتبی گهستونی

محسن جلال پور با سابقه ۱۶ سال عضویت در هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و ۱۲ سال ریاست اتاق کرمان، ۴ سال است که در هیئت رئیسه به عنوان نایب رئیس اتاق ایران خدمت می کند.

در این ۱۶ سال با همه دوستان در اتاق های ایران از جمله روسای اتاق های اهواز، آبادان و خرمشهر آشنایی و همکاری داشته است. به اعتقاد این مقام مسئول اگر سیاست های اصل چهل و چهار قانون اساسی را که حدود ۹ سال قبل از سوی مقام معظم رهبری ابلاغ شد، سرآغاز فصل جدیدی از تدوین یک انگاره کلی و جامع برای اقتصاد ایران بدانیم، بدون اغراق سیاست های اقتصاد مقاومتی، گام اساسی و مهم دیگری در راستای تکمیل این پارادایم است چرا که با ابلاغ این راهبرد، تکلیف جهت گیری ها، سمت و سوی تصمیمات و بسیاری از مسائل دیگری که ناممکن بودن آنها باعث هدررفت انرژی، توان و پراکندگی دیدگاه ها می گردد برطرف می شود و میزان هم افزایی ها بالا می رود. اکنون مشخص است که بسترسازی برای حضور و فعالیت هر چه بیشتر بخش خصوصی در اقتصاد که در قالب سیاست های اصل ۴۴ دنبال می شد و واگذاری بنگاه های دولتی در راستای آن انجام گرفته است، بال دیگری نیز دارد؛ مردمی کردن اقتصاد. با این حال و بازدید از اتاق اهواز فرصتی فراهم کرد تا نایب رئیس اتاق ایران به خوزستان سفر کند تا با حضور مسئولین اتاق اهواز و خرمشهر با دکتر مقتدایی استاندار خوزستان دیدار کند و به بررسی مشکلات فعالان اقتصادی در این دو شهر مهم اقتصادی استان بپردازد. مجله «آینه اتاق» از حضور ایشان بهره برده و با گفت و گویی نقطه نظرات وی را درباره مباحث پیش روی اتاق جویا شده است.

سفر به استان خوزستان در مدت زمانی اندک بهره ای به دنبال داشته است؟

بسیار خرسندم که به خوزستان سفر کردم. از دیدار با همه سروران و به خصوص استاندار محترم خوزستان که بسیار فهیم هستند و به بخش خصوصی و توسعه اعتقاد بسیار دارند بسیار خوشحالم کرد. ایشان یکی از بهترین استاندارانی است که در همه سالهای حضورم در اتاق دیدار کردم. با حضور ایشان به جمع بندی هایی رسیدیم. همچنین از ساختمان بسیار خوب در دست ساخت اتاق اهواز بازدید کردیم که بسیار مفتخر به وجود آن هستیم و امیدواریم به زودی شاهد بهره برداری آن باشیم.

آیا ارتباط اتاق ایران با اتاق استانها اینگونه است که بازدیدها دوره ای صورت می گیرد یا لزوماً باید مشکلی پیش بیاید که سرکشی صورت پذیرد؟

اتاق ها مستقل هستند. تصمیم گیرندگانشان هیات نمایندگان و هیئت رئیسه و رئیس اتاق هر شهرستان است. ما در قالب اتاق ایران چندین وظیفه داریم که به عنوان نمایندگان آنان ایجاد هماهنگی و هم افزایی را وظیفه خود می دانیم. بر عهده ما است که به اتاق ها بیاییم و کمیوندا را ببینیم و نواقص و کاستی ها را بررسی کنیم و آنچه در اتاق ایران می توانیم انجام دهیم را مورد توجه قرار دهیم. کلاس سفرها به سه شیوه برگزار می شود.

یک بخش مربوط به شورای روسای اتاق ها است که به صورت فصلی در یکی از اتاق های استانها برگزار می شود. در این شورا روسای اتاق ها و کل هیئت رئیسه ایران حضور پیدا می کنند. شیوه دوم جلسات سفر هیئت رئیسه است. این سفر سالانه بین ۱۰ تا ۱۵ بار رد و بدل می شود.

به گونه ای که از صبح تا عصر به دیدار با مسئولان استان همچون استاندار، مجمع نمایندگان و دستگاه قضایی منجر می شود. شیوه سوم هم به سفرهایی موردی مربوط می شود که مثل الان ضرورتی پیش می آید تا به استانی سفر کنیم. همچنین در طول سال جلساتی با هیئت نمایندگان شهرستانها به صورت ماهانه داریم. شورای روسا هم ماهی دو بار گرد هم می آیند.

جلسه ای که خیلی کمک کرده جمع هیئت نمایندگان شهرستان در اتاق ایران است که استاندار و مجمع نمایندگان استان و هم دعوت می شوند و با هیئت رئیسه اتاق ایران جلسه هم برگزار می کنند. تا کنون این جلسه مشترک با ۴ استان برگزار شده است.

از جمله اقدامات شایسته دولت دکتر روحانی تشکیل شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی بود. با توجه به اینکه مسائل اقتصادی همواره یکی از چالش های اصلی کشور بوده است و در شعارهای سالانه مقام معظم رهبری هم

به این مقوله توجه شده پرسش من این است که این شورا تاکنون چه رویکردی برای حل مشکلات مد نظر قرار داده است؟

شورای گفت و گو یکی از بهترین مصوبات و ماده قانونی های است که در برنامه پنجم کشوری در ماده ۷۵ دیده شد و در قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار استانی هم دیده شد. در کشور ما سه استفاده از شورای گفت و گو داریم.

وظیفه اصلی شورای گفت و گو تعامل، هم فکری و همراهی با سه قوه است تا در کنار بخش خصوصی به گفت و گو بنشینند. تاکنون نمونه ای نداشتیم که در شورایی این سه قوه در کنار هم با بخش خصوصی گفت و گو کنند. این تعامل اصلی ترین نیازی است که ما به آن نیاز داریم.

مطلب دوم که ما در شورای گفت و گو به دنبال آن هستیم نقاط ضعف و مشکلات اقتصادی یک شهر و استان را در این شورا با حضور بخش خصوصی و نمایندگانی از سه قوه به بحث و بررسی می گذاریم و از جهات مختلف موضوع را مورد کنکاش قرار می دهیم تا اگر لازم باشد قانونی در مجلس و یا قوه قضاییه مورد بازنگری و یا تغییر قرار بگیرد و طرح و لایحه ای مطرح شود، آن اقدام صورت بگیرد. مجموع جمع بندی در چنین شورایی مورد تایید همه حاضرین قرار می گیرد تا مشکلات پیش روی بخش خصوصی حل فصل شود. دبیری این شورا بر عهده بخش خصوصی و اتاق است. مورد سوم اینکه حضور مجموعه اقتصاددانانی است که برای یک استراتژی مشخص دور هم جمع می شوند تا در شورای گفت و گو این نقطه نظرات و استراتژی ها یکسان شود و به یک جمع بندی برسیم تا مجموع قوا درباره افزایش اظهار نظر کنند. اینجور نباشد که مثلا مجلس به افزایش نرخ بهره اعتقاد داشته باشد، شورای پول و اعتبار به دنبال کاهش باشد، دولت به ثبات فکر کند و قوه قضاییه به هیچ کدام اعتقاد نداشته باشد. ما در این شورا نقطه نظرات را با حضور نخبگان و مسئولین سه قوه مطرح و نظرات را یکسان و منطقی می کنیم.

همیشه از قدیم گفتند قانون غلط بهتر از نبود قانون و یا قوانین پراکنده و با کثرت فراوان است. اینجا مکانی است که ما باید برای اقتصاد کشور استراتژی تعیین کنیم. تصویب این قانون به عنوان یک قانون مترقی مدنظر است چرا که می تواند در کشور ایران که برخلاف بیشتر کشورهای دنیا اقتصادش دولتی است، بخش خصوصی به جایگاه واقعی خود برسد.

مثلا در استانی که یک موضوع تبدیل به چالش مهم استانی مطرح می شود آن موضوع در شورای گفت و گو بررسی و حل میگردد. به طور مثال درباره معوقات بانک ها در چندین استان جلساتی در سطح بالا برگزار شد و به سرانجام خوبی رسید. باید به بازتوانی شرکت های بخش خصوصی برای رونق تولید و اشتغال با همکاری بانک ها کمک کرد. تحریم ها، سوتدبیر و ضعف های مدیریتی در سال های گذشته مشکلات زیادی را برای کشور بوجود آورده که این امر سرمایه گذاران بخش خصوصی را دچار رکود اقتصادی و ناتوانی در بازپرداخت اقساط بانکی خود کرده است. شرایط، عوامل ورشکستگی و مشکلات سرمایه گذاران بخش خصوصی بیش از پیش دامنگیر بخش خصوصی شده است و بر لزوم همکاری بانک ها با دادن فرصت فعالیت، تقسیط بدهی، اعطای تسهیلات به بخش خصوصی برای برون رفت از مشکل رکود فعالیت بخش خصوصی دارم.

یکی از مواردی که به عنوان زیر ساخت شورای گفت و گو می تواند مدنظر باشد بحث قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار است. در این رابطه نقطه نظر شما چیست؟

قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار یکی از مترقی ترین قوانینی است که مجلس تصویب کرده است. پیش نویس این قانون توسط بخش خصوصی تهیه شد و مجلس هم آن را تایید کرد. اما متأسفانه زمانی این قانون تصویب شد که دولت وقت (دهم) به مجموع قوانین مجلس و جایگاه بخش خصوصی اعتنایی نمی کرد. اما با شروع دولت یازدهم و با توجه به اینکه جناب دکتر روحانی به تحول اقتصادی و توجه به بخش خصوصی تاکید داشتند این قانون اجرایی شد و مجموع پیشرفتی که در اجرای این قانون داشتیم در ۷-۸ ماه گذشته بسیار بیشتر از یک و نیم سال قبلش بود. امیدوارم تا پایان یک سال دولت تدبیر و امید به تصویب آیین نامه هایش برسیم.

تردیدی وجود ندارد که یکی از بزرگترین مشکلات کشور ما خصوصا در حوزه اقتصاد، کثرت، تنوع و تراجم قوانین و مقررات است. کافی است به شاخص های ارزیابی فضای کسب و کار و رتبه ای که ایران در هر کدام از این شاخص ها کسب می کند، نگاهی بیندازیم تا عمق و گستره اثرگذاری این معضل در فعالیتهای اقتصادی

کشورمان مشخص شود. به همین علت نیز یکی از گلابه های اصلی فعالان اقتصادی ما و به تبع آن از جمله زمره های پررنگ مسئولان، کاستن از تعداد و تناقضات این مقررات بوده و هست. تشکیل کمیته ای تحت نام «کمیته ماده ۷۶» بر مبنای قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار نیز برخاسته از همین دغدغه و ناظر بر رفع این معضل بوده است.

با توجه به اینکه شما رئیس اتاق کرمان هستید آیا ارتباطی بین اتاق اهواز و کرمان وجود دارد؟

ما که به صورت مستمر در خدمت جناب آقای سلیمانی رئیس اتاق اهواز هستیم و با یکدیگر تبادل اطلاعات می کنیم. اما پیشنهاد من این بود که بین روسا، دبیران و اعضای اتاق شهرستان ها تبادل صورت بگیرد و هیات هایی رفت و آمد شکل بگیرد که تاکنون تحقق نیافته اما امیدوارم به زودی شاهد این ارتباطات مستمر باشیم.

با توجه به اینکه در پایان سال جاری انتخابات در اتاق های سراسر کشور برگزار خواهد شد. آیا نقطه نظر خاصی دارید و آیا جریانات سیاسی می توانند در انتخابات اتاق نفوذی داشته باشند؟

من فکر می کنم اعضای اتاق و انتخابات اتاق به یک بلوغ فکری و عقلی رسیده است که روال طبیعی خود را طی کند و در فضای آزاد تحقق پیدا کند. خود من به انتخابات پیش رو بسیار خوشبین هستم. امروز شرایط خوبی برای حضور همگان که به بخش خصوصی تعلق دارند بوجود آمده است.

تنها نگرانی من این است که عمده فعالین بخش خصوصی از مشارکت های اجتماعی دست کشیده اند و فکر کرده اند که باید عرصه را به دیگران واگذار کنند. استدعای من این است، که زکات خود در عرصه اقتصاد که همانا مشارکت های اجتماعی است را پرداخت کنیم. در حال تدوین آیین نامه ای برای حضور نواعضای اتاق هستیم. اتاق ایران همواره به دموکراسی اعتقاد داشته و تلاش دارد فضا برای حضور افرادی که حتی سال اولی است که کارت گرفته اند فراهم باشد. اما پیشنهاد من بهترین رای برای انتخاب کسی می تواند باشد که با تجربه، توانا و با انگیزه باشد و در کنار آن افراد جوان هم تجربه اندوزی کنند.



هنر و فن مذاکره (دکتر احمد روستا)

قسمت اول



نام و نام خانوادگی: احمد روستا

متولد: ۱۳۲۷/۱/۱۷

محل تولد: یزد

تحصیلات: دکترای مدیریت از دانشگاه برادفورد

انگلستان در سال ۱۹۷۹ میلادی

شغل فعلی: عضو رسمی هیئت علمی دانشگاه

شهید بهشتی - دانشکده مدیریت و حسابداری

سابقه فعالیت: ۳۴ سال سابقه تدریس، تحقیق و

مشاوره در امور مدیریت، بازاریابی، صادرات و مدیریت

استراتژیک.

استاد مدعو دانشگاه های مختلف کشور

شامل: دانشگاه علامه طباطبائی، دانشگاه تهران،

دانشگاه صنعتی شریف، دانشگاه علم و صنعت،

دانشگاه امیرکبیر، دانشگاه تربیت مدرس، دانشگاه یزد،

سازمان مدیریت صنعتی، مرکز مطالعات و پژوهش

های وزارت بازرگانی، واحد تحقیقات دانشگاه آزاد

اسلامی، مرکز آموزش مدیریت دولتی، سازمان توسعه

تجارت، سازمان گردشگری و میراث فرهنگی،

دانشگاه آزاد اسلامی دبی

• مدیرعامل رئیس هیئت مدیره و عضو هیئت مدیره

شرکت های دولتی و خصوصی

• موسس و مدیرعامل اولین شرکت تحقیقات و

مشاوره بازاریابی در ایران به نام شرکت راستا بین

عضو کارگروه تجارت الکترونیک

• مجری و مشاور پروژه ملی صادراتی کردن بنگاه

های ایرانی UNDP و وزارت بازرگانی

• عضو هیئت تحریریه مجله های اقتصاد ایران،

بررسی های بازرگانی، بازاریابی، کمال مدیریت،

تبلیغات، پیام صادرات، تجارت امروز، مجله اتاق

بازرگانی اصفهان و ...

• موسس اولین سایت جامع مدیریت (باشگاه مدیریت)

• عضو انجمن علوم مدیریت ایران

• عضو هیئت موسس انجمن علمی بازاریابی

مولف بیش از ۷۰ جلد کتاب در زمینه

بازاریابی و فروش

فروشنده‌گانی است که قیمت‌ها و یا شرایط خود را بر طبق نیازهای بازار خرید ارائه می‌کنند. سیستم خرید مناقصه ای بصورت گسترده جهت تامین نیازهای دولتی انجام می‌گیرد. معمولاً دعوتنامه ای جهت مناقصه و بصورت عمومی انتشار می‌یابد و به فروشندهگان واجد شرایط اجازه شرکت داده می‌شود. پیشنهادات در حضور عموم بررسی می‌گردند و فروشنده ای که پائین ترین قیمت را پیشنهاد نموده است به اصطلاح برنده برنده شده از او صورت می‌پذیرد.

در موارد خاصی از خریدهای صنعتی بازرگانی از اینگونه مناقصه های رقابتی استفاده می‌شود. اما آگهی نمودن برای پیشنهاد مناقصه تقریباً نادر بوده و نه تنها با بازگشایی عمومی پیشنهادات احتیاجی نیست، بلکه این نوع عملکرد مطلوب هم نمی‌باشد. حتی پیشنهاد کننده ای که کمترین قیمت را ارائه داده نیز همواره برنده نمی‌شود.

اغلب روش دیگری از مناقصه بکارگرفته می‌شود. در این روش تقاضاهای جهت پیشنهاد قیمت (RFOS) انتشار می‌یابد. این تقاضاهای اعلام قیمت برای بسیاری از فروشنده‌گانی که صلاحیتشان تأیید شده است و نه برای همه آنها ارسال می‌گردند.

شرکت خریدار ممکن است کمترین پیشنهاد قیمت را انتخاب نماید و یا بسادگی اطلاعاتی که به وسیله فروشنده و بعنوان پیشنهاد قیمت ارائه شده است را به عنوان زمینه مذاکره قرار دهد. (به هر حال اگر از اطلاعات موجود در پیشنهاد قیمت فروشنده به قصد برهم زدن مناقصه استفاده کنیم، بدین معنی که اطلاعات محرمانه در مورد قیمت‌های یک فروشنده را برای مجبور نمودن فروشنده دیگر جهت کاهش قیمت‌های یک فروشنده به قصد برهم زدن مناقصه استفاده کنیم، بدین معنی که اطلاعات محرمانه در مورد قیمت‌های یک فروشنده را برای مجبور نمودن فروشنده دیگر جهت کاهش قیمت‌ها افشاء نماییم، عملی برضد اصول اخلاقی سیستم خرید بکار برده ایم).

هنگامیکه در خریدهای صنعتی از مناقصه استفاده می‌شود، معمولاً نشان دهنده آن است که بازاری

مذاکره را اینگونه تعریف می‌کنند: فرایند ایجاد یک برنامه توأم خرید و فروش، تا رسیدن به یک نقطه رضایتمندی دو طرفه اگر از نظر فنی مطلب را بررسی کنیم، این تعریف تقریباً کلیه واکنش‌های بین فروشنده و خریدار را شامل می‌شود. از یک بحث تلفنی درباره قیمت چند گالن مواد روغنکاری گرفته تا کنفرانس‌های طولانی در مورد شرایط خریدی اساسی در این مقوله جای دارند. در عمل، این مفهوم، معمولاً از خریدهای صنعتی استنباط می‌شود که در آنها روابط پیچیده بین خریدار و فروشنده وجود دارد و در این میان پیش از رسیدن به توافقی قطعی هر دو طرف پیشنهادات مختلفی را ارائه می‌کنند.

در تعریف فوق «برنامه» کلمه کلیدی است و نشان دهنده این است که چیزی بیشتر از یک مقایسه ساده بین پیشنهادها و یا پذیرش قیمتی ارائه شده می‌باشد.

طبیعت مذاکره

طبیعت مذاکره، هنر رسیدن به تفاهمی عمومی از طریق چانه زدن بر سر نکات اساسی توافق از قبیل نحوه تحویل، مشخصات، قیمت‌ها و شرایط می‌باشد. از آنجائیکه بین این عناصر با عناصر دیگر روابط بسیاری وجود دارد، مذاکره هنری است مشکل که نیازمند تمرین، دوری، کاردانی و قضاوت صحیح است. مذاکره کننده موثر، باید یک خریدار واقعی باشد و از احتمالات معامله با فروشنده آگاهی داشته باشد. یک مذاکره کننده تنها از طریق آشنائی و اطلاع از قدرت نسبی چانه زنی می‌تواند بداند چه موقع باید محکم باشد و یا احتمالاً چه زمانی باید در قیمت‌ها و شرایط امتیازاتی اعطا کند.

مسئولیت ذخیره سازی و انبار، زمان تحویل، روش‌های حمل و نقل، بیمه، بازرسی و قیمت‌ها تنها شمه ای از عناصر متعددی هستند که پیش از تکمیل شدن خرید باید درباره آنها توافق حاصل گردد.

تفاوت مذاکره و پیشنهاد مناقصه

میان خرید بطریق مذاکره و خرید بوسیله پیشنهاد رقابتی، تفاوتی وجود دارد که اکنون به آن می‌پردازیم.

خرید مناقصه ای، در ساده ترین شکل آن، دارای

برای آن اقلام خاص وجود دارد و محدوده ای از قیمت‌ها نیز مد نظر می باشد. محصولی که قرار است خریداری گردد، استاندارد پذیرفته شده ای داشته و دارد و مشخصات آن نیز ساده بوده و بروشنی اعلام شده است.

از سوی دیگر «مذاکره» از فروشنده و خریدار برای بحث‌هایی رو در رو دعوت بعمل می آورد تا جزئیات مهم و اساسی که تنها بوسیله رد و بدل کردن توافقنامه های نوشته شده حل نمی گردند را آشکار سازد. محصل مورد نظر ممکن است محصولی از یک نوع با طرحی خاص و یا تولید شده بوسیله رقیبی خاص باشد. بندرت بازاری برای چنین اقلامی وجود دارد و قطعاً قیمت‌های تثبیت شده ای نیز وجود ندارند.

بطور قطع زمانی از مذاکره استفاده می گردد که خریدار و فروشنده درباره تخمین مخارج ساخت، نحوه تحویل و خدمات محصول مورد نظر اختلافاتی دارند. مذاکره درگیر مباحث مربوط به عناصری است که فراتر از قیمت اند. عناصری چون ضمانتها، کمک‌های فنی و سرویس دهی، روشهای حمل و نقل و بسته بندی و شرایط پرداخت از این جمله اند. حتی قراردادهایی در مورد اقلام استاندارد که محتاج هزینه های گزافی برای مدت‌های بیش از یک سال می گردند نیز باید بر همین اصل مورد مذاکره قرار گیرند.

مذاکره، همانطور که آنرا تعریف نمودیم «دستیابی به یک برنامه توأم خرید و فروش است» که معمولاً در شرایطی از قبیل آنچه که در ذیل می آید بکار گرفته می شود. حالانی که فرض می کنیم مقادیر عظیمی از پول در معامله وجود دارد:

• به هنگام خرید تجهیزاتی که منحصر بفرد و یا پیچیده اند و پیش از این هم خریداری نشده اند و اطلاعات کمی در مورد مخارج و هزینه های آنها موجود است.

• خط نقل و انتقال در یک کارخانه خود کار تهیه مواد غذایی مثال خوبی است. قبل از اینکه خرید قطعی صورت پذیرد، بحث‌های فنی از قبیل جزئیات ساختمان، نحوه عمل و هزینه هائی از قبیل نصب لازم و ضروری اند.

• هنگامی که قیمت ها بوسیله گمرک، قوانین تجارت عادلانه و یا تباری فروشندگان تثبیت شده باشد. اگر فروشندگان زیادی در یک رشته فعالیت نمایند، معمولاً تاکتیک‌های خوب مذاکره در کسب امتیاز تولید کننده ای که برای فروش مشتاق است موثر واقع می گردد.

• هنگامی که فروشندگان اندکی وجود دارند و یا تنها یک فروشنده در این رشته فعالیت می کند اما محصول مورد نظر در کارخانه خریدار قابل ساخت است و یا می توان آنرا از خارج خریداری نمود و یا برای آن جانشین آماده ای در نظر گرفت.

• هنگامی که عده ای از فروشندگان در مورد یک قلم کالا پیشنهاد مناقصه داده اند اما هیچیک از آنها کاملاً جلب رضایت نمی کند. بدین معنی که هیچ یک از پیشنهادات، نیازمندیهای خریدار را از نقطه نظر خای قیمت، شرایط، نحوه تحویل و یا مشخصات برطرف نمی سازد. در چنین شرایطی، خریدار پیش از اقدام به کذاکره باید مطمئن گردد که در قبال شرایطی که وی ابتدا در مقابل فروشندگان نهاده است هیچکدام از پیشنهادات او را ارضاء نمی کنند.

• اگر یک فروشنده را وادار نمائیم تا پیشنهاد قیمت بدهد، و این مظنه را صرفاً بخاطر این که وی را در موقعیت نامناسبی از معامله و چانه زنی گرفتار نمائیم بگیریم، این عمل ما بسیار ضد اخلاقی خواهد بود.

• هنگامی که قرارداد موجود در حال تغییرات بوده و میزان پولی که در جریان است از عهده تضمین کار بر می آید. برای مثال تغییرات عمده در اقلامی با مقادیر زیاد، مباحثی جالب برای مذاکره می باشد.

معمولاً اساسی ترین موانع پیشنهادات خرید و مناقصه بصورت زیر فهرست می شوند:

• هنگامی که پیشنهاد مناقصه دقیقاً با مشخصات محصول مطابقت ننماید، بدین معنی که فروشنده برنده مناقصه مسکن است محصولی ارائه نماید که با مشخصات تطبیق کند اما همیشه آنچه خریدار انتظار دارد را نتواند تهیه نماید.

• غالباً برنده مناقصه طرفی است که بخاطر کاهش قیمت از کیفیت می کاهد. کیفیت ارائه شده بوسیله این تولید کننده قابل رقابت نبوده و از سوی بازار تاثیر می پذیرد. در این صورت خریدار با جنس نامرغوب روبرو می شود که از آنچه که انتظارش می رفته است، سریعتر فرسوده شده از بین می رود.

• در صنایعی از قبیل صنایع هواپیما و کشتی سازی که اساساً بر سفارشات دولتی استوارند، کافی است ارائه کننده مناقصه تمام و یا قسمت اعظمی از نیازهای دولتی را در اختیار داشته باشد تا بتواند دیگر رقبا را از میدان بیرون کند. او در

چنین حالتی عملاً قادر خواهد بود تا سقف قیمت‌ها را به خواست خود افزایش دهد.

• بسیاری از اقتصاددانان بر این عقیده اند که وقتی یک صنعت تحت سلطه دو یا سه تولیدکننده قرار گرفت، حتی بدون اینکه بین آنها توافق و تباری صورت گرفته باشد، نتیجه اش ساختار انحصاری قیمت خواهد بود. تولیدکنندگان در چنین حالتی طریقه قیمت گذاری منطقی را دنبال می کنند و الگوی دنباله روی از رهبر اشاعه می یابد. در این چنین موقعیتی مناقصه به صورت آگهی جزو نتایج رقابت نیست.

• هرگز هدف و طبیعت مذاکره بطور کامل درک نگردیده است. حتی برخی مدیران، خرید مذاکره ای را در سطحی هم طراز یا چانه زدن قرار می دهند. سالها پیش، حتی برخی از آنها از این هم پا را فراتر نهاده و بحث بر سر قیمت با فروشنده را غیر اخلاقی و مبتذل می پنداشتند.

خریداران جهت بهینه سازی موقعیت خود در هر نوع خرید، از طریق مذاکره گام‌های موثری بر می دارند. اما آنها بدون مذاکره، همه نوع پیشنهادی را صرفاً پذیرا هستند.

یکی از اجزاء اصلی سیستم اقتصاد آزاد، وجود رقابت شدید در قیمت‌ها است. اجتناب از تلاش برای رسیدن به قیمت‌های بهتر در طول مذاکره مانند این است که فرض کنیم پیشنهادی کاملاً مناسب و درست بوده و برای کلیه موارد بهترین قیمت می باشد.

بیشترین انتقادی که نسبت به مذاکره ابراز می گردد، مستقیماً به روش‌هایی که بکار گرفته می شوند بر می گردد. اما در محدوده قوانین و اخلاق تجارت سالم، خریداران بخاطر موقعیت خود شدیداً بدنبال بهترین قیمت هستند، یعنی قیمتی که کمترین مخارج و هزینه ها را در برداشته و برای تشکیلات آنها بهترین شرایط را فراهم نماید.

راهبرد مذاکره

فنون و راهبردی که در مذاکرات خرید بکار گرفته می شوند، از بسیاری جهات مانند همان‌هایی هستند که در مذاکرات کارگری بکار می روند. مر دو نوع به مبارزات نظامی که در آنها حریفان ابتدا سعی می کنند تا عقایدشان را به طرف دیگر دیکته نموده و سپس اقدام به عملیات نمایند شبیه اند. در هر صورت اهمیت «تفاهم کلی» در درک مذاکرات خرید شایان ذکر است. تا هنگامیکه در هر دو طرف شرکت کننده در یک توافق، این

احساس که این بهترین معامله ای است که آنها می توانسته اند به آن دست یابند ایجاد نگردد، مذاکره ای واقعی وجود نخواهد داشت.

هنوز هم نوعی احساس عمومی حتی بین مدیران تجاری وجود دارد و آن این است که تصور می کنند همیشه یک نفر در مذاکره فریب می خورد. هنوز هم نوعی احساس عمومی حتی بین مدیران تجاری وجود دارد و آن این است که تصور می کنند همیشه یک نفر در مذاکره فریب می خورد. یکی از سیاستمداران نقل می کند: از هر مذاکره همیشه یک طرف برنده و یک طرف بازنده خارج می شوند. حقیقت این است که طبق تعریف، اگر مذاکره بصورت کاملاً موفقیت آمیز پایان پذیرد، دیگر بازنده ای وجود نخواهد داشت. اگر توافق قابل دسترسی نباشد، خریدار یا فروشنده همیشه اختیار ترک مذاکره را دارند. در این صورت نه برنده ای وجود دارد و نه بازنده ای و بحث پایان می پذیرد. کتابی که در مورد مباحث خرید نوشته شده است این مطلب را این گونه خلاصه می کند: در مذاکرات موفقیت آمیز، هر دو طرف برنده می شوند. اما بندرت بردها بصورت تساوی تقسیم می گردند. بطرز ثابتی یک طرف بیش از دیگری برنده می شود، و این چیزی است که باید در تجارت وجود داشته باشد. مهارت‌های ممتاز تجاری، شایسته کسب جوایز ممتاز هستند.

اولین گام آمادگی برای مذاکره، ایجاد قدرت چانه زنی فردی است. قدرت چانه زدن فروشنده تحت تاثیر اینکه وی تا چه حدی به این فروش نیاز دارد، تا چه حد اطمینان دارد که این فروش را بدست خواهد آورد و چه مدت زمانی برای رسیدن به توافق در اختیارش قرار دارد، است. قدرت چانه زدن خریدار تحت تاثیر مقدار رقابت موجود در این رشته، نحوه تجزیه و تحلیل قیمت‌ها، و انواع فشارهای زمانی که از سوی مصرف کننده به او وارد می شود قرار دارد. خریداران و فروشندگان با توجه به عواملی که بر آنان اثر می گذارند ممکن است: حالت‌های تدافعی، تهاجمی و استوار در جلسات مذاکره شرکت نمایند. عوامل مزبور در واقع همان نقاط قوت و ضعف آنها می باشد. بسیاری از جنبه های هنر مذاکره در قابلیت شناسایی پیشاپیش این نقاط ضعف و قوت و بکارگیری آنها برای نیل به اهداف مشخص نهفته است. در حالت‌های اولیه خرید یک قلم جنس پیچیده، یا عدم پذیرش پائین ترین قیمت پیشنهادی یک مناقصه یا حتی مذاکره بر سر

تغییر قیمت جنسی که مدام خریداری می شود محدودی ای کلیدی برای آغاز مذاکره بشمار می آید. در چنین مباحثی مذاکره کننده باید با اطلاعات کافی از روش‌های هزینه یابی و اگر ممکن باشد آمار و ارقام مقایسه ای با هزینه هائی که خود تخمین زده است در جلسه شرکت نماید. خصوصاً فروشندگان متوسط و کوچک و برخی از فروشندگان بزرگ، از اینکه یادداشت‌های صحیح و واقعی را تنظیم نمایند ناراحت نمی شوند. البته آمار و ارقام هزینه های آنها معمولاً با خوشبینی و از روش هوا تهیه می شوند. به نمایندگان فروش آنها طیف وسیعی از قیمت‌ها داده می شود تا آنها را در اختیار مشتری‌های احتمالی قرار دهند. بسیاری از افرادی که با خرید سرکار دارند، با این طرز تلقی مبهم که فروشنده را ارائه خواهد کرد که هزینه ها و سودی عادلانه را در بر می گیرد وارد مذاکره می شوند. به صرف اینکه هزینه های یک فروشنده از دیگری کمتر است، دلیل بر این نیست که آن هزینه ها به اندازه کافی کم هستند. احتمال اینکه آن فروشنده بخصوص هنوز از کارخانه ایی به درستی استفاده می کند بسیار زیاد است. با این طرز تلقی مبهم که فروشنده قیمتی را ارائه خواهد کرد که هزینه ها و سودی عادلانه را در بر می گیرد وارد مذاکره می شوند. در هر صورت، سیستم قیمت گذاری صنعتی نوین تنها بر مبنای هزینه ها استوار نیست. اگر مدیر خرید قادر به تبیین هزینه های مشخص برای جنس مورد مذاکره نیست، همیشه می تواند بر روی مفروضات معینی در ارتباط با قیمت‌های پیشنهادی عمل نماید. این مفروضات می توانند بر پایه هر یک از مطالب ذیل و یا بر مجموعه ای از آنها بنا گردند:

- تلاش برای بدست آوردن کلیه داد و ستدی که می تواند از عهده آنها برآید و این عمل از دید فروشنده اقتصادی بنظر می آید.
- پائین نگاه داشتن قیمت‌ها تا حدی که رقابت از بین برود.
- تعیین نرخ مشخص برای برگشت، برای مثال بعنوان درصدی از فروش و یا سرمایه گذاری و نرخ گذاری بر این مبنا.
- هر یک از این زمینه ها برای یک مذاکره کننده، پر بار و حاصلخیز هستند.

حتی در حالات معاملات قیمت‌های ثابت و یا تجارت عادلانه، مکانی برای مانور کردن وجود دارد. اگر خریدار قادر به اخذ انحصار قیمت باشد، برای خرید اقلامی دیگر که قیمت‌هایشان ثابت

نیستند نیز می تواند به همان فروشنده پیشنهاد نماید. همچنین یک مذاکره کننده زیرک کی تواند از روش «متنصر به فرد» استفاده نماید که در این صورت مواد و اقلام مورد خریدش را با آنهایی که دیگر مشتریان می خردند متفاوت خواهد نمود. یک حالت کلاسیک خرید لوله های آگروز توسط کارخانجات اتومبیل سازی بر طبق مشخصات سفارشی خودشان را می توان ذکر نمود. لوله ای که لوله های آگروز از آن ساخته می شود به یک قیمت به همه خریداران عرضه می گردد. اما هنگامیکه به شکل‌های مخصوص خم شد، نسبت به محصول اولیه با قیمت کمتری فروخته می شود.

از میان فواید فرعی که از مذاکره بر سر قیمت‌های اقلام صنعتی حاصل می گردد می توان به مواردی از قبیل آنچه در ذیل می آید اشاره نمود:

- امتیاز سفارشات حجیم بر مبنای تخفیفات کوچک

- حمل و نقل های متعدد به یک مقصد بخصوص با قیمتی بر مبنای کل اقلام خریداری شده
- توافقی ساخت و نگهداری که احتمال دارد قیمت را کاهش دهد و بدون افزایش هزینه ای، انبارداری و حفاظت را نیز شامل گردد.
- انحصار روش‌های بسته بندی و پالت گذاری
- کاهش هزینه های حمل و نقل با تغییر وسیله حمل کننده
- شرایط پرداخت پول

طرح ریزی جهت مذاکره

پیش از آنکه مدیر خرید هر یک از روش‌های معمول را در یک مذاکره بخصوص در پیش گیرد. باید طرح برای بدست آوردن حداکثر مزایا در دست داشته باشد. در حقیقت، طرح ریزی ابتدایی به اندازه تاکتیک‌های مذاکره اهمیت دارد زیرا تاکتیک‌ها بر مبنای طرح‌ها استوارند و اهداف قبل از هر جلسه ملاقاتی بوجود می آیند. هر گونه طرح ریزی صحیح با گرد آوری اطلاعات آغاز می شود و در حالت‌های مذاکره نه تنها شامل اقتصاد بلکه مهندسی، حسابداری، حقوق و اطلاعات مالی مربوط به موضوع مورد بحث می گردد. این موارد باید بر طبق اهمیت شناسائی و طبقه بندی گردند. گردآوری حقایق مربوط به مذاکره احتمالاً شامل بحث‌های مختلف مبنی بر پیچیدگی موضوع مورد بحث می گردد. در عین حال، مذاکره ممکن است نیازمند حضور تیمی از متخصصین برای شرکت در مباحث و ارائه و

معرفی وضعیت و نظرات شرکت باشد. یک مدیر خرید با تجربه همواره این فرض را مد نظر خواهد داشت که فروشنده نمایندگان زیرک، با اطلاع و ماهر را جهت هر مذاکره ای گسیل خواهد نمود، بنابراین وی به هنگامی که تیم خود را بر می گزیند در پی انتخاب بهترین افراد خواهد بود. در یک دوره مذاکرات، یک تیم مذاکره کننده باید از نمایندگان قسمتهای خرید، طراحی، مهندسی، حسابداری، بازاریابی، مهندسی صنایع و حقوقی تشکیل شده باشد. آنها باید کاملاً درباره موضوع مورد بحث مذاکره و مسائل فنی و اقتصادی مربوط به آن توجیه شده باشند. آنها باید اهداف شرکت را درک کنند و یا به عبارت بهتر در ایجاد آن اهداف و موقعیتهای مختلف از قبیل آنچه ذیلاً می آید سهیم باشند. هنگامیکه بیش از یک فرد در مذاکره شرکت می نماید، تیم مذاکره کننده باید یک رهبر برای خودش برگزیند. وظایف و اختیارات رهبر در مورد اجرای اهداف شرکت و محدودیتهای اختیارات اعضای تیم باید بطور روشن معین گردد. از آنجائیکه اختیارات اساسی برای سرمایه گذاریهای وجوه یک شرکت بر عهده نماینده نماینده خرید آن شرکت است، فردی که معمولاً بعنوان بهترین شخص جهت رهبری تیم مذاکره برگزیده می شود، همین فرد است. سر فصلهائی موثر جهت آماده سازی پیش مذاکرات، طراحی و به رشته تحریر در آوردن نظرات برای خرید است. میزان موثر بودن مذاکره تا حد زیادی به کیفیت و کامل بودن آماده سازی تلاشهای پیش مذاکره و مهارت تیم مذاکره کننده بستگی دارد. اگر چه آنها خصوصاً در مورد خریدهای مهم درگیر موقعیتهای فنی و قراردادی پیچیده می هستند و نیز مند تلاشهای تیم مذاکره می باشند، اما عناصر اولیه و تکنیکهائی که در ذیل به جزئیات آمده اند، کلاً به خریدهایی که به مذاکره احتیاج دارند اشاره می نماید. پیش از چنین مذاکراتی، خریدار نیاز به مذاکره با متخصص قراردادهای فرعی خرید را احساس می کند:

الف- تهیه و توسعه طرحی برای هدایت مذاکرات که شامل مطالب ذیل گردد ولی به آنها محدود نشود:

- تعریف هدف مذاکره
- یک برنامه کار
- شناسائی کلیه مطالب موجود
- مشخص نمودن رهبر تیم
- تعیین موقعیتهای اصلی پیش مذاکره ای دو طرف

• بررسی دقیق اقلام کلیدی و تجزیه تحلیلهای داخلی

تقاضا برای متخصصین صلاحیت دار جهت ارزیابی محللهای مخصوص ب- بصورت سند در آوردن و ارائه طرحی هدفدار برای مذاکره، بانظرات مقامات رسمی برای بررسی و نیل به توافقی قراردادی.

رئیس مذاکره کنندگان به کمک تیم خودش، تجزیه تحلیلی دقیق از موقعیتهای معاملاتی پیش مذاکره شرکت خود و فروشنده به عمل خواهد آورد. از آنجائیکه گاهی اوقات مذاکره می تواند آزمایش ساده ای از میزان قدرت بر پایه موقعیت چانه زنی باشد، هر عاملی که در این موقعیت دخالت دارد باید مشخص شده، درک گردد و کاملاً ارزیابی شود. پس از تجزیه تحلیل و بررسی مجدد محیط خرید، رئیس مذاکره کنندگان اطلاعات کسب شده را ارائه خواهد نمود و لیستی از عواملی که به استحکام موقعیت فروشنده کمک خواهند کرد را تهیه می نماید و کلیه این اطلاعات را به طرح مذاکره منتقل می کند.

تجزیه تحلیل مذاکره، حداقل باید طوری اجرا شود که بطور دقیق به بررسی مسائل بپردازد:

الف- بیانیه محصول کار برای ایجاد آشنائی کامل با محصول و فرآیندهای مختلف درگیر در عملیات و برای اطمینان حاصل نمودن از تاثیرات آنها بر هزینه و ارتباط آنها با پیشنهادات، بخصوص هزینه ارائه شده توسط فروشنده.

ب- هزینه های پیشنهادی فروشنده برای اطمینان از معقول بودن قیمتتهای پیشنهادی و هزینه های منظور شده از سوی فروشنده. عملیات تجزیه و تحلیل قیمتها/هزینه ها باید آنقدر کارآمد باشند که بتوانند کلیه سوالات و مسائلی را که بر هزینه ها اثر می گذارند را پاسخ دهند. انتخاب و کاربرد تکنیکهائی تجزیه تحلیل مناسب برای قیمت/هزینه به اینککه مشخصات تا چه حد خوب تعریف شده باشند، به میزان رقابت موجود، به قابلیتهای اطلاعات موجود درباره هزینه ها و قیمتتها و به کارائی تخمینهای دورن سازمانی بستگی دارد. بعنوان یک بخش نهائی آماده سازی مذاکرات، رئیس مذاکره کنندگان و تیم او باید کلیه اعضا را با طرحهای مذاکره، مطالب انتشار یافته، اهداف و اطلاعاتی که چنان طرحهایی بر

مبنای آنها ایجاد شده اند آشنا سازند. احتمال دارد رئیس با روشی خشک و رسمی اجرای راهبردها و تکنیکهائی مذاکره نهائی را رهبری کند و شرایط مذاکره ای واقعی را برای تیم خود مهیا سازد.

تعریف اهداف مذاکره

مذاکره کننده ای که فاقد اهداف روشن و تعریف شده باشد، در موقعیت تدافعی قرار می گیرد. همواره باید فرض گردد که طرف دیگر شرکت کننده در جلسه با اهدافی تعریف شده برای شرکت متبوع خود در مذاکره حضور یافته است. عدم اطمینان و سر درگمی در مورد اهداف می تواند مذاکره کننده را به واگذاری امتیازاتی مخرب رهنمون گردد. در نظر داشتن اهدافی کلی چون «بدست آوردن هر چیزی ممکن از فروشنده» و یا تلاش برای «کسب بهترین قیمت ممکن» با بی هدفی چندان فرقی ندارد. یک خریدار باید اهداف خود را دقیقاً تعریف نماید و این تعریف باید شامل شرایطی باشد که او و شرکت متبوعش بصورت معقولانه ای در انتظار کسب آنها می باشند. این هدف می تواند قیمت باشد و یا امتیازات معینی در مورد کیفیت، نحوه تحویل و یا عوامل دیگر را شامل گردد. هدف باید با شرایط مشخصی توضیح داده شود، مثلاً قیمت مشخص، اما همواره باید قابلیت تعدیل پذیری داشته باشد. انعطاف پذیری در بطن مذاکره نهفته است و کلیه اهداف بایستی یک حداقل و یک حداکثر برای حرکت مذاکره کننده در خود داشته باشند تا وقتی که او در وهله اول شانس تغییر عقیده را یافت و یا در وهله دوم، مجبور به تغییر عقیده شد بتواند حرکت نماید.

