

مشروح میزگرد نشریه صنعت غذا با حضور صاحبین صنایع غذایی با رویکرد صادرات مواد غذایی



این شماره از نشریه به بحث صادرات صنایع غذایی، در شرایط کنونی بعد از برجام و پساتحریم، اختصاص داده شده است. به همین منظور و در راستای هدف رسانه‌ای این نشریه، میزگردی با حضور تنی چند از صاحبین صنایع غذایی کشور ترتیب داده شد تا بلکه مشکلات موجود و راه‌حل‌های پیشنهادی صنعتگران به مسئولین امر و همکاران بخش خصوصی ارائه شود. این نشریه آمادگی دارد به عنوان صدای بخش خصوصی مطالب و پیشنهادات ارائه شده را به ارگانهای مرتبط برساند.

به گزارش اگرو فودنیوز، این میزگرد با حضور آقایان دکتر کرمانشاهی معاون کل سابق سازمان توسعه تجارت و مدیرعامل کنونی شرکت توسعه تجارت امید کارآفرین، مهندس احمد فتح الهی نایب رئیس انجمن علوم و صنایع غذایی ایران و موسس شرکت سبزی ایران، مهندس منصور ناصری ریاست هیئت مدیره شرکت حلوائ عقاب، رامین فتاحیان مدیرعامل هولدینگ پگاه کدبانو، امیر نیکزاد مدیر تبلیغات شرکت کاله، مهندس محمدعلی اسدی مدیر بازرگانی خارجی شرکت توسعه تجارت امید کارآفرین، مهندس امیرسامان اسکندری مدیرعامل باشگاه صنایع غذایی آریا، دکتر مجید افلاکی دبیر انجمن صنفی فرآورده های گوشتی ایران، کامرانی مدیرعامل شرکت بهفام، دکتر لطیف صفری مدیرعامل شرکت لبنیات بهار دالاهو (مانیزان)، علی بهزاد عضو شورای

سیاست‌گذاری مجله صنعت غذا، بهمن بهمنیار مدیر عامل شرکت آرد دره شهر و خانم‌ها نسیم قدری مدیر فروش شرکت یک و یک، امیری مدیر صادرات شرکت سمیه برگزار گردید.

چکیده‌ای از مباحث مطرح شده در این جلسه را تقدیم حضورتان می‌کنیم:

دکتر کرمانشاهی :



در حال حاضر متأسفانه وضعیت صادرات کل کشور مطلوب نیست، صادرات نفت در کانال ۲۰ دلار است و وضعیت مناسبی ندارد با توجه به اینکه یک کالای سیاسی است. لذا موتور محرک اقتصاد کشور توسعه صادرات غیرنفتی است. تا به الان هم حوزه صادرات غیرنفتی از سالهای گذشته

خوب عمل کرده است. در دهه ۷۰ که بنده معاون سازمان توسعه صادرات بودم ارزش صادرات غیرنفتی ۳ میلیارد دلار بود که به ۵ میلیارد دلار هم رسید که از این میزان ۵/۱ میلیارد دلار از صادرات فرش دستباف بود. این درحالی است که در ابتدای انقلاب میزان کل صادرات غیرنفتی ۳۰۰ میلیون دلار بود و در مقابل ۱۵ میلیارد دلار واردات داشتیم که نسبت ۱ به ۳۰ را در برداشت. سال گذشته صادرات غیرنفتی به ۴۹ میلیارد دلار رسید و واردات به ۵۲ میلیارد دلار (یعنی میزان صادرات غیرنفتی و واردات به هم نزدیک شده است) که این خواست ماست که قدم بعدی تفوق تراز تجاری کشور بدون احتساب نفت باشد. از این صادرات غیرنفتی ۱۰ الی ۱۲ میلیارد دلار از صادرات میعانات گازی است که از سال ۱۳۸۳ آغاز شده، حدود ۱۴ میلیارد دلار مختص به پتروشیمی بوده و به طور مشخص صادرات صنعت غذا در سال گذشته ۳/۲ میلیارد دلار بوده که برای سال ۹۴، ۳ میلیارد دلار هدفگذاری شده است. هدفگذاری راهبردی بیش از این آمار است ولی بخاطر تحریم‌های بانکی، بیمه و... باعث زمین‌گیر شدن صادرات شد که با اتفاقات جدید فضا خیلی بهتر شده است. به هر صورت باید با دنیا تعامل کرد. رئیس جمهوری با هیئت ۱۰۰ نفره به رم و پاریس رفتند که بخش اعظم آن را بخش خصوصی تشکیل دادند. در سالهای قبل شعار خصوصی سازی داده می‌شد، امیدواریم که دولت تنها سیاستگذاری کند و تصدی‌گری را به

