

آشنایی با

مفاهیم و رویکردهای کنسرسیوم صادراتی آبزیان



تهیه شده توسط دبیرخانه اتحادیه تولید و تجارت آبزیان ایران
تحت نظر آقای دکتر حسن افتخاریان

موضوع فعالیت کنسرسیوم صادراتی آبزیان

□ **کنسرسیوم صادراتی آبزیان ایران** یک شرکتی سهامی خاص متشکل از صادرکنندگان آبزیان و محصولات شیلاتی است.

□ این کنسرسیوم از نوع **کنسرسیوم صادراتی کیفی** است که برنامه‌ریزی و نظارت بر مدیریت عملکرد بنگاه‌های همکار خود در تمامی فرآیندهای زنجیره ارزش منتهی به صادرات را عهده‌دار می‌باشد.

□ موضوع فعالیت این شرکت ، تجاری سازی و صادرات آبزیان و فرآورده های شیلاتی و غذاهای دریایی و متمرکز نمودن فعالیت های صادراتی آبزیان در بازارها/ مشتریان منتخب و انجام مطالعات بازار است.

رئوس مهم ترین فعالیت های کنسرسیوم صادراتی آبریان

۱- انجام تحقیقات بازاریابی و **مطالعات بازارهای هدف**، شرایط و مقررات بازارها/ مشتریان و ارائه پیشنهاد به منظور توسعه این بازارها

۲- اقدام به هر گونه امور بازرگانی از جمله **برگزاری نمایشگاه های تخصصی، بازاریابی برای تمامی آبریان محصولات شیلاتی** ادوات و تجهیزات مرتبط و خدمات فنی و مهندسی در زنجیره شیلات و آبریان در داخل و خارج از کشور و هدایت بنگاه های همکار

۳- **خرید یا اجاره دفاتر فروش، ثبت شرکت واحد فرآوری و سردخانه** برای صادرات متمرکز آبریان و محصولات شیلاتی و همچنین خدمات بازرگانی و فنی مرتبط **در خارج از**

کشور

رئوس مهم ترین فعالیت های کنسرسیوم صادراتی آبریان

- ۴- ارائه آموزشهای تخصصی و ترویجی علوم و صنایع مختلف شیلاتی از منابع داخلی و خارجی
- ۵- ارائه‌ی اطلاعات بازارهای مطالعه شده جهت افزایش آگاهی بنگاه‌های همکار نسبت به نیازهای و خواسته‌های بازار / مشتریان
- ۶- اولویت دادن در بازاریابی انجام شده برای فروش محصولات و تولیدات اعضا
- ۷- حمایت و تسهیل در امور مربوط به تهاتر و یا واردات ماشین‌آلات، ادوات، ملزومات و مواد اولیه‌ای که منجر به افزایش کمیت و کیفیت تولیدات صادرات محور آبریان خواهند شد.
- ۸- نظارت و هدایت کلیه فعالیت‌های مربوط به تولید و فراوری آبریان و محصولات شیلاتی منطبق با تعریف کنسرسیوم صادراتی کیفی.

رئوس مهم ترین فعالیت های کنسرسیوم صادراتی آبریان

۹- ایجاد ساختار و منابع سازمانی لازم برای ارزیابی، نظارت و ممیزی فعالیت های بنگاه ها در زنجیره تأمین، تدارک، تولید، فرآوری و حمل و نقل در جهت ردیابی، کنترل و تضمین کیفیت محصولات.

۱۰- مدیریت محتوی تبلیغات وبسایت ها و نشریات اطلاع رسانی.

۱۱- ایجاد شبکه ی توزیع مشترک فیزیکی و پلتفرمی.

۱۲- تضمین اخلاق حرفه ای بنگاه های همکار به استناد قوانین تجارت بین الملل

۱۳- برندسازی توزیعی مشترک (فعالیت بنگاه های همکار کنسرسیوم با برند تولیدی متعلق به خود و انعقاد قرارداد به صورت سه جانبه ما بین کنسرسیوم، بنگاه های همکار و مشتریان)

نکاتی در باب شرایط صادرات بهینه و اولویت های کار کنسرسیوم

- ❑ **اولین** شرط صادرات موفق ، تسلط بر مهارت های برقراری ارتباط با افراد و گروه های خارجی خریدار آفرینان است.
- ❑ **دومین** شرط ، **کار کردن** است- کار به مفهوم جهانی یعنی **هدف گرا**.
- ❑ **سومین** شرط صادرات، **پیکار** در میدان رقابت است.
- ❑ **چهارمین** شرط ، **پشتکار** در امر صادرات است.

