

یادداشت منتشر شده دبیر اتاق تبریز در پایگاه خبری اتاق ایران؛

بازگشت به وظایف ذاتی و حرکت به سوی نسل چهارم اتاق‌های بازرگانی

جعفر محرم‌پور، دبیر اتاق بازرگانی تبریز در یادداشت منتشر شده در پایگاه خبری اتاق ایران آنلاین، بر لزوم حرکت به سوی نسل چهارم اتاق‌های بازرگانی تأکید کرد.



برای ایفای نقشی مؤثر در اقتصاد ملی، اتاق‌های بازرگانی باید به وظایف و مأموریت‌های ذاتی خود بازگردند. قانون اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، دوازده وظیفه مشخص برای این نهاد تعیین کرده است که یکی از مهم‌ترین آن‌ها، کمک به توسعه صادرات است.

در شرایطی که ایران با پیچیده‌ترین تحولات اقتصادی، سیاسی و بین‌المللی دهه‌های اخیر مواجه است؛ از تحریم‌های گسترده گرفته تا نوسانات اقتصادی و تورم افسارگسیخته؛ فضای کسب و کار کشور با چالش‌هایی کم سابقه اما هم‌زمان با فرصت‌هایی نو روبه‌رو شده است. در چنین محیط پویایی، انطباق‌پذیری و رویکرد راهبردی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای تمام نهادهای اقتصادی، اعم از دولتی و خصوصی است.

امروز، کسب و کارهای ایرانی بیش از هر زمان دیگری به ابزارهای هوشمند، داده‌محور و نوآورانه برای حرکت در بازاری نیاز دارند که به سرعت در حال دگرگونی است. در این میان، وجود نهادی توانمند، شفاف و با قدرت هدایت‌گری مؤثر، اهمیتی دوجندان می‌یابد.

اتاق بازرگانی تبریز طی دهه‌های گذشته، از نهادهای صرفاً تدارکاتی به سازمانی مشورتی، مطالبه‌گر و پیونددهنده منافع بخش خصوصی و نهادهای حاکمیتی تبدیل شده است. این تحول ارزشمند، اکنون نیازمند گام‌هایی جسورانه‌تر و هدفمندتر است تا اتاق بتواند پاسخ‌گوی نیازهای پیچیده و در حال تغییر فعالان اقتصادی استان باشد.

برنامه راهبردی جدید اتاق بازرگانی تبریز با هدف تبدیل این نهاد به سازمانی چابک، مقاوم و آینده‌نگر طراحی شده است؛ نهادهای که فراتر از نقش لابی‌گر، به تسهیل‌گر موفقیت‌پایدار کسب و کارها و موتور محرک توسعه اقتصادی استان بدل شود. این برنامه، حاصل جامع‌ترین فرایند برنامه‌ریزی راهبردی در تاریخ اتاق است؛ فرایندی مبتنی بر مشورت، مشارکت و بهره‌گیری از تجربه‌ی ذی‌نفعان کلیدی شامل اعضای هیئت‌رئیس، نمایندگان، کارآفرینان و صاحبان کسب و کار.

تمرکز این تحول بر گسترش دامنه اثرگذاری و ارتقاء کیفیت خدمات اتاق است. خدمات نوینی همچون تحلیل‌های تجاری کاربردی، ارتقای مزایای عضویت، توسعه شبکه‌سازی B2B، ارائه مشاوره تخصصی به بنگاه‌های کوچک و متوسط، و طراحی محرک‌های رشد صادراتی، با هدف خلق ارزش افزوده ملموس برای اعضا در دستور کار قرار گرفته‌اند.

هدف نهایی، ایفای نقشی فعال، مؤثر و منحصربه‌فرد در اکوسیستم اقتصادی استان و کشور، با تمرکز بر حوزه‌های دارای مزیت رقابتی و واگذاری فعالیت‌های خارج از تخصص به نهادهای مربوطه است.

