



ترویج فرهنگ صادراتی مهمترین رسالت سازمان توسعه تجارت ایران

«مهمترین وظیفه و محوری‌ترین رسالت سازمان توسعه تجارت ایران، ترویج فرهنگ صادراتی با هدف تربیت بنگاه‌های توانمند داخلی در کلاس جهانی و در حوزه تجارت خارجی است»

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی تجاری سازمان توسعه تجارت ایران، محمدرضا مودودی با بیان این مطلب افزود: «در شرایطی که رکود بر اقتصاد جهانی سایه انداخته و تجارت دنیا چند سالی است که حالت انقباضی به خود گرفته است، بی‌تردید کشورها و بنگاه‌هایی موفق خواهند بود که بتوانند با تکیه بر دانش فنی و علم روز مدیریت بازرگانی، سهم خود را در بازارهای هدف و جدید افزایش داده و بصورت تخصصی در بازار حضور پیدا کنند و این میسر نیست مگر در سایه توسعه منابع انسانی و اهمیت دادن به آموزش و ترویج فرهنگ صادراتی و سازمان توسعه تجارت ایران در همین راستا پروژه "بین‌المللی کردن بنگاه‌های توانمند داخلی" را به عنوان یک سیاست راهبردی دنبال می‌کند.»

معاون توسعه صادرات سازمان توسعه تجارت ایران با اشاره به نقش این سازمان در تقویت دانش تجاری فعالان اقتصادی کشور، یادآور شد: «در طول سال ۹۵ سازمان توسعه تجارت ایران با هدف تربیت بنگاه‌های صادراتی اقدام به برگزاری ۷۳ کارگاه، سمینار و دوره آموزشی در سطح کشور در حوزه تجارت خارجی کرد که طی آن بیش از ۲۷۰۰ نفر از شرکت‌های تولیدی و صادراتی بصورت مستقیم آموزش‌های کاربردی دیدند»

وی در تشریح فعالیت‌ها و اقدامات انجام گرفته در سال ۹۵ ادامه داد: «در حدود ۱۱۳۰۶ نفر- ساعت دوره آموزشی در طول سال ۹۵ برگزار شد که فقط حدود ۳۰۰ نفر- ساعت آن به تهران اختصاص پیدا کرد و مابقی در سطح شهرستان‌ها و استان‌های فعال در حوزه تجارت خارجی برگزار شد»



ترویج فرهنگ صادراتی مهمترین رسالت سازمان توسعه تجارت ایران

معاون سازمان توسعه تجارت ایران آشنایی با ابزارهای تحلیل بازار، اصول مذاکره، حقوق بین‌الملل، فنون بازاریابی و نیز نحوه برندسازی و توسعه نام‌نشان تجاری را از مهمترین سرفصل‌های آموزشی سازمان توسعه تجارت ایران برشمرد و افزود: «ارتقای مهارت‌های تجاری و بهبود سطح علمی و کاربردی صادرکنندگان، مبنای برنامه‌ریزی و طراحی دوره‌های آموزشی تخصصی این سازمان بوده و تلاش شده که در پناه این دوره‌ها، به نیازهای اصلی فعالان تجاری کشور پاسخ داده شود»

به گفته مودودی: «راه اندازی ۲۲ سامانه اینترنتی بصورت زیردامنه‌ی سامانه اصلی سازمان توسعه تجارت ایران برای ۲۲ رایزن بازرگانی مقیم در کشورهای هدف و راه اندازی ۵ سامانه تخصصی درحوزه‌های رویدادهای تجاری، قیمت‌های محصولات صادراتی، روز ملی صادرات و زنان کارآفرین در حوزه صادرات، از دیگر اقدامات سازمان در راستای ترویج فرهنگ صادراتی کشور در سال گذشته بوده است.»

همچنین به گفته وی: «تولید فیلم تبلیغاتی از توانمندی‌های صنعتی و تجاری ایران در حوزه صادرات کالا و خدمات به زبان انگلیسی و تهیه فیلم «ایران در گذر تجارت تاریخ» و نیز چندین کلیپ تبلیغاتی دیگر، از جمله اقداماتی بوده که این سازمان در جهت توسعه فرهنگ صادراتی به آن مبادرت ورزیده است»

تهیه نخستین محتوای دیجیتالی ابزارهای تحلیل بازار (market analysis tools) به زبان فارسی و تولید الواح فشرده دیجیتالی (مالتی مدیا) از فرصت‌های تجاری ایران به زبان انگلیسی نیز از جمله اقدامات نرم افزاری دیجیتالی دیگر سازمان در این مدت بوده است.

مودودی همچنین از برگزاری نخستین جشنواره برند برتر ایران، بیستمین سالروز ملی صادرات و همایش‌های تجاری‌سازی گردشگری، حمل و نقل، ترانزیت و نیز خدمات فنی و مهندسی بعنوان سایر فعالیت‌های موثر سازمان در ترویج فرهنگ صادراتی نام برد و افزود: «تهیه و چاپ کتاب جامع صادرکنندگان نمونه



ترویج فرهنگ صادراتی مهمترین رسالت سازمان توسعه تجارت ایران

سال ۹۵ و نیز طراحی سامانه جامع صادرکنندگان داخلی نیز از جمله دیگر فعالیتهای موثر سازمان محسوب می شود».

گفتنی است که ارزش صادرات غیرنفتی کشور در سال ۹۵ با حدود ۴ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل، به ۴۳,۹ میلیارد دلار رسید و این میزان رشد به لحاظ وزنی بالغ بر ۳۸ درصد بوده است.