سازمان توسعه تجارت ایران
Trade Promotion Organization of Iran

پیام بنگاه

مجله مجازی دفتر امور بنگاهها

SMEs

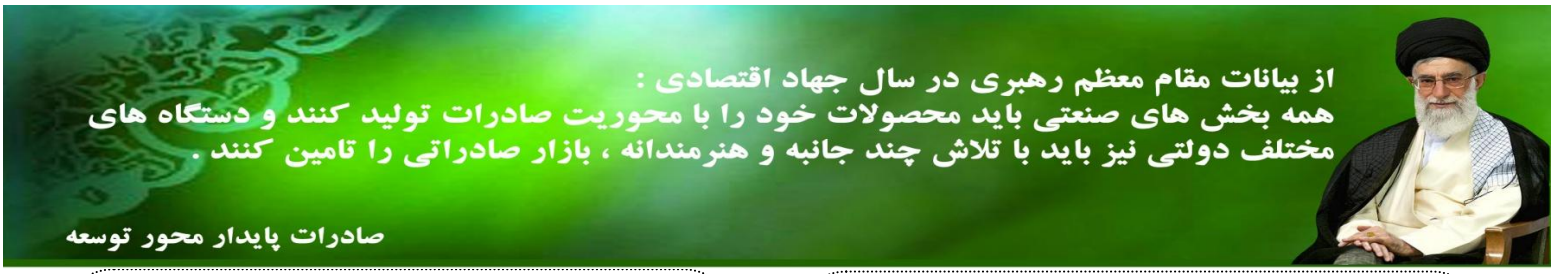
سال اول _ شماره اول _ دی ماه ۱۳۹۰

SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME,

رتبه بندی شرکت های مدیریت صادرات

- فناوری نانو در بسته بندی مواد غذایی
- ۱۰ گام کلیدی برای داشتن صادرات موفق
- کلید های موفقیت یک بنگاه تولیدی- صادراتی
- معرفی کتابهای منتشر شده در زمینه صادرات
- نقش اتحادیه ها و تشکل ها در توسعه صادرات غیر نفتی
- برگزاری همایش توانمند سازی بنگاهها با رویکرد صادرات
- برگزاری جشنواره و نمایشگاه بسته بندی کالاهای صادراتی
- همکاری با سازمان تجارت خارجی ژاپن در راستای توسعه دانش بسته بندی

پیام بنگاه



دکتر مهدی غضنفری، وزیر صنعت ، معدن و تجارت :

بدون نگاه به صادرات تولید جنبه اقتصادی پیدا نمی کند.

حمید صافدل، معاون وزیر و رییس سازمان توسعه تجارت ایران:

بنگاه ها و تشکل های صادراتی برای کسب موفقیت بایستی دارای برنامه صادراتی باشند .

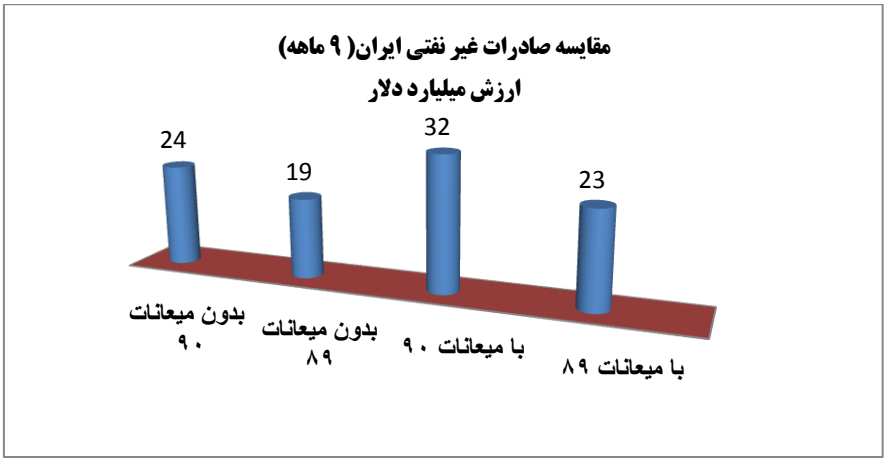
سر مقاله — گیتی توانا

بنگاهها اصلی ترین رکن اقتصادی هر جامعه ای بشمار میروند،آنها بسان بلوک های اقتصادی مستقلی هستند که مجموعه آنها در کنار یکدیگر معماری اقتصادی (تولید و تجارت) یک کشور را شکل میدهد.چرخ اقتصاد با فعالیت ، کوشش و همت بنگاهها به حرکت در آمده و زنجیره تولید و تجارت در بنگاه ها شکل، ساختار و جهت می یابد.

