# عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران در گفتگو با اگروفودنیوز: میزان صادرات صنایع غذایی کشور متناسب با ظرفیت آن نیست




نایب رئیس کمیسیون توسعه پایدار اتاق ایران می گوید: اکثر صادرات محصولات دارای برند به ایرانیان خارج از کشور محدود شده است که آنها مصرف‌کننده عمده نیستند و میزان صادرات نیز ناچیز است

دکترحسن فروزان‌فرد، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران و رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع غذایی کامبیز در حاشیه نخستین اجلاس تجارت محصولات کشاورزی و غذا در مورد صادرات مواد غذایی ایران و چالشهای موجود در این حوزه به خبرنگار اگروفودنیوز گفت: این اجلاس سبب برقراری ارتباط بهتر بین فعالین این عرصه و حکمرانانی که بر تهیه، تولید و انتقال این محصولات به خارج از کشور تاثیرگذار هستند، می شود

فروزان‌فرد تصریح کرد: در خصوص برخی از محصولات کشاورزی و محصولات بسته بندی دارای مزیت‌های نسبی هستیم اما گرفتاریمان در عرصه تجارت فراتر از خود تجارت است.

این فعال اقتصادی بیان کرد: محدودیت‌های فراوان در سال‌های اخیر به دلیل مشکلات سیاسی زمینه برقراری ارتباط مناسب با مشتریان بازار هدف را محدود کرده است.

رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع غذایی کامبیز افزود: حتی در بازارهای هدف همسایه امکان ارتباط واقعی با مشتریان محدود است. مشتریان نیز به دلیل محدودیت‌های اقتصادی و تحریمی کشور مایل به ارتباط مستقیم با ما را ندارند. موفقیت در عرصه برندسازی و بازاریابی حرفه ای از مسیر گفتگوی واقعی با مشتریان نهایی فراهم می‌شود.

فروزان‌فرد بیان کرد: برای آگاهی از بازار هدف نیاز به این رفت و آمدها با مشتریان نهایی داریم که این موضوع فراهم نیست به همین دلیل علیرغم وجود برندهای مهم و با سابقه در کشور، در عرصه بین المللی برند قابل توجهی برای صادرات محصولات غذایی نداریم.

وی خاطرنشان کرد: زمینه برقراری ارتباط با فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ بین المللی برای ما فراهم نیست. با توجه به حاشیه سود ناچیز که در تولید و صادرات محصولات غذایی بسته بندی وجود دارد عدم ارتباط مستقیم با مشتری باعث کاهش سود محصولات بسته بندی غذایی می‌گردد.

نایب رئیس کمیسیون توسعه پایدار اتاق ایران گفت: اکثر صادرات محصولات دارای برند به ایرانیان خارج از کشور محدود شده است که آنها مصرف‌کننده عمده نیستند و میزان صادرات نیز ناچیز است. قسمتی از صادرات که سهم بیشتری دارد به صورت فله‌ای است ولی دیگر نامی از برند نیست و ارزش افزوده‌ای که نصیب صادرکنندگان می‌شود از طریق برندها است.

وی بیان کرد: میزان صادرات متناسب با ظرفیت صنایع غذایی کشور نیست. اگر مشکلات تسهیل شود با توان، دانش و تخصصی که به وجود آمده است امکان استفاده بهتر از بازار هدف به وجود می‌آید.

فروزان‌فرد در خصوص قیمت گذاری دستوری گفت: این موضوع ناشی از تصمیم‌گیری اشتباه در حاکمیت است که تصور می‌کنند با مداخله غیر حرفه‌ای در بازار، زمینه را برای افزایش رفاه مصرف‌کننده فراهم می‌کند ولی به چرخه واقعی تولید توجه نمی‌کنند.

رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع غذایی کامبیز بیان کرد: وقتی هزینه‌های تولید، قیمت مواد اولیه و دستمزدها افزایش پیدا کرده

است پافشاری بر قیمت قدیمی برخی از کالاها باعث کاهش حجم تولید توسط تولیدکنندگان می‌شود.
تولیدکنندگان بزرگ شاید در دوره‌های کوتاه مدت برای حفظ برند اقدام به تولید محصول نمایند ولی تولیدکنندگان کوچک و متوسط پس از مدتی متوقف می‌شوند.

وی در ادامه گفت: تولیدکنندگان بزرگ کنسرو ماهی تن یا کنسرو رب گوجه‌فرنگی در چند ماه اخیر معطل قیمت‌گذاری دستوری شدند که باعث بیکاری، توقف یا کاهش حجم تولید شد.

فروزان فرد خاطر نشان کرد: کمبود مواد غذایی با قیمت‌گذاری دستوری به وجود می‌آید و قیمت‌گذاری ها بر زنجیره کشت محصولات کشاورزی نیز اثر گذار است، وقتی زمینه قیمت‌گذاری دستوری به صورت غیرمنطقی روی محصول نهایی در نظر گرفته می‌شود رفتار تولیدکننده با تامین کنندگان نیز تغییر می‌کند و در زمان و فصل مناسب خریدار محصول کشاورزی وجود ندارد که باعث بی نظمی در عرصه کشاورزی می‌شود.

وی همچنین گفت: در بازار مصرف نیز محصول به میزان کافی با قیمت مناسب در دسترس نیست. این دستکاری غیر حرفه ای قیمت، نظم چند بازار مرتبط به هم را برهم می‌زند.

حسن فروزان‌فرد در پایان عنوان کرد: دستکاری در قیمت بازار با نگاه کوتاه مدت و صرفا آرامش کاذب است و پس از آن شرایط ناگوارتر می‌شود. افزایش قیمت ها ناشی از تورم، گریز ناپذیر است و ساماندهی و کنترل این موضوع با آزادسازی قیمت‌ها صورت می‌پذیرد که زمینه رقابت را نیز فراهم می‌کند.

**سرویس خبری: صنعت غذا**