خریداری که با هدفی مشخص وارد مذاکره می شود، برای مثلاً یک قیمت ایده آل ۱۱۵۰۰ دلار برای دیگری بالاتر و پائین تر از این رقم را با فرض مورد قبول بودن آنها در اختیار داشته باشد. در مذاکرات واقعی و در اولین پیشنهاد خریدار از حداقل قیمت مورد توافق تیم مذاکره کننده برای مثال ۱۰۰۰۰۰ دلار استفاده می کند بدون اینکه به پذیرش این قیمت از سوی فروشنده امید داشته باشد. از طرفی خریدار جهت پیشنهاد بالاترین قیمت برای مثال ۱۲۵۰۰ دلار اما فقط در آخرین وهله نیز آمادگی دارد. البته هدف، بالاترین و پائین ترین قیمت بر اساس تجزیه تحلیل هزینه ها، میزان نیاز به تجهیزات، انحصاری بودن فروشنده و یا سایر عوامل تعریف می گردند.

ادامه دارد ...



در گفت و گو با معاونت امور استان های اتاق ایران مطرح شد: اتاق نقش مشورتی و مشاوره برای قوای سه گانه دارد

تهیه و تنظیم:

کامران حسین پور، مجتبی گهستونی

مظفر علیخانی معاونت امور استان های اتاق بازرگانی ایران ۲۳ سال است که سابقه خدمت در این اتاق را دارد. او از جمله کارشناسان موفق و پرتلاش اتاق است که در امور مجلس اتاق و همچنین بیش از ۲۰ سال مدیر کلی خدمات، صادرات، واردات و امور گمرکی اتاق را بر عهده داشته که به سبب این مسئولیت در مراجع تصمیم گیر و تصمیم ساز از جمله در کمیسیون ماده یک، کمیسیون های تخصصی مجلس و دولت، هیات ارزیاب سازمان استاندارد، گمرک ایران، بانک ملی ایران و... به نمایندگی از سوی اتاق ایران حضور موثری داشته و دارد. وی هم اکنون حدود یک سال است که بر اساس دستور ریاست محترم اتاق ایران به عنوان سرپرست معاونت امور استان های اتاق ایران انجام وظیفه می کند. مجله «آیینه اتاق» با این مدیر و کارشناس توانمند در اتاق بازرگانی ایران که به خوزستان سفر کرده بود گفت و گویی انجام داده که می خوانید.

چه چیزی باعث شد که به خوزستان سفر کنید؟

در این راستا و طبق آرای شورای عالی نظارت مبنی بر لزوم بررسی و بازنگری در چگونگی انتخابات انجام شده در اتاق خرمشهر، ضمن برگزاری جلساتی در تهران مقرر شد این موضوع در استان و از نزدیک پیگیری شود. البته جلسه خیلی خوبی هم در استان با حضور استاندار خوزستان، مهندس سلیمانی مقدم رئیس اتاق اهواز، جلال پور نایب رئیس اتاق ایران و اینجانب با هدف بررسی مشکلات فعالان اقتصادی در شهرهای آبادان، خرمشهر و اهواز داشتیم که امیدواریم این جلسات موجب همدلی و هم افزایی بیشتر شود و بتواند به توسعه شهرهای استان و توانمندسازی بخش خصوصی و تعالی بیشتر این اتاق ها شود.

با توجه به اینکه جنابعالی مدیرکل صادرات و واردات اتاق هستید آیا برنامه ریزی مشخص و ویژه ای در یک سال گذشته برای تسهیل صادرات و واردات داشتید تا بروکرسی های رایج اداری که بین ادارات، بانکها و گمرک وجود دارد برطرف شود؟

اگر نگاه مختصری به وضعیت حاکم بر کشور در سال های گذشته داشته باشیم به خوبی در میابیم که در اقتصاد کلان کشور، تولید، صادرات و واردات از دو مشکل اساسی ناشی از تحریم اقتصادی و خود تحریمی رنج می برده است.

بر این اساس صادرات کشور با وضع مجدد پیمان ارزی، دریافت مالیات از صادرات، ممنوعیت های صادراتی، مالیات بر ارزش افزوده و برخی از رویه ها و فرایندهای محل توسعه صادرات که بخشی از آنها بر می گردد به تفاسیر مختلف و اعمال سلیق گوناگون.

خوشبختانه دولت تدبیر و امید با دو شعار اساسی تنش زدایی و حل و فصل مسائل و مشکلات اقتصادی کشور با رویکردی به بهبود فضای کسب و کار و توانمند کردن بخش خصوصی بر مسند مدیریت کشور تکیه زد.

بر این اساس اتفاقات مهمی افتاد. اول اینکه وقتی توانستیم با جامعه جهانی گفتمان جدیدی برقرار کنیم نگاه دنیا به دولت، ملت شریف و بخش خصوصی ایران متفاوت شد. بر این اساس در چند ماه گذشته شاهد ترافیک حضور هیات های مختلف اقتصادی و سیاسی به ایران هستیم که به منظور توسعه روابط و همکاری ها این سفرها صورت گرفته است.

در میان، اتاق ایران تمام تلاش خود را برای معرفی توان اقتصادی و صنعتی ایران به دنیا انجام داد تا سرمایه گذاری های خارجی جلب کند و بازارهای جدید بین المللی را فراهم آورد. اتاق ایران در بیش از ۱۰۰ شورا و کمیسیون استانی و ملی عضویت دارد که در نتیجه همه این مذاکرات و پیگیری ها تلاش کرد تا فضای کسب و کار را بهبود ببخشد.

از جمله کارهای اساسی که انجام شد می توان به رفع ممنوعیت و محدودیت های صادراتی،



پیمان ارزی و مالیات بر صادرات اشاره کرد، مشکلات فراروی تمدید کارت بازرگانی تا حدودی برطرف شد و از سوی دیگر نگاه دولت به فعالین اقتصادی و صادرکنندگان تغییر کرد به گونه ای که از نظر دولت آنان افسران جبهه اقتصادی مطرح می شوند. به همین دلیل در سال ۱۳۹۲ و دو ماهه اول سال جاری صادرات افزایش پیدا کرده است که به نظر می رسد اتاق ایران توانسته در جهت برداشتن موانع پیش روی صادرات کشور و بهبود فضای کسب و کار نقش شایسته ای داشته باشد.

به طور کلی چرا با کشورهای هم عرض خود در بحث صادرات و واردات یک برنامه مدون و منسجم نداریم؟

قانون مقررات و صادرات بستر فعالیت صادرکنندگان ماست مربوط به اوایل دهه ۷۰ است که با نیازهای امروز کشور همخوانی ندارد و نیاز به بازنگری دارد. اما با وجود همین قانون و سند راهبرد توسعه صادرات کشور، صادرکنندگان می توانند نقش آفرینی کنند. اما مشکلی که وجود دارد به دو نکته بر می گردد.

یکی از این مشکلات مربوط به تنش های سیاسی دنیا با ایران است. هرچقدر که در بعد اقتصادی قانون خوب داشته باشی و صادرکنندگان برجسته هم وجود داشته باشد اگر در روابط بین الملل با چالش مواجه باشیم اجازه خودنمایی نمی دهد.

نکته دوم اینکه آنقدر که حوزه اقتصادی و تجاری ایران از خود تحریمی ها رنج می برد و از آسیب برخوردار می شود از تحریم های سیاسی دچار مشکل نشده است.

بر همین اساس فضای کسب و کار ایران بر اساس شاخص های آمارهای بانک جهانی در رده ۱۵۲ و بر اساس تجارت فرامرزی در بین کشورها در رده ۱۴۶ قرار دارد.

یعنی نزدیک به صفر هستیم. پس در صادرات توفیقی عایدمان نشده است.

نکته سوم اینکه تورم دو رقمی و گران بودن پول و قیمت تمام شده تولید است.

در بحث صادرات دو عامل اساسی قیمت و کیفیت باید مدنظر قرار بگیرد. اگر کیفیت هم داشته باشیم اما وقتی قیمت کالا بالا برود قدرت رقابت و چانه زنی را از شما سلب می کند. در سالهای گذشته همواره ۲۰ درصد قیمت کالای

تمام شده ما بالا رفته و همین موضوع به عامل بازدارنده ای در سطح بین الملل تبدیل شده است. از سویی تحریم ها باعث شده که ارتباط نزدیکی با کشورهای همسایه و یک سری همگرایی های دیگر بوجود آید و شرکای اصلی شکل بگیرد.

با این حال ظرفیت های صادراتی ما فراتر از این است. لذا باید فضای تعامل با جامعه جهانی شکل بگیرد تا از این ظرفیت نهایت بهره برده شود.

نکته دیگر اینکه فضای سیاسی هر کشور تابع شرایط خاص خود است لذا شرایط حضور و نفوذ ما در هر کشور باید متفاوت باشد. لازمه آن این است که اتاق ایران و اتاق استانها با تعامل وزارت صنعت و معدن و تجارت برای هر بازار استراتژی خاص آن تعریف شود.

وقتی صحبت از صادرات و واردات می کنیم یک کالای خاص در ذهن ها شکل می گیرد. اما در این دو حوزه مقوله های دیگری مثل گردشگری با انواع اقسام تعریف هایش وجود دارد. آیا اشاعه این حوزه در دستور کار اتاق بازرگانی ایران به عنوان پیشقراول اتاق های سایر نقاط کشور وجود دارد؟

اتاق ایران نه مرجع سیاستگذار، نه مرجع قانون گذار و نه مقام اجرا است. اتاق ایران نقش مشورتی و مشاوره برای قوای سه گانه دارد و وظیفه آن آسیب شناسی، تدوین راهکارهای مناسب برای ارایه به دستگاههای تصمیم گیرنده دارد. بر همین اساس ۱۸ کمیسیون تخصصی از جمله گردشگری، صادرات، کشاورزی، خدمات فنی و مهندسی، حمل و نقل و... وجود دارد.

در این کمیسیون ها که در استانها هم وجود دارد مسائل و مشکلات فراوانی که وجود دارد را مورد کنکاش قرار می دهد و ارائه راهکار به دستگاههای حاکمیتی می دهد.

خدمات فنی و مهندسی جزء سر فصل های اتاق ایران است. خوشبختانه در حوزه های مختلف فنی و مهندسی که بیش از یک هزار رشته را در بر می گیرد مثل سد سازی، ساختمان، پل سازی، جاده سازی، صنعت برق، آب، پتروشیمی، نفت، گاز و... شرکت ها و مدیران توانمندی داریم. در ارتباط با صنعت توریسم با توجه به جاذبه های گوناگونی که در ایران داریم و از اقلیم متنوعی

برخورداریم ایران را جز ده کشور اول دنیا تبدیل کرده است. امروزه با مدیریتی که در سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی قرار گرفته است، تعامل خوبی با بخش خصوصی برقرار شده و طبق آمارهایی که دریافت شده تعداد گردشگران خارجی به ۴ برابر سالهای قبل افزایش پیدا کرده است.

اما درباره گردشگری سلامت خوشبختانه در قلب آسیا و یک بازار ۴۰۰ میلیون نفری قرار گرفته ایم.

همچنین در علم پزشکی و جراحی به خصوص در بعضی از رشته های مهم مثل جراحی قلب باز، دندان پزشکی، زیبایی، چشم پزشکی حرفهای بسیاری برای گفتن داریم.

در ارتباط با سایر خدمات می توانم به ترانزیک و حمل و نقل و ICT اشاره کنم. در بحث حمل و نقل و ترانزیت از شرایط استراتژیکی برخورداریم. از بعد مسافت و امنیت اقتصادی و اجتماعی در شرایط خوبی هستیم به گونه ای که حتی این صنعت می تواند جایگزین درآمد های نفتی بشود.

زمانی ما به عنوان بخش خصوصی گله مند بودیم که توسط دولت دیده نمی شویم. اما با وجود حضور جناب آقای دکتر نهاندیان به عنوان رئیس دفتر ریاست جمهوری فرصتی فراهم آمده تا از بخش خصوصی برای مشورت گرفتن استفاده شود. اما موضوع دیگر اینکه قرار شد ۳۰ درصد از درآمدهای هدفمند کردن یارانه ها به تولید اختصاص داده شود. در این خصوص شما چه توضیحی دارید؟

شرایط امروز اتاق ایران در کل کشور متفاوت از سالها و دهه های گذشته است. از جمله فرصت هایی که برای اتاق به وجود آمده که می توان به اصل ۴۴ قانون اساسی، سیاست های اقتصاد مقاومتی، تجربه ناموفق اقتصاد دولتی، یکی دیگر از فرصت ها نگاه دولت تدبیر و امید به توانمندی ها و استعداد های بخش خصوصی است. توجه شخص رئیس جمهوری به بخش خصوصی و اعتماد ایشان به اتاق های بازرگانی و راه اندازی شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی در سطح ملی از دیگر فرصت هایی است که بوجود آمده است.



گفت و گو با رحیم جلیلی مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های دائمی بین‌المللی خوزستان نمایشگاه آینه تمام‌نمای ملت‌ها است

مجتبی گهستونی

نمایشگاه یک رویداد مهم اقتصادی است که اثرات فرهنگی و اجتماعی بسیار مهمی را دارا است. در حقیقت نمایشگاه آینه تمام‌نمای ویژگی‌ها و ملت‌ها است. در نمایشگاه‌ها فرهنگ و سنت و آداب ملل مورد توجه قرار می‌گیرد. اهمیت فرهنگی نمایشگاه‌ها بر سازمان‌دهندگان و شرکت‌کنندگان نیز آشکار است و تلاش برای معرفی فرهنگ، آداب و رسوم ملی از طریق معماری ساختمان، آرایش غرفه‌ها، عکس‌ها و اسلاید‌ها در نمایشگاه‌های بین‌المللی شاهدی بر این مدعا است و نمایشگاه به مثابه دانشگاه بزرگی است که در آموزش افراد نقشی با ارزش و غیر قابل انکار دارد. تشکیل هر نمایشگاه به افزایش دانش و شناخت بازدیدکنندگان

کمک میکند و بازدیدکنندگان از هر قشر و طبقه با

اطلاعات

جدیدی که به دست

می‌آورند، بر غنای علمی

خود و جامعه می‌افزایند.

اما در خصوص اثرات اجتماعی نمایشگاه

باید گفت که باعث تحکیم همبستگی و دوستی ملل می‌شود. به این طریق که در نمایشگاه‌های بین‌المللی، نمایندگان استان‌های هر کشور و یا نمایندگان کشورهای مختلف در کنار یکدیگر جمع می‌شوند و در خصوص مسائل اقتصادی، تجاری و آخرین دستاوردها و تکنولوژی به تبادل افکار پرداخته و دامنه دوستی‌ها افزایش می‌یابد. دوم اینکه روابط اجتماعی بیشتری در نمایشگاه‌ها برقرار می‌گردد، به این طریق که از نظر جامعه‌شناسی ابتدا لازم است کسی را به سوی خود جلب کنیم تا مرحله بعدی می‌توانیم از لحاظ فکری با او ارتباط برقرار کنیم. در این میان نمایشگاه‌ها می‌توانند در جلب توجه و جذب افراد از اقصی نقاط هر کشور و یا نقاط مختلف جهان نقش قابل توجهی را داشته

باشند. سوم اینکه نمایشگاه‌های بین‌المللی می‌توانند در جلب جهانگردان داخلی و خارجی می‌توانند نقش مهمی را ایفا نمایند. برای اینکه در زمان برپایی نمایشگاه‌ها گروه‌کثیری از داخل و خارج از کشور برای شرکت در نمایشگاه و بازدید از آن‌ها به کشور برگزار کننده می‌شوند. با توجه به اهمیت نمایشگاه‌های بین‌المللی خوزستان با رحیم جلیلی مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های دائمی بین‌المللی خوزستان که نزدیک به ۳ سال است منصوب شده گفت و گویی انجام داده‌ام که می‌خوانید:

تاریخچه شکل‌گیری شرکت نمایشگاه‌های دائمی خوزستان به چه زمانی بر می‌گردد؟

شرکت نمایشگاه بین‌المللی خوزستان (سهامی خاص) در مورخه ۱۸ خرداد ۱۳۷۱ به صورت شرکت سهامی خاص تاسیس شد. فعالیتهای شرکت، ایجاد تاسیسات و مراکز خاص جهت معرفی و عرضه فرآورده‌های صنعتی و بازرگانی، کشاورزی و معدنی داخلی و خارجی، ایجاد و اداره ی غرفه‌های نمایشگاه در داخل کشور و در صورت لزوم در خارج کشور طبق قوانین مملکت است. همچنین مشارکت با اشخاص حقیقی و حقوقی از طریق سرمایه‌گذاری مشترک و اجاره محل نمایشگاه و غرفه‌های مناسب و همکاری با نمایشگاه‌های داخل و

خارج

برابر با

قوانین جاری

مملکت، برگزاری نمایشگاه‌های

تخصصی و فعالیت‌هایی که به صورت مستقیم

یا غیر مستقیم با موضوع شرکت مرتبط باشد

از دیگر اهداف شرکت نمایشگاه‌های

دائمی خوزستان است.

با وجود اهمیت خوزستان، نمایشگاهی که در این استان هم مستقر است باید بسیار استاندارد ظاهر شود اما با معیارهای یک نمایشگاه خوب فاصله دارد. چرا؟

بله قبول دارم. در حال حاضر نمایشگاه ۳

هکتار وسعت دارد و این خیلی کم است اما

شرکت نمایشگاه‌ها از موقعیت جغرافیایی

خوبی برخوردار است اما از لحاظ وسعت و





تاثیر نمایشگاه‌هایی که برگزار می‌شود در ایجاد اشتغال تا چه حد مورد توجه قرار گرفته است؟

هر سال از سوی شرکت کنندگان و تولیدکنندگان برای حضور در نمایشگاه اشتغال خوبی صورت می‌گیرد. وقتی نمایشگاهی برگزار می‌شود در بحث اشتغال زایی هم موثر واقع می‌شود به خصوص در بحث حمل و نقل ریلی، جاده ای و هوایی، مبادلات پولی و... صورت می‌گیرد. در هر نمایشگاه بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ نفر فقط در غرفه‌ها اشتغال پیدا می‌کنند. در طول سال ۶ ماه از سال به طور مستقیم و غیر مستقیم اشتغال زایی برای آقایان و خانم‌ها داریم. شرکت‌هایی که به خوزستان می‌آیند علاوه بر خرده فروشی، عمده فروشی هم می‌کنند و یا نمایندگی کسب می‌کنند. هر ساله یک تا یک و نیم میلیون نفر از نمایشگاه‌ها بازدید می‌کنند.

نمایشگاه‌هایی که در خوزستان برگزار می‌شود به چند بخش تقسیم می‌شوند؟

نمایشگاه‌های برگزار شده به سه بخش تخصصی، تخصصی عمومی و عمومی تقسیم می‌شود که نسبت به بازار تخفیفی بالغ بر ۱۰ تا ۳۰ درصد را اختصاص می‌دهد. در سال گذشته بالای ۹۰ درصد نمایشگاه‌ها تخصصی و مابقی نمایشگاه‌ها عمومی بود که نمایشگاه‌های عمومی جهت رفاه حال مردم و با هماهنگی‌های سازمان صنعت و تجارت و اصناف برگزار شد. همچنین ۱۲ موضوع نمایشگاهی کاملاً صنعتی هستند.



یکی از اهداف مهم شرکت نمایشگاه‌ها توجه به بازارهای بین المللی است. در زمینه برگزاری نمایشگاه‌های خارجی و توجه خارجی‌ها به بازار خوزستان چه تلاش‌هایی صورت گرفته است؟

در سال ۱۳۹۲ دو نمایشگاه خارجی در عراق و روسیه برگزار کردیم. در واقع می‌خواستیم به

استانداردهای بین المللی فاصله دارد. در گذشته به اهمیت نمایشگاه توجه خاصی نشده است. استاندار محترم و معاونین ایشان و شهرداری با همکاری‌هایی که کردند در فولی آباد (پلیس راه قدیم اهواز - اندیمشک) ۵۰ هکتار زمین به ما دادند که تا ۲ سال دیگر به طور کلی نمایشگاه منتقل می‌شود. با وجود این سایت جدید به طور همزمان می‌توان نمایشگاه‌های ملی و بین المللی را برگزار کرد.

در واقع نمایشگاه نقش بسیار مهمی در بحث صادرات می‌تواند داشته باشد. همتی که دولت فعلی برای رونق دادن به اوضاع نابسامان اقتصادی دارد می‌تواند به رشد صادرات محصولات بومی خوزستان به کشور روسیه، عراق و کشورهای حاشیه خلیج فارس موثر واقع شود.

یعنی خوزستان در زمره استان‌های سطح پایین در زمینه نمایشگاه است؟

خیر - رتبه پایینی ندارد. درست‌ه که از استاندارهای بین المللی فاصله دارد اما رتبه شرکت نمایشگاه‌های دائمی خوزستان از ردیف ۱۶ به ردیف پنجم در کنار شهرهای مشهد، تبریز، شیراز و اصفهان رسیده است. ضمن اینکه با توجه به فرم‌های توضیح شده در بین بازدید کنندگان و بر اساس نظرسنجی انجام شده، بالای ۹۰ درصد رضایت مندی را کسب کرده ایم.

در ماه‌های گذشته تنوع موضوعات نمایشگاهی چشمگیری بوده. چه سازوکاری اتخاذ کرده اید؟

از زمان حضور این جانب تلاش شده است تعداد موضوعات نمایشگاهی از ۱۸ موضوع به ۴۰ موضوع افزایش یابد. اگر می‌خواهیم پتانسیل‌های خوب خوزستان را در حوزه صنایع نفت، گاز، پتروشیمی، کشاورزی، فولاد و... معرفی کنیم و با وجود مرزی بودن خوزستان و جمعیت کلان آن و تاثیری که این استان در توسعه کشور دارد لازم بود موضوعات جدیدی را در تقویم نمایشگاهی قرار دهیم. سعی کردیم با اضافه کردن موضوعات نمایشگاهی اهمیت و تاثیر نمایشگاه را به مردم و مسئولین معرفی کنیم. خوشبختانه در طی این مدت اهمیت نمایشگاه برای مردم و مسئولین آشکار شد و موضوعات نمایشگاهی را در سال ۱۳۹۰ به ۳۶ موضوع، در سال ۱۳۹۱ به ۳۷ موضوع، در سال ۱۳۹۲ به ۳۸ موضوع و در سال ۱۳۹۳ به ۴۰ موضوع نمایشگاهی افزایش دادیم.

تولید کننده و تجار این جرات و جسارت را برای حضور بین المللی بدهیم. تلاش ما آشنا کردن تجار با بازارهای هدف بود. چند شرکت ایرانی در بازاریابی موفق بودند. اما برای سال ۱۳۹۳ رویه را عوض کردیم. برنامه داریم اوایل آذر به مدت یک هفته نمایشگاه بازرگانی عمومی خارجی را در اهواز برگزار کنیم. در این نمایشگاه ۱۳۰ واحد شرکت خواهند کرد. مجری آن هم عمانی‌ها، پاکستانی‌ها و لبنانی‌ها هستند. این مجری‌ها از تجار دیگر کشورهای خارجی برای حضور در نمایشگاه اهواز دعوت خواهند کرد. همچنین هر سال ۵۰ تاجر خارجی به تناوب موضوع نمایشگاه برای بازدید دعوت می‌شوند تا نمایشگاه را مورد بررسی قرار بدهند. در سال گذشته همچنین هیات‌های تجاری خارجی از کشورهای عراق، عمان، لبنان، روسیه و چین از نمایشگاه‌های ما دیدن کردند که از جمله این نمایشگاه‌های می‌توان به نمایشگاه‌های لوازم خانگی و صنعت نفت خوزستان اشاره کرد.

از ظرفیت سفارت خانه‌های خارجی در توجه کردن به بازار خوزستان تاکنون غافل بوده اید. آیا برنامه‌ای برای دعوت از آنها دارید؟

ما همواره از کنسول عراق دعوت کرده ایم تا از نمایشگاه دیدن کند ما از پیشنهاد شما برای دعوت سفرا به خوزستان استقبال می‌کنیم و آن را اجرایی خواهیم کرد.

چرا در نیمه اول سال نمایشگاه برگزار نمی‌شود؟

تا ۳ سال پیش در ۶ ماه اول سال نمایشگاهی برگزار نمی‌شد. اما از آن زمان تاکنون به طور مثال از اردیبهشت ماه تا به اکنون ۶ نمایشگاه برگزار شد که در نوع خود بی سابقه بوده است. در خرداد و تیرماه هم ۲ نمایشگاه برگزار خواهد شد.



شرکت نمایشگاه های بین المللی خوزستان

تقویم نمایشگاه های داخلی شرکت نمایشگاه بین المللی استان خوزستان سال ۱۳۹۳

| ردیف | عنوان نمایشگاه | تاریخ |
|------|--|-------------------------|
| ۱ | سومین نمایشگاه سرگرمی، کونک و نوجوان | ۹۳/۰۶/۰۵ لغایت ۹۳/۰۶/۰۶ |
| ۲ | نمایشگاه تخصصی فرش دستباف و ملبوس | ۹۳/۰۶/۰۵ لغایت ۹۳/۰۶/۰۶ |
| ۳ | فصلین نمایشگاه خانه مدرن | ۹۳/۰۶/۱۳ لغایت ۹۳/۰۶/۰۹ |
| ۴ | لوازم نمایشگاه تخصصی ماس، نوزاد و کودک | ۹۳/۰۶/۲۴ لغایت ۹۳/۰۶/۱۸ |
| ۵ | لوازم نمایشگاه لوازم آرایشی - بهداشتی و مواد شوینده | ۹۳/۰۶/۲۴ لغایت ۹۳/۰۶/۱۸ |
| ۶ | نمایشگاه فرش سواد خنایی و بهداشتی (ویژه قان دوم طرح منحصوی ریلان هان) | ۹۳/۰۶/۳۱ لغایت ۹۳/۰۶/۲۵ |
| ۷ | نمایشگاه طرح شباهت چنانسیت ماه مبارک رمضان | ۹۳/۰۶/۰۶ لغایت ۹۳/۰۶/۲۰ |
| ۸ | نمایشگاه ویژه عید سعید فطر | ۹۳/۰۵/۰۵ لغایت ۹۳/۰۶/۲۰ |
| ۹ | نمایشگاه فرش یابیزه به مناسبت بازگشایی مدرسه | ۹۳/۰۶/۲۴ لغایت ۹۳/۰۶/۱۵ |
| ۱۰ | دومین نمایشگاه ورزشی و تجهیزات و لیسنه | ۹۳/۰۶/۲۹ لغایت ۹۳/۰۶/۲۳ |
| ۱۱ | دومین نمایشگاه خودرو های کلاسیک | ۹۳/۰۶/۲۹ لغایت ۹۳/۰۶/۲۳ |
| ۱۲ | فصلین نمایشگاه کتاب ایران خوزستان | ۹۳/۰۷/۰۹ لغایت ۹۳/۰۷/۰۳ |
| ۱۳ | سومین نمایشگاه توانمندیهای تولیدی صنعتی و خدمات فنی مهندسی خوزستان | ۹۳/۰۷/۱۷ لغایت ۹۳/۰۷/۱۳ |
| ۱۴ | هفتمین نمایشگاه صنایع دستی، گردشگری و افرام ایرانی | ۹۳/۰۷/۲۵ لغایت ۹۳/۰۷/۲۱ |
| ۱۵ | دومین نمایشگاه راه و شهر سازی، حمل و نقل و صنایع و لیسنه | ۹۳/۰۸/۰۳ لغایت ۹۳/۰۷/۲۰ |
| ۱۶ | چهارمین نمایشگاه لوازم خانگی و تجهیزات آشپزخانه | ۹۳/۰۸/۱۹ لغایت ۹۳/۰۸/۱۵ |
| ۱۷ | فصلین نمایشگاه صوتی و تصویری | ۹۳/۰۸/۱۹ لغایت ۹۳/۰۸/۱۵ |
| ۱۸ | نمایشگاه تخصصی فرش دستباف و ملبوس | ۹۳/۰۸/۱۹ لغایت ۹۳/۰۸/۱۵ |
| ۱۹ | چهارمین نمایشگاه ماشین آلات کشاورزی، دام و طیور، شباهت و آبیاری | ۹۳/۰۸/۲۸ لغایت ۹۳/۰۸/۲۵ |
| ۲۰ | دومین نمایشگاه ملبوس آلات، برقی آلات، چوب و MDF و مواد اولیه | ۹۳/۰۹/۰۸ لغایت ۹۳/۰۹/۰۵ |
| ۲۱ | لوازم نمایشگاه بین المللی جاز کلاب عمومی | ۹۳/۰۹/۰۹ لغایت ۹۳/۰۹/۰۳ |
| ۲۲ | دومین نمایشگاه بانکداری الکترونیکی، صنعت بیمه، بورس و سرمایه گذاری | ۹۳/۰۹/۱۶ لغایت ۹۳/۰۹/۱۲ |
| ۲۳ | لوازم نمایشگاه فلزات، کالاهای طلا و جواهرات نقره و سلامت و تجهیزات و لیسنه | ۹۳/۰۹/۱۶ لغایت ۹۳/۰۹/۱۲ |
| ۲۴ | لوازم نمایشگاه تور، صنعت هتلداری و خدمات مسافرتی | ۹۳/۰۹/۱۶ لغایت ۹۳/۰۹/۱۲ |
| ۲۵ | دومین نمایشگاه عتقه چرمی | ۹۳/۰۹/۲۶ لغایت ۹۳/۰۹/۲۲ |
| ۲۶ | سومین نمایشگاه ملی اطفال و توسعه کار آفرینی | ۹۳/۰۹/۲۶ لغایت ۹۳/۰۹/۲۲ |
| ۲۷ | چهارمین نمایشگاه فن آوریهای نوین، صنایع حفاظتی، امنیت و اتقن نظامی | ۹۳/۰۹/۲۶ لغایت ۹۳/۰۹/۲۲ |
| ۲۸ | پانزدهمین نمایشگاه صنعت ساختمان | ۹۳/۱۰/۰۶ لغایت ۹۳/۱۰/۰۳ |
| ۲۹ | دهمین نمایشگاه مبلمان و دکوراسیون منزل | ۹۳/۱۰/۱۵ لغایت ۹۳/۱۰/۱۱ |
| ۳۰ | فصلین نمایشگاه تخصصی صنعت نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی و موتورهای نمایشگاه قطری | ۹۳/۱۰/۲۷ لغایت ۹۳/۱۰/۲۳ |
| ۳۱ | دهمین نمایشگاه خودرو، موتور، سیکت و قطعات و لیسنه | ۹۳/۱۱/۱۰ لغایت ۹۳/۱۱/۰۶ |
| ۳۲ | هفتمین نمایشگاه صنایع دستی، گردشگری و افرام ایرانی | ۹۳/۱۱/۱۸ لغایت ۹۳/۱۱/۱۴ |
| ۳۳ | چهارمین نمایشگاه لوازم و چراغهای تزئینی | ۹۳/۱۱/۲۶ لغایت ۹۳/۱۱/۲۲ |
| ۳۴ | لوازم نمایشگاه محصولات ماشین های کشاورزی، موکت، کفپوش و محصولات نساجی | ۹۳/۱۱/۲۶ لغایت ۹۳/۱۱/۲۲ |
| ۳۵ | دومین نمایشگاه معماری، دکوراسیون و صنایع چوب | ۹۳/۱۱/۲۶ لغایت ۹۳/۱۱/۲۲ |
| ۳۶ | پانزدهمین نمایشگاه تخصصی آب و برق | ۹۳/۱۲/۰۳ لغایت ۹۳/۱۱/۲۰ |
| ۳۷ | دومین نمایشگاه تجهیزات پزشکی بیمارستانی، صنایع نیروی، آزمایشگاهی و تولیدی | ۹۳/۱۲/۰۳ لغایت ۹۳/۱۱/۲۰ |
| ۳۸ | نمایشگاه فرش بهار | ۹۳/۱۲/۱۷ لغایت ۹۳/۱۲/۱۰ |
| ۳۹ | چهارمین نمایشگاه سفره هفت سین، گل آرایشی، تزئینات، شیرینیهای خانگی، آکواریوم و هدرهای دستی | ۹۳/۱۲/۲۵ لغایت ۹۳/۱۲/۲۱ |
| ۴۰ | چهارمین نمایشگاه سوغات، کباب و غذای خوزی | ۹۳/۱۲/۲۵ لغایت ۹۳/۱۲/۲۱ |

توضیح: برگزاری نمایشگاه بین المللی بازرگانی عمومی خارجی در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی خوزستان
(۹۳/۰۹/۰۳ لغایت ۹۳/۰۹/۰۹ توسط شرکت اکسپو عمان)

مخزنه اتاق بازرگانی صنایع، معدن و کشاورزی اهواز

ایب زات



عکاسخانه اتاق تجارت

تصاویر و نقوش بر جای مانده از دوران دور بعضاً گوشه ای از احساسمان را قلقلک می دهد. گاهی یاد آور زمان هایی است که به دور از هرگونه سر و صدا و هیاهو، گویی آرام رحل سفر برگزیده است. آیا آیندگان هم در مورد تصاویر بر جای مانده از ما همین احساس را خواهند داشت؟ آیا ما هم بخشی از خاطرات خوب یا بد آنها خواهیم شد؟ تلاش کرده ایم تا تصاویر بجای مانده از ما در آینده نقش برجسته خیالهای فرزندانمان باشد تا لبخندی شیرین بر چهره آنها بیاورد؟

منتظر تصاویر شما هستیم تا با نام خودتان در نشریه چاپ شود.



دکتر مهرزاد طباطبایی رئیس نمایندگی وزارت امور خارجه در استان خوزستان : صنعت و اقتصاد خوزستان از شکل چمدانی و تاناکورایی خارج شود

تهیه و تنظیم :

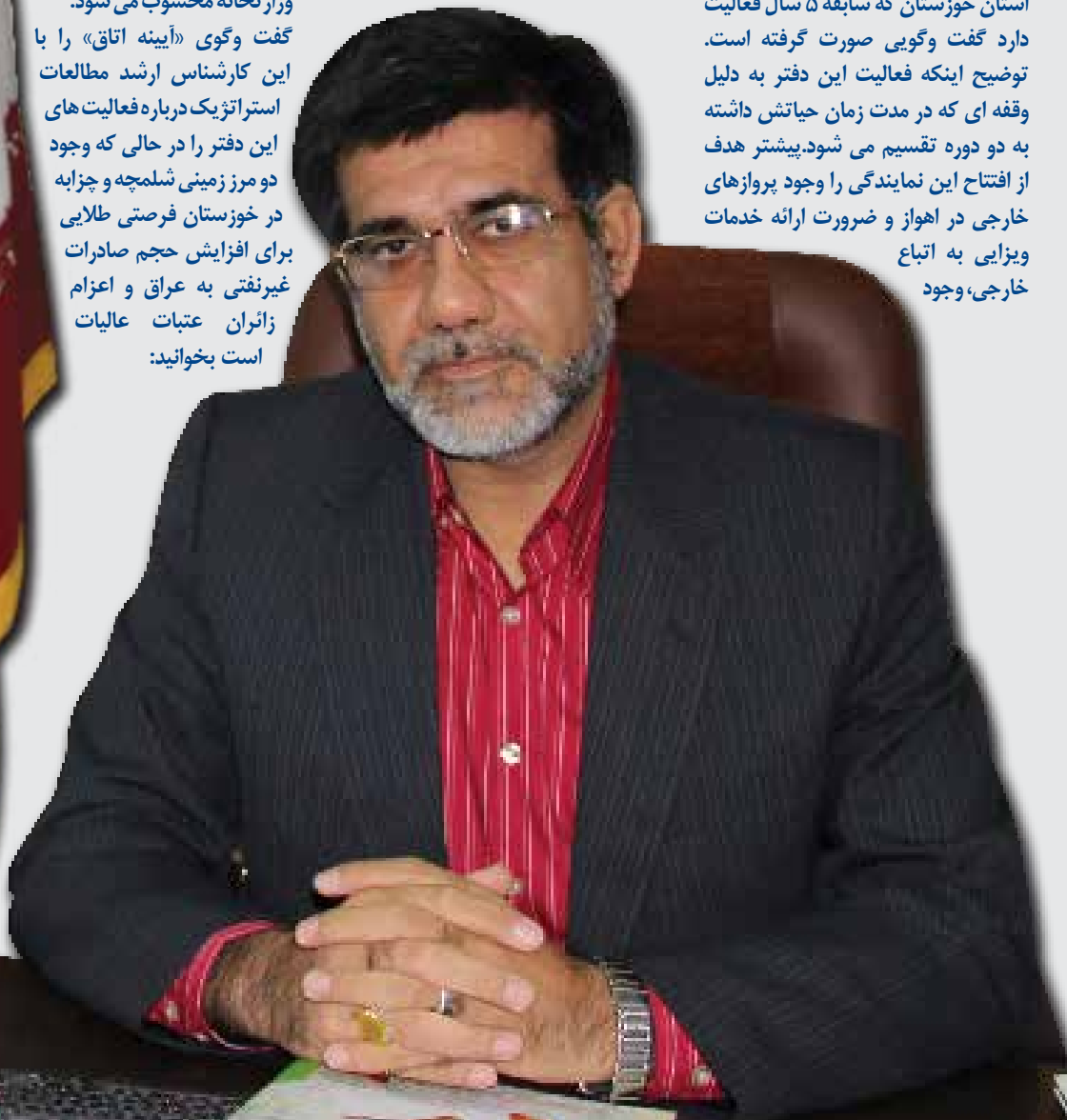
کامران حسین پور ، مجتبی گهستونی

دکتر مهرزاد طباطبایی رئیس نمایندگی وزارت امور خارجه در استان خوزستان دارای تحصیلات دکتری مطالعات استراتژیک است. از سوابق او می توان حضور در سفارت ایران در آلمان به مدت ۴ سال به عنوان مسئول رسانه سفارتخانه و کارشناس ارشد حوزه قفقاز به مدت ۱۵ سال اشاره کنم. وی مدتی هم در امور اروپا اشتغال داشته اما بیشترین دوران کارشناسی خود را در کشور شوروی سابق و سی ای اس سپری کرده است. با وی در دفتر نمایندگی وزارت امور خارجه در استان خوزستان که سابقه ۵ سال فعالیت دارد گفت وگویی صورت گرفته است. توضیح اینکه فعالیت این دفتر به دلیل وقفه ای که در مدت زمان حیاتش داشته به دو دوره تقسیم می شود. پیشتر هدف از افتتاح این نمایندگی را وجود پروازهای خارجی در اهواز و ضرورت ارائه خدمات ویزی به اتباع خارجی، وجود

پتانسیل های اقتصادی و امکان جذب سرمایه گذاری خارجی، توسعه صادرات غیرنفتی به عراق و رسیدگی به مسائل، مشکلات و امور زائران ایرانی عتبات عالیات از طریق برقراری ارتباط با کنسولگری های ایران در بصره، کربلا و نجف و سفارت کشورمان در بغداد عنوان شده بود. رسیدگی به امور خوزستانی های مقیم خارج از کشور و فراهم کردن بستر لازم برای ارتباط با زادگاه خود و امکان سنجی سرمایه گذاری آنان در استان را از دیگر اهداف راه اندازی این مرکز عنوان کرد. تقویت صادرات غیرنفتی، همکاری با سرکنسولگری عراق در خوزستان و نیز

سرکنسول های ایران در بصره، نجف و بغداد، تلاش برای فعالیت های بین المللی و عقد خواهرخواندگی خوزستان با دیگر کشورها، برگزاری همایش هایی با حضور خوزستانی های مقیم خارج، فراهم کردن زمینه سفر سفرای خارجی به خوزستان و بازدید از توانمندی های این استان در همه زمینه ها، تسهیل امور گردشگران و دعوت از توریست های خارجی از دیگر اختیارات دفتر نمایندگی وزارت امور خارجه در خوزستان عنوان شده است. دفتر نمایندگی وزارت امور خارجه در اهواز به عنوان چهاردهمین نمایندگی این وزارتخانه محسوب می شود.

گفت وگویی «آینه اتاق» را با این کارشناس ارشد مطالعات استراتژیک درباره فعالیت های این دفتر را در حالی که وجود دو مرز زمینی شلمچه و چزابه در خوزستان فرصتی طلایی برای افزایش حجم صادرات غیرنفتی به عراق و اعزام زائران عتبات عالیات است بخوانید:



نمایندگی وزارت امور خارجه در استان خوزستان چه سالی تاسیس شد؟

نمایندگی وزارت امور خارجه در استان خوزستان در سال ۸۹ راه اندازی شد و بعد تعطیل شد که دلیل اون نبود نیرو و پشتیبانی نرم افزاری بود. تا اینکه از اسفند سال ۱۳۹۱ دفتر دوباره راه اندازی شد.

اینجا جا دارد از استاندار محترم بابت حمایت همه جانبه تقدیر و تشکر کنم. با توجه به اینکه یک سال دفتر تعطیل بوده و این مسئله باعث شده بود که دفتر از لحاظ فنی و حقوقی جا بماند و امکانات دفتر دچار تغییر شود ولی می بایست به روز شود که با انجام به روز رسانی و تغییرات لازم عملاً دفتر از اردیبهشت ۱۳۹۲ با تغییر مهرها و نشانه های تایید شروع به کار کرد.

آیا نمایندگی در سطح استان های دیگر هم فعالیت دارد یا مختص خوزستان است؟

در تعداد زیادی از استانها دفاتر نمایندگی وزارت خارجه وجود دارد. البته قدیمی ترین دفاترها مربوط به شیراز و مشهد است. باید در نظر داشت فعالیت همه دفاترها هم یکسان نیستند.

در حال حاضر در استانهای آذربایجان شرقی و غربی، قم، اصفهان، فارس، اردبیل، گیلان، مازندران و... دفتر فعال است. استانهایی که مرزی هستند و با کشورهای خارجی ارتباط دارند و یا مبدا ورودی مسافران خارجی است مثل اصفهان که بیشتر توریست ها به این استان می آیند حتما باید دفتر نمایندگی وجود داشته باشد. هدف دفاتر وزارت خارجه ارائه خدمات به اتباع ایرانی مقیم خارج و یا خارجی های مقیم ایران است لذا ضرورت دارد که این دفتر به خصوص در استان های مرزی دایر شده و فعالیت کند. اینکه چرا این دفتر تاپیش از این در خوزستان دایر نبوده من باید بیشترین نقطه ضعف را متوجه وزارت خارجه بدانم که در این زمینه اطلاع رسانی نکرده است. بخش عمده دیگر فقدان هم به ساختار استانی بر می گردد.