بخش خصوصی و تشکلهای بسیار. اگر این اتفاقات بیافتد خیلی از مشکلات حل می شود. در خصوص توانایی صنعت غذا نسبت به دهه ۷۰ اتفاقات خوبی افتاده و نمونه بارز آن برگزاری نمایشگاههای بینالمللی نظیر ایران آگرو فود، اعزام هیئتهای تجاری، کیفیت بسته بندی محصولات، برندسازی حوزه های است که باعث ارزآوری، ارزش افزوده، اشتغال و باعث شور و نشاط در تولید میشوند. پشتوانه صادرات، تولید است که متأسفانه مشکل کنونی تولید نقدینگی است که بانکها برای حوزه اقتصاد ایجاد کرده اند. تسهیلاتی که بانکها ۱۰ درصد منابع و تسهیلات بانکها باید به صادرات غیرنفتی اختصاص یابد که تاکنون ۲-۳ درصد به تولید داده اند. درصد سود این تسهیلات ۲۸ تا ۳۴ درصد است که بسیارگران بوده و به صرفه نیست. کارهایی است که خود شرکتها بستگی به سیاستهای داخلی اشان مثل شرکت در نمایشگاهها، حضور در هیئتهای تجاری بایستی انجام دهند. بازارهای هدف پیرامونی، کشورهای همسایه، عراق، افغانستان، سوریه الان با چالش روبرو هستند و اگر توجه نشود، فرصتها یکی بعد از دیگری از دست میروند مثل بازار روسیه با توجه به مسائلی که بین روسیه و ترکیه افتاد. اگر شعار بدهیم به جایی نمی رسیم، الان ۲-۳ شرکت بدون توجه به دولت با برنامه ریزی و اقدام مناسب توانستند بازارهای صادراتی خوبی داشته باشند. بنابراین نباید تنها منتظر دولت بود. جدیداً آمار ۱۰ ماهه و ۹ ماهه صادرات در سال ۹۴ منتشر شده که در ۹ ماهه ۱۱ درصد و در ۱۰ ماهه ۱۵ درصد کاهش داشتیم که این در ۱۰ سال اخیر بی سابقه بوده و بعد از چندین سال آمار صعودی، اولین سال است که این افت نمودار شد.

مهندس احمد فتح الهی (رئیس هیات مدیره سبز ان) :



دکتر کرمانشاهی کلیات را گفتند. به نظر بنده مسئله صادرات به زیرساختها برمیگردد که این امر با برنامه ریزی دقیق میسر میشود. میبایست با انجمن علوم و صنایع غذایی ایران و سایر تشکلهای در حوزه صنعت غذا، مسائل و مشکلات

را به همراه برنامه و

پیشنهادهای انعکاس دهیم. چنین جلساتی ماهانه در قالب یک کارگروه ادامه یابد و پیشنهادهای بخش خصوصی به اطلاع دولتها برسد. دولت یازدهم تعامل بیشتری با بخش خصوصی انجام داده که نمونه آن تفاهنامه بین انجمن علوم و صنایع غذایی و وزارت بهداشت بود. پس باید زیرساختها درست شود بعنوان مثال در بخش کشاورزی که پایه تولید در صنعت غذاست. دلیل این سه مشکل بایستی بررسی و رفع شود :

- ۱- قیمت تمام شده محصولات نسبت به خارج از کشور بالاست.

