رسالت

روزنامه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی صبح ایران

صاحب امتیاز: بنیاد رسالت
مدیرمسئول: محسن پیرهادی
سردبیر: مسعود پیرهادی
نشانی: تهران، خیابان استاد نجات اللهی جنوبی خیابان شهید اسماعیل محمدی- پلاک ۱
کدپستی: ۱۵۹۹۹۷۶۷۱۱ | تلفن: ۱۰-۸۸۹۱۰۸۰۶
نمابر: ۸۸۹۰۶۷۸۵ | چاپ: صمیم | تلفن: ۴۴۵۳۳۷۲۵

سه‌شنبه
۶ آذر ۱۴۰۳
۲۴ جمادی‌الاول ۱۴۴۶
۲۶ نوامبر ۲۰۲۴
سال سی و نهم
شماره ۱۱۰۱۴

WWW.RESALAT-NEWS.COM

اوقات شرعی
اذان ظهر: ۱۱:۵۲
اذان مغرب: ۱۷:۱۲
اذان صبح فردا: ۵:۲۴
طلوع آفتاب فردا: ۶:۵۲

خوانندگان فهیم روزنامه رسالت می‌توانند پیام‌های خود را به سامانه‌های ۱۰۰۰۲۱۸۸۹۱۰۸۰۸ یا ۵۰۰۰۱۰۶۰۶۵۸۱۱۹ پیامک کرده و مسائل و مشکلات خود را بیان نمایند. بی‌صبرانه منتظر پیام‌های گرم شما هستیم.

حکمت نهج‌البلاغه

امام (علیه السلام) فرمود: حکمت و دانش را فرا گیر هرجا که باشد، زیرا حکمت گاهی در سینه منافق است؛ اما در سینه او آرام نمی گیرد تا از آن خارج شود و در کنار حکمت های دیگر در سینه مؤمن جای گیرد.

شاه‌بیت

خلاص بخش خدایا همه اسیران را
مگر کسی که اسیر کمند زیبایی است
سعدی

لزوم بازاریابی جهانی و افزایش صادرات غیرنفتی بررسی شد؛

از ظرفیت‌های داخلی تا رقابت‌های جهانی

گروه اقتصادی

صادرات غیرنفتی یکی از مهم‌ترین منابع درآمدی کشورهای درحال توسعه است که نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و کاهش وابستگی به منابع نفتی دارد. جمهوری اسلامی ایران نیز به عنوان کشوری که دارای تنوع اقتصادی و اقلیمی است، در سال‌های اخیر تلاش کرده با تمرکز بر صادرات غیرنفتی، اقتصاد خود را متنوع‌تر کند و وابستگی به نفت را کاهش دهد. مهم‌ترین اقلام صادرات غیرنفتی ایران محصولات پتروشیمی و شیمیایی، محصولات معدنی، فرش و صنایع‌دستی، محصولات کشاورزی و غذایی و محصولات صنعتی است. محصولات پتروشیمی به دلیل دسترسی ایران به منابع گسترده گاز و نفت، سهم قابل توجهی از صادرات غیرنفتی کشور را تشکیل می‌دهند. همچنین سنگ‌آهن، مس، روی، سیمان و گچ از مهم‌ترین صادرات معدنی ایران هستند. فرش ایرانی نیز به دلیل کیفیت و شهرت جهانی، یکی از اصلی‌ترین اقلام صادراتی غیرنفتی محسوب می‌شود. در کنار این موارد پسته، زعفران، خرما، سیب، انگور و محصولات فرآوری شده کشاورزی جایگاه مهمی در صادرات غیرنفتی ایران دارند. گفتنی است که در حوزه محصولات صنعتی؛ خودرو، قطعات صنعتی و ماشین‌آلات نیز بخشی از صادرات غیرنفتی ایران را تشکیل می‌دهند. شایان ذکر است تا بگوییم که در حال حاضر اصلی‌ترین بازارهای صادرات غیرنفتی ایران شامل کشورهای همسایه مانند عراق، ترکیه، افغانستان و کشورهای حاشیه خلیج فارس است. همچنین، چین و هند به دلیل تقاضای بالای مواد اولیه، از دیگر بازارهای مهم ایران محسوب می‌شوند. بدیهی است که صادرات غیرنفتی پتانسیل زیادی برای رشد و توسعه دارد و برنامه‌ریزی منسجم، سرمایه‌گذاری در صنایع کلیدی و تقویت روابط بین‌المللی می‌تواند به تحقق اهداف صادراتی و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی کمک کند اما این روند توأمان با چالش‌هایی نیز می‌باشد که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

