

گفتگوی اگروفودنیوز با احمد صادقیان، کارآفرین برجسته ایرانی و موسس شرکتهای تک ماکارون، درازه، فرش کویر یزد و ...



- جناب آقای صادقیان لطفا ضمن معرفی خود، شرح مختصری از فعالیتهایتان بفرمایید.

کارهای صنعتی، کشاورزی و تجاری پدرم در کنار تحصیلات ابتدایی و متوسطه، برای من به دانشگاه کارآفرینی بدل شد. دانشگاهی که ای کاش بتوانیم تمام جوانان کشورمان را نه از آن فارغ التحصیل، که در آن شاغل به تحصیل نماییم، تحصیلات عالی خود را در رشته مدیریت بازرگانی سال ۱۳۵۵ به اتمام رساندم و پس از پایان خدمت مقدس سربازی، سال ۱۳۵۹ به عنوان مشاور استاندار استان یزد، مشغول به کار شدم.

در اندک زمانی (سال ۱۳۶۰) علائق کار صنعتی، مرا به گسترش حرفه خانوادگی هدایت نمود، لذا به دستور مرحوم پدرم و به اتفاق خانواده، کارخانه فرش ستاره کویر یزد را تاسیس نمودیم. این اولین واحد تولیدی بود که به صورت خانوادگی، بنای آن را گذاردیم و سرآغاز دورانی گردید که تا به امروز، منجر به تاسیس

دهها واحد صنعتی دیگر شد.

گروه ستاره کویر با پنج کارخانه مدرن: «فرش ستاره کویر یزد» ، «فرش خاطره کویر یزد» ، «نساجی یزد» ، «رنگری یزد» «الیاف یزد» ، امروز به یکی از بزرگترین گروههای صنعتی در صنایع نساجی کشور تبدیل شده و محصولات آن در پنج قاره جهان ، نقش خاطره می زند ...

سال ۱۳۷۲ در کنار صنعت نساجی وارد صنایع غذایی شده و مجهزترین کارخانه تولید ماکارونی خاورمیانه را بنیاد نهادیم و با افتتاح شرکت تک ماکارون نه تنها کشورمان از واردات ماکارونی بی نیاز شد ، بلکه امکان صادرات آن را یافت . این شرکت نیز هم اینک به گروه صنعتی تبدیل شده و علاوه بر ماکارونی ، دارای کارخانجات «آردداران» ، «صبحانه پیکوتک» و خطوط تولید دیگری است. در سال ۱۳۸۵ با تاسیس با کارخانه درازه وارد عرصه شیرینی و شکلات شده و در سال ۱۳۸۹ با تاسیس شرکت «توسعه صنعت لاوان» به صنعت پتروشیمی هم وارد شدم .علاوه بر این واحدهای بزرگ ، دهها واحد متوسط تولیدی و گردشگری را در عرصه های گوناگون بنا نموده ایم.

به دلیل اعتقاد به کار صنفی و نهادهای مدنی ، در تشکلهای صنفی تمامی صنایعی که وارد آنها شده ایم ، حضوری فعال داشته و در دهه های ۶۰ و ۷۰ نیز ، دو دوره به عضویت هیئت رئیسه اتاق بازرگانی یزد انتخاب شدم و هم اکنون در اتاق بازرگانی تهران حضور دارم. اینک امیدوارم چهار دهه تلاش و تجربه در مسیر اعتلای کشورمان برای آینده بهتر بخش تولید ، مفید باشد.

- از آنجاییکه شرکت تک ماکارون یک شرکت الگوست و از مسببین خروج اجناس خارجی از بازار کشور است، توصیه جنابعالی برای سایر شرکت ها بمنظور تولیدات باکیفیت و جلوگیری از خروج ارز از کشور چیست ؟

برای موفق شدن یک محصول باید قبل از تصمیم برای تولید و سرمایه گذاری، بازار هدف، سلیقه های بازار چه داخلی و چه خارجی را با هدف صادرات و طرفیت های بازار را شناسایی کرد چون محدود شدن به بازار داخل مطلوب نیست. پس از شناسایی بازار هدف برای سرمایه گذاری و انتخاب ماشین آلات اقدام نمود. ما هم از اول به اینگونه عمل کردیم و قبل از تولید بازارها را شناختیم، توصیه من به همه عزیزانی که می خواهند در کار تولید هر محصول صنعتی فعالیت کنند این است که این مسئله یعنی شناخت بازار هدف را در نظر بگیرند.

