

سومین رویداد ماراتون صادرات با هدف تربیت صادرکننده برگزار شد



سومین رویداد ماراتون صادرات به میزبانی کمیسیون توسعه صادرات و مدیریت واردات اتاق بازرگانی اصفهان با حضور مدیر توسعه بازار سازمان صنایع کوچک شهرک‌های صنعتی ایران، مدیرکل گمرکات استان و حدود ۲۵۰ نفر شرکت‌کننده با هدف آموزش در زمینه تربیت صادرکننده و ارتقای استانداردهای صادراتی برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان، در مراسم اختتامیه این رویداد سه روزه که به صورت فشرده در اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد، حدود ۲۵۰ نفر در قالب ۶۷ تیم حضور داشتند که پس از بررسی داوران، ۱۰ تیم انتخاب شدند و به رقابت پرداختند و سرانجام ۳ تیم برگزیده در مرحله نهایی، معرفی شدند و از آنها تقدیر شد. احسان خیام باشی، مدیرعامل شتاب دهنده تجارت بردار در آیین اختتامیه سومین رویداد ماراتون صادرات، با اشاره به استقبال خوب شرکت‌کنندگان در این دوره، گفت: در سومین رویداد تعداد متقاضیان به حد قابل توجهی نسبت به دو دوره قبل افزایش یافت و اگر به دلیل محدودیت‌ها نبود، شاهد حضور افراد بیشتری بودیم که این نیز متأثر از توجه به ارزش مفهوم صادرات است.

وی، حضور متقاضیان از استان‌های تهران، بوشهر، آمل و حتی خارج از کشور را اتفاق جالبی عنوان کرد و یادآور شد: از ۲۴۷ نفر، ۵۰ نفر به صورت تیمی و ۴۸ نفر به صورت انفرادی در این رویداد شرکت کردند که نشان دهنده استقبال از فعالیت تیمی است.

او سنین شرکت‌کنندگان را از ۱۹ سال تا ۵۷ سال اعلام کرد و گفت: 64 درصد شرکت‌کنندگان از آقایان و 36 درصد شامل بانوان است که پس از تشکیل تیم‌ها، آموزش‌ها به صورت فشرده اجرا شد و ۵۶ بوم صادراتی از نظر داوران مورد بررسی قرار گرفتند.

به گفته خیام باشی، انتخاب این ۵۶ بوم صادراتی توسط سه گروه داوری ۶ تا ۱۰ نفری انجام شد که پس از انتخاب ۱۰ تیم برتر با عناوین گروه رشد و توسعه، پازل، نکسوز، گلدن ویزن، فیروزه آریا برتر، مستر اچ، راه ابریشم، آریا اکسپورت، هارمونی، ایران نوا، هر کدام از تیم‌ها به معرفی طرح‌های صادراتی خود می‌پردازند و با رأی‌گیری و امتیازدهی توسط داوران، سه تیم برتر معرفی می‌شوند.

او با ابراز قدردانی از اسپانسرها، منتورها و به ویژه اساتید به لحاظ تمرکز بر موضوع صادرات خدمات مهندسی در این دوره، عنوان کرد: کیفیت ارائه خدمات در این دوره قابل پذیرش است.

خیام باشی با بیان آنکه صادرات یک فعالیت حرفه‌ای است، از تمرکز بر آموزش صادرات خدمات فنی مهندسی در دوره پنجم شتاب بردار خبر داد و گفت: تا ۱۵ اسفندماه برای ثبت نام در رویداد بردار تجارت فرصت باقی است.

*برای پایداری اقتصادی باید به بازارهای جهانی متصل شد

در ادامه، علی صفرنورالله، عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی اصفهان با ابراز قدردانی از فعالیت فشرده این تیم‌ها، اظهار کرد: زمانی یک کشور می‌تواند رشد و توسعه یابد که به بازارهای جهانی متصل شود.

وی در خصوص اهمیت حفظ و توسعه بازار، گفت: متأسفانه بازار ما کوچک است و اگر تنها متکی به همین بازار باشیم، تاب‌آوری نخواهیم داشت؛ بنابراین، برای تداوم و پایداری اقتصادی باید به بازارهای جهانی وصل شویم و تقویت صادرات مبتنی بر علم، چانه‌زنی، چابک‌سازی، آشنایی با فرهنگ و ادبیات مذاکره در بقیه فرهنگ‌ها و کشورها را دنبال نماییم.

عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی اصفهان با تأکید بر رشد دانایی و دانستن، افزود: زمانی که نمی‌دانیم که نمی‌دانیم در راه خود موفق نخواهیم شد؛ لذا، آشنایی با ادبیات صادرات، نحوه برقراری ارتباط و ارتقای کیفیت صادرات بسیار مهم است.

*تلاش برای افزایش صادرات استان با برگزاری رویدادهای تخصصی

در بخش دیگری از این رویداد، عضو هیئت نمایندگان و رئیس کمیسیون توسعه صادرات و مدیریت واردات اتاق بازرگانی اصفهان در صحبت از تلاش فشرده همکاران و ابراز اطمینان برای ادامه این رویدادها در نتیجه پشتکار و عزم گروه‌های شرکت‌کننده، اعلام کرد: اکنون برخی از شرکت‌کنندگان دوره‌های قبل عضو تیم‌های شتاب دهنده و اسپانسر شده‌اند.