چالش‌های صادرات غیرنفتی

تحریم‌های اقتصادی از جمله چالش‌های مطرح صادرات غیرنفتی است. در حقیقت تحریم‌های بین‌المللی مانع اصلی در تبادل بانکی و حمل‌ونقل محصولات صادراتی هستند. افزون بر این مشکلات زیرساختی نیز نقش اساسی دارند. به عنوان مثال کمبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل، انبارداری و بسته‌بندی مناسب از مطرح‌ترین چالش‌های این حوزه است که تأثیر منفی بر صادرات گذاشته است. رقابت‌پذیری پایین و تعدد قوانین و مقررات از دیگر چالش‌هایی است که نیازمند بازنگری و اصلاح ساختار می‌باشد. لازم ذکر است که برخی از کالاهای صادراتی ایران در مقایسه با رقبا، قابلیت رقابت کمی دارند و نیاز است تا از بندینگ منسجم و قوی‌تری برخوردار شوند. همچنین تغییرات مکرر در سیاست‌های تجاری و ارزی باعث عدم اعتماد تجار به برنامه‌ریزی‌های بلندمدت شده است. براین اساس است که همواره به جلوگیری از تعدد قوانین تأکید می‌گردد و عنوان می‌شود که به منظور رونق صادرات می‌بایست درصدد جلوگیری از تصمیمات خلق‌الساعه بود.

پیشنهادهایی برای بهبود صادرات غیرنفتی

تنوع‌بخشی به محصولات صادراتی: سرمایه‌گذاری در صنایع دانش‌بنیان و فناوری‌های نوین می‌تواند به تنوع محصولات کمک کند.

گسترش بازارهای جدید: حضور فعال در بازارهای آفریقا، آمریکای لاتین و جنوب شرق آسیا می‌تواند فرصت‌های جدیدی ایجاد کند.

ارتقاء کیفیت محصولات: توجه به استانداردهای جهانی و استفاده از تکنولوژی‌های نوین در تولید کالاها برای افزایش رقابت‌پذیری.

تسهیل قوانین تجاری: کاهش بوروکراسی و ارائه مشوق‌های صادراتی به صادرکنندگان.

ضرورت بازاریابی جهانی

در عصر جهانی‌سازی، رقابت در بازارهای بین‌المللی و توسعه کسب‌وکارها به فراتر از مرزهای جغرافیایی اهمیت زیادی پیدا کرده است. بازاریابی جهانی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا محصولات و خدمات خود را به بازارهای جدید معرفی کنند، سودآوری را افزایش دهند و بقای بلندمدت خود را تضمین کنند. برهمین اساس است که به لزوم بازاریابی بیش‌تر تأکید و توصیه می‌گردد. به بیان دیگر بازاریابی جهانی می‌تواند بستری را فراهم سازد که به موجب آن صادرات به ویژه در بخش صادرات غیرنفتی رونق پیدا کند و نقش محصولات در بازارهای بین‌المللی نیز پررنگ شود. گفتنی است که دلایل ضرورت بازاریابی جهانی تنها به رونق صادرات ختم نمی‌شود و شامل موارد متعددی است که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

