



برنامه ها و اهداف کمیسیون صادرات

سخنی با خواننده

اتحادیه تشکلی موفق و پیشرو در سالی که گذشت

رضا جوشقانی*

نیاز روز افزون جوامع بشری به یکدیگر و وابستگی به وجود آمده، اهمیت صادرات غیر نفتی را صد چندان می‌کند. کسب سهم بیشتر از معاملات جهانی، قدرت نقش‌آفرینی در سیاست جهانی را افزایش می‌دهد. برای به دست آوردن این سهم ناگزیر به برنامه‌ریزی، ساماندهی و سرمایه‌گذاری از سال‌های گذشته هستیم. پس صادرات یک انتخاب نیست و یک الزام است. همیشه درآمد حاصل از صادرات نفتی، فرصتی استثنائی برای سرمایه‌گذاری و ایجاد بستر صادرات غیر نفتی و به دست آوردن سهم بیشتر از معاملات جهانی بوده است. از اهمیت صادرات غیر نفتی همین بس که سهم نفت را از درآمد کشور کسر کنیم تا بدانیم از جمله کشورهای فقیر و بی‌اثر در نقش‌آفرینی سیاست‌های جهانی خواهیم بود.

صادرات یعنی:

شکستن حصارهای کوچک خود
شناخت دیگران

آشنایی با بازار رقابتی
کاهش قیمت تمام شده
ارزیابی عملکرد خود
آشنایی با تولیدی نهایت
زندگی اجتماعی
رشد خلاقیت
مبارزه طلبی
دروازه توسعه

صادرات بیشتر یعنی

سهم بیشتر در تصمیمات جهانی

* عضو هیات مدیره و

رئیس کمیسیون صادرات اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری

برنامه ها و اهداف کمیسیون صادرات

-گرید بندی و شناسایی پتانسیل صادراتی اعضای اتحادیه
-کمیسیون ، ارتقای اعضای اتحادیه در قالب آموزش و اطلاع رسانی را در برنامه دارد.
-کمیسیون در حال بررسی کانال های ارتباطی داخلی و خارجی ، اطلاع رسانی و تعامل با مرتبین است.
-تعیین ۱۵ کشور هدف صادراتی و تهیه شناسنامه آن ها به صورت رتبه بندی کشورها و اطلاع رسانی به اعضا نیز از برنامه های آتی این کمیسیون است که بخش زیادی از پروژه نیز انجام شده است.
-بررسی کانال های ارتباطی داخلی و خارجی، اطلاع رسانی و تعامل با مرتبین.
-تدوین دستورالعمل نمایشگاهی (بازدید و مشارکت) کشورهای هدف و تهیه تقویم نمایشگاهی.
-عارضه یابی صنعت و صادرات مبلمان.

مشارکت کننده یا بازدیدکننده در نمایشگاه های مورد نظر شرکت کنند. در این زمینه دستورالعمل نمایشگاهی نیز تدوین شده است که به همراه تقویم نمایشگاهی در اختیار اعضای اتحادیه قرار گرفته است. مشارکت در پنجاه و پنجمین و پنجاه و ششمین نمایشگاه بین المللی دمشق- سوریه، بازدید از نمایشگاه Orgatec کلن- آلمان، مشارکت در نمایشگاه هاوانا- کوبا، مشارکت در نخستین همایش و نمایشگاه بین المللی بازاری اقتصادی افغانستان و مشارکت در چهل و دومین نمایشگاه بین المللی الجزیره- الجزایر از جمله فعالیت های صورت گرفته در پرونده یک سال گذشته کمیسیون صادرات است.
*کمیسیون برنامه های دیگری نیز برای رشد و ارتقای صادرات این صنعت دنبال می کند که برخی از آن ها به پایان رسیده و برخی دیگر در حال انجام است.

کمیسیون صادرات مهم ترین کمیسیون اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری با توجه به وظایف تعریف شده برای اتحادیه است. این کمیسیون نیز از عهده وظایف خود به خوبی برآمده است و تنها کمیسیون اتحادیه است که هر هفته جلسات منظمی را برپا می کند. تحقیقات و پژوهش در مورد صادرات و کشورهای هدف، برگزاری سالن صادرات نمایشگاه هوفکس، حضور در نمایشگاه های خارجی، رایزنی با سازمان های مربوطه و ... از فعالیت هایی است که در این کمیسیون صورت گرفته است که در ادامه آمده است.
* شرکت در نمایشگاه های خارجی از برنامه های است که در این کمیسیون به صورت مستمر در حال بررسی و اجرا است. با توجه به رایزنی هایی که صورت می گیرد به اعضای اتحادیه در این زمینه اطلاع رسانی می شود تا به صورت



اعضای کمیسیون صادرات



• کامبیز قزلباش

مشاور
و عضو کمیسیون صادرات



• آناهیتا میرستاری

مدیر اجرایی
و دبیر کمیسیون صادرات



• رضا جوشقانی

عضو هیات مدیره
و رئیس کمیسیون صادرات



• مونا صالحی

عضو کمیسیون صادرات



• یوسف دادخواه

عضو کمیسیون صادرات



کتاب تحلیل روند صادرات و واردات صنعت مبلمان منتشر شد



پروژه «تحلیل وضعیت صادرات و واردات صنعت مبلمان و شناسایی بازارهای هدف» در اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری به پایان رسیده است و بخش هایی از آن در یک کتاب چاپ شده است و در اختیار فعالان و صادرکنندگان صنعت مبلمان قرار گرفته است.

در بخش شناسنامه این کتاب، اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری به عنوان ناشر، حسن احمدیان به عنوان مدیر پروژه، رامین سمیع زاده به عنوان ناظر پروژه و شرکت زروان اندیش و سمیرا ملک محمدی به عنوان مجری و مولف پروژه معرفی شده‌اند.

کشورها، فصل و ماه، گمرک ها و ... مورد بررسی قرار گرفته است. فصل سوم پروژه به بخش بندی و تعیین بازارهای هدف صادراتی صنعت مبلمان ایران اختصاص دارد و در فصل های چهارم و پنجم که به واردات اختصاص دارد به ترتیب تحلیل آماری وضعیت واردات و بخش بندی بازارهایی که به ایران واردات دارند، صورت گرفته است.

داده هایی که در پروژه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته از مرکز آمار سازمان توسعه و تجارت ج.ا. ایران استخراج شده است و از نظر اعتباری مورد تایید این سازمان قرار دارد.

این برای اولین باری است که چنین پروژه ای در این صنعت و حتی می توان گفت در کل صنایع ایران صورت گرفته است. مهمترین بخش این پروژه شناسایی بازارهای هدف صادراتی در هر بخش زنجیره تامین و رسته های مختلف است که در آینده صادرات صنعت مبلمان می تواند نقش به سزایی داشته باشد. شناسایی بازارهای هدف مزیت های بسیاری برای یک شرکت دارد و این امکان را می دهد که تلاش بازاریابی متمرکز شده و حتی در زمینه تولید و فعالیت های تولیدی نیز، از پراکنده کاری و عمل کردن در رشته های متعدد که ما را از دست یابی به تخصص دور ساخته و استفاده بهینه از منابع و امکانات را تحت تاثیر قرار می دهد، پرهیز کنیم.

اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری که هدف اصلی اش در زمینه ارتقای صادرات صنعت مبلمان کشور است، پروژه ای را با عنوان «تحلیل وضعیت صادرات و واردات صنعت مبلمان و شناسایی بازارهای هدف» تعریف کرد که توسط شرکت زروان اندیش صورت گرفت. این پروژه در جهت رشد صادراتی صنعت مبلمان است که باید باور داشت که اندک است. این در حالی است که تولیدکنندگان از ظرفیت بالای صادرات این صنعت خبر می دهند که باید مدیریت شود. در ابتدای این پروژه با نشست هایی که با خبرگان این صنعت و مجری این پروژه برگزار شد، اهداف پروژه تعریف و تعرفه های این صنعت از طرف آنها مشخص شد و تعرفه ها براساس بخش های مختلف این صنعت گروه بندی شد.

پروژه «تحلیل وضعیت صادرات و واردات صنعت مبلمان و شناسایی بازارهای هدف» تمام بخش های مختلف صنعت مبلمان از جمله مواد اولیه، ماشین آلات و لوازم جانبی مورد بررسی قرار گرفته که در کمتر جایی این آمار وجود دارد. این پروژه از ۶ فصل تشکیل شده است. در فصل اول به بیان نحوه انجام کار و متدولوژی تحقیق پرداخته شده است و در فصل دوم وضعیت صادرات صنعت مبلمان ایران به سایر کشورها از نظر آماری مانند حجم پولی و وزنی،

تهیه شناسنامه و رتبه بندی بندی ۱۵ کشور هدف صادراتی صنعت مبلمان

- اقلام عمده صادراتی از آن کشور
 - اقلام عمده وارداتی به آن کشور
 - تراز تجاری با ایران
 - حقوق گمرکی
 - موانع غیر تعرفه ای
 - صادرات به دنیا
 - واردات از دنیا
- خروجی پروژه**
- ارائه شاخص های توصیفی کشورها
 - تهیه بانک اطلاعاتی
 - ارائه روند زمانی تغییرات شاخص ها
 - امتیازدهی و وزن دهی شاخص ها با استفاده از روشهای علمی
 - رتبه بندی کشورها جهت ورود به بازارهای صادراتی

- بانکداری
- ۳. ابعاد سیاسی
- رابطه با ایران
- مهمترین تفاهم نامه ها و توافقات انجام شده
- جلسات مهم تجاری برگزار شده بین دو کشور
- شکل های اقتصادی بین دو کشور
- ۴. ابعاد فرهنگی
- برداشت ذهنی از کالای ایرانی
- فرهنگ مصرف کالا (life style)
- شاخص توسعه انسانی
- ۵. ابعاد اقتصادی
- سرانه تولید ناخالص داخلی
- رشد تولید ناخالص داخلی
- شاخص آزادی اقتصادی
- آینده اقتصادی

- شاخص های مورد بررسی در پروژه تهیه شناسنامه کشورهای هدف:
- ۱. اطلاعات پایه
 - مساحت
 - جمعیت کل
 - جمعیت جوان
 - رشد جمعیت
 - تراکم جمعیت
 - اختلاف ساعت با ایران
 - کد کشور
 - پول
 - زبان
 - مذهب
 - حکومت
- ۲. اطلاعات زیرساختی
 - شبکه حمل و نقل
 - مصرف برق سرانه
 - تعداد خطوط تلفن همراه
 - تعداد خطوط تلفن ثابت
 - سرانه استفاده از اینترنت

● کمیسیون صادرات اتحادیه اقدام به تهیه شناسنامه مشخصات پانزده کشور هدف و رتبه بندی این کشورها جهت انجام امور صادرات کرده است. به طور کلی خروجی این پروژه شامل تهیه شناسنامه و اطلاعات مورد نیاز جهت شناسایی پارامترهای موثر در انجام امور بازرگانی با این ۱۵ کشور و رتبه بندی آنها بر اساس پارامترهای استاندارد بین المللی است. این ۱۵ کشور شامل عراق، پاکستان، تاجیکستان، افغانستان، آذربایجان، ارمنستان، قزاقستان، ترکمنستان، گرجستان، امارات متحده عربی، ازبکستان، سوریه، بلاروس، الجزایر و سوریه است که پس از این تحقیق رتبه بندی آن ها به عنوان کشور هدف مشخص خواهد شد.

برگزاری سالن ویژه صادرات در نمایشگاه هوفکس



حضور موثر و قدرتمند در عرصه های بین المللی
۵. توسعه و تقویت سیستم های اطلاع رسانی
۶. ارتباط موثر با مراکز دانشگاهی و تحقیقاتی و توسعه آموزش های
تئوری و کاربردی
۷. تقویت مشارکت کنندگان با بهره گیری از نگرش های نوین علوم مدیریت
و مهندسی و متناسب با محدودیت ها، امکانات و شرایط واقعی داخل کشور
۸. گردآوری برترین های صنعت مبلمان و دکوراسیون کشور
۹. تعامل سازمان های مرتبط صادراتی با برترین های صنعت مبلمان و
دکوراسیون کشور

برپایی سالن صادرات در هفدهمین و هیجدهمین نمایشگاه مبلمان منزل و اداری
به پیشنهاد و اجرای کمیسیون صادرات صورت گرفته است که اهداف زیر را دنبال
می کند:
۱. برنامه ریزی و تقویت زیرساخت های لازم جهت ارتقای توان کمی و
کیفی تولید کالاهای قابل رقابت و صادراتی جهت توسعه صادرات غیر نفتی
۲. ارائه توانمندی های علمی و اجرایی - کمی و کیفی صنعت مبلمان و
دکوراسیون کشور به مرتبترین داخلی
۳. ارائه توانمندی های صنعت مبلمان و دکوراسیون کشور به مرتبترین خارجی
۴. برنامه ریزی و آماده سازی مشارکت کنندگان سالن ویژه صادرات جهت