اصول بازاریابی جهانی

اصول بازاریابی در تمام دنیا یکی است ولی شرایط محیطی و فرهنگی فرق دارد. بنابراین در بازاریابی جهانی برای آبیان نکات زیر را باید مورد توجه قرار داد:

- ❑ تلاش برای متمایز ساختن محصول و شرکت
- ❑ تولیدات انعطاف‌پذیر به جای تولیدات انبوه
- ❑ سرعت و نوآوری در ارائه خدمات بهتر و بیشتر
- ❑ بازارگرایی و توجه به نیازها و خواسته‌های روز بازار
- ❑ تلاش برای ایجاد ارزش افزوده بیشتر نسبت به محصولات سایر رقبا
- ❑ توجه به تشکل‌گرایی و همگرایی در بازار
- ❑ ارتباط نزدیک و دایمی با توزیع‌کنندگان و مشتریان

اصول بازاریابی جهانی

- ❑ توجه به تحقیق و بررسی در بازار به شکل‌های مختلف
- ❑ حضور هدفمند در نمایشگاه‌ها و انجام تبلیغات هدفمند
- ❑ توجه به خدمات فراگیر (خدمات پیش از فروش، در جریان فروش و پس از فروش)
- ❑ مطالعه جدی در مورد بهره‌وری، مدیریت کیفیت و استانداردهای بین‌المللی
- ❑ آشنایی و استفاده از تکنیک‌های مدرن فروش از جمله E-Commerce
- ❑ استفاده از قدرت روابط عمومی برای ایجاد ارتباط با مقامات، تصمیم‌گیرندگان و هسته‌های قدرت
- ❑ حساس شدن به عوامل محیطی و برون سازمانی
- ❑ مدیریت و واکنش سریع در مقابل عملکرد رقبا

به طور کلی می‌توان گفت: صادرات یک سیستم با اجزای مختلف است و همه اجزا بایستی با هم فعالیت کنند تا سیستم بخوبی کار کند.

شرایط اولیه موفقیت در امر صادرات برای SMEها

- ✓ بهره مندی از تأسیسات و ماشین آلات برای امکان تولید محصولات کامل صادراتی
- ✓ ظرفیت تولید و سرمایه کار برای برآورده ساختن حجم مورد تقاضای خریدار خارجی
- ✓ تکنولوژی برای برآورده ساختن مشخصه‌های کیفی بازارهای صادراتی
- ✓ رعایت استانداردهای محیطی و فنی، و قوانین بازارهای صادراتی
- ✓ فراهم سازی زیرساخت‌های صادرات
- ✓ جهت گیری به سمت بازارهای صادراتی و اجرای تحقیقات بازار
- ✓ استفاده از تکنیک‌های مؤثر بازاریابی و ایجاد وجهه برای محصولات صادراتی
- ✓ مهارت‌های برقراری ارتباط و توان چانه زنی
- ✓ ظرفیت و تسهیلات مناسب اداری و اجرایی

نقاط ضعف SME ها در صادرات

حضور موفق در یک بازار خارجی، به طور قابل توجهی متفاوت و مشکل تر از بازارهای داخلی است. تا حدی که مهارت ها و توانایی های رویارویی با چالش های بازارهای صادراتی اغلب خارج از توان کسب و کارهای کوچک و متوسط به تنهایی است. برخی از این مشکلات عبارتند از:

۱. فقدان منابع مالی و انسانی برای مدیریت صادرات
۲. اولویت دادن سرمایه گذاری بر تامین مواد اولیه و توجه کم به بازاریابی
۳. دانش کم نسبت به بازارها و زبان خارجی
۴. مشکل در شناخت شرکای تجاری و قدرت کم چانه زنی با خریداران عمده
۵. دامنه کم محصولات و بالا بودن هزینه های حمل
۶. دانش کم نسبت به ابزار مالی صادراتی (سیستم های پرداخت بین المللی، بیمه های اعتباری، سیستم های حمایتی عمومی، ...)

مزایای مشارکت استراتژیک

- حفظ برتری رقابتی در بازار
- کاهش فرصت‌ها برای تازه‌واردین
- ورود به برخی بازارها همانند بازار کشوری هم‌چون ژاپن تنها از طریق مشارکت با شرکتهای محلی امکان‌پذیر است.
- نقاط قوت سازمان‌ها در اشتراک استراتژیک به هم‌افزایی خلاق تبدیل می‌شود.