- ۲- برداشت در کشت پایین است.

- ۳- مصرف آب بسیار بالاست .

کشت باید مکانیزه شود. راه حل مشکلات در زیرساختها را کاملاً به صورت علمی و با برنامه به دولت ارائه دهیم. عملکرد دولت قابل انتقاد است، در کشورهای دیگر تسهیلات به تولیدکننده با سود نهایت ۴ درصد است نه ۲۸-۳۰ درصد. این تولید را نابود میکند.

نکته بعدی که در شرایط پساتحریم بوجود آمده حضور خارجیها و سرمایه گذاری خارجی است، ما از این موضوع استقبال میکنیم و با تولیدکننده داخلی مشارکت کنند منتها مثل همان کاری که در صنایع خودروسازی میشود در صنعت غذا انجام شود و این دغدغه که اگر خارجیها بیايند صنایع داخلی از بین میرود، وجود نخواهد داشت. درکل برای صادرات برنامه ریزی نشود موفق نمیشویم، مصرف سرانه کشور مشخص است مثلاً در تولید رب گوجه مصرف رب در یک خانواده هیچگاه از ۲ کیلوگرم به ۳ کیلوگرم نمیرسد، چون مصرف بیشتر این ماده باعث تغییر در طعم و مزه غذا میشود لذا باید این برنامه ریزی انجام شود که بعد از تامین نیاز داخلی این مازاد تولید به نحو مطلوبی صادرات شود و تولید نقش زیاد در ارزآوری داشته باشد.

باید سعی شود قیمت نهایی محصول پایین باشد که در بازارهای رقابتی بتوان از سایر رقبا پیشی بگیریم مثل کاری که برای سال آینده شده و مالیات بر ارزش افزوده ثابت باقی مانده است.

رامین فتاحیان (مدیرعامل هلدینگ پگاه از شرکت دلپذیر) :



بدون تعارف بگویم هدف اینست که قدم برداشته شود، پیشنهاد اینست که صحبتها را به گوش مسئولین امر برسانیم که این یک قدم است و نکته بعد این است که بسوی راهکارهای اجرایی برویم. از دولت توقعی نداریم که در جذب سرمایه خارجی کمک کند. این در هیچ جای

دنیا مرسوم نیست. دولت باید بستر را فراهم کند. ما آمادگی این را داریم که با هر شرکت بین‌المللی در سطوح خیلی بزرگ کار کند، شراکت کنیم در مورد صادرات یک مقایسه بین ایران و ترکیه کنیم. ترکیه چقدر صادر می‌کند و ما چقدر؟ روندها از نظر حجمی و ریالی چطور بوده است؟ دوباره چرخ را اختراع نکنیم. الگو پیدا کنیم و آیین‌نامه‌ای ایجاد کنیم در قالب دستورالعمل پیشنهادی. در حال حاضر کار کردن در ایران به دلایل زیاد تعرفه‌ای سخت است چه برسد به اینکه صادرات کنیم. ولی اکنون شرایط استثنایی و ژئوپولتیکی داریم :

- ۱- قطع شدن دست ترکیه از بازار روسیه
- ۲- پافشاری ایران و تبدیل شدن به قانون که هیچ کالایی از راه ایران به سمت روسیه حرکت نکند.
- ۳- موقعیتی که ما داریم که به عنوان کشور ایران دوباره پس از مدتها وارد بازار جهانی می‌شویم.

اما آیا بستر فراهم است؟ خیر. آیا به عنوان مثال ما این پتانسیل را داریم که وقتی درهای آسیای میانه باز شد، دوباره اتفاق بیافتد؟ یک هماهنگی بین خودمان است، هر کسی با هر کیفیتی وارد جنگ قیمت نشود و برندسازی برای محصول ایرانی یکی از اهدافی است که ما باید پرچمدار آن باشیم.