دومین سالن صادرات

کمیسیون صادرات سالن ۳۵ را برای دومین دوره برپایی سالن صادرات در
نمایشگاه هوفکس انتخاب کرد. به گفته مسوولان کمیسیون صادرات اتحادیه، این
سالن از نظر طراحی، فضاهای ارایه شده، افراد دعوت شده و برنامه های متنوع،
نمایشگاه بسیار متفاوتی نسبت به سال گذشته را ارایه کرد. همین امر نیز موجب شد
تا بسیاری از فعالان صنعت مبلمان برای حضور در سالن تقاضا دهند تا به گفته برخی
از مشارکت کنندگان تأثیری در ادامه برنامه های بلند مدت صادراتی کشور و صنعت
مبلمان ایران داشته باشند. شرکت های چوب و فرم، مبلمان اداری ساجیران، صنایع
چوب آپادانا، خوشه صنعتی استان یزد، سپهر چرم خاورمیانه، فرآذین تهران، رایانه
صنعت پیام، جهان چیدمان (جلسیس)، ایده فرم پویا، سمچا، مبلمان اداری دنا، لیوتاب،
راد سیستم، راحتیران، راش نقشبند، آذرآبادگان، هنرهای داخلی کارنو، شرکت تولیدی
و بازرگانی نیلیار، آرژان، اروند، کمچاچوب، صنایع چوب مقدم، ایثالفوم، تحسین
و نیروانا در این سالن حضور داشتند. در این دوره سازمان های اتاق بازرگانی و صنایع
و معادن ایران، سازمان توسعه تجارت ایران، بانک توسعه صادرات ایران، گمرک
ج.ا.ایران، کنفدراسیون صادرات ایران، صندوق ضمانت صادرات ایران، سازمان نظام
مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی استان تهران (کارگروه صنایع چوب و کاغذ)،
گروه علوم و صنایع چوب و کاغذ دانشکده منابع طبیعی دانشگاه تهران، شرکت
شهرک های صنعتی استان تهران، نشریه پیام صادرات، ایران دکوراسیون و نشریه
بانک توسعه صادرات نیز در سالن صادرات مشارکت داشتند.

اولین سالن صادرات

در اولین سالن صادرات نمایشگاه در جهت صادراتی شدن این صنعت،
سالنی به همین منظور در نظر گرفته شد. سالونی، ساجیران، رز، ایتال فوم،
نیلیار، اروند، لیوتاب، رادسیستم، رایانه صنعت، جلسیس، سپهر چرم خاورمیانه،
صنعت چوب در هنر معماری، آذران پلاستیک، صنایع چوب مقدم، گالری
تحسین، کمچا چوب، پادیران، راحتیران، مونالیزا، چوب و فرم شهر هنر،
ارژن، پلی فرم، سهلان، کارنو، فیلیا، ماهسان صنعت، پایا طرح و فرم، راش
نقشبند و فرآذین به عنوان مشارکت کننده در سالن صادراتی حضور پیدا
کردند. دکتر غضنفری رئیس سازمان توسعه تجارت ایران، دکتر نهاوندیان
رئیس اتاق بازرگانی، دکتر قوام شهیدی مدیر شرکت سهامی نمایشگاه های
بین المللی، محمد باقر مجتبابی معاون کمک های فنی تجاری و حمایت
از صادرات سازمان توسعه تجارت ایران و دیگر مسوولان کشوری از این
سالن بازدید کردند و در جلسات پرسش و پاسخی که در نظر گرفته شده
بود، شرکت کردند.
همچنین هیات هایی از ترکیه، پاکستان و روسیه به عنوان میهمانان
خارجی ضمن بازدید از نمایشگاه در این سالن با تولیدکنندگان ایرانی به
مذاکره پرداختند. این سالن در طول برگزاری نمایشگاه، میزبان تعداد زیادی
بازدیدکننده متخصص بود و توانست تا حدودی توانمندی های صادراتی
این صنعت را معرفی کند.



نظرسنجی در سالن صادرات



شکل ۶- انگیزه شما از ورود به سالن صادرات چیست؟

بیش از ۸۴ درصد بازدیدکنندگان این سالن اعتقاد دارند که برای سالن صادراتی در ایجاد زیر ساخت صادراتی مبلمان تاثیرگذار است و ۱۳،۴ درصد این سالن را در این زمینه بی تاثیر می دانند.

درصد گزینه متوسط و ۱۰،۹ درصد گزینه ضعیف را انتخاب کردند.

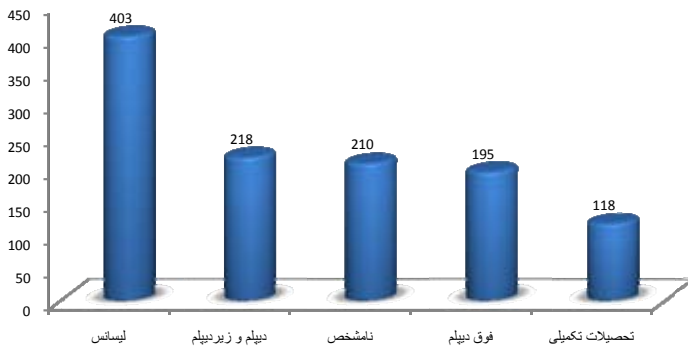
بیش از ۵۷ درصد از بازدیدکنندگان کیفیت محصولات ارائه شده در این سالن را برای صادرات خوب ارزیابی کردند و ۲۷،۹ درصد از آنها کیفیت این محصولات را متوسط ارزیابی کردند. همچنین ۱۱،۸ درصد کیفیت محصولات را ضعیف و بدون قابلیت صادرات اعلام کردند.

بیش از ۶۴،۵ درصد از بازدیدکنندگان محصولات ارائه شده را نسبت به محصولات مشابه خارجی ترجیح می دهند و ۲۳،۱ درصد معتقد بودند محصولات مشابه خارجی به این محصولات ارجحیت دارد. همچنین ۹،۵ درصد اعلام کردند که این محصولات با محصولات مشابه خارجی تفاوتی ندارد.

در هجدهمین نمایشگاه بین المللی مبلمان منزل و اداری با هدف ارزیابی عملکرد کمیسیون صادرات در برپایی سالن صادراتی و ارزیابی وضعیت صادراتی محصولات، طرح سنجش رضایت از بازدیدکنندگان این سالن صورت گرفت که بخش هایی از این نظرسنجی را در ادامه می خوانید.

انگیزه بازدید از سالن صادرات اولین سوالی بود که از بازدیدکنندگان در نظر سنجی سالن پرسیده شد که ۱۸،۱ درصد برای مشاهده توان صادراتی صنعت مبلمان، ۱۵،۱ درصد فعالیت بازرگانی، ۸ درصد کنجکاو و ۱۸،۵ درصد به عنوان مدعو غرفه داران سالن صادراتی در این سالن حضور پیدا کردند.

بیش از ۶۴ درصد از بازدیدکنندگان غرفه سازی سالن صادرات را خوب ارزیابی کردند و ۲۳،۹



تحصیلات بازدیدکنندگان



سبب بازدیدکنندگان

هدف از اجرای طرح ویزیتور پروفایل در سالن صادراتی هجدهمین نمایشگاه بین المللی مبلمان منزل و اداری، دریافت اطلاعات از بازدیدکنندگان این سالن در سه بخش توصیفی، ارتباطی و تعاملی است. کمیسیون صادرات با توجه به اطلاعات جمع آوری شده توسط این طرح ارتباط خود را با بازدیدکنندگان ادامه می دهد و همچنین شناخت بیشتری نسبت به آنها برای برنامه ریزی های آینده خود به دست می آورد. داده های توصیفی برای توصیف و پایش جامعه آماری بازدیدکنندگان سالن صادراتی مانند شهر، کشور، تحصیلات و حوزه فعالیت جمع آوری شده است. داده های ارتباطی شامل داده های ارتباطی مانند شماره تماس و پست الکترونیکی است و داده های تعاملی مربوط به نوع تعامل و ارتباطی است که بازدیدکنندگان از اتحادیه درخواست کرده اند.

