فعالان صنعت غذا در گفت‌وگو با «فرصت امروز»: وعده مشوق صادراتی، تکراری است



طبق مصوبه دولت، سازمان توسعه و تجارت (وزارت صنعت) ۴۰ درصد از هزینه حضور شرکت‌های تولیدی و صادراتی در نمایشگاه‌های خارجی را به‌عنوان یارانه می‌پردازد. از سال ۸۹ و در دولت دهم این مصوبه به درستی اجرا نشد و دولت در پرداخت هزینه‌های نمایشگاهی شرکت‌ها و صنایع خلف وعده کرده است. این

موضوع و هزینه‌های جانبی دیگر از جمله اخذ عوارض نمایشگاهی، برخی از صنایع را نسبت به حضور در نمایشگاه‌های خارجی دلسرد کرد.



حالا با کاهش منابع ارزی نفتی، دولت یازدهم بر آن شده دوباره این مصوبه را اجرا کند و قول پرداخت یارانه نمایشگاهی را به صنایع داده است. در گام نخست صنایع غذایی برای حضور در نمایشگاه صنایع غذایی روسیه فراخوانده شدند تا در این بازار جدید، توانمندی‌های خود را به رخ بکشند گرچه صنایع چندان امیدی به دریافت آن ندارند و می‌گویند این وعده‌ها تکراری است.

پرداخت ۴۰ درصد از هزینه‌های نمایشگاه‌های خارجی



محمدحسین عزیزی، رئیس انجمن علوم و صنایع غذایی ایران، در گفت‌وگو با «فرصت امروز»، در خصوص حمایت‌های دولت یازدهم از تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنعت غذا می‌گوید: سازمان توسعه تجارت ۴۰ درصد از

هزینه غرفه و بخشی از هزینه‌های صدور ویزا را برای کمک به روند صادرات محصولات غیرنفتی تقبل می‌کند. مسئولان وزارت صنعت برای حضور شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه صنایع غذایی روسیه قول حمایت داده‌اند و این فرصت بسیار خوبی برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات غذایی است.

وی می‌افزاید: حمایت دیگر دولت باید در زمینه کاهش تعرفه‌ها از سوی کشورهای مقصد باشد. تعرفه‌ها سیاست هر کشوری برای حمایت از تولیدات داخلی است اما بنا به ضرورت می‌توان در میزان آن تجدیدنظر کرد و این هنر دولتمردان ما است تا برای تسهیل در صادرات و کاهش هزینه‌های تمام شده، تعرفه‌های وارداتی کشورهایی مانند روسیه را کاهش دهند.

رئیس انجمن صنایع غذایی ایران با اشاره به مناقشات منطقه‌ای و لزوم استفاده از این فرصت برای صادرکنندگان ایرانی اظهار می‌کند: با توجه به شرایط موجود و ادامه این وضعیت، محصولات غذایی ایران می‌تواند جایگزین مناسبی برای محصولات ترکیه در بازار روسیه شود. این مهم به حمایت‌های دولت از صادرکنندگان بستگی دارد و اگر سوبسیدهای صادراتی را به موقع به تولیدکنندگان برتر بدهند، روسیه به بازار دائمی محصولات غذایی ما تبدیل می‌شود.

«سحررو»، شرکت ایرانی که در روسیه به ثبت رسید

شرکت صنایع غذایی سحر، یکی از تولیدکنندگان بزرگ این صنعت است. این شرکت با تولید سالانه ۲۵ تا ۳۰ هزار تن محصولات غذایی، تجربه سال‌ها حضور در بازارهای بین‌المللی به‌ویژه بازار سخت‌گیر روسیه را نیز دارد. بابک مرتضوی، مدیر روابط عمومی و بین‌الملل صنایع غذایی سحر، در این خصوص به «فرصت امروز» می‌گوید: صنایع غذایی سحر سالیان متمادی است که در روسیه فعالیت می‌کند و شرکت «سحررو» را در این کشور به ثبت رسانده است. ما در بیشتر نمایشگاه‌های صنایع غذایی جهان حضور می‌یابیم و اگر دولت حمایت کند از حمایت‌های مالی و پشتیبانی استقبال می‌کنیم.



