



کمیته کارشناسی امکان سنجی تشکیل کنسرسیوم های صادراتی در آذربایجان شرقی برگزار شد

جلسه «کمیته کارشناسی امکان سنجی تشکیل کنسرسیوم های صادراتی در آذربایجان شرقی» در اتاق تبریز برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق تبریز، جلسه «کمیته کارشناسی امکان سنجی تشکیل کنسرسیوم های صادراتی در استان» با موضوع تعیین برنامه هیئت موسس کنسرسیوم صادراتی در اتاق تبریز برگزار شد.

در ابتدای جلسه، سید یوسف حسینی، رئیس کمیسیون صادرات و مدیریت واردات اتاق بازرگانی تبریز با اشاره به اینکه در جلسه گذشته، شش نفر به عنوان اعضای هیئت موسس جهت تاسیس و ارائه برنامه کنسرسیوم صادراتی انتخاب شده اند، هدف تشکیل جلسه را هم اندیشی و ارائه برنامه تاسیس کنسرسیوم عنوان کرد.

وی با اشاره به اینکه شرکت های بزرگ، مشکلی در صادرات تولیدات خود ندارند، گفت: ایجاد کنسرسیوم باید در قالب برند و عمومی باشد. چنانچه این تجربه در استانی مثل یزد اتفاق افتاده است که با اقدام جمعی خود در بازارهای هدف حضور یافته اند.

قلی پور، عضو هیئت موسس این کنسرسیوم با تاکید بر اینکه ابتدا باید شاهد تدوین اساسنامه و تعیین اهداف کمیسیون باشیم، گفت: باید نقش کنسرسیوم مشخص شود که آیا کنسرسیوم مستقیماً اقدام به واردات یا صادرات خواهد کرد یا به عنوان حق العمل کار یا کارگزار، نقش ایفا خواهد کرد.

وی ادامه داد: چنانچه کنسرسیوم به عنوان نهاد مستقل شروع به کار کند باید کالاهای صادراتی و برند مخصوص را انتخاب کند که در این صورت احتمالاً شرکت هایی متمایل به استفاده از برند دیگری برای کالای خود نباشند اما روش دوم یعنی ایفای نقش کنسرسیوم به عنوان حق العمل کار یا کارگزار، موثرتر خواهد بود.

ارشدی، مدیرعامل شرکت ریخته گری تراکتورسازی و عضو هیئت موسس کنسرسیوم صادراتی استان گفت: چندین سال است وزارت صنایع، معادن، وزارت بازرگانی سابق و سازمان توسعه تجارت برنامه های حمایتی خود را جهت توسعه صادرات اجراء می کنند اما با عدم توفیق همراه بوده که علت آن را در کافی نبودن ساز و کارها و مشکل دانش و مهارت صادرکنندگان و عمیق نبودن دانش و مهارت آن ها می توان دانست.

وی برخی شروط لازم برای توفیق کنسرسیوم را داشتن نگاه بنیادی، قائم به اشخاص نبودن، عدم اتکاء به دولت در بحث های مالی، تشویفی و حمایتی، دانش و مهارت افزایی صادرکنندگان و اعتمادآفرینی مابین فعالان اقتصادی عنوان کرده و گفت: حرکت در مسیر ایجاد و فعال کردن کنسرسیوم باید به نحوی نباشد که عنوان تجربه ناموفق، باعث عدم ورود سایر فعالان اقتصادی به این بحث شود.

ارشدی اظهار نمود: در ایجاد کنسرسیوم، در ابتدای امر کار را باید از گام های کوچک شروع کنیم و شرکت های پیشرو، هرکدام در فعالیت تولیدی خود، چندین شرکت را حمایت کرده و زمینه حضور کالاهای آن ها را با برند خودشان در بازارهایی که به دست آورده اند، مهیا کنند.

مدیرعامل شرکت ریخته گری تراکتورسازی با اشاره به عدم امکان حضور شرکت های دولتی و نیمه دولتی به عنوان سهامدار در کنسرسیوم به دلیل نوع مالکیت آنها و محدودیت هایی که دارند، خواستار تعیین راه هایی برای استفاده از ظرفیت این شرکت ها و مشارکت آن ها در کنسرسیوم صادراتی استان شده و گفت: اما پیش از تمامی این اقدامات، آموزش و ترویج این اقدام یک پروسه دو تا سه ساله است که در اولویت باید مدنظر قرار گیرد.