دفتر امور خارجه با اینکه زیر مجموعه استانداری نیست اما در استان هم عرض با سایر نهادهای استانی با مردم سروکار دارد. نهادهایی که در سطح استان مدیریت می کنند و ناظر هستند باید سایر نهادهای درون استانی را از وجود چنین

دفتری آگاه کنند. با این حال مردمی که با چنین دفتری سروکار دارند به تدریج با چنین دفتری آشنا می شوند.

ما ارگان اتاق بازرگانی اهواز هستیم. با توجه به نوع کار آیا این دفتر با تجار هم سرکار دارد؟

ما در چند بخش کلی اختیارات داریم. دفاتر وزارت خارجه در چند استان برای صدور روادید فرودگاهی اقدام کرده اما این خدمات در خوزستان تاکنون ارائه نشده که بخشی از آن سخت افزاری و بخش دیگر نرم افزاری است که در حال پیگیری برای انجام آن هستیم.

یک سری خدمات کنسولی است که بخش دیگر این خدمات را مثل خدمات دانشجویی، اسناد اربعه (تولد، فوت، طلاق و ازدواج اتباع خارجه) و هر کاری که ایرانی مقیم خارج کشور و یا هر خارجی مقیم ایران نیاز دارد در خوزستان انجام می دهیم. مثلاً تعداد زیادی از ایرانی ها در خارج از کشور دارند درس می خوانند.

تایید گواهی تحصیلی و دانشجویی آنها پروسه ای است که با تأیید وزارت خارجه صورت می گیرد. در شهرهایی که دفتر نمایندگی وجود ندارد این خدمات در دفتر تهران صورت می گیرد. از مدت زمان شروع به کار این دفتر در خوزستان در کمتر از یک سال قریب به ۱۰ هزار مراجعه کنند (تایید سند) داشتیم.

سه هزار مکاتبه با ادارات و ارگانها داشتیم. سه هزار مکاتبه درباره ایرانیان خارج از کشور که دچار گرفتاری هایی بودند انجام دادیم. بخشی از کار ما با تجار است. این درست است که نمی توانیم بخش عمده ای از مشکلات تجار را برطرف کنیم اما در بخش کنسولی و در بخش هم فکری و ساماندهی اقدامات خوبی انجام دادیم. ما با اتاق بازرگانی اهواز نشست های خوبی برگزار کردیم که منجر به یک سری پیگیری ها شد. در بحث عملی برای ۱۱۳ تاجر تقاضای ویزای کسری برای سه تا ۶ ماه کردیم. در سال ۱۳۹۳ هم برای ۶۰ نفر تقاضای ویزای کسری شد. از اتاق بازرگانی و بخش امور بین الملل اقتصادی استانداری درخواست داشتیم که تجار را به ما معرفی کنند.

هدف ما این نیست که بازرندگی ایجاد کنیم بلکه هدف ما انجام درخواست آنهاست است.

ما به منظور ساماندهی موضوع از تجاری که با اقدامات کنسولی به خارج می روند درخواست کردیم که گزارش کار بدهند. که البته هدف ما ایجاد مانع در مسیر پیش روی او نیست.

ویزای کسری یک امتیاز نیست بلکه ارائه تسهیلات برای کسانی است که دارند کار تجاری می کنند.

تعامل دفتر نمایندگی با استانداری و مدیریت اتباع خارجی چیست؟

با استانداری ارتباطات خوبی داریم. ما اعتقاد نداریم که کسی و یا ارگانی در کار ما دخالت می کند. کاری که انجام می دهیم اختصاصاً توسط ما صورت می گیرد.

با مدیریت اتباع خارجی ارتباطات بسیار خوبی داریم و این نوع همکاری باعث شده تا جلوی اسناد و پرونده های جعلی را بگیریم.

با امور اتباع خارجی نیروی انتظامی هم تعامل خوبی داریم.

در خصوص تعامل با کنسول گری هایی که وجود دارد.....

قبل از انقلاب در خوزستان کنسولگری های مختلفی وجود داشت اما بعد از انقلاب و جنگ تحمیلی کنسولگری عراق فعالیت خودش را از سر گرفت. اینکه کنسولگری های دیگر ایجاد شود. باید در سطوح بالای کشور از دولت و شورای امنیت ملی تصمیم گیری شود. به هر حال ما با کنسول گری هایی که وجود دارد ارتباطمان خوب است.

در همسایگی ایران و خوزستان کشورهای دیگری به جز عراق هم وجود دارد. مثل کشورهای حاشیه خلیج فارس و کویت. چرا سطح تعاملات بازرگانی ما با کشورهای مثل کویت پایین است. آیا کویت تمایلی به ارتباط ندارد یا ما ارتباط نمی گیریم؟

یک بخش آن به خود کویت بر می گردد. از سویی بخش اقتصادی آن مغفول باقی مانده و اقدامات شایسته ای برای آن انجام نشده.

توسعه با کشورهای همسایه از سوی کشور کویت با چند یادداشت و مصاحبه و حرف زدن انجام نمی گیرد.

بخش عمده آن به برنامه ریزی و استمرار برنامه ریزی هایی است که در دستور کار قرار گرفته است. از سویی روابط باید دو طرفه باشد. امیدوارم که در فصل جدید حیات سیاسی ایران ارتباط خوب و سازنده ای با کویت برقرار شود.

بیشترین حجم معاملات تجاری ما با کشور امارات متحده عربی است. آیا برنامه ای برای گسترش سطح ارتباط تجار خوزستانی با این کشور وجود دارد؟

گسترش ارتباطات الزاما به این معنا که باید حتما کنسولگری داشته باشند نیست. وزارت خارجه اعلام کرده که آماده است با کلیه کشورها ارتباط ۲سویه برقرار نماید.

برای اینکه سطح ارتباطات و تعاملات با اتاق بازرگانی از سوی دفتر وزارت خارجه گسترش پیدا کند چه پیشنهادی دارید؟

نقصی که در استان خوزستان وجود دارد این است که استراتژی مشخصی برای کار با عراق وجود ندارد. اگر بتوانیم در عراق کار کنیم شاید کار در کشورهای دورتر سخت تر باشد. الان تمام نهادهای اقتصادی و صنعتی مدعی هستند که دارند با عراق کار می کنند اما به نظر من اثرات این همکاری در زندگی اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و ارتقا جایگاه خوزستان دیده نمی شود. هر کدام ما بخشی از کار را به دست گرفتیم و به هر طرفی می چرخیم.

اتاق بازرگانی، اتاق تعاون، خانه صنعت و معدن، امور بین الملل استانداری هر کدام کار کرد خودشان را در این خصوص دارند. اینگونه چرخ اقتصادی و صنعتی خوزستان نمی چرخد. از این کارهای پراکنده خروجی خوبی نخواهیم داشت.

ما باید استان های مرزی موفق را الگو قرار بدهیم و از آنها تبعیت کنیم. این در حالی است که مرز طولانی آبی و خشکی با عراق وجود دارد و نقاط قوت خوزستان بیش از سایر استان

ها است. از خوزستان ارزان ترین راهها برای ارتباط با دیگر کشورهای دنیا وجود دارد.

اتاق بازرگانی چگونه می تواند از طریق این دفتر با بازار بین المللی کشورهای همسایه ارتباط برقرار کند؟

در چارت تشکیلاتی دفتر وزارت خارجه خوزستان بخش های مختلف دیده شده است. اما در خوزستان ما مشکل نیروی انسانی متخصص داریم.

انتظارات ما باید با برنامه هایی که انجام دادیم همخوانی داشته باشد. ما در حد توان و امکانات خود کار می کنیم.

کار جدی و مهم، نیاز است فرد مرتبط با خودش را تربیت کند. انتظار می رود که در استانداری کارشناس متخصص با حوزه کاری وزارت امور خارجه وجود داشته باشد تا کارها طبق روال انجام شود. برای ایجاد تسهیلات هرچه بیشتر با تجار و سرمایه گذاران یکی از نقاط ضعفی که در استان خوزستان وجود دارد فقدان بانک اطلاعاتی است. بانکی که کمترین تشریفات و بیشترین بازدهی را داشته باشد. داشتن اطلاعات و حصر آن کافی نیست.

مدیریت و بهره وری اطلاعات است که نقش شما را به عنوان یک مرجع اقتصادی شاخص می کند. به نظر من جایگاه اتاق بازرگانی باید به عنوان مصدر، مرجع، تعیین کننده، خدمات رسان، متولی و یا مشاور مشخص شود.

همکاری که ما می توانیم با اتاق بازرگانی داشته باشیم می تواند در زمینه همفکری، همکاری و همکاری باشد. ما می توانیم تمام داده های مورد نظر اتاق را دریافت و به سایر سفارتخانه هایی که مدنظر اتاق است منتقل کنیم.

کمیته های اتاق بازرگانی می تواند با توجه به ماموریت های خود از دفتر نمایندگی وزارتخارجه درخواست اطلاعات کنند تا ما اطلاعات لازم را در اختیارشان قرار دهیم تا زمینه کاری مناسب بوجود بیاید. ما تا حالا برای ۲۰۰ نفر ویزای کسری صادر کردیم. آیا واقعا این ۲۰۰ نفر که تا حالا به کرات سفر تجاری داشته اند ۲۰۰ برگ گزارش سفر در وزارتخارجه و یا اتاق بازرگانی دارند تا نسل جدید از تجربیات آنان استفاده کنند. در کل اعتقاد دارم که صنعت و اقتصاد خوزستان از حالت پیله وری خارج نشده است و به صورت چمدانی و تاناکواری که یک شکل دلالی است عمل می کند و هنوز به نگاه

صنعتی دست پیدا نکرده است. برای برون رفت از وضعیت موجود و استفاده از ظرفیت هایی که در خوزستان است باید نشست های تخصصی برگزار شود.



بازرگانان و تجاری از ایران به کشورهای مختلف به منظور تجارت سفر می کنند. این افراد باید چه اقداماتی انجام دهند تا با مشکلات سیاسی و امنیتی دچار نشوند. به طور خاص چه پیشنهادی دارید؟

در بحث کار با کشور عراق باید بگم که هر کشوری مشکلات مختص خودش را دارد. اما عراق مشکلاتش خاص تر است. عراق دارد از یه کشور دیکتاتوری و درگیر جنگ وارد یه دوره جدید می شود. در این شرایط وضعیت باثبات و پایداری وجود ندارد. ما هرآنچه در زمینه شرایط امنیتی و کنسولی باشد را به تجار اطلاع می دهیم.

در چنین شرایطی باید اتصال اتاق و تجار صورت بگیرد و به عنوان یک مصدر عمل کند.

ارتباط دفتر نمایندگی با کنسول گری عراق در خوزستان چگونه است؟

ارتباط ما خوب است. کنسولگری عراق نماینده دولت عراق است.

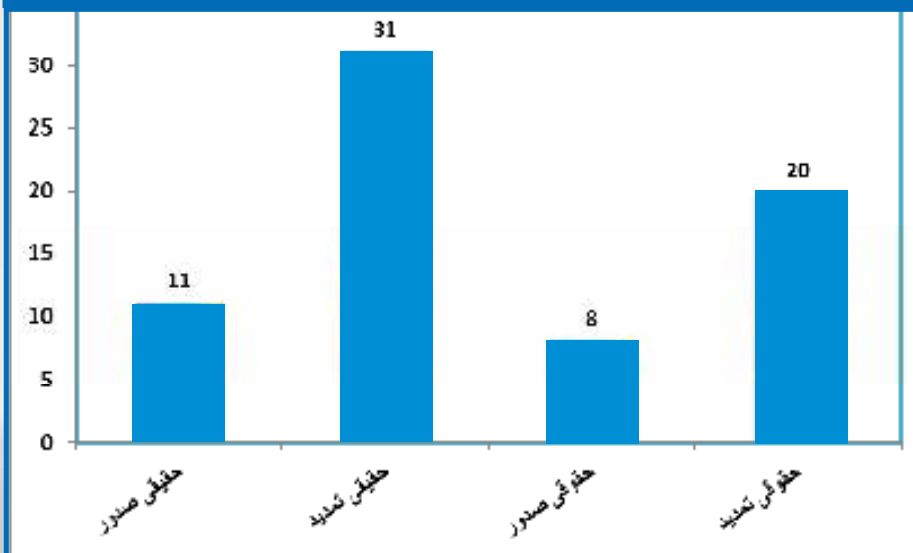
هرگونه ارتباط فعالیت کنسولگری عراق باید با نظارت دفتر وزارت امور خارجه باشد. کلیه ارگانها و نهادهایی که می خواهند با کنسولگری عراق ارتباط داشته باشند باید از طریق دفتر نمایندگی وزارتخانه این ارتباط را برقرار کنند.



فرزانه مرادی
کارشناس آمار



آمار صدور و تمدید کارت بازرگانی اعم از حقیقی و حقوقی در اردیبهشت سال ۹۳



آمار صدور گواهی مبدا توسط اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز در اردیبهشت سال جاری

| تعداد گواهی مبدا | وزن خالص | مبلغ به دلار |
|------------------|--------------|--------------|
| ۷۲۸ فقره | ۹۹۸۹۵۴۹۷۰ kg | ۱۲۴۲۵۷۷۳۱ |

کالاهای صادره: سرامیک - موزاییک - سنگ - تره بار - ماهی - مصنوعات پلاستیکی - بلوریجات - سیمان سفید - سیمان - خرما - فولاد - آهک - آجر - پروفیل - کاشی - سازه های فلزی - گچ - سیم برق - تیر برق - پوشال کولر آبی - باریت - کانتکس
کشورهای مقصد: عراق - دبی - کانادا - کویت

(واحد روابط عمومی و آموزش اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز)



به پرسش های اساسی از نظام بانکی چه کسی پاسخ می دهد؟ چرا بانک ها مالیات نمی دهند؟

حالا من چند پرسش اساسی مرتبط با نظام بانکی مطرح می کنم:

۱- چرا بانک ها به عنوان یک بنگاه اقتصادی مالیات پرداخت نمی کند؟ ولی یک کارمند ساده و یک بنگاه تولیدی در محروم ترین مکان های کشور می بایست ۲۵ درصد مالیات پرداخت کنند و چند نوع مالیات دیگر. پس بزرگترین پرسش این است که چرا بانک ها مالیات نمی دهند؟ چه کسی این رانت را ایجاد کرده است. چرا دولت هایی که در راس آنها وزارت اقتصاد و دارایی که هم متولی وصول مالیات است و هم بر نظام بانکی مدیریت می کند و شعار توسعه مالیاتی دارد چرا از مجموعه های خود مالیات نمی گیرد؟ این موضوع می تواند مورد توجه تمام اقتصاددانان و کارشناسان قرار بگیرد که چرا یک نیروی کار و کارمند باید مالیات بدهد ولی نظام بانکی از مالیات معاف می باشد.

۲- چرا سپرده گذاران در بانک ها که مشتریان بانک محسوب می شوند هم از این رانت استفاده می کنند؟ چرا سپرده گذاری که سرمایه خود را در بانک می گذارد و سود سرشاری کسب می کند از پرداخت مالیات معاف است. مگر نه آنکه هر کسی درآمد دارد باید مالیات بدهد. چه گونه می شود یک نانوايي که در گرمای ۵۰ درجه نان می پردازد می بایست مالیات بدهد ولی سپرده گذاری که سر ماه بدون دردسر سود خود را کسب می کند از پرداخت هر گونه عملیات معاف است. آیا با سود ۲۲ درصد به بالا می توان کسی را متقاعد کرد که درب واحد تولیدی که می بایست ۲۵ درصد مالیات، ۲۶ درصد بهره بانکی و ۲۳ درصد بیمه تامین اجتماعی و دهها عوارض دیگر پرداخت نماید را متقاعد نمود که در کارآفرینی و مشاغل مولد سرمایه گذاری نماید؟ مسلم است که ترجیح آن به کسب سود بدون پرداخت مالیات و در امنیت کامل می باشد.

۳- شاید تصور بر این باشد که بانک ها سپرده ها را در مشاغل مولد به کار می گیرند. باید بگویم در بیشتر مواقع اینگونه نیست. به گفته خیلی از مسئولین تعداد زیادی از بانک های خصوصی و موسسات مالی در بحران سکه، طلا، ارز و مسکن نقش داشتند. این روزها بانک ها با ایجاد شرکت های سرمایه گذاری که بر اساس بخشنامه بانک مرکزی می بایست به محدود کردن آنها اقدام شود. بانک ها نقش یک کارتر اقتصادی را پیدا کرده اند و این بزرگترین خطر برای فضای کسب و کار کشور است. چون هر گونه انحصار و به هر شکل آن و برای هر گروهی به اقتصاد آسیب می زند.

۴- ما در نرخ بهره بانکی و پرداخت سود، جز کشورهای منحصر به فرد هستیم. باید بدانیم برای بنگاه اقتصادی هر گونه پرداخت، هزینه محسوب می شود. امروزه یکی از هزینه های بالای کارآفرینی، سودبانکی است. قیمت دستیابی به پول بسیار زیاد است. می بایست در این موضوع تجدید

دکتر مسعود حسین پور

تحلیل گر اقتصادی و صنعتگر



چالش های نظام بانکی موضوع سه دهه گذشته از دولت های پیشین تاکنون است. رفع این چالش ها و دست یافتن به یک روال منطقی از سری سیاست های نظام بانکی قطعاً مورد نظر دولت تدبیر و امید است. چرا که بررسی ها نشان می دهد که دولت بازنگری در عملکرد بانک ها را مدنظر دارد. با این تدبیر می توانیم امیدوار به نواختن منظم آهنگ رشد اقتصادی باشیم.

آنچه در زیر می خوانید دغدغه سه دهه عملکرد نظام بانکی است چرا که به نظر من و همه بزرگان نظام راه پیشرفت، نقد منصفانه است. نقدی که نه تخریبی بلکه مستند و مستدل باشد.

در چند ماه گذشته و به روال همیشه اکثر رسانه های اقتصادی در جهت سیاست های بانک ها مصاحبه می کنند و آنچه را که آنها می خواهند زمینه اش را مهیا می نمایند و این خطر بزرگی است.

در جوامع امروزی رشد اقتصادی نشانه اقتصاد پویا و مولد است. برای رسیدن به یک چنین فرایندی مجموعه ای از دستگاهها، سازمان ها و سرمایه گذارها باید هماهنگی شوند تا خروجی آن رشد اقتصادی باشد. در این زنجیره بانک ها هم یک واگن از قطار در حال حرکت اقتصاد محسوب می شوند.

موتور اصلی برای حرکت این قطار، رشد اقتصادی است. رشدی که در آن اشتغال، رفاه، عدالت اقتصادی و اجتماعی نمایان شود.

اما در اقتصاد ایران بزرگترین چالش این است که واگن بانک به عنوان کشنده و خروجی اقتصاد عمل می کند، چیزی که باعث بزرگترین خطر و بحران اقتصادی است.

سیاست های بانکی در سال های گذشته باعث افزایش بی رویه بانک ها، سودها و بهره ها شده است و در طرف مقابل آن تعطیلی، بیکاری و کاهش رشد اقتصادی را به همراه آورده است. بدون شک سیاست های بانکی و نظام بانکی می بایست از نو طراحی شود.

در چرخه بانکداری اسلامی هنوز به تئوری دقیقی دست پیدا نکردیم و از نظام بانکداری اسلامی فقط یک شعار داریم و در مفهوم یکی از ربوی ترین نظام های بانکی را شاهد هستیم.

امروز بهره ۲۵ تا ۳۰ درصدی زینده هیچ نظام بانکی نیست. این بهره باعث بهره کشی از اقتصاد گردیده است. به نوعی که جوهره سود و خروجی اقتصاد به کام بانک ها می رود. بانکها روز به روز فربه تر و چاق تر می شوند و اقتصاد تولیدی ما روز به روز نحیف تر و لاغرتر می شود. نتیجه آن بیکاری و مشکلات بزرگ اجتماعی خواهد بود.

سیاه نمایی بانک ها در مورد مطالبات باعث شده است کلی پرسش های دقیق از نظام بانکی مطرح شود.

نظر صورت بگیرد. در غیر این صورت رسیدن به رشد اقتصادی فقط در حد برنامه باقی می ماند به دلیل آنکه بیشتر کشورهای در حال رشد خود را مدیون کسب و کارهای کوچک می دانند. اما فضایی که بانکها در کشور ایجاد کرده اند این فضا را بسته و محدود نموده است. پرسش جدی من این است که چرا بین سیاست های نظام بانکی و سیاست های اقتصادی دولت تعارض شدید وجود دارد؟

۵- می خواهم تاسف خود را از کاهش استقلال بانک مرکزی در دولت نهم و دهم تکرار کنم. این استقلال به حدی که اطاعت در بانک مرکزی کاهش پیدا کرد، هیچ نظام بانکی نمی تواند بدون استقلال بانک مرکزی توسعه پیدا کند.

امروز بانک مرکزی ما وظایف اصلی خود را که در قانون آن حفظ ارزش پول ملی است فراموش نموده و به دریافت مطالبات بانک ها می پردازد. هر روز بخشنامه ای را در جهت محدود کردن فضای کسب و کار ارائه می دهد، چرا که هیچ کسی حاضر نیست به این پرسش جواب بدهد که آسیب دیدگی که در بنگاههای اقتصادی به وجود آمده است و باعث عدم پرداخت مطالبات بانکی می گردد آیا ناشی از فضای موجود در کشور نمی باشد. آیا متاثر از افزایش نرخ ارز و شرایط سخت اقتصادی که ناشی از شرایطی که از آن مطلع هستیم ناشی می شود. پس چرا یک طرفه همه برای فشار به کارآفرینان دست به کار شده ایم. چرا سهم بانک ها از زیان ناشی از ورشکستگی اقتصادی لحاظ نمی شود. مگر آنها در سود و زیان شریک نیستند. مگر مفهوم بانکداری اسلامی غیر از این است؟

۶- نظام بانکی ما در جهت سیاست ها و رشد اقتصادی گام بر نمی دارد و خود به یک تافته جدا بافته تبدیل شده است. در چنین شرایطی می بایست یک مهندسی جدید در این بخش صورت بپذیرد. به نظر می رسد بایست فضا را برای کارشناسان و منتقدان باز نمود. چرا که در این سال ها که صدها جلسه نظام بانکی برای تعریف و تمجید از خود تشکیل داده است اما یک

جلسه را برای عارضه یابی و نقد خود تشکیل نمی دهد. می خواهم بگویم هرچه سریع تر باید به اصلاح نظام بانکی همت گمارد و اگر بخواهم جمله ای هم برای نظام بانکداری در استان خوزستان بگویم باید گفت: هرآنچه که در کشور وجود دارد در استان خوزستان تشدید یافته تر است. سیستم بانکی کمتر وام می دهد، بیشتر تعطیل می کند و خروجی آن هم بیکاری بیشتر است. از استاندار محترم خوزستان درخواست دارم جلسه ای برای نقد سیستم بانکی برگزار کند شاید وقتی بوجود بیاید که در آنجا با آمار و اعداد بشود وضعیت بدتر نظام بانکی را در استان خوزستان مورد بررسی قرار داد.

خلیج فارس

خلیج فارس را بر تارک دنیا نوشتند
که تا دنیا بچرخد نام پاکش
به خط میخی زیبای ایران
زدند بر خشت‌ها این اسم زیبا
فراموشش نگردد دشمن و دوست
جهانگردان عالِم ثبت کردند
خلیج فارس یعنی قلب ایران
اگر زوزه شنیدی از چپ و راست
گهی با جیغ و داد و زوزه مانند
همیشه گفته اند از قول پیران
خلیج فارس با امواج نیلی
کنون مائیم و این اسم طلایی
توای ایرانی فرزندان کوروش
زبان فارسی با افتخار است
به چشم و گوش خود هشیار باشیم
ز جان و دل قوی و یار باشیم

داریوش امامی



تشکل های اقتصادی وابسته به اتاق

در حال حاضر تشکل های ذیل در اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی اهواز در حال فعالیت هستند:

۱. انجمن صنعت پخش ایران شعبه خوزستان

۲. اتحادیه صادرکنندگان اهواز

۳. سندیکای صنایع آسانسور و پله برقی ایران و خدمات وابسته شعبه خوزستان

۴. انجمن سازندگان نفت، گاز و پتروشیمی خوزستان؛ اتاق ایران با تقاضای الحاق این انجمن موافقت نموده است که در حال برنامه ریزی جهت برگزاری مجمع عمومی فوق العاده جهت ثبت نهایی هستند.

۵. انجمن گلخانه داران استان خوزستان؛ اتاق ایران با تقاضای تأسیس و ثبت این انجمن موافقت نموده است که در حال برنامه ریزی جهت برگزاری مجمع عمومی جهت ثبت نهایی هستند.

۶. انجمن ارگانیک ایران شعبه خوزستان؛ متقاضی ثبت در اتاق می باشند که پس از تشکیل جلسه آتی هیأت هدایت و نظارت- راهبردی اتاق ایران نتیجه درخواست ایشان مشخص خواهد شد و مراحل بعدی ثبت را انجام خواهند داد.

۷. انجمن آبی پرووران و صنایع مرتبط استان خوزستان؛ متقاضی ثبت در اتاق می باشند که پس از تشکیل جلسه آتی هیأت هدایت و نظارت- راهبردی اتاق ایران نتیجه درخواست ایشان مشخص خواهد شد و مراحل بعدی ثبت را انجام خواهند داد.

۸. انجمن صنفی کارفرمایی تولیدکنندگان نهال گل و گیاه خوزستان؛ متقاضی ثبت در اتاق ایران می باشند که پس از تشکیل جلسه آتی هیأت هدایت و نظارت- راهبردی اتاق ایران نتیجه درخواست ایشان مشخص خواهد شد و مراحل بعدی ثبت را انجام خواهند داد.

متقاضیان ثبت تشکل در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز جهت دریافت اطلاعات بیشتر با شماره تلفن های ۰۶۱۱-۳۳۳۲۶۴۲-۳۳۳۲۷۴۴-۳۳۳۲۹۰۰ داخلی ۱۰۲ واحد امور تشکل های اتاق اهواز تماس حاصل فرمایند.



پریا قاسمی

کارشناس ارشد بازرگانی بین المللی
مسئول امور تشکل ها

بر اساس بند ک ماده ۵ قانون اتاق ایران تشکیل اتحادیه های صادراتی و وارداتی و سندیکاهای تولیدی در زمینه فعالیت های بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدماتی طبق مقررات مربوط از وظایف اتاق ایران می باشد. با توجه به این بند، عاملین اقتصادی می توانند با رعایت مفاد آیین نامه نسبت به تأسیس تشکل های بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدماتی اقدام نمایند تا ضمن دفاع از حقوق اعضا و ساماندهی امور حرفه ای آنان، حفظ منافع جامعه را نیز محفوظ بدارند.

هم چنین در اجرای ماده پنج قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار مصوب ۱۳۹۰/۱۱/۱۶ اتاقها مکلفند فهرست ملی تشکلهای اقتصادی را تهیه و تغییرات آن را اعلام نمایند. در آن دسته از فعالیتهای اقتصادی که فاقد تشکل فعال می باشند، اتاقها موظفند برای ساماندهی، ایجاد و ثبت تشکلهای اقتصادی فعال زمینه های لازم را ایجاد کنند و در فعالیتهایی که تشکلهای موازی وجود دارد، زمینه ادغام، شبکه سازی، یکپارچه سازی و انسجام تشکلهای موازی را فراهم نمایند.

تبصره ۱- اتاق ها موظفند در فعالیتهای صادرات غیر نفتی با ایجاد انسجام، هماهنگی و تقسیم کار، از فعالیت موازی تشکلهای جلوگیری کنند. همه تشکلهای اقتصادی موظفند در اجرای احکام این ماده با اتاقها همکاری کنند.

تبصره ۲- مؤسسان و مدیران تشکلهای اقتصادی نباید مانع عضویت داوطلبان جدید واجد شرایط و استفاده آنها از منافع حضور در این تشکلهای شوند. نظرات اصناف یا تشکلهای جدید اقتصادی سراسری با حضور رئیس شورای اصناف کشور و یا رؤسای این تشکلهای در شورای گفتگو بررسی می شود.

نقش تشکلها بعنوان واسطه دولت و فعالان اقتصادی در روند رشد و توسعه کشورها بسیار حائز اهمیت است و بدون گسترش ایجاد تشکل های قدرتمند صنفی و بازرگانی نمی توان رشد و توسعه اقتصادی و اجرای کارآمد برنامه ها و اهداف مورد نظر را تحقق بخشید. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز نهادینه کردن مشارکت در بخش های اقتصادی به وسیله تشکل ها، برقراری انضباط اجتماعی به سبب نقش مشورتی و همچنین شناسایی ظرفیت های اقتصادی استان به سبب متمرکز کردن بخش های مرتبط در قالب تشکلهای اقتصادی را در دستور کار خود قرار داده است.

آیین نامه اجرایی تأسیس شعبه تشکلهای تولیدی، بازرگانی و خدماتی وابسته به اتاق ایران

ماده ۱- به منظور هماهنگی در فعالیتهای تشکلی و ساماندهی تولید و تجارت (صادرات واردات) کالا و خدمات و حفظ توازن نظم و فراهم کردن امکان بهره برداری بیشتر از سرمایه گذاری و تولید و همچنین استفاده و انتقال تجربیات علمی و عملی دست اندر کاران برای نیل به توسعه رقابت سازنده و دفاع از منافع مشروع اشخاص حقیقی و حقوقی اعضاء شعبه تشکلهای تولیدی، بازرگانی و خدماتی مرکزی به شرح مواد آتی تشکیل می گردد.

ماده ۲- شعبه تشکل های تولیدی، بازرگانی و خدماتی که در این آیین نامه اختصاراً «شعبه» نامیده می شود، در اجرای بند ک (ماده ۵) قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران مصوب ۱۳۶۹/۱۲/۱۵ و اصلاحیه ۱۳۷۳/۰۹/۱۵ و با موافقت و نظارت اتاق ایران و نیز تشکل مرکزی و با حداقل ۱۰ عضو تشکیل می شود و به صورت غیر تجاری و غیر انتفاعی فعالیت می نماید.

ماده ۳- منظور از تشکل مرکزی تشکلی است که به استناد بند ک (ماده ۵) قانون اتاق بازرگانی و صنایع و معادن جمهوری اسلامی ایران و با رعایت ضوابط مندرج در آیین نامه های اجرایی ذیربط و اساسنامه نمونه مصوب شورای عالی نظارت بر اتاق ایران در زمینه های تولیدی، بازرگانی و خدماتی تأسیس و در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران به ثبت رسیده باشد. تبصره حوزه فعالیت تشکل مرکزی سراسر جمهوری اسلامی ایران می باشد.

ماده ۴- اتاق بازرگانی و صنایع و معادن مستقر در شهرستان مربوطه به نمایندگی از اتاق ایران بر کلیه امور شعبه از طریق شرکت در مجامع عمومی عادی و فوق العاده و کسب گزارش عملکرد شعبه بصورت مستمر و دوره ای نظارت می کند.

ماده ۵- شعبه موظف است از نماینده اتاق بازرگانی و صنایع و معادن محل جهت شرکت در مجامع عمومی عادی و فوق العاده به صورت کتبی دعوت کنند. نماینده اتاق می تواند بدون داشتن حق رأی، نظرات خود را در خصوص مباحث مطروحه بیان کند.

ماده ۶- در صورت تحقق شرایط مندرج در ماده

این آیین نامه و ارائه درخواست از سوی متقاضیان ذیربط، تشکل های مرکزی ملزم به بررسی موضوع و اعلام نظر به اتاق ایران می باشند.

ماده ۷- در صورتی که تشکل های مرکزی راساً مایل به تأسیس شعبه باشند باید قبل از ایجاد شعبه در داخل یا خارج از کشور، موافقت کتبی اتاق ایران را به صورت موردی اخذ نمایند.

ماده ۸- حوزه فعالیت شعبه در سراسر استان مربوطه است. شعبه ترجیحاً در مرکز استان تأسیس می شود و می تواند پس از تصویب هیأت مدیره و با تأیید اتاق بازرگانی و صنایع و معادن محل و تشکل مرکزی در سایر شهرستانهای استان متبوع دفتر ایجاد کند.

ماده ۹- ارکان شعبه عبارتند از:

۱- مجمع عمومی

۲- هیأت مدیره

۳- بازرس

ماده ۱۰- شرایط تشکیل و اداره مجامع عمومی عادی و فوق العاده شعبه و نیز اتخاذ تصمیم در آنها تابع ضوابط مندرج در اساسنامه تشکل مرکزی است.

ماده ۱۱- شعبه دارای هیأت مدیره ای مرکب از ۵ عضو اصلی و ۲ عضو علی البدل می باشند.

ماده ۱۲- مدت مسئولیت هیأت مدیره و شرایط تشکیل و اداره جلسات هیأت مدیره و نحوه اتخاذ تصمیم در آنها تابع ضوابط مندرج در اساسنامه تشکل مرکزی است.

ماده ۱۳- شعبه دارای یک بازرس اصلی و یک بازرس علی البدل می باشند. مدت و دامنه مسئولیت و شرایط فعالیت بازرسان تابع اساسنامه تشکل مرکزی است.

ماده ۱۴- شعبه موظف به اجرای اساسنامه و آیین نامه ها و نیز تصمیمات مجمع عمومی و هیأت مدیره تشکل مرکزی می باشد.

ماده ۱۵- شعبه موظف است تسهیلات لازم را برای فعالیتهای نظارتی تشکل مرکزی، اتاق محل و اتاق ایران فراهم کند.

ماده ۱۶- شعبه از نظر مالی مستقل و خود گردان می باشد، ولی می تواند از کمک های تخصصی و مالی تشکل مرکزی، اتاق محل، اتاق ایران و سایر اشخاص حقیقی و حقوقی استفاده نماید.

ماده ۱۷- شعبه موظف است سیاستها و برنامه های ملی و کلان صنفی و حرفه ای موضوع فعالیت خود را که از سوی تشکل مرکزی تهیه و ابلاغ می شود اجراء نماید.

ماده ۱۸- شعبه مکلف است از نماینده تشکل مرکزی جهت شرکت در جلسات مجامع عمومی عادی و فوق العاده به صورت کتبی دعوت به عمل آورد. نماینده تشکل مرکزی می تواند بدون داشتن حق رأی، نظرات خود را در مورد مسائل مطروحه بیان کند.

ماده ۱۹- شعبه مکلف است گزارش فعالیت ها و عملکرد های خود را به صورت موردی، فصلی و سالانه به تشکل مرکزی ارسال کند.

ماده ۲۰- شعبه موظف است در خصوص مسائل ملی و کلان صنفی و حرفه ای خود از طریق تشکل مرکزی اظهار نظر کرده و امور مربوطه را پیگیری نماید.

ماده ۲۱- اعضای شعبه حق شرکت در مجامع عمومی تشکل مرکزی را با حق رأی دارا بوده و می توانند داوطلب عضویت در ارکان اجرایی هیأت مدیره بازرسان شده و به عنوان عضو هیأت مدیره و یا بازرس انتخاب شوند.

ماده ۲۲- شعبه در خصوص کلیه امور به استثنای مواردی که در این آیین نامه ذکر شده، تابع اساسنامه و آیین نامه های تشکل مرکزی و نیز آیین نامه های ذیربط اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران می باشد.

ماده ۲۳- اتاق های بازرگانی و صنایع و معادن شهرستانها موظفند مفاد این آیین نامه و آیین نامه نظارتی اتاق ایران را اجرا نموده و گزارش اقدامات اجرایی و نظارتی خود را به صورت موردی و نیز فصلی و سالانه به اتاق ایران ارسال کنند.

ماده ۲۴- انحلال شعبه با تصمیم تشکل مرکزی و تأیید اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران صورت می پذیرد و کلیه اموال شعبه در اختیار تشکل مرکزی قرار خواهد گرفت.

ماده ۲۵- این آیین نامه در ۲۵ ماده و یک تبصره در تاریخ ۱۳۸۱/۱۱/۱۱ به تصویب هیأت رئیسه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران رسیده است.



اخبار خوزستان در اردیبهشت ۱۳۹۳



اخبار اتاق اهواز

با هدف دستیابی به یک رویکرد مشخص، مورد بحث و بررسی قرار گرفت؛

چگونگی حضور اتاق اهواز در نمایشگاههای داخلی و خارجی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز با تشکیل جلسه ای، چگونگی حضور در نمایشگاهها را مورد بحث و بررسی قرار داد.

به گزارش روابط عمومی اتاق، در این جلسه که با حضور هیأت رئیسه، رؤسای کمیسیونها، مشاوران، دبیر اجرایی، مسئولان واحد روابط عمومی و آموزش، امور اداری و خدمات و دبیر کمیسیون بازرگانی اتاق برگزار شد، چگونگی حضور اتاق بازرگانی اهواز در نمایشگاههای داخلی و بین المللی با هدف دستیابی به یک رویکرد مشخص در این خصوص، مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. «عبدالرحمن سلیمانی مقدم» ریاست اتاق با بیان اینکه فعالان اقتصادی خبره معمولاً بدون مطالعه و به سادگی در هیچ نمایشگاهی حضور پیدا نمی کنند، از نبود یک رویکرد بین المللی در کشور جهت حضور در نمایشگاهها، انتقاد و تصریح کرد: بدون حضور در نمایشگاهها نمی توان یک فضای مناسب را برای توسعه صادرات کشور بوجود آورد. وی با تأکید بر اینکه در اتاق اهواز می بایست یک کار مطالعاتی پیرامون چگونگی حضور در نمایشگاهها انجام شود، خاطر نشان کرد: خروجی اتاق از طریق کار کارشناسی، یک توسعه اعتباری ملی را نیز برای اتاق در پی خواهد داشت. ریاست اتاق، کمیسیونهای تخصصی اتاق

و بر اساس درخواستهای بررسی شده فعالان اقتصادی یا بر اساس نیاز و بازاریابی کشور هدف، طراحی و برگزار شود موفق خواهند بود و انگیزه مشارکت را در فعالان اقتصادی مرتبط، ایجاد می کنند.

«عبدالرضا حرمتی» عضو هیأت رئیسه اتاق نیز با بیان اینکه عنوان نمایشگاههایی که در استان برگزار می شود عموماً درست نیست، توجه به تخصصی بودن نمایشگاه و استمرار در برگزاری نمایشگاههای تخصصی را الزامی دانست.

وی پیشنهاد داد با انجام کار مطالعاتی، نمایشگاههای تخصصی استانی، کشوری و بین المللی که متناسب با ظرفیتهای اقتصادی استان خوزستان هستند و اتاق می تواند آنها را برگزار نماید، مشخص شوند؛ ولی منابع مالی برگزاری نمایشگاه و اجاره محل و غیره از محل متقاضیان حضور، تأمین شود. خزانه دار اتاق با بیان اینکه، توجه به نوع و کیفیت محصولات و تولیداتی که در نمایشگاهها عرضه می شود بسیار مهم است، افزود: توجه به بازارهای آفریقا با عناوین مشخص برای شروع می تواند مناسب باشد.

«علیرضا حسن زاده» مشاور عالی اتاق نیز گفت: نمایشگاه های ما اگر تخصصی نباشند نمی توانند بازدهی داشته باشند. وی پیشنهاد داد اتاق نمایشگاههای تخصصی و هدفمند برای تشکل های زیر مجموعه خود برگزار کند.

«کیامرث صادقی چپگانی» رئیس کمیسیون بانک و بیمه اتاق نیز گفت: نیاز است که اتاق محوریت برگزاری نمایشگاهها را بر عهده بگیرد و حمایت کند. اتاق باید برنامه ریز و کارگردان موضوع باشد. «سعید نبی زاده» مشاور امور حقوقی اتاق، لزوم آموزش به فعالان اقتصادی

(بازرگانی، صنعت و معدن، کشاورزی، بانک و بیمه، گردشگری) را موظف کرد تا در خصوص بحث نمایشگاهها، بررسی ها و کار مطالعاتی لازم را بمنظور ارائه در شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان و نیز کارگروه توسعه صادرات غیرنفتی استان جهت دستیابی به یک جمع بندی نهایی، انجام دهند. «داریوش امامی» دبیر اجرایی، حضور اتاق در نمایشگاههای داخلی و خارجی را حائز اهمیت برشمرد و ضمن تشریح برخی مشکلاتی که اتاق بازرگانی اهواز در حوزه نمایشگاهها با آن مواجه است، تصریح کرد: اینکه ما در حوزه نمایشگاه چه مشکلی داریم بحث مهمی است که می بایست یک کار کارشناسی روی آن انجام شود.

دبیر اجرایی اتاق در بخش دیگری از سخنان خود، کم تعداد بودن شرکت های نمایشگاهی در استان را بعنوان یکی از مهمترین دلایل ضعف استان در بحث برگزاری نمایشگاههای تخصصی عنوان کرد. «عادل خدادادنژاد» دبیر کمیسیون کشاورزی اتاق نیز به بی انگیزگی فعالان اقتصادی برای حضور در نمایشگاهها در استان خوزستان اشاره و از، نبود مطالعه و شناخت قبلی جهت حضور در نمایشگاهها، ناکافی بودن اطلاع رسانی ها یا اطلاع رسانی اثربخش، نبود شناخت کافی از تأثیرات نمایشگاهها در بهبود وضعیت اقتصادی، موانع ناشی از هزینه های بالا و مراحل حضور در نمایشگاهها، نبود کارشناس تبلیغات و بازاریابی در اغلب واحدهای تولیدی- صنعتی و یا بی انگیزگی گسترش فعالیتهای تجاری در برخی فعالان اقتصادی نوپا، بعنوان مهمترین علل این موضوع، نام برد. مشاور بخش کشاورزی اتاق در خاتمه افزود: اگر نمایشگاهها بصورت هدفمند

به منظور شناسایی نقاط ضعف در خصوص حضور در نمایشگاهها را یادآور شد و افزود: می توان از طریق توزیع پرسشنامه جامع و تخصصی به این موارد دست یافت. «سیده فرخنده جلالی» مسئول روابط عمومی و آموزش اتاق نیز برگزاری نمایشگاههای تخصصی را از جمله محورهای اصلی وظایف و اختیارات اتاق بازرگانی ایران در قانون ذکر کرد.