کنرسیوم صادراتی چیست؟

اصولا کنرسیوم صادراتی ترکیبی داوطلبانه از چند شرکت، با هدف توسعه فروش کالاها و خدمات اعضای خود در خارج از مرزهای کشور و تسهیل صادرات این محصولات از طریق یک اقدام مشارکتی است.

اعضای یک کنرسیوم درمی یابند که می بایست جنبه همکاری برتر از جنبه رقابت باشد تا بتوان به بازارهای کلیدی و آخرین تکنولوژی ها دست یافت.

کنرسیوم صادراتی را می توان به عنوان یک همکاری رسمی استراتژیک میان تا بلندمدت میان چند شرکت در نظر گرفت که به عنوان یک متخصص تامین کننده خدمات برای تسهیل در امر دستیابی شرکت ها به بازارهای خارجی عمل می نماید.

حفظ استقلال شرکت‌های عضو

اعضای کنسرسیوم‌های صادراتی، ضمن حفظ استقلال خود در زمینه‌های مالی، ساختار حقوقی و مدیریتی، اقدام به ایجاد یک نهاد قانونی مجزا می‌کنند که باعث از بین رفتن هویت انفرادی هیچ یک از اعضا نمی‌شود و اهداف استراتژیک خود را محقق می‌سازند.

این نکته، تفاوت اصلی کنسرسیوم‌ها را با سایر انواع همکاری‌های استراتژیک تشکیل می‌دهد.

کنرسیوم صادراتی آبریان: یک راهکار ممکن

با همکاری در درون کنرسیوم صادراتی آبریان بسیاری از مشکلات مربوط به SMEها مرتفع خواهد شد. این همکاری مزایای زیر را به دنبال خواهد داشت:

□ کاهش ریسک و هزینه‌های ورود به یک بازار ناشناخته و عدم توفیق در آن.

اصولا کنرسیوم‌های صادراتی از طریق افزایش سطح دسترسی شرکت‌ها به اطلاعات بازارهای خارجی، تنوع در محصولات و خدمات ارائه شده و افزایش تعداد بازارهای هدف، می‌توانند به صورت چشم‌گیری مخاطرات صادرات را کاهش دهند.

□ بهبود بهره‌وری

با صرفه‌جویی‌های حاصل از هم‌افزایی اعضای کنرسیوم بهره‌وری و حاشیه سود به طرق زیر به میزان قابل توجهی افزایش خواهد یافت.

✓ طراحی استراتژی صادراتی

✓ کاهش هزینه‌ها

✓ ایجاد و گسترش بازار

✓ تغییر وضعیت از عرضه‌کننده منفعل به صادرکننده فعال

✓ ایجاد پیوند مستحکم با مشتری

کنسرسیوم صادراتی آبریان: یک راهکار ممکن – ادامه

□ افزایش اثربخشی و کارایی

در این همکاری، **توان** مقابله با چالش‌های پیش رو **توسعه** یافته و با تولید در **مقیاس‌های اقتصادی**، افزایش توان **جذب منابع انسانی متخصص**، و استفاده از **منابع مالی**، و تسهیم اطلاعات و **تجربیات و منابع**، اثربخشی افزایش خواهد یافت.

اعضای کنسرسیوم می‌توانند فعالیت‌های خود را گسترش داده و با فعالیت‌هایی نظیر **مطالعه بازار** و شناسایی **محصولات جدید** امکان تولید طیف متنوعی از محصولات در حجم بالا را فراهم سازند.

□ انباشت دانش

یکی از مهمترین منافع این کنسرسیوم صادراتی، دستیابی به مجموعه‌ای غنی از **تکنولوژی نرم‌افزاری و دانش تولید** است.

اعضا می‌توانند دانش خود را درباره چگونگی **عملکرد در بازارهای خارجی**، توسعه فعالیت‌ها در محدوده‌های غیرمرتبط با صادرات و زمینه‌های متعددی نظیر **چگونگی مذاکره با بانک‌ها** و یا **بکارگیری استانداردهای فنی خاص** را در اختیار سایرین بگذارند.

