



/تحلیل اقتصادی نشریه اتفاق از صادرات/

نگاهی به جایگاه حوزه صادرات در رونق اقتصادی کشور
قفل‌هایی که باید گشوده شوند!



اتفاق بازرگانی، صنایع، معادن
و کشاورزی کرمانشاه
شماره ۰۱/سال یازدهم/۱۳۹۶

۳۸

و هم شاهد غلبه دوباره صادرات بر واردات بوده‌ایم. برای این سال تراز تجارتی کشور شامل ۴۳ میلیارد و ۹۳۰ میلیون دلار صادرات و ۴۳ میلیارد و ۶۸۴ میلیون دلار واردات بوده که با اختلاف ۲۴۶ میلیون دلاری به نفع صادرات بوده است.

این امر اگرچه به معنای غلبه صادرات غیرنفتی بر صادرات نفتی نیست، اما بخش عمده‌ای از این صادرات را محصولات پتروشیمی تشکیل می‌دهند که براساس سیاست‌های اقتصادی کشور برای جلوگیری از خامفروشی نفت و گاز صورت گرفته است.

بخش مهمی از کشورهای هدف صادراتی در این دو سال به کشور عراق تعلق داشته که در همسایگی استان کرمانشاه قرار دارد. نزدیک به ۱۵ درصد صادرات کالاهای ایرانی در این مدت به عراق صادر شده است که یک سوم آن از مرزهای استان کرمانشاه بوده است.

با توجه به همه موارد فوق ذکر چند نکته درباره صادرات و بهبود وضعیت صادراتی کشور ضروری به نظر می‌رسد.

ثبت شدن تراز تجارتی کشور هرگز به معنای بهبود وضعیت اقتصادی به معنای رونق حوزه‌های تولید و اشتغال و کمک حوزه صادراتی به رشد سرمایه‌گذاری و حرکت دیگر مولفه های اقتصادی به سمت مثبت و مطلوب نیست.

البته در کنار برتری صادراتی لازم است به بحث واردات هم توجه لازم را داشته باشیم تا در حوزه تامین کالاهای مورد نیاز کشور دچار چالش نشده و کشور در تنگی کالاهای ضروری و مورد نیاز قرار نگیرد.

برای بهبود وضعیت صادراتی سرمایه‌گذاری در این عرصه لازم و ضروری است. در این زمینه می‌توان هم به سرمایه‌گذاری داخلی و هم سرمایه‌گذاری خارجی تکیه کرد و وضعیت تراز تجارتی کشور را هر چه بیشتر بهبود بیخشیم.

قدر مسلم حجم تجارتی ایران با توجه به ظرفیت‌های متعدد اقتصادی، صنعتی و کشاورزی، از حدود ۹۰ میلیارد دلار در دو سال ۹۴ و ۹۵ فراتر است و لازم است با سرمایه‌گذاری اصولی و هدایت برخی از سرمایه‌های سرگردان و نقدهایی به این بخش، در وهله اول به رونق صادرات و بهبود وضعیت تجارتی و در وهله دوم به رونق اقتصادی کشور کمک کنیم.

در بحث مشوق‌های صادراتی، اگرچه تلاش و همت دو بخش دولتی و خصوصی بر تشویق صادرکنندگان بوده و برنامه‌های خوبی هم در طی سال‌های اخیر هم از سوی دولت و هم از سوی بخش خصوصی به اجرا درآمده است، اما تاخیر در پرداخت جوایز صادراتی و گاهی فراموشی این امر باعث ایجاد سستی و بی‌انگیزگی فعالان شده و در روند کلی امر صادرات تاثیر چندان مثبتی ندارد.

این امر به معنای این نیست که فعالان حوزه صادرات، برای دریافت مشوق‌های صادراتی تلاش می‌کنند، بلکه به این معناست که در همه کشورهای جهان و از سوی دولتها و با هدف حمایت از بخش صادراتی جوایزی به فعالان اعطای می‌شود تا هم ارزش تلاش‌شان را ارج بهند و هم به رونق اقتصادی کشور خود کمک کنند.

وجود صادرات به عنوان یک مولفه اقتصادی مهم، نشان دهنده پویایی و زنده بودن اقتصاد یک کشور در عرصه جهانی و منطقه‌ای است و تراز تجارتی هم نشانه‌ای از ارتباطات سازنده و تعامل اقتصادی با فعالان دیگر کشورهاست.

الصادرات، چه آن زمان که به شیوه پایاپایی صورت می‌گرفت و چه زمانی که با وجود پول صوری و کاغذی صورت می‌گیرد و چه حالا که پول مجازی رونق‌بخش آن است، همواره کلید موقوفیت‌های اقتصادی یک کشور در یک منطقه یا یک قاره و یا حتی در گستره جهانی بوده است.

اگرچه تعریف صادرات برای اقتصادهای تک محصولی چندان گسترده و دائمه صادرات همه جانبه انواع کالاهای را ندارد، اما همین محصول خاص هم، بسیاری از نیازهای کشورهای هدف را تامین کرده و نقشی کلیدی در گستره منطقه‌ای یا جهانی دارد.

اقتصاد مبتنی بر نفت کشور ما اگرچه سال‌هاست انجک تک محصولی بودن در عرصه صادراتی را بر پیشانی ما چسبانده است، اما در طول چند سال اخیر، تلاش برای رهایی از این چنبره را آغاز کرده است.

کشور ما می‌توانست و می‌تواند مقام اول صادرات پسته، زعفران و فرش را در دنیا به خود اختصاص داده و اختصاص دهد تا از دام تک محصولی رهایی پیدا کند.

توسعه فعالیت‌های تولیدی در این بخش و باز کردن فضا برای صادرات محصولات این حوزه، می‌تواند به معنای واقعی ما را از دام از دام اقتصادی نفتی رهایی بخشند.

اگرچه تحریم‌های گسترده و فلک‌نده برای مدتی فضا را به سمتی بردنده که دیگران و با استفاده از مستبدنده محصولات ما در این عرصه‌ها، تلاش کردند تا جای ما را در صادرات در این زمینه بگیرند، اما تعامل با جهان و بازگشت ایران به عرصه جهانی که در سایه توافق هسته‌ای صورت گرفت، باعث شد تا فعالان اقتصادی ما، تا حدود زیادی به بازارهای صادراتی جهان برگردند.

ثبت شدن تراز تجارتی اقتصاد ما برای دو میلیون سال و در سال ۹۵ نشان از این بازگشت داشت. کشورما در دو سال اخیر نشان داد که تلاش دارد تا از یک کشور صرفاً واردکننده محصولات دیگر کشورها، با وجود صادرات برخی کالاهای، به یک کشور با تراز مثبت صادراتی تبدیل شود.

ثبت شدن تراز تجارتی در این دو سال یعنی صادرکنندگان

ما توانسته‌اند با غلبه بر واردات، حجم و میزان محصولات

صادراتی کشور را ارتقا بخشیده و به بخش صادرات رونق

بلهند.

رونق صادرات، البته رونق تولید، رونق و رشد اقتصادی، افزایش درآمد ملی، افزایش اشتغال و دیگر مولفه‌ها را در بی داشته باشد. در دو سال گذشته صادرات کالاهای محصولات

داخلی با اختلاف اندکی از واردات پیشی گرفت.

این رقم در سال ۹۴ حدود ۹۱۶ میلیون دلار مازاد صادراتی بوده و شامل ۴۲ میلیارد و ۴۱۵ میلیون دلار صادرات و ۴۱ میلیارد و ۴۹۹ میلیون دلار واردات بوده است.

برای سال ۹۵ ما هم شاهد افزایش حجم صادرات و واردات



نوین آن ارائه شود و البته در کنار آموزش، با راهاندازی واحدهای تبدیلی، بسته‌بندی و فرآوری محصولات حوزه‌های مختلف نسبت به عرضه مناسب و مطلوب کالا به مبادی صادراتی اقدامات لازم صورت پذیرد.

البته ایجاد تسهیلات و روانسازی مقررات در بخش گمرکات و تلاش برای ایجاد سامانه‌های ثبت سریع و انجام اقدامات کمرگی در کمترین زمان برای ترخیص کالا از دیگر ضروریات این امر است که اگرچه تا حدودی محقق شده است، اما تا وضعیت مطلوب و مناسب فاصله زیادی دارد. متاسفانه در برخی از موارد کالاهای برخی از فعالان اقتصادی به دلیل مسائل حاشیه‌ای چون تعطیلات چند روزه در گمرک می‌ماند و ترخیص کالا با تأخیر قابل توجه صورت می‌گیرد که در عرصه صادرات قابل قبول نیست.

در این زمینه روانسازی مقررات پیش از ارائه کالا در گمرک و در زمان ثبت و انجام امور اداری هم از ضروریات این عرصه است که لازم است از سوی سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت مورد توجه قرار گیرد.

با همه گفته‌ها، مهمترین اصل در حوزه صادرات همکاری مطلوب و مناسب دو حوزه دولتی و خصوصی است. این دو بخش دو بال مهم در عرصه اقتصاد و بهویژه در حوزه صادرات هستند و همپوشانی و همکاری مناسب این دو بخش باعث رونق حوزه اقتصادی خواهد شد، امری که متاسفانه در بسیاری از دوره‌ها با شکاف‌های زیادی همراه بوده و حوزه اقتصاد را با چالش‌های زیادی روپرور کرده است و گاهی به رکود رسیده است.

الصادرات یکی از مزیت‌های نسبی مهم استان کرمانشاه است، هم مرزی با کشور عراق باعث شده کرمانشاه بتواند بخش مهمی از صادرات ایران به عراق یعنی معادل حدود ۵۰ درصد صادرات را به خود اختصاص دهد.