نکته دیگر این است، بخش خصوصی برای صادرات، موش آزمایشگاهی نشود. اگر قرار است مسایل به گوش مسئولین برسد دردی دوا نمی‌شود. اگر می‌خواهیم تغییر ایجاد شود، باید آستین بالا زد. کارگروه تشکیل شود و نقش هر شخص مشخص باشد. در غیراین صورت میزگردها برگزار و مطالب هم منتشر می‌شود ولی بازهم فرصت از دست می‌رود، برند ایرانی از بین

میرود. مثلاً بنده به عنوان دلپذیر (برند خارجی بزمن) و یک گوشه بزمن دلپذیر و با اسم مخفف IRI که کسی نفهمد برای ایران است که بتوان در بازار جهانی رقابت کنیم. وقت شعار تمام شده، وقت آن است عمل کنیم .

خانم امیری (مدیرصادرات شرکت سمیه)



من با صحبت‌های جناب فتاحیان موافقم و بخشی از صحبت‌هایم در همین زمینه بود. شرکتها مشکلات مشابهی دارند. ما نامه ای را به گمرک تهیه کردیم ولی دوستان دیگر حتی حاضر به امضای این نامه نشدند. حضور نماینده ای از این دستگاهها در جلسات خصوصی می تواند راهگشا باشد.

مهندس منصور ناصری (از حلوای عقاب)



فرمایش دوستان درست است، زیربنا غلط است. با ۲-۳ کانتینر تولید راه به جایی نمی‌بریم. چنین جلساتی، معارفه است. باید تصمیم‌گیری شود. ۱۰ برند بزرگ داخل کشور را انتخاب کنیم. چون اگر غیر از این باشد همان اتفاقی می‌افتد که اوایل انقلاب افتاد و شرکتهای

ترکیه از ما پیشی گرفتند و کالاها مرجوع شد و ترکیه بهره آن را برد. بنابراین ما باید ۱۰-۱۵ کارخانه که در داخل کشورمان برند هستند و ظرفیت تولید و محصولات با کیفیت دارند را برای صادرات به کشورها معرفی کنیم و شرکتهایی که ظرفیت پایین دارند مثلاً با ۱۰ تن ظرفیت کار می‌کنند در بازار داخلی فعال باشند و نیازی هم به صادرات ندارند. زمانی جلساتی با کمیسیون صادرات اتاق داشتیم و به پیشنهاد آقای خاموشی شرکت صادراتی تاسیس کردیم ولی به نتیجه نرسیدیم. در آمارها بزرگنمایی نکنیم. بنده آمارهای اعلام شده صادراتی را قبول ندارم ما در صنعت غذا ۳ میلیارد دلار صادرات نداریم. اگر می‌بینید برخی از شرکتها مثل کاله در بازار عراق موفقند بخاطر داشتن شرکت پخش در همان کشور است، البته صادرات فقط عراق نیست چراکه اگر کارخانجات لبنی عراق راه بیافتند، آیا بازهم می‌توان به این کشور صادر کرد؟ شرکتهای صنایع غذایی ما با این ظرفیت تولید قادر به صادرات نیستند و برای این امر می‌بایست یک شیفت در تولید اضافه کنند.

متأسفانه اطلاعات وزارت کشاورزی پایین است، سال گذشته اعلام شد که ۸۰ هزار تن کنجد صادر کردیم این درحالیست که در کشور ۱۸ هزار تن کنجد بیشتر تولید نشده است.

پیشنهاد بنده این است که کمیسیون صادرات تشکیل شود و شرکتهای برند پیشنهادات لازم را بدهند و دو مدیر خوب برای پیگیری از دولت برای این امور گذاشته شود. جلسات باید با راس هرم باشد در غیر این صورت مدیران کل وزارتخانه ها قادر به تصمیم‌گیری و سیاستگذاری نیستند.

این بحثها را باید آنقدر گفت و در نشریات و مطبوعات منعکس شود. اگر هرکدام از تولیدکنندگان کنار بکشند، خیانت به تولید است.

