بازار آلمان و اتحادیه اروپا: نگاهی دیگر (سمینار دسترسی به بازار آلمان به عنوان دروازه اتحادیه اروپا در محل اتاق ایران برگزار شد)

خاموشی

ماتیاس بودنبرگ

اسدالله، عسگر اولادی

پش

شهیدی

متاسفانه ظرفیت صادرات غیرنفتی ایران آنگونه که باید مورد بهره‏برداری آلمان قرار نگرفته است.

ارتباط اقتصادی با ایران صرفا نمی‏تواند در فروش‏ کالاها و خدمات آلمان به ایران خلاصه شود.

پایداری جمهوری اسلامی ایران در برابر تحریکات‏ آمریکا بیهوده نبوده است.

سطح اعتبارات بیمه هر مس برای ایران در آینده نزدیک‏ باید بصورت نامحدود درآید.

آقای ماتیاس بودنبرگ:

صادرکنندگان ایرانی باید بکوشند صادرات خود را از طریق آلمان‏ به اتحادیه اروپا افزایش دهند.

فرصتهای ذیقیمتی برای فعالیت تجاری در اتحادیه‏ اروپا وجود دارد.

موفقیت در بازار ایران لزوما نمی‏تواند موفقیت در آلمان را تضمین کند. آلمان دلباخته استاندارد است.

هیچگاه بدون آشنائی قبلی با یک نمایشگاه،در آن شرکت‏ نکنید.

خدمات پس از فروش در حفظ رابطه تجاری‏ با خریدار بسیار اهمیت دارد.

آقای عسگر اولادی:

آلمان توانسته است با مناسبات خوب بازرگانی همچنان‏ درصدر شرکای خارجی ما باقی بماند.

ما در جریان دو تغییر بزرگ در عرصه صادرات غیرنفتی‏ کشورمان هستیم.

کشور دارد در راه جدا شدن سرمایه از مدیریت گام برمی‏دارد.

نسل جدید صادرکننده خود را با موازین تجارت علمی تطبیق‏ می‏دهد.

آقای دکتر پش:

واحد جدید پول اروپا به نام‏"یورو"جایگزین مارک آلمان‏ خواهد شد.

نظام بانکداری آلمان،"اصل بانکداری عمومی‏"را برگزیده‏ است.

چک یابرات بعنوان تضمین پرداخت وجه معامله،ابزار چندان‏ محکمی نیست.

برای صادرکنندگان ایرانی،راههای تامین اعتبار در آلمان‏ وجود دارد.

آقای دکتر شهیدی:

هیچگونه محدودیتی برای ایرانیان در تملک شرکتهای آلمانی‏ یا تاسیس شرکت جدید وجود ندارد.

بازرگانان ایرانی که شرکت تاسیس می‏کنند،لزوما نیاز به‏ اقامت در آلمان نخواهند داشت.

هر نوع فعالیت بازرگانی خارجی می‏تواند در آلمان اقدام به‏ تاسیس شعبه نماید.

دفتر رابط نیاز به ثبت در دفتر تجاری ندارد.

در راستای تلاشهای اتاق بازرگانی‏ و صنایع و معادن ایران برای توسعه‏ و تقویت مناسبات اقتصادی خارجی‏ کشور،بویژه در زمینه صادرات‏ غیرنفتی،سمینار یکروزه‏"دستیابی به‏ بازار آلمان به عنوان دروازه اتحادیه‏ اروپا"در روز شنبه 23 تیرماه‏ با سخنان آقای مهندس خاموشی‏ رئیس اتاق ایران و با حضور نزدیک به‏ دویست تن از صادرکنندگان‏ و کارورزان تولید و تجارت در محل‏ اتاق ایران گشایش یافت.

اتاق بازرگانی و صنایع رسمی ایران‏ و آلمان و موسسه حقوقی هوکینگ‏ آلمان نیز در این سمینار مشارکت‏ فعال داشتند و نمایندگان آنها علاوه‏ بر سخنرانیهای جالبی که‏ ایراد کردند،در جلسه پرسش و پاسخ‏ به تبادل نظر با شرکت‏کنندگان در سمینار پرداختند.

جنبه‏های حقوقی و مالی دادوستد با جمهوری فدرال آلمان مضمون‏ سخنرانی‏ها و گفتگوها را تشکیل‏ می‏داد و ریاست سمینار بر عهده آقای‏ جهانبخش نورائی سرپرست‏ امور حقوقی و داوری اتاق ایران بود.

رابطه دیرینه و استوار

پس از تلاوت آیاتی از قرآن مجید و اعلام‏ برنامه،کار سمینار با سخنان آقای مهندس‏ خاموشی رئیس اتاق ایران آغاز شد.آقای‏ خاموشی اظهار داشت:

"به عنوان رئیس اتاق بازرگانی و صنایع‏ و معادن جمهوری اسلامی ایران،تشکیل‏ این سمینار را که ثمرهء تلاش هماهنگ‏ اتاق ایران،اتاق بازرگانی و صنایع رسمی‏ ایران و آلمان،و مؤسسه حقوقی هوکینگ‏ آلمان است مغتنم می‏شمارم و آنرا کوشش می‏دانم که برای تقویت و استحکام مناسبات اقتصادی دو کشور جمهوری اسلامی ایران و جمهوری فدرال‏ آلمان سودمند است.

با توجه به اینکه براساس برنامهء از پیش تنظیم شده ناچارم در چند ساعت‏ آینده برای شرکت در اجلاس اتاق‏ بازرگانی و صنعت‏"اکو"عازم پاکستان‏ شوم،لذا متأسفانه بخت آنرا ندارم که در جمع شما باقی بمانم و از سخنان و نظراتی که در سمینار مطرح خواهد شد بهره‏مند شوم.معهذا،وظیفه خود می‏دانم‏ که چند دقیقه از وقت گرانبهای شما را بگیرم و مطالبی را مختصرا به عرض‏ برسانم.