متاسفانه طی یک یا دو سال اخیر به دلیل مشکلات داخلی و جنگی که کشور عراق در گیر آن بود شاهد بودیم که روند صعودی صادرات کرمانشاه از دست رفته است و حتی در سال گذشته مقداری هم کاهش صادرات داشتیم. در ادامه نظرات کارشناسان اقتصادی استان را در خصوص افت صادرات استان در سال ۹۵ میخوانیم:



مزیت‌ها را به مرزهای کرمانشاه برگردانیم
* کیوان کاشفی، رئیس اتاق کرمانشاه و عضو هیات
رئیسه اتاق ایران

سویه دیگر حمایتی بخش دولتی از حوزه صادراتی کشور، ارائه تسهیلات و اعتبارات مورد نیاز از طریق نظام بانکی و مالی است. خوشبختانه در دولت یازدهم با مصوبه هیات وزیران سود تسهیلات صندوق توسعه ملی به بخش صادرات به ۱۱ درصد کاهش یافت که سهم مهم و بزرگی در رونق این بخش دارد. البته اخصاص بخشی از اعتبارات این صندوق به اعطای تسهیلات به بخش صادرات هم نکته مشیتی است که صورت گرفت.

این اقدام اگرچه لازم است، اما کافی نیست. با توجه به کفه سنگین حضور دولت در بخش‌های مختلف اقتصادی و حضور فعالان اقتصادی بهویژه فعالان صادراتی در کنار حضور دولت، لازم است روانسازی قوانین و مقررات و ایجاد تسهیلات برای حضور مطلب تر بخش خصوصی از سوی دولت مورد توجه قرار گیرد تا شاهد رونق هر چه بیشتر حوزه صادرات باشیم.

یکی از اصول مهم دیگر در این عرصه که باید از سوی دولت مورد توجه قرار گیرد، انجام مذاکرات و تشریفات برای انعقاد تفاهم‌نامه‌های همکاری با برخی از کشورهای جهان است که فعالان صادراتی ایرانی حضور گسترده‌ای در آنها دارند. امضای تفاهم‌نامه‌های همکاری در حوزه‌های قضایی و حقوقی یکی از مهمترین این اصول است.

به عنوان نمونه فعالان صادراتی ایران که در حوزه عراق فعالیت دارند، به دلیل نبود تفاهمات حقوقی و قضایی میان دو کشور، در مورد مبادلاتی که گاهی به عدم تفاهم می‌رسد، در گیر مشکلات عدیده‌ای در سیستم قضایی عراق شده و از حق قانونی خود برای دریافت حقوق مالی خود محروم می‌شوند.

در سال‌های اخیر تجار زیادی از منطقه کرمانشاه و کردستان به دلیل همین امر متحمل زیان‌های زیادی شده و امکان طرح دعوا در دادگاه‌های این کشور را هم نیافرته‌اند تا از حق قانونی و حقوقی خود دفاع کرده و این حق را استیفا کنند. از دیگر نکات و ضرورت‌های مهم در عرصه صادرات که باعث بروز مشکلاتی برای فعالان شده است، وجود نگاه سنتی به امر صادرات در کشور نهادت. صادرات در جهان کنونی امری مدرن بوده و تابع برخی از ضوابط و مقررات و البته دانش نوین است که با ساختارهای سنتی گذشته فاصله زیادی دارد.

ارائه مطلوب و مناسب کالا براساس قرارداد در وهله نخست و سپس عرضه آن با بهترین شکل و فرم ویژگی مهم و بزرگ صادرات در جهان کنونی است.

متاسفانه بسیاری از تجار بهویژه در استان کرمانشاه بدون هیچ گونه قرارداد همکاری در حوزه صادرات اقدام به صادرات کالا به فعالان بهویژه به فعالان عراقی می‌کنند که در پاره‌ای از موقع دچار مشکلات مالی شده و متحمل زیان‌های زیادی هم شده‌اند.

بعد دیگر عرضه نامناسب کالاست که در برخی از موارد به صورت فله صورت می‌گیرد که بعد صادراتی کالا را زیر سوال می‌برد.

به نظر می‌رسد که لازم است برخی از آموزش‌های لازم برای آشنایی فعالان حوزه صادرات با صادرات به معنای مدرن و



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن
و کشاورزی کرمانشاه
شماره ۰۱ سال یازدهم، ۱۳۹۷

افزایش می دهد و از همین رو آنها به جای مرز پرویز خان به سمت مرزهای عربنشین از جمله سومار، مهران و حتی مرزهای استان خوزستان سوق پیدا کرده‌اند.

وی این دلیل را عامل اصلی کاهش صادرات از مرزهای استان دانست و تأکید کرد: با بد به سرعت راهکارهایی برای جبران این وضعیت بیاندیشیم و برای هر مرز استان یک ماموریت ویژه تعريف کنیم

به گفته این مسئول، خوشبختانه کرمانشاه یک مزیت ویژه دارد و آن قابلیت تعامل هم‌مان با دو بخش مرکزی و اقلیم کردستان عراق است.

کافشی اظهار کرد: دو مرزخسروی و سومار که با بخش عربی عراق هم‌جوارند می‌توانند بخشی از کاهش صادرات پرویز خان را پوشش دهند.

کافشی با بیان اینکه از این پس باید بر روی مرز سومار حساب ویژه‌ای باز کنیم و هر آنچه که تا کنون سرمایه‌گذاری روی مرز پرویز خان صورت گرفته به سمت سومار سوق دهیم، ادامه داد: به ویژه باید به بعد حمل و نقل در مرز سومار توجه ویژه شود.

وی با بیان اینکه مرز سومار مسیر بسیار کوتاهی تا مندلی عراق دارد، ادامه داد: این مسیر کوتاه باعث می‌شود هزینه حمل و نقل از مرز سومار نصف مرز پرویز خان باشد.

عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی ایران گفت: اما از سوی دیگر راه دسترسی مرز سومار نیز باید مورد توجه ویژه قرار گیرد، زیرا راه کوتونی از سه راهی گیلانغرب به سومار که حدود ۶۰ کیلومتر است بسیار نامناسب است که تقاضای دویانده شدن آن را نداریم اما حداقل باید تسطیح شود تا عبور و مرور خودروها به راحتی صورت گیرد.

کافشی خاطرنشان کرد: موضوع دیگر کم بودن ساعت کاری در مرز سومار است و این مرز حتماً باید ۲۴ ساعته شود تا تردد با سرعت بیشتر و زمان کمتری در این مرز انجام شود.

به گفته این مسئول، رسی شدن مرز نیز باید با جدیت در مدت کوتاهی پیگیری شود.

رئیس اتاق بازرگانی استان کرمانشاه در خصوص مرز "خسروی" نیز اظهار کرد: برای مرز خسروی باید بر روی صادرات موادغذایی تمرکز کنیم، زیرا در سمت عراق آزمایشگاه مناسبی در این خصوص وجود دارد و فعلاً این قابلیت در مرز سومار وجود ندارد.

کافشی با بیان اینکه باید برای مرز پرویزخان هم تدبیری اندیشید، یادآوری کرد: باید افزایش و تنوع رویه‌های گمرکی را در این مرز داشته باشیم، زیرا اکنون کمترین قدری همراه با این مرز داریم.

وی با انتقاد از اینکه هنوز رویه ترانزیت از این مرز انجام نمی‌شود، بیان کرد: اگر این رویه برقرار شود می‌توان روزانه تردد ۴۰۰ تا ۳۰۰ دستگاه کامیون را در مرز پرویزخان داشت.

عضو هیات رئیسه اتاق ایران معتقد است، رویه ترانزیت قطعاً باید فقط به سوخت محدود باشد.

رئیس اتاق بازرگانی استان کرمانشاه گفت: به علاوه واردات از مرز پرویزخان هم باید مورد توجه قرار گیرد که البته اکنون واردات خودرو مجوز گرفته اما خیلی روی آن کار نمی‌شود.

الصادرات یکی از مهمترین مولفه‌های توسعه اقتصادی برای استان مرزی مانند کرمانشاه است، استانی که با تزدیک به ۳۷۰ کیلومتر مرز مشترک با کشور عراق، نیمی از صادرات ایران به عراق را بر عهده دارد.

ویژگی مهم استان کرمانشاه هم مرز بودن با دو بخش اقلیم کردستان و دولت مرکزی است که باعث می‌شود بتوانیم از از طریق مرزهای استان با هر دو بخش تعامل مناسبی داشته باشیم.

اگرچه طی چندین سال گذشته صادرات از مرزهای کرمانشاه به عراق همواره روند صعودی داشته، اما متأسفانه در سال گذشته کاهش حدود ۳۰ درصدی را در صادرات استان شاهد بودیم.

در خصوص دلایل کاهش صادرات و راهکارهای آن گفت و گویی با ریاست اتاق بازرگانی کرمانشاه داشتیم که در زیر آمده است.

رئیس اتاق بازرگانی استان کرمانشاه با اشاره به روند کاهشی صادرات استان در سال ۹۵، گفت: در سال گذشته متابفانه حدود ۲۸ تا ۳۰ درصد تنزل صادرات داشتیم و متابفانه این کاهش صادرات در دو ماهه امسال نیز حدود سه تا چهار درصد نسبت به مدت مشابه رخ داده، این در حالی است که صادرات از مرزهای استان کرمانشاه طی ۱۰ سال گذشته همواره روند صعودی داشته است.

کیوان کافشی افت حدود ۳۰ درصدی را بسیار چشمگیر دانست و افroot: در درجه اول باید به دلایل این کاهش صادرات پردازیم و نسبت به آن واکنش سریع و مناسب داشته باشیم.

وی اظهار کرد: دلیل این کاهش صادرات به هیچ عنوان متوجه تجار و تولیدکنندگان ما نیست و کاهشی در تولیدات کارخانه‌های استان هم نداشتیم و همه این گروه‌ها مانند روال گذشته کار خود را پیش می‌برند.

عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی ایران عامل اصلی کاهش صادرات در استان کرمانشاه را مسائل داخلی کشور عراق و در نتیجه آن از دست رفتن مزیت برخی از مرزهای کرمانشاه خصوصاً مرز "پرویزخان" داشت.

کافشی با بیان اینکه در گذشته پرویزخان شریان صادرات از ایران و کرمانشاه به تمام عراق و حتی بخش‌های مرکزی این کشور بود، تصریح کرد: کالا در گذشته از طریق این مرز وارد مناطق کردنشین عراق می‌شد و این مناطق ترمینالی برای توزیع کالا به سراسر عراق بود.

وی با اشاره به تعارضاتی که اکنون بین اقلیم کردستان و دولت مرکزی ایجاد شده، افroot: اقلیم کردستان، تشریفات گمرکی و... دارد و از قوانین بخش مرکزی تبعیت نمی‌کند.

رئیس اتاق بازرگانی استان کرمانشاه بیان کرد: اکنون دولت مرکزی بین اقلیم کردستان و بخش عرب نشین خط حائلی ایجاد کرده که در این خط حائل تشریفات گمرکی، بررسی خودروها و بازدیدهایی صورت می‌گیرد که آنجا هم به دلیل نبود تخصص کافی، گاهی برخورد سلیقه‌ای صورت می‌گیرد.

کافشی معتقد است، این روند هزینه و زمان را برای تجار

دلیل این کاهش
 الصادرات به هیچ عنوان
 متوجه تجار و
 تولیدکنندگان ما نیست
 و کاهشی در تولیدات
 کارخانه‌های استان هم
 نداشتیم و همه این
 گروه‌ها مانند روال
 گذشته کار خود را
 پیش می‌برند.
 عامل اصلی کاهش
 الصادرات در استان
 کرمانشاه مسائل داخلی
 کشور عراق و در
 نتیجه آن از دست
 رفتن مزیت برخی از
 مرزهای کرمانشاه
 خصوصاً مرز
 "پرویزخان" است.



Kermanshah Chamber
Of Commerce, Industries,
Mines & Agriculture



*** خلیل حیدری، مدیر کل گمرک استان کرمانشاه**

مدیر کل گمرکات استان کرمانشاه با اینکه سال گذشته بیش از ۱۸ میلیارد دلار کالا از مرزهای کرمانشاه به خارج از کشور صادر شده، گفت: متأسفانه این رقم نسبت به سال گذشته کاهش داشته است. خلیل حیدری درخصوص دلایل این کاهش صادرات، ابتدا اشاره‌ای به وضعیت مرزهای استان داشت و افزود: ما پنج مرز رسمی و بازارچه داریم که صادرات از طریق آنها به عراق صورت می‌گیرد و هریک از این مرزها با بخشی از کشورها عراق مجاور است.

وی ادامه داد: شوشمی و شیخ صله از جمله این مرزها هستند که البته اکنون عمدتاً به صورت یک بازارچه مرزی فعالیت دارند و میزان تبادل کالا نیز در این دو بخش قابل توجه است.

مدیر کل گمرکات استان کرمانشاه یادآوری کرد: ما در این دو مرز مشکلاتی داریم که باعث می‌شود روند صادرات خوب پیش نزود، از مهمترین این مشکلات می‌توان به راه دسترسی اشاره کرد که فعالیت را برای تجار دشوار می‌کند.

حیدری با این اینکه مسیر این دو مرز عمدتاً کوهستانی و دشوار است، افزود: این امر هزینه تمام شده را برای تجار بالا می‌برد زیرا کامیون‌ها به دلیل ناهموار بودن راه، بار را به راحتی جابجا نمی‌کنند.

به گفته این مسئول، نکته دیگری که در مورد دو مرز شوشمی و پرویز خان وجود دارد این است که عده کالاهایی که از این بازارچه‌ها صادر می‌شود کالاهایی با حجم زیاد و ارزش اقتصادی کم است، کالاهایی مانند سیمان، کلینیک، خاک هماتیت و ...

حیدری تصریح کرد: محدودیت‌هایی که در طرف عراقی برای برخی کالاهای از جمله سیمان اعمال شده از دیگر مشکلات این دو مرز است که مجموع این عوامل باعث شده کاهش یک تا دو درصدی صادرات از این مرزها را داشته باشیم.

وی خاطرنشان کرد: البته با این وجود اکنون در مرز شیخ صله روزانه ۱۰۰ تا ۲۵۰ کامیون و در مرز شوشمی نیز روزانه حدود ۱۰۰ کامیون تردد و جابجایی بار دارد.

مدیر کل گمرکات استان کرمانشاه معتقد است اگر زیرساخت‌های لازم در این دو مرز فراهم شود و شرایط و

کافی بر لزوم تنوع بخشیدن به رویه‌های صادرات از مرز پرویزخان هم تاکید کرد و صادرات مشتقات نفتی را مهمترین آنها دانست.

وی در ادامه با اشاره به اینکه ۹۰ درصد صادرات کرمانشاه به عراق است و نمی‌توان از این بازار غافل بود، یادآوری کرد: در کنار بازار عراق باید برای بازارهای دیگری از جمله بازار سوریه هم برنامه داشته باشیم، زیرا به نظر می‌رسد این کشور کم کم به آرامش نزدیک می‌شود و می‌تواند بازار خوبی برای ایران باشد.

عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی ایران از برنامه ریزی برای ورود به بازار سوریه خبر داد و عنوان کرد: قرار است اتاق بازرگانی دعوت از رایزن اقتصادی و سفیر این کشور را داشته باشد.

کافی معتقد است سوریه می‌تواند بازار خوبی برای لوازم ساختمانی، سیمان، خدمات فنی و مهندسی و ... داشته باشد و به علاوه اگر این کشور بازسازی را آغاز کند عراق هم از صنایع ساختمانی خود از جمله سیمان به این کشور خواهد فرستاد و دویاره عراق به سیمان نیازمند می‌شود.

وی عنوان کرد: نکته دیگر بالا بودن هزینه تمام شده کالاهای تولیدی در داخل ایران است که از قدرت رقابت با محصولات مشابه کشورهای دیگر می‌کاهد و برای این بخش هم باید برنامه داشته باشیم و حمایت‌های ویژه‌ای از تولیدکننده برای کاهش هزینه تمام شده صورت گیرد.

رئيس اتاق بازرگانی کرمانشاه با اشاره به اینکه سود بانکی ۲۰ درصدی و مالیات ۲۵ درصدی هزینه تولید ما را ضاغط کرده، یادآوری کرد: از طرف دیگر از سال ۹۱ تا کنون هیچ پوشش حمایتی برای صادرات از جمله حضور در نمایشگاه، جوایز صادراتی و ... نداریم.

کافی افزود: این در حالی است که کالای ایرانی از نظر کیفیت بسیار قابل قبول است اما به دلیل اینکه کشورهای دیگر حمایت بیشتری از تجار خود دارند، کالای دیگر کشورها گوی رقابت را از تولیدات ایران می‌رباید.

رئيس اتاق بازرگانی استان کرمانشاه با این اینکه انجام این موارد نیازمند همکاری همه دستگاه‌ها و بخش‌های مختلف است، تصریح کرد: متأسفانه کارگروه توسعه صادرات که محل همراهی برای صادرات و یکی از حیاتی ترین کارگروه‌ها است بسیار ضعیف برپا می‌شود و ما باید حتماً این کارگروه را روز یکبار داشته باشیم.

کافی اظهار کرد: این راهکارها ممکن است به زودی خود را نشان ندهد و حتی برای یکسال دیگر هم شاهد کاهش صادرات باشیم اما در نهایت نتیجه می‌دهد و ما به جایگاه صادرات گذشته باز می‌گردیم.

عضو هیات رئیسه اتاق ایران در پایان از صادرات به عنوان یک بازار رایگان برای ایران یاد کرد که توجه به صادرات همواره مورد تاکید مقام معظم رهبری هم بوده است و می‌تواند برای کشور ثروت و اشتغال و رفاه ایجاد کند.



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن
و کشاورزی کرمانشاه
شماره ۰۱/سال یازدهم، ۱۳۹۷



امروز تجار عرب خودشان می توانند با ایرانی ها به خوبی رابطه برقرار کنند و به نوعی واسطه کردها حذف شده است، در نتیجه تجار عرب مرزهای دیگر کشور را ترجیح می دهند که با ایرانی ها ارتباط مستقیم داشته باشد نه مرزهایی که به حریم کردستان منتهی می شود.

مشکلی که برای مرزهای ایران با بخش کردنشین ایجاد شده فقط مربوط به استان کرمانشاه هم نیست حتی در مرز باشماق هم کاهش صادرات را داشته ایم.

و راه دسترسی مناسب است. مدیر کل گمرکات استان روش حمل رانیز از دیگر مشکلات مرز سومار بر شمرد که باید به صورت یکسره باشد.

حیدری اظهار کرد: زمان آنکه صادرات دو میلیارد دلاری از مرز پرویزخان داشته باشیم شاید هرگز بازنگردد و باید بر روی مرزی مانند سومار تمرکز کرد و زیرساخت های آن را توسعه داد زیرا این مرز حتی می تواند مرز اول کرمانشاه باشد و باید برای رسمی شدن آن تلاش کرد که مسئولیت این امر بر عهده سایر دستگاه ها نیز هست.

به گفته این مسئول، اکنون فقط گمرک در این مرز مستقر است و اگر این مرز رسمی شود سایر دستگاه ها مانند اداره گذرنامه، اداره استاندارد و ... نیز در این محدوده مستقر خواهند شد.

وی معتقد است، مرز سومار به دلیل نزدیکی که با بغداد و قلب عراق دارد می تواند به خوبی رشد کند و حتی کاهشی که در پرویزخان داشتیم جبران کند

وی گفت: مجموعه همه این مشکلاتی که در مرزها داریم باعث کاهش روند صادرات استان شده است و باد راهکارهایی برای این وضعیت در نظر گرفت.