بنگاه های اقتصادی اصطلاحاً به مجموعه های کسب و کاری گفته می شود که با تکیه بر یک یا چند مزیت خاص ایجاد شده و با مشارکت در فعالیت اقتصادی می کوشد تا درآمدزایی نماید. بیش از ۹۹ درصد بنگاه های اقتصادی کشورمان را بنگاه های کوچک و متوسط تشکیل میدهند. این بنگاه ها به لحاظ کوچک بودن سایز و پایین بودن توان اقتصادی ، تولیدی، مالی و مدیریتی خود با موانع و مشکلات زیادی در فضای رقابت جهانی مواجه می باشند.

بنگاهها در بستر اجتماعی ،فرهنگی و اقتصادی جوامع پدید آمده و اصلی ترین هدف آنها ایجاد جریان اقتصادی و افزایش ثروت و رفاه است. شناسایی بنگاهها و ایجاد ارتباط با آنها بدون شناخت مسائل اجتماعی ، فرهنگی و قوانین و مقررات آن جامعه امری نشدنی است.

یکی از اصلی ترین ماموریتهای سازمان های توسعه تجارت تقویت، توانمند سازی و حمایت از بنگا ههای کوچک و متوسط (SMEs) می باشد که این مهم در سازمان توسعه تجارت ایران از طریق دفتر امور بنگاه ها پیگیری می گردد . از این رو مجله پیش رو با هدف ایجاد ارتباط مستقیم با بنگاه ها تهیه گردیده و تلاش دارد تا مباحث مهم علمی ، اقتصادی و مدیریتی را که در سطوح درون بنگاهی و برون بنگاهی در اداره بنگاه کاربرد دارد به مخاطبین ارائه نموده و پل ارتباطی جهت تعامل دو سویه بین دفتر امور بنگاههای سازمان توسعه تجارت ایران و بنگاه های اقتصادی و تجاری کشور باشد.



ماخذ : سیستم TIS سازمان توسعه تجارت ایران

-

پیام بنگاه
سازمان توسعه تجارت ایران
Trade Promotion Organization of Iran
SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME, SME,

بسته بندی

« فناوری نانو در بسته بندی مواد غذایی »

فرناز فروزنده

کوتاه بودن دوره عمر محصولات فساد پذیر محدودیتهایی را برای فروش این محصولات ایجاد می کند. ضرورت استفاده از وسایط نقلیه یخچال دار جهت حمل و نقل و ایجاد سردخانه جهت نگهداری این محصولات در شرایط سلامت موجب افزایش هزینه های لجستیکی فروش اینگونه محصولات می گردد. همه این موارد موجب می شود تولید کنندگان این دسته از محصولات با محدودیتهای زیادی جهت صدور کالاهای خود به بازار جهانی مواجه باشند. استفاده از فناوری نانو در بسته بندی محصولات فساد پذیر می تواند تحولی عظیم را در صادرات این محصولات رقم بزند .بسته بندی گوشت در بسته های نانو می تواند به مدت ۸ ماه در دمای محیط بدون نیاز به یخچال و فریزر و سردخانه نگهداری شود. در شرایطی که صادرات گل و گیاه و محصولات لبنی و نظایر اینها نیاز به شرایط خاص نگهداری دارد، استفاده از این فناوری به میزان زیادی از محدودیتهای تولید کننده و فروشنده برای نگهداری محصول در شرایط خاص و فروش محصول در دوره زمانی کوتاه می کاهد.