دیرینگی و استواری روابط ایران و آلمان‏ بر کسی پوشیده نیست و آلمان همچنان‏ شریک اول تجاری جمهوری اسلامی‏ ایران بشمار می‏آید-چه هنگامی که در سال 1992 مبادلات دو کشور به رقم‏ بی‏سابقهء 9 میلیارد مارک رسید و چه در سالهای بعد که با شروع سیاستهای‏ مهار واردات در ایران،آلمان توانست به‏ رغم کاهش فروش کالاها و خدماتش، جایگاه خود را حفظ کند.دوام این‏ مناسبات البته امر مثبی‏ست.اما یک‏ جنبه منفی نیز در همان حال از دیدگاه ما دارد که به تراز بازرگانی دو کشور برمی‏گردد.سهم صادرات غیرنفتی ما در این تراز کم و ضعیف است.متأسفانه‏ ظرفیت بالقوه صادرات غیرنفتی ایران به‏ رغم امکانات طبیعی بسیار گسترده و نیروی انسانی کارآمد و زیرساختهای قابل‏ اتکاء،آنگونه که باید در ارتباط با آلمان‏ مورد بهره‏برداری قرار نگرفته است. کوتاهی،به نسبت‏هائی،از هر دو طرف‏ است.سمینار امروز از جهت نقشی که‏ می‏تواند در کمک به حل این مشکل ایفا کند،ارزشمند است.انتخاب مضمون‏ دسترسی به بازار آلمان به عنوان دروازهء اتحادیه اروپا،بیانگر آن است که اولا آلمان در حال نشان دادن توجه جدی‏تر به‏ این امر است که ارتباط اقتصادی با ایران‏ یک راه دوطرفه است و صرفا نمی‏تواند در فروش کالاها و خدمات آلمانی به ایران‏ خلاصه شود ثانیا آلمان به مثابهء قوی‏ترین اقتصاد مجموعهء کشورهای‏ اتحادیهء اروپا،گرایش به آن دارد که‏ صادرات ایران از مرزهای ملی آن فراتر رود و بخش‏های پردامنه‏تری از اروپارا در بر گیرد.البته ما ساده انگار نیستیم و علاقه‏ای به تخیلات رنگین نداریم. می‏دانیم که تحقق جدی مضمون این‏ سمینار به مساعی همه جانبهء طولانی و درایت و بردباری نیاز دارد.اما آنرا طلیعهء نوید بخشی می‏دانیم که با استمرار و مداومت میتواند نتایج نیکوئی به بار آورد. حضور برخی از حقوقدانان و مسئولان‏ اقتصادی آلمان در جمع امروز،این اعتقاد را تقویت می‏کند که پایداری جمهوری‏ اسلامی ایران در برابر ناملایمات‏ اقتصادی و تحریکات خارجی-بویژه از سوی آمریکا-بیهوده نبوده است.

ما در یکی دو سال اخیر،با اتخاذ سیاستهای انقباضی توانستیم از طریق‏ افزایش ذخائر ارزی خود،مشکل‏ بدهیهای خارجی را در مسیری قرار دهیم‏ که اعتماد طرفهای تجاری خارجی،از جمله آلمان،در زمینهء دادوستد با ایران‏ قوت تازه‏ای بیابد.تصمیم دولت جمهوری‏ فدرال آلمان در اوائل سال 1995 برای‏ برقرار کردن مجدد بیمهء هرمس در مورد صادرات آلمان به ایران،نشانهء بارز این‏ اعتماد باز یافته است،هر چند که به زعم‏ ما آلمان باید بسیاری از تردیدها و فشارهای جانبی را کنار نهد و در جهتی‏ حرکت کند که منافع اصلی خود را در نظر بگیرد و سطح اعتبارات هرمس برای ایران‏ در آیندهء نزدیک بصورت نامحدود درآید.

ما بسیار خوشحالیم که مقامات برجسته و افکار عمومی آلمان و محافل اتحادیهء اروپا بسیاری از اتهامات دشمنانه‏ای را که‏ آمریکا با تحریم اقتصادی خود علیه‏ جمهوری اسلامی ایران مطرح نموده،رد کرده‏اند و حاضر نیستند تحت قیمومت‏ تجاری آمریکا درآیند.آلمان قطعا می‏داند که تحریم اقتصادی نه تنها از بسیاری‏ جهات مخالف موازین حقوقی بین الملل‏ است،بلکه نمی‏تواند ابزار مناسب و قابل‏ دفاعی برای اعمال نفوذ بر رفتار کشورها باشد.

ما امیدواریم که با ادمهء سیاست‏ خصوصی‏سازی در ایران و عزم ملی برای‏ اجرای اهداف و پروژه‏های برنامه دوم‏ توسعه،صاحبان صنایع و بازرگانان‏ آلمانی با وقوف بر مزیت‏های نسبی کشور ما علاقهء بیشتری به سرمایه‏گذاری‏ مستقمی از خود نشان دهند و از امکانات‏ متنوع ایران برای دسترسی و تسخیر بازارهای منطقه بویژه جمهوریهای نوبنیاد آسیای میانه و ماوراء قفقاز سود ببرند.

در پرتو این دیدگاه،اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران خواستار ادامه و استمرار اینگونه سمینارهاست و آرزومندیم که بازرگانان ایرانی و آلمانی به‏ کمک اتاقهای بازرگانی و کارشناسان‏ اقتصادی و حقوقدانان خود به درک‏ عمیق‏تر منافع متقابل و امکانات و استعدادهای یکدیگر دست پیدا کنند.

کم نیستند بازرگانانی از هر دو کشور که‏ به علت عدم آگاهی دقیق از قوانین و مقررات و عرف و سلیقه‏های تجاری کشور مقابل،یا دچار شکست و مشکلات‏ دلسردکننده شده‏اند،و یا اینکه از فرصتهای ذیقیمتی که برای موفقیت‏ تجاری وجود دارد،غافل مانده‏اند. امیدوارم که سمینار امروز و سمینارهای‏ مشابه بتوانند در جهت غلبه بر این کاستی‏ گام بردارند."