به گفته این مسئول، یکی از مهمترین راه های افزایش صادرات استان تغییر شیوه حمل بار از روش کامیون به کامیون به روش حمل یکسره است تا هزینه کمتری داشته باشد.

مدیر کل گمرکات استان کرمانشاه با بیان اینکه باید فروش کالاها نیز از شیوه فله ای و بدون بسته بندی فاصله بگیرد، یادآوری کرد: باید از روش های سنتی تجارت فاصله بگیریم و به سمت روش های مرسم و نوین دنیا برویم.

حیدری بر لزوم تولید و عرضه کالای با کیفیت هم تأکید کرد و افزود: نهادهایی مانند اتاق بازرگانی باید آموزش شیوه های نوین تجارت را به تجار و تولیدکنندگان ارائه کنند.

وی افزود: نکته دیگری که باید به آن توجه کنیم توجه به بازار کشورهای دیگر به جز عراق است که البته اکنون هم مقنڑی صادرات به کشورهای افغانستان، ترکیه، عمان، قطر، امارات و ... داریم.

مدیر کل گمرکات استان کرمانشاه ورود به بازار کشورهای دیگر را نیازمند بازاریابی صحیح و توجه به نیازهای کشور هدف داشت و خاطرنشان کرد: این امر در یاد اختیار گمرک نیست و ما فقط می توانیم هرگونه حمایتی که لازم باشد انجام دهیم.

حیدری معتقد است حتی برای اینکه بتوانیم تولیدات ایران را در کشورهای دیگر معروف کنیم باید در این کشورها دفاتر تجاری هم داشته باشیم که متسافنه ما هنوز این دفاتر را در عراق هم تداریم اما رقبای ما مانند چین، مالزی، ترکیه و... در عراق دفتر دارند.

وی گفت: توجه به شیوه صادرات کالا، استانداردها و بسته بندی نیز می تواند به رونق صادرات کمک کند و صدور کالای بی نام و نشان هرگز به سود صادرات ما نیست.

امکانات آن بهتر شود می توان روند صادرات از طریق شوشمی و شیخ صله را افزایش داد.

حیدری سپس به وضعیت مرز رسمی پرویزخان اشاره داشت و خاطرنشان کرد: این مرز در گذشته یک فرصت برای استان بود اما در سال گذشته صادرات از مرز پرویزخان کاهش چشمگیر داشت.

وی دلیل این کاهش چشمگیر را اختلافات سیاسی داخل کشور عراق و بین بخش کردنشین و دولت مرکزی دانست و افزود: نبود مدیریت مشخص و قوانین ثابت باعث شده صادرات از این مرز کاهش یابد.

مدیر کل گمرکات استان کرمانشاه تاکید کرد: در گذشته کالا از طریق مرز پرویزخان به کردستان عراق می رفت و از آنجا بدون تعریف وارد مناطق تحت دولت مرکزی می شد اما امروز به دلیل اختلافاتی که بین این دو بخش ایجاد شده یک کالا برای ورود از بخش کردنشین به سایر مناطق عراق مشمول تعرفه خواهد شد.

حیدری ادامه داد: با این روند کردستان می تواند فقط کالاهای موردنیاز و مصرف خود را وارد کند و کالایی که برای بغداد و یا سایر مناطق باشد حق ورود ندارد.

به گفته این مسئول، این روند باعث شده تجار دیگر تمایل چندانی برای تجارت از طریق این مرز نداشته باشند.

مدیر کل گمرکات استان کرمانشاه اظهار کرد: دلیل دیگر کاهش صادرات مرز پرویزخان این است که در گذشته کردها رابطه خوبی با ایرانی ها داشتند و از طریق این مرز خوب اجناس ایران را در بخش های عربی عراق توزیع می کردند و حتی در این بخش ها مانند بغداد و بصره دفتر داشتند.

حیدری تصریح کرد: امروز تجار عرب خودشان می توانند با ایرانی ها به خوبی رابطه برقرار کنند و به نوعی واسطه کردها حذف شده است، در نتیجه تجار عرب مرزهای دیگر کشور را ترجیح می دهند که با ایرانی ها ارتباط مستقیم داشته باشد. نه مرزهایی که به حریم کردستان منتهی می شود.

وی معتقد است، مشکلی که برای مرزهای ایران با بخش کردنشین ایجاد شده فقط مربوط به استان کرمانشاه هم نیست و حتی در مرز باشماق هم کاهش صادرات را داشته ایم.

به گفته این مسئول، این روند باعث شده حجم صادرات گذشته مرز پرویزخان که قبل از این مرز بود اکنون به سمت مرزهایی مانند مهران، شلمچه، چزابه و سومار هدایت شود.

مدیر کل گمرکات استان کرمانشاه با بیان اینکه در این شرایط وضعیت مرز سومار بسیار بهتر شده، تاکید کرد: این مرز در سال ۹۴ که راه اندازی شد حدود ۱۶ میلیون دلار صادرات داشت و در سال گذشته صادرات آن به ۲۶۷ میلیون دلار رسید و در دو ماهه امسال نیز میزان صادرات آن ۹۷ میلیون دلار بوده است.

حیدری گفت: با این روند حتی می توانیم صادرات ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون دلاری را نیز در مرز سومار داشته باشیم.

وی ادامه داد: متسافنه این مرز با وجود ظرفیت هایی که دارد با مشکلاتی هم مواجه است که مهمترین آن نبود زیرساخت

وی اظهار کرد: در بین کشورهای هدف صادراتی نیز عراق با سهم ۹۸ درصد از واردات کالاها از استان، نخستین و مهمترین شریک تجاری کرمانشاه بوده است و از بین ۳۸۵ قلم کالای صادر شده نیز حدود ۲۵۰ قلم کالا فقط به عراق صادر شده است.

رئيس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه تصريح کرد: دو درصد باقی مانده صادرات نیز در بین ۳۷ کشور دیگر توزیع شده است که خوشبختانه بخش قابل توجهی از آن تولیدات و پتابنیل های داخل استان می باشد، از جمله عصاره شیرین بیان، قیرطبیعی، سنگ های ساختمانی و....

حقیقی با بیان اینکه هم اکنون کشور عراق با هدف حمایت از تولیدات داخلی در فضولی خاص از سال با به کارگیری سیاست های تحديدي مانع از ورود اقلام مشابه داخلی به کشور خود شده است، یادآوری کرد: این امر در شرایطی صورت می گیرد که به دلیل اختلافات بخش های شمالی عراق با جنوب و مرکز آن، کلیه کالاهایی صادره به عراق که از مرز اقليم کرستان به مناطق عرب نشین وارد می شوند نیز علاوه بر پرداخت تعرفه گمرکی به بخش شمالی، ناگزیر به پرداخت تعرفه مجدد به گمرکات جنوب و مرکزی عراق هم می شود.

وی معتقد است، این مسئله باعث کاهش صادرات کالا از مرز پرویز خان به عراق شده است.

به گفته این مسؤول، این سیاست های کشور عراق برای استان کرمانشاه که از ۳۸۵ قلم کالای صادراتی خود ۲۵۰ مورد را با سهم حدود ۹۸ درصدی به عراق صادر می کند آثار و تبعات منفی به همراه داشته است و شاهد کاهش آمار صادرات غیرنفتی به میزان ۲۹ درصد در سال ۹۵ بودیم.

حقیقی با اشاره به اینکه دو کشور ایران و عراق در منطقه غرب آسیا دارای تمدنی کهن بوده و اشتراکات بسیاری دارند، افزود: یکی از مهمترین اشتراکات مهم بین مردم عراق و استان کرمانشاه، امتداد عشاپیر و قیلیه هایی است که نیمی از آن در عراق و نیمی دیگر در استان کرمانشاه ساکن هستند و ارتباطات بسیاری به لحاظ خانوادگی و اجتماعی بین آنها برقرار است.

رئيس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه خاطرنشان کرد: مردم عراق به دلیل اشتراکات فرهنگی، دینی و مذهبی و همچنین همسایگی و مرز مشترکی که با ما دارند تمایل خاصی به کالاهای تولید ایران دارند و البته در این میان به نیاز این کشور و کیفیت و قیمت کالاهای ایرانی در قیاس با سایر رقبا و صرفه اقتصادی ناشی از آن هم باید توجه کرد. وی اظهار کرد: این موارد باعث شده اگرچه رشد منفی ۲۹ درصدی صادرات را که عمدتاً متأثر از سیاست های اعمال شده از سوی طرف عراقی بوده، این کشور همچنان در صدر بازارهای مهم صادراتی استان قرار داشته باشد و سهم ۹۸ درصدی از کالا و خدمات صادره را به خود اختصاص دهد. حقیقی بیان کرد: در حال حاضر که استان کرمانشاه بنا به عوامل متعددی از جمله بعد مسافت، اشتراکات قومی، مذهبی و مرز مشترک کشور عراق را به عنوان اصلی ترین بازار مدد صادراتی خود قرار داده است، لازم است برای



رونق صادرات کرمانشاه با برپایی نمایشگاه در کشورهای خارجی

* "سید نعمت الله حقیقی" رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه صادرات یکی از مهمترین زمینه های توسعه استان کرمانشاه است، استانی که با داشتن بیش از ۳۰۰ کیلومتر مرز مشترک با کشور عراق حدود نیمی از صادرات ایران به کشور عراق را به خود اختصاص می دهد و حتی می تواند دروازه برای صادرات به سایر کشورهای دیگر هم باشد.