دولت کاری برای تولیدکننده نمی‌تواند بکند چون سرش بیش از حد شلوغ است. تنها انتظار این است که در پروتکل‌هایی که با کشورهای همسایه می‌بندد به مسئله صادرات در بخش کشاورزی و صنعت غذا توجه داشته باشد.

در حال حاضر اروپا کالاهای ترکیه را با ۲۵ درصد زیر تعرفه قبول می‌کند که ما نمی‌توانیم آن ۲۵ درصد را حذف کنیم. حالا هرچقدر هم ارزانتر بدهیم باز به آن ۲۵ درصد نمی‌رسد.

چند سال پیش با مدیرعامل بانک کشاورزی جلسه داشتیم و عنوان کردیم کدام صنعت ۲۰ درصد سود دارد که بتواند ۵ ساله تسهیلات را بازپرداخت کند. تمام تسهیلات به صنعت می‌بایست لااقل ۱۵ ساله باشد که جواب دهد. به نظرم آمار سال گذشته در مورد صادرات لبنیات که ۶۴۲ میلیون دلار بوده نادرست است. نباید آمار اشتباه به مردم اعلام کنیم. به عنوان مثال یکی از تولیدکنندگان رب ما سال گذشته ۵۰ میلیون دلار صادرات داشته که آنهم دلیل دارد چون از ایران صادر نکرده و یک شریک در دوبی دارد و از آنجا صادر کرده است.

فتاحیان :

باید از جایگاهی با مسئولین صحبت کرد تا جواب دهند. به عنوان مثال ما در جایگاه انجمن واردکنندگان و مجمع عالی واردات با آقایان نامه‌نگاری می‌کنیم و آنها نمیتوانند پاسخ ندهند. لذا وزن کسانی که موضوع را به دولت اعلام می‌کنند باید بالا باشد. باید کسانی که صادرات بالا و نگاه استراتژیک دارند وارد صحنه شوند.

دکتر مجید افلاکی:



افرادی مثل غلامعلی سلیمانی بارها گفتند و نوشتند ولی در دهه هشتاد چه نتیجه‌ای گرفتند؟ مسائل دیگر اینست صحبت از شعار دادن در سطح اقتصاد دولتی است، از اینکه زیربناها اشکال دارد، اطلاعات و آمار اشتباه و دروغ است. این موارد همگی درست است.

در دهه ۷۰ دکتر حسینی معاون وزیر صنایع بودند که بنده هم در بانک

مرکزی جلسه‌ای داشتیم. مسایلی مطرح شد که اگر در کشور اقتصاد دولتی داریم، حداقل اطلاعاتی که وارد سیستم دولتی می‌شود را تصحیح کنیم. آمار و اطلاعاتی که سنگ بنای اولیه برنامه‌ریزی در کشور است و به صادرات و واردات و یا بسیاری از متغیرهای دیگر کلان اقتصاد برمی‌گردد.

آقای فتاحیان مطلبی گفتند، متأسفانه برآوردهای متغیر کلان اقتصاد از بالا به پایین نیست، دولتهای سیاسی در کشور می‌گویند رشد اقتصادی در کشور باید ۸ درصد باشد، زیربنایش را بچینید بیاید بالا. واقعاً به چه نتیجه‌ای می‌خواهیم برسیم؟؟ اگر رشد ۸ درصدی می‌خواهیم نمیشود یک دوره ۲ درصد و دوره دیگر ۵ درصد رشد داشته باشیم. دلایل آن اشتباه محاسبات عمدی یا غیرعمد در مبانی اطلاعات داخل کشور است. سال ۹۳ نرخ رشد اقتصادی بانک مرکزی و مرکز آمار ۶ یا ۵/۶ درصد اعلام شده، بعد متوجه می‌شویم ۲/۶- است که خیلی متفاوت است.