ابزار رایزنی

پس از سخنان آقای خاموشی،آقای‏ نورائی در سخنان کوتاهی نکات اصلی‏ برنامه سمینار را برشمرد و اضافه کرد:"یکی‏ از راهها و ابزارهائی که اتاق ایران در جهت‏ انجام وظیفه اصلی‏اش یعنی کمک به‏ توسعه اقتصادی کشور در اختیار دارد، تشکیل این نوع گردهمائی برای رایزنی‏ و تبادل نظر است.در همین جهت‏ و در ادامه همین تلاشهاست که اتاق‏ بازرگانی و صنایع و معادن ایران با همکاری‏ اتاق بازرگانی و صنایع رسمی ایران‏ و آلمان و موسسه حقوقی هوکینگ‏ سمینار دستیابی به بازار آلمان را تدارک‏ دیده است.جناب آقای مهندس خاموشی‏ ریاست محترم اتاق در سخنان خود به‏ روشنی بر امکان سودمند بودن‏ سمینار امروز اشاره کردند.آنچه من‏ می‏توانم اضافه کنم این است که سعی‏ شده سمینار دستیابی به بازار آلمان به‏ عنوان دروازه اتحادیه اروپا بیشتر جنبه‏ کاربردی داشته باشد و به سئوال‏ها و مسائل‏ مشخص پاسخ دهد.البته صحبتهائی که‏ امروز صبح می‏شود در واقع خوراک جلسه‏ پرسش و پاسخ بعد از ظهر را راهم می‏آورد. آقای ماتیاس بودنبرگ مدیر عامل محترم‏ اتاق ایران و آلمان قرار است درباره ویژگیها و فوت و فن صد ور کالا و خدمات به آلمان‏ صحبت کنند.آقایان رودلف دومنیل، یورگن پش،و خطیب شهیدی از مؤسسه‏ حقوقی هوکینگ فرانکفورت جنبه‏های‏ حقوق و قانونی دادوستد با آلمان و صد ور کالا به این کشور را مورد بحث قرار می‏دهند."

چگونه به آلمان صادر کنیم؟

آقای ماتیاس بودنبرگ،مدیر عامل اتاق‏ بازرگانی و صنایع رسمی ایران و آلمان‏ سخنانی تحت عنوان‏"چگونه به آلمان‏ صادر کنیم‏"ایراد کرد و ضمن تشریح‏ ویژگیهای معامله با آلمان، اظهار نمود:"درحالی‏که شرکتهای آلمانی‏ مجموعه‏ای متنوع و وسیع از محصولات‏ مرغوب و تولیدات صنعتی پیچیده را به‏ ایران صادر می‏کنند،صادرات ایران را عمدتا نفت و فرآورده‏های نفتی،قالی و میوه و سبزیجات تشکیل می‏دهد.اگر از فرش بگذریم،سایر محصولات،اما،از نظر نحوهء عرضه و شکل ظاهر در سطح‏ بسیار پائینی هستند.در دنیای امروز انسان می‏تواند از طریق خلق ارزش‏های‏ والا به کامیابی برسد،و تولید محصولات‏ کامل و بی‏عیب از جملهء این ارزش‏هاست. آلمان هنوز هم شریک شماره یک ایران‏ بوده و هست و صادراتش به ایران نسبت‏ به وارداتش از آن بسیار بیشتر است. بنابر این بازرگانان ایرانی باید بکوشند صادرات خود را به آلمان،و از طریق آلمان‏ به اتحادیه اروپا،یعنی یکی از بزرگترین‏ اتحادیه‏های اقتصادی جهان،افزایش‏ دهند.اتحادیه اروپا بازار غول‏آسائی است‏ که مشتریان در آن آماده‏اند محصولات با کیفیت وارد شده از سراسر دنیا را به بهای‏ خوبی بخرند.فرصتهای ذیقیمتی برای‏ انواع فعالیتهای تجاری در این بازار وجود دارد.اما از آنجا که اتحادیهء اروپا بازار پر جاذبه‏ای است،رقابت شدیدی بر سر آن، نه تنها بین خود اعضاء اتحادیه بلکه بین‏ بازرگانان سایر نقاط دنیا بچشم می‏خورد. اکنون اگر شخصی مصر به انجام صادرات‏ به این بازار است،چه باید بکند؟"

آقای بودنبرگ افزود:"اگر میل دارید محصول خود را به آلمان و شاید سایر اعضاء اتحادیه اروپا صادر کنید،نخستین‏ سئوال این است که آیا از بازار آلمان بطور کلی و بازار محصول خود بطور خاص‏ سمینار با سخنان آقای مهندس خاموشی رئیس اتاق ایران افتتاح شد اطلاع دارید یا خیر؟البته این واقعیت که‏ امروز در اینجا حضور یافته‏اید دلیل آن‏ است که شمال علاقه‏مند هستید به هدف‏ صد ور کالا به آلمان دست پیدا کنید.اما آیا توانائی این کار را دارید؟آیا محصول شما مناسب بازار است؟در این ارتباط است که‏ قیمت مناسب،کیفیت مناسب،تحول‏ بموقع و مانند آن مطرح می‏شود.این نکته‏ مرا به سؤال مناسب بودن کالای شما برای‏ صادرات برمی‏گرداند،زیرا موفقیت در بازار ایران لزوما نمی‏تواند موفقیت شما را در آلمان تضمین کند.

برای پاسخ به این سؤال باید وضعیت‏ محصولات و قوت و ضعف شرکت شما را مورد توجه قرار دهیم.محصول خود را از جهت کیفیت،برتری فنی،طرح،قیمت و غیره چگونه ارزیابی می‏کنید؟به بیان‏ دیگر در این راستا باید محصولات رقبا را تجزیه و تحلیل نمود و آنگاه نتیجه را با محصول خود مقایسه کرد.اینجاست که‏ معلوم می‏شود در چه رده‏ای قرار می‏گیرید. در ارتباط با تعیین وضعیت شرکت خود کارآئی آنرا تا چه حد می‏دانید؟ساختار هزینه‏ها و ساختار داخلی آن در چه‏ سطحی‏ست؟من بر این نکات تأکید می‏کنم،زیرا برای مشتریان بالقوهء شما نیز این مطالب اهمیت زیادی دارد.صحنهء تجارت آلمان و اروپا در حال حاضر شیفتهء ایدهء"مدیریت تمام عیار"و"تولید تمام‏ عیار"است.

هر چیز باید مطابق الگوهای تجاری‏ پیشرفته باشد."کیفیت تمام عیار".این‏ چیزی است که مشتریان بالقوه شما در پی‏ آن هستند.این امر را کاملا به ذهن‏ بسپارید."