اما طی سال های اخیر چون عدمه تمرکز صادرات مرزهای کرمانشاه به کشور عراق بوده و این کشور در بعد داخلی با مشکلاتی مواجه است، روند صادرات چندان صعودی نیست. به علاوه کشور عراق برای حمایت از کالاهای تولید داخل خود، تعرفه هایی را برای واردات کالا وضع کرده که این امر نیز در کاهش صادرات استان کرمانشاه به عراق موثر بوده است.

به نظر می رسد در این شرایط باید به فکر راهکارهایی برای توسعه صادرات و ایجاد بازارهای هدف بیشتری باشیم. در این خصوص گفت و گویی با "سید نعمت الله حقیقی" رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه داشتیم که در زیر آمده است.

رئيس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه با اشاره به تحلیل روند صادرات استان کرمانشاه در سال ۹۵ گفت: در سال گذشته بیش از ۱۸ میلیارد دلار کالا به وزن پنج میلیون و ۵۹۸ هزار تن از مرزهای استان به دیگر کشورها صادر شده است که از نظر ارزش ۲۹ درصد و از نظر وزن ۲۲ درصد کاهش نشان می دهد.

حقیقی ادامه داد: بر اساس بررسی های به عمل آمده و آمار اعلام شده از طریق اداره کل گمرکات استان، گمرک کرمانشاه و پرویز خان بالاترین سهم صادرات را در بین گمرکات استان و بازارچه مرزی شوشمی نیز بیشترین سهم صادرات را در بین بازارچه های مرزی داشته است.

به گفته این مسؤول، در سال گذشته بیش از ۳۸۵ قلم کالا از استان کرمانشاه به ۳۸ کشور جهان صادر شده است که بر اساس ارزش و میزان دلار گوجه فرنگی تازه یا سرد شده، لوازم اداری، سیمان، طروف ملامین، جیوانات زنده از نوع گوسفند، پروفیل، رب گوجه، پروفیل با مقاطع آهن، آلومینیوم و ... بالاترین سهم را به خود اختصاص داده اند.

علاوه بر لزوم فرهنگسازی صادرات و هدفمندسازی واردات باید به دنبال راه اندازی و برقراری روابط جدید واردات و صادرات در مبادی مرزی باشیم.
تعدد بخشیدن به بازارهای هدف صادراتی نیز ضروری است و نباید خود را به بازار عراق محدود کنیم، کشورهای دیگری هم هستند که می توان برای صادرات به آنها برنامه ریزی داشت که مطالعه بازار این کشورها را نیز در دستور داریم.


اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمانشاه شماره ۰۱/ سال یازدهم، ۱۳۹۶

علمی و جوانان نیز استفاده کنیم. به گفته این مسئول، باید به بازارهای دیگر دنیا از جمله اروپا، خاور دور و نیز توجه کنیم خصوصاً کشورهایی مانند هند، چین، مالزی، سنگاپور و

حقیقی افزود: به علاوه یکی از راه‌های حضور پیشتر در بازارهای هدف و فروش کالا برگزاری نمایشگاه در کشورهای خارجی است که این امر را نیز در دستور کار داریم.

وی در خصوص صادرات خدمات نیز تصریح کرد: نباید خود را فقط به صادرات کالا محدود کنیم، امروز دنیا به سمت صادرات خدمات فنی و مهندسی، خدمات کشاورزی و ... می‌رود که ما هم در این زمینه پتانسیل‌های خوبی داریم و خصوصاً می‌توانیم در استان‌های هم جوار در کشور عراق خوب ورود کنیم.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه گفت: باید بازارهای هدف را بشناسیم و بینم این کشورها طی چند سال آینده به چه کالاهایی بیشتر نیاز دارند و عمدها روی این کالاها تمرکز کنیم.

حقیقی برخی رایزنی‌های بین‌المللی در بعد سیاست خارجی از سوی کشورها را نیز ضروری خواند که از ید استان خارج است و اظهار کرد: این رایزنی‌ها خصوصاً برای کشور عراق که وضع تعریف هارا داشته می‌تواند موثر باشد و بتوانیم از این طریق نیز صادرات را توسعه بدیم.

صادرات بر محور فعالیت‌های نمایشگاهی

* رضا سلیم ساسانی / مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی کرمانشاه و رئیس اتاق اصناف استان



بکی از مهمترین بخش‌هایی که در حوزه صادرات باید مورد توجه قرار گیرد و ما همیشه از آن غفلت می‌کنیم، صادرات بر مبنای فعالیت‌های نمایشگاهی است. شاید به جرات بتوان گفت که تاثیرگذارترین اصل در معروفی و صادرات و حتی واردات هر محصولی شرکت و حضور در نمایشگاه است. امروزه در دنیا برپایی نمایشگاه‌های تخصصی، اختصاصی و عمومی به یک روند بسیار مهم در عرصه اقتصادی تبدیل شده است و از همین منظر هم اقتصاد ما با برپایی نمایشگاه متعدد داخلی و خارجی می‌تواند در رشد و بالندگی اقتصادی در عرصه صادرات موقتی‌های زیادی به دست آورد.

فعالیت‌های نمایشگاهی در ایران با راه اندازی مرکز توسعه صادرات در وزارت بازرگانی سابق شکل گرفت و سابقه‌ای حدود ۵۰ ساله دارد، اما با این همه سابق، هنوز نمایشگاه و

گسترش حضور خود در بازار عراق به کالاها و خدماتی که صادر می‌کند تنوع و تعدد بدهد، به علاوه باید خدمات پس از فروش برای مصرف کنندگان و ارتقا کیفیت محصولات نیز مورد توجه قرار گیرد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه معتقد است اقدام دیگری که برای گسترش حضور در بازار عراق ضروری است رقابتی کردن کالا و خدماتی است که صادر می‌شود، هم از بعد کیفیت و هم قیمت که بتواند در کنار سایر رقبا جای خود را در بازار عراق باز کند.

وی تاکید کرد: در کنار حضور در بازار عراق، باید سهم خود را در دیگر بازارهای هدف و سایر کشورها نیز به گونه‌ای عقلانی و منسجم افزایش دهیم.

حقیقی در خصوص شرایطی که برای توسعه صادرات استان باید فراهم شود نیز ادامه داد: یکی از مهمترین راه‌های اعمال مشوق‌های صادراتی برای تولید کنندگان و صادرکنندگان است که بتواند توان رقابتی خود را افزایش دهند و این مشوق‌ها می‌توانند به صورت مالی یا تسهیل قواین باشد.

به گفته این مسئول، ایجاد ردیف بودجه‌ای خاص برای توسعه و تجهیز زیرساختهای بازارچه‌های مرزی نیز برای تسهیل روند صادرات و ارائه خدمات تجارتی به صادرکنندگان ضروری است.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه تاکید کرد: در کار این امر باید ارتقا سطح آگاهی تولید کنندگان و صادرکنندگان را نیز در برنامه داشته باشیم.

حقیقی با اشاره به لزوم فرهنگ‌سازی صادرات و هدفمندسازی واردات از سوی دیگر، خاطرنشان کرد: به علاوه باید به دنبال راه اندازی و برقراری رویه‌های جدید واردات و صادرات در مبادی مرزی باشیم.

وی تعداد بخشیدن به بازارهای هدف صادراتی را نیز ضروری دانست و گفت: باید خود را به بازار عراق محدود کنیم، کشورهای دیگری هم هستند که می‌توان برای صادرات به آنها برنامه ریزی داشت که مطالعه بازار این کشورها را نیز در دستور داریم.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه با اشاره به پیشرفت تکnولوژی و ابزارهای جدیدی که وجود دارد، عنوان کرد: باید از فضای مجازی برای عرضه پتانسیل‌های استان به دنیا استفاده کنیم، به علاوه تجارت الکترونیک را نیز باید بین صادرکنندگان بخش خصوصی ترویج کنیم.

به گفته این مسئول، ایجاد کنسرسیوم‌ها و تشکل‌های صادراتی نیز می‌تواند در افزایش صادرات استان موثر باشد. حقیقی ایجاد دفاتر نمایندگی فعل در بازارهای هدف خصوصاً کشور عراق را نیز ضروری خواند و عنوان کرد: به علاوه باید روی مقوله برنده‌سازی هم بیشتر کار کنیم.

وی معتقد است، ایجاد معابر جدید صادراتی هم می‌تواند به روند توسعه صادرات استان کمک کند.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه بر لزوم همکاری و هم افزایی بخش خصوصی و دولتی برای توسعه صادرات نیز تاکید کرد و گفت: باید از ظرفیت جامعه



Kermanshah Chamber
Of Commerce, Industries,
Mines & Agriculture

شرکت می کنند تا با مذکورات متعدد و فشرده کالای خود را به مشتریان ایرانی عرضه و صادر کنند.

با توجه به همه این نکات به نظر می رسد که ما در کنار همه شیوه هایی که برای صادرات کالاهای خود به دیگر کشورها داریم، باید از مسیر نمایشگاهی هم وارد کنیم و برای این بخش هم سهم جداگانه ای در نظر بگیریم.

آموزش تجار و آشنا ساختن آنان با نمایشگاه های مختلف در جهان و آموزش قواعد و فنون حضور، مذاکره و امضای قراردادهای تجاری و مسائل و مشکلات گمرکی می تواند زمینه حضور اقتصاد ما را در جهان نوین فراهم کند.

این امر با توجه به غیبت چند ساله ما به دلیل تحریم های گسترده، حالا ضرورت پیشتری پیدا کرده است و امیدواریم اتفاق بازگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران با همکاری اتفاق های بازگانی استان ها بتواند علاوه بر فراهم کردن شرایط حضور بخش عمده و بزرگتری از فعالان تجاری ایران در نمایشگاه های بین المللی، زمینه آشنا بی هر چه بیشتر تجار ما با شرایط و بازارهای جهانی را هم از طریق آموزش های حضوری و غیرحضوری فراهم کند.

