

فروش تله های فرمونی تقلبی و تاریخ مصرف گذشته در ایران

طی درخواست بعضی از اعضا انجمن پسته ایران مبنی بر تشخیص تقلبی یا واقعی بودن تله های فرمونی کرماکیل، دبیرخانه انجمن با مسئول سازنده این کالا در کشور کانادا مکاتبه نمود. طبق مکاتبات انجام شده، شرکت سازنده تله های فرمونی کرماکیل از ۴ سال گذشته هیچ نوع تله فرمونی تولید نکرده است. بر اساس اظهارات مسئول سازنده این کالا، کلیه تله های فرمونی که با نام کرماکیل در ایران به فروش می رسند تقلبی هستند و یا تاریخ مصرف آن ها منقضی شده است. این تله ها برای پایش و کنترل آفت پروانه چوبخوار درختان پسته کاربرد دارد.

گزارش محموله های مردود شده پسته از گمرکات اروپا

طبق گزارشات ارسالی از سوی اتحادیه خشکبار اروپا (FRUCOM) در تاریخ ۱۵ بهمن ماه ۱۳۹۴، حدود ۵ درصد از محموله های پسته ارسالی از ایران به اروپا به دلیل آلودگی بیشتر از حد مجاز به افلاتوکسین در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۵ مردود شده اند. شایان ذکر است که ۵۰ درصد از کل محموله های ارسالی ایران در گمرکات اروپا مورد بازرسی تصادفی قرار می گیرند. این در حالی است که تنها ۲۰ درصد از محموله های پسته ارسالی از آمریکا به اروپا بازرسی می شوند. بر اساس این گزارش در مدت مشابه، حدود ۹ درصد از محموله های پسته آمریکایی مردود شده اند. با افزایش تعداد محموله های مردود شده از ایران و آمریکا این احتمال وجود دارد که سختگیری های اتحادیه اروپا در مورد پسته های ارسالی افزایش یابد.

آشنایی با اصول مذاکرات تجاری

کرمان شرکت کردند. شایان ذکر است تعاریف پایه ایی از قبیل تعریف مذاکره، خصوصیات مذاکره کننده حرفه ای، انواع مذاکره و آداب و اصول حاکم بر آن جزء مواد آموزشی بودند. در ادامه خلاصه ای از مطالب تدریس شده جهت آشنایی بیشتر اعضای انجمن پسته ایران با اصول مذاکرات تجاری ارائه می شود.

الهام نوذری

دوره آموزشی آشنایی با اصول، فنون و هنر مذاکرات تجاری در تاریخ ۲ آذر ماه ۱۳۹۴ در مکان سالن کنفرانس شماره یک اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی کرمان برگزار شد. قاسم خادم رضوی، دکترای حقوق تجارت بین الملل از فرانسه و عضو هیأت علمی دانشگاه علوم قضایی تهران مدرس این دوره بود. در این دوره ۲۳ نفر از اعضای اتاق بازرگانی

مذاکره و انواع آن

مذاکره فرآیندی گفتگو محور بین دو یا چند نفر بر سر یک موضوع مشخص برای رسیدن به اهداف و منافع فردی یا گروهی است. دستیابی به مهارت مذاکره اکتسابی است و نیاز به ممارست و تمرین مهارت های اجتماعی دارد.

مذاکره می تواند به صورت صریح و ضمنی باشد. معمولاً برای گرفتن امتیاز از طرف مذاکره کننده و دستیابی به نتایج شفاف و بهتر، روش مذاکره صریح به کار برده می شود.

در انجام مذاکرات تجاری می توان درخواست ها و شرایط مد نظر را به صورت ترتیبی مطرح نمود. روش دیگری به نام همزمانی هم وجود دارد. در این روش همه شرایط و خواسته ها بیان می شوند.

از مزایای کاربرد این روش این است که مذاکرات را از خطر متوقف شدن مصون می دارد؛ چون در روش ترتیبی ممکن است با مطرح کردن چند

شرط اول و دریافت جواب منفی کل مذاکره متوقف شود. انتخاب مواضع در مذاکره امر بسیار مهمی است. اگر مذاکره مبتنی بر موضع گیری سخت باشد به این معنا که شخص از مواضع خودش به هیچ وجه کوتاه نیاید، ممکن است مذاکره متوقف شود.

در صورتی که موضع گیری نرم باشد و شروط مطرح شده به راحتی پذیرفته شود، ممکن است مذاکره ما با شکست روبرو شود و مجبور به دادن امتیازات زیادی شویم.

هیچ یک از این مواضع انتخابی به طور مطلق مناسب نیستند و بهتر است به صورت عاقلانه، تلفیقی از این موارد انتخاب شود.

مذاکرات به دو نوع رسمی و غیررسمی برگزار می شوند. داشتن دستور کار، تنظیم صورتجلسه، انتخاب مکان مشخص، امکان اجرای بیشتر توافقات و انعطاف پذیری کمتر بین طرفین از ویژگیهای مذاکرات رسمی است.



اصول حاکم بر انجام مذاکرات موفق

برای انجام مذاکرات موفق و انعقاد قراردادهای تجاری در سطح بین‌المللی توجه به موارد زیر ضروری است:

۱- شناخت فرهنگ جامعه هدف: قبل از رفتن به کشور دیگر و مذاکره کردن باید با فرهنگ مردم آن کشور و خصوصاً فرهنگ تجار آن جا آشنا باشیم. معمولاً کسب اطلاعات فرهنگی در مورد جامعه هدف و شناخت شخصیت های حاضر در مذاکره از طریق ارتباط با کنسولگری ها و سفارتخانه های کشور امکان پذیر است.

۲- تسلط بر زبان کشور طرف مذاکره

۳- دارا بودن توان جسمی و روحی قوی تا پایان مذاکره

۴- دقت کافی در تهیه متون توافق نامه ها تا انتهای کار و امضا کردن با دقت و آگاهی

موارد ضروری برای ورود به مذاکره

قبل و حین انجام مذاکره، شخص مذاکره کننده بایستی یکسری زمینه سازی برای کسب موفقیت انجام دهد. این موارد عبارتند از:

۱- فهرست کردن تمام موضوعات مورد بحث از قبیل

قیمت، پیش پرداخت و...

۲- اولویت بندی موضوعات لیست شده

۳- آماده کردن یک پیشنهاد اولیه

۴- آگاهی از مسائل حقوقی در انعقاد قراردادها

۵- مطرح کردن شروط و خواسته ها بطور مستقیم و صریح

۶- تحقیق در مورد گزینه های طرف مقابل

۷- در نظر گرفتن امتیازاتی به طرف مقابل

باید در نظر داشت که تکرار تقاضا، ژست گرفتن در طول مذاکره، موضع گیری و دفاع از مواضع خود و معذب کردن طرف مقابل نباید در حین مذاکرات انجام شود.

البته مواردی از قبیل امانت داری، صداقت، رازداری، خوشرویی، انصاف، اعتماد به نفس، وقت شناسی، کنترل احساسات و اشراف اطلاعاتی در مورد سازمان و محصول باید جزء خصوصیات شخصیتی فرد مذاکره کننده باشند.

همچنین باید توجه داشت طرف مقابل چه حیطه اختیاراتی در شرکت یا سازمان دارد. در صورتی که فرد مقابل در سازمانش تصمیم گیر و موثر نباشد بهتر است با او مذاکره انجام نشود. زمانی که در موضع ضعف قرار داریم و حق انتخاب کافی نداریم مذاکره کردن به صلاح نیست.