وی پیشنهاد داد اتاق نمایشگاههای تخصصی در موضوعات مرتبط با حوزه فعالیت اعضا و تشکل های زیر مجموعه خود برگزار کند تا نه تنها یکی از وظایف اصلی خود که تشکیل نمایشگاه های تخصصی و بازرگانی داخلی و خارجی است را جامه عمل بپوشاند بلکه به توسعه فضای کسب و کار و توانمندسازی اعضا و سایر فعالان اقتصادی استان در بازارهای هدف داخلی و خارجی، کمک نماید.

در خاتمه این جلسه، ریاست اتاق از همفکری حاضران در بررسی جوانب مختلف موضوع، قدردانی و تأکید کرد: جلسات هم اندیشی از این دست بصورت مستمر برگزار شود.

گفتنی است در جمع بندی نهایی این جلسه، حاضران با حضور اتاق در نمایشگاههای داخلی و خارجی (در مقام مجری برگزاری و یا مشارکت کننده) مشروط بر تخصصی بودن، داشتن پشتوانه مطالعاتی قوی بنحویکه حضور اتاق در هر نمایشگاه مبتنی بر هدفمندی، بازارشناسی و مطالعه قبلی و حضور مستمر باشد، موافقت کردند. همچنین مقرر نمودند در صورتی که اتاق بخواهد یارانه ای بپردازد، در بخش مطالعات و یا در بخش کمک به شرکت کنندگان در نمایشگاه باشد که توسعه و رونق فعالیتهای فعالان اقتصادی استان را در پی داشته باشد. ضمناً، نمایشگاههای مختلف که در استان و یا کشور برگزار می شود، اتاق اطلاع رسانی کند اما نفی و یا توصیه در خصوص حضور در نمایشگاه نکند و شرکت کنندگان خودشان بررسی کنند و تصمیم بگیرند.

بازدید نایب رئیس و سرپرست معاونت امور استانهای اتاق بازرگانی ایران از اتاق بازرگانی اهواز

نایب رئیس و سرپرست معاونت امور استانهای اتاق بازرگانی ایران، از پروژه احداث ساختمان جدید اتاق اهواز دیدن کردند.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اهواز، «محسن جلال پور» نایب رئیس و «مظفر علیخانی» سرپرست معاونت امور استانهای اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، روز شنبه بیست و هفتم اردیبهشت جاری به منظور بررسی و حل و فصل موضوع انتخاب هیأت رئیسه اتاق بازرگانی خرمشهر، به استان خوزستان عزیمت کردند.

ایشان در جلسه ای که به همین منظور با حضور «مقتدایی» استاندار خوزستان، «سلیمانی مقدم» عضو هیأت رئیسه اتاق ایران و ریاست اتاق اهواز، اکبری زاده رئیس اتاق آبادان و هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی خرمشهر، در محل استانداری خوزستان برگزار گردید، حضور یافتند.

در خاتمه این جلسه، نایب رئیس و سرپرست معاونت امور استانهای اتاق ایران ضمن حضور در محل ساختمان مرکزی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز و دیدار با پرسنل واحدهای مختلف، از پروژه احداث ساختمان جدید اتاق، نیز دیدن کردند.

علیخانی در این دیدار، پرسنل اتاق اهواز را از جمله همکاران ارزشمند و توانمند اتاق بازرگانی ایران برشمرد و برای آنان آرزوی موفقیت کرد.

وی همچنین پروژه عظیم ساختمان جدید اتاق اهواز را با توجه به ظرفیتهای اقتصادی و تجاری استان برای قریب به یک قرن آتی، مناسب ارزیابی کرد.

راهیابی روابط عمومی اتاق بازرگانی اهواز به مرحله نهایی اولین جشنواره انتخاب برترین روابط عمومی ها و مدیران ارتباط گستر استان خوزستان



روابط عمومی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز به مرحله دوم اولین جشنواره انتخاب برترین روابط عمومی ها و مدیران ارتباط گستر استان خوزستان راه یافت.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اهواز، نخستین جشنواره انتخاب برترین روابط عمومی

ها و مدیران ارتباط گستر استان خوزستان تحت عنوان جشنواره «سلام»، به همت اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل استانداری خوزستان روز ۲۷ اردیبهشت همزمان با روز ارتباطات و روابط عمومی، در اهواز برگزار میگردد.

روابط عمومی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز نیز مجموعه ای از عملکرد حوزه روابط عمومی و آموزش اتاق از آذرماه ۱۳۹۱ همزمان با انتصاب مدیر جدید روابط عمومی اتاق، لغایت پایان اسفند ماه ۱۳۹۲ را در قالب قریب به ۷۰۰ صفحه گزارش مکتوب تهیه و به دبیرخانه جشنواره ارائه نمود.

بنا بر اعلام دبیرخانه جشنواره، بیش از ۱۱۰ مدیر روابط عمومی از ارگانها و نهادهای اجرایی سراسر استان اعم از دستگاههای اجرایی، فرمانداری ها، شهرداری ها، مراکز علمی و دانشگاهها، شرکتها دولتی، بانکها، بیمه ها و سایر ادارات خدماتی... در این جشنواره ثبت نام کردند.

با ارزیابی مستندات شرکت کنندگان توسط هیأت داوران جشنواره، در مرحله دوم ارزیابی عملکرد شرکت کنندگان که با حضور دکتر میرزا بابا مطهری نژاد پدر علم روابط عمومی ایران و عضو هیأت مدیره انجمن روابط عمومی ایران، دکتر عباس زاده عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی، ابوالقاسم حکیمیان عضو هیأت مدیره انجمن روابط عمومی ایران، دکتر منصور کلاه کج عضو هیأت علمی دانشگاه شهید چمران، مهندس سید عمادالدین موسوی و سرکار خانم شفیعی در دفتر دبیرخانه جشنواره سلام برگزار شد.

در مجموع ۴۰ دستگاه به مرحله دوم راه یافتند که سرکار خانم «سیده فرخنده جلالی پیروپوری» مسئول روابط عمومی و آموزش اتاق بازرگانی اهواز نیز یکی از کاندیدای راه یافته به مرحله نهایی جشنواره است.

مراسم تجلیل از برگزیدگان جشنواره سلام خوزستان، ۲۷ اردیبهشت ماه، همزمان با روز روابط عمومی و ارتباطات، از ساعت ۸ الی ۱۳ در سالن امام رضا (ع) واقع در شهرک نفت اهواز با حضور استاندار محترم و مسئولان استانی و میهمانان کشوری از جمله اساتید دانشگاه و چهره های شاخص روابط عمومی برگزار می شود.

در نهایت از هر گروه، در صورت کسب حد نصاب لازم سه واحد روابط عمومی به عنوان روابط عمومی برتر انتخاب می شوند.

در این جشنواره از برترین مدیران روابط عمومی، برترین کارشناسان روابط عمومی، پیشکسوتان روابط عمومی و هیأت داوران و فعالان جشنواره تقدیر به عمل می آید.

فرآیند اظهار از راه دور کالا در گمرک چگونه است؟

با راه‌اندازی طرح الکترونیکی اظهار از راه دور در گمرک خرمشهر در فروردین‌ماه امسال، زمان انجام تشریفات ترخیص کالا از ابتدای اظهار تا صدور پروانه سبز گمرکی به کمترین زمان ممکن رسیده است. به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اهواز به نقل از خبرگزاری ایسنا خوزستان، مراحل هشت‌گانه اظهار از راه دور به شرح زیر است:

مرحله اول: اسکن اسناد و مدارک ضمیمه اظهارنامه و بارگذاری آن‌ها توسط صاحبان کالا در سامانه الکترونیکی اظهار از راه دور بدون حضور فیزیکی در گمرک

مرحله دوم: تهیه پرینت اظهارنامه توسط صاحب کالا

مرحله سوم: مراجعه به مسئول احراز هویت گمرک جهت بررسی اجمالی اسناد و تایید آن‌ها در سیستم سامانه و تعیین کارشناس سرویس ارزیابی واردات توسط سیستم

مرحله چهارم: مراجعه به کارشناس سرویس ارزیابی واردات (این کارشناس در مرحله قبل توسط سیستم انتخاب شده بود) جهت بررسی اسناد، ارزیابی و ارزش‌گذاری کالا و تایید نهایی آن‌ها، توضیح این‌که این سامانه با توجه به حساسیت نوع کالاها، اظهار، اظهارنامه‌ها را جهت بررسی به یکی از مسیرهای سبز، زرد و قرمز هدایت می‌نماید. در مسیر سبز، اسناد بدون ارزیابی کالا به صورت اجمالی بررسی می‌شوند. در سیر زرد، اسناد در صورت نیاز نمونه‌برداری از کالا و بدون ارزیابی آن بررسی می‌شوند و در مسیر قرمز، ارزیابی فیزیکی کالا با دقت کامل انجام می‌شود. مرحله پنجم: مراجعه به دایره پته و پروانه جهت اخذ فیش بانکی و صدور پروانه سبز گمرکی

مرحله ششم: مراجعه به رئیس سرویس ارزیابی واردات جهت امضاء نهایی پروانه سبز گمرکی

مرحله هفتم: مراجعه به درب خروج گمرک (جهت بررسی و ارزیابی مجدد اسناد در صورت نیاز) و اخذ مجوز بارگیری

مرحله هشتم: مراجعه به ترمینال کانتینری و اخذ بیجک جهت خروج نهایی کالا

نخستین مزرعه فوق متراکم

پرورش ماهیان خاویاری در

خوزستان به بهره برداری رسید

نخستین مزرعه فوق متراکم پرورش ماهیان

خاویاری استان خوزستان در دزفول به بهره برداری رسید. در این آیین که در مزرعه پرورش ماهیان خاویاری حنطوش زاده در دزفول برگزار شد مدیر کل شیلات خوزستان در سخنانی به تشریح ظرفیت این استان در زمینه شیلات پرداخت و گفت: در خوزستان با ۲۰۰ کیلومتر ساحل، یکهزار و ۵۰۰ شاور و یازده بندر سالانه ۵۰ هزار تن ماهی تجاری از دریا استحصال و بعضا نیز صادر می‌شود. عبدالرحیم مغینمی با اشاره به ظرفیت بی نظیر استان خوزستان در زمینه آبیاری پروری اظهار کرد: خوزستان که چهار درصد مساحت کشور را شامل می‌شود با جاری بودن ۳۰ درصد آبهای سطحی کشور از ظرفیت کم نظیری در زمینه پرورش ماهی برخوردار است. وی رودخانه‌های پر آب، دریاچه‌های بزرگ در پشت سدها، ۷۰۰ کیلومتر شبکه فرعی و ۵۰۰ کیلومتر شبکه اصلی درجه یک آبیاری را از جمله ظرفیت‌های این استان در زمینه شیلات برشمرد و گفت: با مدیریت این ظرفیت‌ها علاوه بر رونق اقتصاد، فرصت‌های شغلی بی شماری نیز در این استان ایجاد می‌شود.

مدیر کل شیلات خوزستان از اجرای طرح پرورش ماهی بدون تخصیص آب در آبهای داخلی این استان خبر داد و گفت: با ایجاد قفس‌های شاور در شش دریاچه مخزنی خوزستان می‌توان ۲۵۰ تن ماهی برداشت کرد.

مغینمی میزان برداشت ماهی از شش دریاچه استان خوزستان را ۴۵ هزار تن در سال عنوان کرد و گفت: این رقم در سال ۱۳۸۴ معادل ۲۵ هزار تن بوده است. وی از اجرای طرح پرورش ماهی در کانال‌ها و شبکه‌های آبیاری طرح ۵۵۰ هزار هکتاری توسعه کشاورزی مقام معظم هبری در این استان خبر داد و اظهار کرد: تفاهم نامه اولیه در این زمینه منعقد شده است.

مدیر کل شیلات خوزستان با اشاره به امکان اجرای طرح پرورش ماهی در پساب‌های عظیم کشاورزی از جمله پساب‌های نیشکر در خوزستان گفت: وجود ۲۰ هزار هکتار پساب در تالاب ناصری ظرفیتی برای پرورش گونه‌هایی از ماهیان از جمله ماهی تیلاپیا می‌باشد که با اجرای این طرح از سطح هر هکتار مزرعه تا ۱۰ تن ماهی برداشت می‌شود.

وی کل تولیدات محصولات شیلات در استان خوزستان را در حال حاضر ۱۰۰ هزار تن در سال عنوان کرد و گفت: این میزان صید از بخش صید

و صیادی و طرح‌های پرورش ماهی برداشت می‌شود که در قالب برنامه پنج‌ساله این رقم به ۱۲۵ هزار تن افزایش خواهد یافت.

مغینمی همچنین گفت: میزان تولیدات شیلات در استان خوزستان با چشم‌انداز سال ۱۴۰۴ به ۲۲۵ هزار تن خواهد رسید که این رقم بیانگر ظرفیت بالا برای سرمایه‌گذاری در بخش شیلات در استان خوزستان می‌باشد. وی همچنین خاطر نشان کرد: برنامه ریزی لازم برای تولید ۱۰ هزار تن گوشت ماهی خاویاری و ۱۰ تن خاویار در استان خوزستان هدف‌گذاری شده که گام اولیه این طرح با تولید شش و نیم کیلو گرم خاویار در مزرعه حنطوش زاده در دزفول در سال گذشته برداشته شد ضمن اینکه پنج موافقت‌نامه اصولی با ظرفیت تولید یک هزار و ۷۰۰ تن ماهی خاویاری در این راستا صادر شده است.

مدیر کل شیلات خوزستان ابراز امیدواری کرد با تحقق این برنامه خوزستان به چرخه صادرات ماهیان خاویاری ملحق شود. مدیر کل دفتر بازسازی ذخایر آبیان سازمان شیلات ایران نیز در این آیین در سخنانی گفت: در حال حاضر ۴۳ مرکز توسط بخش خصوصی در زمینه تولید و پرورش ماهی خاویاری در کشور وارد این عرصه شده است.

ناصر کرمی راد افزود: با فعالیت این مراکز و بر اساس پتانسیل موجود تولید ۱۰۰ تن خاویار در افق ۱۴۰۴ هدف‌گذاری شده است.

وی سرمایه‌گذاری در زمینه تولید خاویار را بسیار اقتصادی دانست و گفت: بخش خصوصی می‌تواند از ظرفیت ایجاد شده در این راستا بهره‌بردار. کرمی راد همچنین از صدور پروانه تکثیر ماهی خاویاری برای پنج مرکز در سراسر کشور خبر داد و گفت: یکی از این مراکز در استان خوزستان مستقر می‌باشد که با راه‌اندازی آن و تولید یک میلیون قطعه بچه ماهی خوزستان می‌تواند نیاز استان‌های همجوار را نیز تامین کند.

مدیر عامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان خوزستان نیز از فعالیت چهار خوشه کسب و کار و آبیاری پروری در استان خوزستان خبر داد و گفت: از سرمایه‌گذاران در این خوشه‌ها حمایت مالی می‌شود.

اخلاق محمدیان افزود: طرح امکان‌سنجی تولید بچه ماهیان گرمابی نیز در استان خوزستان انجام شده است. طرح پرورش متراکم ماهیان خاویاری در سیستم مدار بسته با هدف بهره‌گیری

حداکثری از منابع محدود آب با ظرفیت ۵۰ تن در دزفول به بهره برداری رسید. عبدالمجید حنطوش زاده مدیر عامل شرکت پرورش ماهی خاویاری خوزستان گفت: در این طرح از منابع محدود آب زیر زمینی برای ایجاد یک سیستم چرخشی در تولید و پرورش ماهیان خاویاری استفاده شده است. نخستین واحد پرورش ماهی خاویاری خوزستان آبان ماه سال ۱۳۹۱ در زمینی به مساحت دو هزار و ۴۰۰ متر در دزفول به بهره برداری رسید. فیلی ماهی، ازون برون، شیپ و سیبری که از انواع ماهیان خاویاری می باشند در این واحد پرورش داده می شود. شرایط جوی و دمای مناسب هوای دزفول شرایط رشد و پرورش ماهیان خاویاری را در این منطقه فراهم کرده به طوریکه رشد و تولید این ماهی در دزفول دو برابر میانگین کشور است.

زمان ترخیص کالا در گمرک خرمشهر با اجرای طرح اظهار از راه دور به حداقل رسید

مدیر کل گمرک خرمشهر گفت: زمان انجام تشریفات ترخیص کالا در گمرک خرمشهر با راه اندازی طرح الکترونیکی اظهار از راه دور در فروردین ماه سال جاری به کمترین زمان ممکن رسید.

عارف باوی افزود: سامانه اظهار از راه دور به گونه ای طراحی شده است که علاوه بر حفظ امنیت اطلاعات ثبت شده، مانع دسترسی نیروی انسانی جهت دستکاری می شود. وی گفت: ثبت هرگونه اطلاعات با نام کاربر و امکان مشاهده زمان و تاریخ آن از دیگر نقاط قوت سامانه مزبور است. مدیرکل گمرک خرمشهر افزود: کاهش مراجعات متعدد به این گمرک و کاهش زمان انجام تشریفات گمرکی مهمترین دستاورد این سامانه بوده است. وی اظهار کرد: به گفته صاحبان کالا این اقدام کاهش قیمت تمام شده مواد اولیه و کالاهای واسطه ای واحدهای تولیدی را به دنبال داشته است.

پایانه صادراتی گل و گیاه دزفول راه اندازی می شود

مدیر کل سازمان صنعت، معدن و تجارت استان خوزستان گفت: پایانه صادراتی گل و گیاه دزفول که به دلیل موانع حقوقی چندین سال متوقف شده با پیگیری دادگستری دزفول و ورود سرمایه گذار

وارد مرحله جدیدی شده است.

امیر حسین نظری ابراز امیدواری کرد در آینده نزدیک شاهد راه اندازی پایانه صادراتی گل و گیاه در شمال خوزستان باشیم. وی با اشاره به صادرات محصولات کشاورزی گفت: بیشترین محصولات صادراتی دزفول در سال گذشته صیفی جات بوده که عمدتاً به کشور عراق صادر شده است. نظری با تأکید بر افزایش صادرات گفت: باید با جدیت و شدت بیشتری به موضوع صادرات پرداخت زیرا چشم انداز افزایش تولیدات بخش کشاورزی بدون صادرات محقق نمی شود. مدیر کل سازمان صنعت، معدن و تجارت استان خوزستان تنها راه برون رفت از مشکلات اقتصادی و شرایط موجود را افزایش صادرات محصولات عنوان کرد و گفت: صادرات محصولات کشاورزی استان خوزستان به کشور عراق و روسیه در سال گذشته از رشد قابل توجهی برخوردار بوده و اگر بخواهیم رشد فزاینده ای در حوزه محصولات کشاورزی داشته باشیم باید نسبت به توسعه زیرساخت های صادراتی از جمله بسته بندی و پایانه اقدام کرد.

افزایش چشمگیر واردات خودرو در منطقه آزاد اروند

سید علی موسوی معاون اقتصادی و سرمایه گذاری منطقه آزاد اروند: در پی گسترش محدوده تردد خودروهای پلاک منطقه آزاد اروند، واردات خودروهای خارجی با پلاک منطقه آزاد اروند در دو ماه سال جاری به تعداد ۲۰۰۰ دستگاه افزایش چشمگیری نسبت به سال گذشته پیدا کرده است. سید علی موسوی گفت: استقبال از طرح گسترش تردد این خودروها تا شعاع ۱۲۰ کیلومتری و تردد تا سطح استان در روزهای تعطیل رسمی، بطور مستقیم باعث افزایش واردات خودرو در منطقه گردیده است، شیوه نامه جدید تردد خودروهای پلاک اروند باعث ترغیب خرید خودروی وارداتی شده و سرمایه گذاران فعال در این زمینه را ترغیب به سرمایه گذاری در این بخش نموده است.

معاون اقتصادی و سرمایه گذاری افزود: عمده شهروندان منطقه بر این باورند که با گسترش واردات خودروهای خارجی به منطقه، نمایندگان مجاز خودروهای داخلی نیز ترغیب به ارائه خدمات در این خصوص خواهند شد و برخی از نمایندگان مجاز خودروهای داخلی نیز با تأیید این موضوع، علاقمندی خود به ارائه خدمات را به

خودروهای خارجی نشان دادند. وی ادامه داد: از موضوعات حائز اهمیت دیگر در این خصوص می توان به توسعه ناوگان خدمات حمل و نقل عمومی اشاره نمود. افزایش واردات خودروهای خارجی در منطقه باعث رونق بخشیدن به توسعه فضای حمل و نقل عمومی در منطقه خواهد شد که همین امر زمینه را برای توسعه معماری شهری و گردشگری نیز فراهم خواهد نمود.

استاندارد خوزستان از ورود پنج محموله غیر استاندارد به کشور جلوگیری کرد

رییس اداره نظارت بر امور صادرات و واردات اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی خوزستان گفت: از ورود پنج محموله خارجی غیر استاندارد به ارزش ۶۴ هزار و ۴۸۲ دلار، به علت نداشتن انطباق با استانداردهای ملی مربوطه در فروردین امسال جلوگیری شد.

سیما پشم فروش سه شنبه در این باره اظهار داشت: اکثر این کالاها ساخت کشور چین و مبدأ حمل آن ها نیز کشور چین بوده است. وی افزود: این کالاها شامل: ۱- سبک و الکترونیک: بلندگو با نام تجاری ONIX، لوازم برقی خانگی: آب میوه گیری با نام تجاری KENWOOD و WORLD STAR ۲- ساختمانی و معدنی: سنگ سمباده با نام تجاری CARBO FLEX

۳- شیمیایی: نوار چسب با نام تجاری CRYSTAL CLEAR می باشد.

پشم فروش تصریح کرد: در راستای اجرای قوانین و مقررات سازمان ملی استاندارد ایران بویژه ماده چهار و تبصره های ذیل ماده شش قانون سازمان، به منظور حمایت از مصرف کنندگان داخلی و جلوگیری از ورود کالاهای نامرغوب خارجی به کشور، این اداره کل بر کلیه اقلام وارداتی مشمول مقررات استاندارد اجباری که قصد ترخیص از گمرکات خوزستان را دارند نظارت می کند.

رییس اداره نظارت بر امور صادرات و واردات اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی خوزستان افزود: تنها در صورت انطباق با استانداردهای ملی مربوطه و یا استانداردهای مورد قبول، مجوز ورود به کشور برای آن ها صادر می شود در غیر این صورت کلیه محموله های نامرغوب خارجی و غیر استاندارد باید مرجوع شوند.



و براساس آن فهرست بازارچه‌های مرزی و فهرست کالاهای وارداتی توسط مرزنشینان را اعلام می‌کند. براساس آیین‌نامه اجرایی قانونی ساماندهی مبادلات مرزی کلیه‌ی اهالی ساکن در مناطق مرزی کشور به استثنای اهالی ساکن در شهرهای مرکز شهرستان‌ها می‌توانند با دریافت کارت مبادلات مرزی مشمول تسهیلات مبادلات مرزی شوند. این کارت‌ها توسط سازمان بازرگانی هر استان صرفاً برای سرپرستان خانوارها صادر و هر ساله در دی‌ماه و بهمن‌ماه تمدید می‌شود.



مرزنشینی که کارت مبادلات مرزی دارند می‌توانند به‌طور مستقل اقدام به مبادله مرزی کرده و کارت خود را به یکی از شرکت‌های تعاونی مرزنشین محل سکونت خود که در آن عضویت دارند واگذار کنند. شرکت‌های تعاونی پس از دریافت کارت مطابق با تعداد کارت‌های صادر شده و اعضای آن کارت‌ها را مهر کرده و فهرست آن را به تایید سازمان بازرگانی استان‌ها می‌رسانند. تعداد اعضای یک خانواده مرزنشین با سرپرست حداکثر پنج نفر است. سقف مبادلات مرزی هر استان نیز از سه درصد به بالاست. خرید و فروش کالاهای وارد شده توسط مرزنشینان و

پرداخت ۴۵ میلیارد ریال تسهیلات اعتباری به ۴۵ واحد صنعتی در این استان خبر داد. اخلاق محمدیان افزود: نحوه پرداخت این تسهیلات به واحدهای عضو خوشه‌های صنعتی در نشستی با مدیرعامل صندوق مهرامام رضا (ع) استان خوزستان بررسی شد و راهکارهایی در زمینه شتاب و روان سازی کارپرداخت تسهیلات ارائه شد. وی با بیان اینکه در مرحله اول ۴۵ میلیارد ریال اعتبار به ۴۵ واحد صنعتی که عضو خوشه صنعتی باشند پرداخت می‌شود گفت: با پرداخت اسن تسهیلات علاوه بر حفظ اشتغال موجود ۱۸۰ فرصت شغلی جدید نیز ایجاد خواهد شد. رییس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی استان خوزستان افزود: متقاضیانی که عضو خوشه‌های صنعتی سازندگان تجهیزات نفت، گاز و پتروشیمی، خوشه پوشاک، خوشه خرما و یا خوشه آبرزی پروری هستند می‌توانند برای ارائه درخواست خود به معاونت صنایع کوچک این شرکت مراجعه کنند تا پس از بررسی درخواست و تکمیل مدارک به صندوق مهرامام رضا (ع) معرفی شوند.

اخبار ایران

۸۶ درصد واردات متعلق به مواد اولیه تولیدی و ماشین‌آلات است
مدیرکل مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت گفت: ۸۶ درصد واردات کالای واسطه، مواد اولیه تولید و ماشین‌آلات تولیدی است و ۱۳٫۵ درصد دیگر مربوط به کالاهای مصرفی و اقلام اساسی مانند دارو است.

جزئیات مبادلات مرزی در مقررات تجاری سال ۹۳

کتاب مقررات صادرات و واردات هر ساله آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مبادلات مرزی را منتشر

استاندار خوزستان:

توسعه شهرستان‌های جدید نیازمند حمایت بخش خصوصی

استاندار خوزستان گفت: برای توسعه و عمران مناطقی از استان که در سال‌های اخیر به شهرستان تبدیل شده‌اند باید از ظرفیت‌های بخش خصوصی استفاده کرد. عبدالحسن مقتدایی در جلسه ماهیانه فرمانداران که در محل استانداری خوزستان برگزار شد خاطرنشان کرد: فرمانداران باید با چشم نقادی به حوزه‌ی کاری خود نگاه کنند. وی افزود: فرمانداران باید نسبت به حوزه کاری خود حساس باشند و نسبت به مسائل حوزه استحفاظی اشراف کامل داشته باشند. استاندار خوزستان با تأکید بر اینکه هنگام بحران است که یک مدیر هنر مدیریتی خود را نشان می‌دهد گفت: فرمانداران باید ضمن متواضع بودن، در تمامی امور اقتدار داشته و از حداقل امکانات بهترین استفاده را داشته باشند. وی در همین راستا از فرمانداران خواست بدون تشریفات به میان مردم رفته و مشکلات را از نزدیک بررسی و رسیدگی کنند. مقتدایی ضمن تأکید بر لزوم ارتکب پروژه‌های نیمه تمام در شهرستان‌ها از فرمانداران خواست تا پایان سال جاری پروژه جدیدی در هیچ کدام از شهرستان‌ها تعریف نشود. وی در مورد نحوه توزیع اعتبارات استانی گفت: برای توزیع اعتبارات از مدلی استفاده خواهد شد که حقوق هیچ شهرستانی تضییع نشود. در این جلسه فرمانداران به طرح سوالات خود از استاندار و معاونان پرداختند.

مدیرعامل شهرکهای صنعتی خوزستان:

۴۵ میلیارد ریال تسهیلات اعتباری به واحدهای صنعتی خوزستان پرداخت می‌شود

مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی خوزستان از

شرکت‌های تعاونی آنها در استان‌های مرزی به صورت خرده‌فروشی در همان استان مرزی مجاز بوده ولی خروج کالاهای مذکور از استان مرزی به سایر نقاط کشور به صورت تجمیعی و تجاری با حذف معافیت‌ها و پرداخت مابه‌التفاوت حقوق ورودی و تاییدیه گمرک و موافقت شورای ساماندهی مبادلات مرزی استان مجاز است.

همچنین مبادلات در بازارچه‌های مرزی پس از استقرار ماموران وزارت صنعت، معدن و تجارت، گمرک و نیروی انتظامی با اعمال مقررات مربوط به صادرات و واردات کالا مجاز خواهد بود.

در حال حاضر ۵۷ بازارچه مرزی در کشور تصویب شده که می‌توان به تمبرچین، قاسم رش، ساری، سو، رازی، سرو، جلفا، سیران بند، سیف، پرویزخان، خسروی، مرکز تجاری قطر، گناوه، پیشین، گمشاد، باجگیران، دوکوهانه، یزدان، بازارچه پل، بازارچه آستارا، پارس آباد، آبادان، خرمشهر، بندر جاسک، جزیره هرمز، جزیره ابوموسی، بندر لنگه، میناب، زابل، چابهار، بیرجند و مهران اشاره کرد. همچنین واردات ۷۱ قلم کالا توسط مرز نشینان فهرست شده است که در این فهرست کالاهای خوراکی صد درصد تخفیف و کالاهای غیر خوراکی ۵۰ درصد تخفیف دارند. برنج خوراکی ۵۰ کیلوگرم در سال برای هر نفر، قند و شکر ۱۵ کیلو برای هر نفر در سال، چای یک کیلوگرم برای هر نفر در سال، روغن مایع و جامد ۱۰ کیلو برای هر نفر در سال، انواع ادویه سه کیلوگرم برای هر نفر در سال، جاروبرقی برای هر ۵۰ نفر یک دستگاه در سال، تلویزیون ۴۰ اینچ و بالاتر یک دستگاه برای هر پنج خانوار در سال، انواع پارچه برای خانوار ۱۰ متر در سال و یخچال و فریزر یک دستگاه برای هر ۱۰ خانوار در سال از جمله این کالاها است.

۱۰ قلم کالای عمده وارداتی ایران مشخص شدند

در نخستین ماه امسال هفت قلم از مجموع ۱۰ قلم کالای عمده وارداتی کشور محصولات غذایی و کشاورزی بودند. براساس تازه‌ترین آمار گمرک ایران دانه گندم سخت، برنج، گنجاله سویا، شکر تصفیه نشده، دانه ذرت دامی، قطعات گوشت بی‌استخوان یخ زده از نوع گاو و روغن خام سویا حتی صمغ گرفته رده‌های اول تا هفتم عمده‌ترین کالاهای وارداتی کشور را به خود اختصاص دادند. همچنین روغن‌های سبک و فرآورده‌های به جز بنزین، فرآورده‌های حاوی نفت یا روغن‌های

معدنی و همچنین خودروهای با حجم سیلندر ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ سانتی متر مکعب رده‌های هشتم تا دهم عمده‌ترین کالاهای وارداتی را به خود اختصاص دادند.

در فروردین امسال ۱۲۹ میلیون دلار دانه گندم سبزی، ۹۵ میلیون دلار برنج، ۸۸ میلیون دلار کنگاله سویا، ۷۸ میلیون دلار شکر تصفیه نشده، ۶۵ میلیون دلار دانه ذرت دامی، ۶۱ میلیون دلار قطعات گوشت بی‌استخوان یخ زده از نوع گاو و ۵۷ میلیون دلار روغن خام سویا حتی صمغ گرفته وارد کشور شد. مجموع ارزش واردات ۱۰ قلم کالای فوق در فروردین ماه امسال به یک میلیارد و ۵۸۸ میلیون دلار رسید که بیش از ۶۳ درصد از کل واردات کشور را در ماه قبل به خود اختصاص داد. در بین ۱۰ قلم عمده کالای وارداتی بیشترین کاهش واردات مربوط به برنج با ۲۹ درصد و کنگاله سویا با ۵۶ درصد بوده است. بیشترین میزان رشد واردات هم مربوط به دانه گندم سخت با ۷۶ درصد، دانه ذرت دامی با ۸۱ درصد، گوشت با ۲۶۴ درصد، روغن خام سویا با ۲۳۳ درصد، شکر تصفیه شده با ۵۳ درصد، روغن‌های سبک با صد درصد، فرآورده‌های حاوی نفت یا روغن‌های معدنی با ۱۰۹۷ درصد و خودرو با ۴۴۴ درصد بود.

اخبار اتاق ایران

صنعت ارگانیک سلامت جامعه را تضمین می‌کند



دومین همایش بین‌المللی توسعه تجارت و بازار محصولات ارگانیک، به همت انجمن ارگانیک ایران، یکشنبه ۲۱ اردیبهشت ماه در اتاق ایران با حضور رئیس و اعضای هیئت رئیسه این اتاق، دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام، مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور بانوان، رئیس هیئت مدیره انجمن ارگانیک، جمعی از اساتید این صنعت از کشورهای آمریکا، استرالیا، آلمان، بلژیک و غیره برگزار شد. صنعت ارگانیک به

معنای تهیه و تولید غذای پاک و به دور از هرگونه مواد شیمیایی از جمله سموم، کودهای شیمیایی، آفت‌کش و غیره است. این صنعت هم‌چنین از تخریب محیط زیست جلوگیری می‌کند. براساس گزارش‌های ارائه شده متأسفانه در حال حاضر هیچ‌گونه استاندارد، نظارت و بازرسی در مورد تولید این محصولات در کشور وجود ندارد و هم‌چنان بازار عرضه این محصولات مشخص نیست؛ به این معنا که مصرف‌کنندگان نمی‌دانند برای تهیه این نوع مواد غذایی به کجا مراجعه کنند. تحقیقات در حوزه ارگانیک نیاز دیگری است که از سوی مسؤولان و فعالان این بخش مورد تأکید قرار گرفت. در ایران بالغ بر ۴۳ هزار هکتار باغات تولید محصولات ارگانیک وجود دارد و در این زمینه رتبه پنجم آسیا را به خود اختصاص می‌دهد. هر چند ظرفیت‌های بالایی برای این صنعت در ایران وجود دارد. در همین رابطه انجمن ارگانیک ایران که اولین مؤسسه رسمی در این وادی به شمار می‌آید، در سال ۱۳۸۵ خورشیدی تأسیس شد و در حال حاضر در حوزه بازرسی و ارائه نشان ارگانیک فعال است. این انجمن دومین همایش بین‌المللی توسعه تجارت و بازار محصولات ارگانیک را برگزار کرد و از اساتید دانشگاهی، تجار، تولیدکنندگان و دیگر فعالان این حوزه از سراسر جهان دعوت کرد. براین اساس «اندرو لویی»، رئیس انجمن جهانی کشاورزی ارگانیک، «جرارد راهمان»، «جیمز ریدل»، «یورگ دموس»، «فرانک روم»، «میلر اشتیدلر» و «مارکو اشتولر» از فعالان این حوزه حضور داشتند.

«محسن جلال‌پور»، عضو هیأت رئیسه اتاق ایران، با اشاره به تصویب قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار و تأکیدات آن بر فعال شدن اتاق در بخش کشاورزی، توضیح داد: انجمن ارگانیک ایران در سال ۱۳۸۵ تأسیس شد و مجوز فعالیت خود را از اتاق ایران دریافت کرد و خوشبختانه امروز یکی از فعال‌ترین انجمن‌ها به شمار می‌آید. وی محصولات ارگانیک را از نیازهای مهم مردم ارزیابی کرد و گفت: اعتمادسازی در استفاده از این محصولات در بین مردم یک اصل انکارناپذیر بوده و از وظایف انجمن است. تا مردم اطمینان پیدا نکرده و محلی برای خرید و تهیه آن‌ها وجود نداشته باشد، توسعه این صنعت اتفاق نمی‌افتد. جلال‌پور جای برندهای تولید ارگانیک را خالی دانست و تصریح کرد: استقبال

خبر از صدور بخشنامه‌ای داد که به موجب آن بر حضور کلیه اعضای هیأت‌های تشخیص مطالبات سازمان به منظور بهبود فرآیند رسیدگی به پرونده‌ها و اتخاذ تصمیم تأکید شده است. این قضیه نیز از جمله مواردی بود که پیشتر در دستور کار کمیته موضوع ماده ۷۶ قرار گرفته و مورد تصمیم واقع شده بود.

رئیس اتاق ایران در گردهمایی دبیران اتاق‌های سراسر کشور: نگاه متوازن در سراسر کشور از اهداف جدی ماست



گردهمایی دبیران اجرایی اتاق‌های سراسر کشور ۱۵ اردیبهشت ماه، با حضور رئیس اتاق ایران، دبیرکل و سرپرست امور استان‌های اتاق ایران در این اتاق برگزار و در آن مسائل و برنامه‌های اتاق‌ها با معاونت‌های مختلف اتاق ایران مطرح و بررسی شد. غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران گفت: نقش دبیران اتاق‌ها نقش بسیار برجسته‌ایست و هر چه پیش‌تر می‌رویم بر مراجعه کار آنان افزوده می‌شود.

وی افزود: قوانین جدید تصویب شده وظایف بیشتری بر عهده اتاق‌ها گذاشته و از سوی دیگر شرایط جدید کشور و تصمیمات دولت جدید مبنی بر مردمی کردن اقتصاد ایجاب می‌کند که اتاق‌ها وظایف و مسئولیت بیشتری قبول کنند که در این میان دبیران اتاق نقش بسیار برجسته خواهند داشت.

رئیس پارلمان بخش خصوصی کشور عنوان کرد: باید سازوکار مشخصی برای مسئولیت‌های جدید اتاق و دبیران نیز ایجاد شود و از نظر فعالیت‌های برون مرزی که از وظایف اتاق‌ها است نیز ما وارد کارهای جدیدی شده ایم.

وی ادامه داد: این شرایط جدید یک فرصت تازه است و ما مکلف هستیم که از آن نهایت استفاده را ببریم و اکنون با سیل عظیمی از تقاضاها از کشورهای مختلف روبه‌رو هستیم که در این میان اتاق‌ها نقش بسیار پررنگی دارند. شافعی اضافه کرد: این بار سنگین باید میان اتاق

۷۶ قانون برنامه پنجم توسعه که با حضور «غلامحسین شافعی»، رئیس و «حسین نقره کار شیرازی»، دبیرکل اتاق ایران، «نوروز کهزادی»، نماینده قوه قضائیه، «نعمتی» نماینده قوه مقننه، «عباس آخوندی»، وزیر راه و شهرسازی، «تمایندگان قوه مجریه» و «مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی»، دوشنبه ۱۵ اردیبهشت در اتاق ایران برگزار شد، مشکلات حوزه تأمین اجتماعی از جمله برخورداری کارفرمایان از تسهیلات موضوع ماده ۸۰ قانون برنامه پنجم توسعه، موسوم به «تخفیف پلکانی» و آیین‌نامه اجرایی تبصره آن، شکایت از نحوه اجرای آرای هیأت‌های تشخیص مطالبات سازمان تأمین اجتماعی، کیفیت اعلام بدهی به کارفرمایان و همچنین رفع محدودیت روش‌های پرداخت حق بیمه، مورد بحث و تصمیم قرار گرفت.

در این جلسه به منظور تسهیل دسترسی کارفرمایان به صورت نحوه محاسبات بدهی و نحوه شکل‌گیری مطالبات سازمان، سازمان تأمین اجتماعی، نوید ایجاد یک درگاه اینترنتی را تا پایان سال جاری داده شد، به نحوی که اقدامات مربوط به راه‌اندازی این سامانه از نیمه دو سال ۱۳۹۳ آغاز گردد. طبق اطلاعات موجود، تخفیف پلکانی موضوع بند و ماده ۸۰ قانون برنامه پنجم هم اکنون از سوی سازمان مجری در دستور کار بوده و کارگاه‌ها و اشخاص واجد شرایط از این تسهیلات طبق مقررات قانونی بهره‌مندی می‌گردند.

همچنین دستور اداری به منظور ایجاد وحدت رویه در این خصوص صادر شده است تا فرآیند اجرایی امر بهتر شود.

علاوه بر این، درخصوص بهینه‌سازی روش‌های پرداخت حق بیمه نیز در این نشست، بحث شد که بر اساس آن در حال حاضر دریافت وجوه حق بیمه در تعدادی از شعب سازمان صورت می‌پذیرد و این امر همچنان ادامه خواهد یافت.

موضوع دیگر، ترتیبات شکایت از نحوه اجرای آرای قطعی یافته هیأت‌های تشخیص مطالبات سازمان تأمین اجتماعی بود که مفصل مورد بحث قرار گرفت. در این زمینه نیز قرار بر این شد تا سازمان تمهیدات لازم را در قالب ابلاغ یک بخشنامه مبنی بر امکان پیگیری شکایات از طریق بازرسی ویژه مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی به مورد اجرا گذارد.

افزون بر این مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی

از محصولات زیاد است ولی چون هنوز استفاده از این نوع محصولات غذایی تبلیغات گسترده‌ای ندارد و شناخت مردم از آن کم است اعتماد کردن به آنها با سختی صورت می‌گیرد، بنابراین در طول سال‌های گذشته شاهد رشد چشمگیر این صنعت نبودیم. فعال شدن در حوزه برندسازی، اعتمادسازی و معرفی دقیق محصولات بین مردم از لازمه‌های توسعه ارگانیک است که از سوی رئیس اتاق کرمان مورد تأکید قرار گرفت. صنعت ارگانیک به اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز کمک می‌کند

نشست بررسی بودجه ۹۳ اتاق ایران برگزار شد



جلسه بررسی بودجه سال ۹۳ اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، با حضور اعضای هیئت رئیسه و جمعی از هیئت نمایندگان این اتاق، دوشنبه ۱۵ اردیبهشت ماه، برگزار شد. در این جلسه که بیش از ۵ ساعت به طول انجامید، در ارتباط با ردیف‌های مختلف بودجه و برنامه‌های گوناگون معاونت‌ها، مدیریت‌ها و واحدهای وابسته این اتاق گفت و گو و تبادل نظر شد. در این نشست؛ پیشنهادات و نقطه نظرات اعضاء در مورد بندهای بودجه مطرح شد و مقرر گردید، بندهای اصلاحی در جلسه هیئت نمایندگان که بیست و هشتم همین ماه، برگزار می‌شود، با اطلاع رسانی قبلی در اختیار اعضای اتاق قرار گیرد.

رسیدگی به مشکلات حوزه تأمین اجتماعی در نشست کمیته ماده ۷۶



در چهاردهمین جلسه کمیته موضوع ماده

های سراسر کشور با مطالعه تقسیم شود تا هم از آن بهره لازم را ببرند و هم پاسخگوی تقاضاها باشند بنابراین باید برای آینده آماده شد.

رئیس اتاق ایران بیان کرد: آنچه که تاکنون وجود داشته این بوده که دبیران کل اتاق ها نقش بسیار مهم و اساسی در مسائل داخلی و خارجی اتاق دارند و هماهنگ کننده تمام کارهای میان اعضا هستند

وی افزود: ارتباط دبیران کل اتاق با تشکل های هر استان نیز تعیین کننده میزان تعامل است.

