



کد مدرک: CO-F04-01 صفحه 1 از 5	صور تجلسه کمیسیون برند و تولید بدون کارخانه	
	<input type="checkbox"/> مشترک	<input type="checkbox"/> فوق العاده <input checked="" type="checkbox"/> عادی
	رییس جلسه: فاطمه جمیلی دبیر جلسه: سهیل پروازی محل جلسه: ساختمان مرکزی شماره جلسه: یک (۱) تاریخ برگزاری: ۱۴۰۲/۰۵/۱۰ ساعت شروع: ۸ ساعت خاتمه: ۱۰:۳۰	

دستور کار جلسه:

- ✓ هم اندیشی در رابطه با توسعه برندها و ترویج طرح تولید بدون کارخانه
- ✓ جمع بندی نظرات مدعوین در رابطه با ایجاد کارگروه ها و کمیته های تخصصی ذیل کمیسیون در راستای نیل به اهداف و برنامه ها
- ✓ تصویب تقویم جلسات

❖ اهم موارد مطرح شده:

توجه به مقوله برند به نوعی صیانت از حقوق مصرف کننده است

«محمد حسین روشنگر»، عضو هیئت رئیسه اتاق خراسان رضوی با اشاره به اهمیت توجه به مفهوم برند و برندسازی و استفاده از ظرفیت تولید بدون کارخانه توسط برندهای معتبر اظهار کرد: توجه به مقوله برند به نوعی صیانت از حقوق مصرف کننده است؛ چراکه افزایش کیفیت کالا و عنایت به نیاز و خواسته مصرف کننده را به همراه دارد.

روشنگر با تأکید بر اینکه برند باید ثبت بین المللی شود تا توسعه آن به نفع اقتصاد کشور باشد، گفت: توصیه من به شرکتها این است که برندهای خود را ثبت جهانی کنند؛ چراکه برند یک موضوع داخلی نیست.

وی همچنین در ادامه به مسئله «تولید بدون کارخانه» اشاره کرد و گفت: اولین بار که این موضوع را در ایران مطرح کردم، برخی صنعتگران با آن مقابله نمودند. با این حال پس از مدتی طولانی توانستیم این موضوع را به افراد بقبولانیم که تولید بدون کارخانه لازمه توسعه صنعتی در کشور است و امیدوارم روزی تولید بدون کارخانه و برند به بزرگترین سرمایه های کشور تبدیل شوند.

روشنگر در بخش دیگری از سخنانش، بر ضرورت برگزاری همایشی به منظور تبیین موضوع تولید بدون کارخانه برای مدیران کارخانجات و صنایع در اتاق بازرگانی خراسان رضوی تأکید کرد.

هزینه هایی که صرف برندسازی می شود، نوعی سرمایه گذاری است

«رضا حمیدی»، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی خراسان رضوی نیز در این نشست، گفت: اگر تولیدکننده وقت خود را صرف تولید کند و عملیات بازاریابی و فروش را به متخصصان این حوزه در امر برندسازی بسپارد، بسیار در وقت و هزینه های صرفه جویی می شود و در این عرصه موفق خواهد بود.

حمیدی به برخی اصول و شاخصه های برند و برندینگ اشاره کرد و گفت: برند باید بیان کننده هدف تولید محصول و خانواده محصولات باشد. برند برای موفقیت باید کیفیت خوبی داشته باشد و کالا باید به راحتی در دسترس مردم بوده و قیمت متعادلی داشته باشد.

وی افزود: نام برند هرچه ساده تر و با حروف کمتر باشد، بهتر در اذهان می ماند. برند باید بیان کننده جنس باشد و با شنیدن آن بتوان آن را تبلیغ تلقی نمود. هرچه برند تصور لذت بخش تری در ذهن مردم به جای بگذارد، موفق تر است.

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی مشهد با بیان اینکه برند برای موفقیت باید تفاوت و تمایز ایجاد کند، بیان کرد: داشتن رابطه ای موثر با مصرف کننده از ضروریاتی است که برای داشتن برندی مطلوب باید بدان توجه نمود.

وی ادامه داد: کارکنان شرکت، سفیران برند هستند و با رفتار و گفتار خود باعث تبلیغ برند می شوند بر این اساس در برندینگ باید به مسئله رفتار فروشنده بسیار توجه شود؛ چراکه رفتار نامناسب یک فروشنده می تواند تمامی تلاش تیم تولید محصول را بی نتیجه بگذارد. همچنین خدمات فروش و پس از فروش در برند بسیار مهم است. از سویی، برند باید همراه با تغییرات جامعه به صورت متوازن حرکت کند.