- حضرتعالی صاحب یکی از برندهای فرش ایران نیز هستید و صنعت فرش ایران به جهت رقابت در بازارهای بین المللی در مخاطره است اما جنابعالی همچنان در تولید و صادرات ماکارونی قوی ظاهر شدید، این دوگانگی را چطور توضیح و ارزیابی می فرمایید؟

در بحث فرش در گذشته اشتباهاتی داشتیم که الان بهای آن را می دهیم در اوایل انقلاب تفکر اشتباهی که چرا زحمات ما زیر پای کشورهای دیگر می افتد و بحث ارزشیابی ها و قیمت گذاریها، مشکلات برای صادرات فرش ایجاد کرد که این تفکر، تفکر اشتباهی بود و بسیار صدمه زد. بحث دیگر در مورد فرش دستبافت است که در هر گوشه از کشور ما فرش بسیار متنوع بافته می شود و با توجه به نیازهای مصرف کننده تنوع بسیار زیادی دارد در دنیا هم جا افتاده که فرش ایرانی از نوع فرش کرمان، کاشان، قم و تبریز را دوست دارند. ما طرح کاشان را در تبریز یا طرح نائین را در طبس داریم اما این مسئله ما را با مشکل شناسنامه دار کردن فرش مواجه کرد و سئوالاتی در مورد اصل بودن این فرش ها مطرح شد.

البته با وجود صدماتی که خوردیم، هنوز فرش دستبافت ایرانی خوشنام ترین فرش می باشد و با عنوان تولیدکننده فرش صنعتی و فرش های مصرفی سعی کردیم که این اعتبار را لطمه نزنیم.

در حال حاضر با کیفیت ترین، طریف ترین، زیبا ترین فرش ماشینی در کشور ما تولید می شود و از نظر تکنولوژی آن صاحب تکنولوژی فرش که ما ماشین آلات را از آنها خریدیم مدیون ایرانی ها هستند چون آنها اصلا فرش و گره را نمی شناختند.

ایرانی ها بخصوص ما با صاحبان ماشین آلات فرش ماشینی ارتباط برقرار کردیم رنگ، بافت و ظرافت فرش ماشینی بسیار محدود بود در حالیکه فرش ماشینی بسیار به فرش دستبافت نزدیک شده و این ایده در ایران وجود داشت اما امکان تولید را نداشتیم، به همین دلیل این ایده در ایران عملی نشد و از ایران رفت. یک یا دو کشور پیشتاز هستند که آنها هم مدیون ایرانیها هستند. در همین ارتباط وزیر کشور بلژیک از ما قدردانی کرد و به ما لوحی هدیه داد.

ما اعتقاد داریم هیچ جایی مثل ما ایرانی ها فرش را نمی شناسند، چراکه ما با فرش بزرگ شدیم و در دوران کودکی ما تمام خانه ها صددرصد فرش بود، الان کمی متفاوت شده و این باعث شده که ما فرش را خوب می شناسیم. هرچند در آن زمان تعدادی از کارفرمایان ایرانی را بردند و کمی شبیه سازی کردند، اما هنوز همچنان ایران پیشتاز است، هرچند سهم صادرات کمی کاهش یافته است.

- با وجود اینکه صنایعی مثل شیرینی و شکلات پیشرفت خوبی داشته و از پیشتازان صادرات صنعت غذا محسوب می شوند چرا در بازار داخلی نسبت به شکلاتهای خارجی اقبال کمتری دارد؟

به نظر من یک مسئله این است که قیمت تولید بالاست و بحث تورم است که امسال کمی کنترل شده است، بحث نرخ تسهیلات، هزینه های

بیمه، هزینه حمل و نقل، هزینه انتقال پول از نظر صادرات، ثابت ماندن نرخ ارز که قیمت طبیعی خود را ندارد و قیمت ارز در جهتی است که واردات انجام شود تمام این موارد باعث گران شدن محصول می شود. اتفاقی که دارد می افتد این است که ثابت ماندن قیمت ارز باعث شده که هم ما صادرات مان مشکل دار شود و هم محصولات خارجی بتوانند بازارهای ما را هدف قرار دهند.

اگر برای کالا تعرفه بگذاریم قاچاق وارد می شود و اگر تعرفه نگذاریم رسمی وارد می شود، اشکال دیگر برای تولید محصولات داخلی الزام به قیمت گذاری است در حالیکه در دنیا همه جا قیمت در شلف تعیین میشود، اساسا قیمت را روی محصول پرینت می کنیم در حالیکه در واردات این الزام نیست و آزاد است یعنی وقتی محصولی وارد می شود و در مغازه قرار می گیرد، فروشنده هم به مشتری توصیه می کند که کالای خارجی مرغوب تر است چون فروشنده محدودیتی در قیمت اجناس خارجی ندارد و می تواند سود بیشتری روی آن ببرد، بنابراین آنرا جلوی دید مشتری قرار می دهد و موقع فروش توصیه می کند که آنرا بخرد و این فرهنگ ترویج داده میشود که محصول خارجی کیفیت بهتری دارد.