در شرایطی که به دنبال فاسد شدن مواد غذایی، ضررهای جبران ناپذیری به تولیدکننده تحمیل می شود با تولید بسته بندی های جدید با فن آوری نانو نه تنها از این ضرر جلوگیری می شود بلکه منافع زیادی را نیز به دنبال خواهد داشت. بسته بندی های مورد نظر به گونه ای طراحی و ساخته شده است که تا مدت های طولانی از ورود میکروب به داخل محفظه مواد غذایی جلو گیری می کند که این مسئله منجر به افزایش مهلت اعتبار مصرف مواد غذایی می شود. علاوه بر این، ویژگی دیگر بسته بندی های نوین هوشمند بودن آنها می باشد. به گونه ای که با شروع فساد مواد غذایی، رنگ بسته بندی تغییر می کند و به این ترتیب مصرف کننده از شروع فساد مطلع می شود. با بهره گیری از این فن آوری، محصولات صنعتی و مصرفی به دلیل کارآیی بسیار بالای نانو مواد و نانو ساخت به طور پیوسته کوچکتر، بادوام تر، هوشمند تر، سریع تر و ارزان تر خواهد شد.با توجه به پیشرفتهای سریع صنایع نانو و بکارگیری آنها توسط صنایع مختلف مخصوصاً بسته بندی محصولات غذایی، می توان گامی اساسی در پیشبرد اهداف صادراتی کشور از طریق ارتقاء سطح کیفی و کمی کالاهای صادراتی برداشت.

تشکل های صادراتی

نقش اتحادیه ها و تشکلها در توسعه صادرات غیر نفتی

غلامرضا یعقوبی

- حلقه واسط بین بنگاههای کوچک و متوسط و دولت جهت انتقال و انعکاس نظرات- طرحها- ایده ها و ....
- اخذ نظر اعضا- پردازش و تحلیل نظرات و تصمیم سازی برای دولت
- برنامه ریزی و مدیریت جهت ایجاد انسجام- اتحاد و یکپارچگی بین اعضا
- اتخاذ جهت گیری های کاری و تخصصی و تدوین برنامه های راهبردی و عملیاتی جهت محقق سازی اهداف
- شناسایی موانع قانونی گسترش فعالیتهای اقتصادی و تجاری و کمک به رفع آنها
- ایجاد همبستگی و یکپارچگی بین بنگاهها و جلوگیری از ایجاد رقابت مخرب بین ایشان
- کمک به بهبود قوانین و مقررات و ...
- ارائه خدمات مشاوره ای و اطلاعاتی به روز راجع به کالاها، رقبا، قراردادها، بازاریابی و قواعد تجاری و امثالهم به بنگاهها و صادر کنندگان
- حضور قوی و موثر در مراجع تصمیم گیری دولتی و ...

۱۰ گام کلیدی برای صادرات موفق

۱. از وجود اعتبار کافی در حساب کاریتان مطمئن شوید.
۲. حمل و نقل کالا را به صورت صحیح و موثر انجام دهید.
۳. استراتژی مناسب برای صادرات خود در نظر بگیرید.
۴. شیوه های پخش محصول خود را انتخاب کنید.
۵. سیاست خدمات پس از فروش را تعیین کنید.
۶. امور گمرکی خود را دقیق و صحیح انجام دهید.
۷. در مورد بازار محصول خود تحقیق کنید.
۸. برای صادرات برنامه ریزی کنید.
۹. نحوه فروش خود را انتخاب کنید.
۱۰. محصول خود را ارتقاء دهید.

معرفی کتاب

- **نام کتاب :** بسته بندی کیوی
- **سال انتشار**: ۸۹
- **ناشر :** دفتر امور بنگاههای سازمان توسعه تجارت

این کتاب در خصوص بررسی وضعیت موجود محصول کیوی ، راهنمای بسته بندی این محصول و نمونه هایی از بسته بندی صادراتی این محصول می باشد .علاقمندان جهت تهیه این کتاب می توانند به روابط عمومی این سازمان مراجعه نمایند

پیام بنگاه
سازمان توسعه تجارت ایران
Trade Promotion Organization of Iran
SME's SME's

