



تولید در کلاس جهانی مهم ترین عامل موفقیت در صادرات است

تولید در کلاس جهانی مهم ترین عامل موفقیت در صادرات است در سمینار روش های بازاریابی صادرات محور مهم ترین عامل عدم موفقیت در صادرات، شبه تولید بودن تولید در اقتصاد کشور و تولید بدون در نظر گرفتن کلاس جهانی ذکر شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان در این سمینار که به همت شورای عالی بانوان اتاق بازرگانی اصفهان با ارايه گزارشی از موسسه جهانی مکنزی گفت: بر اساس این گزارش ایران به دلیل برخورداری از اقتصادی متنوع، تربیت تعداد زیادی مهندس که از آن به عنوان اقتصاد بدون وزن یا دانش بنیان یاد می شود، برخورداری از طبقه مصرف کننده بالا، افزایش رو به رشد جمعیت شهرنشین، وجود فرهنگ کارآفرینی پویا و موقعیت منحصر بفرد استراتژیک، کشور فرصت ها معرفی شده است. وی با تاکید بر اینکه لازمه برخورداری از شرایط مطلوب اقتصادی کشور پایداری و باور عمیق به شعار «یا مرگ یا صادرات» است، افزود: صادرات جزئی از فعالیت و کسب و کار بوده که کمیت، کیفیت و سرعت آن با توجه به شدت و ضرورت و درک نیاز تعیین می شود. مشاور شورای بانوان ضمن ابراز تاسف از اینکه نگاه ما به تولید غالباً شبه تولید است، گفت: متأسفانه بعضاً تولیدکنندگان ما بدون نگاه به اقتصاد جهانی به تولید می پردازند و این امر موجب عدم موفقیت در صادرات محصولات خواهد شد. سقایی تصریح کرد: در اقتصاد ایران صادرات پدیده تازه ای نبوده بلکه وظیفه فراموش شده یا کنار گذاشته شده ای است که دلیل آن وجود ثروت ها، منابع طبیعی و نفت می باشد. وی تاکید کرد: هر اندازه اعتماد به نفت کم شود اعتماد بنفیس برای صادرات افزایش خواهد یافت. مشاور شورای عالی بانوان تاکید کرد: شرایط اقتصاد امروز بهترین زمان برای تبدیل شدن ایران به کریدور فرآوری منطقه می باشد. وی سرعت را یک عامل تعیین کننده در صادرات دانست و افزود: در بازار فرصت ها با دشواری و دیر به دست می آیند و کوچکترین تعلل ما را از این غافله عقب خواهد گذاشت. سقایی در ادامه گفت: صادرات یعنی پاسخگویی دقیق به اینکه چرا، چه چیز، به کجا و چه موقع به صادرات می پردازیم و اینکه روش های صادراتی ما چیست. وی فرار از رکود و کساد بازار داخلی، مقابله با رشد منفی جمعیت، صدور تکنولوژی به کشورهای دیگر، افزایش نفوذ سیاسی، استفاده از صرفه جویی بر اساس مقیاس و توسعه منحنی عمر کالا، فروش موجودی اضافه و... را از جمله مهم ترین دلایل شرکت ها و تولیدکنندگان برای صادرات دانست. سقایی همچنین دلایل عدم صادرات در ایران را 1- شبه تولید بودن تولید در اقتصاد ایران و تولید بدون در نظر گرفتن کلاس جهانی، 2- اقتصاد یک کل به هم پیوسته است مانند تغییرات زیست محیطی و منابع طبیعی، پیوستار تاریخی و ذهنیت قبلی، ناکارآمدی سازمان های اجرایی و دولتی، هزینه مبادله بالا، فساد مالی، 3- مملو بودن اقتصاد ایران از عدم النفع به این معنا که به صورت مداوم در حال فرصت سوزی هستیم به عنوان مثال نتوانستیم به صورت شایسته از فرصت برجام برای صادرات محصولات خود بهره گیری کنیم، عنوان کرد. وی بی توجهی به فرهنگ و بینش صادرات در همه سطوح، بی میلی یا عدم درگیری کافی مدیران رده بالا برای غلبه بر مشکلات صادرات، اقدام شتابزده در صادرات بدون انجام تحقیقات بازاریابی، عدم دقت کافی در گزینش توزیع کنندگان و عدم آشنایی با شیوه های قیمت گذاری مناسب به منظور حضور در بازارهای بین المللی، ضعف در مذاکرات بازرگانی و ارتباطات بین المللی و... را از جمله مهم ترین اشتباهات صادرکنندگان دانست. مشاور شورای بانوان اتاق بازرگانی اصفهان به فعالان اقتصادی توصیه کرد که به دنبال ثبت یک یا چند برند اروپایی بوده، حتماً یک joint venture سرمایه گذار مشترک برای تولید محصول با برند ثبت شده داشته باشند، به پیوست رسانه ای محصول دقت کنند و از اهمیت تبلیغات اینترنتی غافل نباشند.