اعتراض ما بر این است که اگر الزام به قیمت گذاری است محصول خارجی نیز باید قیمت گذاری شود، در زمان جنگ و محدودیت ها بحث قیمت گذاری بود اما الان به نظر من شرایط عرضه و تقاضا و رقابت می تواند بالانس باشد. مثلا در صنعت ماکارونی ما بیش از دو برابر ظرفیتی که مصرف سرانه داریم امکان تولید داریم و باز می تواند رقابتی باشد، باز قیمت گذاری می شود و این روش درست نیست، خود وزارت صنعت و معدن هم با این مسئله موافق نیست اما سازمانهای حمایتی و سیستمهای نظارتی علاقمند به این اتفاق هستند، البته قاچاق هم به دلیل پایین بودن قیمت ارز و بالا بودن قیمت تمام شده محصول می تواند انجام شود، اگر قیمت ارز را منطقی کنیم البته بالا رفتن قیمت ارز شمشیر دولبه است و روی قیمت محصولات داخلی هم تاثیر دارد، ولی سایر جاها اگر نرخ تسهیلات و هزینه را کاهش دهیم، هزینه حمل و نقل، بیمه و مشکل انتقال پول در بحث صادرات رفع شود جبران مافات می شود و در بحث قیمت گذاری محصولات داخلی قیمتش کم می شود و اگر نرخ ارز را هم افزایش دهیم آنها نمی توانند با ما رقابت کنند.

_ جناب عالی در اتاق بازرگانی سمت دارید، نقش این اتاق در بهبود فضای کسب و کار صادرات چگونه است؟
اتاق بازرگانی بعنوان مشاور سه قوه می باشد، ولی به نظر من

باید حق رای داشته باشد و بخش خصوصی باید در زمان قانون گذاری فعال باشد. ما بعنوان مشاور مشکلات را مطرح می کنیم و در خیلی مباحث صحبت کردیم که در خیلی موارد به این مباحث توجه می شود. البته که عملی شدن آنها زمان بر است. ان شالله که بتوانیم تاثیر خود را بگذاریم و ما به دلیل بودن در چنین فضایی در خود مسئولیت اجتماعی بیشتری می بینیم.

- اکثر تولیدکنندگان از موانع و بروکراسی های اداری مثل بیمه، سود بانکی و مالیات ناراضی هستند، نظر جنابعالی در این باره چیست؟

این یک واقعیتی است که وجود دارد و متأسفانه در بخشهای اداری، بانکی این فرهنگ جا افتاده است و باید تغییرات اساسی اتفاق بیافتد و این روش ها دگرگون شود. وزارت جهادکشاورزی در این امر پیشگام شده و امسال هم آقای وزیر به عنوان نمونه معرفی شد و خیلی از این مشکلات و موانع در حال برطرف شدن است. اما این کافی نیست بلکه باید در تمام فضاهای اجرایی کشور، سازمان ها، ادارات، بانک ها باید این اتفاق بیافتد و همه تلاش کنند تا کار تسهیل شود. بایستی بجای تجربه کردن و آزمون و خطا در برخی موارد، سیستم های اقتصادی کشورهای دیگر که شبیه ما بودند و موفق عمل کردند را مطالعه کرد و از آنها الگو بگیریم و آنچه که دیگران تجربه کردند را الگویی متناسب با جامعه خودمان قرار دهیم.

- با توجه به پیدایش بازارهای نوظهور از جمله روسیه، چه تمهیداتی باید حاکم شود که برندهای ایرانی با کیفیت وارد این بازار شوند، تا مانند بازارهای آسیای میانه و عراق قافله بر رقیبان واگذار نشود؟

اینکه هر محصولی را هرکسی صادر کند، درست نیست. بایستی مزیت های مناسب تولیدات را بشناسیم، اینکه چه تولیداتی در چه جاهایی مزیت نسبی دارند را بشناسیم و آنها تقویت کنیم و این انتظار درستی نیست که هر تولید کننده یک صادر کننده باشد. بعنوان مثال در بحث کشاورزی که در ایران بسیار گسترده است، همه نمی توانند صادر کننده شوند بلکه باید شرکتهای حرفه ای مثل همه جای دنیا تشکیل شود که بروند بازارها را بشناسند و توانمندیها، سلیقه ها و ذائقه ها را بشناسند و بتوانند بازار را درست هدایت کنند و درست مذاکره کنند و کالای مناسب با بسته بندی مناسب با نام مناسب ارائه دهند. مثلاً کشور ما در بحث کیوی سورت شده و بسته