مسلمان شناخت بازارهای هدف، مبادی صادراتی و وارداتی و

شناخت قوانین و قواعد تجارت در عرصه بین المللی از

ضروریات فعالیت هر فعال اقتصادی است که به دنبال توسعه

فعالیت اقتصادی خویش است و همکاری بخش های دولتی و

خصوصی برای حضور فعالان اقتصادی در عرصه جهانی

اولویت اساسی دارد.

حوزه صادرات استان کرمانشاه؛

مشکلات و ظرفیت ها

* نلسون حضرتی، رئیس سازمان همیاری شهرداری های کرمانشاه و عضو هیات رئیسه اتاق کرمانشاه



استان کرمانشاه با سابقه طولانی در عرصه تجارت که به حدود ۷۰ سال می رسد هم در عرصه داخلی و هم در عرصه منطقه ای جایگاه مهمی در عرصه اقتصادی بهویژه در حوزه صادرات کالا دارد.

حدود ۴۰۰ کیلومتر مرز مشترک با کشور عراق و ۵ گمرک رسمی و بازارچه مرزی، و همچویاری با استان های غربی و نزدیکی به مرکز کشور باعث شده است تا سهم عمله ای در صادرات کالا و خدمات در عرصه داخلی و منطقه ای به این استان دیرپا و تاریخی تعلق گیرد.

این سابقه تاریخی و البته صنایع نوین و مدرنی چون پتروشیمی، سیمان، فولاد و برخی از صنایع دیگر باعث شده

الصادرات بر مبنای حضور در نمایشگاه های مختلف و متعدد، جایگاه زیادی در میان فعالان اقتصادی ما ندارد.

مهمنترین اصل در اقتصاد مبتنی بر الصادرات که نمایشگاه یکی از جلوه های آن است، رقابتی بودن فضاست. یعنی محصول ما در چرخه رقابت میان همه تولید کنندگان و عرضه کنندگان قرار می گیرد و زمانی که محصول ما کیفیت و توان رقابتی با دیگر محصولات و دیگر شرکت ها و دیگر کشورها را نداشته باشد، عمل حضور ما در عرصه صادرات و در نمایشگاه خالی از فایده خواهد بود.

شرط حضور در هر نمایشگاهی، که مسلمان با هدف عرضه محصول و به دنبال آن صادرات آن به دیگر شهرها و کشورها صورت می گیرد، عرضه محصول با کیفیت است. مسلمان محصول و کالایی می تواند برای دیگران جذاب باشد که کیفیت داشته باشد.

این امر یعنی شما توانسته باشید محصولی براساس استانداردهای جهانی تولید کنید که مشتریان جهانی هم داشته باشد.

مولفه دیگر در کنار کیفیت محصول، توانایی عرضه محصول به مشتریان مختلف و متفاوت با فرهنگ ها، سنت ها و دیدگاه های متفاوت است. در این عرصه برگ برنده در دست کسی است که هم محصول خوب و مطلوب عرضه می کند و هم فنون ارائه محصول به دیگران را می داند.

در واقع باید گفت کسی می تواند در یک نمایشگاه محصول خود را به مشتریان متفاوت و متنوع عرضه کند که فنون مذاکره را بداند. دانستن فنون مذاکره نیمی از راه عرضه و صادرات یک محصول به دیگران است.

مسلمان در مذاکرات تجاري به دلیل سود و زیان مالی که وجود دارد، هر طرف تلاش خواهد کرد تا با راهه صادقانه محصول و راهه ادله کافی برای مطلوب بودن محصول خود، مبتنی به دیگر محصولات، طرف مقابل را در پای میز مذاکره نگذارد و قراردادی منعقد کند.

فرآیندی که منجر به امضای قرارداد فی مایین می شود ممکن است کوتاه و یا خیلی طولانی باشد، اما شرط تجارت همین است که باید مذاکره کرد تا به نتیجه رسید.

موضوع دیگر آشنا بی قواعد بازارهای جهانی است که در محیط های نمایشگاهی جریان دارد.

رعايت مذاکرات اولیه و سپس ادامه مذاکرات در طول نمایشگاه یا حتی مدت ها پس از نمایشگاه و آشنا بی با قواعد بازار در زمینه انعقاد قراردادهای تجاري و قوانین مالیاتی و گمرکی دیگر کشورها از دیگر الزمات فعالیت در این حوزه است.

به نظر می رسد که همین دلایل کافی باشد تا بسیاری از تجار و تولید کنندگان ما از حضور در نمایشگاه های جهانی و عرضه محصول و کالای خود به مشتریانی که اصول جهانی تجارت را رعایت می کنند صرف نظر کنند، اما یکی از مهمترین راهها برای توسعه صادرات و رونق اقتصادی، حضور در مجامع جهانی و نمایشگاه هایی با استانداردهای بین المللی است.

همین امر در داخل کشور ما هم صادق است و شرکت های بزرگ بین المللی با این هدف در نمایشگاه های بین المللی ما

ما در کنار همه شیوه هایی که برای صادرات کالاهای خود به دیگر کشورها داریم، باید از مسیر نمایشگاهی هم وارد کنیم و برای این بخش هم سهم جداگانه ای در نظر بگیریم.

آموزش تجار و آشنا ساختن آنان با نمایشگاه های مختلف در جهان و آموزش قواعد و فنون حضور، مذاکره و امضای قراردادهای تجاري و مسائل و مشکلات گمرکی می تواند زمینه حضور اقتصاد ما را در جهان نوین فراهم کند.



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمانشاه
شماره ۰۱/ سال یازدهم، ۱۳۹۶

تاختیر و کندی روند فعالیت‌های گمرکی در گمرکات رسمی مرزی و بازارچه‌ها به دلیل نظام سنتی و کاغذی زمان بر از دیگر مشکلات صادراتی استان ماست. این امر در کنار تعطیلی نسبی گمرکات مرزی خسروی و پرویزخان به دلیل جنگ در عراق باعث کاهش فعالیت صادراتی فعالان استان شده است.

اداری بودن فعالیت گمرکات و تابع بودن تعطیلات رسمی از دیگر عوامل مهم مشکلات صادراتی استان کرمانشاه است که باعث می‌شود گاهی در تعطیلات چند روزه کالاها در گمرک معطل صدور مجوز بمانند.

ناآنسایی فعالان حوزه صادرات با مسائل و مشکلات این حوزه، با وجود برپایی برخی از دوره‌های آموزشی در اتاق بازرگانی، همچنان مشکل بزرگ این عرصه است. تجارت نوین با عرضه نامناسب کالا و بهصورت فله کاملاً بیگانه است و از سوی دیگر انجام مذاکرات و انعقاد قراردادهای مربوطه بین طرفین اصل مهم و اساسی این حوزه است که متأسفانه از سوی بسیاری از فعالان صادراتی هم رعایت نمی‌شود.

محدود شدن حوزه صادرات به ارائه کالا از دیگر مشکلات این عرصه است. صادرات خدمات که در کنار صادرات کالا یکی از پایه‌های تجارت خارجی است در استان ما سهمی ندارد. این در حالی است که نیروی متخصص و تحصیل کرده استان ما می‌تواند در حوزه‌های فنی و مهندسی با انجام چند دوره آموزش عملی به ارائه خدمات فنی و مهندسی به کشورهای دیگر از جمله عراق پردازد که متأسفانه جای آن خالی است.

وجود صنایع و معادن بهویژه در کشور عراق و اقلیم و کردستان فرصت مناسبی است تا استان ما با صادرات خدمات فنی و مهندسی، علاوه بر درآمدزایی، به تقویت بال دیگر تجارت خارجی، یعنی صادرات خدمات، کمک کند.

البته ارائه سبد متنوعی از کالاهای صادراتی با توجه به تنوع محصولات حوزه‌های مختلف از جمله صنعتی، کشاورزی، معدنی و خدماتی یک امر ضروری است و لازم است هم فعالان استانی و هم مدیران دست اندر کار امر صادرات در حوزه دولتی به آن توجه داشته باشند. در کنار سیمان، فولاد، لبیات و چند محصول کشاورزی از جمله گوجه فرنگی که با استقبال زیادی هم روپرورد هستند، لازم است به دیگر محصولات سبد صادراتی هم توجه شود و با بهبود وضعیت عرضه و توجه به مولفه‌های صادراتی نسبت به صادرات این محصولات هم اقدام کنیم. این امر علاوه بر افزایش حجم و میزان صادرات استان، به تقویت سبد صادراتی ما هم کمک می‌کند و باعث می‌شود تا در شرایط خاص بتوانیم جایگزینی برای محصولاتی داشته باشیم که به هر دلیل ممکن است

دچار مشکلاتی شده و از گردنده صادرات خارج شوند. به هر حال، حوزه صادرات، همانگونه که در ابتدا هم گفته شد، مثل همه بخش‌های حوزه اقتصادی کشور و استان، دچار مشکلات و مسائلی است. اما ظرفیت‌ها هم در کنار مشکلات قابل توجه بوده و لازم است به این بخش هم توجه شود. این ظرفیت‌ها می‌توانند بر مشکلات غلبه کرده و در مسیر درست قرار گیرند و به شکوفایی برسند.

است تا در کنار عراق کشورهای دیگری از جمله اسپانیا، ایتالیا و برخی دیگر از کشورهای اروپایی و آسیایی هم مشتریان کالاهای تولیدی استان کرمانشاه باشند که به ارزش های اقتصادی و صادراتی این استان افزوده می‌شود. وجود حدود یک میلیون هکتار اراضی کشاورزی و باغی در این استان و تنوع محصولی در این عرصه باعث شده است تا بسیاری از استان‌های کشور و بازار داخلی کشور عراق و اقلیم کردستان مشتری بابت این محصولات باشند.