کد مدرک: CO-F04-01 صفحه 2 از 5	صورتجلسه کمیسیون برند و تولید بدون کارخانه		
	<input type="checkbox"/> مشترک	<input type="checkbox"/> فوق العاده	<input checked="" type="checkbox"/> عادی
	محل جلسه: ساختمان مرکزی	سهیل پروازی	رییس جلسه: فاطمه جمیلی دبیر جلسه: سحر شاد
	شماره جلسه: یک (۱)	تاریخ برگزاری: ۱۴۰۲/۰۵/۱۰	ساعت شروع: ۸ ساعت خاتمه: ۱۰:۳۰

حمیدی با اشاره به اینکه هزینه‌هایی که صرف برندسازی می‌شود، نوعی سرمایه‌گذاری است، عنوان کرد: این هزینه‌ها جزو هزینه‌های جاری نیستند؛ چراکه هزینه‌ای که برای برندسازی می‌شود طی سال‌های سال به تولیدکننده باز می‌گردد. وی با بیان اینکه محصول چیزی است که در کارخانه ساخته می‌شود، اما برند آن چیزی است که مشتری از فروشگاه می‌خرد، یادآور شد: برند تعهد و وعده‌ای است که شما در هر حرکت و تعامل به مشتری می‌دهید، لذا باید مراقب باشید مردمی که کالای شما را می‌خرند از خرید خود احساس پشیمانی نکنند. در شرایط کنونی کشور، داشتن یک برند قدرتمند ضروری‌تر از گذشته است و نباید فراموش کرد که برند باید با ارزش‌های حاکم بر جامعه سازگاری شایسته داشته باشد.

ضربه قاچاق کالا با برندهای تقلبی به برندهای داخلی

حمیدی خاطرنشان کرد: قاچاق کالا با برندهای تقلبی به برندهای داخلی ضربه می‌زند؛ چراکه متأسفانه بسیاری از مردم جامعه فکر می‌کنند جنسی که تولید یک کشور خارجی است، لزوماً ارزش و کیفیت بیشتری دارد. وی با اشاره به اینکه اگر صنعت برندینگ در ایران به خوبی جا بیفتد درآمدی خواهد داشت که کمتر از نفت و گاز نخواهد بود، عنوان کرد: برند را باید به عنوان سرمایه حقیقی پذیرفت و بانک‌ها باید برند را به عنوان یک سرمایه از تولیدکننده بپذیرند. همچنین، رسانه‌های کشور باید در تبلیغات برندهای خوب ایرانی نهایت مساعدت را انجام دهند. وی اضافه کرد: در توسعه برندینگ، تولیدکنندگان گاهی با مشکلات روبه‌رو می‌شوند که نیازمند حمایت مقامات قضایی است، لذا باید حمایت قضایی بیشتری از برندها صورت گیرد.

بی‌توجهی به مقوله «تولید بدون کارخانه» با وجود ابلاغ دستورالعمل این حوزه

«فاطمه جمیلی»، رئیس کمیسیون برند و تولید بدون کارخانه اتاق بازرگانی خراسان رضوی نیز در این نشست گفت: دستورالعمل تولید بدون کارخانه حدود دو سال قبل ابلاغ شده؛ با این حال در این موضوع همچنان با مشکلات و چالش‌هایی مواجه هستیم. امیدواریم با ایجاد کمیته‌های تخصصی در کمیسیون، به بررسی موشکافانه ابعاد مختلف حوزه برند و تولید بدون کارخانه بپردازیم و با پیگیری انجام اقداماتی عملیاتی در این عرصه، برخی از این چالش‌ها را برطرف کنیم. وی تأکید کرد: پیشرفت سریع موضوعاتی همچون تولید بدون کارخانه در سطح جهان، حاکی از ارزشمند بودن این روش‌هاست. با این روش می‌توان یک محصول را با هزینه تولید کمتری به بازار عرض کرد و با توجه به اهمیت این مسئله، کمیسیونی جدید با نام برند و تولید بدون کارخانه در اتاق بازرگانی خراسان رضوی ایجاد گردید. جمیلی با بیان اینکه حلقه ارتباطی ایجاد شده توسط این کمیسیون می‌تواند تحولی بزرگ در صنعت را از اتاق بازرگانی رقم بزند، تصریح کرد: امیدواریم با اجرای اهداف و برنامه‌های تعیین شده بتوانیم به شکل‌گیری برندهایی بزرگ در سطح استان کمک کرده و رفته‌رفته آن‌ها را در سطح جهانی مطرح کنیم. بر این اساسی در نشست‌ها از نمایندگان صنایع و کمیسیون‌های مختلف اتاق دعوت می‌شود تا به بهره‌وری بیشتری دست یابیم.