اجرای طرح ویزیتور پروفایل در سالن صادرات





فرم انتخاب صادرکننده نمونه واحدهای تولیدی میلمان



ردیف	معیار ارزیابی	شاخص ارزیابی	امتیاز تولیدی	ملاحظات، اسنادات و مدارک مثبته
۱	درآمد ارزی حاصل از صادرات	الف- ارزش صادرات در سال ۸۶	۲۵۰	ارائه فهرست قطعات نامنه های صادراتی سالهای ۸۶ تا ۸۹ که به تأیید گمرک و با سازمان بازرگانی استان رسیده باشند همچنین ارائه پرینت عملکرد صادرات از گمرک ایران
		ب- سهم تولید	۴۰	ارائه پروانه بهره برداری
		ج- روند رشد معنی دار ارزش صادرات طی سه سال اخیر ویا توجه به سابقه فعالیت؛ میانگین رشد مثبت طی سه سال اخیر	۶۰	مبنای ارزش صادرات، قیمت پایه صادراتی یا در نظر گرفتن آخرین اصلاح قیمت و همچنین مبنای تاریخ تحقق امر صادرات تاریخ مهر خروج اولین محموله صادراتی هر قطعه نامنه می باشد
		مجموع امتیاز	۳۵۰	
۲	حفظ و توسعه بازارهای هدف	الف- گستره بازارهای هدف طی سال ۸۶ و ۸۷	۵۰	فهرست بازار های هدف طی سال ۸۶ و ۸۷ و به ازای هر کشور ۱۰ امتیاز حداکثر ۵ کشور
		ب- حفظ بازار طی دوره سه ساله در گروه کالایی مربوطه	۵۰	ارائه یک قطعه نامنه به ازای هر سال - هر بازار ۱۰ امتیاز
		ج- نفوذ به بازارهای جدید	۴۰	ارائه برنامه ریزی
		د- صادرات به بازارهای خاص و صعب نفوذ و دارای سطح رقابت بالاتر	۳۰	معرفی بازار های خاص و صعب نفوذ بعد از کمیسیون صادرات اتحادیه صادرکنندگان میلمان منزل و اداری - وزارت صنایع و پالیزره بازار های سازمان توسعه تجارت ایران می باشد.
مجموع امتیاز	۱۷۰			
۳	سابقه فعالیت صادراتی	به ازاء هر یک سال فعالیت در امتیاز (۱۰ ساله)	۵۰	مشروط بر اینکه قطعه نامنه به نام صادر کننده باشد. به ازاء هر سال ارائه یک قطعه قطعه نامنه صادراتی است.
		مجموع امتیاز	۵۰	
۴	مهارت فنی و تخصصی شرکت در امر صادرات	الف- درصد تحقق صادرات به روش LC	۳۰	فهرست عملیات بانکی مربوط به سال ۸۷ که به تأیید بانک عامل رسیده باشد
		ب- نسبت تعداد پرسنل بازاریابی مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر به کل پرسنل	۳۰	فهرست بینه نامه کارکنان یا حداقل ۶ ماه سابقه (با توجه به اینکه اعضای هیات مدیره در لیست بینه قرار نمی گیرند این تعداد به جمع فهرست کارکنان بینه اضافه خواهند شد)
		ج- آموزش کاربردی کارکنان بر اساس سرفه آموزشی در ۵ سال گذشته	۳۰	ارائه تألیفیه مدارک دوره های آموزشی مرتبط با تجارت خارجی اخذ شده توسط کارکنان شرکت طی سال ۸۲ تا ۸۷ و ۸۸ تا ۸۹ شامل آموزشهای اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ، سازمان توسعه تجارت ایران ، سازمانهای بازرگانی استانبول ، اتاق تعاون و سایر وزارتخانه ها
		د- بهره گیری از نشان واحد در ارائه محصول صادراتی	۲۰	ارائه روزنامه رسمی
		ه- دارا بودن واحد R&D فعال در خدمت صادرات	۲۰	ارائه گواهینامه مربوطه
		و- بهره گیری از پرورشهای صندوق ضمانت صادرات و یا شرکت های بینه صادراتی طی سالهای ۸۶ و ۸۷	۶۰	مبنای تعداد قراردادهای می باشد.
مجموع امتیاز	۱۴۰			
۵	فعالیتها بازاریابی و انجام تبلیغات موثر	الف- حضور فعال در نمایشگاههای بین المللی بعنوان غرفه دار	۲۰	مشروط بر ارائه مستندات لازم شامل قراردادهای مربوطه ، تکلیف نمایشگاه و هیات اعزامی ، بلیط رفت و برگشت و ... و تألیفیه سازمان توسعه تجارت ایران
		ب- حضور در هیاتهای بازرگانی و بازار بازرگانی به اعزامی به خارج از کشور	۲۰	گروه اعزامی در صورتی بعنوان هیات بازار بازرگانی یا بازرگانی شناخته خواهد شد که مجری آن یکی از مراجع شامل سازمانهای بازرگانی استانبول ، اتاقهای بازرگانی ، سازمان توسعه تجارت ایران ، اتاق تعاون ، اتاقها و شوراهای مشترک بازرگانی ایران و یکی از کشورهای و همچنین یکی از تشکلهای تخصصی صادراتی در سطح کشور باشد.
		ج- تبلیغات در رسانه های خارجی (روزنامه ، مجله و سایتها اینترنتی)	۴۰	امتیاز دهنی بصورت تقسیم به نسبت بین مقاطعین خواهد بود.
		د- داشتن نمایندگی های فعال یا شعبه در بازارهای هدف صادراتی	۳۰	با ارائه مستندات لازم و تألیفیه از سفارت ج ۱۱ در هر بازار (در صورت معرفی ۳ نمایندگی یا شعبه در ۳ کشور حداکثر امتیاز تخصیص خواهد یافت)
		ه- صادرات نقد و بابت فعال مشمول ۲۰ امتیاز منفی خواهد شد	۲۰	
مشارکت در سنن ویژه صادرات	۶۰			
مجموع امتیاز	۱۲۰			
۶	دارا بودن گواهینامه معتبر بین المللی	الف- دارا بودن گواهینامه استاندارد بین المللی	۲۰	ارائه مدارک و مستندات مربوطه و مشروط بر اخذ گواهینامه و اعتبار آن
		ب- دارا بودن گواهینامه استاندارد ملی	۲۰	
		ج- دارا بودن گواهینامه تقصین کیفیت سری ایرو	۲۰	
مجموع امتیاز	۷۰			
۷	عضویت در تشکل صادرات	الف- عضویت در اتحادیه صادرکنندگان میلمان منزل و اداری	۳۰	ارائه کارت عضویت
		ب- عضویت در تشکلهای صادراتی سراسری- استانی	۲۰	
		ج- عضویت در تشکل تولیدی	۶۰	
		مجموع امتیاز	۶۰	
۸	بسته بندی صادراتی	ارائه محصول در بسته بندی صادراتی	۴۰	مجموع امتیاز
		مجموع امتیاز	۴۰	
		مجموع کل امتیاز	۱۰۰۰	