مصاحبه

یونس ژائله سعد آباد مدیر عامل گروه صنایع غذایی شیرین عسل صادرکننده ممتاز کشور در سه دهه پس از پیروزی انقلاب اسلامی

از مزرعه تا قفسه، ایجاد تنوع و نوع آوری ، اندیشه های ژرف

سابقه فعالیت و صادرات : آقای یونس ژائله سعدآباد با هدف و نگرش عمیق در تولید غذای سالم و محصولات غذایی با کیفیت در کشور، در اوایل دهه ۱۳۷۰ گروه صنایع غذائی شیرین عسل را در قالب استراتژی سازمانی تجمع افقی و عمودی و با شعار " از مزرعه تا قفسه" بنیانگذاری نمودند که امروزه به عنوان یکی از عظیم ترین کارخانجات تولید محصولات غذایی کشور فعالیت می نماید. بزعم بنیانگذار شیرین عسل ، هزاره سوم را باید دوران شتاب و نوآوری نامید. زمان و سرعت و خلاقیت به عوامل بسیار مهم در عرصه رقابت تبدیل شده اند. راهی که شیرین عسل در پیش گرفته است، برای تسریع حرکت اقتصادی به سوی توسعه و رشد اقتصادی ، اشتغالزایی ، ایجاد ثروت ملی ، ارتقاء سطح تکنولوژی و کیفیت تولیدات فرآورده های غذایی کشور و توسعه صادرات صنایع غذایی کشور می باشد. فعالیتهای گروه صنایع غذایی شیرین عسل متشکل از کارخانجات تولید انواع شیرینی جات و شکلات ، کشت و صنعت دامپروری کارخانجات تولیدی مواد بسته بندی ، مجتمع عظیم فراوری دانه های روغنی و کاکائو، کارخانجات تولید سایر محصولات غذایی منجمله انواع آبمیوه و کنسانتره میوه جات رب گوجه فرنگی ، لبنیات ، محصولات پروتئینی چیپس سیب زمینی ، ..... گسترده ترین شبکه سراسری توزیع کالا در کشور فروشگاههای زنجیره ای شرکت تخصصی صادرات و دفاتر بازرگانی و تجاری در ده کشور جهان می باشد. ضمن آنکه با توجه به رویکرد دانش محور در سیاستهای مختلف گروه دانشگاه علمی و کاربردی شیرین عسل تاسیس گردیده که در حال حاضر صدها دانشجو در رشته های مختلف در این دانشگاه در حال تحصیل می باشند.

کلید موفقیت :وقتی درجهان صنعت ، به نام های معروف و ماندگار بر می خوریم و وقتی یک نام تجاری در سطح استانداردهای جهانی متجلی می گردد و فراتر از مرزهای جغرافیایی می رود، چیزی بیش از سرمایه های مادی باعث شده که به آنجا برسند و آن نیست مگر اندیشه های ژرف ، آینده نگری ، جهانی اندیشیدن و تولید محصولات با کیفیت و در سطح استانداردهای جهانی شیرین عسل یکی از همین نامهای شاخص است که با پشتوانه و جهت گیری های راهبردی مدیریت کارآفرین و خلاق و کوشش کارکنان خود و با ایجاد تنوع و نوع آوری درمحصولات ، جایگاه ارزشمندی در صنعت غذا در داخل و خارج از کشور کسب نموده و به موازات ارتقاء سطح تکنولوژی تولید محصولات غذایی در کشور اعتبار جهانی برای صنعت غذایی کشور به ارمغان آورده است . گروه صنایع غذایی شیرین عسل براساس اندیشه کارآفرینی و با بهره برداری از فن آوری پیشرفته و نوآوری و با استفاده خردمندانه از سرمایه های گرانبهای انسانی و رویکرد مدیریت دانش محور، تحولی بنیادین در صنعت غذای کشور ایجاد نموده که ثمرات ارزشمند این سرمایه گذاریها در رونق تولید، افزایش تولید ناخالص داخلی در بخش صنعت کشاورزی ، اشتغالزائی ، ارتقای سطح کیفیت محصولات و تولید غذای سالم و توسعه صادرات کاملاً متجلی می باشد.