انواع کنسرسیوم‌های صادراتی بر اساس نوع فعالیت

۱- کنسرسیوم مدیریت ترویج و بازاریابی – Promotional

این کنسرسیوم برای اعضای خود خدمات و فعالیت‌های ترویجی و تبلیغاتی در دو طیف مقدماتی و پیشرفته انجام می‌دهد

۲- کنسرسیوم مدیریت فروش صادراتی – Sales

این کنسرسیوم علاوه بر فعالیت‌های ترویجی، طبق ضوابط و با توافقات تعیین شده، محصولات اعضا را نیز به فروش می‌رساند و می‌تواند معیارهای یکسان‌سازی کیفیت و قیمت، را نیز برعهده بگیرد.

انواع کنرسیوم‌های صادراتی بر اساس نوع فعالیت

۳- کنرسیوم کیفی – Quality Consortia

کنرسیوم‌های کیفی، کنرسیوم‌هایی هستند که برنامه‌ریزی و نظارت بر مدیریت عملکرد بنگاه‌های عضو خود در تمامی فرآیندهای زنجیره ارزش منتهی به صادرات را عهده‌دار خواهند بود.

یکسان بودن نام تجاری، توسعه محصول و فرآیندهای تولید خدمت/ محصول، تحقیق و پژوهش در حوزه‌های فنی و مهندسی یک‌پارچگی فرآیندها و برنامه‌ریزی تعاملی در کنترل شاخص‌های کلیدی از بارزترین ویژگی‌های این نوع از کنرسیوم‌ها می‌باشد. معمولاً کنرسیوم‌های کیفی نقش عمده‌ای در توسعه اقتصاد منطقه‌ای بازی می‌نمایند.

کنسرسیوم صادراتی آبریان ایران کدام نوع از انواع کنسرسیوم هاست؟

کنسرسیوم‌هایی که علاوه بر خدمات و فعالیت‌های ترویجی و تبلیغاتی برای اعضای خود اقدام به یکسان‌سازی کیفیت و قیمت فروش محصول اعضای خود را نیز برعهده می‌گیرد و خدمات برنامه‌ریزی و نظارت بر مدیریت عملکرد تولید محصول بنگاه‌های عضو خود در تمامی فرآیندهای زنجیره ارزش منتهی به صادرات را عهده‌دار خواهند بود، کنسرسیوم کیفی شناخته می‌شوند.

کنسرسیوم صادراتی آبریان ایران بر اساس اساسنامه و اهداف خود یک کنسرسیوم کیفی شناخته می‌شود که کاراترین نوع کنسرسیوم است.

انواع خدمات کنسرسیوم‌های صادراتی

کنسرسیوم‌های صادراتی امکان استفاده از مجموعه‌ای از خدمات خاص را برای اعضای خود فراهم می‌آورند که منجر به کاهش هزینه‌های بالای ورود به بازارهای جدید است. این خدمات عبارتند از:

✓ خدمات پایه مرتبط با ترویج کالا و خدمات اعضای کنسرسیوم

✓ خدمات فراتر از فعالیت‌های ترویجی - خدمات توسعه‌ای

انواع خدمات کنسرسیوم صادراتی آبریان – خدمات پایه

□ خدمات ابتدایی (ترجمه، مشاوره‌های عمومی)

□ ایجاد کاتالوگ و وبسایت‌های چندزبانه

□ یافتن شرکتهای مختلف صادرات و واردات

□ کسب اطلاعات کسب و کار

□ کسب اطلاعاتی در خصوص فرصت‌های کسب و کار و تحقیقات بازار

□ شرکت در نمایشگاه‌ها و سازماندهی ماموریت‌های تجاری

□ تبلیغات

□ مذاکره برای تنظیم قراردادها (بانک‌ها، شرکتهای حمل و نقل، آژانس‌های مسافرتی،...)

□ میزبانی از مشتریان بالقوه

انواع خدمات کنسرسیوم صادراتی آبریان – خدمات پیشرفته

- مدیریت دفاتر خارج از کشور
- آموزش کارکنان شرکتهای عضو
- کمک به کسب گواهی نامه های مربوط به استانداردهای بین المللی
- پروژه های تحقیق و توسعه و شناسایی پیشرفت های فنی و محصولات جدید مرتبط با فعالیت اعضا
- انتخاب تامین کنندگان مواد اولیه، تسهیلات و تجهیزات
- مشارکت در مناقصه های بین المللی
- شناسایی مشتریان و توزیع کنندگان و ایجاد یک شبکه توزیع
- خرید انواع بیمه های مرتبط برای شرکتهای عضو
- تلاش برای رعایت اخلاق حرفه ای شرکتهای عضو

