



تجارت، مؤثرتر از دیپلماسی در حل چالش‌های بین‌المللی

رایزن بازرگانی جمهوری اسلامی ایران در لبنان با حضور در غرفه اتاق بازرگانی تبریز در نمایشگاه ایران اکسپو گفت: با اشاره به اهمیت حضور ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی به ویژه ایران اکسپو، از افزایش استقبال شرکت‌های خارجی در دوره‌های اخیر خبر داد و ابراز امیدواری کرد که این روند به امضای قراردادهای تجاری بیشتر و گسترش حضور ایران در بازارهای جهانی منجر شود.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، ابراهیم محمدرضازاده؛ با اشاره به اینکه رایزنی‌های بازرگانی در کشورهای هدف به عنوان بخشی از ساختار سفارتخانه‌ها عمل می‌کنند، گفت: در طول هفت دوره‌ای که در تهران و لبنان فعالیت داشتم، شاهد نظم و توسعه بیشتر این رویدادها بوده‌ام. امیدوارم حضور شرکت‌های خارجی به نمایندگی برندهای ایرانی در بازارهای هدف منجر شود.

لبنان کشوری بدون تعرفه و بوروکراسی فرسوده!

رضازاده با بیان این مطلب که نمایشگاه‌ها نقش مهمی در خنثی‌سازی اثر تحریم‌ها ایفا می‌کنند و تجارت خارجی خود به دنبال راهکارهایی مانند تهاوت و انتقال وجه هستند، افزود: تجارت گاهی بهتر از دولت‌ها می‌تواند راه حل مشکلات را بیابد. ما معتقدیم لبنانی‌ها، به ویژه مهاجران لبنانی مقیم آفریقا و آمریکای لاتین، با خوشنامی و مهارت بالای تجاری می‌توانند نمایندگان مناسبی برای برندهای ایرانی باشند. وی لبنان را کشوری با ظرفیت بالا و با ساختار دولتی کوچک اما آزاد معرفی کرد و گفت: لبنان با ۴۰ کشور از جمله اتحادیه اروپا، آمریکا و کشورهای عربی توافق نامه تجارت آزاد دارد. با تولید مشترک در لبنان می‌توان کالاها را بدون تعرفه به بازارهای بزرگ صادر کرد.

صنعت چرم تبریز می‌تواند دوباره بدرخشد، اگر بخواهد!

رایزن بازرگانی ایران در لبنان همچنین به تجار ایرانی به ویژه فعالان استان آذربایجان شرقی و تبریز توصیه کرد، پیش از ورود به بازار صادراتی، ارزیابی دقیقی از توانمندی خود داشته باشند و از ابزارهای رایگان موجود برای ارزیابی آمادگی صادراتی بهره ببرند. وی تأکید کرد که کفش چرم تبریز ظرفیت بی‌نظیری برای برند شدن در بازارهای اسلامی دارد و پیشنهاد داد چند تولیدکننده برتر با تشکیل یک شرکت مدیریت صادرات، برندسازی حرفه‌ای را آغاز کنند: چرم تبریز با ذبح حلال تولید می‌شود و این نکته می‌تواند مزیت رقابتی مهمی در بازار کشورهای اسلامی باشد. برندسازی، قیمت‌گذاری درست و تبلیغات حرفه‌ای می‌تواند جایگاه کفش تبریز را در کنار برندهای جهانی تثبیت کند. در پایان، رضازاده تأکید کرد که صادرات حرفه‌ای نیازمند نگاه بلندمدت، برنامه ریزی دقیق و همکاری جمعی است تا برند ملی ایران در بازارهای جهانی بدرخشد.