

عضو هیأت مدیره گروه شرکت‌های زعفران سحرخیز؛ جایگاه طلای سرخ در اقتصاد ایران



عضو هیأت مدیره گروه شرکت‌های زعفران سحرخیز با بیان اینکه ایران بزرگترین تولید کننده زعفران در دنیا است، گفت: ارزش افزوده صادرات زعفران بسته بندی نزدیک به پنج برابر زعفران فله است.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگرو فود نیوز)؛ فرزاد سحرخیز با اعلام این مطلب گفت: تولید زعفران در ایران در سال‌های مختلف بسته به وضعیت کشاورزی، آب و هوایی بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ تن در سال است که بیش از ۵۰ درصد این رقم به صورت فله به کشورهای اسپانیا و امارات صادر می‌شود.

وی با بیان اینکه زعفران صادر شده به این ۲ کشور پس از بسته بندی در قالب‌های کوچک و متنوع به دیگر نقاط دنیا صادر می‌شود، افزود: با بررسی آمار صادرات زعفران به خارج از کشور، درمی‌یابیم که تنها ۵ درصد از کل زعفران صادراتی ایران به بسته بندی‌های زیر ۱۰ گرم ویژه مصرف کنندگان نهایی و مراکز خرده فروشی اختصاص دارد و ۹۵

درصد در بسته‌های بالای ۱۰ گرم و عمدتاً نیم و یک کیلو صادر می‌شود.

عضو هیأت مدیره گروه شرکت‌های زعفران سحرخیز درباره راهکارهای کاهش صادرات زعفران ایران به صورت فله، تصریح کرد: معافیت از برگشت تعهد ارزی، پرداخت هزینه‌های نمایشگاهی و ... مواردی است که دولت می‌تواند با استفاده از آنها ضمن حمایت از صادرکنندگانی که زعفران را در بسته بندی‌های ریز مخصوص مصرف کننده نهایی و با نام ایران به کشورهای دیگر صادر می‌کنند، ایجاد ارزش افزوده برای اقتصاد کشور را افزایش دهد.

سحرخیز تصریح کرد: هم اکنون در سحرخیز با توجه به رعایت استاندارد بالا در تولید و بسته بندی زعفران، تنوع و انعطاف پذیری در بسته بندی، بسته بندی‌های لوکس و قابل رقابت با بسته بندی کالاهای خارجی و ارائه خدمات با کیفیت مطلوب و استانداردهای بازارهای بین‌المللی، توانسته است سهم خود را در صادرات زعفران بسته بندی ایرانی افزایش دهد.

وی با اشاره به مقاصد صادراتی گروه شرکت‌های زعفران سحرخیز، گفت: در حال حاضر محصولات این شرکت به اقصی نقاط دنیا از جمله کشورهای عربی (امارات، عربستان، قطر، کویت، بحرین و عمان)، کشورهای آسیای شرقی (چین و ژاپن)، کشورهای اروپایی (اسپانیا، انگلستان، فرانسه، آلمان، ایتالیا، هلند، سوئد، سوئیس، دانمارک و ...)، کشورهای قاره آمریکا (کانادا، آمریکا و برزیل) و همچنین استرالیا صادر می‌شود.

عضو هیأت مدیره گروه شرکت‌های زعفران سحرخیز درباره برنامه‌های توسعه‌ای مجموعه سحرخیز، گفت: در سال‌های اخیر روی موضوع تنوع محصولات صادراتی و همچنین طراحی بسته بندی بر اساس بازار هدف تمرکز شده است. علاوه بر آن در سال جاری در طرح توسعه صادراتی شرکت چند بازار جدید شناسایی شده و راهبرد ورود به بازارهای مورد نظر در دستور کار قرار دارد.

سحرخیز در پاسخ به این سوال که افزایش نرخ ارز تا چه میزان می‌تواند بر رونق صادرات زعفران تاثیر بگذارد، گفت: افزایش نرخ ارز به نسبت ۲ سال گذشته، موجب روی آوردن تجار ایرانی فراوانی به سمت این محصول با ارزش شده است. همچنان کاهش نرخ خرید دلاری نیز اثر خود را در کاهش قیمت جهانی آن گذاشته است؛ اما نکته مهم این است که در چند ماه گذشته همزمان با افزایش نرخ ارز، قیمت ریالی زعفران نیز افزایش یافته و این موضوع موجب افزایش قیمت این محصول

در بازار داخلی شده است.

وی در پایان افزود: معرفی زعفران با نام و برند ایرانی به مصرف کننده نهایی، نیازمند یک حرکت جمعی یا تعریف پروژه تحقیقاتی در سطح کلان است. هر کشور نیاز به تحقیقات بازار خاص خود و طراحی راهبرد اختصاصی برای ورود به بازار برای کلیه صادرکنندگان و حمایت سازمان توسعه تجارت دارد.