خدمات کنسرسیوم

- ساماندهی نمایشگاه و سفرهای تجاری مشترک خارج از کشور
- show-rooms مشترک خارج از کشور
- دفاع از محصول و مالکیت صنعتی
- مدیریت لوگوی مشترک و ثبت جهانی آن
- خدمات صادرات (موارد قانونی، تحقیق بازار، اسناد حمل و نقل بین المللی ...)
- بانک اطلاعاتی اطلاعات تجاری
- سمینارهای آموزشی
- تحقیق روی رفتار و گرایشات مشتری
- تحقیق در دوره‌های ۶ ماهه روی تغییرات مد و رنگ
- تبلیغات مشترک
- دیپلماسی تجاری (نمایندگان تجاری، رسانه، مؤسسات)
- ترجمه چندزبانه (سایت، مکاتبات، بروشور و کاتالوگ.....)

مراحل‌ی که در تشکیل کنسرسیوم صادراتی آبریان طی شد

۱. طرح مسئله توسط اعضای اتحادیه
۲. برگزاری جلسات آشنایی با مفاهیم کنسرسیوم صادراتی (آقای دکتر افتخاریان)
۳. شناسایی و انتخاب **مروج** (آقای دکتر گلشاهی)
۴. شناسایی **اعضای احتمالی**
۵. انجام **مطالعه** بر روی موضوعات مورد علاقه شرکت‌ها و برقراری **تماس** با شرکت‌های علاقه‌مند
۶. برگزاری **جلسات مقدماتی** بین اعضای بالقوه کنسرسیوم
۷. انجام **امکان‌سنجی** و تدوین پیش‌نویس یک **طرح تجاری** - B.P
۸. تدوین اساسنامه و آیین نامه کیفیت (عضویت)

جنبه های عملی هر کنسرسیوم صادراتی

✓ ساختار سازمانی

✓ شرکتهای عضو

✓ اندازه یک کنسرسیوم

✓ شکل حقوقی یک کنسرسیوم

✓ تامین سرمایه کنسرسیوم

✓ چالشهای پیش روی کنسرسیوم

✓ انحلال یک کنسرسیوم صادراتی

ارزیابی اثرات کنسرسیوم‌های صادراتی

✓ روش‌های ارزیابی

✓ شاخص‌های تعیین موفقیت

✓ عوامل مؤثر بر ارزیابی اثربخشی کنسرسیوم صادراتی

تجارب کنسرسیوم‌ها در سایر کشورها نشان داده که:

- ✓ اعضای کنسرسیوم‌های صادراتی **دو برابر** سایر کسب و کارها **صادرات** داشته‌اند.
- ✓ اعضای کنسرسیوم صادراتی در **تعداد بیشتری** از بازارهای صادراتی حضور یافته‌اند.
- ✓ اعضای کنسرسیوم صادراتی نسبت به سایر کسب و کارهای انفرادی، **رشد بیشتری** داشته‌اند.
- ✓ یکی از برجسته‌ترین مزایای کنسرسیوم‌های صادراتی **تجمعی شدن دانش** در بین اعضا کنسرسیوم بوده است.
- ✓ با مشارکت در کنسرسیوم‌های صادراتی، اعضا توانسته‌اند **دانش خود را در چندین حوزه مختلف بهبود داده و استانداردهای مشخصی را اجرا نمایند.**
- ✓ اعضای کنسرسیوم **تعامل بهتری با سازمان‌های دولتی** پیدا کرده و به منابع مالی با **سهولت بیشتری** دست یافته‌اند.

چالش‌های پیش روی کنسرسیوم

۱. نبود تجربه، بدبینی عمومی و عدم استقبال ذی نفعان صنعت آبزیان
 ۲. احتمال عدم همکاری و حتی مقاومت و کارشکنی شرکت های بزرگ صادراتی
 ۳. عدم پشتیبانی ساختارهای دولتی و حاکمیت
 ۴. تصورات اشتباه در حیطه کاری تشکل ها و اتحادیه ها با وظایف کنسرسیوم
 ۵. سوء رفتار و عملکرد مدیریتی ضعیف ارکان کنسرسیوم صادراتی آبزیان
- پیشگیری از بروز این مشکلات نیاز به **همبستگی قوی بین اعضا و اعتمادسازی** دارد. در عین حال برخورد صحیح با مسایل و مشکلات در زمان طراحی و ایجاد کنسرسیوم و رعایت همه نکات در تاسیس شرکت و انتخاب درست اعضای هیئت مدیره کنسرسیوم می تواند مانع بروز بسیاری از مشکلات شود.