صادرات یک دلاری در کشور نیازمند سرمایه‌گذاری و فکر یک دلاری است و به این راحتی امکانپذیر نیست. شعار ندهیم که سال بعد نرخ رشد ۵ تا ۶ درصد است. تا بحال کدام پیش‌بینی محقق شده است؟ هریک درصد رشد اقتصادی در چارچوب اقتصاد کلان ما نیاز به ۱۰ تا ۱۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی در کشور دارد. برای ۵ - ۶ سال آینده احتمال قوی درآمد نفتی که جذب سرمایه‌گذاری می‌شود بیش از ۷ تا ۸ میلیارد در سال نخواهد بود. اگر هزینه تولید هر بشکه را نیز از آن کم کنیم از این مقدار نیز بسیار کمتر می‌شود در نتیجه اعداد و ارقامی که عنوان می‌شود ۵۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی داریم، اولاً میعان‌ات گازی همان نفت سبک است که باید از آن کم کنیم به این می‌رسیم که مبلغ ناچیزی است. توصیه من ابتدا این است واقعاً تصمیمی گرفته شود که وضعیت اقتصاد را نجات دهد و نیاز به کار خیلی طولانی دارد. شرایطی که امروز در کشور ما در همه متغیرهای اقتصادی مشاهده می‌شود روی نرخ رشد تولید ناخالص داخلی ((GDP به قیمت‌های ثابت که افت دارد که آنچه صندوق بین‌المللی پول و یا بانک جهانی می‌گوید مشروط است.

نکته دیگر این است که باید در مسایل استراتژیک و زیربناهای داخلی فکر کنیم و ببینیم چه باید بکنیم؟ دروغ بگوییم؟ آنقدر بزرگنمایی کنیم که اروپایی‌ها یا کشورهایی که به آنها صادر می‌کنیم حرف ما را نپذیرند و بگویند سابقه شما چیز دیگری نشان می‌دهد.

اقتصاد از دو بخش تشکیل شده است. یک بخش آن تولید کالا و فرصت است و بخش دیگر، بخش مالی، پولی و اقتصاد است. با ضریب R-squared 98 و درصد، در کشور هیچ هماهنگی با هم ندارد. چطور می‌شود؟ در بحث

صادرات صنایع غذایی دولت می‌باید سیاستگذار باشد. با نگاهی به سوابق و آمار ۵ سال گذشته این امر کار سختی برای دولت نیست. در کل می‌بایست با خودمان صادق باشیم. ما امکانات صادرات بخش کشاورزی را داریم، اما آن نیمه پولی و مالی کشور که باید حمایت از بخش تولید در جهت رقابت برای صادرات را داشت باشد، ندارد. پیشنهاد کمیته‌ها، گروه‌ها ۹۹ درصد راه به جایی نمی‌برد و بالاخره یک جا باید قدمی برداشت.

آیا باید ظرف ۲۰-۱۰ سال آینده مهاجرت کنیم؟ الان استان سیستان و کرمان را نگاه کنید، یکی ۱۲ درصد و دیگری ۱۱ درصد از مساحت کشور را دارد چرا باید تنها ۸۶۰ هزار نفر در استان سیستان باقی مانده باشند؟ حرکت جمعیتی باعث می‌شود بسیاری از متغیرهای کلان واردات و صادرات زیر سؤال برود. مردم بیشتر فکر آب و نان هستند اینکه روز را به شب برسانند.

چاره اینجاست افرادی مثل دکتر کرمانشاهی که در بخش دولتی هم بوده اند، می‌توانند موثر واقع شوند، می‌توانند چارچوب حداقل نظری که بشود براساس آن استراتژی نوشت. بدون برنامه که نمی‌شود صادرات کرد. نمونه آن زمانی بود که در سفری که به عمان داشتم همه شرایط را برای صادرات فراورده‌های گوشتی آنجا مهیا دیدم، وقتی به ایران برگشتم یکی از تولیدکنندگان که از خادمان صنعت غذای کشور است را راضی کردیم که اینکار انجام شود. با تمام قولهایی که از طرف خودمان و کشتیرانی شده بود در موقع تحویل جنس در بندر با بدقولی شرکت کشتیرانی مواجه شدیم و اعلام کردند کشتی مورد نظر به افریقای جنوبی رفته و تا دو روز دیگر برمی‌گردد، خلاصه این زمان به بهانه نقص فنی کشتی و... انقدر طولانی شد تا چند کانتینر فراورده‌های گوشتی فاسد شد و ما هم بازار عمان که آماده خریداری محصول بود را از دست دادیم. این اتفاق به دلیل استراتژی نامشخص بود.

