

در نهمین جلسه کمیسیون تشکل های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان عنوان شد:

## **تشکیل شرکت های مدیریت صادرات توسط اتحادیه ها منجر به تسهیل فروش و بازاریابی محصولات خواهد شد / رمز بقای شرکت های دانش بنیان موفقیت در بازاریابی و فروش است**



در نهمین جلسه کمیسیون تشکل های اقتصادی اتاق بازرگانی اصفهان که به ریاست مهدی جعفرپیشه، نایب رییس این کمیسیون برگزار شد، تشکیل شرکت های مدیریت صادرات توسط اتحادیه ها وسیله ای برای تسهیل فروش و بازاریابی محصولات اتحادیه ها عنوان شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان در ابتدای این جلسه **کریم سلیمی**، رییس اداره بازرگانی خارجی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان با بیان اینکه طیف وسیعی از جواز، بسته های حمایتی و مشوق ها از سوی این سازمان برای صادرکنندگان در نظر گرفته شده گفت: معرفی صادرکننده های نمونه استان، ایجاد بسته حمایت از صادرات و میزهای توسعه صادرات محصولات و همچنین صدور مجوزهای اعزام و پذیرش هیات های تجاری، بازاریابی و برگزاری نمایشگاه های خارج از کشور از برنامه های اصلی استان برای حمایت از صادرکنندگان می باشد. وی افزود: در استان اصفهان بیش از هزار صادرکننده فعال وجود دارد که از این تعداد تنها 10 درصد آنها برای تقدیر اقدام به معرفی و تکمیل فرایند ثبت نام نموده اند. رییس اداره بازرگانی خارجی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان ضمن تشریح این مشوق ها و تسهیلات تصریح کرد: ایجاد میزهای توسعه صادرات نیز به منظور ساماندهی و هدفمندسازی فعالیت های مرتبط با هر کالا صورت می گیرد. سلیمی استفاده از اطلاعات رایزنان بازرگانی موجود در کشورهای هدف صادراتی و تشکیل شرکت های مدیریت صادرات توسط اتحادیه ها را از جمله کمک های این سازمان به اتحادیه های مختلف در حوزه بازاریابی و فروش محصولات عنوان کرد و از حمایت مادی و معنوی سازمان توسعه تجارت از این شرکت ها خبر داد. وی توجه به نحوه تولید محصول با کیفیت مطلوب و مطابق با استانداردهای جهانی و تمرکز بر فروش و بازاریابی قبل از آغاز فرایند تولید را یکی از رموز موفقیت فعالان اقتصادی دانست.

**علی عطاقر**، مدرس دانشگاه و مشاور کمیسیون تشکل ها نیز در این جلسه با تاکید بر لزوم بازار محور بودن به جای تولید محور بودن در دنیای کسب و کار امروز گفت: بازاریابی، بازاریابی و بازاریابی یکی از ارکان اصلی موفقیت در فضای رقابتی امروز است. وی تصریح کرد: آنچه به چالشی برای شرکت های دانش بنیان کشور تبدیل شده، تمرکز بیش از حد بر تولید و ضعف در بازاریابی و بازاریابی است. عطاقر افزود: امروزه مدیران به ویژه مدیران شرکت های دانش بنیان، باید تحولی در ذهنیت ها و استراتژیهای کسب و کار خود ایجاد نموده و به اهمیت بازاریابی قبل از تولید، حین تولید و پس از آن واقف شوند. وی رمز بقای شرکت های دانش بنیان را موفقیت در بازاریابی و فروش دانست.

**ابوالقاسم مرادی**، رییس هیات مدیره انجمن شرکت های دانش بنیان استان اصفهان نیز گفت: این انجمن نوپا بوده و با هدف توانمندسازی مدیران شرکت های دانش بنیان، پیگیری اجرای قوانین مرتبط با قانون حمایت از این شرکت ها و معرفی توانمندی های شرکت های دانش بنیان به بازارهای هدف به وجود آمده است. وی با تشکر از فعالیت های مطلوب اتاق بازرگانی اصفهان در حوزه تشکل های اقتصادی به ویژه در این دوره هیات نمایندگان افزود: داشتن فرهنگ رقابت منطقی و قرار گرفتن حول منافع مشترک از راه های موفقیت انجمن های مختلف است.

**مسعود باطنی**، عضو هیات مدیره انجمن شرکت های دانش بنیان استان نیز بیان اینکه پایلوت ایجاد شرکت های دانش بنیان کشور در اصفهان انجام شد، گفت: از 3 هزار و 293 شرکت دانش بنیان موجود در کشور که از معاونت علمی نهاد ریاست جمهوری دارای تاییدیه هستند، 313 شرکت آن در اصفهان فعال هستند. وی افزود: علاوه بر این، کل شرکت های دانش بنیان مستقر در استان اصفهان 450 شرکت بوده که تعدادی از آنها در مرحله اخذ تاییدیه می باشند. عضو هیات مدیره انجمن شرکت های دانش بنیان تصریح کرد: از این تعداد 105 شرکت تولیدی، 55 شرکت صنعتی و 153 شرکت ثبت شده دانش بنیان، نوپا هستند. باطنی رفع مشکلات تخصصی مخاطبین از طریق نوآوری، تعریف پروژه مشترک و دستیابی به دانش فنی خرید دانش فنی و مشارکت در تولید خدمات و محصولات جدید و سرمایه گذاری در توسعه بازار را نحوه تعامل مطلوب با شرکت های دانش بنیان ذکر کرد. همچنین **علی نقی اعرابی**، دبیر کمیسیون تشکل ها ضمن ارایه گزارشی اجمالی از فعالیت های این کمیسیون، از برگزاری دوره های آموزشی به منظور توانمندسازی تشکل های عضو اتاق با همکاری اتاق بازرگانی ایران خبر داد و گفت: اتاق بازرگانی اصفهان آمادگی دارد که این دوره ها را برای تشکل های مختلف به صورت گروهی یا اختصاصی برگزار نماید.