مزایای بازاریابی جهانی

به موجب بازاریابی جهانی گسترش سهم بازار عملیاتی می‌گردد و فرصت‌های بیشتری برای دستیابی به مشتریان بالقوه ایجاد می‌کند. همچنین با تنوع‌بخشی به بازارها، شرکت‌ها می‌توانند از وابستگی به یک بازار خاص دوری کنند. نوآوری و یادگیری نیز از دیگر مزایای بازاریابی جهانی شرکت‌ها برای حفظ سهم خود در بازارهای بین‌المللی و رقابت با برندهای مطرح جهانی، نیازمند استراتژی‌های بازاریابی مؤثر هستند. بدون بازاریابی جهانی، فرصت رقابت در بازارهای جدید از دست می‌رود. بنابراین یکی از عوامل لزوم بازاریابی و توسعه برندینگ، افزایش فرصت رقابت می‌باشد. همچنین اتکا به بازارهای داخلی ممکن است در شرایط بحرانی، همچون رکود اقتصادی ریسک‌زا باشد. بازاریابی جهانی به شرکت‌ها اجازه می‌دهد بازارهای متنوعی برای محصولات خود پیدا کنند و از تأثیرات منفی بازارهای محدود رها شوند. از طرفی دیگر بیشتر شدن جمعیت جهانی و رشد اقتصادی در بازارهای نوظهور فرصت‌هایی بی‌نظیر برای کسب‌وکارها فراهم کرده است. بازاریابی جهانی به شناسایی نیازها و خواسته‌های این مشتریان کمک می‌کند.

افزایش سودآوری و بهبود شهرت برند

بازارهای بین‌المللی، به ویژه در مناطق با قدرت خرید بالا با تقاضای ویژه، می‌توانند به منبعی ارزشمند برای افزایش درآمد و سود تبدیل شوند. حضور در بازارهای بین‌المللی و ارائه محصولات و خدمات مطابق با استانداردهای جهانی، اعتبار و شهرت برند را افزایش می‌دهد و به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا جایگاه برتری در صنعت خود داشته باشند. بنابراین از مسیر بازاریابی می‌توان رونق اشتغال‌زایی در داخل کشور را نیز تحقق بخشید و کوشید تا اشتغال پایدار رقم بخورد.

مزایای بازاریابی جهانی

به موجب بازاریابی جهانی گسترش سهم بازار عملیاتی می‌گردد و فرصت‌های بیشتری برای دستیابی به مشتریان بالقوه ایجاد می‌کند. همچنین با تنوع‌بخشی به بازارها، شرکت‌ها می‌توانند از وابستگی به یک بازار خاص دوری کنند. نوآوری و یادگیری نیز از دیگر مزایای بازاریابی جهانی

و تقویت صادرات غیرنفتی است. در حقیقت تعامل با بازارهای جهانی باعث آشنایی با روندها و نیازهای جدید می‌شود و شرکت‌ها را به نوآوری ترغیب می‌کند. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد؛ روند بازاریابی جهانی نیز همچون توسعه صادرات محصولات غیرنفتی برخوردار از چالش‌هایی می‌باشد. به عنوان مثال هر بازار ویژگی‌های فرهنگی خاص خود را دارد که نیازمند تطبیق استراتژی‌های بازاریابی است. افزون بر این قوانین محلی، تعرفه‌ها و مقررات واردات ممکن است محدودیت‌هایی ایجاد کنند. اگرچه که بازاریابی جهانی یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر در اقتصاد مدرن است. شرکت‌ها برای بقا و رشد باید با تحلیل دقیق بازارها، استراتژی‌های هدف‌مند و انعطاف‌پذیری مناسب به بازارهای جهانی ورود کنند. این فرآیند نه تنها منجر به رشد اقتصادی می‌شود، بلکه توان رقابتی و شهرت برند را نیز تقویت می‌کند.

راهکارهای موفقیت در بازاریابی جهانی

تحقیق بازار: شناسایی نیازها، رقبا و فرصت‌های هر بازار هدف.

