



لزوم ایجاد فرهنگ حمایت از سرمایه گذار در شهر تبریز

رئیس اتاق بازرگانی تبریز بر لزوم ایجاد فرهنگ حمایت از سرمایه گذاران در شهر تبریز و ایجاد بستر مناسب برای فعالیت این افراد تاکید کرد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، یونس ژانله قبل از ظهر پنج شنبه در جریان دیدار هیات نمایندگان اتاق بازرگانی و مسئولان شهری تبریز در محل اتاق بازرگانی بر لزوم تحلیل رابطه بین سرمایه گذاران بخش خصوصی استان با شهرداری تبریز تاکید کرده و خواستار احصای وضعیت موجود و بررسی نقاط تهدید، قوت و ضعف این ارتباط شد. وی با انتقاد از وجود دو دستگی در ارتباط بین این دو بخش گفت: در ابتدای کار باید زبان مشترک برای افزایش همکاری های بین دو بخش را یافته و مانع از سنگ اندازی ها در راه فعالیت بخش خصوصی شد.

رئیس اتاق بازرگانی تبریز با تاکید بر لزوم ایجاد فرهنگ حمایت از سرمایه گذار در شهر تبریز گفت: ارزش ندادن به سرمایه گذار داخلی سبب فرار سرمایه گذاران از استان می شود. همانطور که در گذشته های نه چندان دور نیز برخی سرمایه گذاران به دلیل نبود حمایت، جذب سرمایه گذاری در دیگر استان ها و یا حتی دیگر کشورها شده اند که این امر جای تاسف دارد.

ژانله ادامه داد: باید سرمایه گذار را تشویق کرده و به او انگیزه بدهیم تا او نیز با وجود تمام سختی ها، رغبت لازم را برای سرمایه گذاری در شهر داشته باشد. وی بر لزوم تعریف بسته های تشویقی برای سرمایه گذاران تاکید کرده و گفت: این امر می تواند سرمایه گذاران داخلی و خارجی را به شهر تبریز کشانده و این شهر را به جاذبه واقعی " شهر اولین ها " برساند.

رئیس اتاق بازرگانی تبریز افزود: از شهرداری تبریز می خواهیم پروژه های قابل سرمایه گذاری شهر را به اتاق بازرگانی معرفی کرده تا این اتاق نیز نسبت به یافتن سرمایه گذار مناسب برای طرح ها اقدام کند.

وی با بیان اینکه در شرایط کنونی، بحث تولید و ایجاد اشتغال مهم ترین دغدغه کشور است، گفت: باید طرح هایی معرفی شوند که می توانند حجم عظیمی از اشتغالی ها را با خود به همراه داشته باشند.

ژانله همچنین در این جلسه پیشنهاد ایجاد فضایی در شهر تبریز به عنوان مکانی برای تولید، ارائه و نمایش فرش دستبافت این شهر ارائه کرده و به سرانجام رسیدن این طرح را در راستای اشتغال آفرینی و معرفی هر چه بیشتر این هنر و صنعت شهر تبریز موثر دانست.

ایجاد المان هایی در سطح شهر برای معرفی صنایع ویژه تبریز

شهردار تبریز نیز در این جلسه با تاکید بر استفاده از ظرفیت های ویژه بخش خصوصی در مدیریت شهری تبریز گفت: هم اکنون در فضای شهری، خلایقی برای معرفی تولیدات و صنایع ویژه استان در قالب المان ها و تابلوهای تبلیغاتی احساس می شود که می توان با قرار دادن بخشی از این فضاها در اختیار تولیدکنندگان، از آن ها برای تبلیغات واحدهای تولیدی استفاده کرد.

ایرج شهین باهر ادامه داد: به عنوان مثال دکه های شهر تبریز هر کدام در شکل های مختلفی طراحی شده اند، در حالی که می توان از هر کدام از آن ها به عنوان یک نماد یا المان از تولیدات ویژه شهر تبریز استفاده کرد و با این کار، گامی در راستای تبلیغ بیشتر تولیدات استان و شناساندن آن ها به گردشگران و دیگر مردم کشور برداشت. وی افزود: یا در مثالی دیگر، چرخ دستی های موجود در حوزه میادین شهر تبریز می توانند هر کدام با طرحی خاص مبلغ یک کارخانه یا تولیدی بوده و علاوه بر تبلیغ، برای فرد دستفروش نیز محل درآمدی باشند.

شهین باهر ادامه داد: برای بدنه سازی برخی اتوبان های شهر تبریز نیز می توانیم از ظرفیت تبلیغات واحدها بهره ببریم که بدین وسیله، تبلیغاتی کم هزینه اما دائمی برای صنایع و تولیدی های استان ایجاد می شود.

وی همچنین از آمادگی شهرداری تبریز برای ارائه فرصت های سرمایه گذاری به فعالان بخش خصوصی و اتاق بازرگانی تبریز و افزایش همکاری ها با این بخش خبر داد.

در این جلسه، نحوه همکاری های فعالان بخش خصوصی، اتاق بازرگانی و مدیریت شهری تبریز مورد بررسی قرار گرفت و بر افزایش این همکاری ها تاکید شد.







