

در نشست کمیسیون تجارت، خدمات و ارتباطات اتاق بازرگانی اصفهان عنوان شد:

طراحی و پیگیری استراتژی ملی صادرات زمینه‌ای برای تسهیل تجارت

نشست تخصصی تشریح همکاری‌های سازمان توسعه تجارت با مرکز بین‌المللی تجارت ITC با حضور مشاوران بین‌الملل و توافق‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران برگزار شد.



به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان در این نشست که به همت کمیسیون تجارت، خدمات و ارتباطات اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد، **میرهادی سیدی** با ارایه توضیحاتی در خصوص نهادهای بین‌المللی مرتبط با حوزه تجارت گفت: وظیفه مرکز بین‌المللی تجارت ITC حمایت عملی از تجار و تجارت بین‌الملل و تسهیل فرایند تجارت است. به همین دلیل این مرکز در خصوص تعامل و تجارت با 50 کشور به تدوین استراتژی و برنامه ملی صادرات پرداخته است.

وی از برگزاری نشست‌هایی با اتحادیه اروپا برای تبیین وضعیت سیاست‌های تجاری طرفین خبرداد و تصریح کرد: در یکی از این نشست‌ها مصوب شد 8 میلیون یورو از سوی این اتحادیه به مرکز بین‌المللی تجارت برای تسهیل تجارت ایران داده شود و این همکاری از سال 98 آغاز شد.

مشاوران بین‌الملل و توافق‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران حمایت از طراحی و اجرای استراتژی ملی صادرات، بررسی و تقویت توان مدیریتی و عملیاتی سازمان توسعه تجارت با سازمان‌های مشابه، اجرای برنامه تسهیل تجارت جوانان و حمایت از کارآفرینی صادرات محور، ارتقاء ظرفیت ملی در زمینه ارایه اطلاعات تجاری به صادرکنندگان و توسعه زنجیره‌های ارزش در راستای تحقق استراتژی صادرات محور را از محورهای موجود در تفاهم‌نامه مذکور عنوان کرد.

سیدی با تأکید بر اینکه موارد دیگری چون تدوین استراتژی کوتاه مدت صادرات نیز در این تفاهم‌نامه وجود دارد، افزود: در فرایند تدوین این استراتژی، تیم کارشناسی ITC و کارشناسان بین‌المللی، همچنین تیم 18 نفره‌ای با حضور دستگاه‌های دولتی مانند گمرک و استاندارد، وزارتخانه‌های مختلف و نمایندگانی از اتاق‌های بازرگانی ایران و تعاون به عنوان تیم طرف مشورت ایران حضور داشته‌اند.

مشاوران بین‌الملل و توافق‌های تجاری سازمان توسعه تجارت با بیان اینکه استراتژی ملی صادرات مجموعاً در 7 جلد به دو زبان فارسی و انگلیسی تدوین شده است تصریح کرد: در جلد اصلی این استراتژی مباحث کلان مرتبط با تجارت شامل مدیریت کیفیت، اطلاعات تجاری و ترویج تجارت و کارآفرینی گنجانده شده است. وی افزود: به طور کلی در حدود 120 اقدام در حوزه کلان تجارت که به تمامی بخش‌ها کمک می‌کند باید انجام شود.

سیدی گردشگری، فن‌آوری اطلاعات، میوه و سبزیجات، گیاهان دارویی، کالاهای پتروشیمی و قطعات خودرو را نیز از زیربخش‌های موجود در این استراتژی معرفی نمود.

وی چارچوب تدوین استراتژی ITC را تعیین اهداف استراتژیک، اهداف کاربردی و در ذیل آن اقدامات عملی و اجرایی بیان و تأکید کرد: در استراتژی ملی صادرات کشورمان 359 اقدام عملی و 5 سال زمان پیش‌بینی شده که شامل 29 هدف استراتژیک و 102 هدف کاربردی است.

سیدی در ادامه استفاده از توان کارشناسی بین‌المللی، اجماع ملی بین بخش‌های خصوصی و دولتی و تعیین راهکارهای عملی در سطح جهانی برای رفع مشکلات را از ویژگی‌های تدوین استراتژی ملی صادرات مرکز بین‌المللی تجارت عنوان کرد.

وی کمک به تقویت توان مدیریتی و عملیاتی سازمان توسعه تجارت و اجرای برنامه تسهیل تجارت جوانان و حمایت از کارآفرینی صادرات محور را از دیگر اقدامات ITC بیان و تصریح کرد: در این راستا برای پرورش تعدادی تاجر توانمند، فراخوانی از سوی سازمان توسعه تجارت ایران منتشر شد که شتاب‌دهنده صادرات بردار اتاق بازرگانی اصفهان با مشارکت در این فراخوان از سوی ITC به عنوان یکی از همکاران این مرکز برای تربیت تاجر انتخاب شد. وی همچنین افزود: برای حمایت از کارآفرینی نیز قرار است 500 نفر تربیت شوند.

در ابتدای این نشست نیز **علیرضا جاوری**، مشاور کمیسیون تجارت، خدمات و ارتباطات اتاق بازرگانی اصفهان با اشاره به نتایج مطلوب تدوین راهبردهای ملی صادرات از سوی سازمان توسعه تجارت گفت: مواردی که به عنوان مزایای رقابتی کشورمان در این سند لحاظ شده بیشتر منابعی برای کسب مزیت رقابتی بوده که در صورت تبدیل شدن به قابلیت، ممکن است باعث افزایش چالش‌ها شوند.

وی عدم اصلاح ساختار مالکیت به ویژه در حوزه مالکیت فکری، سطح پایین سیاست‌گذاری‌های کلان و عدم توجه به سازوکارهای بازار را از جمله مشکلات اقتصاد کشورمان دانست.

جاوری توجه ویژه به کارآفرینی، حجم سرمایه‌گذاری و نوآوری را از موتورهای اصلی محرک رقابت‌پذیری کشورها دانست و توجه به این موارد در سند را ضروری عنوان کرد. وی همچنین آغاز مبحث رقابت‌پذیری از شرکت‌های کوچک و متوسط را در رقابت‌پذیر کردن صنعت موثر دانست.