فرشته امینی توضیح داد: توجه به ابعاد آموزشی و جذابیت فعالیت تیمی در موفقیت شما مؤثر است، ضمن آنکه طبق تجربه، لازم نیست پیش‌آگاهی و اطلاعات زیادی در مراحل اولیه داشته باشید. زیرا ثابت شده است که افراد در انتخاب تصادفی و صرفاً بر اساس نگرش عادی بدون توجه به ریسک‌ها و پیش‌داوری، موفق‌تر هستند. او، علاقمندی تیم‌ها به فعالیت صادراتی را حاصل تلاش اساتید با تجربه و متبحر دانست و توصیه کرد: ارتباط خود را با اساتید حفظ کنید و بدانید همه افرادی که در این رویداد شرکت کرده‌اند، برنده محسوب می‌شوند.

*اهمیت صنایع کوچک و متوسط در اقتصاد را باید جدی گرفت

احمد جوانمرد، مدیر توسعه بازار و امور بین‌الملل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، اقدامات اتاق بازرگانی اصفهان در زمینه برنامه‌های آموزشی و رویداد ماراتون صادرات را ارزشمند خواند و گفت: کسانی که در این دوره آموزش دیده‌اند، از هم‌اکنون به راه‌اندازی یک شرکت ساختاری و فعالیت‌های صادراتی بیندیشند.

وی با اشاره به اجرای برنامه آمار میدانی توسط سازمان شهرک‌های صنعتی کشور، اعلام کرد: طبق این آمار، شرکت‌های صنعتی مستقر در سراسر کشور سالانه حدود ۳.۷ تا بیش از ۴ میلیارد دلار صادرات داشته‌اند و بخش‌بندی این صادرات نیز در ۴ مقوله شامل شرکت‌های بزرگ، متوسط، کوچک و خرد مستقر در شهرک‌های صنعتی انجام گرفته است.

جوانمرد با بیان آنکه تعاریف متفاوتی درباره وسعت شرکت‌ها در دنیا مطرح می‌شود، گفت: در ایران شرکت‌ها با ۱۰ نفر و کمتر شامل شرکت‌های خرد، کمتر از ۵۰ نفر شرکت‌های متوسط و بالای ۱۵۰ نفر شرکت‌های بزرگ هستند.

او ادامه داد: طبق بررسی‌های مستند به اظهارنامه‌های گمرکی، شرکت‌های بزرگ ما سالانه حدود ۵۰۰ میلیون دلار، شرکت‌های متوسط ۷۰۰ میلیون دلار، شرکت‌های کوچک با

میانگین ۱.۲ میلیارد دلار و شرکت های خرد حدود ۲۵۰ میلیون دلار سالانه صادرات دارند. جوانمرد، بیان این آمار را به دلیل اهمیت اقتصادی شرکت های کوچک و متوسط عنوان کرد و افزود: در همه کشورها، شرکت های کوچک و متوسط در جایگاه ستون فقرات کشورها محسوب می شوند. چنانچه، آلمان با رتبه سوم صادرات، بالغ بر ۱.۷ تریلیون صادرات آن مربوط به صنایع کوچک و متوسط است؛ لذا، اهمیت صنایع کوچک و متوسط در اقتصاد کشور را باید جدی گرفت.

مدیر توسعه بازار و امور بین الملل سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران، میانگین اشتغال صنایع کوچک در ایران را ۲۰ نفر اعلام کرد و گفت: با این روند، امکان ایجاد دپارتمان تخصصی وجود ندارد و همه بار به مدیرعامل و دو مدیر دیگر تحمیل می شود؛ بنابراین، ما نیاز به شرکت های تخصصی خدمات رسان داریم.

او توضیح داد: شرکت های مدیریت صادرات در کنار خدمات رسان های مؤثر قرار می گیرند که می توانند عملیات صادرات را برای شرکت ها هدایت و راهبری نمایند. اکنون در کشور ما حدود ۴۰ شرکت شناسایی شده اند.

جوانمرد با اذعان به ثبت کمیسیون و فعالیت انجمن های تخصصی مدیریت صادرات در اتاق های بازرگانی، بیان کرد: نقش این انجمن ها در مدیریت و تسهیل فرایند صادراتی قابل توجه است. شرکت تولیدی کوچک بخشی از ارزش افزوده حاصل از صادرات را به تولید بازمی گرداند و تأمین مالی می شود و رشد می کند؛ بنابراین، مشتریان آتی شما نزد سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی هستند.

او با بیان آنکه از همکاری با این شرکت ها در جهت رشد و توسعه صادرات، استقبال و اعلام آمادگی می کنیم، افزود: با هر نهادی که به توسعه این مجموعه ها کمک کند، همکاری می کنیم، ضمن آنکه اولین نهادی هستیم که از سال ۹۴، دستورالعمل مدون و بسته های حمایتی در این زمینه داریم و یک بسته حمایتی حدود ۲ و نیم میلیارد تومان را در فایل های مختلف توسط یکی از این شرکت ها ارائه می دهیم که شامل حضور در نمایشگاه، لیبلینگ، تبلیغات، ایجاد وب سایت، استارتاپ ها، دفاتر فروش، انبارها و همه موضوعات مرتبط را در این رویداد سه روزه آموختید، در بسته حمایتی سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران و ۳۱ شرکت شهرک های صنعتی استانی ارائه می شود.

گفتنی است در سومین رویداد ماراتون صادرات در اتاق بازرگانی اصفهان، هر یک از تیم ها به بیان طرح و ایده های صادراتی خود بر اساس قوانین و مقررات، استانداردها، تبلیغات، حمل و نقل و لجستیک، مزایای رقابتی، شناسایی بازار، پتانسیل های نمایشگاهی و... در کشور هدف پرداختند که بر اساس نظرات کارشناسی و رای داوران، گروه گلدن ویژن حائز رتبه اول، گروه هارمونی رتبه دوم و دو گروه فیروزه و مستراح در جایگاه سوم قرار گرفتند.