شافعی اعلام کرد: برای ارتقای جایگاه اتاق باید بتوانیم در استان ها بزرگان بخش خصوصی را تشویق به عضویت در اتاق ها کنیم زیرا افراد بزرگی وجود دارند که اکنون از مرکزیت کارها کنار هستند اما اندیشه آنان می تواند کمک رساننده باشد.

رئیس پارلمان بخش خصوصی کشور یادآور شد: امیدوار هستیم در همه استان ها در راستای ارتقای اتاق ها حرکت کنیم و بتوانیم از همه اندیشه ها استفاده کنیم ضمن این که هر قدر ارتباط دبیران اتاق ها با اتاق ایران بیشتر شود کارها به صورت هماهنگ تری انجام خواهد شد.

وی بر لزوم برگزاری جلسات شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی در استان ها تأکید کرد و گفت: این دولت ادعای اجرای قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار را کرده است و ما باید از این فرصت استفاده کنیم.

شافعی تصریح کرد: قصد داریم به زودی در جلسه ای مشترک با استانداران سراسر کشور موضوع برگزاری جلسات شورای گفت و گو را نهایی کنیم و باید استان هایی که این شورا را برگزار می کنند به طور حتم گزارش آن را به اتاق ایران ارسال کنند. در مورد مجلس نیز جلساتی با نمایندگان استان با حضور استاندار و اعضای آن اتاق برگزار می کنیم تا هم فکری ها بیشتر شود.

رئیس اتاق ایران توضیح داد: امیدوار هستیم با این جلسات بتوانیم ارتباط خوبی را میان اتاق ها، مجلس و استانداران ایجاد کنیم و دبیران اتاق ها می توانند نظرات و پیشنهادهای خود را جهت هر چه بهتر انجام شدن کارها اعلام کنند.

رئیس پارلمان بخش خصوصی کشور ادامه داد: ایجاد یک نگاه متوازن در سراسر کشور به ویژه در مباحث اقتصادی از اهداف جدی ما است و باید همه به تحقق آن کمک کنیم.

حسین نقره کار شیرازی دبیرکل اتاق ایران نیز به

مقایسه دوران قدیم و جدید اتاق و شرایط حاکم بر فضای اتاق پرداخت و گفت: علت این که اتاق نتوانست در سال های گذشته به جایگاه واقعی خود برسد، اقتصاد دولتی بود و با وجود اصل ۴۴ قانون اساسی و تأکیدات مقام معظم رهبری باز هم کارها آن چنان که باید پیش نرفت. وی ادامه داد: اکنون دولت اجرای قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار را در اولویت کاری خود قرار داده است تا با این قانون پرمحتوا بتواند بسیاری از گره های موجود را باز کند.

دبیرکل اتاق ایران عنوان کرد: از دوره ششم تحولی در فضای اتاق ایجاد شد و آرام آرام اتاق ها توانستند جایگاه خود را پیدا کرده و پیشرفت کنند

نقره کار شیرازی ادامه داد: دبیران اتاق های سراسر کشور نقشی کلیدی دارند و تمام کارهای اجرایی مشکل بر عهده آن هاست و باید در هدایت و پیشبرد اهداف اتاق ها پیشرو باشند.

وی در ادامه از عملکرد اتاق اصفهان و تلاش شبانه روزی آن ها برای پیشبرد اهداف اتاق و ارتقای جایگاه آن تقدیر و تشکر کرد. دبیرکل اتاق ایران گفت: جایگاه فعلی اتاق ها با تلاش و زحمات فراوان و تعامل بسیار قوی با مجلس و دولت ایجاد شده است و امروز، اتاق ها مشاوران سران سه قوه هستند و باید از این جایگاه حراست کرد.

نقره کار شیرازی اعلام کرد: امروز اتاق های سراسر کشور جایگاه خوبی پیدا کرده اند و برنامه های مختلفی برای آنان تعریف شده است و به همین دلیل در جلسه امروز آن ها را در جریان فعالیت های تمام معاونت های اتاق ایران قرار خواهیم داد تا با نظرات خود به ما کمک کنند.

رونمایی از کتاب «ظرفیت های همکاری اقتصادی تونس و ایران»



در پی سفر هیأت تجاری اتاق ایران به تونس با حضور و سرپرستی رئیس اتاق ایران و همراهی رئیس کمیسیون بودجه مجلس شورای اسلامی و رؤسای اتاق های شیراز و اصفهان، ضیافتی از

سوی «پیمان جبلی» سفیر ایران در تونس برپا شد و در این مراسم از کتاب «ظرفیت های همکاری اقتصادی تونس و ایران» رونمایی شد. «غلامحسین شافعی» رئیس اتاق ایران در این مراسم، ضمن مساعد ارزیابی کردن زمینه های همکاری دو کشور در خصوص حمایت برای چاپ و تکثیر کتاب «ظرفیت های همکاری اقتصادی تونس و ایران» بین فعالان اقتصادی ایران قول مساعد داد.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه ها در نشست رؤسای اتاق های سراسر کشور:

رویکرد جدید شرکت نمایشگاه ها واگذاری نمایشگاه ها به تشکل ها و همکاری با اتاق ها است



نشست شورای رؤسای اتاق های سراسر کشور روز ۲۸ اردیبهشت ماه با حضور رئیس اتاق ایران و مدیرعامل شرکت نمایشگاه ها با محوریت بررسی مسائل مربوط به شرکت نمایشگاه ها در محل اتاق ایران برگزار شد.

«غلامحسین شافعی» رئیس اتاق ایران عنوان کرد: امیدوار هستیم با مشارکت اتاق کار متفاوتی در خصوص شرکت نمایشگاه ها انجام شود و شاهد بهبود شرایط باشیم.

وی افزود: یکی از مشکلات جدی فعلی این است که دولت به کارهایی می پردازد که وظیفه آن نیست، در صورتی که می تواند آن کارها را به مردم و بخش خصوصی واگذار کرده و به کار اصلی خود یعنی سیاست و نظارت بپردازد.

شافعی اعلام کرد: قرار بود در وزارت صنعت، معدن و تجارت بررسی هایی انجام شده و در پی آن کارهای تصدی گری از حاکمیتی جدا شده و کارهای تصدی گری به بخش خصوصی سپرده شود.

رئیس پارلمان بخش خصوصی کشور تأکید کرد: موضوع نمایشگاه ها در قانون اتاق مطرح است

و بر اساس این قانون، اتاق ها وظیفه فعالیت در عرصه نمایشگاه ها را دارند.

وی بیان کرد: در مسائل نمایشگاه ها نباید تنها نگاه به پایتخت باشد، بلکه باید سعی شود از پتانسیل همه استان ها نیز استفاده شود.

«محسن جلالپور» نایب رئیس اتاق ایران در خصوص لایحه حمایت از تولید، بیان کرد: موضوع افزایش قیمت حامل های انرژی بر برخی صنایع تأثیر جدی دارد و از سوی دیگر قفل کردن افزایش قیمت ها مشکلاتی ایجاد کرده است.

جلالپور یادآور شد: باید متوجه بود که تأثیر تصمیمات مقطعی تا مدت ها در فضای تولید می ماند و هرگونه تصمیم گیری باید با در نظر گرفتن این مسائل باشد.

نایب رئیس اتاق ایران اضافه کرد: کارهای بسیار خوبی در شرکت نمایشگاه ها آغاز شده و تعامل و همکاری بسیار خوبی وجود دارد و امیدوار هستیم تا مدتی دیگر خبرهای بسیار خوبی درخصوص مشارکت اتاق ها در بحث نمایشگاه ها داده شود.

«پدرام سلطانی» نایب رئیس اتاق ایران بیان کرد: انتظار ما از دولت درخصوص تعامل با بخش خصوصی شاید به طور کامل محقق نشده است، اما شاید به جای گله از دولت باید بازنگری در عملکرد خود داشته باشیم، زیرا بخش خصوصی باید جلوتر از دولت حرکت کند.

وی افزود: اگر ما از فرصت دولت جدید استفاده کنیم به این صورت که بخش خصوصی خط دهنده باشد، موفق خواهیم بود.

نایب رئیس اتاق ایران یادآور شد: حمایت ما از تولید باید مبتنی بر مفروضاتی باشد و بررسی شود که چه عواملی سبب مشکل دار شدن تولید شده است و در پی اصلاح آن ها باشیم، زیرا نگاه موضعی و مقطعی به تولید، پاسخگوی مشکلات و رکود فعلی نیست.

سلطانی تأکید کرد: ما باید مسیر تاریخی چند سال گذشته را بررسی کنیم و بتوانیم با شناسایی عوامل اصلی ایجاد مشکلات برای آن ها راه کار و سیاست تعریف کنیم و هیچ عاملی همچون سالم سازی فضای رقابت و تولید در اقتصاد کشور مؤثر نخواهد بود.

وی ادامه داد: باید با شناسایی دقیق عوامل مخل رقابت، حذف شود تا شرایط و محیط کسب و کار بهبود یابد.

نایب رئیس اتاق ایران اعلام کرد: شکاف تامین مالی در بنگاه های کوچک و متوسط بیشتر از

بنگاه های بزرگ است و دولت باید در این باره تصمیمی بگیرد.

سلطانی تصریح کرد: بانک های توسعه ای باید تنها به بنگاه های کوچک و متوسط اختصاص پیدا کند، زیرا اکنون بنگاه های بزرگ، بخش زیادی از تسهیلات را به خود اختصاص داده اند و باید این شرایط اصلاح شود، بنابراین نگاه سیستماتیک به مسأله تأمین مالی راه گشایتر خواهد بود.

«محمود اسلامیان» عضو هیأت رئیسه اتاق ایران تأکید کرد: هرگونه تصمیمی برای بخش تولید، بدون هم فکری با آن بخش دارای اشکال است و باید گفت آسیبی که به بخش تولید و صنعت کشور وارد شده است با لایحه حمایت از تولید قابل حل نیست.

وی افزود: ما نیازمند اصلاح های جدی اقتصادی و کنار رفتن دولت از اقتصاد هستیم و اکنون حجم دولت و نهادهای شبه دولتی در اقتصاد کشور بین ۷۰ تا ۸۰ درصد است و اصلاحات اصلی باید در این زمینه صورت گیرد.

«حسین اسپهبدی»، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت نمایشگاه ها نیز گفت: نمایشگاه ها قدمت ۲۵۰۰ ساله دارند و با وجود همه پیشرفت های تکنولوژیکی هنوز نمایشگاه ها حرف اول را می زنند و به صادرات کمک کرده و سبب افزایش تولید و اشتغال می شوند.

وی ادامه داد: در دولت جدید نیز حضور کشورهای خارجی به ویژه کشورهای اروپایی در نمایشگاه ها بسیار مشهود است و کشوری مانند ایتالیا از شرکای جدی ما در عرصه نمایشگاهی است.

اسپهبدی اضافه کرد: حرکت های بسیار خوبی آغاز شده و درخواست کشورها از ایران برای برگزاری نمایشگاه های اختصاصی بسیار افزایش یافته است. مدیرعامل شرکت نمایشگاه ها تصریح کرد: شرکت نمایشگاه ها کشمکش های زیادی داشت و با وجود فشارها و درگیری های زیاد نمایشگاه بسته نشد و اکنون این نمایشگاه با قدمت ۴۵ ساله هنوز بازسازی نشده است و ما به دنبال روش هایی هستیم تا سرمایه گذاران تشویق به سرمایه گذاری در آن شوند. وی بیان کرد: اعتقاد بر این است که این نمایشگاه باقی بماند و نمایشگاه شهر آفتاب در صورت تزریق نقدینگی لازم تا پایان سال آماده خواهد بود که اتفاق بسیار خوبی است، زیرا اکنون با درخواست های بسیاری روبه رو هستیم.

اسپهبدی عنوان کرد: نمایشگاه بین المللی

عضو دو اتحادیه نمایشگاه های جهانی و اتحادیه برگزاری نمایشگاه های جهانی است که نمایشگاه های آن تجاری نبوده و فرهنگی هستند. مدیرعامل شرکت نمایشگاه ها اضافه کرد: اکسپوی در میلان اوایل سال ۲۰۱۵ در زمینه غذا و صرفه جویی در انرژی برگزار خواهد شد و مکان پاریس ایران در بهترین نقطه این نمایشگاه است. وی افزود: با تلاش های فراوان و کار شبانه روزی از برنامه این اکسپو عقب نیستیم و وارد کار عملیاتی شده ایم و زمین ما حدود ۲ هزار متر مربع است و ما نیازمند کمک بخش خصوصی در همه ابعاد هستیم به ویژه این که این رویداد بین المللی است و بازدید کننده های فراوانی خواهد داشت.

اسپهبدی ادامه داد: رویکرد جدید ما واگذاری نمایشگاه ها به تشکل ها و همکاری با اتاق است و همچنین با برخی از کشورها به توافق رسیده ایم که نمایشگاه های متقابل برگزار کنیم.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه ها توضیح داد: امتیازات فراوانی برای کسانی که نمایشگاه ها شرکت می کنند نیز در نظر گرفته شده است و درخصوص استان ها نیز آمادگی ارائه کمک هستیم

«علی اکبر فرازی» معاون امور بین الملل اتاق ایران گفت: این معاونت آماده همه گونه همکاری در زمینه نمایشگاهی به ویژه اکسپوی ۲۰۱۵ است.

وی ادامه داد: در آمد و رفت شرکت های خارجی باید بتوانیم فضای مناسبی در اختیار آنان قرار دهیم و باید همکاری بیشتری در این زمینه با اتاق صورت گیرد. «مظفر علیخانی» سرپرست معاونت امور استان های اتاق ایران گفت: باید متوجه بود که وظیفه سیاست گذاری به عهده دولت و اجرا به عهده بخش خصوصی است، بنابراین درخواست ما این است که تعیین سیاست های نمایشگاهی به اتاق ایران و برگزاری نمایشگاه ها به فعالان اقتصادی بخش خصوصی واگذار شود.

وی یادآور شد: از سوی دیگر با تأسیس کمیته صدور مجوز نمایشگاهی در زمان ریاست جمهوری جناب آقای خاتمی نقش بخش خصوصی در همه امور پررنگ تر شد، اما متأسفانه در دولت جدید این کمیته حذف شد و نقش بخش خصوصی نیز در پی این اتفاق کم رنگ تر از گذشته شد، بنابراین درخواست مشخص ما احیای دوباره این کمیته و کمک به پررنگ تر

شدن نقش بخش خصوصی است. علی‌خانی تصریح کرد: نباید بحث سود فراوان در بحث نمایشگاه بر جنبه اصلی برگزاری نمایشگاه که کمک به رونق تولید و توسعه صادرات است سایه بیندازد، اما متأسفانه در سال‌های گذشته این اتفاق افتاده است. سرپرست معاونت امور استان‌های اتاق ایران ادامه داد: یکی از راه‌کارهای رفع مشکلات فعلی در بحث نمایشگاهی نیز استفاده از اتاق‌های سراسر کشور و اتاق‌ها و شوراهای مشترک و بهره بردن از ظرفیت آن‌هاست و امیدوار هستیم در این زمینه شاهد اتفاقات خوبی باشیم.

«فریدون فرقانی» رئیس اتاق شیراز بیان کرد: موضوع مربوط به کالاها قاجاق نیز مشکلات فراوانی ایجاد کرده است که باید به آن‌ها رسیدگی شود و برخی کالاها که از مسیر گمرکی وارد می‌شود نیز قاجاق محسوب می‌شود، بنابراین نقاط ضعفی وجود دارد که باید به آن‌ها رسیدگی شود. «کیوان کاشفی» رئیس اتاق کرمانشاه بیان کرد: دو موضوع افزایش بهره‌وری و سیستم بانکی اهمیت فراوانی دارد و تا به این موضوع رسیدگی نشده و مشکلات آن‌ها برطرف نشود، اقتصاد مقاومتی محقق نخواهد شد. وی افزود: میزان تسهیلاتی که در کشور پرداخت شده و سود حاصل از آن نشان خواهد داد که عملکرد سیستم بانکی به چه صورت بوده است.



«حسین طوسی» رئیس اتاق کرج اعلام کرد: اکنون با مشکلات متعدد تولید، نمایشگاه وسیله‌ای برای عرضه و معرفی توانمندی‌های تولید و رقابت است، اما متأسفانه در سال‌های اخیر نمایشگاه بین‌المللی به کار تجاری درآمدزا تبدیل شده بود. وی ادامه داد: فضای نمایشگاه‌ها نیازمند امنیت است، اما با توجه به ساختار بسیار قدیمی و بازسازی نشده در برخی از نمایشگاه‌ها در صورت وقوع حادثه افراد حتی امکان خروج نخواهند داشت، بنابراین همیشه بحث ما این بوده که نمایشگاه مربوط به تولیدکننده است و تشکلهای آن باید در نمایشگاه حضور داشتند باشند. طوسی

تصریح کرد: تشکل باید یک منبع درآمد داشته باشد و اتاق‌ها نیز برای ادامه حیات خود نیاز به تعریف منبع درآمدی دارند، بنابراین پیشنهاد ما این بود که در استان البرز امتیاز نمایشگاه به اتاق‌ها داده شود و این کار توسط تشکیل یک شرکت سهامی عام صورت گیرد.

«محمد سعید نقشی‌زادین» رئیس اتاق سنجق عنوان کرد: زمینی به مساحت بیش از ۱۵ هکتار برای ساخت اتاق جدید سنجق و نمایشگاه خرید شده است و با توجه به شرایط جغرافیایی کردستان، ایجاد نمایشگاه در آن راه تعامل با سایر کشورها را ایجاد خواهد کرد.

وی ادامه داد: درخواست ما نقشه مناسب و به روز برای ایجاد نمایشگاه و کمک به ایجاد نمایشگاه در آن استان است.

«محمد رضا جعفری» رئیس اتاق اراک گفت: نمایشگاه‌های شرکت نمایشگاه‌ها به دو دسته تخصصی و عمومی تقسیم می‌شوند و از مشکلات ما زمان برگزاری نمایشگاه‌ها است که فصل‌های مناسبی برای برگزاری نمایشگاه‌های عمومی در نظر گرفته نمی‌شود. وی افزود: در نمایشگاه بین‌المللی استان مرکزی برای مسائل توسعه‌ای هیچ بودجه‌ای وجود ندارد و درخواست ما این است که به گونه‌ای عمل شود که این نمایشگاه تغییر کاربری پیدا نکنند.

«حسین پیر مؤذن» رئیس اتاق اردبیل گفت: در نمایشگاه‌های بین‌المللی باید کیفیت برگزاری نمایشگاه به طور حتم مورد توجه قرار گیرد و بهتر است برای امسال در ورودی نمایشگاه تجدید نظر شده و یکی از سالن‌ها به عنوان ورودی مد نظر گرفته شود. وی افزود: باید متوجه بود که خدمات در تمام نمایشگاه‌های جهان رایگان است و اگر این گونه نیست باید اجازه آوردن خدمات از بیرون داده شود، اما متأسفانه شرکت‌های نمایشگاهی از هدف اصلی خود دور شده‌اند و می‌توان با تشکیلی یک کار گروه مشترک این مشکلات را برطرف کرد. «حمید دامغانی» رئیس اتاق گرگان گفت: نمایشگاه گلستان با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی ایجاد شده است، اما به تازگی بحث مدیریت نمایشگاه دچار مشکل شده است.

وی افزود: درخواست ما این است که مبلغی که از سوی دولت به عنوان کمک در نظر گرفته به صورت سهام به اتاق واگذار شود تا بتواند از آن برای بهبود نمایشگاه استفاده کند.

«سید مجید موسوی» رئیس اتاق همدان اعلام

کرد: می‌توان در صورت امکان برخی نمایشگاه‌ها را در استان‌ها برگزار کرد تا سبب پویایی آن‌ها شود. وی ادامه داد: برای حضور شرکت‌های خارجی در نمایشگاه‌ها می‌توان حق نمایشگاه را از سود فروش آن‌ها دریافت کرد. «علی اصغر شریف‌پور بوشهری» رئیس اتاق بوشهر گفت: می‌توان کمک‌های مربوط به نمایشگاه‌ها را به اتاق‌ها داد تا به بهترین شکل از آن استفاده کنند. وی ادامه داد: متأسفانه بسیاری از سهام‌داران نمایشگاه‌ها به وظایف خود عمل نمی‌کنند و بهتر است در این باره اقدامی صورت گیرد. «غلام‌رضا عشریه» رئیس اتاق ساری گفت: نمایشگاه مازندران دچار مشکلات فراوانی است و طی قراردادی ۹۹ ساله به فردی واگذار شده که استفاده فراوانی غیر از نمایشگاه از آن می‌کند و درخواست ما این است که به گونه‌ای عمل شود که فعالان اقتصادی استان بتوانند سهام‌داران نمایشگاه باشند. «محمد صمدی» رئیس اتاق بجنورد گفت: نمایشگاه خراسان شمالی ایجاد شده و باید تلاش کرد تا این نمایشگاه بین‌المللی شود.

«سید محمد رضا سید نبوی» رئیس اتاق شهرکرد عنوان کرد: ۷۰ درصد سهام نمایشگاه متعلق به اتاق است، اما هیچ گونه کمکی در خصوص نمایشگاه‌ها صورت نمی‌گیرد و درخواست ما رسیدگی به این مسأله است.

«علی اصغر جمعه‌ای» رئیس اتاق سمنان بیان کرد: نمایشگاه استان صدرصد خصوصی است و درخواست ما این است که با توجه نزدیکی سمنان به تهران، برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در آن مورد توجه قرار گیرد.

وی افزود: رونق نمایشگاه‌ها نیازمند برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی بین‌المللی و بهتر است با توجه به صنعتی و معدنی بودن استان، در خصوص برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی اقدام شود. «خسرو کسانیان» رئیس اتاق اصفهان درخواست مشخص شدن میزان تعامل و هماهنگی نمایشگاه بین‌المللی تهران و شهرستان‌ها را مطرح کرد.

«کیوان کاشفی» رئیس اتاق کرمانشاه نیز بر لزوم گریزبندی نمایشگاه‌ها و قیمت‌گذاری مشخص و همچنین تقویم‌بندی در خصوص برگزاری نمایشگاه‌ها تأکید کرد.

«محمد رضا فروتن» رئیس اتاق ایلام در خصوص نحوه واگذاری نمایشگاه‌ها در استان‌ها خواستار ارائه توضیحاتی شد.

در خاتمه این جلسه اسپهبدی پس از شنیدن مطالب مطرح شده توضیح داد: نکات بسیار خوبی در جلسه مطرح شد و در خصوص ورودی و سالن‌ها باید گفت، ورودی نمایشگاه در حال بازسازی است و برای سالن‌ها نیز ورودی‌هایی در نظر گرفته شده است و کارها به تدریج در دست اقدام است. وی ادامه داد: ایجاد کمیسیونی مشترک از اتاق و شرکت نمایشگاه‌ها می‌تواند به پیدا شدن نکات ریز و مهم کمک فراوانی کند، زیرا مشکلات فراوانی وجود دارد که باید مورد بررسی قرار گیرد و انحصار در موضوعات مختلف شکسته شود و اکنون در حال بررسی تخلفات و پیگیری و رفع آن‌ها هستیم. مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌ها بیان کرد: در صدور مجوزها بر اساس شیوه‌نامه‌ای اولویت به تشکل‌ها داده شده است و در صورتی که کسی مشغول انجام کار است، ما تشکل‌ها را نیز دخیل خواهیم کرد. وی در خصوص زمان برگزاری نمایشگاه‌ها نیز توضیح داد: تغییر زمان‌های نمایشگاه‌های عمومی در حال انجام است، اما کار بسیار مشکلی است، زیرا تقویم‌ها مشخص شده است.

اسپهبدی یادآور شد: اکنون در استان‌ها نیز نمایشگاه‌ها در حال برگزاری است و تلاش ما تقویت این رویکرد است و در صورت توان به نمایشگاه‌های استانی کمک خواهیم کرد.

دلیل مقاومت‌ها برای جلوگیری از حذف ثبت سفارش کالا



رئیس کمیسیون واردات اتاق بازرگانی ایران گفت: مرحله ثبت سفارش برای واردات کالا یعنی تاخیر در روند واردات. مجیدرضا حریری درباره اظهارات اخیر وزیر صنعت و تجارت مبنی بر احتمال حذف ثبت سفارش واردات کالاها با اشاره به این که سابقه ثبت سفارش در فعالیت‌های تجاری ایران به اوایل دهه ۷۰ بازمی‌گردد، اظهار کرد: پس از پایان دوران جنگ تحمیلی و اوایل دوران سازندگی

بدهی ایران به بانک‌های خارجی زیاد شده و ایران توان پرداخت بدهی خود را نداشت. در آن زمان ایران برای این که بر واردات کالاها، ارزبری و ایجاد تاخیر در روند واردات نظارت داشته باشد مرحله ثبت سفارش را ایجاد کرد.

وی با اشاره به این که پس از رفع مشکل کمبود ارز در آن سال‌ها کسی به این فکر نیفتاد که مرحله ثبت سفارش را حذف کند، تصریح کرد: از آن زمان تاکنون مرحله ثبت سفارش بدون این که هدف و عملکرد آن معلوم باشد ماندگار شد.

رئیس کمیسیون واردات اتاق بازرگانی ایران با تاکید بر این که برای تسهیل در روند واردات و کم کردن پروسه آن مرحله ثبت سفارش باید حذف شود بیان کرد: مرحله ثبت سفارش مرحله‌ای است که روند واردات را به تاخیر می‌اندازد.

به گفته وی، از زمانی که نعمت زاده برنامه‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت را اعلام کرد قرار بود چند مرحله را از روند واردات حذف کند. مرحله اول موضوع طرح شبنم و ایران کد بود که با پیگیری‌های وزارتخانه و علیرغم مخالفت‌ها از روند واردات حذف شد.

حریری در این زمینه افزود: مرحله بعدی مرحله ثبت سفارش است که حذف آن از برنامه‌های وزارتخانه برای تسهیل در روند واردات است.

رئیس کمیسیون واردات اتاق بازرگانی ایران با تاکید بر این که البته شرایط در حال حاضر مشابه دهه ۷۰ است که کشور با کمبود منابع ارزی مواجه بود، خاطرنشان کرد: به همین دلیل در سیستم بدنه و سیستم دولتی ما هنوز مقاومت‌هایی برای عدم حذف مرحله ثبت سفارش وجود دارد و سیستم دولتی می‌خواهد که این مرحله حذف نشود.

وی با اشاره به این که متأسفانه وقتی چیزی تبدیل به عادت می‌شود ترک آن سخت است، گفت: ظرف چند ماه آینده آمادگی کلی برای حذف این مرحله وجود داشته و وزارتخانه و تمام فعالان بخش خصوصی با حذف این مرحله از روند واردات موافق هستند. حریری با تاکید بر این که باید آمار واردات را به گمرک واگذار کنیم بیان کرد: گمرک مجبور است که سیستم آماری خود را بیش از پیش تقویت کند.

البته الان نیز تمامی آمارهای وارداتی از گمرک دریافت می‌شود.

رئیس کمیسیون واردات اتاق بازرگانی ایران با اشاره به این که ثبت سفارش ممکن است منجر

به واردات نشود گفت: شاید واردات کالا با آنچه که در زمان ثبت سفارش اعلام شده از لحاظ حجم و قیمت تغییر کند. وی در پایان با تاکید بر این که ثبت سفارش صرفاً اعلام عزم برای خرید و واردات یک کالا است گفت: از نظر ما واردات یعنی کالایی که به کشور وارد شده که آمار آن در گمرک وجود دارد.

دیدار رئیس و هیأت رئیسه اتاق ایران با آیت‌الله مکارم شیرازی

«مهندس غلامحسین شافعی» ریاست اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، به همراه اعضای هیأت رئیسه و دبیرکل این اتاق با حضرت آیت‌الله مکارم شیرازی از مراجع تقلید کشورمان، عصر روز شنبه ۶ اردیبهشت ماه، در محل بیت ایشان دیدار و گفتگو کرد.



در این دیدار، ابتدا «علامه محمدصادق» نایب رئیس اتاق ایران؛ ضمن معرفی افراد هیأت اعلام کرد: هیأت رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با اشاره به بیانات رهبر معظم انقلاب در پیشبرد اهداف اقتصادی کلان نظام و هم‌چنین؛ دیدگاه‌های ایشان در خصوص سپردن کارها به بخش خصوصی و اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ اعلام کردند نرخ سود بانکی یکی از معضلات اقتصادی کشور بوده که مشکلات عدیده‌ای را برای سرمایه‌گذاری ایجاد کرده است که باید چاره‌اندیشی شود. در این جلسه، مهندس غلامحسین شافعی ریاست اتاق ایران با قدرانی از آیت‌الله مکارم شیرازی در خصوص پذیرش دیدار با هیأت رئیسه اتاق ایران گفت: ما به عنوان بخش خصوصی و به عنوان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، حمایت همه جانبه خود را از رهنمودهای رهبر معظم انقلاب، در خصوص اصول و برنامه اقتصادی مقاومتی اعلام داشته و تمام تلاش خود را به کار خواهیم گرفت تا این برنامه تحقق عملی و اجرایی پیدا کند. رئیس اتاق ایران افزود: تعامل میان قوای سه گانه با بخش خصوصی می‌تواند نتیجه مطلوبی را برای شکوفایی اقتصاد کشور به دنبال داشته باشد.

رئیس پارلمان بخش خصوصی افزود: ما معتقد هستیم هیچ بیانیه یا اطلاعیه و بخشنامه‌ای نافذتر از نصیحت و رهنمودهای علمای اعلام و مراجع تقلید در جلوگیری از اتلاف منابع و انرژی و ضرورت توجه به الگوی مصرف در جامعه نخواهد بود و از جناب‌عالی می‌خواهیم که در این مورد همراه ما باشند. مهندس شافعی، با ضرورت توجه و جدیت به جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و تحقق امر تولید و رونق فضای کسب و کار در کشور گفت: ما نیازمند تثبیت قوانین و مقررات، نظیر ثبات در برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و تعیین نرخ ارز و سایر موارد هستیم تا سرمایه‌گذاری لازم در کشور صورت گیرد. بر پایه این گزارش حضرت آیت‌الله ناصر مکارم شیرازی نیز ضمن قدردانی از تلاش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران گفت: اتاق بازرگانی به عنوان بخش خصوصی، باید بیشتر در صحنه حضور داشته باشد و در این راستا شما باید با مجلس هماهنگ باشید تا بتوانید صدای خود را به گوش همه برسانید و صدای اتاق بازرگانی باید بیشتر شنیده شود. این مرجع تقلید با تأکید بر این که صاحب نظران اقتصادی غیردولتی در کشور بسیار هستند و شما باید با آن‌ها هماهنگ باشید و از سوی دیگر اصلاح فرهنگ مصرف پول است که باید در مسیر مطلوب خود که همان مسیر تولید و شکوفایی اقتصادی است قرار گیرد. حضرت آیت‌الله مکارم شیرازی با تأکید بر لزوم رفع موانع سرمایه‌گذاری در کشور، یادآور شدند: در کشور ما منابع و استعداد‌های فراوان وجود دارد و می‌توان بدون نفت کشور را اداره کرد و تحقق این امر در صورتی است که مدیریتی درست در کشور داشته باشیم. استاد درس خارج حوزه علمیه قم، از دولت خواست حمایت جدی از بخش خصوصی داشته باشد و از مسؤولان دستگاه‌های دولتی خواست چوب لای چرخ سرمایه‌گذاران سالم و بخش خصوصی نگذارند.

حضرت آیت‌الله مکارم شیرازی در پایان افزود: الان باتلاقی به نام یارانه‌ها درست کرده‌اند که معلوم نیست چه بر سر کشور بیآورد. باید کشور را از این باتلاق بیرون آورد. باید آستین همت را بالا زد و این وظیفه همه است. اگر کسی هم عقیده به نظام و مذهب نداشته باشد، برای حفظ مملکت و کشور هم شده باید تلاش کند تا این مسائل حل شود. در حال حاضر در دنیا راهبرد دولت‌ها و واگذاری امور به بخش خصوصی است و این

فرهنگ باید در کشور ما نیز نهادینه شود. لازم به ذکر است، در این دیدار علامیرمحمدصادقی نایب رئیس اتاق، دکتر سلیمانی عضو هیأت رئیسه، دکتر نقره کارشیرازی دبیرکل اتاق، نصرت‌الله شادنوش مشاور اتاق ایران، ابوالفضل خاکی رئیس اتاق قم و اعضای هیأت رئیسه اتاق قم حضور داشتند.

دیدار اعضای اتاق ایران با آیت‌الله صافی گلپایگانی

اعضای اتاق بازرگانی ایران، با آیت‌الله صافی گلپایگانی دیدار و گفت‌وگو کردند. غلامحسین شافعی، رئیس پارلمان بخش خصوصی، علامیرمحمدصادقی، پدram سلطانی، عبدالرحمان سلیمانی مقدم، اعضای هیئت رئیسه و حسین نقره کارشیرازی، دبیرکل و نصرت‌الله شادنوش، مشاور اتاق ایران شنبه ۶ اردیبهشت ماه، با سفر به شهر قم، همراه اعضای هیئت رئیسه اتاق این استان، به دیدار آیت‌الله صافی گلپایگانی رفتند. «آیت‌الله لطف‌الله صافی گلپایگانی» در این دیدار، بر لزوم تقویت اقتصاد در کشور و رسیدگی به مشکلات معیشتی مردم، تأکید و رئیس اتاق ایران نیز در این دیدار، گزارشی از آخرین برنامه‌ها و طرح‌های این اتاق خدمت معظم له ارائه کرد. شافعی با اشاره به لزوم اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی تصریح کرد: با توجه به اینکه جناب‌عالی همواره راهگشا بودید و هستیید، از شما می‌خواهیم که در رابطه با تحقق این اصل قانونی، دولت و بخش خصوصی را تنها نگذاشته و به دلیل ارتباط خوبی که بین شما و توده مردم وجود دارد، فرهنگ مصرف را همان طور که باید ترویج دهید. وی خاطر نشان کرد: اتاق ایران بر آن است، تا فاصله خود را با مراجع تقلید، کاهش دهد و تا حد ممکن به آنها نزدیک شود. از این طریق می‌توان اطلاعات اقتصادی روز را در اختیار مراجع قرار دهیم و از ظرفیت آنها در راستای توسعه اقتصادی بهره گرفت.

آیت‌الله لطف‌الله صافی گلپایگانی نیز ضمن اعلام این مطلب که اسلام دیدگاه‌های مشخص و جامعی در مورد اقتصاد و زوایای مختلف آن دارد، تصریح کرد: با وجود دیدگاه‌های روشن اسلام در مورد اقتصاد، برماست که با اتخاذ تدابیر منطقی و مناسب در راستای حفظ منابع مردم و کشور گام برداریم. وی یادآور شد: باید حق و اختیار زندگی

مردم را به خودشان بسپاریم و اجازه دهیم که آنها به سمت جلو حرکت کنند و در این رابطه زمینه‌های لازم را فراهم سازیم. علامیرمحمدصادقی، عضو هیئت رئیسه اتاق ایران نیز از لزوم واگذاری اقتصاد به بخش خصوصی و تلاش‌های ایشان در شورای نگهبان و سایر مسئولیت‌هایشان در همین رابطه سخن گفت. وی اعلام کرد: در حال حاضر نزدیک به ۶۰ هزار بنگاه اقتصادی و تجاری در کشور وجود دارد که عضو اتاق ایران هستند. بخش خصوصی در تلاش است که با ارائه مشاوره‌های سازنده به دولت، سهم بخش خصوصی، که در حال حاضر ۲۰ درصد از اقتصاد کشور است را افزایش دهد.

آمارهای اعلامی از سوی بانک‌ها صحیح نیست/ کاهش سهم ایران از تولید جهانی



رئیس اتاق بازرگانی ایران گفت: آمارهای ارائه شده از سوی بانک‌ها در خصوص تسهیلات ارائه شده به بخش تولید صحیح نبوده و رفتارهای نامتعادل سیستم بانکی برای فعالان اقتصادی مشکل ایجاد کرده است. به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اهواز به نقل از خبرگزاری ایسنا، غلامحسین شافعی امروز یکشنبه با اشاره به اینکه در شرایط بین‌المللی همواره پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل می‌توانند با انسجام و برنامه‌ریزی بلندمدت در نزد سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان محقق می‌شود که به رفع محدودیت‌های موجود در میان مدت توجه شود و شاهد بهبود در اوضاع و عملکرد اقتصاد داخلی کشور باشیم. وی ادامه داد: اما به جز دگرگونی سیاست‌های اقتصادی این تصور نمی‌رود که اقتصاد کشور از چنبره مشکلات رها شود. دلیل آن نیز این است که در گذشته علی‌رغم محدودیت‌ها سهم ایران از تولید جهانی در سال ۱۹۸۳ معادل ۱،۳۱۶ درصد بود اما این رقم در سال ۲۰۱۰ به ۱،۲۷۴ درصد



مجمع تجاری و فعال سازی هرچه بیشتر اتحادیه همکاری های منطقه ای کشورهای حاشیه اقیانوس هند (IORA)، چهارشنبه ۳ اردیبهشت ماه با کارشناسان ذیربط این اتاق مذاکره کردند. ریاست این اتحادیه در سال ۲۰۱۵ از استرالیا به اندونزی واگذار خواهد شد و این کشور مسئولیت انجام کلیه امور را برعهده خواهد گرفت. لذا ضمن استقبال از پیشنهادات و نقطه نظرات اتاق ایران، مقرر شد تا کلیه موارد طرح شده در دستور کار آتی این اتحادیه قرار گیرد. این اتحادیه وسعتی بیش از ۲۰ میلیون کیلومتر مربع از سه قاره آسیا، آفریقا و اقیانوسیه را در بر گرفته و با داشتن ۲۰ کشور عضو و وجود کشورهای چین، مصر، ژاپن، انگلیس و فرانسه به عنوان اعضاء طرف گفتگو، از پتانسیل های فراوانی جهت گسترش تعاملات اقتصادی در قالب دو و چندجانبه برخوردار است.

اشتقاق شرکت های پر تغالی به تقویت مناسبات تجاری با ایران

جمعی از بازرگانان فعال در زمینه های مختلف اقتصادی، به همراه عضو هیأت مدیره انجمن بازرگانی پرتغال AEP با هدف افزایش مناسبات اقتصادی؛ با عضو هیئت رئیسه اتاق ایران، شنبه، ۲۰ اردیبهشت ماه مذاکره کردند. پدیارم سلطانی، عضو هیئت رئیسه اتاق، از افزایش روابط بین بنگاه های اقتصادی ابراز امیدواری کرد و گفت: هر دو اتاق بازرگانی می توانند نقش قابل توجهی در راستای نزدیک کردن اعضاء ایفا کنند. وی همچنین مذاکرات اتاق ایران با سازمان تجارت جهانی را نقطه عطفی در راستای معرفی بیشتر ایران در جهان و دسترسی به بازارهای دیگر ارزیابی کرد. در ادامه «جرج ریس»، عضو هیأت مدیره انجمن پرتغال با ابراز علاقه به فرهنگ و تاریخ غنی ایران، اشتقاق شرکت های پرتغالی را برای ایجاد یا استفاده از موقعیت های مختلف اقتصادی ستود. وی افزود: ۲۰۰۰ عضو این انجمن که در بیش از ۴۰ نمایشگاه مختلف داخلی پرتغال شرکت می کنند؛ می توانند در پیچه های برای معرفی شرکت های ایرانی به بازار برزیل باشند.

نیست بلکه شرط بقای اقتصاد است، اظهار کرد: برای حمایت از تولید ملی و اجرای سیاست های مقاومتی باید به فکر این دگرگونی باشیم. او در پایان با تاکید بر این که بخش خصوصی حضور دولت را فرصتی برای اقتصاد کشور دانسته و اعتماد کامل و راسخ به این موضوع دارد که بخش خصوصی باید تلاش خود را برای بهبود اقتصاد کشور به کار ببرد، گفت: دولت نیز باید از این ظرفیت های قابل توجه استفاده کرده و به خصوص از پتانسیل های شورای گفتگو استفاده کند

ارائه طرح کارت انرژی به اتاق ایران از سوی کمیسیون انرژی



کمیسیون انرژی، نفت و محیط زیست اتاق ایران، کمیته اجرایی؛ با هدف تعیین برنامه زمان بندی اجرای طرح کارت انرژی را تشکیل داد. در تازه ترین نشست اعضای کمیسیون انرژی اتاق ایران، مقرر شد که پیشنهاد طرح کارت انرژی را به هیئت رئیسه این اتاق، ارائه دهند و همزمان کمیته اجرایی برای برنامه ریزی کار تشکیل دهند. پس از بحث و تبادل نظر در این جلسه، طرح مورد نظر به اجماع تصویب شد. کمیسیون، از اتاق درخواست کرد تا اجرای طرح کارت انرژی از بخش تولید آغاز شود و بخش حمل و نقل خودروهای گازوئیل سوز نیز در اولویت ملی باشد. گفتنی است مقرر شد، این کمیته تا پایان اردیبهشت ماه سال جاری، برنامه مذکور را به اتاق ایران ارائه دهد.

استقبال از پیشنهاد اتاق ایران جهت فعال سازی اتحادیه IORA

نمایندگان ذیربط وزارت امور خارجه و سفارت اندونزی در تهران به منظور بحث، تبادل نظر و دریافت پیشنهاد و نقطه نظرات اتاق ایران در

تنزل پیدا کرده است. رییس اتاق بازرگانی ایران با بیان این که در این شرایط جایگاه ایران تغییر نکرده و ایران هم چنان به عنوان صادرکننده عمده نفت و مواد نفتی باقی ماند، اظهار کرد: ایران در این شرایط در ازای صادرات نفت اقدام به واردات کالاهای مصرفی کرده و نیلی مشاور رییس جمهور نیز در این زمینه صراحتاً اعلام کرده است که اگر سیاست های داخلی تغییر پیدا نکند، نگرانی فروش نفت به حالت عادی بازگشته و ما گرفتار واردات می شویم. شافعی در ادامه با انتقاد شدید از عملکرد بانکها و آمارهایی که درباره ی اختصاص تسهیلات در بخش تولید اعلام می کنند، تصریح کرد: آمارهایی که بانکها منتشر می کنند حاکی از این است که علی رغم مشکلات به بخش تولید تسهیلات داده شده است. وی در سی و پنجمین جلسه ی هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران با تاکید بر این که به نظر این آمار صحیح نیست، خاطر نشان کرد: همه فعالان اقتصادی گرفتار مسائل و معوقات بانکی بوده و هستند و در بسیاری مواقع وقتی به تنگناها دچار می شدند به این بانکها مراجعه می کردند. رییس اتاق بازرگانی ایران افزود: مراجعه فعالان اقتصادی به بانکها با این اعتقاد بود که از این ستون به آن ستون فرج است. در این شرایط بانکها طی یک قرارداد جدید اصل وام، سود و جریمه آن را برای یکسال دیگر تمدید می کردند. این در حالی است که مبادله ای به لحاظ پولی انجام نشده و فقط ایجاد یک قرارداد جدید بر آمارها تاثیر گذاشته است. شافعی با بیان این که ما خواستار این هستیم که اقدام لازم در خصوص عملکرد بانکها انجام شود، اذعان کرد: آمارها روی کاغذ درست است ولی عملاً هیچ گونه نقل و انتقالی برای بخش تولید انجام نشده است. به گفته وی رفتارهای نامتعادل و غیرمنصفانه سیستم بانکی است که برای فعالان اقتصادی مشکلاتی را ایجاد کرده که خود بانکها نیز گرفتار آن شده اند.

