

## ایجاد کارگروه شرکت‌های مدیریت صادرات در اتاق بازرگانی اصفهان

نخستین جلسه کارگروه شرکت‌های مدیریت صادرات (EMC) ذیل کمیسیون تجارت، خدمات و ارتباطات اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان به آسیب شناسی موانع رجوع شرکت‌های تولیدی به شرکت‌های مدیریت صادرات و راهکارهای فرهنگسازی استفاده از ظرفیت این شرکت‌ها اختصاص یافت.



به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان **علیرضا جاوری**، مشاور کمیسیون تجارت، خدمات و ارتباطات اتاق بازرگانی اصفهان در ابتدای این جلسه ضمن اعلام ایجاد کارگروه شرکت‌های مدیریت صادرات ذیل کمیسیون تجارت گفت: از آنجا که آینده صادرات کشور و برنامه ریزی های سازمان توسعه تجارت بر بستر شرکت‌های مدیریت صادرات بوده و تخصصی سازی اساس و پایه پیشرفت اقتصادی هر کشور است، کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی اصفهان با ایجاد کارگروه شرکت‌های EMC قصد دارد به آسیب شناسی موانع رجوع واحدهای تولیدی به این شرکت‌ها و ارایه راهکارهای فرهنگ سازی استفاده از ظرفیت آنها بپردازد.

وی افزود: با توجه به ضرورت تقویت شرکت‌های مدیریت صادرات نهادهای سیاست گذار در تلاش برای حمایت و مانع زدایی از فعالیت این شرکت‌ها هستند.

در ادامه جلسه مدیران عامل شرکت‌های مدیریت صادرات استان اصفهان عدم معرفی مناسب شرکت‌های مدیریت صادرات به فعالان اقتصادی، عدم آگاهی تولیدکنندگان از خدمات این شرکت‌ها، عدم اعتماد کافی به شرکت‌های مدیریت صادرات، نوع قرارداد این شرکت‌ها، عدم شفافیت اطلاعات مالی برخی از شرکت‌های تولیدی، عدم تعریف الگوی درآمدی درست برای شرکت‌های مدیریت صادرات، نبود تنوع در بازار صادراتی کشور و صادرات تک محصولی، نبود بانک اطلاعاتی جامع از شرکت‌های تولیدی کوچک و متوسط، نداشتن شناخت کافی دستگاه‌های اجرایی دولتی از شرکت‌های مدیریت صادرات، مشکلات مربوط به تعهدات بازگشت ارز حاصل از صادرات را از موانع رشد شرکت‌های مدیریت صادرات عنوان کردند.

در این کارگروه همچنین ضمن تاکید بر ضرورت ایجاد تنوع در بازارهای صادراتی کشور از طریق مشارکت و همکاری تولیدکنندگان با شرکت‌های مدیریت صادرات، بر نقش سازنده و مهم حاکمیت برای ایجاد مزیت رقابتی بین شرکت‌های مدیریت صادرات و تخصصیتر شدن آنها تاکید شد.