انتخاب صادرکننده نمونه سالن ویژه صادرات

کمیسیون صادرات با همکاری دفتر توسعه صادرات کالا سازمان توسعه تجارت، فرایندی را برای انتخاب صادرکننده برتر سالن صادرات مشخص کرد و پس از بررسی مشارکت کنندگان این سالن اقدام به معرفی صادرکننده نمونه سالن ویژه صادرات نمایشگاه هوفکس کرد که در مراسم اختتامیه نمایشگاه مورد تقدیر قرار گرفتند. درآمد ارزی حاصل از صادرات، حفظ و توسعه بازارهای هدف، سابقه فعالیت صادراتی، مهارت فنی و تخصص شرکت در امر صادرات، فعالیت های بازاریابی و انجام تبلیغات موثر، دارا بودن گواهینامه معتبر بین المللی، عضویت در تشکل صادرات و بسته بندی صادراتی، ۸ معیار اصلی فرایند انتخاب صادرکننده برتر بودند که به شاخص های مختلفی را در خود داشتند.

نیلپر به مدیریت رضا جوشقانی و سپهر چرم خاورمیانه به مدیریت علیرضا ملک پور دو شرکتی بودند که در این سالن به عنوان صادرکننده نمونه انتخاب شدند.



برگزاری همایش های تخصصی در سالن صادرات

در سالن صادرات هجدهمین نمایشگاه بین‌المللی مبلمان منزل و اداری، همایش‌های متفاوتی با نگاه تخصصی و سخنرانان برجسته برگزار شد. بررسی بازار افغانستان، معرفی کنفدراسیون صادرات ایران و نقش آن در توسعه صادرات، توانمندی‌های فارغ التحصیلان مهندسی صنایع چوب و کاغذ- ضرورت‌ها و توقعات، معرفی بانک توسعه صادرات و چگونگی اعطای تسهیلات به صادرکنندگان، پنل تخصصی بررسی سازمان‌های مرتبط صادراتی و تاثیر عملکردشان بر توسعه صادرات غیر نفتی کشور، معرفی شرکت شهرک‌های صنعتی و عامل توسعه خوشه صنعتی (CDA) و آشنایی با آزمون‌های ارزیابی مقاومت مکانیکی مبلمان چوبی عناوین همایش‌های برگزار شده در سالن صادرات بود.



گزارش تصویری



بازدید و ایستگاه اقتصادی و سازمان توسعه تجارت در سالن صادرات



بازدید و ایستگاه اقتصادی و سازمان توسعه تجارت در سالن صادرات

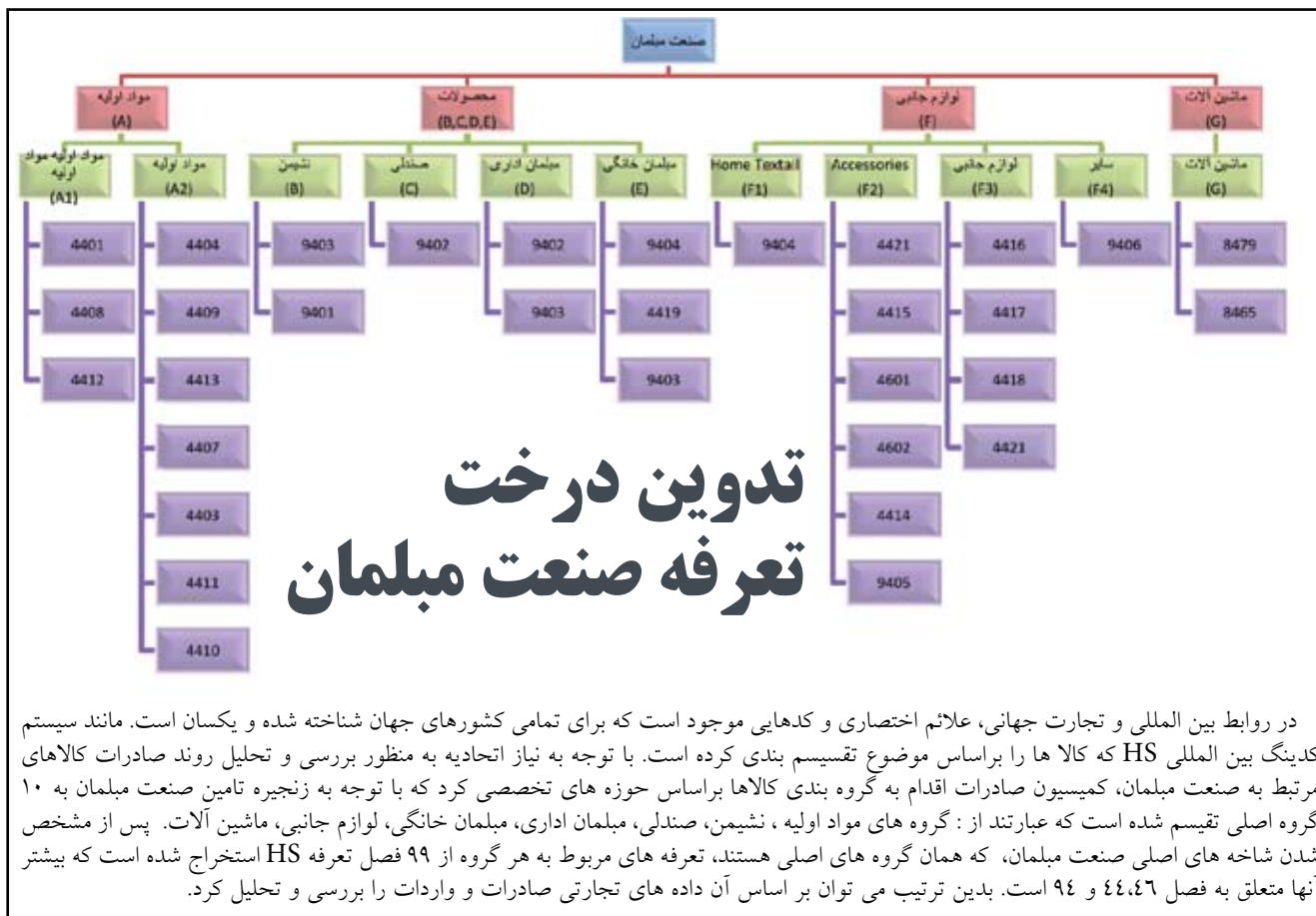


بازدید و ایستگاه سازمان تجارت کوبا از سالن صادرات



بازدید صاحبان صنایع مبلمان سوریه و عضو اتاق ایران و سوریه





- ۱- خلاصه اجرایی: این بخش شامل مأموریت، اهداف و موفقیت های کلیدی شرکت فیپکو است.
- ۲- تشریح شرکت: این بخش شامل تعریف شخصیت حقوقی شرکت، طرح ریزی اولیه، توانمندیها و داراییهای شرکت فیپکو است.
- ۳- محصول یا خدمات و فعالیت: این بخش شامل تشریح محصول یا خدمات، مزیت های رقابتی، تکنولوژی ساخت، منابع، محصول یا خدمات آینده است (۱- پایانه صادراتی، ۲- برنند سازی، ۳- بررسی کارخانجات تولید مواد اولیه)
- ۴- تجزیه و تحلیل بازار: این بخش شامل تشریح محیطی است که فیپکو در آن به فعالیت می پردازد و در این تشریح باید مشتری، نیازها، محل و راههای رسیدن به مشتری به درستی تعریف شود.
- ۵- استراتژی و جزئیات اجرایی آن: در این بخش به تشریح موارد زیر پرداخته می شود:

تاسیس شرکت مدیریت صادرات آماده سازی طرح تجاری فیپکو



Persia Furniture Industry Pioneers Company

شرکت پیشگامان صنعت مبلمان پرشیا (فیپکو) مدتی است که به میان صنعت مبلمان آمده است و اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری به وعده خود برای تاسیس این شرکت عمل کرد.