بومی‌سازی استراتژی‌ها: تطبیق محصولات، پیام‌های بازاریابی و خدمات با فرهنگ و زبان محلی.

استفاده از فناوری: بهره‌گیری از پلتفرم‌های دیجیتال برای ارتباط بهتر با مشتریان.

ایجاد شراکت محلی: همکاری با شرکای تجاری در کشورهای هدف برای کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی.

انعطاف‌پذیری: آمادگی برای تطبیق با تغییرات سریع در بازارهای بین‌المللی.

اثرات اقتصادی صادرات غیرنفتی در توسعه اقتصاد پایدار

صادرات غیرنفتی به عنوان یکی از ارکان اصلی اقتصاد پایدار، تأثیرات مهمی بر رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و توسعه کشورها دارد. برای کشورهایی که به منابع نفتی می‌شود و شرکت‌ها را به نوآوری ترغیب می‌کند. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد؛ روند بازاریابی جهانی نیز همچون توسعه صادرات محصولات غیرنفتی برخوردار از چالش‌هایی می‌باشد. به عنوان مثال هر بازار ویژگی‌های فرهنگی خاص خود را دارد که نیازمند تطبیق استراتژی‌های بازاریابی است. افزون بر این قوانین محلی، تعرفه‌ها و مقررات واردات ممکن است محدودیت‌هایی ایجاد کنند. اگرچه که بازاریابی جهانی یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر در اقتصاد مدرن است. شرکت‌ها برای بقا و رشد باید با تحلیل دقیق بازارها، استراتژی‌های هدف‌مند و انعطاف‌پذیری مناسب به بازارهای جهانی ورود کنند. این فرآیند نه تنها منجر به رشد اقتصادی می‌شود، بلکه توان رقابتی و شهرت برند را نیز تقویت می‌کند.

راهکارهای موفقیت در بازاریابی جهانی

تحقیق بازار: شناسایی نیازها، رقبا و فرصت‌های هر بازار هدف.

بومی‌سازی استراتژی‌ها: تطبیق محصولات، پیام‌های بازاریابی و خدمات با فرهنگ و زبان محلی.

استفاده از فناوری: بهره‌گیری از پلتفرم‌های دیجیتال برای ارتباط بهتر با مشتریان.

ایجاد شراکت محلی: همکاری با شرکای تجاری در کشورهای هدف برای کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی.

انعطاف‌پذیری: آمادگی برای تطبیق با تغییرات سریع در بازارهای بین‌المللی.

اثرات اقتصادی صادرات غیرنفتی در توسعه اقتصاد پایدار

صادرات غیرنفتی به عنوان یکی از ارکان اصلی اقتصاد پایدار، تأثیرات مهمی بر رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و توسعه کشورها دارد. برای کشورهایی که به منابع نفتی

مزایای رونق صادرات غیرنفتی

افزایش صادرات غیرنفتی نیازمند تقویت ظرفیت‌های تولیدی است. این امر باعث ارتقاء فناوری، آموزش نیروی کار و بهبود مدیریت می‌شود که همگی به رشد اقتصادی منجر می‌شوند. صادرات غیرنفتی، به ویژه در صنایعی که بازارهای جهانی را هدف قرار می‌دهند، می‌تواند سرمایه‌گذاران خارجی را جذب کند. حضور در بازارهای بین‌المللی و رشد تجارت، امنیت سرمایه‌گذاری و سودآوری را افزایش می‌دهد. شایان ذکر است تا بگوییم که صادرات غیرنفتی صنایع مختلفی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. برای مثال، صادرات محصولات کشاورزی به صنایع فرآوری مواد غذایی، بسته‌بندی و حمل‌ونقل رونق می‌بخشد. این زنجیره اقتصادی به رشد بخش‌های مختلف کمک می‌کند. حضور در بازارهای جهانی و رقابت با برندهای بین‌المللی، تولیدکنندگان را مجبور به بهبود کیفیت و کاهش هزینه‌ها می‌کند و این فرآیند به توسعه اقتصادی و تقویت موقعیت کشور در تجارت جهانی منجر می‌شود.