در دسترس بودن گمرکات مرزی هم عامل مهم دیگر در رونق صادراتی استان بوده که اگرچه کافی نیست، اما گام مهمی در این عرصه تلقی می‌شود. صادرات کالا از مرزهای استان کرمانشاه در سال ۹۲ بیش از ۳ میلیارد دلار بوده که برای سال‌های ۹۳، ۹۴ و ۹۵ با کاهش قابل توجه به حدود ۲ میلیارد دلار رسیده است. این کاهش اگرچه یک علت مهم دارد و آن هم گسترش جنگ با داعش در نزدیکی مرزهای عراق با استان کرمانشاه بوده است، بدگونه‌ای که فعالیت در دو مرز رسمی خسروی و پرویزخان کاهش قابل توجهی داشت، اما باعث نشد تا فعالیت‌ها به بازارچه‌های مرزی امن‌تر از جمله سومار منتقل شود.

الصادرات کالا از استان کرمانشاه مثل همه امور اقتصادی دیگر تابعی از شرایط و وضعیت استان از نظر اداری، بوروکراسی اداری و مشکلات دیگری چون نبود سرمایه‌های لازم، کمبود تسهیلات و نقدینگی و برخی از مشکلات مالیاتی است که فعالان اقتصادی را همواره آزار داده است. بوروکراسی اداری که در همه کشور پیچیدگی‌ها و دشواری‌های خود را دارد، در استان ما هم با همان پیچیدگی‌ها در مسیر صادرات کالا وجود دارد و باعث تاخیر و کندی در روند فعالیت فعالان اقتصادی در حوزه صادرات استان شده است.

نبود یک نظام جامع مدرن برای ثبت و صدور مجوز برای صادرات در این عرصه باعث شده است تا روندی که می‌تواند در یک روز کاری منجر به صدور مجوز شود، در یک فرآیند زمان‌بر به بیش از یک هفته طی شود. این امر در روند کلی صادرات تاثیر چندان مثبتی ندارد و کل فرآیند صادرات را در گیر مشکلات بیوهدهای می‌کند. نبود سرمایه‌گذاری که عرصه تولید را به شدت آزار می‌دهد، در عرصه صادرات به مشکلی بزرگتر تبدیل شده است. سرمایه‌گذاری اصل اساسی همه فعالیت‌های حوزه اقتصادی بهویژه صادرات است و نبود آن به کاهش صادرات در استان کرمانشاه منجر شده است.

کاهش صادرات استان از ۳ میلیارد دلار در سال ۹۲ به ۸/۱ میلیارد دلار در سال ۹۵ در کنار مشکلات دیگری از جمله کاهش تولید، مشکلات اداری و ساختاری و ...، به دلیل نبود سرمایه‌گذاری رخ داده است.

از ۱۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی کشور در سال ۹۵ سهم استان کرمانشاه تقریباً صفر بوده است و این امر نه تنها مشمول صادرات که شامل حوزه تولید هم که مادر صادرات است بوده است.

صادرات کالا از مرزهای استان کرمانشاه
در سال ۹۲ بیش از ۳ میلیارد دلار بود که برای سال‌های ۹۳، ۹۴ و ۹۵ با کاهش قابل توجه به حدود ۲ میلیارد دلار رسیده است. این کاهش اگرچه یک علت مهم دارد و آن هم گسترش جنگ با داعش در نزدیکی مرزهای عراق با استان کرمانشاه بوده است، بدگونه‌ای که فعالیت در دو مرز رسمی خسروی و پرویزخان کاهش قابل توجهی داشت، اما باعث نشد تا فعالیت‌ها به بازارچه‌های مرزی امن‌تر از جمله سومار منتقل شود.



Kermanshah Chamber
Of Commerce, Industries,
Mines & Agriculture

هوش مصنوعی و آینده کسب و کارهای آنلاین

در دنیای کسب و کار امروزی صنایع انگشت شماری را می توان نام برد که بازاری رقابتی تراز تجارت الکترونیک داشته باشد. در این بازار رقابتی که در هر لحظه ممکن است سود کلالی عاید شرکت ها شود، خرده فروشی های آنلاین پر چشم دار آن به شمار می روند. این فروشگاه های آنلاین در یک مبارزه کاملاً نفس گیر قرار دارند. بدلیل اینکه نه تنها به رقابت با یکدیگر می پردازند، بلکه با فروشگاه های سنتی نیز در رقابت هستند و در همان حال باید از بهترین تکنیک های بازاریابی استفاده کنند تا در این بازار پرهیاهوی اینترنتی این شناس را پیدا کنند تا نام خود را به گوش مشتریان بیشتری برسانند. ما در عصری زندگی می کنیم که دامنه توجه، صبر و حوصله مشتریان روز به روز کمتر می شود. آمارها نشان داده اند، اگر فرآیند بارگذاری یک سایت بیش از ۳۰ ثانیه طول بکشد، بیش از ۴۰ درصد مردم آن سایت را ترک خواهند کرد و به طور متوسط ۶۸ درصد از مشتریان پیش از آنکه خرید اینترنتی آنها به سراج گام برسد، آن سایت را ترک خواهند کرد. در عصر حاضر به سختی می توانیم سایتی را در دنیای تجارت الکترونیک پیدا کنیم که به طور مدام در تلاش برای کسب سود بیشتر و ارائه یک رابط کاربری تعاملی نباشد. سایت ها همواره به دنبال آن هستند تا بهترین و سرراست ترین اطلاعات را در اختیار مشتریان خود قرار دهند. به طوری که در بعضی موارد مشتریان آنها حتی نیازی به کلیک کردن هم نداشته باشند. این رویکردها در درازمدت به واسطه آنکه فشار سیار زیادی را به عامل انسانی وارد می کنند نه تنها بهره وری عامل انسانی را کم می کنند، بلکه بعد از مدت کوتاهی بی تفاوتی و در موارد جدی تر خود کشی عامل انسانی را به همراه خواهند داشت. اما هوش مصنوعی سراج گام به یاری کسب و کارهای الکترونیک آمد و به شکلی کاملاً مؤثر و مفید در این راه به آنها کمک کرد. هوش مصنوعی که تا پیش از این قابلیت های خود را در صنایع همچون تبلیغات و بازاریابی، بهداشت و درمان و امور مالی به اثبات رسانده بود، اکنون در حال ورود به عرصه تجارت الکترونیک و تغییر شکل ماهیت این تجارت است. آنتوان بلوندو مدیر عامل شرکت *Sentient Technologies*، شرکتی که به واسطه سرمایه گذاری های سنگین در حوزه هوش مصنوعی شهرت زیادی دارد، در این ارتباط گفته است: «تا ۵ سال دیگر هوش مصنوعی در زمینه تصمیم گیری ها، ارائه راه حل های پیشگیرانه و ارائه بینش لازم در زمینه بازار رقابتی حضور پررنگی خواهد داشت. به شکلی که اتخاذ بعضی تصمیم های دونکمک هوش مصنوعی همچون تبلیغات و بازاریابی، بود. این حضور پررنگ در نهایت به شکوفایی بهتر جامعه تجارت الکترونیک و تغییر شکل ماهیت این تجارت است.

آنچه آنتوان بلوندو مدیر عامل شرکت *Sentient Technologies*، شرکتی که به واسطه سرمایه گذاری های سنگین در حوزه هوش مصنوعی شهرت زیادی دارد، در این ارتباط گفته است: «تا ۵ سال دیگر هوش مصنوعی در زمینه تصمیم گیری ها، ارائه راه حل های پیشگیرانه و ارائه بینش لازم در زمینه بازار رقابتی حضور پررنگی خواهد داشت. به شکلی که اتخاذ بعضی تصمیم های دونکمک هوش مصنوعی همچون تبلیغات و بازاریابی، بود. این حضور پررنگ در نهایت به شکوفایی بهتر جامعه تجارت الکترونیک و تغییر شکل ماهیت این تجارت است.

آنچه آنتوان بلوندو مدیر عامل شرکت *Sentient Technologies*، شرکتی که به واسطه سرمایه گذاری های سنگین در حوزه هوش مصنوعی شهرت زیادی دارد، در این ارتباط گفته است: «تا ۵ سال دیگر هوش مصنوعی در زمینه تصمیم گیری ها، ارائه راه حل های پیشگیرانه و ارائه بینش لازم در زمینه بازار رقابتی حضور پررنگی خواهد داشت. به شکلی که اتخاذ بعضی تصمیم های دونکمک هوش مصنوعی همچون تبلیغات و بازاریابی، بود. این حضور پررنگ در نهایت به شکوفایی بهتر جامعه تجارت الکترونیک و تغییر شکل ماهیت این تجارت است.

آنچه آنتوان بلوندو مدیر عامل شرکت *Sentient Technologies*، شرکتی که به واسطه سرمایه گذاری های سنگین در حوزه هوش مصنوعی شهرت زیادی دارد، در این ارتباط گفته است: «تا ۵ سال دیگر هوش مصنوعی در زمینه تصمیم گیری ها، ارائه راه حل های پیشگیرانه و ارائه بینش لازم در زمینه بازار رقابتی حضور پررنگی خواهد داشت. به شکلی که اتخاذ بعضی تصمیم های دونکمک هوش مصنوعی همچون تبلیغات و بازاریابی، بود. این حضور پررنگ در نهایت به شکوفایی بهتر جامعه تجارت الکترونیک و تغییر شکل ماهیت این تجارت است.