فیپکو در آینده به عنوان نماینده برند ایرانی در عرصه بین الملل فعال خواهد شد و این برند قرار است از این پس، تبدیل به برند کل صنعت مبلمان کشور می شود و در دنیا برجسته تر خواهد شد شرایطی که برای فیپکو ایجاد شده است را دیگر شرکت ها نمی توانند داشته باشند و این شرکت از حمایت معنوی اتحادیه برخوردار است و علاوه بر آن نظر مثبت معاون فرهنگی سازمان توسعه تجارت و رییس اتاق بازرگانی نسبت به این شرکت، نشان از این می دهد که فیپکو مورد حمایت وسیعی در داخل و خارج از کشور قرار گیرد. اتحادیه سهام این شرکت را به اعضای متقاضی اتحادیه واگذار کرده است و حداقل سهام قابل خرید ۵۰۰ سهم و حداکثر ۲۰۰۰ سهم هر یک به ارزش ۱۰۰,۰۰۰ ریال است و سهام اتحادیه نیز در شرکت فیپکو ۲۵ درصد کل سهام شرکت است.

از طرف دیگر با توجه به شرایط فروش سهام و نظر متقاضیان خرید سهام و چشم انداز حرکتی فیپکو و نیز جلسات مشورتی که برگزار گردید، هیات مدیره موقت فیپکو به این نتیجه رسید که قبل از فروش سهام می بایست یک طرح تجاری برای آن تهیه و تدوین کند و بر اساس آن نسبت به فروش سهام اقدام کند.

به همین دلیل پروژه ای با موضوع طرح تجاری (Business Plan) برای شرکت فیپکو تصویب شد تا برنامه ریزی برای کلیه فعالیت های فیپکو بر اساس اصول علمی و مدیریتی روز دنیا و متناسب با شرایط روز باشد. شرح کامل خدمات این پروژه طبق قراردادی که با شرکت مجری تدوین شده است، به این شرح است:

۲ عنوان برتر برای اتحادیه

شده است: بی شک کوشش بایسته و تلاش پیوسته شما زمینه نفوذ بیش از پیش کالاها و خدمات صادراتی کشور در بازارهای هدف را فراهم آورده است. اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری به همراه تعداد بسیاری تشکل دیگر، زیر نظر اتاق بازرگانی صنایع و معادن ایران فعالیت می کنند. در همین راستا اتاق بازرگانی ایران با بررسی عملکرد این تشکل ها در سال ۸۷، اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری را به عنوان تشکل برتر زیر مجموعه اتاق معرفی کرد.

در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار شد، اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری به عنوان یکی از تشکل های صادراتی برتر کشور موفق به دریافت لوح تقدیر شد. دکتر سید مسعود میر کاظمی، وزیر بازرگانی در متن لوح تقدیر از صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری تاکید کرده است: حافظه تاریخی اقتصاد ایران اسلامی نام آن اتحادیه را به عنوان تشکل صادراتی شایسته تقدیر در سال ۱۳۸۷ گرامی خواهد داشت. وزیر بازرگانی با آرزوی توفیق برای صادرکنندگان این اتحادیه متذکر

مراسم تقدیر از صادرکنندگان برتر رتبه دوم با حضور وزیر بازرگانی، مسئولانی از وزارت صنایع، وزارت جهادکشاورزی و بانک توسعه صادرات و جمعی از صادرکنندگان نمونه برگزار شد و اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری لوح صادرکننده برتر (رتبه دوم) کشور را در سال ۱۳۸۷ کسب کرد. در مراسمی که به مناسبت تقدیر از صادرکنندگان برتر (رتبه دوم) کشور با حضور وزیر بازرگانی و رییس کل سازمان توسعه تجارت ایران هم زمان با جشن های سی امین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی

تحقیق بازار کمیسیون صادرات

کمیسیون صادرات در اقدامی جدید تصمیم به تحقیق بازار از کشورهای هدف کرده است که طبق تقویمی که آماده کرده است، تحقیقات از دو کشور ارمنستان و الجزایر به پایان رسیده است. کمیسیون مصمم است تحقیق در بازار کشورهای خارجی را با برنامه ریزی صورت گرفته انجام دهد و اطلاعات به دست آمده را در اختیار اعضای اتحادیه قرار دهد. در ادامه خلاصه ای از گزارش تحقیق بازار از دو کشور ارمنستان و الجزایر آمده است که نسخه کامل آن در دفتر اتحادیه موجود است.

الجزایر

با توجه به دو بازدید که در سال های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ از کشور الجزایر صورت گرفته است، توسعه مصرف در بازار این کشور مشهود بوده و حرکت به سمت تولید آغاز شده است. سطح تکنولوژی تولید در الجزایر پایین است و در حال حاضر به عنوان یک مزیت، کالاهایی با تکنولوژی تولید بالا نظیر، صندلی و پارتیشن باقیمت رقابتی امکان حضور در بازار دارد. بازار الجزایر می تواند به عنوان سکوی پرتاب صدور کالاها و خدمات ایرانی به بازارهای مجاور آفریقایی و اروپایی محسوب شود و تولید مشترک در این کشور مناسب است. در کشور الجزایر محدودیتی در اعلام نام کشور سازنده به مشتری ندارند و فقط می گویند کالای خارجی است، که حتی ممکن است به واسطه کیفیت بالای یک کالای مالزی تحت عنوان ایتالیایی به فروش برسد. اجاره یک مغازه حدود ۱۵۰ متر در جای خوب این کشور ماهیانه ۳۰۰۰ یورو و در جای متوسط ۱۰۰۰ یورو و پائین تر از آن است و حداقل دستمزد ماهانه یک گارگر ساده ۱۲۰ یورو، کارمند دفتری ۲۰۰ یورو و کارمند متخصص ۳۰۰ یورو به بالاست.