شبکه های صادراتی

مدیر کل دفتر امور بنگاه های سازمان توسعه تجارت ایران از اجرای طرح رتبه بندی شرکتهای مدیریت صادرات در آینده ای نزدیک خبر داد.

گیتی توانا مدیر کل دفتر امور بنگاهها اظهار داشت: شرکتهای مدیریت صادرات برای کمک به بنگاه های اقتصادی در جهت ورود به بازارهای جهانی و افزایش صادرات بنگاهها ایفای نقش می کنند. این شرکتها که از تجربه و تخصص زیادی در امر صادرات برخوردارند، بسته به شرایط و نیاز ، مدیریت تمام و یا بخشی از فعالیتهای صادراتی بنگاههای اقتصادی مخصوصاً بنگاههای کوچک و متوسط را بعهده می گیرند.

وی با تاکید بر لزوم فرهنگ سازی و آموزش جهت گسترش این گونه شرکتها درکشور افزود، دفتر امور بنگاه ها یکی از اولویتهای کاری خود را تقویت شبکه های صادراتی خصوصاً شرکتهای مدیریت صادرات قرار داده است. البته این بدین معنی نیست که لزوماً حمایتهای مادی از این گونه شرکتها صورت گیرد ، بلکه از طریق تشویق تولیدکنندگان و شرکتهای خدمات فنی و مهندسی به انجام فعل صادرات محصولات خود توسط این شرکتها و بهره مندی از خدمات تخصصی آنها و به تبع آن کاهش هزینه های صادرات شرکت خود، به گسترش شرکتهای مدیریت صادرات کمک کند.

وی اهداف طرح رتبه بندی شرکتهای مدیریت صادرات را این گونه تشریح کرد : هدف اولیه فرهنگ سازی و حرکت شرکتها به سمت کسب مهارتهای ذکر شده در طرح و ارائه خدمات حرفه ای صادرات می باشد. هدف دیگر تعیین میزان صلاحیت این شرکتها با توجه به تجربه و تخصص آنها در امر صادرات کالاها و خدمات بنگاه ها بوده است و نهایتاً کمک به تولیدکنندگان و شرکتهای خدمات فنی و مهندسی در انتخاب آسان تر شرکت مدیریت صادرات مد نظر خود است.

وی در خاتمه افزود : در صورت نهایی شدن این طرح، رتبه بندی در ۴ سطح A, B, C, D انجام خواهد پذیرفت.

پیام بنگاه

SME's SME's

معاون کمک های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران از برگزاری جشنواره و مسابقه طراحی بسته بندی با رویکرد صادرات در تاریخ ۷ اسفند خبر داد

کیومرث فتح اله کرمانشاهی اظهار داشت : سازمان توسعه تجارت ایران در نظر دارد مسابقه طراحی بسته بندی با رویکرد صادرات را در راستای افزایش توان رقابتی کالاهای ایرانی در بازارهای بین المللی و با هدف افزایش سطح کیفی و کمی صادرات غیرنفتی کشور، برگزار نماید.وی تاکید نمود هدف از برگزاری این مسابقه، طراحی بسته بندی با رویکرد صادرات، شناسایی استعدادها و قابلیت های بالقوه و بالفعل کشور در زمینه بسته بندی با نگاه صادرات و ارزیابی و شکوفایی توانمندی های گرافیکی و طراحی بسته بندی صادراتی ایران، می باشد. همچنین ایشان از دیگر اهداف این رقابت را ایجاد و برقراری ارتباط بین پدیدآورندگان آثار و متقاضیان بسته بندی در حوزه های مختلف، ایجاد آمادگی و زمینه سازی برای حضور در مسابقات بین المللی مشابه، ترویج و فرهنگ سازی در زمینه بسته بندی در کشور، ایجاد جریان مستمر برای حضور نمونه های جدید در نمایشگاه دائمی بسته بندی، افزایش فرصت های شغلی در حوزه های کاری مرتبط با بسته بندی و ارتقاء سطح ارزش افزوده در کالاهای صادراتی به خصوص کالاهای مزیت دار صادراتی، برشمرد .