آقای بودنبرگ در بخش دیگری‏ از سخنان خود بر این نکته تاکید کرد که: آلمان دلباختهء استاندارد است،بنابر این‏ اساسا برای هر بخش از صنعت استاندارد معینی وجود دارد.دربارهء نرم‏ها و استانداردهائی که محصول شما باید داشته باشد،تحقیق کنید.مؤسسات‏ چندی وجود دارند که کار صد ور گواهی را در ارتباط با ایزو 9000،9001،9002 و غیره انجام می‏دهند.در ایران نیز می‏توانید مشاورانی پیدا کنید که به شما در این مورد کمک نمایند.درخواست برای‏ دریافت اینگونه گواهی‏ها فرصت خوبی‏ است تا دریابید که آیا هنوز هم فرایند تولید شما به بهبود وضعیت نیاز دارد یا خیر.محصول تولیدی باید از استانداردهای ایمنی نیز برخوردار باشد.پس از ارتباط اولیه،تماس با مشتری را حفظ کنید.دست دادن را نمی‏شود فکس کرد!بنابر این تردید نیست که تماسهای شخصی و رودررو اهمیت فراوانی دارد.یکی از بهترین‏ فرصتها برای تماس،دیدار از نمایشگاههاست.در آلمان تقریبا برای‏ تمام بخش‏های صنعت یک نمایشگاه‏ اختصاصی وجود دارد.در این نمایشگاهها شرکتها گرد هم می‏آیند تا محصولات خود را عرضه کنند و اجناس دیگران را بخرند. هیچگاه این اشتباه را نکنید که بدون‏ داشتن آشنائی با یک نمایشگاه،در آن‏ شرکت کنید.در غیر اینصورت دچار تجربه‏ای پرهزینه و تلخ خواهید شد.به‏ نمایش گذاشتن کالای خود باید یک گام‏ ثانوی تلقی شود.با دیدار از نمایشگاه‏ موردنظر،با مشتریان بالقوه در تماس قرار می‏گیرید،و برای اینکه پی ببرید در دور آینده آن نمایشگاه چگونه شرکت کرده و محصولات خود را عرضه نمائید،ایده‏های‏ تازه‏ای بدست می‏آورید.

در پایان صحبت بودنبرگ،اهمیت حفظ رابطه تجاری با مشتری و خدمات پس‏ از فروش مطرح شد:"فروش محصول‏ موفقیت بزرگی‏ست،اما داستان در اینجا به پایان نمی‏رسد.این در واقع می‏تواند شروع یک موفقیت باشد.خدمات پس از فروش بی‏نهایت مهم است.چنانچه‏ اشکالی پیش آید باید بتوانید خدمات‏ پشتیبانی لازم را ارائه دهید.راههای‏ شناخته شده‏ای در این زمینه وجود دارد: شما می‏توانید توسط نماینده یا مستقیما از طریق مشارکت با مشتری نسبت به‏ پخش کالای خود اقدام کنید.نماینده‏ چنانچه براساس حق کمیسیون کار کند، مطمئنا ارزان‏تر تمام می‏شود.پس از ایجاد رابطهء موفقیت‏آمیز از نظر صد ور کالا به آلمان،کمک گرفتن از یک نماینده‏ نخستین گام است.نماینده معمولا فقط برای یک شرکت کار نمیکند،بنابر این‏ می‏توان از طریق او کالاهای متنوعی را که ممکن است مکمل هم باشند عرضه‏ کرد.گام دیگر می‏تواند مشارکت با یک‏ شرکت آلمانی باشد که ممکن است به‏ شکل‏های مختلف،مانند یک واحد بازرگانی یا واحد عرضه‏کنندهء تسهیلات‏ تولیدی،موجودیت پیدا کند.اما مطمئنا ایجاد مشارکت سریع الوصول‏ نیست.بهر حال توصیه من این است که از شرکتهای ژاپنی سرمشق بگیریم و در نظر داشته باشیم که آنها اول بازار آلمان و اروپا را مورد بررسی دقیق قرار دادند و بعدا با احتیاط تمام فعالیت خود را شروع کردند. موضوع حفظ رابطه تجاری خوب با مشتریان را نیز فراموش نکنیم.همانطور که قبلا گفتیم دست دادن را نمی‏شود فکس‏ کرد.مواظبت کردن از مشتری در اروپا و آلمان می‏تواند حتی بیشتر از اینجا نتایج‏ موفقیت‏آمیز ببار آورد.چیزهای کوچکی‏ مانند فرستادن کارت کریسمس و تبریک‏ گفتن روز تولد گاهی مؤثرتر از هدیه‏های‏ بزرگ اثر می‏گذارد."

چگونه ارتباط تجاری خود را با آلمان بوجود آوریم؟

آقای رودلف دومنیل رئیس موسسه‏ حقوقی هوکینگ در سخنرانی خود با عنوان‏ "چگونگی ارتباط تجاری خود را با آلمان‏ بوجود آوریم‏"راجع به ضوابط و مقررات‏ فعالیت اقتصادی در آلمان و سایر کشورهای عضو اتحادیه اروپا صحبت کرد و درباره تنظیم قراردادهای تجارتی، کسب اطلاع درباره توانائی‏های طرف‏ معامله،انتخاب نماینده،ترتیبات‏ پرداخت،تاسیس شرکت،موافقت‏نامه‏ های همکاری،حمایت از دانش فنی‏ و علامت و مالیات در آلمان نکات‏ درخور توجهی را مطرح نمود.(مشروح‏ سخنان آقای دومنیل در شماره پیشین‏ ماهنامه اتاق تحت عنوان چند توصیه‏ حقوقی در دادوستد با آلمان‏"چاپ شده‏ است).

جدائی سرمایه از مدیریت

بنا به تقاضای رئیس سمینار،آقای‏ عسگر اولادی نایب رئیس اتاق تهران‏ دیدگاههای خود را درباره روش‏های علمی‏ تازه در صادرات و مزیت‏های جدائی‏ مدیریت از سرمایه بیان نمود.

"من قرار نبود صحبت کنم.اما چون‏ خواسته شد حرفی بزنم چند دقیقه مزاحم‏ شما می‏شوم.ما به روابط صنعتی‏ و تجارتمان با کشور آلمان ارج می‏نهیم.

آلمان توانسته است با مناسبات خوب‏ بازرگانی خود،همچنان درصدر شرکای‏ خارجی ما باقی بماند.من از این نظریه‏ عنوان یکی از اعضاء بخش خصوصی‏ ایران از صنایع و بازرگانان آلمان تشکر می‏کنم.از جهت دیگری هم باید سپاسگزار آلمان و سایر کشورهای‏ عضو اتحادیه اروپا باشم.استحضار دارید که یکسال و اندی است که تحریم‏ غیرعادلانه ایالات متحده آمریکا علیه‏ ما شروع شده،اما آلمان و اتحادیه اروپا این‏ تحریم را مردود اعلام کرده و علیه آن موضع‏ گرفته‏اند.البته تحریم به ما آموخت که‏ چگونه روی پای خود بایستیم و همه‏ شما فعالیتهای زیربنائی متعددی را که‏ شاهد هستید این همه جای‏ سپاس و شکر به درگاه خداوند دارد.