رییس اتاق بازرگانی ایران ادامه داد: امروز برگشت یک چک هزار تومانی باعث می شود کل فعالیت بانکی یک فعال اقتصادی متوقف شود. شافعی با تاکید بر این که این رفتار در شرایط فعلی اقتصاد صحیح نیست، بیان کرد: این منطقی نیست که یک فعال اقتصادی که عضو هیأت مدیره چندین شرکت است، با برگشت یک چک حق امضای خود را از دست بدهد. وی با بیان این که تحول در شرایط فعلی اقتصاد ایران یک انتخاب

پس از این سخنرانی‌ها، گروهی از شرکت‌های پرتغالی و ایرانی فعال در بخش‌های مختلف از جمله صنایع غذایی، انرژی، طراحی و پیاده‌سازی ماشین‌آلات سنگین صنعتی، ساخت کابل و بسته‌بندی، مذاکراتی را در راستای برقراری ارتباط و پیشبرد اهداف این جلسه انجام دادند.

امضای تفاهم‌نامه همکاری بین اتاق‌های ایران و غنا



به دنبال دیدار رئیس اتاق ایران با همتای خود از کشور غنا، تفاهم‌نامه همکاری بین این دو اتاق به امضا رسید. همچنین در این نشست تفاهم‌نامه همکاری دیگری بین اتاق غنا و کانون سراسری انبوه‌سازی مسکن ایران امضاء شد. غلامحسین شافعی، رئیس پارلمان بخش خصوصی کشور اقتصاد رو به جلوی غنا را مورد توجه قرار داد و گفت: رشد بخش خصوصی غنا حرکت قابل توجهی داشته و خوشبختانه در این سال‌ها برنامه‌های سازنده‌ای در حوزه اقتصاد غنا به اجرا رسیده که امیدوارکننده است. نگاه ایران به کشورهای آفریقایی نسبت به سایر کشورها متفاوت و برنامه‌های خوبی از سوی دولت ایران برای توسعه همکاری‌ها با اقتصاد آفریقا مدنظر قرار گرفته است. رئیس اتاق ایران با بیان این نکته به تحولات اخیر در روابط بین‌المللی ایران اشاره و توضیح داد: پس از این تحولات، راه برای توسعه مناسبات اقتصادی هموارتر شده است. ایران و غنا روابط سیاسی مناسبی با یکدیگر دارند ولی این موضوع در بخش اقتصادی دیده نمی‌شود این در حالی است که ظرفیت‌ها و فرصت‌های خوبی برای این منظور وجود دارد. شافعی عمران و مهندسی را یکی از زمینه‌های همکاری بین دو کشور ارزیابی و یادآور شد: برای بهبود سطح مناسبات اقتصادی و تجاری تبادل اطلاعات

درست و واقعی از اهمیت خاصی برخوردار است. کسب آگاهی از طریق اعزام و پذیرش هیات‌ها و ارتباط مستمر و متداوم بین بخش‌های خصوصی دو کشور صورت می‌گیرد. روی موقیعت استراتژیک ایران را یکی از عوامل مهم در توسعه روابط دو کشور معرفی و تاکید کرد: ایران دروازه ورود به آسیای مرکزی، افغانستان و قفقاز شناخته می‌شود. کشورهای آفریقایی از غنا می‌توانند از طریق ایران به این بازار وسیع دسترسی پیدا کنند. گفتنی است این منطقه پرمصرف‌ترین بازار شکلات و کاکائو به حساب می‌آید. رئیس پارلمان بخش خصوصی، اکتشاف و فرآوری طلا و صنایع تبدیلی کشاورزی ایران را از جمله توانمندی‌های موجود در کشور دانست و افزود: ایران در زمینه نفت و گاز نیز رتبه خوبی در منطقه دارد و به دلیل تحریم‌های علیه کشورمان در طول چند سال گذشته توانستیم با تکیه بر توان داخلی خود پیشرفت‌های خوبی داشته باشیم. غنا برای توسعه، از تکنولوژی ایران بهره می‌گیرد

ست اجیباه، رئیس اتاق غنا، منابع طبیعی و مواد اولیه موجود در این کشور را در سطح مطلوبی برآورد کرد و توضیح داد: غنا دومین ذخایر طلا را داشته و دومین تامین‌کننده کاکائوی دنیا شناخته می‌شود و برای استفاده و بهره‌گیری از این منابع بر تکنولوژی و سرمایه‌گذاری ایران نیاز دارد. وی از تعیین تسهیلات و سیاست‌های خاصی برای توسعه فعالیتهای بخش خصوصی این کشور خبر داد و افزود: ایران در بخش نیرو و تولید انرژی تجربیات خوبی دارد همچنین بخش خصوصی این کشور فعالیت‌های بسیاری در این حوزه داشته که می‌توان از آن برای توسعه اقتصاد غنا بهره گرفت. انبوه‌سازی، کشاورزی و فرآوری مواد غذایی از دیگر زمینه‌هایی است که دو کشور می‌توانند با هم همکاری داشته باشند. اجیباه، غنا را پل ارتباطی بین سایر کشورها و آفریقای غربی برشمرد و اعلام کرد: بخش خصوصی غنا خواهان کسب تجربیات ایران در زمینه‌های مختلف است. در این دیدار دو تفاهم‌نامه به امضا رسید یکی از آن‌ها بین اتاق‌های دو کشور و دیگری بین کانون سراسری انبوه‌سازان مسکن ایران و اتاق غنا. طبق این تفاهم‌نامه کانون انبوه‌سازان مکلف به ساخت خانه‌های ارزان قیمت برای کارکنان وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، ادارات دولتی و خصوصی شده و هدف از آن ارتقای سطح زندگی، توسعه اقتصاد محل، اشتغال

سازی برای بومیان، آموزش و انتقال مهارت‌ها، هماهنگ‌سازی پروژه با محیط و تضمین حفاظت از محیط زیست است.

قائم‌مقام وزیر بازرگانی کویت در دیدار رئیس اتاق ایران خبر داد: امضای تفاهم‌نامه همکاری گردشگری در سفر امیر کویت به ایران



رئیس پارلمان بخش خصوصی با تأکید بر لزوم متفاوت بودن نوع روابط ایران و کویت نسبت به سایر کشورها به دلیل همسایگی و مسلمان بودن هر دو، درخواست تأسیس شورای مشترک کویت و ایران در اتاق بازرگانی این کشور را اعلام کرد. «غلامحسین شافعی»، رئیس پارلمان بخش خصوصی کشور با طرح این سؤال که با وجود مزیت‌های قابل توجه در ارتباط بین دو کشور باید دید چگونه می‌توان حجم روابط ایران و کویت را به میزان چشمگیری افزایش دهیم؟ توضیح داد: در گذشته بین دو کشور دو تفاهم‌نامه همکاری به امضا رسیده بود که با اجرایی شدن مفاد آن‌ها، حجم و نوع مناسبات دو کشور تقویت خواهد شد. وی با اشاره به لزوم ایجاد شورای مشترک کویت و ایران در اتاق این کشور، این نهاد را در احیای مراودات تجاری مؤثر ارزیابی کرد. البته شافعی یادآور شد که با توجه به تغییر و تحولات اخیر در دیپلماسی بین‌المللی ایران به طور حتم موانع موجود بر سر راه تجارت بین دو کشور برطرف می‌شود. رئیس اتاق ایران، صنعت توریسم را یکی از زمینه‌های همکاری بین ایران و کویت دانست و افزود: در حال حاضر تعدادی از خواهران و برادران کویتی به عنوان توریست در ایران حضور دارند که این مایه خوشحالی است. در این رابطه نباید از پتانسیل بالای توریست سلامت در راستای تقویت سطح همکاری‌ها غافل شد. در هر صورت بی‌توجهی نسبت به ظرفیت‌ها، جفایی آشکار است. وی از قائم‌مقام وزیر بازرگانی کویت که سرپرستی هیأت تجاری این کشور را

بر عهده داشت تقاضا کرد که دولت این کشور تسهیلات لازم را برای صدور ویزا به تجار ایرانی در نظر بگیرد. رئیس پارلمان بخش خصوصی با نگاهی به گذشته دو کشور، نقش بنادر آبادان و خرمشهر را در ارتباط با کویت بسیار پررنگ برآورد کرد و گفت: در گذشته این بندر در ترانزیت و انتقال کالا به سایر کشورها از طریق کویت نقش مهمی داشتند.

متأسفانه از زمان جنگ تحمیلی علیه ایران، فعالیت‌های دوبندر کاهش پیدا کرد. شافعی احیای همکاری‌های حمل و نقل از طریق خرمشهر و آبادان را مؤثر دانسته و اظهار امیدواری کرد که برای هر دو کشور رهاورد خواهد شد. همکاری با کویت برای هر دو کشور منفعت اقتصادی دارد «علا میرمحمدصادقی»، عضو هیأت رئیسه اتاق ایران، با توجه به حضور چند ساله در کشور کویت و فعالیت‌های تجاری با تجار و صنعتگران این کشور، گفت: زمانی که در این کشور حضور داشتم میزان معاملات ایران و کویت ۱۰ برابر سایر کشورهای حاشیه خلیج فارس بود.

همچنین در آن زمان اگر تجار ایرانی به کالای فوری نیاز داشتند به کویت و کمک‌های آن کشور فکر می‌کردند. او ادامه داد: در حال حاضر تجارت ایران و امارات بالغ بر ۱۴ میلیارد دلار برآورد می‌شود در حالی که تجارت ایران و کویت با وجود سابقه طولانی برابر با ۲۰۰ میلیون دلار است. میرمحمدصادقی یادآور شد: هیچ کدام از محصولات وارداتی از کشور امارات مربوط به تولید داخلی این کشور نیست و کمتر از ۱۰ درصد آن چه به امارات صادر می‌شود مربوط به مصرف آن جاست. این فعال اقتصادی افزود: اگر بتوانیم این

مرکز تجاری را از امارات به کویت منتقل کنیم تجارت در مدت زمان کوتاه تر و با صرف هزینه کمتر صورت می‌گیرد.

وی حل مشکلات مربوط به ویزای تجار ایرانی در سفارت کویت را یکی دیگر از لازمه‌های اساسی در بهبود و وضعیت تجارت دو کشور برشمرد.

در پی لغو موانع پیش‌روی تجار ایرانی هستیم «عبدالعزیز مشعان‌الخداری» قائم مقام وزیر بازرگانی کویت، ایران را دوست و همسایه کویت معرفی کرد و گفت: همیشه بین دو کشور روابط برادرانه و صمیمانه‌ای برقرار بوده است. از سوی دیگر همیشه در تلاش هستیم که با حذف موانع به توسعه روابط دو کشور کمک کنیم. وی ادامه داد: در خصوص امور بازرگانی، بحث بندار،

وسایل حمل و نقل و ترانزیت و تسهیل در روند تجارت مورد بررسی قرار گرفته است. در تلاش هستیم که موانع داد و ستد با کویت را به طور کامل لغو کنیم. قائم مقام وزیر بازرگانی کویت نیز بر اهمیت توجه به توسعه صنعت گردشگری تأکید و از تهیه یک تفاهم‌نامه بین ایران و کویت در همین زمینه خبر داد. طبق سخنان وی قرار است این تفاهم‌نامه در سفر امیر این کشور به ایران امضا شود.

اتاق مقطع کنونی را فرصتی طلایی حل مشکلات کشور می‌داند

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران اعلام کرد: این تشکل به عنوان پارلمان بخش خصوصی مقطع کنونی را به خصوص با توجه به عزم و تدبیر دولت یازدهم فرصتی طلایی برای حل مشکلات کشور می‌داند.

«غلامحسین شافعی» در نشست روسای کمیسیون‌های تخصصی اتاق ایران تصریح کرد: بخش خصوصی با توجه به اهتمام و دولت تدبیر برای تعدیل مسایل حاصله از سوء تدبیر سال‌های گذشته، بر این نکته اصرار دارد که تحقق این هدف و حل مشکلات کنونی مستلزم اعتماد بخش دولتی به توان و ظرفیت بخش خصوصی است.



وی یادآوری کرد: ارکان مختلف اتاق بازرگانی در سال‌های ماقبل همواره در مورد نتایج برخی سیاست‌ها همچون اجرای غیر کارشناسی قانون هدفمندی یارانه‌ها هشدار داده و تأکید داشتند که این تشکل با پرداخت نقدی یارانه مخالف است که به آن توجه نشد. وی با ذکر اینکه که فضا به گونه‌ای شده که برای اجرای طرح‌های عمرانی در فضاهای روستایی کمبود نیروی متقاضی کار وجود دارد اظهار داشت: این مشکل و ده‌ها مساله دیگر همه نتیجه اجرای غیر مدبرانه و بی‌توجهی بخش دولتی به نظرهای کارشناسی صاحب نظران آن است.

شافعی، اهتمام و توجه دولت کنونی به شورای گفت و گو دولت و بخش خصوصی در سطوح

ملی و استانی را روبیکرد و ایده‌ای امیدوارکننده و مبین نگاه کارشناسی هیات دولت و رئیس جمهوری ذکر و خاطر نشان کرد: بی‌توجهی اعضای هیات دولت دهم به این شورا و عدم حضور مناسب آنان در نشست‌های شورا همواره مورد انتقاد صاحب نظران و فعالان بخش خصوصی بود.

رئیس پارلمان بخش خصوصی با تقدیر از نگاه رئیس جمهوری و معاون رئیس جمهوری به برگزاری موثر و نتیجه بخش نشست‌های شورای گفت و گو ابراز امیدواری کرد: این اهتمام در دیگر سطوح دولت محقق شود.

نحوه برخورد نامناسب نظام بانکی کشور با فعالان اقتصادی به عنوان موضوعی که مورد اشاره و انتقاد رئیس کمیسیون حقوقی اتاق ایران قرار گرفت از دیگر مباحثی بود که رئیس اتاق بازرگانی ایران خواستار اصلاح و تجدید نظر در آن شد. شافعی با تصریح بر عدم مخالفت با ادای مطالبات بانکی تأکید کرد: این موضوع باید در شرایط مناسب ضمن تفکیک قایل شدن بین افرادی که بدهی معوق دارند و با لحاظ مجموع شرایط کلان کشور انجام بگیرد.

وی افزود: به یقین بین فردی که بر اثر اقتضاهای کلان و خارج از پیش‌بینی و محاسبه فعالان اقتصادی از پرداخت دیون بانکی بازمانده است با فردی حقیقی یا حقوقی که بدون فعالیت واقعی اقتصادی و تجاری و در شرایط برخورداری از امتیاز ویژه تسهیلات دریافت کرده و از بازپرداخت آن امتناع دارد تفاوت وجود دارد.

رئیس اتاق بازرگانی ایران خواستار اعتماد بخش دولتی و نیز نظام بانکی به ظرفیت، توان و تلاش بخش خصوصی شد. وی همچنین به ناکارآمدی قانون مبارزه با قاچاق و لزوم بازنگری و اصلاح آن اشاره کرد و گفت: اتاق ایران از ابتدای طرح و تصویب این قانون به ناکارآمدی و کاستی‌های این قانون اشاره داشت که خوشبختانه اکنون مجموعه بخش‌های دولتی، قانونگذاری و کارشناسی کشور به ضرورت اصلاح این قانون پی برده‌اند. وی با تأکید بر لزوم بررسی تحلیل آماری بدهکاران بانکی و شرح اینکه چند درصد از مطالبات معوق متعلق به بخش خصوصی و فعالان اقتصادی است یادآوری کرد: اصل و بهره تسهیلات بخش خصوصی در موارد زیادی پرداخت شده است و مطالبات معوق مربوط به جرایم دیرکرد و مواردی از این دست است.

آیت اله موسوسی اردبیلی: اتاق بازرگانی ایران خوب عمل می کند

«مهندس غلامحسین شافعی» ریاست اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، به همراه اعضای هیأت رئیسه و دبیرکل این اتاق، عصر روز شنبه ششم اردیبهشت ماه، در بیت حضرت آیت اله موسوی اردبیلی با ایشان دیدار و گفتگو کردند.

در این دیدار مهندس غلامحسین شافعی ریاست اتاق ایران با اشاره به اینکه حدود ۶۰ هزار بنگاه اقتصادی عضو اتاق ایران هستند، گفت: درخصوص راهبردهای کلان جمهوری اسلامی ایران که رکن اصلی آن، سپردن کارها به دست مردم و مردمی شدن اقتصاد بوده است، توفیق کامل را نداشته ایم و علیرغم توصیه های حضرت امام خمینی (ره) که سپردن امور به بخش خصوصی بوده است، موفق عمل نکرده ایم و شاید بتوان گفت که دلیل عمده آن که نداشتن برنامه مشخص و شفافیت لازم در این امر و به همین دلیل میزان مشارکت مردم در اقتصاد کم بوده است. رئیس پارلمان بخش خصوصی، با اشاره به جایگاه اتاق ایران به عنوان مشاور سه قوه کشور گفت: برای تحقق قانون بهبود محیط کسب و کار، نیازمند راهکارهای اجرایی هستیم و به نظر ما هیچ بخشنامه ای نافذتر از کلام علما و روحانیت برای تحقق این قانون نافذتر نیست و هموطنان ما نصایح علما و مراجع در اجرای قوانین به عنوان امری واجب تلقی می کنند.

مهندس شافعی یادآور شد، رعایت استانداردها لازم در الگوی مصرف و جلوگیری از میزان ضایعات در مصرف تولیدات نیاز به حمایت همه جانبه علما و مراجع و روحانیت دارد.

رئیس اتاق ایران اظهار داشت؛ همه فعالان اقتصادی و همه احاد مردم باید در نحوه مصرف تجدید نظر کنند و توصیه های روحانیت در این خصوص کارساز است و ما امیدواریم با سیاست های جدید و در اجرای یک تعامل صادقانه میان دولت و مجلس بخش خصوصی بتوانیم مسیر شکوفایی و رشد توسعه را به صورت مطلوبی طی کنیم و در این خصوص باید مردم را توانمند کنیم تا مسیر خودکفایی در همه زمینه ها فراهم شود.

در این دیدار دکتر عبدالرحمن سلیمانی مقدم، عضو هیأت رئیسه اتاق ایران، با اشاره به اینکه ۳۵ نوع

تحریم علیه کشورمان در چند سال گذشته انجام شده است، اظهار داشت در ۸ سال گذشته انبوه درآمدهای کشور مدیریت نشد و افزایش تحریم ها از ۳ سال پیش نیز مزید بر علت شده است و

از حضرت آیت اله موسوی اردبیلی، درخواست کردند که فضای ایجاد شده در سطح بین المللی حمایت و جانبداری کنند تا رویکرد اقتصاد مقاومتی در داخل کشور و رویکرد اقتصاد تعاملی با جهانیان به سمت شکوفایی هدایت شود.

حضرت آیت اله موسوی اردبیلی در این دیدار، با قدردانی از تلاش های اتاق بازرگانی و هیأت رئیسه اتاق ایران گفت: به حمدالله اتاق بازرگانی و صنایع و معادن کشاورزی ایران، در وضعیت خوبی اداره می شود و هیأت رئیسه خوبی دارد.

من وظیفه خود می دانم از همه تلاشها حمایت کنم و این جزو وظایف ما هست که از تلاشهای اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران در سپردن کارها به دست مردم حمایت کنیم.

آیت اله موسوی اردبیلی، با اشاره به سوابق و تلاش های گذشته در جهت حفظ اتاق بازرگانی اظهار داشت: ما معتقد هستیم که باید از خام فروشی برخی از منابع معدنی، جلوگیری کرده؛ باید بتوانیم کالاهای ساخته شده را صادر کنیم و در این خصوص و سایر موارد، حمایت همه جانبه خود را از اتاق بازرگانی ایران و بخش های اقتصادی، جهت شکوفایی اقتصاد کشور، اعلام داشته و این را وظیفه شرعی خود می دانم. آیت اله موسوی اردبیلی، شرایط کشور را نسبتاً خوب توصیف کرده و اظهار داشتند: نباید نگران برخی مسائل بود که این ها همیشه طبیعی هستند و نباید برخی حرکت های کوچک باعث شوند مدیران کشور حرکت خود را کند نمایند.

آیت اله موسوی اردبیلی با اشاره به لزوم بهره گیری از دیدگاه های علمی در پیشبرد اهداف اقتصادی کشور، لزوم بهره گیری از نظرات دانشگاهیان و همکاری میان دانشگاه شیخ مفید قم را با اتاق ایران، ارزنده توصیف کرده و از گروه اقتصادی این دانشگاه، خواستند، تجارب و تحقیقات خود را در قالب یک تفاهم نامه با اتاق ایران در اختیار بخش خصوصی قرار دهند.

بر پایه این گزارش در این دیدار آقایان علامیرمحمد صادقی نایب رئیس اتاق، دکتر نقره کار شیرازی دبیرکل اتاق، نصرت اله شادنوش مشاور اتاق، خاکی رئیس اتاق قم و هیأت رئیسه اتاق قم نیز حضور داشتند.

اتاق بازرگانی های ایران و تونس یادداشت تفاهم منعقد کردند



در جریان سفر رئیس اتاق بازرگانی ایران و هیأت تجاری همراه، اتاق بازرگانی ایران و اتحادیه اتاق های بازرگانی و صنایع دستی تونس یادداشت تفاهم منعقد کردند.

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و یک هیأت تجاری ۳۰ نفره در آخرین روز حضور خود در تونس با خانم «بوشماوی» ریاست اتحادیه اتاق های بازرگانی و صنایع دستی تونس و تجار و فعالین اقتصادی این کشور دیدار و مذاکره کردند.

این جلسه که از صبح روز جمعه ۱۲ اردیبهشت با حضور تجار دو طرف آغاز شده بود با گفتگوی رو در روی تجار و امضای یادداشت تفاهم همکاری اتاق های بازرگانی دو طرف پایان یافت.

رئیس اتاق بازرگانی ایران در این دیدار اظهار داشت: در این نخستین سفر، احساس خوبی از یک آینده روشن ایجاد شد، و دیدارهای پربار و جلسات خوبی در تونس و استان های سوس و صفاقس داشته اند. غلامحسین شافعی، با تصریح بر اینکه تونس می تواند با همکاری ایران به یک بازار ۲۵۰ میلیونی دست یابد افزود: باید همکاری های سه جانبه و چندجانبه را در منطقه آسیا و آفریقا تعریف کنیم.

ریاست اتاق ایران ابراز اطمینان کرد: امکان سرمایه گذاری مشترک هم در تونس و هم در ایران وجود دارد و به طور مؤکد طرفین این موضوع را پیگیری خواهند کرد.

وی تشکیل شورای مشترک بازرگانی را متضمن آینده روشن روابط اقتصادی دو کشور برشمرد و گفت: این شورا ساختار مناسبی برای ایجاد و تداوم طرفیت فراهم می کند. شافعی افزود: همکاری ایران و تونس می تواند نقشی محوری و سازنده در رشد و شکوفایی اقتصادی کشورهای اسلامی داشته باشد. رئیس اتاق ایران از طرف تونس به طور رسمی برای حضور و بازدید از جمهوری اسلامی ایران دعوت کرد تا با توانمندی های ما

در بخش‌های صنعت و معدن آشنا شوند.

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و گردشگری تأکید کرد: امضای یادداشت تفاهم دریچه‌ای تازه در روابط تجاری دو کشور خواهد گشود.

در این مراسم، خانم بوشماویر رئیس اتحادیه‌ی اتاق‌های بازرگانی و صنایع دستی تونس، با اشاره به امتیاز تونس با توجه به امکانات اتحادیه‌ی مغرب عربی و نزدیکی به اروپا گفت: فرصت‌های زیادی برای همکاری دو طرف وجود دارد.

وی اضافه کرد: روابط تجاری دو کشور جای گسترش دارد، و اینکه طرف تونسی آمادگی معرفی خود را دارد، و بهتر است طرف ایرانی هم توانمندی‌های خود را اعلام کند. در ارتباط با همپوشانی توانمندی‌های دو طرف و منطقه‌ی خاص جغرافیایی که تونس و ایران در آن قرار گرفته‌اند افزود: در این زمینه همت کافی وجود نداشته است و بحث مشارکت در سرمایه‌گذاری باید جدی گرفته شود. این جلسه که از صبح روز جمعه ۱۲ اردیبهشت با حضور تجار دو طرف آغاز شده بود با گفتگوی رو در روی تجار و امضای یادداشت تفاهم همکاری اتاق‌های بازرگانی دو طرف پایان یافت.

بررسی راهکارهای افزایش مناسبات اقتصادی بین ایران و فیلیپین



در دیدار بین سفیر فیلیپین با هیأت همراه و معاون آسیا و اقیانوسیه بین الملل اتاق ایران، راهکارهای گسترش روابط تجاری بین دو کشور بررسی و مورد مذاکره قرار گرفت.

«علی اکبر فرشچی»، معاون آسیا و اقیانوسیه بخش بین الملل اتاق ایران، در این دیدار ایجاد کمیسیون مشترک بین دو کشور به منظور تبادل اطلاعات اقتصادی و آشنایی با موقعیت‌های تجاری دو کشور را در راستای افزایش همکاری‌های دوجانبه دانست و افزایش ارتباط بین تجار

ایرانی و فیلیپینی را در گرو داشتن اطلاعات تکمیلی از وضعیت بازار و شناخت پتانسیل‌های موجود در هر دو کشور اعلام کرد. «ادواردو ام آر منز» سفیر فیلیپین و «پاسیال عبدالله»، مسئول اقتصادی خاورمیانه و آفریقا، با اشاره به سفر وزیر صنعت و معدن کشور فیلیپین در سال ۲۰۱۲ میلادی به ایران و توافق‌های صورت گرفته، آمادگی کشور خود را برای همکاری در زمینه‌های مختلف انرژی، بازرگانی، ساختمانی و صنایع غذایی اعلام کرد و افزود: شرکت در نمایشگاه‌های دو کشور و اعزام و پذیرش هیئت‌های تجاری باعث مستحکم‌تر شدن روابط بین دو کشور خواهد شد. در پایان مقرر گردید طی سفر آتی، هیئت تجاری به سرپرستی رئیس اتاق فیلیپین به ایران، زمینه‌های بیشتر همکاری و ارتباط با بخش‌های خصوصی فراهم گردد.

دبیر شورای هماهنگی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور در نشست رؤسای اتاق‌های سراسر کشور:

بخش خصوصی می‌تواند در ایجاد ۴۰ منطقه ویژه و آزاد اقتصادی کشور مشارکت کند



جلسه نیم ماه شورای رؤسای اتاق‌های سراسر کشور، روز ۱۴ اردیبهشت ماه با حضور رئیس اتاق ایران و مشاور رئیس جمهور و دبیر شورای هماهنگی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور در محل اتاق ایران برگزار شد.

«غلامحسین شافعی» رئیس اتاق ایران گفت: مناطق آزاد در ابتدا با نگاه به بیرون کشور و تقویت اقتصاد برون زای کشور تأسیس شد، تا محلی برای تعامل با اقتصاد سایر کشورهای باشد و از نظر فناوری و توسعه نیز به پیشرفت کشور کمک کند.

وی افزود: اما متأسفانه، این اهداف ترسیم شده تحقق نیافته و مسیر حرکت از آنچه باید می بود فاصله گرفته است و امیدوار هستیم در شرایط فعلی که اقتصاد بین الملل را نشانه گرفته ایم و استقبال خوبی از توان اقتصادی کشور شده است، شاهد تحولی در این زمینه باشیم.

رئیس پارلمان بخش خصوصی کشور ادامه داد: در شرایط فعلی تعامل میان اتاق‌های سراسر کشور با مناطق ویژه می‌تواند تأثیر بسیار مثبتی در رسیدن به اهداف ترسیم شده برای امسال از سوی مقام معظم رهبری داشته باشد.

شافعی در ادامه، آمادگی همه اتاق‌های سراسر کشور را برای کمک و تلاش در جهت رسیدن به اهداف مناطق ویژه کشور اعلام کرد.

«اکبر ترکان» مشاور رئیس جمهور و دبیر شورای هماهنگی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور نیز گفت: آنچه که در ۸ ماه گذشته رخ داده در ماه‌های نخست متمرکز بر مهار تورم بود و تورم ۴۴ درصدی با شناسایی عوامل بروز آن که اصلی‌ترین عامل آن تزریق منابع پر قدرت از سوی بانک مرکزی بود.

اکبر ترکان مشاور رئیس جمهور و دبیر شورای هماهنگی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور نیز گفت: آنچه که در ۸ ماه گذشته رخ داده در ماه‌های نخست متمرکز بر مهار تورم بود و تورم ۴۴ درصدی با شناسایی عوامل بروز آن که اصلی‌ترین عامل آن تزریق منابع پر قدرت از سوی بانک مرکزی بود مورد بررسی قرار گرفت. وی افزود: در ابتدا ۵۱۰ هزار میلیارد تومان جمله نقدینگی دولت بود که از آن ۱۰۰ هزار میلیارد پایه پولی بود و از این رقم نیز ۴۳ هزار میلیارد تومان با تزریق منابع بانک مرکزی برای مسکن مهر بود که آثار آن تا ۲۰ سال آینده کشور وجود خواهد داشت. ترکان ادامه داد: در دوره ۶ ماه دوم پارسال به صورت سخت گیرانه، دولت استفاده از منابع بانک مرکزی را مهار کرد و این رفتار سخت گیرانه دولت را قادر به کنترل و کاهش تورم کرد و متوسط تورم سال گذشته با گزارش بانک مرکزی ۳۴ درصد و با گزارش مرکز آمار ۳۲ درصد بود.

مشاور رئیس جمهور یادآور شد: سیاست‌هایی که تورم را کاهش می‌دهد، رکود یا عمیق می‌کند و سیاست‌هایی که سبب رونق می‌شود، تورم را افزایش می‌دهد. بنابراین وقتی دولت در شرایط رکود تورمی قرار دارد شرایط بسیار سخت است و

باید دید چگونه باید تصمیماتی گرفت که هم تورم را کنترل کرده و هم اقتصاد را رونق دهد.

دبیر شورای هماهنگی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور بیان کرد: اعتماد سرمایه اجتماعی است و از دست دادن اعتبار هزینه های بسیار سنگینی دارد به همین علت از زمینه بلند کردن واحدهای آسیب دیده بسیار سخت و مشکل است زیرا سرمایه اعتبار و اعتماد را از دست داده اند.

وی توضیح داد: البته مشکلات فعلی در صنایع خوشه ای و دیگر موارد راه حل دارد اما باید راه ها را با هم فکری پیدا کرد. مشاور رئیس جمهور در خصوص مناطق آزاد و ویژه اقتصاد کشور نیز گفت: متأسفانه هنوز زیرساخت ها متناسب با یک کار بزرگ نیست البته کارهایی انجام شده اما کافی نیست، وی ادامه داد: امیدوار هستیم در ابتدا، مشکل فرودگاه در این مناطق حل شود و بتوانند خدمات تجاری ارائه کنند. ترکان ادامه داد: نسل دوم مناطق آزاد مانند ارس و اروند نیز کار خوبی بوده است، اما اقتصاد شهرهای جنوبی مانند آبادان و خرمشهر بازسازی نشده است.

دبیر شورای هماهنگی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور توضیح داد: مشکل لایروبی اروند نیز هنوز ادامه دارد و طرف عراق تاکنون کاری در این خصوص انجام نداده است.

وی عنوان کرد: در سیاست گذاری های مناطق آزاد سعی شده برای هر منطقه یک محور تعریف شود و بر این اساس کیش با نگاه گردشگری چابهار با نگاه ترانزیت اروند با نگاه به بازار عراق ماکو با نگاه به کار با ترکیه ارس با نگاه کار با اهواز انزلی با نگاه به دریای خزر و قشم برای صنعت نفت دیده شده اند.

«علامیرمحمد صادقی» نایب رئیس اتاق ایران گفت: ما در اتاق قصد داریم از موقعیت فعلی و دید اقتصادی دولت استفاده کنیم و می توان تفاهم نامه ای میان اتاق و مناطق آزاد به امضا رساندوی افزود: باید کاری کنیم که اتاق ها به طور حتم در مناطق آزاد حضور داشته باشند. نایب رئیس اتاق ایران ادامه داد: یک در هزار فروش قانون برنامه پنجم است و مدت زیادی از زمان اجرای آن باقی نمانده است و البته اتاق ها کارهای فراوانی در این خصوص با فعالان اقتصادی کردند. میرمحمد صادقی تصریح کرد: ما هدف مشترک داریم وی می توانیم همکاری زیادی با یکدیگر داشته باشیم. وی ادامه داد: تشویقات و تبلیغات فراوانی برای جذب سرمایه در مناطق آزاد و ویژه

اقتصادی صورت گرفت و اکنون باید در قوانین سخت گیرانه این مناطق تجدیدنظر شود، تا زمینه برای تجدید سرمایه گذاری داخلی و خارجی در این مناطق ایجاد شود.

«پدرام سلطانی»، نایب رئیس اتاق ایران نیز عنوان کرد: علت علاقه به ایجاد مناطق ویژه و آزاد قوانین سخت گیرانه کشور است و اگر مناطق آزاد را در دنیا بررسی کنید، متوجه می شوید که دیگر رغبتی به ایجاد این مناطق وجود ندارد.

وی یادآور شد: هر قدر دنیا در بحث بهبود فضای کسب و کار جلو رفته از ایجاد مناطق آزاد فاصله گرفته است.

سلطانی تصریح کرد: ما بر خلاف دنیا، در خصوص بازارهای منطقه ای، مطالعه جامعی انجام نداده ایم. هم چنین باید توجه داشت کمتر کشورهایی در دنیا هستند که هم هاب منطقه از نظر تولید و تجارت باشند و هم مرکز ترانزیتی منطقه باشند، بنابراین به نظر می رسد مزیت اقتصاد ما در توسعه ترانزیت است نه در مناطق آزاد و به نظر می رسد دولت برای رفع برخی مشکلات باید به جای بسط و توسعه برخی مسائل آن ها را جمع کند.

نایب رئیس اتاق ایران اضافه کرد: مناطق آزاد باید در حد ۵ منطقه محدود شود و بقیه سرمایه کشور به ترانزیت اختصاص یابد. «عبدالرحمن سلیمانی مقدم» عضو هیأت رئیسه اتاق ایران و رئیس اتاق اهواز گفت: از گذشته مخالفت های فراوانی با ایجاد مناطق ویژه و آزاد می شد، اما در دولت گذشته این کار به صورت لجام گسیخته و بدون نگاه کارشناسی و توجیه اقتصادی صورت گرفت، بنابراین باید تصمیمی جدی در خصوص این مناطق گرفته شود. وی افزود: تغییرات سریع در مدیریت مناطق آزاد صدمه جدی به اعتماد سرمایه گذاران زد و درخواست ما این است که از ثبات در مدیریت در این دولت مراقبت شود.

عضو هیأت رئیسه اتاق ایران عنوان کرد: امیدواریم با رویکرد دولت جدید، این مشکلات برطرف شود. «مظفر علیخانی» سرپرست معاونت امور استان های اتاق ایران گفت: مهم ترین بحث در مورد سرمایه گذاران مناطق ویژه است که با گرفتاری های فراوانی روبه رو هستند و به ویژه این که وعده ها در خصوص تسهیلات در این مناطق محقق نشده است و نگاه بین المللی نیز به این مناطق را دچار تردید کرده است.

وی در ادامه به بحث کارت بازرگانی اشاره کرد و افزود: ناهماهنگی هایی در خصوص صدور

کارت بازرگانی در این مناطق است و اتاق ها، دفاتری برای صدور کارت ایجاد کرده اند، اما ناهماهنگی ها مانع انجام کار می شود.

علیخانی در خصوص گواهی مبدأ نیز افزود: در بحث گواهی مبدأ نیز قانون گمرک ایران، اتاق را به عنوان مرجع برای صدور گواهی مبدأ اعلام کرده است و کالایی که قرار است از کشور صادر شود، گواهی مبدأ آن باید از سوی اتاق ایران صادر شود، اما مشکلاتی در این زمینه وجود دارد. «علی اصغر جمعه ای» رئیس اتاق سمنان گفت: اکنون بانک ها مطالبات زیادی از دولت دارند و از سوی دیگر ما واحدهای تولیدی بدهی به بانک ها دارند و اگر این بدهی ها تهاتر شود بهانه بانک ها در خصوص نداشتن منابع برطرف می شود.

وی افزود: درخواست ما این است که حداقل واحدهای مزیت دار از وضعیت فعلی خارج شوند تا بتوانند به تولید ادامه دهند و اقتصاد کشور رونق بگیرد و بهتر است بررسی شود که چند واحد گرفته شده توسط بانک ها اکنون مشغول فعالیت هستند.



«عبدالحکیم ریگی» رئیس اتاق زاهدان نیز گفت: سیستان و بلوچستان شرایط ویژه ای دارد و باید متفاوت به آن نگاه کرد.

وی افزود: دولت باید با زیرساخت ها را برای توسعه استان فراهم کند و تاکنون ما گزارشی در این زمینه نداریم. «علی اکبر شریف پور بوشهری» رئیس اتاق بوشهر نیز بیان کرد: بندر بوشهر ۴ بار کاندید منطقه آزاد شده اما به عللی این اتفاق نیفتاده است. وی گفت: اجرای قوانین خاص تجارت مناطق آزاد بسیار مهم است و در غیر این صورت نمی توان آن مناطق را ویژه نامید.

«محمدامین صباغی زاده» رئیس اتاق بندرعباس گفت: مشکل ما بیشتر با کیش است، زیرا شناخت مدیران از اتاق دچار مشکل است، بنابراین درخواست ما این است که به صورتی اتاق ها به مدیران استانی معرفی شوند.

وی افزود: بهتر است شیوه‌نامه در این خصوص بازنگری و اصلاح شود تا وظایف اتاق و مناطق آزاد و ویژه نسبت به یکدیگر مشخص شود.

صباغی‌زاده هم‌چنین درخواست برگزاری جلسه‌ای مشترک با مدیران مناطق آزاد و ویژه و اتاق‌های مربوط با این مناطق را مطرح کرد.

«دهاقانی» عضو هیأت نمایندگان اتاق آبادان نیز درخصوص منطقه آزاد و ویژه اقتصادی اروند توضیحاتی ارائه کرد. «حسین طوسی» رئیس اتاق کرج گفت: تجربه نشان داده است که از مقررات مناطق ویژه و آزاد سوءاستفاده می‌شود و به ویژه واحدهای تأسیس شده در این مناطق با بررسی این قوانین ایجاد شده‌اند. وی اضافه کرد: این شرایط سبب عدم تعادل و ایجاد رقابت ناسالمی میان واحدهای موجود در مناطق آزاد و موجود مناطق غیرآزاد شده است.

رئیس اتاق کرج ادامه داد: سرمایه‌گذاری‌های کوچک برای واحدهای داخلی بسیار مضر است و رقابت ناسالم ایجاد می‌کند و پیشنهاد من این است که برای سرمایه‌گذاری‌های کوچک از سهم مشخصی به پایین صندوق سرمایه‌گذاری ایجاد شود. طوسی یادآور شد: در استان البرز نیز منطقه ویژه اقتصادی وجود دارد که محلی برای تجارت، تولید و سرمایه‌گذاری به معنای واقعی نیست و استفاده چندانی از آن نمی‌شود. وی درخصوص بدهی‌های معوق واحدهای تولیدی نیز بیان کرد: پس از سال‌ها متهم شدن به اذعان دولت مشخص شد که تنها ۱۴/۵ درصد این بدهی‌های متعلق به بخش خصوصی نیست که از دید ما این رقم بسیار پایین است، اما روند برخورد بانک‌ها با فعالان اقتصادی ضد تولید است.

«محمد رضا جعفری» رئیس اتاق اراک نیز گفت: پتانسیل‌های بسیار خوب و متنوعی در مناطق آزاد کشور وجود دارد، اما شناخته شده نیستند، بنابراین باید شرایطی برای بازدید رؤسای اتاق‌های سراسر کشور و فعالان اقتصادی از این مناطق برای آشنایی با ظرفیت‌ها صورت گیرد. وی ادامه داد: در سال‌های گذشته نگاه در مناطق آزاد بیشتر به جای تسهیل صادرات، تسهیل واردات بوده است و اکنون این نگاه باید اصلاح شود. «هوشنگ فاخر»، نایب رئیس اتاق تبریز نیز اعلام کرد: منطقه آزاد ارس ویژگی‌های خاص و متفاوتی دارد و باید متوجه بود که هزینه حمل کالا از مناطق جنوب بالا بوده سبب ایجاد مشکل در جاده‌ها به علت بزرگی کالا نیز می‌شود، اما استفاده از منطقه آزاد

ارس تمامی این مشکلات برطرف خواهد کرد. وی افزود: استان‌های شمال غرب کشور نیز با رونق منطقه آزاد ارس، رونق خواهند گرفت و با برقرار شدن راه ریلی می‌توان استفاده فراوانی از این منطقه کرد.

«علیرضا کشاورز قاسمی» رئیس اتاق قزوین نیز گفت: تصمیمات بهتر است در فضای جمعی گرفته شود تا برآیند و نتیجه بهتری داشته باشد. «محمد رضا رضائی» معاون امور مجلس اتاق ایران گفت: اتاق همراهی خوبی با مناطق آزاد در کمیسیون‌های مجلس دارد و اتاق یک کرسی در کمیسیون تلفیق مجلس دارد و درخواست ما این است که زمانی که قرار است مسائل مناطق آزاد مورد بحث قرار گیرد، نماینده مناطق آزاد به جای نماینده دولت حضور داشته باشد.

«سید مجید موسوی» رئیس اتاق همدان عنوان کرد: یک سری شهرک‌های صنعتی در نقاط مختلف کشور وجود دارد که هیچ‌گاه توجه اقتصادی نداشته‌اند و تبدیل به معضل بزرگی شده‌اند و باید مورد بازنگری قرار گیرند.