صادرات غیرنفتی از طریق تنوع‌بخشی به منابع درآمدی، کاهش وابستگی به نفت و توسعه صنایع داخلی، نقشی اساسی در رشد اقتصادی دارد. افزایش صادرات غیرنفتی می‌تواند به بهبود شاخص‌های کلان اقتصادی ثبات بیشتری در اقتصاد ملی ایجاد کند. بهره‌گیری از استراتژی‌های بلندمدت، سرمایه‌گذاری در کیفیت تولید و تقویت روابط تجاری، الزامات اصلی برای استفاده حداکثری از ظرفیت‌های صادرات غیرنفتی است.

در بسیاری از کشورها، صادرات غیرنفتی سهم قابل توجهی در تولید ناخالص داخلی دارد. در کشور ایران، براساس آماری موجود صادرات غیرنفتی سالانه حدود ۴۰-۵۰ میلیارد دلار درآمدزایی دارد که می‌تواند سهم بیشتری در GDP ایفا کند. گفتنی است که صنایع وابسته به صادرات غیرنفتی مانند پتروشیمی، کشاورزی و صنایع دستی سهم زیادی در اشتغال کشور دارند و بهبود شرایط صادرات می‌تواند منجر به افزایش اشتغال مستقیم و غیرمستقیم شود. در کشورهای موفق، مانند کره جنوبی یا ترکیه، تمرکز بر صادرات غیرنفتی منجر به رشد اقتصادی میانگین سالانه ۵-۷ درصدی شده است. این الگو می‌تواند برای کشورهای نفت‌خیز نیز کارآمد باشد.

مؤلفه‌های اساسی برای تقویت اثرات صادرات غیرنفتی

کیفیت محصولات: نیاز به استانداردسازی و بهبود کیفیت کالاها برای رقابت در بازارهای جهانی.

توسعه زیرساخت‌ها: تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقل، انبارداری و لجستیک.

تنوع‌بخشی به بازارها: کاهش وابستگی به چند کشور خاص و توسعه بازارهای جدید.

حمایت دولتی: ارائه تسهیلات بانکی، کاهش تعرفه‌ها و ایجاد مشوق‌های صادراتی.

ثبات قوانین اقتصادی: ایجاد فضای اقتصادی امن و پایدار برای سرمایه‌گذاری و صادرات.

چه محصولات خوراکی از کشور صادر می‌شوند؟

ایران به عنوان کشوری با منابع غنی کشاورزی و تنوع اقلیمی، صادرات قابل توجهی در زمینه محصولات خوراکی دارد. بنابراین صادرات غیرنفتی کشور تنها به اقلام پتروشیمی، صنعتی و معدنی خلاصه نمی‌شود. برخی از مهم‌ترین محصولات خوراکی صادراتی ایران عبارت‌اند از:

پسته: پسته یکی از مهم‌ترین اقلام صادراتی ایران است که در بازارهای جهانی جایگاه ویژه‌ای دارد. پسته ایرانی به دلیل طعم، کیفیت بالا و تنوع گونه‌ها، به کشورهای مختلفی ازجمله چین، هند، امارات، ترکیه و کشورهای اروپایی صادر می‌شود.

زعفران: ایران بزرگ‌ترین تولیدکننده و صادرکننده زعفران در جهان است. زعفران ایرانی به عنوان طلای سرخ شناخته می‌شود و به کشورهای بسیاری ازجمله اسپانیا، امارات، هند و چین صادر می‌شود.

خرما: ایران یکی از برترین تولیدکنندگان خرما در جهان است و انواع مختلفی مانند خرمای مضافتی، کبکاب و پیارم را به بازارهای جهانی عرضه می‌کند. عراق، هند، روسیه و کشورهای اروپایی از خریداران اصلی خرمای ایران هستند.