در این سمینار صحبت از صادرات‏ است.ما در جریان دو تغییر بزرگ در عرصه‏ صادرات غیرنفتی کشورمان هستیم.اولین‏ تغییر مربوط به تاسیس و گسترش‏ شرکتهای جدید است.بخوبی اطلاع‏ دارید که بطور سنتی اساس تشکیل‏ شرکتها و مدیریت آن در ایران خانوادگی‏ بوده است.اما حالا می‏بینیم که کشور دارد به سوی جدا شدن سرمایه از مدیریت گام‏ بر می‏دارد.درست به همان صورت که‏ در کشورهای پیشرفته عمل می‏شود.من‏ این تحول را طلیعه نویدبخشی برای‏ سرمایه‏گذاری و تولید و تجارت در کشورمان می‏دانم.سرمایه‏گذاران با وقوف‏ بر نقش تعیین‏کننده مدیریت،شروع‏ کرده‏اند که مدیران فهمیده و کارآمد را برای اداره شرکتها بکار گیرند و از روش‏های‏ علمی استفاده کنند.مسلما با این‏ گرایش،حضور محکم‏تر ما در سطح جهان‏ امکان‏پذیرتر می‏شود.دومین تغییر،به‏ علمی شدن صادرات ارتباط پیدا می‏کند.

آقای خاموشی:دیرینگی و استواری روابط ایران و آلمان بر کسی پوشیده نیست

داریم از روش سنتی صادرات به روش‏ علمی پا می‏گذاریم.در گذشته، صادرکننده با نگاه کردن به دست همسایه‏ از او تقلید می‏کرد و در پی افزایش آگاهی‏ و کسب اطلاعات جدید نبود.الان اینطور نیست.بسیاری از صادرکنندگان، بخصوص نسل جدید صادرکننده و شرکتهای نوبنیاد،دارند حرکت و تصمیم‏گیری‏شان را با موازین تجاری‏ علمی و سنجیده جهانی تطبیق می‏دهند. من به عنوان یک صادرکننده قدیمی که‏ در حال بازنشستگی هستم،به همه شما توصیه می‏کنم که از دانش‏اندوزی در کار صادرات غفلت نکنید.باید شرایط بازار و گرایش مصرف‏کننده و سلیقه خریدار و فوت و فن رقبا را بخوبی بشناسید و از تکنیکها و روش‏های مدرن برای ورود به‏ بازار یا تقویت موقعیت خود استفاده‏ کنید.همه اینها نیاز به سخنکوشی و کسب‏ اطلاعات دارد.من امیدوارم که سمینار امروز و سمینارهای مشابه آن بتواند از این‏ جهت به شما کمک کند و دانش حرفه‏ای‏ شما غنی‏تر شود.

سال گذشته در کشوری که دومین شریک‏ تجاری ما به شما می‏رود سمیناری بود که‏ من هم شرکت داشتم.سمینار را خریداران‏ کالاهای ما تشکیل داده بودند و به نحو شایسته‏ای پذیرائی کردند و دیدارهای‏ مفیدی برای دعوت شده‏ها ترتیب داده‏اند. پیام آنها بطور خلاصه این بود که:ما شما را دعوت کرده‏ایم تا بگوئیم علاقه‏ داریم از شما کالا بخریم.اما ببینید از نظر کیفی ما دنبال چه هستیم،بروید خودتان را با خواسته و سلیقه ما تطبیق‏ بدهید.من این خواهش را از همه خانمها و آقایان حاضر در این نشست دارم که ببینید خریدار چه می‏خواهد.به جای نشستن‏ حرکت کنیم و بازارهای مصرف کالاها و خدماتمان را در تمام دنیا پیدا کنیم. محدودیت‏ها و مزیت‏ها را بشناسیم و برمبنای آنها برنامه‏ریزی کنیم و پیگیرانه‏ دنبال تحقق برنامه‏هایمان باشیم.شرایط جهانی را باید بشناسیم و با هشیاری‏ و انعطاف خود را با این شرایط سازگار کنیم.البته اگر مشکلی هم پیش آمد باید راه‏حل آن را پیدا کنیم.دلسرد نشویم.من‏ همینجا از فرصت استفاده می‏کنم و از مسئولان اقتصاد آلمان تقاضا دارم به‏ ما کمک کنند تا حضور پررنگ‏تری در اتحادیه اروپا داشته باشم.ما بیش از صد سال است که با اروپای غربی رابطه‏ داریم،و بدیهی است که هر دو طرف‏ می‏توانند شریک خوبی برای هم‏ باشند.ما امیدواریم که با استفاده از تکنولوژی بهتر،کیفیت بالاتر و بسته‏بندی‏ بهتر موفقیت خود را در غرب اروپا بویژه در کشور آلمان حفظ کنیم و بریائی هرچه‏ بیشتر این سمینارها و گردهمائی‏ها علمی و ارزنده را که می‏تواند در حرکت ما به‏ سوی دادوستد علمی و امروزین مفید واقع‏ شود،اقدام درخور ستایشی می‏دانم که‏ امیدوارم ادامه پیدا کند."

پول،بانک و تامین منابع مالی

آقای دکتر یورگن پش از موسسه حقوقی‏ هوکینگ سخنران بعدی بود که نکات‏ جالبی را در مورد پول،بانک و تامین منابع‏ مالی در آلمان مطرح ساخت.آقای پش‏ اظهار داشت:

"همانطور که می‏دانید،طی 48 سال‏ گذشته،پول رایج و قانونی کشور آلمان‏ مارک بوده است.البته این امر قرار است تا ژانویهء 1998(دی‏ماه 1376)تغییر یابد. چنانچه همه چیز طبق برنامه پیش رود، در اینصورت واحد جدید پول اروپا تحت‏ عنوان‏"یورو"جایگزین مارک آلمان خواهد شد.البته با وجود اینکه این تصمیم طی‏ پیمان ماستریخت مورد موافقت قرار گرفته هنوز مشخص نیست که کدامیک از کشورهای عضو اتحادیهء اروپا در ایجاد این پول جدید مشارکت خواهند داشت. آنطور که در حال حاضر بنظر می‏رسد آلمان،فرانسه،هلند،لوگزامبورگ و اتریش،به احتمال زیاد اولین شرکت‏ کنندگان در این نظام پولی جدید خواهند بود.در آنصورت احتمالا،سایر اعضای‏ اتحادیه اروپا یک یا دو گروه از کشورها را تشکیل خواهند داد که واحد پول قدیمی‏ خود را نگه می‏دارند،و در همان حال برای‏ حفظ نسبتی ثابت بین نرخ آن و یورو تلاش خواهند کرد.البته امید آن می‏رود که این کشورها نیز در مراحل بعدی به‏ یورو،که برطبق برنامه‏های موجود تنها واحد پولی است که باقی خواهد ماند، بپیوندند.