همواره خریدارانی هستند که هوشمندانه عمل می‌کنند و به دنبال آن هستند تا در وقت خود صرف‌جویی کنند. در نتیجه، رؤیای بسیاری از مصرف کنندگان این است که یک خرید کاملاً شخصی را بیش از هر زمان دیگری تجربه کنند. بی‌شک در این راه سرویس‌های حق اشتراکی همچون Stitch Fix، Trunk club یا Birchbox که سعی دارند، چنین رویکردی را در دستور کار خود قرار دهند گام‌های مؤثری در این زمینه برداشته‌اند، اما ورود هوش مصنوعی در این زمینه با یک چالش بزرگ روبرو است. فروشگاه‌های تجارت الکترونیک به ابزارهای شخصی سازی بسیار کارآمدی نیاز دارند تا بتوانند این را بیکار گردانند. The North Face مثال قابل تأملی در این زمینه به شمار می‌رود. این برند به تازگی از فناوری هوش مصنوعی برای کمک به مشتریان خود استفاده کرده است، به طوری که به مشتریان کمک می‌کند تا بهترین پوشش را برای ماجراجویی‌های بعدی خود انتخاب کنند.

در انتظار ظهور دستیاران خرید مجازی؛ مطالعه‌ای که از سوی مؤسسه تحقیقاتی جی. والت تامپسون صورت گرفته نشان می‌دهد: «صرف کنندگان علاقه‌مند هستند نحوه تأثیرگذاری هوش مصنوعی در خرده‌فروشی‌ها را مشاهده کنند. ۷۰ درصد بزرگ‌سالان ساکن در ایالات متحده از اینکه خرده‌فروشی‌های آنلاین از هوش مصنوعی برای معروفی بهتر محصولات استفاده می‌کنند قدردانی کرده‌اند. ۷۲ درصد این افراد معتقد هستند با توسعه فناوری، برندها این توانایی را خواهند داشت تا از هوش مصنوعی برای ارائه پیش‌بینی‌های دقیق تر استفاده کنند». بهایتا در این ارتباط گفته است: «در حال حاضر، بهترین فرصت به وجود آمده است تا خرده‌فروشی‌ها از اهرم هوش مصنوعی برای ارائه خدمات بهتریه مشتریان خود استفاده کنند. آن‌ها این فرصت را در اختیار دارند تا از هوش مصنوعی برای ارائه شخصی ترین تجربه کاربری که برای هر کاربر منحصر به فرد است استفاده کنند. این اهرم قادرند شخصی سازی تجربیات کاربری تنها در اختیار خرده‌فروشی‌های آنلاین بزرگ قرار ندارد. در شرایط فعلی طیف گسترده‌ای از فروشگاه‌های تجارت الکترونیک به‌منظور شخصی سازی و ارائه پیشنهاد خاص در ارتباط با محصولات به گروه خاصی از مشتریان هدف از سامانه‌های پالایش گروهی استفاده می‌کنند. استارت‌آپ‌های فعال در عرصه تجارت الکترونیک فارغ از کوچکی یا بزرگی خود قادر هستند از هوش مصنوعی برای از میان برداشتن محدودیت‌های فیزیکی، ایجاد قابلیت‌های شخصی و سفارشی، کسب درآمد از محصول و پروژه ایده‌های خلاقانه در ارتباط با کسب و کار خود استفاده کنند». بر همین اساس، شرکت‌های بزرگ و کوچک به دنبال آن هستند تا دستیاران خرید مجازی خود را توسعه دهند یا به طور کل آن‌ها را ایجاد کنند. گوگل نمونه خوبی در این زمینه به شمار می‌رود. این شرکت در تلاش است تا دستیار شخصی هوشمند خود موسوم به Google Assistant را باندازه ای پیش‌فرمایی کند که به محابرها هر کاربری بر مبنای سلایق فردی پاسخ دهد. اخیراً منتشر شده از سوی کسب و کارهای آنلاین نشان می‌دهد که آن‌ها به دنبال طراحی سامانه‌های فروش تعاملی هستند که گفت و گوهای روزمره را دریافت، آن‌ها را تحلیل و داده‌های شناختی را رانند. به طوری که در نهایت کاربردی ترین پیشنهادات را در اختیار کاربران قرار دهد. برای این منظور، دستیاران خرید مجازی هوشمند باید کلان‌داده‌ها را در کمترین زمان ممکن در مقایسه با نمونه انسانی تحلیل کنند. در ادامه بر مبنای الگوریتم‌های صوتی همانند یک انسان با خریدار صحبت و البته بر مبنای اولویت های مالک این دستیار مجازی پیشنهادات همسو با نیاز کاربر را به او پیشنهاد کنند. گارتنر در این ارتباط پیش‌بینی کرده است، در آینده دستیاران خرید مجازی نه تنها در بخش سرگرمی بلکه در بخش تجاری نیز به یکی از اکان اصلی دنیای تجارت الکترونیک تبدیل خواهند شد.

استارت‌آپ‌های فعال در عرصه تجارت الکترونیک فارغ از کوچکی یا بزرگی خود قادر هستند از هوش مصنوعی برای از میان برداشتن محدودیت‌های فیزیکی، ایجاد قابلیت‌های شخصی و سفارشی، کسب درآمد از محصول و پروژه ایده‌های خلاقانه در ارتباط با کسب و کار خود استفاده کنند. گوگل نمونه خوبی در این زمینه به شمار می‌رود.

لباسی را بر تن دوستش می‌بیند که نظرش را جلب کرده به سرعت و به راحتی هرچه تمام‌تر به فروشگاه الکترونیکی مراجعه و کالای مورد نظر خود را خریداری خواهد کرد. این کار با کمترین زحمت انجام خواهد شد، به‌واسطه آنکه وی با کمترین اطلاعاتی که در اختیار زیرساخت یادگیری ماشینی قرار می‌دهد، محصول دریافت می‌کند.» یکپارچه شدن دنیای مجازی واقعی؛ قابلیت‌های جست‌وجوی بصری به‌شکل تصویرنگاری این پتانسیل را در آن دنیای کسب و کار آنلاین و سنتی را به یکدیگر مرتبط کنند. در شرایطی که خرده فروشی‌ها باز تعریف تازه‌ای از رویکرد و دامنه کاری خود در اختیار مصرف کنندگان قرار خواهند داد، به همان نسبت اطلاعات بیشتری در ارتباط با مشتریان خود بدست خواهند آورد و از این اطلاعات به منظور بهبود خدمات فروش و پس از فروشی که در اختیار مشتریان قرار خواهند داد استفاده می‌کنند. رویکردی که به آن‌ها کمک خواهد کرد از فرصت‌های جدید به‌منظور به حداقل رساندن فروش خود استفاده کنند. شرط اصلی برای آنکه بازار مجازی نزدیک شده و در نهایت با یکدیگر یکپارچه شوند این است که در این دو بازار مراحل خرید و فروش در کمترین مراحل ممکن به سرانجام برسد. این رویکرد به مشتری این حس را منتقل می‌کند که نه تنها در انتخاب خود آزاد است، بلکه این شناس را درآورد تا بهترین انتخاب را داشته باشد. فروشگاه‌های آنلاین در آینده اطلاعاتی که ما در بخش‌های مختلف سایت در قالب نقطه نظرات، دیدگاه‌ها و نقدان قرار می‌دهیم را با استفاده از هوش مصنوعی جمع‌آوری خواهند کرد و پس از تحلیل این اطلاعات، دانش بدست آمده را در اختیار فروشگاه‌های فیزیکی قرار خواهند داد. این رویکرد به فروشگاه‌های فیزیکی کمک می‌کند تا بر اساس اولویت‌های کاربران بهترین محصول و خدمات را در اختیار آن‌ها قرار دهد.

شخصی سازی؛ در شرایط فعلی طیف گسترده‌ای از فروشگاه‌های تجارت الکترونیک به‌منظور شخصی سازی و ارائه پیشنهاد خاص در ارتباط با محصولات به گروه خاصی از مشتریان هدف از سامانه‌های پالایش گروهی موسوم به Collaborative Filtering استفاده می‌کنند. این سامانه‌ها به دو شکل عام یا خاص مورد استفاده قرار می‌گیرند. در حالت خاص این سامانه‌ها علایق کاربران مختلف را جمع‌آوری و آن‌ها را تحلیل می‌کنند. به طور مثال، در این سامانه‌ها علایق کاربر اول و کاربر دوم مورد بررسی قرار می‌گیرند و موضوعات مشترک استخراج می‌شوند. در ادامه، این نکات مشترک به صورت تصادفی با علایق کاربر دیگری که نقاط مشترک دارد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. جمع‌بندی این علایق حداقل اشتراکات افراد را نشان می‌دهد. بر مبنای این رویکرد شما به راحتی قادر هستید علایق فرد را در ارتباط با سرویس‌های مختلف و حتی برنامه‌های تلویزیونی پیش‌بینی کنید. سامانه‌هایی که این روزها در بعضی از فروشگاه‌های تجارت الکترونیک مورد استفاده قرار می‌گیرند، به این شکل عمل می‌کنند که تاریخچه جست‌وجوهای آنلاین، پر فروش ترین محصولات سایت در یک روز، علایق شخصی و پارامترهای دیگر را جمع‌آوری می‌کنند و در ادامه اولویت‌ها و تمايلات افراد را نشان می‌دهند. اما این سامانه‌ها به دليل اینکه محدود به فروشگاه هدف هستند، در نتيجه تحلیل‌های محدودی را رانند، اما در مقابل هوش مصنوعی به واسطه آنکه در آن واحد قادر است به منابع بسیاری متصل شود، بر راحتی این توانایی را دارد تا محدوده سلیقه کاربران یک فروشگاه، یک منطقه و حتی یک شهر را مشخص کند. این داده‌های شناختی به مرور زمان در اختیار دستیاران خرید مجازی قرار خواهند گرفت.

خریداران مجازی؛ جولی بورن اشتاین مدیر عملیاتی مؤسسه مشاوره Stitch Fix، شرکتی که بر پایه هوش مصنوعی کار می‌کند در این ارتباط گفته است: «خرده‌فروشان سنتی بر مبنای این دیدگاه کار می‌کنند که مصرف کنندگان مشتاق هستند به فروشگاه آن‌ها رفته و خریدهای خود را انجام دهند. اما باید به این نکته توجه داشته باشیم