استراتژی مناسب جهت ورود به حوزه برند و تولید بدون کارخانه وجود دارد

«سهیل پروازی»، دبیر کمیسیون برند و تولید بدون کارخانه اتاق خراسان رضوی نیز بر اهمیت برنامه‌ریزی در این حوزه تأکید و بیان کرد: مراحل پیش روی فعالیت، رشد و زیست یک برند تنها به رفع مشکلات ابتدایی در ایجاد و ثبت آن خلاصه نمی‌شود و در این حوزه از حمایت اعتباری تا حمایت قضایی را به صورت پیوسته باید مورد توجه قرار داد. وی افزود: تدوین برنامه‌ها و استراتژی مناسب جهت ورود به این حوزه صورت گرفته است و امیدواریم بعد از این مرحله، مسائل را در کمیته‌ها و جلسات بعدی کمیسیون، به صورت پروژه محور تا رسیدن به نتیجه لازم دنبال کنیم.

رفع بسیاری از مشکلات صدور مجوز «تولید بدون کارخانه»

«ناصر بهزاد»، معاون صنایع اداره کل صمت خراسان رضوی نیز در ادامه این نشست با اشاره به پرداختن به موضوع تولید بدون کارخانه در وزارت صمت، گفت: روند صدور مجوزهای «تولید بدون کارخانه» چند سالی است دنبال می‌شود، اما در پشت صحنه این موضوع باید ساختاری ایجاد می‌شد که شرکت‌ها آن را دنبال کرده و در این عرصه به نتیجه برسند.



کد مدرک: CO-F04-01 صفحه 3 از 5	صورتجلسه کمیسیون برند و تولید بدون کارخانه		
	<input type="checkbox"/> مشترک	<input type="checkbox"/> فوق العاده	<input checked="" type="checkbox"/> عادی
	رییس جلسه: فاطمه جمیلی دبیر جلسه: سهیل پروازی محل جلسه: ساختمان مرکزی شماره جلسه: یک (۱) تاریخ برگزاری: ۱۴۰۲/۰۵/۱۰ ساعت شروع: ۸ ساعت خاتمه: ۱۰:۳۰		

وی با اشاره به مشکلات موجود برای صدور مجوز تولید بدون کارخانه، ادامه داد: از سال گذشته برای حل مشکلات این حوزه پیگیری‌هایی انجام دادیم و امسال توانستیم بسیاری از چالش‌ها برای شناسایی کسب‌وکارها و صدور مجوز تولید بدون کارخانه را رفع کنیم. هم اکنون یکی از برنامه‌های تحولی اقتصاد استان صدور گواهی «تولید بدون کارخانه» است که تاکنون چند مورد نیز صادر شده است. شرکت‌های بسیاری نیز در انتظار صدور مجوز «تولید بدون کارخانه» هستند.

بهزاد با بیان اینکه تولید بدون کارخانه یک استراتژی کسب‌وکار بوده و فرصتی برای استفاده از ظرفیت خالی کارخانجات است، تصریح کرد: امروزه همه ذی‌نفعان پذیرفته‌اند که یکی از راه‌های افزایش تولید در کشور این است که از ظرفیت‌های خالی کارخانجات با به کارگیری برندی که می‌تواند کالا را به دست مصرف کننده برساند، استفاده کنیم.

وی مهم‌ترین موضوع در توسعه برند و برندینگ را شناختن و شناساندن عنوان کرد و گفت: امروز در دنیا برندها هستند که با هم صحبت می‌کنند و ما باید کارهای بزرگتری را در این حیطه دنبال کنیم. بنابراین تولید در صنعت هرچه بتواند متکی به برند باشد، بهتر می‌تواند خود را مطرح کند.

معاون صنایع اداره کل صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی ادامه داد: در سطح استان در حوزه‌های صنایع غذایی، شوینده‌ها و مواد آرایشی و بهداشتی، برق و الکترونیک، نساجی و پوشاک و قطعات خودرو ظرفیت‌های بسیاری برای برندسازی و تولید بدون کارخانه وجود دارد.

وی اضافه کرد: ما در اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان آمادگی کامل خود را برای صدور مجوز تولید بدون کارخانه اعلام می‌کنیم و امیدواریم بتوانیم گام اول در این خصوص را به کمک کمیسیون برند و تولید بدون کارخانه اتاق بازرگانی برداریم.

