



توجه به تشکلهای تخصصی، کلیدواژه غلبه بر شرایط اقتصادی کنونی است/ صادرات؛ ارتباطی پایدار با بازارهای حرفه‌ای و حرفه‌ای‌های بازار در آن سوی مرزهای ملی است

درپیش رویداد ماراتون صادرات که با هدف اولویت بندی کالاهای مهم صادراتی استان ویژه اعضای اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد، کلیدواژه غلبه بر شرایط اقتصادی کنونی توجه به تشکلهای تخصصی عملکردی عنوان شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان، در ابتدای این رویداد **مسعود گلشیرازی**، رئیس اتاق بازرگانی اصفهان گفت: لمس عملیاتی و اجرایی جنگ اقتصادی امروز در فعالیتهای اقتصادی و تجاری فعالان اقتصادی بسیار محسوس است.

وی با بیان اینکه محدودیتها و تحریمها از گذشته تاکنون وجود داشته، افزود: بهره‌مندی از کلیدواژه‌هایی چون سیاست‌های اقتصاد مقاومتی همچنین بیانیه گام دوم انقلاب مبنی بر تأکید مقام معظم رهبری بر نقش آفرینی جوانان در 40 ساله دوم انقلاب، در شرایط کنونی بسیار حایز اهمیت بوده و لازم است فعالان اقتصادی این اسناد بالادستی را مطالعه و تحلیل و سازوکارهای اجرایی خود را برای تحقق آن تجهیز کنند.

رئیس اتاق بازرگانی اصفهان لازمه غلبه بر شرایط تحریمی کنونی را تحقق اقتصاد خصوصی به معنای واقعی دانست و تصریح کرد: در دوره نهم فعالیت اتاق بازرگانی اصفهان، دوره گذر از اتاق نسل اول به سوم، شبکه‌سازی بین اعضا، مدل‌سازی از عملکرد اتاق‌های مطرح دنیا در شرایط بحرانی در دستور کار قرار گرفته است.

وی کلیدواژه‌های این نقشه راه را ایجاد مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها، شوراها و شبکه‌سازی میان اعضا بیان و تصریح کرد: توجه به اقتصاد دانا محور و برقراری جریان دانش در واحدهای صنعتی از طریق تعامل نزدیک بین عناصر موثر در اقتصاد بسیار مهم است.

گلشیرازی با بیان اینکه رویداد ماراتون صادرات به همت مراکز توسعه سرمایه انسانی و شتاب‌دهنده صادرات اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شده، تأکید کرد: لازم است شتاب‌دهنده‌های تجارت الکترونیک، بازاریابی و کسب و کارهای نوپا به کمک اقتصاد اصفهان بیایند.

رئیس اتاق بازرگانی اصفهان یکی دیگر از راه‌های برون‌رفت اقتصاد کشور از مشکلات کنونی را شبکه‌سازی بین جوانان و ایجاد نهادهای تجاری و صادراتی با هدف ایجاد تقاضا برای صنایع کشور دانست.

وی با اشاره به وجود بیش از 900 صادرکننده در استان اصفهان گفت: در سال گذشته صادرات استان بیش از 6 میلیارد دلار بوده و هدف ما ضمن حفظ وضعیت موجود، ایجاد سازوکاری برای تقویت مراحل رشد این روند ظرف سه سال آینده است.

رئیس اتاق بازرگانی اصفهان تشکیل انجمن صادرکنندگان استان اصفهان را برنامه‌ای برای ساماندهی تشکلهای شرکت‌های صادراتی استان دانست و تأکید کرد: کلیدواژه غلبه بر شرایط کنونی، توجه به تشکلهای تخصصی عملکردی است.

در ادامه **احمد روستا**، پدر بازاریابی نوین ایران با تأکید بر این نکته که هیچ حرکت صادراتی بدون داشتن سیاست‌های کلان پایدار نخواهد بود، گفت: توجه به ساختار و تشکیلات حرفه‌ای، سیستم و سازوکارها، منابع مالی و انسانی و مدیریت در موفقیت شرکت‌های مدیریت صادرات تأثیرگذار است.

وی صادرات را ارتباط پایدار با بازارهای حرفه‌ای و حرفه‌ای‌های بازار در آن سوی مرزهای ملی دانست و تصریح کرد: سه رکن موفقیت در صادرات، بازاریابی، بازاریابی و بازاریابی است.

عضو هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی، درد مدیریت ما را شتاب‌پیش از توانا شدن و درنگ پس از فرصت یافتن دانست و افزود: اگر قصد موفقیت در صادرات دارید، خوب بشناسید و سریع حرکت کنید.

روستا در ادامه ملزومات بازاریابی فرامرزی را بازاریابی، بازاریابی، بازاریابی، بازاریابی و بازاریابی دانست و به تشریح هر یک از این موارد پرداخت.

پدر بازاریابی نوین ایران ضمن تأکید بر اینکه صادرات برای همه نیست و هر تولیدکننده‌ای الزاماً نباید صادرکننده باشد، گفت: صادرات نباید مقطعی، دلخواهی و انفعالی و واکنشی باشد و صادرات درحقیقت یک سرمایه‌گذاری بلندمدت و استراتژیک است.

روستا گفت: اقتصاد امروز اقتصاد هم‌آفرینی است؛ پس برای موفقیت در آن باید به ایجاد یک هم‌افزایی بین خود و شرکت‌های مکمل پرداخت.

وی کوتاهی یا ناتوانی در سرمایه‌گذاری برای پرورش نیروی انسانی، انجام صادرات بدون طرح و برنامه‌ریزی آگاهانه، عدم انطباق دادن محصولات با بازارهای هدف، نداشتن یا استفاده نادرست از اطلاعات بازار، سازمان‌های نامناسب، اشتباهات قیمت‌گذاری و بی‌دقتی در انجام سفارش‌ها را از جمله دلایل عدم موفقیت شرکت‌ها در صادرات بیان کرد.

در ادامه این رویداد **احسان شهیر**، مدیر توسعه کسب و کار اتاق بازرگانی اصفهان، ماراتون صادرات را یک پلتفرم نوآوری اجتماعی در قالب سلسله رویدادهای ملی چند مرحله‌ای و با هدف تولید راهکار به وسیله قدرت خلاقیت جمعی برای حل مسائل واقعی حوزه صادرات توسط متخصصان دانست.

وی افزود: در پیش رویداد ماراتون صادرات 8 مساله اصلی فعالان اقتصادی احصا می‌شود و سپس در رویداد اصلی که در روزهای 7 و 8 آذر ماه جاری برگزار می‌شود، کلیه مجموعه‌ها، فعالان و افراد مرتبط با حوزه بازاریابی و صادرات کشوری دعوت می‌شوند تا پیرامون هر یک از مسائل هشت‌گانه در دو روز کامل سند تحلیل بازار ارائه دهند.

شهیر تصریح کرد: در روز اول رویداد، شیوه‌های بازاریابی در قالب ارائه آموزشی توسط چهره‌های مطرح جهانی حوزه بازاریابی ارائه می‌شود و سپس در روز دوم، کلیه شرکت‌کنندگان به صورت فردی یا تیمی سند بازاریابی را برای مساله انتخابی ارائه می‌کنند.