با پیدایش سیستم یورو،پول جدید توسط بانک مرکزی اروپا که در فرانکفورت مستقر خواهد بود،توزیع‏ خواهد شد.بانک مرکزی آلمان که تاکنون‏ با موفقیت تمام مارک آلمان را کنترل‏ کرده،برچیده نخواهد شد،لیکن صلاحیت‏ خود را در زمینه سیاستگذاری پولی از دست خواهد داد.

آقای دکتر پش درباره بانکداری آلمان‏ آقای عسگر اولادی:مقاومت آلمان و اتحادیه اروپا در برابر تحریم آمریکا،موجب‏ قدردانی است

گفت:"نظام بانکداری آلمان‏"اصل‏ "بانکداری عمومی‏"را برگزیده است.این‏ بدان معنی است که کلیه بانکهای آلمانی‏ به محض اینکه پروانه بانکداری دریافت‏ کنند،می‏توانند در تمامی انواع فعالیتهای‏ بانکی شرکت جویند.تواما بانکهای‏ خارجی نیز می‏توانند تحت همان شرایط در آلمان فعالیت کنند و در واقع بسیاری از بانکهای ایرانی هم شعبات یا واحدهای‏ تابعه‏ای در آلمان دارند."

آقای پش ضمن بیان مطالبی در مورد سپرده‏گذاری،افتتاح حساب،و انتقال پول، به گرفتن وام از بانکها اشاره کرد و توضیح‏ داد:"بانک،قبل از هرگونه وام به وام‏ گیرنده،وضعیت تجاری وی را،بخصوص‏ از طریق اخذ و مطالعه یک نسخه از صورتحسابهای مالی سالانهء وی،بررسی‏ خواهد کرد.البته چنانچه میزان وام بیشتر از 000،250 مارک آلمان باشد،بانک‏ بموجب قانون موظف به انجام چنین‏ بررسی می‏باشد.این بررسی طبعا با دقت‏ کامل صورت خواهد گرفت.مثل رایجی‏ ست که یک بانک آلمانی تنها در صورتی‏ به شما وام می‏دهد که ثابت کنید احتیاجی‏ به وام ندارید و عملا هم می‏توانید بلافاصله آنرا باز پرداخت کنید!

بانک،همچنین،علاوه بر بررسی‏ وضعیت وام گیرنده،برای وامی که اعطا می‏کند،تضمین یا وثیقه‏ای خواهد خواست.

در زمینه تضمین‏هائی که صادرکننده‏ ایرانی ممکن است از طرف آلمانی خود بگیرد،آقای پش موضوع صد ور ضمانت‏ نامه را مطرح کرد و گفت:همانطور که قبلا بطور خلاصه اشاره کردم،بانکها به عنوان‏ ضامن نیز عمل می‏کنند.این مشخصه‏ای‏ است که چنانچه شما صادرکننده کالا به‏ آلمان باشید،مطمئنا به آن علاقمند خواهید بود،چرا که ممکن است از مشتری‏ خود بخواهید جهت تضمین ثمن معامله‏ یک ضمانت نامه بانکی ارائه دهد.

در معاملات بین المللی،چنین ضمانتی‏ بیشتر بصورت اعتبار اسنادی تضمینی که‏ توسط یک بانک صادر شده،انجام‏ می‏شود.اعتبار اسنادی تضمینی یک‏ مدرک رسمی و متحدالشکل است که‏ اعلام می‏دارد بانک مبلغ مشخص شده در سند را به شرط حدوث وقایع مشخص‏ شده در سند خواهد پرداخت.

اینگونه وقایع نیز معمولا به اسناد مرتبط خواهند بود.بانکها به هیچ وجه میل‏ ندارند در وارسی‏های فیزیکی کالای‏ تجاری،تحویل آن و یا سایر مسائل‏ مشابه درگیر شوند.بنابر این نوعا یک‏ اعتبار اسنادی تضمینی به احتمال زیاد چنین مقرر خواهد داشت که بانک مبلغ‏ مورد ضمانت را وقتی می‏پردازد که‏ تأییدیه کتبی ذینفع اعتبار را دریافت کند دال بر اینکه در سر رسید،تقاضای‏ پرداخت از بدهکار را نموده و او از پرداخت‏ سر باز زده است

اگر شما کالائی به آلمان صادر کنید و برای تضمین از بانک خریدار چک یا براتی دریافت کنید،در وضعیت چندان‏ بهتری قرار نخواهید داشت.چک و برات‏ تنها وسیلهء پرداخت می‏باشند و هیچگونه‏ تضمین یا ضمانت‏نامه‏ای جهت اطمینان‏ از پرداخت را در بر نمی‏گیرند.تنها مزیت‏ عملی مربوط به چک وبرات عبارتست از اینکه در صورت بلا وصول ماندن،شما قادر خواهید بود بنوعی دادرسی اختصاری‏ که نسبت به دادرسی عادی از سرعت‏ بیشتری برخوردار است،متوسل شوید. روشن‏تر بگوئیم،در آلمان برطبق قانون‏ هیچ بانکی نمی‏تواند چک یا براتی را تضمین یا تأیید کند.البته تنها استثناء این امر بانک مرکزی آلمان است که‏ صلاحیت تضمین چکها را دارد.در اینصورت،اینگونه چکهای تضمین شده‏ معادل پول نقد بحساب می‏آیند.تمامی‏ انواع دیگر چک تنها قول پرداخت‏ می‏باشند و البته قول ممکن است زیر پا گذاشته شود.بطور مثاال از طریق دستور عدم پرداخت به بانک.