گواهی تولید بدون کارخانه از گرفتن گواهی بهره برداری بسیار راحت‌تر است

«زهرا علیزاده»، کارشناس صنایع اداره کل صمت خراسان رضوی نیز در ادامه این نشست، اظهار کرد: گواهی تولید بدون کارخانه از گرفتن گواهی بهره برداری بسیار راحت‌تر است؛ چراکه شرکت برای اخذ این گواهی باید حقوقی باشد و مدارک شرکت شامل آگهی تاسیس در اخذ این گواهی کفایت می‌کند.

وی همچنین در ادامه به بیان توضیحاتی در خصوص نحوه گرفتن مجوز تولید بدون کارخانه پرداخت.

صادرات برندهای خارجی تولیدی در ایران، از کشورمان امکان‌پذیر نیست

کاظم شیردل، رئیس هیئت مدیره اتحادیه صادرکنندگان خراسان رضوی نیز در این جلسه مسائلی از جمله فرایند صدور مجوز، عدم آموزش و فرهنگ‌سازی و قوانین پیچیده و بوروکراسی را از مهم‌ترین مشکلات حوزه برندینگ و تولید بدون کارخانه برشمرد و گفت: متأسفانه امکان صادرات برندهای خارجی که در ایران تولید می‌شوند را به دلیل اینکه نامی از ایران در آن نیست، نداریم و از ظرفیت تولید و صادرات کالاهای دیگر کشورها در ایران محروم می‌شویم.

لزوم فرهنگ‌سازی تولید بدون کارخانه در کشور

«سیدمهدی مظلوم‌زاده»، مسئول ارزیابی پارک علم و فناوری خراسان نیز در این جلسه با بیان اینکه به برندینگ می‌توان در سه سطح ماکرو، میکرو و بینابینی نگاه کرد، گفت: آن چیزی که تولید بدون کارخانه را شکل می‌دهد، نگاه بینابینی میان نگاه ماکرو و نگاه میکرو در این زمینه است و نیازمند فرهنگ‌سازی بسیاری می‌باشد.

در ادامه این نشست، تریبون در اختیار فعالان اقتصادی و صاحبان صنایع قرار گرفت و آنان به بیان دیدگاه‌ها و دغدغه‌های خود در عرصه برندسازی و تولید بدون کارخانه پرداختند.

تاکید بر لزوم توجه به تولید بدون کارخانه به عنوان یکی از راه‌های برون‌رفت از مشکلات اقتصادی کشور، توجه به برندسازی واقعی و اکتفا نکردن به اسم و لوگو و نام تجاری صرف، ضرورت توجه به مقوله برندینگ در فروش کالای تولیدی کشور به بازارهای خارجی، لزوم فرهنگ‌سازی مسئله تولید بدون کارخانه و شناسایی واحدهایی با ظرفیت خالی، تصویب و اجرای قوانینی برای تسهیل‌گری این موضوع و ارائه راهکارهایی برای فعالیتهای برندهای خارجی در کشور، از جمله موضوعاتی بود که توسط حاضران در این نشست مطرح شد.



کد مدرک: CO-F04-01 صفحه 4 از 5	صور تجلسه کمیسیون برنډ و تولید بدون کار خانه	
	<input type="checkbox"/> مشترک	<input type="checkbox"/> فوق العاده <input checked="" type="checkbox"/> عادی
رییس جلسه: فاطمه جمیلی دبیر جلسه: سهیل پروازی محل جلسه: ساختمان مرکزی شماره جلسه: یک (۱) تاریخ برگزاری: ۱۴۰۲/۰۵/۱۰ ساعت شروع: ۸ ساعت خاتمه: ۱۰:۳۰		

ضرورت هوشمندتر و منعطف تر شدن و فعالیت بیشتر مبتنی بر نرم افزار در کارخانه ها در دنیای امروز، برنامه ریزی برای رفع مشکلات حوزه های تامین مواد اولیه و چرخه انتقال پول که منجر به تیراژ پایین تولید و عدم رقابت پذیری می گردد، حل مشکلات ناشی از کمبود انرژی و ضرورت آشنایی با زبان تجارت و ... نیز از اقتضات توسعه مفهوم برنډ و استفاده از ظرفیت تولید بدون کارخانه است که از سوی برخی حاضران در این نشست به آنها اشاره شد.

