

صادرات ۸۵۰ میلیون دلاری صنایع غذایی در پنج ماهه نخست سال



قائم مقام وزیر صنعت و رئیس سازمان توسعه تجارت گفت: در پنج ماه نخست امسال صادرات مواد غذایی ایران به رقم ۸۵۰ میلیون دلار بوده است که ۴ گروه در آن بیشترین سهم را داشته‌اند.

به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت، مجتبی خسروتاج در حاشیه بازدید از نمایشگاه‌های بین‌المللی شیرینی و شکلات و شیر و صنایع لبنی و آشامیدنی گفت: ، گفت: صادرات فرآورده‌های لبنی با ۲۵۶ میلیون دلار مهمترین گروه صنایع غذایی تا پایان مرداد ماه سال جاری بوده، پس از آن شیرینی و شکلات ۱۷۸ میلیون دلار صادرات را به ثبت رسانده است.

وی ادامه داد: گروه سوم شامل محصولات تولیدی از جمله رب گوجه فرنگی بود که ۷۷ میلیون دلار صادرات را از آن خود کرده و در صادرات گروه چهارم که انواع کمپوت و کنسرو را شامل می‌شود ۷۰ میلیون دلار به ثبت رسیده و مابقی نیز متعلق به سایر اقلام است.

خسروتاج با بیان اینکه آمارها نشان می‌دهند که نسبت به مدت مشابه پارسال در این حوزه تنها دو درصد رشد داشته‌ایم، افزود: افزایش قیمت مواد اولیه مورد نیاز صنایع غذایی، قدرت رقابتی بنگاه‌های ایرانی را در سطح جهانی کاهش داده است و ما هم اکنون بر مدیریت هزینه در این حوزه تمرکز کرده‌ایم.

وی گفت: در این خصوص برخی از شرکت‌ها مثلاً به مالیات بر ارزش افزوده در بسته‌بندی صنایع لبنی اشاره کرده‌اند که بر تولیدکننده یا صادرکننده متحمل می‌شود.

خسرو تاج در ادامه به ابراز رضایت تولیدکنندگان و صادرکنندگان حاضر در نمایشگاه فعلی از فضای پسابرجام اشاره کرد و گفت: تمامی حاضرین معتقدند که شرایط ایجاد شده برای توسعه همکاری با کشورهای خارجی بسیار مناسب شده و زمینه بازاریابی‌های جدید جهانی برای محصولات و کالاهای ایرانی فراهم است.

وی با بیان اینکه به دلیل تحریم‌ها، عمده محصولات لبنی ایران به کشورهای منطقه از جمله عراق، افغانستان، کشورهای آسیای میانه، قفقاز و برخی کشورهای عربی صادر می‌شد، گفت: باید بتوانیم در شرایط جدید به نقاط مختلف جهان صادرات داشته باشیم.

رئیس سازمان توسعه تجارت افزود: امروز بازار صنایع غذایی به ویژه در بخش شیرینی و شکلات در سطح جهان سالانه ۱۱۰ میلیارد دلار است، و کشورهای آمریکا، آلمان، فرانسه، چین، روسیه، انگلیس، ژاپن، مکزیک و بزرگ ۹ کشور عمده مصرف‌کننده شیرینی و شکلات در جهان هستند که ایران باید برای صادرات محصولات خود به آنها برنامه داشته باشد.

وی با بیان اینکه سازمان توسعه تجارت در چند محور اساسی می‌تواند به صادرکنندگان کمک کند، تقویت بنگاه‌های تولیدی و صادراتی و بین‌المللی کردن آنها را از جمله برنامه‌های سازمان متبوع خود اعلام کرد.

خسرو تاج اضافه کرد: صادرکنندگان کالا باید سلیقه بازارهای هدف خود را بشناسند و خود را برای آن بازار آماده کنند.

وی به مشکلات بسته‌بندی در کالاها و محصولات ایرانی اشاره کرد و گفت: باید در بخش بازاریابی و شناخت بازار، بنگاه‌ها را تقویت کرد، قطعاً پس از ورود این بنگاه‌ها به بازارهای جهانی، آنها در مسیر خودکفا شدن حرکت می‌کنند.

قائم‌مقام وزیر صنعت یکی از لازمه‌های توسعه صادرات غیرنفتی را استفاده از ابزار نمایشگاهی عنوان کرد و گفت: نمایشگاه یکی از بهترین ابزارهای بازاریابی است چرا که در آن خریدار و فروشنده با هم ارتباط برقرار می‌کنند و این ارتباط رودررو در نهایت منجر به جلب اعتماد مشتری می‌شود.

وی در ادامه بر لزوم برپایی نمایشگاه در کشور در سایت‌های نمایشگاهی استاندارد تاکید کرد و اظهار داشت: فضای استاندارد یعنی محلی که غرفه‌دار و بازدیدکننده از آن ابراز رضایت کنند و به خوبی و در راستای اهداف نمایشگاه طراحی شده باشد.

خسرو تاج با تقدیر از عملکرد شهرداری تهران در راه‌اندازی نمایشگاه در شهر آفتاب گفت: سازمان توسعه تجارت در راستای توسعه صنعت نمایشگاهی با این مجموعه همکاری خواهد کرد، ما به مسئولان شهر آفتاب تاکید کرده‌ایم که تمامی برنامه‌های نمایشگاهی آنان از سوی سازمان تایید خواهد شد اما برنامه‌های آنان با سیاست‌های شرکت سهامی نمایشگاه بین‌المللی تهران هماهنگ باشد تا غرفه‌داران و بازدیدکنندگان در مورد برگزاری نمایشگاه‌ها دچار سردرگمی نشوند.

خسرو تاج با تاکید بر هم‌افزایی میان شهر آفتاب و شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران، اظهار داشت: در این میان فضای محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران می‌تواند برای نمایشگاه‌های تخصصی و کوچکتر مورد استفاده قرار گیرد و فضای نمایشگاهی شهر آفتاب به محل برگزاری نمایشگاه‌های بزرگ تبدیل شود.