



## گلشیرازی در حاشیه رونمایی از برنامه راهبردی کمیسیون تجارت اتاق اصفهان: برای توسعه صادرات استان اصفهان باید استراتژی های تهاجمی اتخاذ کنیم

دومین جلسه کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی اصفهان با رونمایی از برنامه راهبردی این کمیسیون و کمیته های زیرمجموعه برگزار شد.

دومین جلسه کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی اصفهان با رونمایی از برنامه راهبردی این کمیسیون و کمیته های زیرمجموعه برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان، «مسعود گلشیرازی» رییس کمیسیون تجارت در این جلسه گفت: این کمیسیون با توجه به شرایط حاکم بر اقتصاد، تجارت و محیط کسب و کار استان اصفهان و نگاه به آینده جهت برون رفت از رکود حاکم اقتصادی و کمک به تجارت استان و بهره گیری از تیم تخصصی در زمینه تدوین استراتژی اقدام به تدوین این برنامه راهبردی نمود. وی تصریح کرد: مطابق نتایج به دست آمده از تدوین این برنامه راهبردی برخی از استراتژی های تعیین شده در حوزه های مختلف تجارت، خدمات و ارتباطات عبارتند از بررسی تحلیل محیط داخلی و بیرونی فعالان اقتصادی در زمینه توسعه صادرات نشان دهنده وجود ظرفیت های بالقوه بسیار و معدود نقاط ضعفی است که با برطرف نمودن این نقاط ضعف می توان فرصت های بیشمار محیط بیرونی را به دست آورد. وی اضافه کرد: محیط بیرونی برای توسعه صادرات استان اصفهان محیطی سرشار از فرصت های با ارزش است در حالی که تهدیدات مقابل آن کم رنگ تر است لذا برای توسعه صادرات استان اصفهان استراتژی های تهاجمی باید اتخاذ شود. گلشیرازی خاطر نشان کرد: در ارتباطات با واردات در محیط داخلی نقاط قوت و ضعف همسنگ بوده و در محیط بیرونی نسبت به فرصت های مفروض بیشتر خودنمایی تهدیدات را شاهد خواهیم بود و در صورت عدم وجود هوشمندی لازم، تهدیدات شرایط فعالان اقتصادی در امر واردات را با مخاطره جدی روبرو می کند و استراتژی واردات بایستی بیشتر محافظه کارانه بوده و بر حفظ شرایط موجود و بر بهینه سازی آن تاکید کند. عضو هیات نمایندگان اتاق اصفهان اضافه کرد: در ارتباط با مالکیت معنوی نقاط قوت و ضعف با هم و فرصت ها و تهدیدات با هم همسنگ هستند بنابراین بدون ایجاد زیرساخت های فرهنگی، اجتماعی و قانونی وضعیت مالکیت معنوی در جامعه همین شرایط موجود خواهد بود لذا استراتژی در قبال مالکیت معنوی استراتژی تدافعی است. گلشیرازی اظهار داشت: در مورد برند تجاری نقاط ضعف در برند سازی، عدم توجه تولید کنندگان به توسعه نام تجاری و تولید صادرات محور بر نقاط قوت این حوزه برتری دارد و در صورتی که با تغییر نگرش، توسعه نام تجاری با بهره گیری از اهرم برند شهری قوی اصفهان در دستورکار فعالان اقتصادی قرار نگیرد با برقراری ارتباطات و باز شدن درها به روی برندهای خارجی، تولیدکنندگان بیش از پیش با کاهش تقاضا و رکود در کسب و کار مواجه خواهند بود بنابراین در این حوزه استراتژی های محافظه کارانه و تدافعی توصیه می شود. وی در ادامه گفت: در ارتباط با تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات نقاط قوت و ضعف بسیاری وجود دارد و اگر توجه لازم به مباحثی همچون تجارت الکترونیک، بازاریابی الکترونیک و استفاده از تکنولوژی های نوین که لازمه اساسی توسعه تجارت است توسط فعالان اقتصادی در دستور کار قرار گیرد و نگاه به تکنولوژی اطلاعات تغییر یافته و به آن به عنوان یک صنعت و یک ضرورت توجه شود آینده ای درخشان و مملو از فرصت روبروی صنعت تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات پیش روی فعالان آن خواهد بود که حتی تهدیدات قوی ورود رقبای جدید نیز نمی تواند رشد سریع آنها را متاثر نماید. لذا استراتژی تهاجمی راهگشای فعالان این حوزه خواهد بود. گلشیرازی حمل و نقل را یکی از مهمترین زیرساخت های گردشگری برشمرد و گفت: در حوزه حمل و نقل نقاط ضعف و قوت بسیاری از جمله در ارتباط با زیرساخت های لازم و ناوگان جاده ای وجود دارد و در صورت بهره گیری از برنامه ریزی منسجم و ایجاد مشارکت های قوی و نوسازی امکانات می توان فرصت های متعددی برای فعالان این بخش متصور بود لذا استراتژی های تهاجمی و استراتژی های محافظه کارانه به ترتیب برای این حوزه توصیه می شود. وی افزود: توجه به فعالیت های گمرک و بهینه سازی خدمات از طریق ایجاد پنجره واحد و توسعه روشها و بهینه سازی آنها و فراهم آوردن شرایط اظهار از راه دور و اصلاح قوانین و مقررات و حفظ ثبات آنها و کاهش تعداد طبقات تعرفه های موجود در راستای تسریع امور فعالان اقتصادی می تواند به فعالان اقتصادی در زمینه توسعه صادرات و واردات هدفمند کمک نماید.