اتاق بازرگانی تبریز در این مسیر، بر چند سرمایه‌راهبردی اتکا دارد:

جایگاه دیرینه و اعتماد عمومی در میان فعالان اقتصادی.

توانمندی منحصربه‌فرد در ایجاد ائتلاف و هم‌افزایی منافع متنوع.

تجربه موفق در مطالبه‌گری هوشمند و مسئولانه.

ظرفیت نمایندگی طیف گسترده‌ای از کسب و کارهای کوچک تا بزرگ.

برنامه راهبردی ۱۴۰۴ اتاق، نقشه‌راهی شفاف، منعطف و قابل به‌روزرسانی است که هم‌زمان چارچوبی برای پایداری به اهداف و استانداردهای عملکردی سازمان فراهم می‌کند.

باین حال، پرسشی که طی سال‌های گذشته همواره از سوی فعالان اقتصادی مطرح بوده این است:

«اتاق بازرگانی چه تأثیری در بهبود فعالیت حرفه‌ای دارد و چگونه می‌تواند باری از دوش تولیدکننده بردارد؟»

پاسخ این پرسش، در بازتعریف نقش‌ها و بازنگری در رویکردها نهفته است. ماهیت اصلی اتاق‌های بازرگانی در ارائه مشاوره، آموزش و تسهیل‌گری صادراتی است. بر همین اساس، اتاق تبریز طی دو سال گذشته، گام بلندی به سوی حرکت به نسل چهارم اتاق‌ها برداشته است. یکی از مصادیق مهم این تحول، راه‌اندازی مرکز شتاب آنلاین تبریز (TAC: Tabriz Acceleration Center) است؛ نهادهای برای مشاوره، آموزش و توانمندسازی صادرکنندگان.

TAC: پایگاه هوشمند برای صادرات هدفمند

مراکز شتاب‌دهی صادرات، با هدف ارتقای دانش و مهارت‌های صادراتی تولیدکنندگان طراحی شده‌اند. نخستین نمونه از این مراکز به صورت دفتر مشاوره‌ای در اتاق بازرگانی ایران آغاز شد و سپس اتاق اصفهان با راه‌اندازی «شتاب‌دهنده بردار» تجربه‌ای موفق را رقم زد. در تبریز نیز با الگوبرداری از ساختار مراکز شتاب آمریکا، طرح راه‌اندازی مرکز شتاب از حدود ۱۸ ماه پیش مطرح و عملیاتی شد.

سه گام کلیدی برای موفقیت این پروژه - یعنی حساس‌سازی، اعتمادسازی و تدوین برنامه عملیاتی - با دقت در اتاق تبریز دنبال شده است. نتیجه این تلاش‌ها، شکل‌گیری نهادهای شده‌ای است که اکنون از نگاه جامعه هدف، مرجعی معتبر برای مشاوره، کسب اطلاعات و برنامه‌ریزی صادراتی به شمار می‌آید.

وب‌سایت رسمی مرکز شتاب تبریز به نشانی TACtrade.ir امکان ثبت درخواست، دریافت مشاوره آنلاین و دسترسی به اطلاعات تخصصی را فراهم کرده است. خدمات مشاوره‌ای در موضوعاتی مانند حقوق بین‌الملل، مالکیت معنوی، قوانین تجارت در کشورهای هدف و نحوه تعامل با بازرگانان خارجی به صورت متنی یا آنلاین ارائه می‌شود.

خدمات این مرکز بر اساس کشور هدف و محصول صادراتی تقسیم‌بندی شده و اطلاعات دقیقی مانند آداب معاشرت، نحوه ارتباط با تجار خارجی، مقررات صادرات، تعرفه‌ها و الزامات قانونی در اختیار کاربران قرار می‌گیرد. همچنین، با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، امکان برگزاری جلسات B2B مجازی با بیش از ۲۰ تاجر و تولیدکننده فراهم شده است.

در حال حاضر، اطلاعات تخصصی مربوط به ۱۷ کشور هدف در پایگاه اینترنتی مرکز شتاب بارگذاری شده و شش میز تجاری فعال زیر نظر این مرکز فعالیت دارند. همچنین بخش «سوالات متداول» در دست طراحی است تا پاسخ‌گویی به پرسش‌های پرتکرار تسهیل شود.