بندی شده، در بحث پسته، زعفران و محصول ماکارونی می تواند رقابت داشته باشد. تکنولوژی ماکارونی یک صنعت جوان و ده ساله در کشور ماست در صورتیکه در کشورهای ایتالیا و ترکیه عمر ماشین آلات آنها بالای بیست و پنج و سی سال است. در ایران این صنعت جوان است و حدود یک میلیون و هشتصد هزار تن ظرفیت تولید ماکارونی وجود دارد که کمتر از نصف مصرف داخل است.

در مسکو با انجمن ماکارونی و تولیدکنندگان ماکارونی ترکیه صحبت کردیم و سوال کردیم که چطور در بازارهای آفریقا، افغانستان، عراق که بازارهای مصرف ما هم هست با این قیمت های پایین حدود ۴۰۰ دلار محصول را میفروشید و تولیدکنندگان ترکیه پاسخ دادند که این بازارها برای دولت ما بسیار مهم است و ما در این بازارها از دولت ۳۰٪ یارانه میگیریم.

بنابراین صادرات که در کشور ما نوپا و جوان است نیاز به حمایت دارد هرچند دولت دستش خالی است اما اگر دولت میخواهد بایستی با یک سری معافیت ها و جواز حمایت هایی انجام دهد. در بحث بازاریابی و شناخت بازار و معرفی کالا در نمایشگاه های بین المللی و بازاریابی، هزینه های سنگینی دارد و آدم های حرفه ای بایستی بروند و کارشان را بکنند و دولت حمایت کند.

اگر دولت بازارها را تعریف کند، کالاهای مزیت دار را شناسایی کند و آن کالاهای خاص رشد لازم را می کنند و در این حال صادرات نیز رشد می کند.

- هرچندگاهی دیده می شود که تک ماکارون محصول جدیدی به بازار وارد میکند این به دلیل R&D خوب شما یا همکاری با دانشگاههاست؟ هر دوی اینها موثر هستند، با وزارت بهداشت ارتباط خوبی داریم و کمبود هایی که از نظر تغذیه ای وجود دارد را بررسی می کنیم. به دلیل اینکه ماکارونی قابلیت غنی سازی را دارد و ویتامین هایی مثل ب، امگا ۳، روی، ویتامین د به ماکارونی اضافه می شود. از نظر سلیقه مصرف کننده طعم، رنگ با مواد افزودنی طبیعی مثل پودر ریحان طبیعی، نعناع، آویشن و گوجه فرنگی استفاده می شود.

اشکال مختلف ماکارونی را برای سلیقه های مختلف تولید می کنیم. مثلاً آلفابت برای بچه ها تولید می شود که هم بحث آموزشی دارد هم کودکان را تشویق به مصرف ماکارونی می کند و یا نوع باغ وحشی برای کودکان.



- جدیدترین افتخار شما کسب عنوان صادرکننده ی نمونه است، نظر شما در این باره چیست؟

افتخار اصلی ما مهر تایید مصرف کنندگان است و ما این مسئولیت را پذیرفتیم و این بزرگترین افتخار است. ما برند محبوب کشور هستیم و در بحث سازمان حمایت به عنوان یک شرکت پیشتاز انتخاب شدیم که توانستیم منافع مصرف کننده را تامین کنیم و این افتخاری بزرگ است، چون بحثی مردمی است.

امسال باز صادر کننده ملی انتخاب شدیم، هر چند راضی نیستیم و علاقمند به جهش بیشتر در صادرات به تمام دنیا هستیم. الان رقابت ما در بازارهای جانبی با توجه به مشکلاتی که داریم قدری ناعادلانه است، با این حال همین که در بازارهای جهانی حضور داریم آن را یک سرمایه گذاری می دانیم و امیدواریم در آینده گسترده تر باشد.

