



## تدوین راهبردهای توسعه شبکه های کسب و کار در کشور

سخنرانی پژوهشی " تدوین راهبردهای توسعه شبکه های کسب و کار در ایران (با رویکرد تولیدات صادرات محور)" ۸ خرداد ماه سال جاری با حضور پژوهشگران موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی و سایر علاقه مندان برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی حنان عموزاد مهدیرجی مجری این طرح با اشاره به اهمیت ایجاد و توسعه شبکه های کسب و کار در کشور بر تهیه برنامه ای مشخص به منظور استفاده از خروجی های حاصل از توسعه شبکه های کسب و کار، تاکید کرد.

وی بر تدوین برنامه های کلان و راهبردهای مورد نیاز در حوزه توسعه شبکه های کسب و کار تاکید کرد و گفت: با مشخص شدن راهبردهای مورد نیاز، زیربنای تهیه برنامه های عملیاتی و اجرایی شبکه های کسب و کار فراهم خواهد شد.

این پژوهشگر هدف از تدوین راهبردهای توسعه شبکه کسب و کار در کشور را بررسی و تعیین نقش انواع شبکه های کسب و کار موجود در جهان، طبقه بندی انواع شبکه های کسب و کار در کشور، بررسی جایگاه و نقش شبکه های کسب و کار موجود در ایران و انتخاب سه شبکه کسب و کار مناسب برای ایران با توجه به شرایط بازرگانی، صنعتی و اقتصادی کشور عنوان کرد.

وی همچنین بر تدوین راهبردهای توسعه شبکه های کسب و کار منتخب و تهیه برنامه عملیاتی کلان برای شبکه های کسب و کار منتخب در کشور تاکید کرد.

عموزاده تصریح کرد: برای شبکه های موجود در ایران، تدوین راهبرد مبتنی بر مدل " سوات " صورت گرفت و برنامه عملیاتی تحقق استراتژی های هر یک از شبکه ها تهیه و متولیان اصلی هر اقدام یا پروژه بهبود با استفاده از ساختار سازمانی وزارت صنعت، معدن و تجارت پیشنهاد شده است.

وی بر ساماندهی مشارکت و ایجاد همکار رسمی استراتژیک میان و بلندمدت میان کنسرسیوم های صادراتی تاکید کرد و افزود: با ایجاد شبکه های صادراتی؛ تدوین قوانین و مقررات مرتبط با نحوه تعامل اعضاء و اجزاء و ارتقاء توان مندی رقابت در بازارهای جهانی می توان کنسرسیوم های صادراتی را تقویت کرد.

مجری این طرح تضمین بقاء کنسرسیوم های صادراتی؛ مدیریت ریسک؛ کاهش خطرات ناشی از ورود به بازارهای جدید، ناشناخته و ابتکاری؛ کاهش تاثیرات نامطلوب محیط سیاسی و اقتصادی کشور را در توسعه کنسرسیوم های صادراتی موثر دانست.