شفافیت آماری؛ پیش‌نیاز تصمیم‌گیری صحیح

یکی از چالش‌های مهم در حوزه صادرات، فقدان آمار دقیق و شفاف در سطح ملی است. به دلیل تحریم‌ها و تهاوت نفت با کلاً، بخشی از صادرات کشور در آمار رسمی گمرکات لحاظ نمی‌شود. همچنین، بسیاری از تولیدکنندگان استان آذربایجان شرقی صادرات خود را از طریق گمرکات استان‌های دیگر انجام می‌دهند؛ در نتیجه، آمار صادرات استان ناقص است.

اتاق تبریز بر این باور است که مبنای سنجش واقعی باید کارت بازرگانی فعالان باشد، نه صرفاً محل گمرک خروج کالا. بر همین اساس، در دو سال گذشته اقداماتی از جمله راه‌اندازی مرکز آمار و

اطلاعات، تأسیس مرکز پژوهش و انتقال دبیرخانه میزهای تجاری از سازمان صمت به اتاق تبریز انجام شده است. ایجاد مرکز شتاب، حلقه نهایی این زنجیره نهادی به شمار می رود.

بازاریابی؛ حلقه مغفول در زنجیره تولید

مشکل بازاریابی همچنان یکی از بزرگ ترین چالش های صادراتی است. بسیاری از تولیدکنندگان بدون تحلیل بازار هدف، وارد فرآیند تولید می شوند. این در حالی است که مراکز شتاب دهنده ای همچون TAC دقیقاً برای پاسخ به این خلأ طراحی شده اند.

دیپلماسی اقتصادی و گفتمان سازی ملی

حضور هم زمان دولت و بخش خصوصی در سفرهای خارجی، فرصتی برای تقویت دیپلماسی اقتصادی و طرح چالش ها در سطوح بالای تصمیم گیری فراهم می آورد. اتاق تبریز نیز با طرح مسائلی همچون نرخ واقعی ارز و همکاری های تجاری با کشورهای همسایه، نقش فعالی در شکل گیری گفتمان های ملی ایفا کرده است.

برای نمونه، پیشنهاد استاندار آذربایجان شرقی درباره توسعه همکاری های تجاری با کشورهای همجوار، پس از تصویب رئیس جمهوری، توسط اتاق تبریز به نقشه راه تبدیل شد؛ نقشه ای که بیش از ۸۰ درصد محتوای آن مبتنی بر ظرفیت های مرکز شتاب تبریز بود. این تجربه نشان داد که نهادهای بخش خصوصی در صورت برخورداری از برنامه، تخصص و انسجام می توانند نقش راهبردی در سیاست گذاری های ملی ایفا کنند.

طرح و ارائه پروتکل پیشنهادی مدیریت شرایط بحرانی اتاق تبریز

اتاق بازرگانی، تبریز با تکیه بر تجارب میدانی اخیر و پیشنهاد اولیه اتاق ایران در مواجهه با بحران های امنیتی و اقتصادی، پروتکل پیشنهادی مدیریت شرایط بحرانی بخش خصوصی را به عنوان طرحی جامع، اجرایی و آینده نگرانه ارائه کرد.

این پروتکل با هدف ایجاد انسجام عملیاتی میان نهادهای اجرایی، نهادهای پشتیبان اقتصادی و فعالان بخش خصوصی در شرایط اضطراری (اعم از جنگ، تحریم، اختلالات اینترنتی، بحران های زیرساختی یا بلایای طبیعی) طراحی شده و چارچوب مشخصی برای استمرار فعالیت بنگاه ها، حفظ اشتغال، تأمین زنجیره تولید و پایداری اقتصادی در مقاطع بحرانی ارائه می دهد، بسته مجازی سامانه TAC این فرصت را برای رصد مشکلات اعضا به این شکل خواهد داد.