خبر

همکاری با سازمان تجارت خارجی ژاپن (جترو) در راستای توسعه و ترویج فرهنگ و دانش بسته بندی

سازمان توسعه تجارت ایران پیرو اهداف توسعه ای و ترویجی خود در زمینه بسته بندی کالاهای صادراتی، همکاری متقابلی را با سازمان تجارت خارجی ژاپن (جترو) در قالب تفاهم نامه همکاری و در راستای توسعه و ترویج فرهنگ بسته بندی آغاز نموده است. از جمله موضوعات همکاری سازمان توسعه تجارت ایران با سازمان تجارت خارجی ژاپن (جترو)، همکاری و مشارکت در برگزاری کارگاه آموزشی، کمک به حضور و نفوذ در بازارهای هدف صادراتی، همکاری در بروز رسانی نمایشگاه دائمی بسته بندی با استفاده از نمونه های بسته بندی ژاپنی، همکاری در برگزاری سمینارها و همایشها می باشد. در همین راستا کارگاه های آموزشی تخصصی بسته بندی زعفران، خشکبار (خرما)، پسته، انار و محصولات گلخانه ای را در سه شهر مشهد، تهران و یزد برگزار نمود. اهداف اصلی برگزاری این رویداد، توسعه دانش و فرهنگ بسته بندی در سطح کشور، ارتقاء کیفیت بسته بندی کالاهای اولویت دار صادراتی، بهره گیری از دانش و تکنولوژی کشور ژاپن در زمینه بسته بندی، افزایش سطح تعاملات با دیگر سازمانهای همسوی بین المللی و آشنایی با قوانین و مقررات کشور ژاپن در زمینه بسته بندی کالاهای صادراتی می باشد.

خبر

- **برگزاری همایش توانمند سازی بنگاهها در تاریخ ۹۰/۱۱/۲۶**

دفتر امور بنگاههای سازمان توسعه تجارت ایران در نظر دارد، با همکاری یکی از تشکلهای بخش خصوصی به منظور آشنایی بنگاهها با عوامل درون بنگاهی و برون بنگاهی موثر در کسب موفقیت بنگاه جدید ، ارتقاء سطح دانش و انتقال تجربیات موفق در این زمینه ، همایش توانمند سازی بنگاهها با رویکرد صادرات را در تاریخ ۲۶ بهمن سال جاری در محل سازمان برگزار نماید

- فراخوان مشارکت در هیات بازاریابی محصولات غذایی اعزامی به امارات جهت بازدید از نمایشگاه GUL FOOD
- فراخوان مشارکت در هیات تجاری – بازاریابی گیاهان دارویی اعزامی به کشور چین اسفند ۱۳۹۰
- فراخوان مشارکت در سی امین نمایشگاه بین المللی کاشی ، سرامیک ، سنگ و تجهیزات حمام و آشپزخانه والنسیا –اسپانیا

برای کسب اطلاعات بیشتر به پورتال این سازمان مراجعه نمایید

www.tpo.ir

لطفا نظرات و پیشنهادات خود را به آدرس های ذیل ارسال نمایید

نشانی: تهران، ولیعصر، بزرگراه شهید چمران، صندوق پستی ۱۴۸ تجریش، کدپستی۱۹۳۹۵ ، سازمان توسعه تجارت ، دفتر امور بنگاهها
تلفن:۲۲۶۶۲۵۳۷ -۰۲۱
فکس:۲۲۶۶۴۱۰۳-۰۲۱
پست الکترونیک : SMEs@tpo.ir

فراخوان

علاقه مندان می توانند مطالب و مقالات خود را جهت درج در این نشریه به آدرس: SMEs@tpo.ir ارسال نمایید .

و یا با شماره ۲۲۶۶۲۵۳۷ -۰۲۱ تماس حاصل نمایید .

همکاران این شماره : گیتی توانا- امیر پیله وری – محسن منتظری- سیما قاسم خانی – مینا مشایخی

گرافیک و صفحه آرایی: سمیرا موسی پور- محمد جوانفکر