وی می‌افزاید: کیفیت و قیمت، موضوع مهم و تأثیرگذاری در صادرات محصولات است. صنایع غذایی سحر با این باور، در سال‌های اخیر با فراز و نشیب‌های اقتصادی که تمامی بخش‌های تولید را در بر گرفت از کیفیت محصولات خود نکاست. رمز موفقیت ما در پایبندی به این اصول مهم است. محصولات کنسرو و کمپوت سحر در انگلیس که مهد صنعت کنسرو جهان است، گواه این مدعاست.

مرتضوی بازار محصولات کنسرو و کمپوت ایران را در روسیه به دلیل شرایط خاص اقلیمی این کشور، قابل‌رقابت می‌داند و می‌گوید: صادرکنندگان این حوزه می‌توانند روی این محصولات و تولید باکیفیت برای صادرات فکر کنند به شرط اینکه دولت هم حمایت‌های لازم را بکند و مشوق‌های نمایشگاهی و صادراتی بدهد تا محصولات ما از نظر قیمت نیز قابل رقابت در بازارهای جهانی باشند.

شعارهای تکراری مشوق‌های صادراتی

اعتماد دوباره صنایع غذایی و صادرکنندگان این حوزه به دولت برای اجرای مصوبه یارانه نمایشگاهی، بستگی به اجرای درست این مصوبه از سوی مسئولان مربوط دارد. امیرسامان اسکندری، مدیرعامل باشگاه صنایع غذایی آریا، در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: در دولت دهم، صادرکنندگان نه‌تنها مشوق صادراتی دریافت نکردند، بلکه ۳۰ درصد هم عوارض می‌پرداختند و دچار ضرر و زیان شدند تا جایی که برخی از شرکت‌ها دست از صادرات کشیدند.



وی ابراز امیدواری می‌کند که این بار هم پرداخت یارانه و مشوق‌های صادراتی در حد حرف نباشد و می‌افزاید: تجربه نشان داده که این وعده‌ها در زمان‌های معینی مانند برهه‌های انتخاباتی یا مناسبت‌های این‌چنینی تنها در حد شعار مطرح شده است. با گذشت چند ماه بدون اینکه خبری از اجرای آن باشد، دوباره همان وعده‌ها از سوی مسئولان تکرار می‌شود.

اسکندری همچنین با اشاره به نظارت دستگاه‌های دولتی مربوط بر صنایعی که قصد شرکت و معرفی محصولات غذایی در نمایشگاه‌های خارجی دارند، تصریح می‌کند: در نمایشگاه‌های خارجی به‌ویژه بازار جدید و سختی مانند روسیه باید صادرکنندگان برتر حضور یابند تا اعتمادها را به خوبی جلب کنند. سپس با حمایت‌های دولت، صنایع با کیفیت کوچک‌تر نیز در این بازارها حضور یابند.

قراردادهای تجاری، محکم و با پشتوانه باشد

وی اظهار می‌کند: یکی از برنامه‌های خوب که دولت اخیراً در پیش گرفته، حضور نمایندگان بخش‌خصوصی در سفرهای خارجی هیأت دولت است. در این سفرها که هیأت‌های تجاری هم همراه مسئولان دولتی حضور می‌یابند، باید قراردادهای محکمی برای تجارت کالا و نه‌تنها واردات، منعقد و در نمایشگاه‌های داخلی نیز از واردکنندگان کشورهای مختلف دعوت شود.

اسکندری محصولات صنایع غذایی ایران را قابل رقابت در منطقه می‌داند و می‌افزاید: بدون تردید کیفیت برخی از محصولات غذایی ما از ترکیه بالاتر است اما به دلیل نداشتن ارتباطات مناسب با کشورهای اروپایی و تعرفه‌های بالا، از این بازار بزرگ و مهم عقب مانده‌ایم. دولت باید با اتخاذ تدابیر و سیاست‌های درست، تسهیلاتی در صادرات محصولات

غذایی به این کشورها ایجاد کند.

منبع : روزنامه فرصت امروز

خبرنگار: مولود غلامی