ما باید به این فکر بیافتیم چرا مالزی که سال ۱۹۵۷ استقلال یافته و بدون هیچ تمدنی با سابقه ۳۰۰۰ ساله یا ۶۰۰۰ ساله به اینجاریسیده است؟ چون نخست وزیر این کشور بجای شعارگرایی به سمت عمل گرایی رفت و ما نیز باید چنین کنیم.

مهندس ناصری :

در سال ۱۳۸۹ به پیشنهاد وزیر وقت بازرگانی، شرکتی تاسیس کردیم که ۵ نفر از متخصصین و کارفرینان سهام داشتند و قرار بود با حمایت وزارت بازرگانی در خصوص تامین کنگد کشور کاری صورت بگیرد اما سال ۸۳ با ۱۰۰ میلیون ضرر بسته شد، چون وزیر عوض شد و وزیر دیگر هم گفت نمی‌توانیم حمایت کنیم.



به نظر بنده حداقل امکانات در حمل و نقل و کشتیرانی موجود باشد نه اینکه بگویند یخچال برای نگهداری محصول را خود صادر کننده تامین کند.

بنده اخیراً در یکی از فروشگاه‌های تهران قند بلژیکی مشاهده کردم. این در صورتی است که ما الان در کشور قند مازاد تولیدی کارخانجات خودمان را داریم و چرا باید محصولی که با کیفیت مطلوب در کشور تولید می‌شود و به اندازه کافی و مازاد وجود دارد اجازه واردات داشته باشد. با شرایط کنونی ما هیچگاه نمی‌توانیم صادراتمان را به اندازه کشور ترکیه برسانیم. برخی از شرکت‌های بزرگ مثل کاله و پگاه زحمات زیادی داشتند که به اینجا رسیدند و خود شرکت‌ها نیز باید بتوانند با کوشش و برنامه‌ریزی به بازارهای همسایه راه یابند.

متأسفانه در حال حاضر قیمت تمام شده محصولات کشاورزی در کشور بسیار بالاست بعنوان مثال چگونه میتوان محصول پیاز با کیلویی ۳۰۰۰ تومان را بدون در نظر گرفتن هزینه های جانبی از جمله حمل و نقل و... صادر کرد؟

دکتر افلاکی :

هم اکنون در تبریز یک واحد تولیدی به نام آرتا که پوششهای فراورده های گوشتی را بصورت ۷ لایه تولید می‌کند و بسیار مجهز است و نظیر آن از نظر کیفی در هیچ کجای دنیا وجود ندارد، به خارج صادرات دارد اما این صادرات با بسته‌بندی‌های سفید و بدون هیچ آرم و لوگو است. اسپانیا این محصولات را خریداری و با لوگوی خود به سایر کشورهای دیگر صادر می‌کنند که متأسفانه این ضعف ماست چون بر

این باوریم که اگر این محصولات به نام ایران صادر شود در دنیا خریدار نخواهد داشت.

علی بهزاد :



به نظر من بخش خصوصی می‌بایست به خودباوری لازم برسد که توانایی صادرات را دارد برای اینکار سه نکته قابل توجه است:

۱- باید برنامه‌ریزی توسط شرکتها صورت گیرد.

۲- هرکاری به صورت علمی انجام شود.

۳- با دولت محکم و توانمند و با قدرت و البته نه معاندانه صحبت کند.

در جلسه‌ای که وزیر اسبق بازرگانی و معاون فعلی رئیس‌جمهور حضور داشت ایشان ۳۷ مورد از مشکلات بازرگانی را برمی‌شمردند. از ایشان پرسیدم شما که به مشکلات آگاهید چرا برای رفع آن اقدامی نمی‌کنید، ایشان گفت همه راه‌حل‌ها دست دولت نیست.

