گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۶۵۰۹
پنج شنبه ۲۸ آبان ۱۴۰۵ ۶:۴۰

حمایت توسعه‌گرا از تولیدکنندگان مبتکر با ابتکارهای جدید در بازارهای نوین، زمینه‌ساز رشد اقتصادی

تولیدکنندگان و کارآفرینان برای توسعه فعالیت‌های خود، علاوه بر توان تولید و ارائه محصولات باکیفیت، به دسترسی مناسب به بازار و مشتریان بیشتر نیاز دارند. بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، هوش مصنوعی و ابزارهای دیجیتال می‌تواند مسیر ارتباط میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را کوتاه‌تر کند و فرصت‌های تازه‌ای برای گسترش تجارت و فعالیت‌های اقتصادی فراهم آورد.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، معصومه اکبری، مدیرعامل و توسعه‌دهنده بازارگاه هوشمند کنورکس، با اشاره به ضرورت حمایت از تولیدکنندگان و کارآفرینان اظهار کرد: یکی از نیازهای مهم اقتصادی کشور، حمایت از افرادی است که در حوزه تولید و کارآفرینی فعالیت می‌کنند و ایده‌های جدیدی برای توسعه کسب‌وکار دارند.

وی بیان کرد: تسهیل قوانین و فراهم کردن مسیرهای ارتباطی گسترده‌تر با بازارهای داخلی و خارجی می‌تواند به تولیدکنندگان کمک کند تا محصولات خود را راحت‌تر عرضه کنند و متناسب با ظرفیت تولیدشان به بازارهای مناسب دسترسی داشته باشند.

اکبری افزود: زمانی که یک تولیدکننده محصول باکیفیتی در اختیار دارد، اما امکان دسترسی به بازار و مشتری کافی برای او فراهم نیست، فرصت رشد و توسعه فعالیتش محدود می‌شود. حمایت از تولیدکنندگان و کارآفرینان می‌تواند علاوه بر گسترش کسب‌وکارها، به افزایش اشتغال و رشد اقتصادی کشور نیز کمک کند.

فناوری؛ راهی برای گسترش بازارهای تجاری

این فعال حوزه بازار هوشمند با اشاره به تجربه برخی پلتفرم‌های بین‌المللی در زمینه تجارت الکترونیک گفت: الگوهایی که در آن‌ها فناوری در خدمت مردم و کسب‌وکارها قرار گرفته، می‌توانند برای توسعه تجارت مورد توجه باشند.

وی با اشاره به نمونه‌هایی مانند آمازون و علی‌بابا توضیح داد: فناوری‌های به‌کاررفته در این پلتفرم‌ها به خریداران امکان می‌دهد محصولات مختلف را از نظر قیمت و ویژگی‌ها مقایسه کنند. از سوی دیگر، فروشندگان نیز می‌توانند بدون نیاز به داشتن فروشگاه فیزیکی، محصولات خود را به مشتریان بیشتری در بازارهای مختلف عرضه کنند.

اکبری ادامه داد: استفاده از چنین ظرفیت‌هایی می‌تواند محدودیت‌های جغرافیایی را کاهش دهد و فرصت دسترسی تولیدکنندگان به بازارهای گسترده‌تر را فراهم کند.

نقش هوش مصنوعی در ارتباط میان تولیدکننده و مصرف‌کننده

اکبری با تأکید بر اهمیت استفاده درست از هوش مصنوعی در فعالیت‌های اقتصادی اظهار کرد: اگر این فناوری به شکل صحیح و در خدمت مردم و کسب‌وکارها به کار گرفته شود، می‌تواند شرایط مناسبی برای توسعه فعالیت‌های تجاری ایجاد کند.

وی با اشاره به نقش فناوری در تسهیل فرآیند خرید افزود: استفاده از ابزارهایی مانند پرو آنلاین و پرو مجازی می‌تواند به مصرف‌کنندگان کمک کند تا پیش از خرید، تصویر روشن‌تری از محصول و تجربه خرید خود داشته باشند.

به گفته وی، کوتاه‌تر و آسان‌تر شدن مسیر ارتباط میان عرضه‌کننده و خریدار، می‌تواند شرایط فعالیت تولیدکنندگان را بهبود ببخشد. دسترسی بهتر به مشتریان نیز این فرصت را ایجاد می‌کند که تولیدکنندگان محصولات بیشتری عرضه کنند و زمینه افزایش اشتغال و رشد اقتصادی فراهم شود.

ضرورت توجه به بازارهای جهانی و ابزارهای دیجیتال

این فعال حوزه تجارت هوشمند با اشاره به تجربه پلتفرم‌های بین‌المللی بیان کرد: استفاده از هوش مصنوعی و فناوری‌های جدید می‌تواند به تولیدکنندگان کمک کند تا محصولات خود را بهتر معرفی کنند و ارتباط مؤثرتری با مشتریان داشته باشند.

وی خاطرنشان کرد: زمانی که مصرف‌کننده بتواند اطلاعات و تصویر مناسب‌تری از محصول دریافت کند و فرآیند خرید برای او ساده‌تر شود، ارتباط میان تولیدکننده و بازار نیز بهبود پیدا می‌کند. چنین شرایطی می‌تواند به افزایش فرصت‌های تجاری و توسعه فعالیت کسب‌وکارها کمک کند.

رسانه‌ها؛ پل ارتباطی تولیدکنندگان با بازار

اکبری در ادامه به اهمیت نقش رسانه‌ها در توسعه تولید و تجارت اشاره کرد و گفت: رسانه‌ها یکی از ابزارهای مهم در رشد اقتصادی هستند؛ زیرا

می‌توانند صدای تولیدکنندگان و کارآفرینان باشند و زمینه آشنایی بیشتر جامعه و فعالان اقتصادی با ظرفیت‌های آن‌ها را فراهم کنند.

وی افزود: رسانه‌ها با معرفی درست تولیدکنندگان می‌توانند به ایجاد ارتباطات تجاری بیشتر، جلب توجه مشتریان و فراهم شدن فرصت آشنایی سرمایه‌گذاران با کسب‌وکارها کمک کنند.

اکبری تأکید کرد: موفقیت یک تولیدکننده در حوزه فعالیت خود، زمانی می‌تواند به رشد بیشتری منجر شود که محصولات و توانمندی‌های او نیز به‌درستی معرفی شوند. اگر یک کسب‌وکار شناخته نشود و مخاطبان از فعالیت‌های آن آگاهی نداشته باشند، بخشی از فرصت‌های رشد خود را از دست خواهد داد.

وی در پایان، شناخته‌شدن و معرفی مناسب را از نخستین گام‌های ورود تولیدکنندگان به بازارهای بزرگ‌تر دانست و بر اهمیت همراهی رسانه‌ها با فعالان حوزه تولید، کارآفرینی و تجارت تأکید کرد.