صدیقی، عضو هیئت موسس کنسرسیوم با تاکید بر توجه به مزیت های نسبی و مطلق صنعت، معدن و کشاورزی استان گفت: یک بانک اطلاعات جامع از فعالان اقتصادی و تولیدات استان نیاز است تا با مشخص شدن ظرفیت ها، نقشه راه برای ایجاد کنسرسیوم تعریف شود.

وی، تعیین مشاورینی که تعریف آکادمیک از تمام ابعاد اعم از شکل، فرم و نحوه فعالیت کنسرسیوم را ارائه دهند را ضروری دانسته و گفت: یکی از اعضای هیئت موسس به نمایندگی از این هیئت، نظارت بر اجرای آن را به عهده بگیرد.

صدیقی گفت: وجود هیئت مدیره ای صاحب تجربه، خارج از تیم اعضای کنسرسیوم جهت اداره امور کنسرسیوم به دلیل مشغله های کاری تولیدکنندگان و صاحبان صنایع ضروری است. تشکیل کنسرسیوم با نیت حمایت از شرکت های کوچک و متوسط باید انجام گیرد چرا که شرکت های بزرگ در بحث بازاریابی و صادرات مشکلی ندارند و می توانیم با تاسیس و توفیق در اداره کنسرسیوم صادراتی، تولید ناخالص داخلی را بالا ببریم.

وی با اشاره به تجربه های ناموفق ایجاد مراکز تجاری اختصاصی در کشورهای مختلف، علل آن را در عدم توجیه بنگاه های اقتصادی، عدم توجه به بحث آموزش عنوان و تشکیل و توفیق کنسرسیوم را در اهتمام بخش خصوصی و عدم تکیه به حمایت های مالی دولتی دانست.

صدیقی خواستار ایجاد ستاد یا دبیرخانه ای در محل اتاق بازرگانی برای انجام امورات کنسرسیوم و شناسایی شرکت های موفق و همچنین شرکت های متمایل به همکاری شد.

باقری دیگر عضو هیئت موسس کنسرسیوم با اشاره به تجربه تشکیل کنسرسیوم صادرات لوازم خانگی استان، ضعف در فرهنگ تجاری و کارگروهی تجار و تولیدکنندگان استان را عامل انحلال این کنسرسیوم عنوان کرد و بحث آموزش و توانمند سازی مستمر فعالان اقتصادی استان را ضروری برشمرد و بر استفاده از تجربیات کشورهای موفق در تشکیل کنسرسیوم های صادراتی به عنوان الگو تاکید کرد.

قالیچه باف، عضو دیگر هیئت موسس کنسرسیوم صادراتی استان نیز گفت: در شرایط فعلی اقتصادی، شرکت های موفق، حمایت از شرکت های کوچک و متوسط را به عنوان یک وظیفه و مسئولیت اجتماعی می توانند، انجام دهند و چون ثبت رسمی کنسرسیوم پروسه سه الی چهار ساله ای خواهد داشت، شروع فعالیت کنسرسیوم می تواند به صورت غیررسمی و غیرثبیتی در قالب های مختلفی از جمله برون سپاری و غیره انجام شود تا پس از یک دوره تجربه موفق، فعالیت رسمی کنسرسیوم را شروع کنیم.

محرم پور، مدیر واحد کسب و کار اتاق تبریز نیز با اشاره به دستورالعمل ایجاد و اداره کنسرسیوم ها، گفت: در این دستورالعمل، بحث آموزش هنر صادرات به صادرکنندگان توسط سازمان توسعه تجارت و شرکت شهرک های صنعتی به صورت معرفی مربی یا مروج قبل از تأسیس کنسرسیوم پیش بینی شده است و در بحث آمار و اطلاعات اقتصادی مورد نیاز نیز با تشکیل این مرکز در اتاق بازرگانی تبریز می توان با جذب سرباز صنعت از متخصصین رشته آمار و سایر رشته های مرتبط استفاده و همچنین اتاق فکر آموزشی را در کنار هیئت مؤسس ایجاد کرد.

در این جلسه مقرر شد بحث تأسیس ستاد یا دبیرخانه ایجاد کنسرسیوم صادراتی در محل اتاق تبریز از مسئولین اتاق پی گیری شده و جلسه آتی با حضور یک اتاق فکر تلفیقی از کارشناسان، این حوزه و معتمدان شهرستان صنعت، تشکیلات معتمدان منطقه انتخابات نمایندگان شود.