خشکبار: خشکبار ایران شامل گردو، بادام، فندق، کشمش و انجیر خشک، از محصولات محبوب در بازارهای بین‌المللی است. این محصولات به دلیل کیفیت بالا و طعم طبیعی، در کشورهای اروپایی، آسیایی و خاورمیانه تقاضای زیادی دارند.

زرشک: ایران بزرگ‌ترین تولیدکننده زرشک در جهان است. این محصولات در بیشتر مواقع به کشورهای اروپایی و آسیایی صادر می‌شود و در صنایع غذایی و دارویی استفاده فراوان دارد.

انواع میوه: ایران به دلیل اقلیم مناسب، تولیدکننده انواع میوه‌های باکیفیت مانند سیب، انار، کیوی، مرکبات (پرتقال، لیمو، نارنگی)، انگور و هندوانه است که به کشورهای همسایه و دورتر صادر می‌شوند.

عسل: عسل طبیعی ایران، به ویژه عسل‌های ارگانیک از مناطق کوهستانی، یکی دیگر از محصولات صادراتی است که به کشورهای عربی و اروپایی ارسال می‌شود.

گیاهان دارویی و دمنوش‌ها: ایران در زمینه تولید گیاهان دارویی مانند گل محمدی، آویشن، نعناع، بابونه و دمنوش‌های گیاهی بسیار موفق است. این محصولات صادراتی زیادی برای این محصولات در بازارهای جهانی وجود دارد. سرمایه‌گذاری در بسته‌بندی، بازاریابی و رعایت استانداردهای جهانی می‌تواند جایگاه این محصولات را در بازارهای بین‌المللی تقویت کند. خوشبختانه این سیاست طی سال‌های اخیر با نگاه صادرات محصولات خاص به بازارهای جدید تقویت شده است و به تازگی وزیر جهاد در پاسخ به درخواست سفیر ژاپن در کشورمان مبنی بر تسهیل صادرات پنیر ایرانی به این کشور بیان داشته است که موانع موجود به زودی رفع خواهد شد و مردم ژاپن طعم مطلوب پنیر ایرانی را تجربه خواهند کرد. غلامرضا نوری، وزیر جهاد کشاورزی در دیدار با تسوکاداتاماکی، سفیر ژاپن در ایران، گفته است که روابط عمیق ایران و ژاپن در مسائل زیست محیطی به ویژه آب، زمینه مناسبی برای گسترش مراودات میان دو کشور است. کارشناسان و آگاهان این عرصه اقداماتی از این دست را گامی بلند در رونق صادرات غیرنفتی، تقویت اقتصاد داخلی و بهبود معیشت کشاورزان می‌دانند و براستراتژی‌های موفقیت در صادرات به کشور مقصد همچون صادرات پنیر به ژاپن تأکید می‌کنند. بدیهی است که تحقیقات بازار در فرآیند رونق صادرات محصولات خوراکی اهمیت فراوانی دارد و برهمین اساس نیاز است تا بررسی ذائقه مصرف‌کنندگان، شناسایی رقبا و تحلیل جایگاه محصولات مشابه در بازار ارزیابی شود. همچنین استفاده از بسته‌بندی مناسب که با استانداردهای فرهنگی کشور مقصد همخوانی داشته باشد، از دیگر موارد حائز اهمیت است. در حقیقت درک عمیق از بازار، تطبیق محصول با نیازهای محلی و استفاده از استراتژی‌های هدف‌مند بازاریابی، می‌تواند به موفقیت در این بازار منجر شود. توجه به کیفیت، نوآوری و ایجاد روابط تجاری پایدار از دیگر عوامل پیشرفت در صادرات غیرنفتی به ویژه محصولات خوراکی است.