در ادامه این جلسه «کبر ترکان» مشاور رئیس جمهور بر پس از شنیدن سخنان مطرح شده، گفت: درخصوص واحدهای تولید بدهکار تملک آن‌ها از سوی بانک‌ها درست نیست و می‌توان راه کارهای دیگری را جایگزین کرد.

وی تصریح کرد: مشکل زمین در مناطق آزاد به تازگی برطرف شده است، هم‌چنین به دنبال این هستیم که آف شور بانک در مناطق آزاد ایجاد کنیم، اما هنوز موفق نشده‌ایم.

ترکان عنوان کرد: در مورد گردشگری در منطقه آزاد اروند قصد داریم جزیره مینو را به عنوان یک جزیره با امکانات مدرن‌تر برای ماندن تبدیل کنیم تا جریان اقتصادی آبادان و خرمشهر نیز تقویت شود. مشاور رئیس جمهور در مورد منطقه ویژه «پیام» در البرز نیز گفت: باید فرودگاه آن‌جا را مسافری کنیم تا حجم مهرآباد نیز کاهش یابد.

وی در مورد منطقه آزاد ارس نیز گفت: ۲۲ سال است که مسیر ریلی آن‌جا قطع است و کسی کاری انجام نمی‌دهد، ضمن این‌که ساحل ارس نیز جای بسیار خوبی برای گردشگری است و امسال موفق شدیم مرزبانی را اندکی عقب‌تر ببریم تا مردم از ساحل ارس استفاده کنند.

دبیر شورای هماهنگی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور افزود: ۶۳ منطقه ویژه در مجلس تصویب شده ۲۳ منطقه دیر شده و ۴۰ منطقه

هنوز ایجاد نشده است و می‌توان این مناطق را به بخش خصوصی واگذار کرد.

ترکان تصریح کرد: توسعه شهرها و مناطق بدون بهره‌مندی مردم بومی آن‌ها بی‌فایده است و تلاش ما امسال رونق کسب و کار محلی بوده است و اکنون دیگر دوران سرمایه‌گذاری دولت به پایان رسیده است و باید بخش خصوصی اقدام به سرمایه‌گذاری کند.

بیانیه نخستین همایش ملی رشد اقتصادی و نقش بخش خصوصی



در نخستین همایش ملی رشد اقتصادی و نقش بخش خصوصی که در اتاق یزد با همکاری مؤسسه آموزشی و پژوهشی اتاق ایران و دانشگاه‌ها و صاحبان صنایع در تاریخ ۱۷ اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۳ برگزار شد، مهم‌ترین چالش‌های موجود در خصوص موانع و راه کارهای رشد اقتصادی در پانل‌های چهارگانه مورد بحث کارشناسان قرار گرفت. با توجه به شرایط رکود اقتصادی حاکم بر اقتصاد و برنامه‌های دولت تدبیر و امید و نیز رهنمودهای رهبر معظم انقلاب و ضرورت ورود بخش خصوصی و تشکل‌های غیردولتی به منظور برون رفت از وضعیت موجود موارد زیر مورد توجه و پیشنهاد شد. به منظور اجرایی کردن مصوبات همایش و اجرایی کردن آن مباحث و پیشنهادهای در سه بخش با عنوان‌های وظایف اتاق‌های بازرگانی، دانشگاه و دولت تنظیم شده است که امید است با پیگیری پیشنهادها در کمیته‌هایی که پس از این همایش تشکیل می‌شود، نتایج مثبت آن محقق شود. بدیهی است توجه به فرهنگ اصیل اسلامی ایرانی، به ویژه در حوزه‌های فرهنگ کار و تولید، جزء وظایف اصلی همه بخش‌های مرتبط با اقتصاد باشد.

الف: وظایف اتاق‌های سراسر کشور

۱- همکاری اتاق‌ها با صنعت‌گران و دانشگاهیان و با حضور مسؤولان دولتی و اقدام به تشکیل کمیته‌هایی برای بررسی صنایع دولتی قابل

واگذاری به بخش خصوصی جهت کوچکتر شدن دولت و واگذاری فعالیت‌های اقتصادی به بخش خصوصی با حفظ نظارت دولت.

۲- همکاری اتاق‌ها با دانشگاه و کارآفرینان موفق، جهت تأسیس کلینیک کسب و کار و صنعت در راستای رفع مشکلات موجود صنایع و بنگاه‌های اقتصادی و به روزآوری فناوری‌ها.

۳- همکاری اتاق‌ها با صنایع و نهادهای دانشگاهی و دولتی جهت تدوین معیارهای ارزشیابی عملکرد مدیران اعم از بخش دولتی و خصوصی به منظور استفاده به عنوان ابزار ارزیابی.

۴- انتقال تجارب هریک از اتاق‌های سراسر کشور در راستای هم‌افزایی اندیشه‌ها و ایده‌های نو با محوریت اتاق ایران و تدوین الگوی توسعه کشور با بهره‌گیری از ایده‌های سایر کشورها و کارشناسان داخلی.

۵- ایجاد رقابت بین اتاق‌های سراسر کشور در راستای رشد اقتصادی و دستاوردهای آن و دسته‌بندی اتاق‌ها.

ب: وظایف دولت

۱- برنامه‌ریزی برای کاهش تصدی‌گری دولت و ایجاد فرصت برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران خارجی.

۲- نظارت بر اجرا و تضمین حقوق شهروندی برای سرمایه‌گذار، کارآفرین، صنعت‌گر، محقق و مصرف‌کننده.

۳- واگذاری تسهیلات سرمایه‌گذاری بر مبنای شایسته‌سالاری و نیازهای کشور به جای حاکمیت روابط و رانت‌های اقتصادی.

۴- به کارگیری مدیران شایسته و لایق بر اساس معیارهای رتبه‌بندی و افزایش توانمندی مدیران دولتی با آموزش‌های مداوم.

۵- توجه به بهره‌وری و نهادینه کردن آن و فراهم کردن امکان آموزش راه‌کارهای بهره‌وری به بنگاه‌های اقتصادی.

۶- توسعه اقتصادی بر مبنای پتانسیل‌های منطقه‌ای و فراهم کردن اطمینان خاطر جهت سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی.

۷- بازنگری قوانین مربوط به سرمایه‌گذاری پولی و بانکی با مشورت بخش خصوصی و تأکید بر نقش بخش خصوصی در سرمایه‌داری.

۸- راه‌اندازی صندوق پوشش نوسانات ارزی در کاهش ریسک سرمایه‌گذاری بخش خصوصی.

۹- اجرایی کردن قوانین مصوب در برنامه‌های اقتصادی چهارم و پنجم در حمایت از مؤسسات

دانش‌بنیان و بنگاه‌های کوچک و متوسط. ۱۰- ایجاد زمینه حضور پر رنگ بخش خصوصی در شورای تدوین و تهیه برنامه‌های ششم و هفتم توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی.

ج: وظایف دانشگاه‌ها

تلاش در جهت سوق دادن دانشگاه‌های موجود به دانشگاه‌های کارآفرین با توجه به موارد زیر:

۱- هدایت پروژه‌های دانشجویی به‌ویژه تحصیلات تکمیلی در راستای حل مشکلات اقتصادی و صنعتی.

۲- بازنگری آیین‌نامه، ترفیع و ارتقاء اساتید بر مبنای پژوهش‌های کاربردی و رفع مشکلات جامعه به‌ویژه در حوزه تولید.

۳- فراهم کردن فرصت‌های مطالعاتی برای اساتید در صنایع به منظور دستیابی به مهارت کارآفرینی.

۴- برنامه‌ریزی دروس کارآفرینی در مقاطع مختلف تحصیلی.

۵- تعامل مداوم دانشگاه‌ها با تشکلهای اقتصادی - صنعتی از جمله اتاق.

رتبه‌بندی دانشگاه‌ها بر اساس نقش آن‌ها در شکل‌گیری مؤسسات دانش‌بنیان و حل مشکلات جامعه اقتصادی کشور.

تأکید سفیر استرالیا به افزایش روابط اقتصادی با ایران

«غلامحسین شافعی» رئیس اتاق ایران، در دیدار با «پل فویلی»، سفیر استرالیا، صبح روز سه‌شنبه به افزایش مناسبات اقتصادی بین دو کشور تأکید کردند.

«غلامحسین شافعی»، رئیس اتاق ایران با مثبت خواندن پیشینه خوب روابط اقتصادی بین دو کشور در زمینه واردات کالاهای اساسی و مواد اولیه نساجی از کشور استرالیا، استفاده از جذابیت‌های اقتصادی ایران را در راستای افزایش روابط آتی خاطر نشان کرد.

وی با تشریح چشم انداز اقتصادی و موقعیت خوب جغرافیایی ایران در منطقه، حضور پررنگ بازرگانان بخش خصوصی در کشورهای همسایه را فرصت خوبی برای تجارت و تولیدکنندگان استرالیایی به منظور دسترسی به بازارهای جدید در آسیای مرکزی و همسایگان ایران دانست.

وی همچنین با دعوت از رئیس اتاق استرالیا به همراه گروهی از بازرگانان آن کشور برای حضور در ایران، خواستار به روز شدن اطلاعات و موقعیت

های اقتصادی طرفین توسط اتاق مشترک شد. در ادامه «پل فویلی»، سفیر استرالیا تغییر شرایط سیاسی و دیدگاه مثبت بین‌المللی به ایران را عامل اصلی تغییر رویکرد تجار و فعالان اقتصادی برای افزایش روابط دانست.

وی حجم معاملات واردات ایران از استرالیا در سال مالی ۲۰۱۲ - ۲۰۱۳ را بالغ بر ۶۰۰ میلیون دلار عنوان کرد و از برنامه‌های آینده برای ارسال دام زنده به مناطق آزاد ایران و واردات کالاهای با کیفیت ایرانی مانند فرش، خشکبار و زعفران را از اولویت‌های تجار کشور مطبوع خود دانست. پل فویلی از دعوت رئیس اتاق بازرگانی به همراه گروهی از بازرگانان به ایران ابراز امیدواری کرد و بهره‌گیری تجار استرالیایی از امکانات ایران برای دسترسی به بازارهای جدید را فرصتی مناسب اظهار کرد.

شایان ذکر است این دیدار به همت معاونت امور بین‌الملل و با حضور «علی اکبر فرازی» معاون اتاق ایران برگزار شد.

۴۶ شرکت بلژیکی آماده انعقاد قرارداد با شرکت‌های ایرانی



حضور ۴۶ تاجر از بخش‌های مختلف اقتصادی کشور بلژیک در اتاق ایران، نمود دیگری از آغاز توسعه سطح روابط تجاری ایران و اروپا به شمار می‌آید. «علی اکبر فرازی»، معاون امور بین‌الملل اتاق ایران، کشور بلژیک، صنعتگران و تجار این کشور را در بین فعالان اقتصادی ایران، خوشنام ارزیابی کرد و گفت: سابقه روابط دیپلماتیک و حضور صنعتگران و تجار بلژیکی در ایران قدمت طولانی دارد. هر چند در طول چند سال گذشته این روابط دچار فراز و نشیب‌های بسیاری شد؛ البته در طول همین سال‌ها هیچ‌گاه نگاه منفی بین دو طرف نسبت به یکدیگر وجود نداشت.

معاون امور بین‌الملل اتاق ایران با تأکید بر این نکته که مسائل سیاسی بر روابط اقتصادی اثرگذار است، خاطرنشان کرد: در این سال‌ها حجم مرادفات تجاری دو کشور، کاهش پیدا کرد. حال

با حضور این هیأت در ایران و نشست رودروری تجار دو کشور به امضای قراردادهای جدید بین ایران و بلژیک امیدوار هستیم.

فرازی با اشاره به موقعیت خاص و همسایگی ایران با ۱۵ کشور یادآور شد: ایران، پل ارتباطی خوبی برای بازرگانان و صنعتگران بلژیکی به منظور دسترسی به بازار ۴۰۰ میلیونی به شمار می‌آید. ایران آمادگی انعقاد هرگونه قرارداد ۲ یا ۳ یا چندجانبه را با فعالان اقتصادی بلژیک دارد. ورود اولین هیئت تجاری بلژیک بعد از تحریم‌ها در ایران و بلژیک دوستان خوبی برای هم هستند که متأسفانه آن‌ها را برای مدتی از یکدیگر دو نگه داشتند.

«جان استوپ» رئیس فدراسیون اتاق‌های بازرگانی بلژیک با بیان مطلب بالا تشریح کرد: بعد از مدت طولانی، این اولین هیأت تجاری است که از بلژیک به ایران سفر می‌کند.

در حالی که این دو کشور از قرن ۱۷ تاکنون شریک تجاری یکدیگر بوده‌اند.

مستشاران بلژیک در اعصار گذشته به ایران می‌آمدند و وظیفه تغییر در سیستم‌های مالیاتی، گمرکی و بهداشت را بر عهده داشتند. وی با بیان این مطلب که علیرغم تنش‌های بسیار، روابط تجاری ایران و بلژیک متوقف نشد، توضیح داد: ایران امروز در آستانه یک تغییر و تحول مهم قرار دارد.

منابع انرژی ایران غیرقابل تصور است. بنابراین بلژیک به دنبال آن است که در تبدیل این میزان ظرفیت به محصولات و خدمات قابل استفاده، حضور پررنگی داشته باشیم.

استوپ، ایران را به عنوان یک ابرقدرت انرژی معرفی کرد و گفت: ایران با داشتن ۹ همسایه مستقیم، از نظر جغرافیایی دروازه ورود به بازار کشورهای در حال توسعه شناخته می‌شود.

اقتصاد بلژیک تولید و صادرات محصولات متنوعی را شامل می‌شود

اینکه اقتصاد بلژیک تنها با یکی از محصولات تولیدی آن یعنی شکلات شناخته می‌شود برای بلژیک مایه تأسف است.

«فرانس دل مارمل» سفیر بلژیک در ایران با بیان نکته مذکور تأکید کرد: بلژیک دارای تکنولوژی هایتک بوده و از تنوع تولیدی بسیاری بهره‌مند است، ولی در ایران این کشور را به عنوان تولیدکننده و صادرکننده بزرگ شکلات می‌شناسند، در حالی که این تنها بخشی از تولیدات

بلژیک را شامل می‌شود.

وی اظهار امیدواری کرد: این دیدار می‌تواند پله خوبی برای توسعه سطح روابط دو کشور به شمار آید.

گفتنی است، فدراسیون اتاق‌های بازرگانی بلژیک از ۱۵ اتاق بازرگانی تشکیل می‌شود که ۳۲ هزار نفر عضو دارد.

این تعداد ۶۰ درصد بخش خصوصی بلژیک را شامل می‌شود که بالغ بر ۶۰ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور را دربرمی‌گیرد.

بازدید رئیس و اعضای هیأت رئیسه اتاق ایران از باغ زیتون فدک در قم



مهندس غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران به همراه دکتر پدram سلطانی، علامیرمحمد صادقی، عبدالرحمن سلیمانی مقدم و دکتر نقره‌کارشیرازی دبیر کل اتاق ایران، رئیس و هیأت رئیسه اتاق قم، از مزرعه نمونه زیتون و باغ فدک در قم دیدار کردند.

در این دیدار، بلندنظر مالک باغ فدک، با اشاره به راه‌اندازی این مزرعه در محیطی متفاوت و کوبری اعلام کرد: این باغ به عنوان الگویی برای کشاورزی کشور و به ویژه طرح‌های ارگانیک مورد توجه مقامات داخلی و محققان کشاورزی جهان به ویژه انجمن جهانی زیتون بود و محصولات تولید شده در این مزرعه از نمونه‌های بارز و با کیفیت بالاتر از استانداردهای جهانی هستند.

بر پایه این گزارش، رئیس اتاق ایران و هیأت همراه بعد از نمایش فیلم فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی و توسعه این باغ از بخش‌های مختلف این مزرعه بزرگ زیتون کشور بخش‌های کاشت گلخانه نهال‌ها، پایلوت بهره‌برداری مدرن، توسط کمباین آزمایشگاه، کنترل کیفیت، بخش‌های دامپروری و مزارع مختلف بازدید کردند.

بر پایه این گزارش، بعد از بازدید از مجموعه باغ فدک و جلسه هیأت رئیسه اتاق ایران با اعضای هیأت رئیسه اتاق قم در محل مجموعه باغ

فدک برگزار شد. در این جلسه مهندس شافعی ریاست اتاق ایران، با اشاره به موقعیت ممتاز استان قم و به‌ویژه شهر مقدس قم اعلام کرد. اتاق ایران آمادگی دارد تا یک ساختمان مناسب شأن و جایگاه شهر مقدس قم در محل مرکزی نمایشگاه‌های بین‌المللی قم با هزینه اتاق ایران ساخته شود.

رئیس اتاق ایران با اعلام طرح دسته‌بندی اتاق‌های کشور بر اساس تعداد اعضای به رتبه‌های ۱ و ۲ و ۳ اظهار داشت: موقعیت ممتاز استان قم و نزدیکی آن به پایتخت و مراودات حاکم بر این استان می‌طلبد که ساختمان آینده این اتاق با توجه به توسعه و توانمندی‌های این استان طراحی و ساخته شود و اتاق ایران و کمیسیون بودجه اتاق کمک‌های لازم را در جهت تحقق این امر انجام خواهد داد.



در این جلسه آقای خاکی رئیس اتاق قم نیز با اشاره به موقعیت استان قم و ضرورت توجه به این شهر مقدس اظهار داشت: زمین مناسب برای ایجاد ساختمان جدید اتاق قم در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قم تدارک دیده شده و به زودی مراحل اجرایی عملیات ساخت این ساختمان آغاز خواهد شد.

رئیس اتاق بازرگانی قم در این دیدار با اشاره به تغییر اقلیم قم از زراعت به باغبانی اظهار داشت: سال گذشته در بخش کشاورزی قم ۷۰۰۰ تن پسته و ۶۰۰ هزار تن انار تولید شده است. وی افزود: بحث آموزش در قم در حال شکل‌گیری است و ارتباطات خوبی میان بخش‌های خصوصی و مراکز پژوهشی با اتاق قم برگزار شده است و تعداد دارندگان کارت بازرگانی در قم روز به روز در حال افزایش است.



حاشیه نویسی برای حذف شکر از سبد کالای یارانه ای خودکفایی در تولید شکر، از رویا تا واقعیت!

• حسین محمد زاده

کارشناس انجمن فن آوران نیشکر

تولیدی را تا حدود زیادی گرفته اند و جا دارد دولت قدر این آرامش نسبی را با حمایت هر چه بیشتر از این صنعت ادا کند.

سبد کالایی به جای یارانه نقدی گمانه زنی درباره اینکه یارانه کالایی جای یارانه نقدی را می گیرد یا نه، همه در مرحله حدس و گمان است اما دولت به درستی می داند که خطر افزایش پایه پولی تا چه حد می تواند کل منافع یارانه ما را ببلعد و از بین ببرد حرکت یارانه نقدی به یارانه کالایی با رویکرد حمایت از تولید داخلی حداقل این فرصت را به دولت می دهد تا یارانه را از مصرف به تولید هدایت کند و با این کار هم مصرف کننده را راضی کند هم تولید را سروسامان دهد و زیر ساخت صنایع را متناسب با زمان متحول کرده کند، از سوی دیگر تورم را نیز از طریق مدیریت نقدینگی سامان بخشد. سبد کالایی دولت علاوه بر اینکه بسته اقتصادی است یک بسته رسانه ای نیز هست. رسانه ای که پیام هایی متفاوت را به گروه مخاطبان مختلف خود می رساند. از منظر تفکری پوپولیستی، این بسته توده های اجتماعی را حول یک محور عدالت انصافی سازماندهی می کند، این پیام را می دهد که دولت اقشار آسیب پذیر و طبقه متوسط را فراموش نمی کند. از سوی دیگر این بسته حمایتی آماده باشی است برای فراهم کردن زمینه بر چیدن تدریجی یارانه نقدی و نیل به سوی یارانه کالایی یا ترکیبی از این دو که می تواند علاوه بر کنترل نقدینگی، وجهی از ساماندی تولید را نیز با خود به همراه داشته باشد. این تعادل نسبی تا حدی شکل گرفته است، این تعادل که با ورود به موقع دولت در توقف ثبت سفارش تعادلی است شکننده و البته درس آموز، درس اصلی آن این است که دولت با ایجاد یک رابطه تعاملی (تاکید بر تعاملی بودن، تأکید بر وجه دوجانبه رابطه دولت و تولید کنندگان است) در واقع تولید کنندگان شکر و انجمن صنفی تولید کنندگان قند و شکر از یک سو و ستاد تنظیم بازار از سوی دیگر و راس سوم آن یعنی مصرف کنندگان، در مجموع همکاری این سه رکن باعث ایجاد فضای نسبی آرامش در بازار شکر شده است. می توان نتیجه گرفت اگر به تولید کننده داخلی فرصت واقعی داده شود نقش آن در روند تصمیم سازی جدی پذیرفته شود، این تعادل در بازار شکر تبدیل به فرصتی برای خودکفایی در این صنعت می شود. الگوی تولید کنندگان شکر الگوی مناسبی است که دولت می تواند با تقویت این رابطه و حمایت جدی و موثر از آن کالای شکر را برای همیشه از دغدغه های خود حذف کند.

پس از آنکه «حسن روحانی» رئیس دولت یازدهم از ارائه دو سبد کالایی برای اقشار نیازمند جامعه خبر داد، معاون اول رئیس جمهور نیز از تأمین ریالی این سبد کالایی و ابلاغ قانون آن و همچنین ارائه سبد کالایی در بهمن ماه و اسفند ماه خبر داد. یکی از اهداف دولت در توزیع سبد کالا تنظیم عرضه و تقاضای کالاهای اساسی است. حذف شکر از سبد یارانه کالایی دولت و عدم واردات آن یک پیام روشن و آشکار به همه فعالان اقتصادی است. دولت نگران بر هم خوردن رابطه عرضه و تقاضای این کالا نیست و دلیل این امر نقش تولید کنندگان و انجمن صنفی قند و شکر و رابطه منطقی دولت با آنها و ارائه آمار شفاف و دقیق از سوی فعالان صنعت قند و شکر کشور است. امنیت غذایی مقوله ای ملی و حیاتی است که همه جوامع با هر نظام سیاسی آن را با جدیت در معادلات خود می گنجانند. شکر به مثابه یکی از کالاهای استراتژیک به ویژه در ایران که با کمک آن یک نوبت از جیره غذایی اکثریت شهروندان تأمین می شود با امنیت ملی رابطه مستقیم دارد و تولید آن در داخل یک ضرورت انکارناپذیر است. در این راستا و با توجه به درجه خودکفایی حدود ۵۵ درصدی تولید شکر در کشور در صورت وجود همین دیدگاه اعتماد بخش دولت، می توان این ضریب خودکفایی را به ۱۰۰ درصد رساند. این رابطه بین دولت و ستاد تنظیم بازار با تولید کنندگان شکر می تواند خط مشی کلی رابطه دولت را با سایر صنایع و تولید کنندگان کالاهای اساسی بهبود بخشد و نقش تنظیمی - حمایتی دولت را از این صنایع پررنگ تر کند.

این رابطه پیام روشن و آشکاری به دولت دارد که با ترمیم مجدد رابطه دولت با صنعت قند و شکر می تواند این صنعت را به سمت خودکفایی هر چه بیشتر و افزایش ضریب خودکفایی از ۵۵ درصد به ۱۰۰ درصد تا استقلال کامل کشور در این زمینه پیش ببرد. تعادل در وضعیت بازار شکر دیگر، برای دولت دغدغه ای نخواهد بود و دولت می تواند با آرامش کامل آن را از سبد کالایی یارانه ای برای همیشه حذف کند بی آنکه در عرصه عمومی و در سبد معیشتی خانواده شوک یا نگرانی را تحمیل کند. تولید کنندگان با وجود افزایش چندین برابری هزینه های تولید عملاً جلوی افزایش قیمت شکر



در گفتگو با دکتر پرویز درگی مطرح شد: مارکتینگ و امور بازاریابی



است؛ یعنی در حقیقت جایی که رقابت نباشد، بازاریابی بی معناست. علم بازاریابی برای فضای رقابتی می‌باشد و در بازارهای انحصاری بی معنا است. اما بازاریابی نیز مانند تمام مفاهیم و علوم دیگر دائماً رو به تکامل بوده و اکنون جامع ترین و کامل ترین تعریفی که می‌توانیم برای آن ارائه نماییم: به این شرح است: «بازاریابی علم و هنر کسب خشنودی مشتری به شیوه ای سودآور به طور مستمر و بهتر از رقبا با تکیه بر سه کلمه شناسایی، شناساندن و خشنودی است»، و برای جامه عمل پوشاندن به این تعریف باید منحصر بفرد عمل کنیم و نگرش جامعیت نگری داشته باشیم. همان طور که عرض کردم، اولاً «بازاریابی علم و هنر است»؛ یعنی بخش علمی آن تأکید دارد که بازاریابی قابل اکتساب و قابل یادگیری است، اما بخش هنری آن بیان کننده این است که با ذات و جوهره ی فرد نیز ارتباط نزدیکی دارد. در ادامه بیان می‌کند: «کسب خشنودی مشتری» یعنی دیگر رضایت مشتری مطرح نیست، چرا؟ زیرا خشنودی فوق رضایت است. در واقع شرکت‌های زیادی هستند که مشتری خود را راضی نگه دارند اما کم تر شرکت‌هایی هستند که بتوانند مشتری شان را مشعوف و خشنود کنند. همان طور که می‌دانید محور و هسته عملیاتی بازاریابی، مشتریان هستند، اما از طرفی علاوه بر چشم دوختن به مشتریان باید مراقب رقبا نیز باشیم؛ یعنی دائماً باید بهتر از رقبا عمل کنیم. به همین جهت است که بازاریابی علم مسابقه است.

مجله توسعه مهندسی بازار - مدیر مسئول
آموزشگاه بازاریازان و مدیرعامل گروه
TMBA. هم‌چنین نویسنده ۲۵ کتاب در
حوزه بازاریابی و عضو هیأت مدیره انجمن
تحقیقات بازاریابی ایران و رئیس کمیته
استانداردسازی تحقیقات بازاریابی کشور
می‌باشد.

جناب درگی لطفاً تعریف دقیقی از بازاریابی ارائه کنید.

بازاریابی ترجمه ناقصی برای مارکتینگ است، «بازاریابی» ترجمه جامعی نیست. چند سال پیش توصیه و درخواستی به عزیزان و بزرگان این حوزه داشتم که مارکتینگ، امور بازار معنا شود؛ یعنی هر چیزی که با حوزه بازار ارتباط دارد اما در حال حاضر این ترجمه ناقص در ایران رواج پیدا کرده است. مارکتینگ در دنیا سابقه طولانی ای دارد و در ایران نیز از زمانی که رشته‌هایی مثل: مدیریت بازرگانی وارد دانشگاه‌های ایران شد، دروس بازاریابی نیز قاعدتاً به پیروی از دانشگاه‌های خارج از کشور در آن وجود داشت. اما به نظرم بازاریابی به معنی واقعی کلمه در حد نگاه‌های اقتصادی ایران حدود ۱۰ سالی است که معنا پیدا کرده؛ در واقع اندکی رقابت در این زمینه بیش تر شده است. معتقدم هر علمی با یک کلمه به وجود آمده است، یا یک کلمه مشخصه آن علم است. اما به طور مثال در اقتصاد می‌گوییم «کمیابی» اما در مارکتینگ یا بازاریابی کلمه «رقابت» مدنظر

تلاش و کوشش چند سال اخیر خبرگان حوزه بازاریابی، مسئولین، اساتید دانشگاهی، اصحاب صنعت و ارباب تجارت ایران عزیز به این جا رسیده است که در حال حاضر و در شرایط کنونی، ضرورت پرداختن به امر مارکتینگ و امور بازار برای همه‌ی مدیران شرکت‌ها و مسئولین حوزه‌ی اقتصادی کشور آشکار شده است. بنابراین رسیدن شرکت‌ها و سازمان‌ها به اهداف متعالی خود و کسب ثروت و هم‌چنین نام‌آوری و اعتبار، فقط از حوزه‌ی بازاریابی میسر خواهد بود.

بخش‌های مختلف و جدیدی که در حوزه‌ی بازاریابی پدید آمده است و هم‌چنین چگونگی به کارگیری اصول و روش‌های درست بازاریابی با توجه به شرایط کنونی شرکت‌های ایرانی، ما را بر این داشته تا در رابطه با مبحث مارکتینگ، گفتگویی اختصاصی با استاد پرویز درگی، کارشناس و متخصص این حوزه داشته باشیم. پرویز درگی متولد تیرماه ۱۳۴۵ - قزوین. کارشناس ارشد رشته مدیریت اجرایی گرایش بازاریابی و صادرات را با کنکور وزارت علوم در سازمان مدیریت صنعتی گذرانده و از سال ۲۰۰۸ مقطع دکتری را در رشته مارکتینگ در خارج از کشور شروع نموده است. مدرس دانشگاه در مقطع کارشناسی ارشد - مدیر مسئول

در کشورهای غربی بیش تر به علم جنگ تأکید دارند اما من خیلی دوست ندارم از این واژه استفاده کنم بنابراین همیشه به علم مسابقه تأکید دارم اما مسابقه ای که فقط مدال طلا دارد؛ یعنی یا برنده ایم یا بازنده؛ اگر برنده ایم مدال طلا می‌گیریم و اگر هم بازنده شدیم، هیچ مدالی نمی‌گیریم. در ادامه ی تعریف اشاره می‌کند که: « به شیوه ای سود آور و به طور مستمر». یعنی همیشه باید برای رقابت آماده باشیم هم چنین روی سه کلمه ی «شناسایی، شناساندن و خوشنودی» تأکید دارد. «شناسایی» که بحث‌های تحقیقات بازار، سیستم‌های اطلاعات بازاریابی، شناخت مشتری ها، رقبا، واسطه ها، عوامل محیط کلان و خرد می‌باشد و در اصل این شناخت سبب می‌شود ما با اطلاعات بیشتری تصمیم بگیریم و در نتیجه بتوانیم ریسک تصمیم گیری اشتباه مان را پائین آوریم. اما کلمه بعدی «شناساندن» است، اگر ما بهترین محصول جهان را نیز داشته باشیم، اما نتوانیم آن را به بازار هدف مان بشناسانیم، معمولاً هیچ فایده ای ندارد. اما نهایتاً همه این ها باید به خوشنودی منجر شود. زیرا وقتی مشتری خوشنود شود از ما خرید خواهد کرد، وقتی مشتری خوشنود شود سفیر برند ما خواهد بود و ما را به دیگران می‌شناساند و سبب می‌شود برند ما مشهور مقبول شود، یعنی هم شهرت داشته باشیم و هم واقعا با روح و جان شان ما را قبول داشته باشند اما در دنیای شلوغ متمایزها دیده می‌شوند لذا باید در کسب و کارمان دنبال منحصر بفرد بودن باشیم و نگرش سیستمی و تناسب سازی در تمام رفتارهای سازمان با جامعیت نگری دنبال شود و این تعریف به نظر من جامع ترین تعریفی است که برای بازاریابی وجود دارد.

مختصری هم در خصوص تاریخچه این حوزه در ایران بفرمائید.

در مورد تاریخچه ی این حوزه در ایران باید اشاره کنم، اگر بخواهیم بازاریابی را به صورت بازاری و عملی بیان کنیم باید بگوییم؛ از زمانی که تولید صورت گرفته فروش هم وجود داشته است، اما این کل بازاریابی نیست حقیقت این است چون سالیان سال بازارهای ایران بازارهای انحصاری بودند، عملاً نیازی به بازاریابی نبوده است؛ یعنی بیش ترین مسئله ی شرکت ها تولید بوده و در فروش مسئله ای نداشته‌اند. اما در طی ۱۰ ساله ی اخیر که اندکی سطح بازی بزرگ تر شده و شرکت‌های ایرانی مجبور هستند علاوه بر

شرکت‌های داخلی با شرکت‌های خارجی نیز در همین بازار مسابقه دهند، به همین جهت فکر می‌کنم که یک مقدار بازاریابی بیش تر مورد توجه قرار گرفته است.

شرکت ها چه راهکارها و روش‌هایی را باید پیش رو بگیرند تا خوشنودی مشتری را به دست آورند؟

طبیعتاً اولین نکته ی مهم این است که بتوانند آن فلسفه و فرهنگ را در سازمان ایجاد نمایند. در حقیقت فلسفه ی مشتری مداری یا بهتر بگویم فلسفه مشتری نوازی که به نظر مقداری عمیق تر و با مفهوم تر از مشتری مداری است را در سازمان شان نهادینه کنند. حال باید دید که چه میزان مدیران ارشد ما به این موضوع اعتقاد دارند؟ در حال حاضر هم هنوز هستند بعضی از شرکت‌هایی که هم چنان مسیر گذشته را طی می‌کنند اما دیگر در بازارهای رقابتی آن راهکارها جوابگو نبوده و نیاز به راه حل ها و مسیرهای تازه ای می‌باشد. بنابراین باید اعتقاد پیدا کنیم که ابتدا باور در مدیران ارشد بنگاه‌های اقتصادی شکل بگیرد و بعد، آن را بتوانند در کل سازمان فرهنگ سازی کنند. در واقع بعد از این مرحله مدیران باید استراتژی‌های خود را بر آن مبنا تعریف کنند؛ یعنی تصمیم‌ها و هنری که مدیران به کار می‌گیرند برای این که کلیه عوامل سازمانی این تصمیمات را تبدیل به تاکتیک و تکنیک یعنی مهارت‌های جمعی و مهارت‌های فردی کنند. بنابراین نیاز است این موضوع از مدیران ارشد آغاز شود و با توجه به تعهد، اقدام و دستور آن ها این موضوع به کل بدنه سازمان تسری پیدا می‌کند.

در حال حاضر شرکت ها و برندهای ایرانی تا چه میزان به بحث بازاریابی در شرکت شان اهمیت می‌دهند؟

از آن جایی که دیدگاه‌های مدیران ما بسیار متفاوت است، در نتیجه شرکت‌های ما نیز بسیار متفاوت اند. بعضی از شرکت ها بازاریابی را صرفاً یک تبلیغات می‌دانند؛ برای مثال شرکتی که تمام هم و غم خود را بر این گذاشته است که «این محصول را بخر جایزه ببر»، در اصل چنین شرکت‌هایی خیلی بازاریابی را درک نکرده‌اند و فکر می‌کنند فقط با یک تشویق برای جایزه دادن، می‌توانند بازاریابی کنند. در صورتی که بازاریابی باید در روح، روان، عقل و جان تمام عوامل یک سازمان رسوخ کند؛ یعنی باور کنیم

که مشتری ولی نعمت ما است یا به گفته ی پدر علم بازاریابی جهان پروفیسور فیلیپ کاتلر که در کتاب «نسل سوم بازاریابی» تأکید اساسی بر این موضوع دارند، «بازاریابی باید با تمام روح، اندیشه و جسم و جان یک سازمان و یک فرد بازاریاب عجین شود تا بتواند موفق شود. بر اساس این تعریف شرکت‌های ایرانی به سه دسته تقسیم می‌شوند: سری اول شرکت‌های موج ساز هستند، شرکت‌هایی که به این تصمیم و باور رسیده اند که سرنوشت شان را خودشان باید به دست بگیرند که حتی تلاطم ها و بحران ها برای این شرکت ها فرصت آفرینی می‌کند و این ها هستند که با پاسخ دادن درست به آن فرصت ها همیشه به اصطلاح موج سازی می‌کنند. دسته دوم شرکت‌های موج سوار هستند. درست است موج ساز نیستند، اما موج سازها را تعقیب می‌کنند و از آن ها، الگو برداری آگاهانه (و نه تقلید) می‌کنند. دسته سوم شرکت ها اسیر موج هستند، شرکت‌هایی که به قول شاعر:

« آن کس که نداند که نداند که نداند در جهل مرکب ابد الدهر بماند» دسته ای که زمانی موجی اتفاقی آن ها را بالا آورده و زمانی هم آن ها را به صخره می‌کوبد. ما از هر سه این شرکت ها در ایران داریم.

حوزه ی برند را در بازاریابی تا چه حد لازم و ضروری می‌دانید؟

برند بخشی از بازاریابی است. و مدیریت برند جایگاه رفیعی در بازاریابی دارد. تعاریف مختلفی نیز برای این کلمه وجود دارد اما من بیش تر دوست دارم از واژه خوش نامی برای برند استفاده شود. یعنی به نظرم برند یعنی خوش نامی، آبرو، حیثیت و به قول بعضی از دوستان یعنی اعتبار و هویت. برند مجموعه این هاست یعنی همان برداشتی که به خاطر اعتبار، هویت و خوش نامی، مشتری از ما قبول دارد و یا برعکس. لوگو، شعار و رنگ سازمان ... همه نشانه‌های برند است. یعنی فرد با دیدن آرم یا رنگ و لوگو، ممکن است به یاد یک برند بیفتد. اما سازمانهایی در برند سازی موفق خواهند بود که سه واژه عشق، نیکی و حقیقت را در پندار، گفتار و کردارشان جاری سازند.

جناب درگی به نظر شما یک بازاریاب و یا مدیر بازرگانی و فروشندگی حرفه‌ای، چه خصوصیتی باید داشته باشد؟

در درجه اول به خصوص به جوان ها توصیه

می‌کنم که اسیر موجهایی نشوند که مثلاً الان این رشته، رشته ی پول سازی است و به سمت آن بیایند، بلکه تاکید می‌کنم تیپ شخصیتی خود را بشناسید فقط از روی عشق و علاقه و با همت زیاد آن را دنبال کنند. باید ببینیم اولاً چه حرفه ای برای ما مناسب است، بعد بسنجیم که جوهره و تیپ شخصیتی ما و عشق و علاقه مان برای چه چیزی ساخته شده است و بعد از این که به تشخیص رسیدیم و با مشورت با افراد اصلح و مشاورین کار بلد، به تأیید رسیدیم که برای این رشته مناسب هستیم، حالا می‌رویم دنبال علم این حوزه که یاد بگیریم، توصیه می‌کنم جوانان این دو علم را در دو دانشگاه پیگیری کنند، یکی در دانشگاه علوم که آموزش تجویزی است و یکی در دانشگاه بازار که همان شاگردی کردن، و آموزش توصیفی است. به نظرم این دو با هم تکمیل می‌شوند و این نگران کننده است که یک فرد فکر کند مثلاً با یک فوق لیسانس MBA یا خواندن رشته بازاریابی، می‌تواند مدیر بازاریابی موفقی شود. یک بازاریاب حرفه ای باید قدرت انعطاف پذیری بالا، سعه صدر بالا، تیز بین، ریز بین، فرصت یاب، جسور و جستجوگر باشد؛ ولی همه این ها را می‌توانم در یک عبارت خلاصه کنم، عبارتی که همیشه دعای من برای جوانان، خوانندگان عزیز، خودم و همه مردم ایران می‌باشد.

«یک بازاریاب حرفه ای باید یک عالم عامل عاشق باشد»؛ به نظرم همه چیز در این سه نهفته است؛ عالم بودن یعنی همیشه خودتان را میوه کال بدانید یادگیری حد نهایت ندارد، عامل بودن یعنی اگر یک کتابخانه سیار باشید، هیچ فایده‌ای ندارد، باید انسانی باشید که بتوانید دانسته‌هایتان را در مرحله عمل پیاده کنید. دوستی در جمعی بیان کرده بود که مدیرعامل شرکت‌های ایرانی متوجه حرف ها و صحبت‌های من نمی‌شوند، ولی به نظرم ایراد از ماست که ساده گویی و ساده سازی را یاد نگرفته ایم، الان در دانشگاه‌های معتبر دنیا وقتی توانمندی یک استاد سنجیده می‌شود، یکی از چیزهایی که در عامل بودن فرد مورد سنجش قرار می‌گیرد این است که، چه اندازه توان تبدیل مفاهیم پیچیده علمی به زبان ساده را دارد و می‌تواند آن‌ها را به زبان ساده بیان کند؛ یعنی اگر انیشتین فرمول $E=MC^2$ را به یک پیرزن بی سواد روستایی آموزش دهد و پیرزن متوجه نشود، ایراد از پیرزن نیست، ایراد از انیشتین است

که نتوانسته خوب آموزش دهد. بنابراین باید عالم عامل باشیم، اما فرقی نمی‌کند چه شغلی داشته باشیم در هر شغلی هم که هستیم باید با نهایت عشق کار کنیم.

در مورد حوزه‌های مختلف بازاریابی مثل بازاریابی حسی، نورومارکتینگ و ... اندکی توضیح دهید.

خوشبختانه بازاریابی جزء علوم بهره بردار است؛ یعنی از دستاوردهای علوم دیگر استفاده می‌کند، برای این که با یک مخلوق پروردگار به نام انسان سر و کار دارد و انسان دنیایی است از پیچیدگی؛ لذا ما با یک علم نمی‌توانیم مسائل بشری را حل کنیم به همین جهت است که باید سراغ علوم بین رشته ای رفت. به طور مثال نورومارکتینگ یک علم بین رشته ای است، در واقع نورومارکتینگ ترکیبی از علم عصب شناسی، روانشناسی و بازاریابی است و با تعامل آنها به یک رشته ی جدیدی دست پیدا می‌کنیم، یا بازاریابی حسی بیان می‌کند که چگونه می‌توانید روی پنج حس انسان تأثیر بگذارید، به عنوان مثال وقتی که از رادیو یک پیامی را می‌شنوید، فقط حس شنوایی تان درگیر می‌شود و یا از تلویزیون تیزری را می‌بینید، حس شنوایی و حس بینایی تان درگیر می‌شود، اما بازاریابی حسی تشریح می‌کند چگونه می‌توانید حواس شنوایی، بویایی، چشایی، لامسه و بینایی مخاطب را به طور همزمان درگیر کنید.

به همین جهت خوشحالم از این که علم بازاریابی در کل جهان با سرعت رو به پیشرفت است و از آن طرف نیز این فضای علوم بین رشته ای که صورت گرفته، باعث شده بزرگان علوم دیگر به نوعی وارد بازاریابی شوند. برای مثال پیتر فیسک فیزیکیان هسته ای است، ایشان تحقیقاتی در حوزه ی مارکتینگ انجام داده و کتابی به نام پرورش نبوغ بازاریابی را نوشته است که در آن از استعاره‌های فیزیک در به ثمر رساندن مفاهیم بازاریابی استفاده می‌شود به طور مثال سیاه چاله‌های بازاریابی، دو قطبی شدن برندها و... که انسان واقعاً به شغف می‌آید با این همه پیشرفتی که در حیطه علوم صورت می‌گیرد. و تمامی این ها حاصل تفکرات و زحمات عزیزان و بزرگانی است که در این حوزه زحمت کشیده اند؛ یکی از توصیه‌هایی که باید به خصوص به اساتید جوان داشته باشم این است که برای این که بزرگ باشیم باید قدران بزرگانی باشیم که این رشته را در دنیا به وجود آورده اند و مسیر آن را برای

دیگران فراهم ساخته اند و در رأس همه آنها پدر بازاریابی جهانی پروفیسور فیلیپ کاتلر است که علاوه بر سرآمدی در این حوزه انسانی بسیار با اخلاق و متواضع است ما باید از این بزرگان ممنون باشیم و یاد بگیریم.