ارمنستان

همچنین پس از جمع بندی اعضای کمیسیون صادرات، بازار ارمنستان برای حضور مبلمان ایرانی با توجه به نیاز روز افزون و تنوع محصول موجود در آن، مناسب ارزیابی شد. این کشور خلاء موجود در بازار مبلمان خود را از دو کشور ترکیه و امارات (کالای چین و مالزی) پر می کند که با توجه به این امر که ایران در بعد فاصله و هزینه حمل بر هر دو کشور مزیت دارد، بازار مناسبی برای ایران به حساب می آید. وجود اختلاف بین ترکیه و ارمنستان بسته بودن مرزهای بین دو کشور در حال حاضر فرصت مناسبی جهت حضور و تثبیت در بازار ارمنستان است. کمیسیون توصیه می کند از فعالان صنعت مبلمان این کشور برای بازدید و شناسایی توانمندی های صنعت مبلمان ایران دعوت به عمل آید.

تقویم تحقیقات بازار کمیسیون صادرات

ردیف	تاریخ	نمایشگاه همزمان	کشور	شهر
۱	۹ تا ۱۴ خرداد ۱۳۸۸	safex	الجزایر	الجزیره
۲	۱۳ تا ۱۵ شهریور ۱۳۸۸	Armenia Expo	ارمنستان	ایروان
۳	۵ تا ۷ آبان ۱۳۸۸	Tajik Build	تاجیکستان	دوشنبه
۴	۱۲ تا ۱۵ آبان ۱۳۸۸	Homex	سوریه	دمشق
۵	۲۵ تا ۲۸ آبان ۱۳۸۸	Projct و Arbil International Fair	عراق	اربیل
۶	۲۷ تا ۲۹ آبان ۱۳۸۸	مبلمان و ساختمان	ازبکستان	تاشکند
۷	۱۱ تا ۱۴ آذر ۱۳۸۸	Expo georgia	گرجستان	تفلیس
۸	۲۷ تا ۲۹ دی ۱۳۸۸	نمایشگاه بین المللی بازرگانی	امارات	دبی
۹	۲۸ دی تا ۱ بهمن ۱۳۸۸	Consum Expo	روسیه	مسکو
۱۰	۱۱ تا ۱۴ خرداد ۱۳۸۹	KazBuil/Interior Kazakhstan	قزاقستان	آلماتی



تشکیل کمیته عارضه یابی صنعت و صادرات مبلمان با عامل توسعه خوشه (CDA)

صنعتی ملل متحد یا یونیدو (UNIDO) اعلام کرد و تصریح کرد: در این مدل عامل توسعه خوشه (CDA) به عنوان یک تسهیل کننده، می تواند در افزایش ارتباطات و گفتگو بین اجزاء عمل کند. همچنین به عنوان عامل واسطه در کنار بازیگران اصلی (بنگاههای تولید، عرضه و....) قرار گرفته و در جهت افزایش سرمایه اجتماعی، ایجاد شبکه ها و نهادهای پشتیبانی مناسب در فرآیندهایی چون بازاریابی، مهندسی، خدمات پشتیبانی تأمین، فروش و خدمات پس از فروش اقدام کند.

او یکی از اهداف اصلی در توسعه خوشه های صنعتی، افزایش سرمایه اجتماعی دانست و تصریح کرد: این امر باعث گسترش همکاری ها در رون خوشه و ایجاد شبکه های تخصصی در جهت رونق بخشیدن به فضای کسب و کار می شود. در خصوص نقطه مشترک بین ما و کمیسیون صادرات باید گفت کشف بازارهای صادراتی از اهمیت زیادی برخوردار است، امروزه باید بینیم این بازار چه ویژگی دارد و بحث مطالعاتی و بتوانیم واحدهای مطالعاتی در خوشه ها شکل بگیرد. و هدف ما نیز تشکیل شبکه های صادراتی است که تشکیل شده است و در حال حاضر می توانیم بر روی دیدگاه های مشترک بحث کنیم و با هم حرکت کنیم.

از قابلیت های اتحادیه و صنعت مبلمان برای تبدیل شدن به یک خوشه صنعتی گفت و ادامه داد: خوشه های صنعتی در حقیقت مجموعه ای از واحدهای تولیدی هستند که محصول مشخص تولید می کنند و در یک منطقه جغرافیایی مشخص فعالیت می کنند. به عنوان مثال در یک خوشه صنعتی مبلمان منزل و اداری اگر بازار این محصول رونق پیدا کند در شرایطی که قدرت اقتصادی مردم بالا رود و میل به مصرف بیشتر شود، همه عناصر صنعت اعم از تولیدکننده، فروشنده پارچه، مواد اولیه و توزیع کننده همه سود می برند.

او افزود: برعکس آن هم هست یعنی اگر رکود ایجاد شود همه مشکل پیدا می کنند، مثلاً ممکن است در ابتدای هر سال فروش پایین بیاید یا در پایان سال که نزدیک به ایام عید است یا روزهای خاصی که مراسم ازدواج بیشتر است فروش هم بالاتر رود. اگر بخواهیم تصویری از این واحدهای صنعتی بدهیم باید گفت در یک خوشه کلیه کسانی که در این صنعت فعال هستند نفع می برند و ذینفع هستند این گونه نیست که کسی که حق عضویت پرداخت کرده سود ببرد بلکه هرکس در این صنعت است و فعالیت می کند در این میان نفع خواهد برد.

ریاحی الگویی که در ایران برای توسعه خوشه های صنعتی استفاده می شود را برگرفته از این تجربه جهانی و منطبق با رویکرد سازمان توسعه