سخن آخر

جمهوری اسلامی ایران به دلیل منابع کشاورزی و طبیعی غنی، توانایی صادرات گسترده محصولات خوراکی را دارد. با توجه به کیفیت بالای محصولات و تنوع آن‌ها، فرصت‌های صادراتی زیادی برای این محصولات در بازارهای جهانی وجود دارد. سرمایه‌گذاری در بسته‌بندی، بازاریابی و رعایت استانداردهای جهانی می‌تواند جایگاه این محصولات را در بازارهای بین‌المللی تقویت کند. خوشبختانه این سیاست طی سال‌های اخیر با نگاه صادرات محصولات خاص به بازارهای جدید تقویت شده است و به تازگی وزیر جهاد در پاسخ به درخواست سفیر ژاپن در کشورمان مبنی بر تسهیل صادرات پنیر ایرانی به این کشور بیان داشته است که موانع موجود به زودی رفع خواهد شد و مردم ژاپن طعم مطلوب پنیر ایرانی را تجربه خواهند کرد. غلامرضا نوری، وزیر جهاد کشاورزی در دیدار با تسوکاداتاماکی، سفیر ژاپن در ایران، گفته است که روابط عمیق ایران و ژاپن در مسائل زیست محیطی به ویژه آب، زمینه مناسبی برای گسترش مراودات میان دو کشور است. کارشناسان و آگاهان این عرصه اقداماتی از این دست را گامی بلند در رونق صادرات غیرنفتی، تقویت اقتصاد داخلی و بهبود معیشت کشاورزان می‌دانند و براستراتژی‌های موفقیت در صادرات به کشور مقصد همچون صادرات پنیر به ژاپن تأکید می‌کنند. بدیهی است که تحقیقات بازار در فرآیند رونق صادرات محصولات خوراکی اهمیت فراوانی دارد و برهمین اساس نیاز است تا بررسی ذائقه مصرف‌کنندگان، شناسایی رقبا و تحلیل جایگاه محصولات مشابه در بازار ارزیابی شود. همچنین استفاده از بسته‌بندی مناسب که با استانداردهای فرهنگی کشور مقصد همخوانی داشته باشد، از دیگر موارد حائز اهمیت است. در حقیقت درک عمیق از بازار، تطبیق محصول با نیازهای محلی و استفاده از استراتژی‌های هدف‌مند بازاریابی، می‌تواند به موفقیت در این بازار منجر شود. توجه به کیفیت، نوآوری و ایجاد روابط تجاری پایدار از دیگر عوامل پیشرفت در صادرات غیرنفتی به ویژه محصولات خوراکی است.

آگهی مناقصه عمومی

احداث فاز ۲ پارک مادر و کودک

شهرداری دامغان به استناد مصوبه شورای اسلامی شهر به شماره ۱۸۷۶-۰۳ مورخ ۱۴۰۳/۸/۱۴ در نظر دارد نسبت به احداث فاز ۲ پارک مادر و کودک از طریق مناقصه عمومی و با جزئیات مندرج در اسناد مناقصه با بهره‌گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (setadiran.ir) با شماره مناقصه ۲۰۰۳۰۹۲۱۹۴۰۰۰۰۱۳ اقدام نماید. لذا از کلیه شرکتهای ذیصلاح فعال در این حوزه دعوت به عمل می آید جهت شرکت و اخذ اوراق مناقصه به سامانه مذکور مراجعه نمایند.
لازم به ذکر است کلیه مراحل فرآیند مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد و بازگشایی پاکتهای مناقصه گران محترم از طریق سامانه فوق امکانپذیر می باشد. لذا مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضا الکترونیکی جهت شرکت در مناقصه را محقق سازند.

