

سرپرست سازمان توسعه تجارت: لزوم آموزش بحث برندسازی برای تولیدات محصولات صادراتی



سرپرست سازمان توسعه تجارت با اشاره به عدم آشنایی کافی شرکت‌های ایرانی به ملزومات برندسازی، از ثبت برند یک شرکت بسیار بزرگ ایرانی در خارج توسط یکی از مدیران سابق آن خبر داد که برای بازگرداندن حق برند، ۱۰۰۰ میلیارد تومان طلب کرده است.

محمدرضا مودودی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم با اشاره به لزوم حمایت‌های غیرمالی و خصوصاً آموزشی در بحث برندسازی برای شرکت‌ها و تولیدات محصولات صادراتی کشورمان اظهار کرد: در کشورهای مختلف در هیچ‌یک از موارد، حمایت‌های صادراتی به شکل مستقیم انجام نمی‌شود و متدولوژی طراحی شده ما برای حمایت از صادرات، به شیوه کشورهای موفق دنیا است.

سرپرست سازمان توسعه تجارت با بیان اینکه متأسفانه به لحاظ توانمندی صادراتی، کشور ما توسعه لازم را پیدا نکرده است گفت: باعث تأسف است که امروز برخی شرکت‌های بزرگ و برندهای مطرح ایرانی

اعلام می‌کنند برنندگان را در خارج به نام شرکت یا افراد دیگری ثبت کرده‌اند؛ این مشکل هیچ ربطی به حمایت‌های مادی ندارد بلکه این مشکل بر اساس یک ضعف فرهنگی در بخش بین المللی و تبلیغاتی رخ می‌دهد.

وی گفت: این یک ضعف بزرگ است که برخی شرکت‌های بزرگ ما هنوز نمی‌دانند که پیش از شروع تبلیغاتشان برای برند محصولات تولیدی، باید آن برند را در دنیا ثبت کنند.

مودودی اضافه کرد: به عنوان مثال برند یک شرکت بسیار بسیار بزرگ که در سطح ملی هم فعالیت دارد و یکی از ارگان‌های عمومی صاحب آن است، در خارج کشور توسط فرد دیگری که از قضا از داخل همان مجموعه هم بوده ثبت شده و آن فرد نیز برای برگرداندن حق برند به این شرکت بزرگ درخواست ۱۰۰۰ میلیارد تومان کرده است.

متاسفانه این یک داستان خطرناکی است که در کمین برند شرکت‌های ایرانی قرار دارد، افزود: علاوه بر این، من در سفرم به افغانستان متوجه شدم یکی از برندهای بهداشتی که ما تبلیغات گسترده‌ای هم برایش داشته‌ایم و اتفاقاً جزو محصولات صادراتی ما هم هست، در این کشور ثبت شده و محصولی دقیقاً به همان شکل در آنجا در حال تولید است.

وی گفت: این باعث تاسف است که چنین مواردی، به همین چند نمونه ختم نمی‌شود و ده‌ها مورد از چنین مشکلاتی برای شرکت‌های ایرانی و برندهای صادراتی کشورمان گزارش شده است.