راههای تامین منابع مالی برای‏ صادرکنندگانی ایرانی

از دیگر موضوعاتی بود که آقای دکتر پش‏ بطور خلاصه درباره آنها صحبت نمود: "در صورتیکه سرمایه کافی داشته باشید، امن‏ترین شیوه تأسیس یک شرکت با سرمایه خود شما است.اما اگر سرمایه‏ کافی ندارید،و اگر به دلایلی قادر به‏ حضور در بورس سهام نیستید و یا اگر تمایلی به روی آوردن به بانکها ندارید،در آنصورت می‏توانید تشکیل یک نوع‏ مشارکت خاص را با شخصی که توانائی‏ تأمین سرمایه کافی دارد در نظر بگیرید. قانون آلمان انواع مختلفی از مشارکت را در اختیار شما قرار داده است.یکی از این‏ انواع که بیشتر از سایرین انتخاب‏ می‏شود"شرکت غیرفعال‏"می‏باشد.در این مدل یک شریک در هر شکل قانونی‏ که مناسب ببینید(شرکت محدود،شرکت‏ تضامنی یا هر نوع همکاری دیگر)واحد تجاری را آغاز می‏کند و سپس شریک‏ دیگر(غیرفعال)منابع مالی را در اختیار این واحد تجاری می‏گذارد.این نوع‏ شراکت را از آنجا غیرفعال خوانده‏اند که‏ مشارکت شریک غیرفعال از دید ناظر بیرونی پوشیده است و ظاهرا فقط مراجع‏ مالیاتی از این فعالیت آگاه خواهد بود.

بجز شرکتهای غیرفعال،اشخاص‏ خصوصی و سایر واحدهای تجاری نیز ممکن است منابع مالی مورد نیاز یک‏ واحد تجاری را به روش ساده اعطای وام‏ تأمین کنند.البته مؤسسات غیربانکی در صورتیکه نخواهند طبق مقررات به عنوان‏ بانک شناخته شده و نتیجتا مشمول‏ مقررات بانکداری گردند،در نوع و تعداد وامهایی که می‏توانند اعطا کنند با محدودیتهایی روبرو هستند.

اجاره یکی دیگر از راههائی‏ست که‏ می‏تواند بکار گرفته شود.این فعالیت‏ تجاری،یعنی اجاره،توسط شرکتهای‏ تخصصی که اغلب اوقات وابسته به‏ تولیدکنندگان کالاهای صنعتی یا بانکها هستند،ارائه می‏گردد.

کالای صنعتی(بطور مثال یک کامیون یا ساختمان)توسط موجر برای مدت‏ مشخصی جهت استفاده در اختیار مستأجر (یعنی شما)قرار می‏گیرد.مستأجر یک‏ مبلغ ماهانه(مشابه اجاره بها)را در ازای‏ استفاده از کالاها خواهد پرداخت.پس از انقضای مدت معین،در مورد اموال منقول‏ موجر آن را پس می‏گیرد،و در مورد اموال‏ غیرمنقول،مستأجر ممکن است اختیار خرید آن را بدست آورد.

برای یک واحد تجاری نوپا،اجاره از جاذبه بسیاری برخوردار است،چرا که‏ شما در ابتدای امر مجبور نیستید که تمامی‏ مبلغ بودجه لازم را تأمین کنید.پرداخت به‏ ازای گذشت زمان و بتدریج صورت‏ می‏گیرد و این امر اجازه می‏دهد تا بتوان‏ مبالغ اجاره بها را همزمان با استفاده از محصول کسب کرد.

حالا بد نیست به روش خرید"مطالبات‏ "(فاکتورینگ)بپردازیم.هدف‏ خرید مطالبات تامین منابع مالی در ارتباط با درآمد حاصل از فروش است.فرض کنیم‏ شما کالاهائی را براساس برنامه‏ای مرتب‏ به آلمان صادر می‏کنید.در این صورت‏ مؤسسه عامل بازرگانی(که شرکتهائی‏ تخصصی در این زمینه می‏باشند)ممکن‏ است مطالبات مؤجل را با تخفیف-بطور مثال به نرخ 90%ارزش واقعی آنها- بخرد.عاملیت بازرگانی به دو شکل‏ متفاوت وجود دارد:یا عامل خطر عدم‏ پرداخت را می‏پذیرد،در این مورد عامل‏ طبعا بر نوعی حمایت بیمه‏ای از مطالبات‏ اصرار خواهد داشت،و یا اینکه این خطر همچنان بر عهده صادرکننده خواهد بود.

تشکیل شرکت در آلمان

آخرین سخنران سمینار،آقای‏ دکتر ساسان خطیب شهیدی عضو ایرانی‏ موسسه حقوقی هوکینگ بود که به بررسی‏ در جلسه پرسش و پاسخ،نکات دقیق‏تری در ارتباط با جنبه‏های حقوقی و مالی‏ ارتباط با آلمان مطرح شد

جنبه‏های مختلف تشکیل و تاسیس‏ شرکت و شعبه در آلمان پرداخت و اطلاعات‏ مفیدی را در اختیار علاقه‏مندان قرار داد. آقای شهیدی اظهار داشت:

"یکی از مهمترین مسائل سرمایه‏گذاران‏ ایرانی برای انجام فعالیتهای بازرگانی در بازار آلمان،چگونگی اخذ مجوزهای‏ ضروری و امور مثبتی می‏باشد.

پیش از هر چیز باید متذکر شوم که‏ هیچگونه محدودیتی برای بازرگانان‏ ایرانی در تملک شرکتهای موجود یا تازه‏ تأسیس و یا سرمایه‏گذار مالی در چنین‏ شرکتهایی وجود ندارد و هیچگونه مجوزی‏ مورد نیاز نیست.مالکیت صد درصد در کلیه صنایع مجاز است و محدودیت‏ عمده‏ای در حقوق مالکیت وجود ندارد.به‏ عنوان مثال،خردید زمین برای خارجیان‏ آزاد است."آقای شهیدی پس از برشمردن‏ نکات مربوط به دریافت ویزا و پروانه اقامت‏ و پروانه کار توسط بازرگانان ایرانی که‏ خواستار فعالیت در آلمان هستند،تصریح‏ کرد:"بازرگانان ایرانی که تمایل به‏ تأسیس شرکت دارند ضرورتا نیازی به‏ اقامت در آلمان نخواهند داشت و می‏توانند نماینده‏ای تعیین کنند که در آنجا اقامت دارد و پاسخگوی مقامات‏ مسئول است."

در ارتباط با انواع شرکتهای تجاری،آقای‏ شهیدی گفت:"علیرغم تلاشهای‏ اتحادیه اروپا برای هماهنگی مقررات‏ سازمانهای بازرگانی،هنوز هم تفاوتهای‏ بسیار در این زمینه در میان کشورهای‏ عضو"اتحادیه اروپا"وجود دارد.انواع‏ سازمانهای بازرگانی همچنان براساس‏ قوانین ملی هر کشور تعیین شود.