- بهترین خاطره شما در صنعت چیست؟

باید بگویم که همین که جاهای مختلف می روم و نمونه محصولات خود را می بینم، لذت می برم. تولید یک عشق علاقه است و اعتقاد من این است که تولید را مقدس می شمارم، مرحوم پدرم هم معتقد بود که تقدس تولید از هیچ یک از کارهای دیگر جامعه کمتر نیست بخصوص در بحث اشتغال که پدرم نیز بسیار علاقمند بودند. در سال ۷۲ برای مذاکره در زمینه خرید ماشین آلات ریسندگی به جنوب آلمان رفته بودم، روز یکشنبه ما رسیدیم و من به بیرون هتل رفتم و در مسیر یک فروشگاه آنتیک فروشی که ویتترین آن روشن بود اما تعطیل بود، توجه مرا جلب کرد. از پشت شیشه که نگاه کردم دیدم یک فرش ۹

متری طرح شکارگاه ستاره کویر یزد کف مغازه افتاده بود. البته اون موقع هنوز در صادرات خیلی فعال نبودیم. اما دیدن آن فرش خیلی لذت بخش بود و هنوز شیرینی آن خاطره برای من باقیست و خستگی من را از تنم بیرون می کند.

- چطور شد به فکر تاسیس تک ماکارون افتادید؟

سال ۷۰ بود که یک روز آقای نعمت زاده که در آن موقع وزیر صنایع بودند از ما و گروهی از دوستان دعوت کردند. آقای نعمت زاده تعریف کردند که یک روز در منزل خانم من ماکارونی پخته بود که آن هم ماکارونی آنکارا بود و من در آن روز به خودم نهیب زدم چرا من که وزیر صنایع هستم نباید به فکر تولید ماکارونی در کشور باشم و ایشان با لحن خودشان این مسئله را برای ما تعریف کردند و در آن زمان استارت ماکارونی زده شد و باعث شکل گیری تک ماکارون شد و گروه چهار نفره ما شروع به تولید تک کردند که اولین شرکت بود که تکنولوژی روز دنیا را برای تولید ماکارونی آورد و باریلا و آنکارا را از بازار بیرون کرد.

نزدیک ۹-۱۰ سال تنها تک ماکارون فعالیت کرد و بعداً کم کم دیگران هم آمدند و ما خوشحالیم که در مسیری گام نهادیم که باعث شدیم دیگران در این مسیر حرکت کنند.

افتخار ما این است که رقبا هم حضور دارند و این رقبا باعث پیشرفت، شکوفایی و رشد می شوند چرا که بدون رقیب کار پیشرفت نمی کند .

- دیدگاه جناب عالی در خصوص نمایشگاههای تخصصی چیست ؟

نمایشگاههای خارجی و تخصصی اثر گذار هستند اما متأسفانه در کشور ما نمایشگاه به آن مفهوم واقعی جا نیافتاده است و نمایشگاه در ایران یک شو محسوب می شود که تولیدکنندگان برای بازارهای داخلی تبلیغات انجام می دهند. اما هدف از نمایشگاه فراتر از اینهاست و تخصصی تر است. نمایشگاه باید جایگاه افرادی باشد که برای مذاکره، آشنایی و ارتباط و تجارت می آیند و فقط نباید برای تبلیغات انجام شود. نمایشگاههای داخلی که تشکیل می شود با کیفیت و استاندارد نیستند و هزینه اجاره غرفه از هزینه نمایشگاههای خارج از ایران با آن خدمات و استانداردها بالاتر است. حوزه صدا و سیما هم کمی انحصاری است و اجازه نمی دهند که به دلیل بحثهای سیاسی جاهای دیگر تبلیغ صورت بگیرد. بعنوان مثال هزینه و تعرفه تبلیغ در کانال ZDF آلمان که پر بیننده است از هزینه صدا و سیماي خودمان کمتر است. بنابراین باید این انحصار شکسته شود .

- بعد از برجام و دوران پساتحریم آیا بازار روی خوشی به تولیدکنندگان نشان داده است؟

بله اما خیلی محسوس نیست. جیتی که ما میرفتیم یک جهت صعودی بود که جلوی آن گرفته شد، هرچند رشد و بهبود کندی دارد. برداشتن یک شبه تحریم امکانپذیر نیست اما اینکه رو به بهبود است باعث احیای امیدها شده و مثبت است. در حال حاضر ایران هراسی بهبود یافته و خارجیها به ایران سفر کرده و با چشم خود واقعیات را مشاهده کرده و به قدرت کشورمان در زمینه های مختلف پی می برند.

- چه توصیه ای به جوانان دارید ؟

توصیه می کنم که خودشان و توانمندیهایشان را قبول کنند و در حد آن باوری که ایجاد می شود خیلی کارها می توانند انجام دهند. حتماً هم نیازمند سرمایه ی زیاد برای شروع کار نیست بلکه از همه مهمتر اینست که خودشان را باور و هدفگذاری کنند و برای رسیدن به هدف خودشان تلاش کنند.