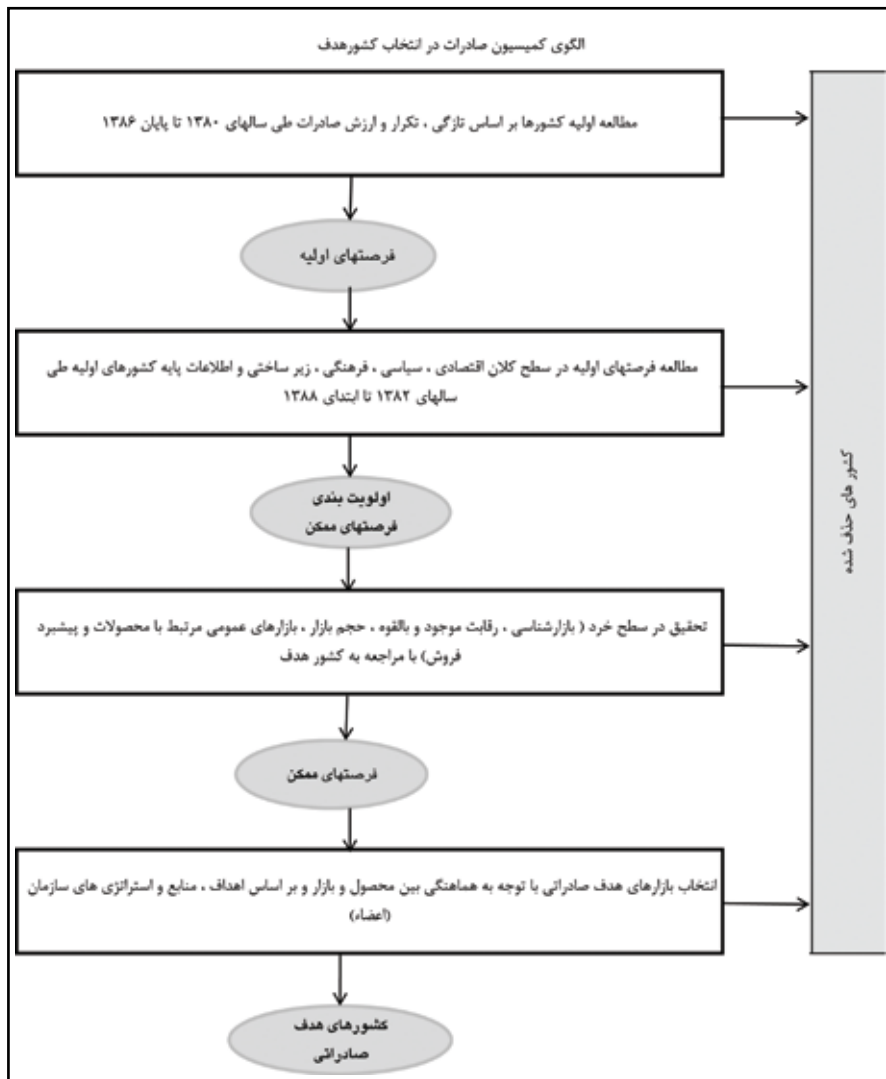
در جلسه مشترک کمیسیون صادرات و ابوالفضل ریاحی پس از ارائه توضیحاتی در مورد خوشه ها و نحوه شکل گیری آن اعضای این کمیسیون به عارضه یابی صنعت و به خصوص صادرات و همچنین شناسایی و رفع مشکلات هر شاخه از خوشه پرداختند. در این جلسه رضا جوشقانی رئیس کمیسیون صادرات خواستار نحوه عملکرد مشترک و همکاری دوجانبه با عامل توسعه خوشه های صنعتی استان تهران شد. جوشقانی پیشنهاد کرد دلایل کاهش صادرات و از دست دادن بازار جهانی مورد بررسی قرار گیرد. همچنین در این جلسه جهانگیر نیا رئیس کمیته کاهش تعرفه مواد اولیه صنعت مبلمان نیز مشکلات تأمین مواد اولیه با کیفیت و تعرفه بالای آن را برای صنعت مبلمان خاطر نشان کرد.

ابوالفضل ریاحی عامل توسعه خوشه های صنعتی استان تهران اعتقاد دارد، صنعت مبلمان دارای این قابلیت است که تبدیل به یکی از خوشه های صنعتی کشور شود. تبدیل شدن صنعت مبلمان کشور به عنوان صنعت مبلمان برتر در ۵ منطقه خاورمیانه و یکی از بزرگترین عرضه کنندگان مبلمان این حوزه چشم اندازی است که برای خوشه صنعتی مبلمان دیده می شود. ریاحی در مصاحبه با بولتن خبری اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری



الگوی کمیسیون صادرات در انتخاب کشور هدف

کمیسیون صادرات اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری پیرو پروژه بررسی کشورهای هدف صنعت مبلمان، پس از بهینه‌کاوی در نمونه‌های مشابه سازمان‌های پژوهشی و مطالعاتی و همچنین بومی سازی متناسب با زمینه فعالیت اعضای اتحادیه با استفاده از نظرات خبرگان، ساختار و الگوی انتخاب کشورهای هدف را طراحی کرد. ضعف‌های موجود در الگو در پروسه اجرا بازننگری مجدد شده و اصلاح خواهد شد.



برنامه های آموزشی اتحادیه برای اعضا

شرکت در کنفرانس‌ها و سمینارهای آموزشی
 ■ مشارکت ۴۶ نفر از اعضای اتحادیه در اولین کنفرانس بین المللی بازاریابی صادراتی
 ■ مشارکت ۱۲۴ نفر از اعضای اتحادیه در دوره‌های سازمان توسعه تجارت
 ■ مشارکت در کنفرانس ورود به بازارهای صادراتی و تحقیق برای صادرات
 ■ برنامه ریزی مشارکت اعضای اتحادیه در دومین کنفرانس بین المللی بازاریابی صادراتی

عقد قرارداد با مرکز آموزش بازرگانی در خصوص برگزاری دوره جامع صادرات (سرفصل‌های صنعت - صادرات مبلمان) ویژه اتحادیه
 ■ سازمان در چهارچوب سیستم مبانی بازرگانی خارجی
 ■ ضمانت نامه‌های ارزی
 ■ مقررات صادرات و واردات
 ■ روش‌های پرداخت بین المللی
 ■ اعتبارات اسنادی

■ بررسی سوئیفت و اعتبار اسنادی
 ■ روش‌های تحویل کالا اینکوترمز ۲۰۰۰
 ■ حمل و نقل بین المللی
 ■ بازرسی کالا
 ■ بیمه باربری کالا
 ■ قرار داد فروش کالا
 ■ اسناد بازرگانی خارجی
 ■ گردش کار و مراحل صادرات کالا
 ■ گمرک و مراحل ترخیص کالا

بولتن اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری

(ویژه نامه عملکرد و برنامه کمیسیون صادرات)

صاحب امتیاز: اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری

مدیر مسوول: مهندس رامین سمیع زاده

ناظر: کمیسیون صادرات

مجری: شرکت زروان اندیش

تهیه مطالب: کمیسیون صادرات

صفحه آرا: سعیده گیلانی

عکس: سعید عامری

اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری:

خیابان سیدجمال‌الدین اسدآبادی، خیابان ۳۷، پلاک ۳۶، طبقه ۲، واحد ۴

۸۸۶۱۵۷۹۷

Info@irfurnitureunion.com

شرکت زروان اندیش:

قیطریه، خیابان شهید سلیمانی، نرسیده به چهارراه اسدی، پلاک ۱۳۳، واحد ۱۲

۲۲۶۹۳۱۷۴

Info@zarvanandish.com



اتحادیه صادرکنندگان مبلمان منزل و اداری در مدت زمان فعالیت خود در بسیاری از نمایشگاه‌های خارجی مانند نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی تیرانا- آلبانی، نمایشگاه اختصاصی ج.ا. ایران در کلمبو- سریلاکا، نمایشگاه مبلمان Imob استانبول- ترکیه، نمایشگاه بین‌المللی دمشق-سوریه، نمایشگاه هاوانا- کوبا و نمایشگاه بین‌المللی الجزیره- الجزایر برای ارائه توانمندی‌های این صنعت در کشور و آشنایی با دستاوردهای دیگر کشورها، مشارکت داشته است. همچنین این اتحادیه برای ارتقای صادرات صنعت مبلمان در نمایشگاه‌های مرتبط داخلی نیز مانند نخستین همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازاری اقتصادی افغانستان نیز حضور پیدا کرده است.

مشارکت اتحادیه در چهل و دومین نمایشگاه بین‌المللی الجزیره- الجزایر



مشارکت اتحادیه در نخستین همایش و نمایشگاه بین‌المللی بازاری اقتصادی افغانستان



مشارکت در پنجاه و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی دمشق-سوریه