گلشیرازی خاطر نشان کرد: بنابر این راهکار گذر از شرایط فعلی اقتصادی و تجارت، توسعه صادرات غیر نفتی و توانمند سازی تجار، صنعتگران و تقویت و پشتیبانی صاحبان خدمات مهندسی و فناوری اطلاعات و ایده سازان است و این مهم با بکارگیری برنامه های راهبردی تدوین شده فوق و عملیاتی نمودن این برنامه ها توسط اتاق بازرگانی اصفهان امکان پذیر می شود.

«مجید کرباسچی» نایب رییس کمیسیون تجارت و مسوول کمیته فناوری اطلاعات در این جلسه گفت: کمیته تجارت الکترونیک ترکیبی از چهار گروه دانشگاهی، صنعت و تجارت، اعضای از صنف ICT و افرادی که مرتبط با حوزه ICT در دولت هستند. پنج کارگروه شامل واردات محصولات ICT، کارگروه صادرات ICT، کارگروه تجارت الکترونیک، کارگروه توسعه زیرساخت و خدمات فناوری اطلاعات که صنعت و تجارت را بررسی می‌کند؛ و آن را مجهز به ابزار تجارت الکترونیک و ICT مجهز کند.

«اعظم رحیمی» مسوول سامانه مدیریت اطلاعات جامع امور گمرکی اداره کل گمرکات اصفهان درخصوص سامانه مدیریت اطلاعات جامع امور گمرکی و تاثیر آن در تسهیل تجارت گفت: این سازمان در راستای تحقق گمرک الکترونیک و بر اساس طرح پیکارد سازمان جهانی گمرک، اقدام به تولید و پیاده سازی سامانه جامع گمرکی با امکان پوشش کلیه فرآیندها و عملیات ترخیص کالا از لحظه ورود کالا به قلمرو گمرکی تا اتمام تشریفات ترخیص کالا با همکاری جمعی از استادان و دانشجویان نخبه دانشگاه تهران کرده است.

«حمیدرضا مومنی» مسوول کمیته توسعه صادرات در این جلسه گفت: این کمیته سه کارگروه آموزش و توسعه ، بازارهای صادراتی و بانک اطلاعات تشکیل داده است و برای هرکارگروه هم برای تبادل تخصصی اطلاعات در فضای مجازی یک گروه در نظر گرفته شد .