❖ مصوبات جلسه:

ردیف	شرح مصوبه	اقدامات مرتبط	مهلت اقدام
۱	مقرر شد مباحث مطرح شده توسط میهمانان کمیسیون، تدوین و در برنامه جاری کمیسیون مورد توجه قرار گیرد.	تنظیم برنامه ها	۲ هفته بعد از تاریخ ثبت صور تجلسه
۲	برنامه زمانبندی برگزاری کمیسیون ها به استحضار و تصویب میهمانان محترم جلسه رسید	اطلاع رسانی	آنی

❖ لیست حاضرین:

الف - اعضا کمیسیون:

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت در کمیسیون	وضعیت حضور
۱	فاطمه جمیلی	رییس	✓
۲	سهیل پروازی	دبیر	✓
۳	رضا حمیدی ازغدی	میهمان جلسه	✓
۴	ناصر بهزاد	میهمان جلسه	✓
۵	زهرا علیزاده	میهمان جلسه	✓
۶	سید علیرضا اشرفی	میهمان جلسه	✓
۷	سید مرتضی عظیم زاده	میهمان جلسه	✓
۸	شکوفه برازنده پور	میهمان جلسه	✓
۹	جمشید جعفری	میهمان جلسه	✓
۱۰	اشرف حسن زاده	میهمان جلسه	✓
۱۱	سید جواد سمیعی	میهمان جلسه	✓
۱۲	رضا رجبی	میهمان جلسه	✓
۱۳	محمد رضا سیم ریز	میهمان جلسه	✓
۱۴	سید رضا کاوه طباطبائی	میهمان جلسه	✓
۱۵	جمیل نیک اندیش	میهمان جلسه	✓
۱۶	وجیهه اصغری	میهمان جلسه	✓
۱۷	سید مهدی مظلوم زاده	میهمان جلسه	✓
۱۸	علی نکونام مفرد	میهمان جلسه	✓
۱۹	محبوبه فتحانی	میهمان جلسه	✓
۲۰	امید بهبودی	میهمان جلسه	✓
۲۱	عبدالحمید ایزانلو	میهمان جلسه	✓
۲۲	علیرضا رفیع نژاد	میهمان جلسه	✓

**صورتجلسه کمیسیون برند و تولید بدون کارخانه****عادی** ■ **فوق العاده** □ **مشترک** □

کد مدرک: CO-F04-01

صفحه 5 از 5

رییس جلسه: **فاطمه جمیلی** دبیر جلسه: **سهیل پروازی** محل جلسه: ساختمان مرکزی
شماره جلسه: یک (۱) تاریخ برگزاری: ۱۴۰۲/۰۵/۱۰ ساعت شروع: ۸ ساعت خاتمه: ۱۰:۳۰

✓	میهمان جلسه	هاشم تحقیقی عرب	۲۳
✓	میهمان جلسه	مهلا بهرام زاده	۲۴
✓	میهمان جلسه	رامین آرمان	۲۵
✓	میهمان جلسه	امید تمجیدی	۲۶
✓	میهمان جلسه	نوید فلاح	۲۷
✓	میهمان جلسه	شاهین شجاع نیا	۲۸
✓	میهمان جلسه	حسن قربانی	۲۹
✓	میهمان جلسه	قدرت الله زمانی	۳۰
✓	میهمان جلسه	علیرضا حیاتی	۳۱
✓	میهمان جلسه	رامین رنجبر	۳۲
✓	میهمان جلسه	حسین رفیع نژاد	۳۳
✓	میهمان جلسه	جواد نجومی	۳۴
✓	میهمان جلسه	امیرعباس قندچی	۳۵
✓	میهمان جلسه	احمد سادات	۳۶
✓	میهمان جلسه	نوذر دل آسایی	۳۷
✓	میهمان جلسه	کاظم شیردل	۳۸
✓	میهمان جلسه	نرجس خوش زبان	۳۹
✓	میهمان جلسه	حکمت یزدانی	۴۰
✓	میهمان جلسه	هادی طاهرپور کلانتری	۴۱
✓	میهمان جلسه	فرید آقاجانی	۴۲
✓	میهمان جلسه	رضا مقدم	۴۳
✓	میهمان جلسه	سعید نبی زاده	۴۴
✓	میهمان جلسه	رضا سالار	۴۵
✓	میهمان جلسه	افسانه ضیایی	۴۶
✓	میهمان جلسه	ملیحه مونس طوسی	۴۷
✓	میهمان جلسه	مهدی ساده	۴۸
✓	میهمان جلسه	بهاره خبازباشی	۴۹

ب- معین کمیسیون

جناب آقای محمدحسین روشنگر