در مورد بازاریابی اینترنتی توضیح دهید و این که چه تفاوت‌هایی با بازاریابی سنتی دارد.

به نظرم بزرگ‌ترین اختراع بشر سازمان‌ها هستند، زیرا این سازمان‌ها هستند که سبب شده‌اند بهره‌وری چند برابر شود، و انسان‌ها در کنار یک دیگر قرار گیرند. اگر مدیران دانایی در رأس این سازمان‌ها قرار گیرند و از مشاورین اصلح استفاده کنند آن زمان است که ۲ به اضافه ۲، ۵ یا ۶ می‌شود. ما به تنهایی هر اندازه هم توانمند باشیم هیچ وقت نمی‌توانیم همه چیز را درک کنیم، هم چنین در این سازمان‌ها اختراعات دیگری هم صورت می‌گیرد. یکی از اختراعات سازمان‌ها اینترنت است. اینترنت یکی از فرصت‌های بزرگ قرن ما می‌باشد. در حقیقت اینترنت ابزاری است که باعث شده سرعت، دقت و کیفیت، معنای قشنگ تری پیدا کنند. طبیعتاً در دنیای امروز بازاریابی اینترنتی، ایمیل مارکتینگ و ... که در حوزه اینترنت می‌توانیم استفاده کنیم، دیگر نمی‌توان اصطلاح ضرورت به آن داد در واقع باید گفت اجتناب ناپذیر هستیم که برای موفقیت به سراغ علوم جدید برویم. به خصوص اینترنت که باعث شده است به راحتی بتوان با هر جای دنیا به راحتی ارتباط داشت. اینترنت باعث شده سطح بازی بزرگ تر شود. در بازاریابی سنتی سطح بازی کوچک بود و سرعت بسیار کم بود، هم چنین توانمندی‌ها در یک مقطعی شناخته می‌شد، هزینه‌های تبلیغات خیلی سنگین بود؛ اما اینترنت باعث شده خیلی از مرزها شکسته شود، سرعت کارها افزایش یابد، هزینه‌های تبلیغات کاهش یابد، ارتباطات را در گستره جهان زیاد کند اما یادمان باشد بازاریابی اینترنتی هم اصولی دارد که با فراگیری و اجرای درست می‌توان از فواید آن بهره‌مند شد.

در ایران چه سازمان ها و نهادهایی بحث بازاریابی را تحت پوشش قرار داده اند و چه کارهایی تاکنون در این زمینه انجام شده است؟

اول این که همان طور که در دنیا اساتید بزرگی مثل پروفیسور فیلیپ کاتلر و جک تروت بحث

بازاریابی رو مطرح کردند در ایران نیز ۳ نفر

از اساتید به نام‌های آقای دکتر داور ونوس، دکتر عبدالحمید ابراهیمی و آقای دکتر احمد روستا در جا انداختن بازاریابی، نقش مهمی داشته‌اند و لازم است همواره از ایشان تشکر و قدردانی کرد. اما سه نهادی که در ایران در کنار دانشگاه خیلی می‌تواند تاثیرگذار باشند. عبارتند از: ۱- انجمن علمی بازاریابی ایران که این انجمن زیرمجموعه وزارت علوم تحقیقات و فناوری می‌باشد و تمامی افرادی که در این رشته تحصیل کرده‌اند، می‌توانند عضو این انجمن شوند. این انجمن طبیعتاً در چارچوب سیاست‌گذاری‌هایی که در وزارت علوم صورت می‌گیرد در کنار دانشگاه‌ها وظیفه ارتقاء سطح علمی بازاریابی را به عهده دارد و فعالیت‌هایی از قبیل: برگزاری همایش و سمینارهای مختلف و دوره‌های آموزشی گوناگون داشته است و دنبال این هستیم که انشالله با مجوز وزارت علوم نشریه برای انجمن داشته باشیم.

۲- انجمن تحقیقات بازاریابی ایران که انجمن صنفی می‌باشد و زیرمجموعه وزارت کار تعاون و امور اجتماعی است و شرکت‌های تحقیقات بازاریابی و اشخاص حقیقی که در حوزه تحقیقات بازاریابی فعالیت می‌کنند می‌توانند عضو این انجمن باشند. انجمن تحقیقات بازاریابی انجمن صنفی است و تمام تلاشش شناخته شدن اعضا انجمن می‌باشد و این که تحقیقات بازاریابی در ایران از جایگاه رفیعی برخوردار باشد؛ زیرا در حال حاضر وضعیت تحقیقات بازاریابی در ایران راضی‌کننده نیست. یکی از فعالیت‌های انجمن تحقیقات بازاریابی ایران که با همکاری سازمان توسعه تجارت بوده است، برگزاری همایش‌هایی برای ارتقاء سطح تحقیقات بازاریابی می‌باشد لذا از شرکت‌ها برای حضور دعوت می‌شود و در طی آن فلسفه تحقیقات بازاریابی و یادگیری شیوه‌های نوین تحقیقات بازاریابی مطرح می‌گردد. ۳- کمیته استاندارد سازی تحقیقات بازاریابی ایران: وظیفه این کمیته استاندارد سازی برای تحقیقات بازاریابی کشور می‌باشد و زیرمجموعه کمیته تحقیقات بازاریابی استاندارد جهان است. به عنوان کارشناس این حوزه چه انتظاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها در مورد مبحث بازاریابی‌شان دارید. اولین انتظار را از خودم و امثال خودم دارم؛ یعنی در حقیقت از افرادی که در حوزه بازاریابی مشاوره می‌دهند و یا قلم می‌زنند انتظار دارم، که باید روی این موضوع کار کنیم؛ پندار، گفتار و کردارمان باید در راستای

عالم

عامل عاشق بودن باشد.

در واقع همه ما باید

برای جوانان الگو باشیم.

به نظرم باید انرژی خودمان را

درست استفاده کنیم. این بازار

بازار بسیار بزرگی است و هر چه بنویسیم،

کار کنیم، مشاوره دهیم باز هم کم است. از

اساتید بخواهیم که کار بیش تری صورت دهند

و ارتباط دانشگاه را با بازار بیش تر کنیم؛ یعنی

هر اندازه هم که در دانشگاه‌ها دانشجو پرورش

دهیم خیلی نمی‌توانیم موفق شویم، ما باید سراغ

اساتید بازار برویم. اساتید بازار نیز همان افرادی

هستند که خاک بازار را خورده‌اند و در بازار کار

کرده‌اند، ممکن است مدرک نداشته باشند، ولی

سواد بسیار بالایی دارند. تعامل بین دانشگاه و

صنعت، دانشگاه و بازار رمز موفقیت ما خواهد بود.

از سوی دیگر انتظاری که از مدیران شرکت‌ها و

بنگاه‌های اقتصادی حتی کسب و کارهای کوچک

دارم این است که فکر نکنند همه چیز را براساس

تجربه و سابقه می‌توانند به دست آورند، برای این

که هزینه‌های کسب و کار خود را کاهش دهند

باید آموزش را به عنوان یک سرمایه‌گذاری

ببینند. آن عزیزان نیز باید با اساتید دانشگاه ارتباط

برقرار نمایند. طبیعتاً دولت، انجمن‌ها و... نیز باید

برای این موضوع بستر سازی کنند. اما به نظرم

در بین این سه گروه مهم‌ترین نقش به عهده‌ی

اساتید می‌باشد. اگر مدیران بنگاه‌های اقتصادی

ما خیلی اعتقاد به بازاریابی ندارند، ایراد را نباید

در آن‌ها جستجو کرد، باید ایراد را در معلمان

و اساتید دانشگاه جستجو کرد که نتوانسته‌اند

تعامل خوبی با آن‌ها ایجاد کنند و به زبان ساده

مفاهیم علمی را به آن‌ها منتقل کنند. اگر بتوانیم

به مدیران بنگاه‌های اقتصادی ثابت کنیم که این

حرف‌ها سبب خواهد شد شما بازار بهتر، سود

بیشتر و برند بهتری داشته باشید؛ طبیعتاً آنان

نیز به راحتی برای این موضوع سرمایه‌گذاری

خواهند کرد.

سخن پایانی

توصیه‌ام به خوانندگان و تمامی ملت

ایران این است که همیشه خود را همانند میوه

کال بدانیم و هرروز از خود سوال کنیم که امروز

چه چیز جدیدی یاد گرفته‌ام. هرروز حداقل نیم

ساعت در حوزه‌ای که به آن علاقه‌مند هستیم،

مطالعه

کنید. همان‌طور که جسم ما نیاز به غذا

دارد روح ما نیز نیازمند غذا است و غذای روح

دانایی است. دومین نکته این است که دنبال

آموزش‌های مهارتی باشید و دید مدرک‌گرایانه

نداشته باشید. متأسفانه ما مسیرمان اندکی با مسیر

دنیای توسعه یافته بعضی از مواقع همخوانی

ندارد؛ مثلاً در دنیای توسعه یافته الان سواد خیلی

مطرح شده ولی در ایران هنوز مدرک خیلی مهم

است. به سواد و دانایی کاربردی خودتان اهمیت

دهید. واقعاً شاگردی کنید، مراحل ترقی را در

بازار، صنعت و در کنار مطالب علمی دانشگاه

طی کنید. سومین نکته این که کاری را انجام

دهید که واقعاً عاشق‌اش هستید. چهارمین نکته

اینکه هیچ وقت از نامردی‌ها و سنگ‌هایی که

به سمت‌تان پرتاب می‌شود، ناراحت نشوید. اگر

مطمئن هستید که مسیرتان الهی است و دست

خدا را بالای سر خودتان می‌بینید و به اهداف‌تان

اعتقاد دارید به هیچ وجه دلسرد نشوید با نهایت

تلاش مسیر خود را ادامه دهید. نکته بعدی که

می‌توانم توصیه کنم این است که بزرگ‌ترها و

پیشکسوت‌ها را احترام بگذاریم آن‌ها بودند که

مسیر را برای ما باز کردند.

ما می‌توانیم انتقاد داشته باشیم اما انتقاد با توهین

خیلی فرق دارد. به عبارتی امیدوارم فقط نق‌زن

نباشیم منتقد باشیم.

منتقد سه ویژگی اساسی دارد: اول این که

می‌گوید این نظر من است ممکن است نظرم

اشتباه باشد. دوم هیچ وقت از حیثه احترام خارج

نمی‌شود، واژه‌هایی را به کار نمی‌گیرد که توهین

کننده باشد. سوم اینکه آدم منتقد نظریه دارد پس

ایراد می‌گیرد و می‌گوید این نظر من است ممکن

است اشتباه باشد، پس بدانیم بزرگی آداب دارد و

در نهایت امیدوارم همه ما یاد بگیریم که چگونه

باید عمل کنیم، چگونه باید عاشق باشیم.



نگاهی به ضرورت نوآوری و شکوفایی در علوم چگونه خلاقیت خفته را بیدار کنیم؟

یک کاغذ یا دفترچه با جزئیات شرح دهید از این طریق، به نکات تازه و خوبی در خصوص مشکل خود دست می یابید.
۶- اگر نمی توانید تفکر کنید، بهتر است پیاده روی کنید. یک تغییر آب و هوا برای شما خوب بوده و به آرامی کمک می کند تا سلولهای مغزی شما به تحرک واداشته شوند.

۷- تلویزیون نگاه نکنید، زیرا ذهن شما توسط برنامه های تلویزیون اشغال می شود و دیگر قادر نیستید خلاقانه فکر کنید، گویی با دیدن تلویزیون مغز شما از گوشها و چشم های شما نشسته کرده و خارج می شود.

۸- از مصرف دارو بپرهیزید. بعضی از افراد برای تقویت خلاقیت خود از داروهای خاص استفاده می کنند، در حالی که از نگاه دیگران، این افراد تنها نظیر افرادی هستند که وابستگی دارویی دارند.

۹- تا می توانید درباره هر چیزی مطالعه کنید. مغز شما با مطالعه کتاب ورزش می کند. علاوه بر اینکه سبب الهام در ذهن شما می شود، آن را انباشته از اطلاعات می کند که این خود سبب خواهد شد سلولهای مغزی شما با یکدیگر راحت تر ارتباط برقرار کند، و زمینه برای خلق ایده های نو پدید آید.

۱۰- مغز شما نیز همانند بدن شما نیازمند ورزش کردن است تا به خوبی فعالیت نماید. در صورتی که مغز ورزش نکند، به مرور سست و بی فایده می شود. شما از طریق مطالعه کردن، بحث کردن با افراد باهوش می توانید سلولهای مغزی خود را وادار به ورزش کنید. گفتگو با دیگران در رابطه با کارگردانان فیلمها و سیاست و نظیر اینها برای ذهن شما خوب است و این بهتر از پرخاش کردن بر سر دیگران است.

تکنیک های خلاقیت و نوآوری

برای اینکه خلاقیتی ایجاد و پرورش یابد، باید فنون و تکنیکهایی رعایت گردد. محققان مختلف فونونی را ذکر کرده اند که به مهمترین آنها اشاره می شود:

۱- وفان مغزی (BRAIN STORMING): این تکنیک را نخستین بار دکتر «الکس، اس، اسبورن» مطرح کرد و چنان مورد استفاده و استقبال مردم و سازمانها قرار گرفته که جزئی از زندگی آنها شده است. یورش فکری در واژه نامه بین المللی وبستر چنین تعریف شده است:

«اجرای یک تکنیک گردهمایی که از طریق آن گروهی می کوشند راه حلی برای یک مسأله بخصوص با انباشتن تمام ایده هایی که در جا به وسیله اعضا ارائه می گردد، بیانند. هیچ انتقادی از هیچ ایده ای جایز نیست. به هر ایده ای هر چند نامربوط خوش آمد گفته می شود. هرچه تعداد ایده ها بیشتر باشد، بهتر است. کیفیت ایده ها بعداً مورد توجه قرار می گیرد. افراد به ترکیب کردن ایده ها تشویق می شوند و از آنها خواسته می شود نسبت به ایده های دیگران اشراف پیدا کنند»

۲- الگوبرداری از طبیعت (BIONICS): یکی از تکنیکهای خلاقیت و نوآوری که در ابداعات فنی کاربرد گسترده و موفقی داشته، تکنیک تقلید و الگوبرداری از طبیعت است. ابداعاتی که در زمینه علم ارتباطات و کنترل در دهه های اخیر شکل گرفته اند؛ برنامه ریزهای رایانه و موضوع هوش مصنوعی همه با الگوبرداری و تقلید از فعالیتهای مغز آدمی انجام شده و روند فاعلیتها به

شورای نویسندگان



با علم و اعتقاد به آنچه در پی می آید، با عمل به آنها و با مداومت در انجام، هر انسانی حتی با نازل ترین درجه خلاقیت، قادر است جرعه مقدس را شعله ور ساخته و خلاقیت خفته را پیداسازد.

باید پذیرفت و باور داشت که این گوهر نفیس و گرانبها در وجود همه ما از ابتدای خلقت تعبیه گردیده، زیرا خداوند ما را نمایندگان خود در روی زمین نامیده است. این فلسفه و این ایمان، منشأ بیداری اندیشه، فکر و پیدایش خلاقیت است. خداوند در قرآن کریم از آموزش اسما به انسان سخن می گوید و ارزش ساعتی تفکر را بیش از سالها عبادت می داند. ارزش اندیشه و تفکر در ادیان الهی بخصوص دین اسلام چنان والا است که در قرآن و احادیث، بخشهای خاصی به این موضوع و در اهمیت اندیشه عمیق، تفکر خلاقانه و جستجوگرانه در خلقت موجودات زمین و آسمان هاست. تفکر و اندیشه همراه با عبادت و ذکر، سبب آرامش قلب و گشایش دریچه های ایده ها و تخیلات انسانی است. چیزی که بزرگان و اندیشمندان نابغه اسلامی در زندگی خود بسیار بدان پرداخته اند و برای خلاقیت و نوآوری می توان از آن بهره جست. اگر چنین است، زمان برنامه ریزی است، زمان ایجاد تصویر ذهنی سالمی است که اساس زندگی خلاق است، زمان شروع و شروع، هرگز دیر نیست.

شرایط مناسب تفکر و خلاقیت

- ۱- تفکر نیازمند محیطی آرام است.
 - ۲- از روش طوفان مغزی استفاده کنید. این تکنیک علاوه بر اینکه مخزنی از ایده ها برای شما ایجاد می کند، به کمک آن می توانید در امور خود تصمیم گیریهای بهتری را اتخاذ نمایید.
 - ۳- همیشه با خود یک دفترچه و مداد یا خودکار به همراه داشته باشید. هنگامی که ایده ای تازه به ذهن شما می رسد، آن را یادداشت نمایید. هنگامی که ایده های یادداشت شده خود را بازخوانی می کنید، ممکن است ۹۰ درصد آنها بیهوده جلوه کنند، اما نگران نباشید؛ این طبیعی است، ۱۰ درصد از بقیه ایده های یادداشت شده بسیار ارزشمند خواهند بود.
 - ۴- هنگامی که فکر نویی به ذهن شما می رسد، یک فرهنگ لغت را باز کنید و بطور تصادفی واژه ای را انتخاب کنید.
- این فکرتو و آن واژه را با یکدیگر ترکیب نمایید. این روش سبب خواهد شد به نکات جالبی دست یابید. یک مفهوم شناخته شده ساده ای وجود دارد که هنگامی که ذهن شما در شرایط آزاد به سر می برد، قادر به خلاقیت نیست و هنگامی که ذهن شما با محدودیتهایی روبه رو می شود، شروع به تفکر خواهد کرد و این روش سبب می شود ذهن شما در یک محدودیت قرار گرفته و تفکر نماید
- ۵- مشکلی را که با آن روبه رو هستید، با دقت تعریف کنید و یا آن را بر روی

گونه ای است که در آینده با ادامه این کار فنون و ابزارهای بدیع و جدیدی ساخته خواهد شد. بیوتکنولوژی و نانوتکنولوژی، از جمله علوم و فناوریهای هستند که بیشترین الگوبرداری را از طبیعت و فرایندهای زیستی در تولید ابداع ها و فنون برای تولید انواع محصولات و ارائه خدمات جدید عرصه های مختلف داشته اند.

۳ - تکنیک گروه اسمی (NOMINAL GROUPING): گروه اسمی، نام تکنیکی است که نیز تا حدودی در صنعت رواج یافته است. فرایند تصمیم گیری متشکل از پنج مرحله است: اعضای گروه در یک میز جمع می شوند و موضوع تصمیم گیری به صورت کتبی به هریک از اعضا داده می شود و آنها چگونگی حل مسأله را می نویسند. هریک از اعضا به نوبه، یک عقیده را به گروه ارائه می دهد؛ عقاید ثبت شده در گروه به بحث گذاشته می شود تا مفاهیم برای ارزیابی روشن تر و کامل تر شود؛ هر یک از اعضا به طور مستقل و مخفیانه عقاید را درجه بندی می کند. تصمیم گروه، تصمیمی خواهد بود که در مجموع بیشترین امتیاز را به دست آورده باشد.

طبقه بندی خلاقیت و نوآوری

خلاقیت و نوآوری اولیه: عبارت است از آن دسته از خلاقیتها و نوآوریها که شامل ایجاد و توسعه اصول و مفاهیم جدید و خلق مفاهیم نوین می باشند. خلاقیت و نوآوری اولیه به عنوان منشأ کشف جدید، نوعی واقعی و اندیشه هایی متفاوت با آنچه تا به حال وجود داشته مانند نظریه های متحول کننده علمی و اختراعات بنیادی است.

خلاقیت و نوآوری ثانویه: آن دسته از خلاقیتها و نوآوریهایی هستند که شامل کاربرد جدید و متفاوتی از اصول و مفاهیم شناخته شده قبلی و تکمیل و بسط خلاقیتها و نوآوریها می باشد. دستاوردهای علمی پژوهشگران که مبتنی بر نظریه های بزرگ علمی است، از موارد خلاقیت ثانویه می باشند.

انواع خلاقیت و نوآوری

خلاقیت و نوآوری می تواند در همه حوزه ها و زمینه ها روی دهد. برحسب موضوع و نوع حوزه، انواع خلاقیت و نوآوری را می توان به شرح زیر دسته بندی نمود:

۱ - خلاقیت و نوآوری علمی

خلاقیت و نوآوری در هر یک از رشته های علم را می توان خلاقیت و نوآوری علمی نامید. کشفیات و نظریه های علمی مانند نظریه های علوم فیزیک، شیمی، روانشناسی، اقتصاد، مدیریت و... خلاقیتها و نوآوریهای علمی شمرده می شوند. بنابراین، برحسب اینکه کدام رشته علمی در نظر گرفته شود، انواع خلاقیت و نوآوری وجود دارد. مثلاً منظور از خلاقیت و نوآوری فیزیک، خلاقیت و نوآوری در حوزه علمی فیزیک و یا خلاقیت و نوآوری روانشناسی خلاقیت و نوآوری در حوزه علم روانشناسی است. به همین ترتیب، خلاقیت و نوآوری شیمی، خلاقیت و نوآوری مدیریت، خلاقیت و نوآوری ریاضی و سایر موارد وجود دارند. بنابراین، علوم مختلف در واقع تشکیل شده از مجموع خلاقیتها و نوآوریهای علمی در سطوح مختلف (خلاقیتها و نوآوریهای علمی اولیه و خلاقیتها و

نوآوریهای علمی ثانویه) می باشند. خلاقیتها و نوآوریهای علمی اولیه یا بزرگ، عبارت است از آن دسته از خلاقیتها و نوآوریهای علمی شامل خلق مفاهیم جدید علمی، کشفیات متحول کننده و ایجاد مفاهیم علمی نوین. نظریه مکانیک کوانتومی بلانک، نظریه نسبیت انیشتین، نظریه های رفتارگرایی واتسون و اسکینز، نظریه شناختی پیازه از جمله خلاقیتها و نوآوریهای علمی اولیه یا بزرگ می باشند که باعث ایجاد تحولات عمیق علمی و شروع رویکردهای جدید شده اند. خلاقیتها و نوآوریهای علمی ثانویه یا کوچک عبارتند از آن دسته خلاقیتها و نوآوریهای علمی است که در پی خلاقیتها و نوآوریهای علمی اولیه بروز می کنند و شامل بسط و توسعه مفاهیم آنها می باشند. موضوعات تکمیلی وابسته به نظریات ذکر شده فوق، خلاقیتها و نوآوریهای علمی ثانویه یا کوچک محسوب می شوند. به عنوان مثال، علم فیزیک عبارت است از مجموع خلاقیتها و نوآوریهای اولیه و ثانویه فیزیک، علم ریاضی عبارت است از مجموع خلاقیتها و نوآوریهای اولیه و ثانویه ریاضی و علم روانشناسی عبارت است از مجموع خلاقیتها و نوآوریهای اولیه و ثانویه روانشناسی. بنابراین، خلاقیت و نوآوری علمی عامل پیدایش و رشد و تکامل علوم است و دانشمندان رشته های مختلف علمی از طریق انجام مطالعات و پژوهشهای علمی، درصد دستیابی به خلاقیتها و نوآوریهای اولیه و ثانویه علمی هستند.

۲ - خلاقیت و نوآوری فناورانه

خلاقیت و نوآوری در جنبه های کاربردی و فنی علوم یا به عبارتی خلاقیت و نوآوری در فناوری (تکنولوژی) را می توان خلاقیت و نوآوری فناورانه، (خلاقیت و نوآوری تکنولوژیکی) یا خلاقیت و نوآوری مهندسی نامید. خلاقیت و نوآوری فناورانه عبارت است از خلق اندیشه ها و طرحهای نو در جنبه های کاربردی علوم و یافتن راه های جدید حل مسائل فنی و مهندسی، اعم از نرم افزاری و یا سخت افزاری. فناوری (تکنولوژی) معمولاً تحت عنوان جنبه های کاربردی علوم تعریف می شود و می تواند در همه رشته های علوم وجود داشته باشد. بنابراین، فناوری و مهندسی هم شامل مفاهیم سخت افزاری و مفاهیم نرم افزاری می گردد و از این رو برای همه رشته های علوم پایه و علوم انسانی، جنبه های فناوری و مهندسی وجود دارد. رشته های فنی مهندسی مانند مهندسی الکترونیک، مهندسی مکانیک، مهندسی مواد و سایر رشته هایی از قبیل «فناوری و مهندسی سخت افزاری» می باشند. همچنین، حوزه هایی مانند فناوری روانشناسی و مهندسی رفتار، فناوری جامعه شناسی و مهندسی اجتماعی، فناوری اقتصادی و مهندسی اقتصادی، فناوری مدیریت و مهندسی مدیریت، فناوری خلاقیت و نوآوری و مهندسی خلاقیت و نوآوری، از جمله فناوریه و مهندسیهای نرم افزاری هستند. خلاقیتها و نوآوریهای تکنولوژیکی می توانند به دو سطح کلی خلاقیتها و نوآوریهای تکنولوژیکی اولیه و خلاقیتها و نوآوریهای تکنولوژیکی ثانویه تقسیم شوند. واژه اختراع معمولاً برای خلاقیتها و نوآوریهای تکنولوژیکی سخت افزاری مانند اختراع رادار و واژه ابداع معمولاً برای خلاقیتها و نوآوریهای تکنولوژیکی نرم افزاری به کار برده می شود. هر چند هر دو واژه ممکن است برای هر دو مفهوم به کار برده شوند.



داستان های مدیریتی

مسئله

مایکل، راننده اتوبوس شهری، مثل همیشه اول صبح اتوبوسش را روشن کرد و در مسیر همیشگی شروع به کار کرد. در چند ایستگاه اول همه چیز مثل معمول بود و تعدادی مسافر پیاده می شدند و چند نفر هم سوار می شدند. در ایستگاه بعدی، یک مرد با هیکل بزرگ، قیافه ای خشن و رفتاری عجیب سوار شد. او در حالی که به مایکل زل زده بود گفت: «تام هیکل پولی نمی ده!» و رفت و نشست. مایکل که تقریباً ریز جثه بود و اساساً آدم ملایمی بود چیزی نگفت اما راضی هم نبود. روز بعد هم دوباره همین اتفاق افتاد و مرد هیکلی سوار شد و با گفتن همان جمله، رفت و روی صندلی نشست و روز بعد و روز بعد...

این اتفاق که به کابوسی برای مایکل تبدیل شده بود خیلی او را آزار می داد. بعد از مدتی مایکل دیگر نمی توانست این موضوع را تحمل کند و باید با او برخورد می کرد. اما خطوری از پس آن هیکل بر می آمد؟ بنابراین در چند کلاس بدنسازی، کاراته و جودو و ... ثبت نام کرد. در پایان تابستان، مایکل به اندازه کافی آماده شده بود و اعتماد به نفس لازم را هم پیدا کرده بود. بنابراین روز بعدی که مرد هیکلی سوار اتوبوس شد و گفت: «تام هیکل پولی نمی ده!»

مایکل ایستاد، به او زل زد و فریاد زد: «برای چی؟» مرد هیکلی با چهره ای متعجب و ترسان گفت: «تام هیکل کارت استفاده رایگان داره.» پیش از اتخاذ هر اقدام و تلاشی برای حل مسائل، ابتدا مطمئن شوید که آیا اصلاً مسئله ای وجود دارد یا خیر!

هنر فروش

یک پسر تگزاسی برای پیدا کردن کار از خانه به راه افتاده و به یکی از این فروشگاههای بزرگ که همه چیز می فروشند (Everything Under a Roof) در ایالت کالیفرنیا رفت. مدیر فروشگاه به او گفت: یک روز فرصت داری تا به طور آزمایشی کار کرده و در پایان روز با توجه به نتیجه کار در مورد استخدام تو تصمیم میگیریم. در پایان اولین روز کاری مدیر به سراغ پسر رفت و از او پرسید که چند مشتری داشته است؟ پسر

پاسخ داد که یک مشتری، مدیر با تعجب گفت: تنها یک مشتری...؟ بی تجربه ترین متقاضیان در اینجا حداقل ۱۰ تا ۲۰ فروش در روز دارند. حالا مبلغ فروشت چقدر بوده است؟

پسر گفت: ۱۳۴,۹۹۹,۵۰ دلار، مدیر تقریباً فریاد کشید: ۱۳۴,۹۹۹,۵۰ دلار...؟ مگه چی فروختی؟

پسر گفت: اول یک قلاب ماهیگیری کوچک فروختم، بعد یک قلاب ماهیگیری بزرگ، بعد یک چوب ماهیگیری گرفتیم به همراه یک چرخ ماهیگیری ۴ بلبرینگ. بعد پرسیدم کجا میرید ماهیگیری؟ گفت: خلیج پشتی من هم گفتم پس به قایق هم احتیاج دارید و یک قایق توروی دو موتوره به او فروختم.

بعد پرسیدم ماشینتان چیست و آیا میتواند این قایق را بکشد؟ که گفت هوندا سیویک، من هم یک بلنزر دبلو دی ۴ به او پیشنهاد دادم که او هم خرید، مدیر با تعجب پرسید: او آمده بود که یک قلاب ماهیگیری بخرد و تو به او قایق و بلنزر فروختی؟ پسر به آرامی گفت: نه، او آمده بود یک بسته قرص سردرد بخرد که من گفتم بیا برای آخر هفته ات یک برنامه ماهیگیری ترتیب بدهیم، شاید سردردت بهتر شد!

چرا یک مدیر مشهور است

روبا: می دونی ساعت چنده آخه ساعت من خراب شده. شیر: اوه، من می تونم به راحتی برات درستش کنم. روباه: اوه، ولی پنجه های بزرگ تو فقط اونو خرابتر می کنه. شیر: اوه، نه، بده برات تعمیرش می کنم. روباه: مسخره است، هراحمقی میدونه که یک شیر تنبل با چنگال های بزرگ نمی تونه به ساعت مچی پیچیده رو تعمیر کنه. شیر: البته که می تونه، اونو بده تا برات تعمیرش کنم. شیر داخل لانه اش شد و بعد از مدتی با ساعتی که به خوبی کار می کرد بازگشت. روباه شگفت زده شد و شیر دوباره زیر آفتاب دراز کشید و رضایتمندانه به خود می بالید. بعد از مدت کمی گرگی رسید و به شیر لمبده در زیر آفتاب نگاهی کرد. گرگ: می تونم امشب بیام و با تو تلویزیون نگاه کنم؟ چون تلویزیونم خرابه. شیر: اوه، من می تونم به راحتی برات درستش کنم. گرگ: از من توقع نداری که این چرن رو باور کنم، امکان نداره که

یک شیر تنبل با چنگال های بزرگ بتونه یک تلویزیون پیچیده رو درست کنه. شیر: مهم نیست. می خواهی امتحان کنی؟ شیر داخل لانه اش شد و بعد از مدتی با تلویزیون تعمیر شده برگشت. گرگ شگفت زده و با خوشحالی دور شد. حال ببینیم در لانه شیر چه خبره: در یک طرف شش خرگوش باهوش و کوچک مشغول کارهای بسیار پیچیده بوسیله ابزارهای مخصوص هستند و در طرف دیگر شیر بزرگ مفتخرانه لمبده است. نتیجه: اگر می خواهید بدانید چرا یک مدیر مشهور است به کار زبردستانش توجه کنید. اگر می خواهید مدیر موفق و مؤثری باشید از هوشمندی و ارتقاء کارکنانتان نهراسید بلکه به آنها فرصت رشد بدهید. این مسأله چیزی از توانمندی های شما نمی کاهد. به قول بیبل گیتس، مدیران موفق افراد باهوش تر از خود را استخدام می کنند.

تقلید کور

یه کلاغ و یه خرس سوار هواپیما بودن کلاغه سفارش چایی میده چایی رو که میارن یه کمیشو میخوره باقیشو می پاشه به مهموندار

مهموندار میگه چرا این کارو کردی؟

کلاغه میگه دلم خواست پررو باز به دیگه پررو بازی! چند دقیقه میگذره باز کلاغه سفارش نوشیدنی میده باز یه کمیشو میخوره باقیشو میپاشه به مهموندار

مهموندار میگه: چرا این کارو کردی؟

کلاغه میگه دلم خواست پررو باز به دیگه پررو بازی!

بعد از چند دقیقه کلاغه چرتش میگیره خرسه که اینو میبینه به سرش میزنه که اونم یه خورده تفریح کنه ...

مهمون دارو صدا میکنه میگه یه قهوه براش بیارن قهوه رو که میارن

یه کمیشو میخوره باقیشو میپاشه به مهموندار مهموندار میگه چرا این کارو کردی؟

خرسه میگه دلم خواست پررو باز به دیگه پررو بازی اینو که میگه بهو همه مهمون دارا میریزن سرش و کشون کشون تادم در هواپیما میبرن که بندازنش بیرون خرسه که اینو میبینه شروع به داد و فریاد میکنه کلاغه که

بیدار شده بوده بهش میگه: آخه خرس گنده تو که بال نداری مگه مجبوری پررو بازی دربیاری!!!!!!
نکته مدیریتی: قبل از تقلید از دیگران منابع خود را به دقت ارزیابی کنید

هشت درس از اصغر فرهادی برای موفقیت در کسب و کار



افراد موفق، فرای زمینه کاری، رویکرد متفاوتی نسبت به کار دارند. این گروه نکاتی را در کارشان مد نظر قرار می دهند که باعث می شود در جایگاه متفاوتی نسبت به دیگران بیایند. اگرچه هر کدام از ما، آدمهای متفاوتی با ویژگیها و تواناییهای متفاوتی هستیم. همانطور که انیشتین، دکتر حسابی، پروفوسور سمیعی، استیو جابز، بیل گیتس، علی حاتمی و هزاران آدم بزرگ یکتا هستند و مشابه ندارند اصغر فرهادی و خود شما هم یکتا هستید و مشابه ندارید. اما همیشه توجه به نکات انگیزه‌های برای پیشرفت می دهند.
لازم به ذکر است که این نکات صرفاً برداشت شخصی من از رویکرد کاری اصغر فرهادی است که از میان مصاحبه‌ها، گفتگوها و نقدها جمع‌بندی شده است.

۱- توجه به مبانی اصغر فرهادی

آمادگی بازیگران در فیلم‌های فرهادی به سبک تئاتر است. در تئاتر دورخوانی و اتود زدن (بازی کردن موقعیت‌ها) یک تمرین پایه‌ای است برای رسیدن به نقش اصلی. کمتر پیش می‌آید که در سینما گروهی به این شکل برای رسیدن به نقش‌ها تمرین کند. توجه به مبانی بازیگری و توجه به ریشه‌های شخصیتی هر نقش باعث می‌شود که کاراکترهای منحصر به فردی در فیلم جلوی چشم تماشاگر جلوه کنند. توجه به مبانی و اصول در هر زمینه کاری کمک می‌کند تا بتوانید خدمات و

محصولاتی با کیفیت و البته با اصالت ایجاد کنید.
۲- فیلم‌سازی به مثابه راهاندازی یک کسب و کار جدید اصغر فرهادی تاکنون فیلم‌هایی را کارگردانی کرده که فیلم‌نامه‌اش را هم خودش نوشته. فرهادی ایده را پرورش می‌دهد، طرح را می‌نویسد، فیلم‌نامه را آماده می‌کند، تیم می‌سازد و کار را شروع می‌کند. این روند تشابه زیادی با راهاندازی یک کسب و کار دارد. در واقع فرهادی مثل یک کارآفرین، از ایده تا اجرا و نتیجه درگیر تمام روال‌های کاری می‌شود و به جزئیات اهمیت می‌دهد.

۳- توجه به جزئیات

ممکن است ایده ساختن فیلمی در مورد دروغ به ذهن خیلی از کارگردان‌ها برسد اما چه اتفاقی می‌افتد که در بین همه این فیلم‌ها، چهارشنبه سوری، درباره‌الی و جدایی نادر از سیمین تبدیل می‌شود به سه گانه‌ای ماندگار؟

پاسخ توجه به جزئیات است. این جزئیات است که باعث بروز تفاوت در یک کار با یک کار دیگر می‌شود. چه آن کار یک اثر هنری باشد و چه ایده راهاندازی یک کسب و کار. چه یک کارگردان توجه به جزئیات را مهم بشمارد و چه یک متخصص فنی. در تمام دنیا محصولات و خدمات مشابهی وجود دارد. اما توجه به جزئیات در یک محصول یا خدمت عامل موفقیت آن می‌شود.

۴- جهان‌بینی

البته که جزئیات بسیار مهم است اما نگاه به جزء از نگاه به کل سرچشمه می‌گیرد. نگاه کلی جهان‌بینی ماست. در فیلم‌های اصغر فرهادی با نوع نگاه کارگردان به دنیا آشنا می‌شویم. فرهادی در نقطه‌ای می‌ایستد و به دنیا نگاه می‌کند که شاید برای بسیاری تازگی داشته باشد. فرهادی یک نگاه کلی به دنیا دارد و بعد به جزئیات بخشی از این دنیا می‌پردازد. این نوع نگاه ناشی از جهان‌بینی است.

جهان‌بینی در کار به ما کمک می‌کند تا فلسفه انجام کاری را به دست بیاوریم. این که چرا حرفی را می‌زنیم و چرا کاری را انجام می‌دهیم.

۵- قضاوت نکردن

جهان‌بینی به ما نوعی نگرش و نگاه را می‌دهد. به‌دست

آوردن دید این تهدید را نیز با خود به‌همراه می‌آورد که ممکن است باعث شود که در مورد مسائل و آدم‌ها قضاوت کنیم و این قضاوت را به دیگران نیز عرضه کنیم. در فیلم‌های فرهادی چه کسی می‌تواند به جد بگوید که حق با چه شخصیتی است؟ فرهادی جهان‌بینی خود را دارد و جزئیاتی را می‌بیند. اما قضاوت در مورد درست و غلطی موضوع را واگذار می‌کند به بیننده. او برشی از یک زندگی را نشان می‌دهد که آبستن اتفاقاتی است. در کار و زندگی به شکل تکراری این اتفاق می‌افتد که به آدم‌ها و اتفاقات برچسب سیاه و سفید می‌زنیم و در مورد اون‌ها قضاوت می‌کنیم. اما ممکن است اتفاق‌ها جنبه دیگری هم داشته باشند که از دید ما پنهان باشد. ماه نیمه‌تاریکی دارد که ما نمی‌بینیم. برداشت ما از یک موضوع دلیلی بر درستی آن و محق بودن ما نخواهد بود.

۶- رهبری و موفقیت گروهی تفاوت

۷- ایجاد فرصت ممکن است از شرایط این‌طور به نظر برسد که نمی‌توان فیلمی با بعد جهانی ساخت، یا در این شرایط نمی‌توان کاری با کیفیت انجام داد. می‌توان پنداشت که اوضاع سیاسی و اقتصادی نامناسب است و همین موضوع دلیل کافی است برای این که حرکتی نکرد. می‌توان برای وجود ضعف‌ها و کاستی‌ها زمین و زمان را متهم کرد. اما فرهادی از تهدیدها و محدودیت‌ها استفاده می‌کند و روش خلاقانه‌ای را برای بیان موضوع مورد نظر خود پیدا می‌کند.

۸- دوری از حاشیه‌ها

بسیاری از افراد حرفه‌ای بزرگترین شکست‌ها را وقتی متحمل می‌شوند که خود را درگیر حاشیه‌ها کنند. وقتی درگیر بحث‌های لفظی می‌شوند و شروع به صحبت درباره دیگران می‌کنند. این افراد بزرگترین ضربه‌ها را وقتی می‌خورند که خود را درگیر جریان‌ها و بازی‌های عجیب و غریب می‌کنند.

اما یک فرد حرفه‌ای - فرهادی - که رویکردش رسیدن به هدف است، خود را از حاشیه‌ها دور می‌کند و وارد بازی‌ها و درگیری‌های لفظی نمی‌شود.

آغاز فاز نهایی ساختمان اتاق اهواز

گفتنی است در فاز سوم و نهایی، عملیات تکمیل و راه اندازی ساختمان اتاق انجام می گیرد که اهم آن به شرح زیر است:

- عملیات سفت کاری شامل ایجاد دیواره های پیرامون ساختمان و دیواره های جداکننده داخلی، کف سازی و نماسازی داخلی و خارجی ساختمان.

- تکمیل و راه اندازی سیستم مکانیکال شامل لوله کشی های آب فاضلاب و استقرار پمپ های مخازن آب و آتش نشانی، نصب و راه اندازی آسانسورهای پیش بینی شده و اجرای کانال های سیستم تهویه مطبوع ساختمان.

- تکمیل و راه اندازی سیستم الکتریکال شامل کابل کشی و سیم کشی و لوله گذاری جهت تامین روشنایی و نصب تابلوهای برق و ترانس های مربوطه و سیستم های هشدار دهنده. روند اجرای ساختمان اتاق طبق برآوردهای زمانی مشاور حدود ۱۴ ماه است که با تمهیدات صورت گرفته انشالله از اواسط سال آینده به بعد باید منتظر پایان عملیات اجرایی و رونمایی از ساختمان جدید اتاق اهواز باشیم

خوشبختانه با مدیریت منسجم و برنامه ریزی دقیق انجام شده، فاز یک و دو عملیات اجرایی ساختمان اتاق به پایان رسید و ادامه روند اجرایی ساختمان وارد مرحله نهایی و پایانی شد.

در طول مدت زمان اجرای فاز ۱ و ۲ با پیگیری های منظم ریاست و هیئت رئیسه اتاق اهواز بودجه لازم فازهای اجرایی تامین و برنامه ریزی های گسترده ای هم جهت انجام فاز پایانی اجرا در دستور کار قرار گرفت. با توجه به اهمیت پروژه ساختمان، بازدید هم توسط جلال پور، نایب رئیس اتاق ایران و علیخانی سرپرست امور استانهای اتاق ایران در ماه جاری صورت گرفت و ایشان در جریان روند روبه رشد اجرای ساختمان اتاق قرار گرفتند.

همچنین اسناد برآورد پیمان جهت تکمیل کارهای باقی مانده توسط مشاور برای اجرای فاز نهایی ساختمان و انتخاب پیمانکار تهیه شد که در نهایت با انتخاب پیمانکار فاز سوم، پروژه آغاز گردید.