به موجب قوانین آلمان،سرمایه‏گذاران‏ ایرانی می‏توانند برای تأسیس شرکتهای‏ موردنظر خود از انواع مختلف قانونی‏ شرکتها استفاده کنند.آنها می‏توانند "شرکت خصوصی‏"تاسیس نمایند،یا با دیگران‏"مشارکت‏"کنند،و یا شرکتی با "شخصیت حقوقی‏"خاص خود"تشکیل‏ دهند.

بطور کلی،تمام شرکتهای تجاری و کلیه‏ اشخاصی که به امور بازرگانی می‏پردازند، باید در"دفتر تجارتی‏"دادگاه محل اقدام‏ به ثبت نمایند.

تجار منفرد و شرکتهایی که گردش مالی‏ آنان در حد اقل است نه احتیاجی به ثبت‏ دارند و نه امکان ثبت را خواهند داشت.در مورد شرکتهای بازرگانی و صنعتی،رقم‏ گردش مالی سالانه معمولا حدود 300000 مارک و در مورد نمایندگی‏ها و سایر خدمات حدود 60000 مارک‏ می‏باشد.

همچنانکه در سایر کشورها هم معمول‏ است،سرمایه‏گذار می‏تواند یک شرکت‏ انفرادی تأسیس کند.مالک شرکت، مسئولیت کامل دارایی‏های شرکت و همچنین اموال خصوصی خود را برای جلسه پرسش و پاسخ پرداخت دیون و هرگونه بدهیهای شرکت‏ بر عهده دارد.هیچگونه محدودیتی در تعهدات او وجود ندارد مگر آنکه در هر مورد بطور مشخص و جداگانه توافقهایی‏ به عمل آمده باشد.

در زمینه تاسیس شعبه و دفتر رابط در آلمان،آقای شهیدی اظهار داشت: متداولترین شکل سازمانهای بازرگانی‏ برای شرکتهای خارجی در آلمان،علاوه‏ بر شرکت با مسئولیت محدود،تشکیل‏ شعبه شرکت خارجی است،اگرچه هر نوع‏ فعالیت بازرگانی خارجی هم می‏تواند اقدام به تأسیس شعبه نماید.تفاوت‏ عمده شرکت فرعی با شعبه آنست که‏ شعبه موجودیت حقوقی مجزایی از دفتر مرکزی شرکت ندارد و از آنجا که شعبه‏ موجودیت حقوقی مجزایی ندارد،به‏ خودی خود حقوق و تعهداتی نداشته و آنها را از شرکت مادر کسب می‏کند.

ازاین‏رو،فقط از طریق شرکت مادر است‏ که شعبه می‏تواند اقامه دعوی کند و یا می‏توان علیه آن اقامه دعوی نمود.اما این‏ بدان معنی نیست که دفتر مرکزی را نمی‏توان در دادگاههای آلمان تحت‏ تعقیب قرار داد.شرکت مادر،از طریق دفتر مرکزی خود،در حد تمام دارائیهایش در برابر کلیه دعاوی علیه شعبه،مسئولیت‏ کامل و نامحدود دارد،در حالیکه در دعاوی‏ علیه شرکت فرعی فقط دارایی‏های‏ شرکت فرعی را می‏توان تأمین نمود.

برای تأسیس شعبه در آلمان،بطور رسمی حد اقلی برای سرمایه ثبت شده‏ تعیین نشده است.اما،بطور کلی می‏توان‏ توصیه نمود که مبلغ معینی در تقاضانامه‏ ثبت قید شود که بعدها بتوان از تخفیف‏ های مالیاتی استفاده کرد.مبلغ مناسب‏ برای یک شعبه کوچک بازرگانی که بطور عمده در فروش تولیدات شرکت مادر فعالیت دارد 20000 مارک است.

دفتر رابط صرفا برای انجام کارهای‏ کمکی تشکیل می‏شود،از قبیل ارائه‏ اطلاعات به مشتریان،تبلیغات، انبارداری،تحقیق،ایجاد و معرفی‏ معاملات جدید یا سایر امور مربوط به‏ عملکرد و وظایف یک دفتر رابط.چنانچه‏ فعالیتهای دفتر رابط از محدوده اینگونه‏ کارهای کمکی فراتر برود به عنوان شعبه‏ مستقل تلقی می‏شود که در مورد مالیات و امور حسابداری و نظایر آن مسئولیت‏ کامل پیدا می‏کند و در صورتیکه دفتر رابط چندین سال عملا وظایف شعبه را انجام‏ داده باشد،ممکن است با مشکلات جدی‏ مواجه شود.اگر اختیارات مدیر شعبه شامل‏ تصمیمات روز به روز،عقد قرارداد تحت‏ نام خود،و نظایر آن باشد ممکن است‏ مشکلاتی ایجاد کند،اما شعبات می‏توانند از طرف و به نام شرکت مادر قرارداد منعقد سازند.همچنین می‏توان اشاره کرد به‏ اختیارات کاملی که شعبات می‏توانند در زمینه‏های دیگر داشته باشند،مانند اداره‏ دفتر مستقل،گشایش حساب بانکی به‏ نام خود و داشتن حسابداری‏ مستقل.نظیر شرکت با مسئولیت‏ محدود(گاام ب ها)تاسیس نمائید."

جلسه پرسش و پاسخ

پس از صرف نهار،جلسه پرسش و پاسخ‏ سمینار تشکیل یافت و سئوالهائی که‏ در ارتباط با سخنرانی‏ها مطرح بود، مورد بحث قرار گرفت.صادرکنندگان‏ ایرانی در زمینه قوانین مالیاتی اتحادیه‏ اروپا،مسائل گمرکی،اجاره به عنوان‏ وسیله تامین اعتبار،سرمایه‏گذاری آلمان‏ در ایران به صورت مستقیم و به روش بای‏ بک،مشکل ورود منسوجات ایران به‏ اتحادیه اروپا و،منوط کردن انتقال مالکیت‏ کالا به پرداخت ثمن،مسئولیتهای حقوقی‏ ناشی از عیب کالا،نحوه تحقیق در مورد طرف تجاری،میزان اعتبار انواع شرکتها و نکات دیگر پرسش‏هائی داشتند که‏ آقایان بودنبرگ،دومنیل،پش،.و خطیب‏ شهیدی در این زمینه توضیحات لازم را دارند.مشروح پرسش و پاسخ‏ها در فرصت‏ دیگری برای استفاده خوانندگان گرامی‏ چاپ خواهد شد.