تاریخ انتشار: روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۳/۸/۲۹ ساعت ۹
مهلت دریافت اسناد مناقصه: روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۹/۷ ساعت ۱۴
تاریخ بازدید: از تاریخ انتشار لغایت روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۹/۱۸ ساعت ۱۴
مهلت ارسال پیشنهاد: روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۹/۱۸ ساعت ۱۴
تاریخ بازگشایی: روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۹/۱۹ ساعت ۱۳/۳۰
تاریخ اعلام برنده: روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۳/۹/۲۰ ساعت ۱۰
تلفن تماس و آدرس سایت جهت کسب اطلاعات بیشتر: ۰۲۳۳۵۲۵۶۱۱۵
WWW.Damghan.ir
تاریخ انتشار ۱۴۰۳/۹/۶
خ ش ۱۴۰۳/۹/۶

شهرداری دامغان

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

تهیه مصالح و احداث مسیر دوچرخه بلوار قاآنی

نوبت اول

شهرداری سیرجان در نظر دارد مناقصه عمومی خدمات (شرح مختصر: تهیه مصالح و احداث مسیر دوچرخه بلوار قاآنی به شماره ۲۰۰۳۰۰۵۶۷۴۰۰۰۰۸۱ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
تاریخ انتشار اسناد مناقصه در سامانه مورخ ۱۴۰۳/۹/۶ می باشد.
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: از تاریخ انتشار اسناد مناقصه تا ساعت ۱۸ روز شنبه تاریخ ۱۴۰۳/۹/۱۷
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: از تاریخ دریافت اسناد مناقصه تا ساعت ۱۹ روز سه شنبه تاریخ ۱۴۰۳/۹/۲۷
زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۹/۳۰ روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۳/۹/۲۸
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکتها:
آدرس سیرجان میدان انقلاب شهرداری مرکزی امور قراردادها و تلفن ۰۳۴-۴۱۳۲۵۰۷۷
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۰۲۱-۴۱۹۳۴
دفتر ثبت نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸
تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۳/۹/۶
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۳/۹/۱۳
خ ش ۱۴۰۳/۹/۶

مدیریت ارتباطات شهرداری سیرجان

آگهی مناقصه

مرحله دوم - نوبت اول

دهیاری سعیدآباد به منظور آسفالت کوچه های شهید موسایی و جعفری و ابولی به متراژ تقریبی ۶۵۰۰ متر تصمیم به انتخاب پیمانکار از طریق مناقصه عمومی دارد.
لذا از تمامی پیمانکاران واجد شرایط دعوت به عمل می آید از تاریخ ۱۴۰۳/۹/۵ به مدت هفت روز کاری با در دست داشتن مدارک لازم به دفتر دهیاری مراجعه نمایید.

تاریخ انتشار مرحله دوم - نوبت اول ۱۴۰۳/۹/۶
تاریخ انتشار مرحله دوم - نوبت دوم ۱۴۰۳/۹/۱۳
خ ش ۱۴۰۳/۹/۶

دهیاری سعیدآباد (بخش مرکزی) رفسنجان

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

تهیه مصالح و اجرای گاردریل

نوبت اول

شهرداری سیرجان در نظر دارد مناقصه عمومی خدمات (شرح مختصر: تهیه مصالح و اجرای گاردریل به شماره ۲۰۰۳۰۰۵۶۷۴۰۰۰۰۸۰ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
تاریخ انتشار اسناد مناقصه در سامانه مورخ ۱۴۰۳/۹/۶ می باشد.
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: از تاریخ انتشار اسناد مناقصه تا ساعت ۱۸ روز شنبه تاریخ ۱۴۰۳/۹/۱۷
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: از تاریخ دریافت اسناد مناقصه تا ساعت ۱۹ روز سه شنبه تاریخ ۱۴۰۳/۹/۲۷
زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۹ روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۳/۹/۲۸
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکتها:
آدرس سیرجان میدان انقلاب شهرداری مرکزی امور قراردادها و تلفن ۰۳۴-۴۱۳۲۵۰۷۷
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۰۲۱-۴۱۹۳۴
دفتر ثبت نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸
تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۳/۹/۶
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۳/۹/۱۳
خ ش ۱۴۰۳/۹/۶

مدیریت ارتباطات شهرداری سیرجان