اکنون در هرکشوری برای صادرکنندگان خود موارد تشویقی در نظر می‌گیرند به عنوان مثال در کشور همسایه خودمان ترکیه، برای صادرکنندگان حتی فرزندان‌شان را از خدمت سربازی معاف می‌کنند ما هم می‌بایست از این موارد الگو بگیریم و مشوقهای صادراتی برای صادرکنندگان در نظر بگیریم.

دکتر کرمانشاهی :

خیلی خط و خط کشی بین دولت و بخش خصوصی نگذاریم. همه در یک قایق هستیم. به یاد دارم هیئتی به سرپرستی بنده از سازمان توسعه تجارت برای گفتگوهای تجاری و عقد قرارداد به برزیل رفتیم. جلسه‌ای با بخش خصوصی برزیل داشتیم. در آن زمان قیمت هر کیلو گوشت قرمز ۲ دلار بود. همچنین که برای واردات به توافق رسیدیم بعد از چند روز رئیس اتحادیه صادرکنندگان فراورده های گوشتی برزیل سراغ بنده آمد و گفت متأسفانه برخی از دوستان و بازرگانان ایرانی کاری کردند که قیمت گوشت ظرف چند روز به کیلویی ۷ دلار رسیده است. لذا ما نباید همه مسایل را متوجه دولت بدانیم.

در بخش خصوصی مگر چند شرکت بزرگ داریم. صادرات شعور می‌خواهد نه

شعار. در یک مناقصه که شرکت می‌کنیم متاسفانه برندهای بزرگمان هم رد صلاحیت می‌شوند. سازمان‌های توسعه‌ای ما یک رسالت دارند که از شرکتهای کوچک و متوسط حمایت کنند.

مطالب دوستان در بخش کشاورزی صحیح است. یکسال جهاد کشاورزی می‌گفت تولید زیاد است، یارانه بدهید که صادر شود. یکبار می‌گفت تولید کم است عوارض بگذارید که صادر نشود. (کمیسیون ماده یک). با این ترتیب نفوذ در بازارهای هدف مشکل است و استمرار آن سخت‌تر. در بازار عراق کلیه مرزها را دیدم تا آنجاییکه دیدم تولید کننده و صادرکننده‌ای از ایران نبود، ۹۰ شرکت از ترکیه آنجا فعال بودند و از ایران تنها یک شرکت بود آن هم به صورت محدود.

بازاریابی نوین به این صورت است که ابتدا بازاریابی صورت گیرد سپس تولید انجام شود. علم بازاریابی این مورد را ثابت کرده است. شکل تشکلهای اتاق بازرگانی ایران است. آقای جلال پور به عنوان رئیس اتاق این وظیفه را دارد تا تشکلهای را ملی، فراگیر و یکپارچه کند که آن هم‌افزایی صورت پذیرد. ما اعتقاد به کار گروهی نداریم در صورتیکه در دنیا برندهای بزرگ با هم ادغام می‌شوند و تولید یک برند جدید می‌کنند. ما شاید فکر کنیم در داخل برند بزرگ داریم ولی در خارج از ایران برند بین‌المللی نداریم. اگر به سایت اینتر برند مراجعه کنید ۲۰۰۰ میلیارد دلار ارزش ۱۰۰ برند جهانی به متوسط ارزش ۲۰ میلیارد دلار است. شرکتی مثل اپل ۱۵۷ میلیارد دلار و شرکتی هم هست با ارزش ۵ میلیارد دلار. ولی از کشور ما نه تنها در صد برند حضور ندارند بین هزار برند هم دیده نمی‌شوند.

اگر در یکی از سایتهای YPO و trips ثبت شویم به طور اتوماتیک می‌توانیم به یکصد کشور صادرات داشته باشیم.

متاسفانه به برخی از شرکتهای که توصیه می‌کنیم که برند را ثبت جهانی کنند فکر می‌کنند منظور ما ثبت علامت تجاری است و این موضوع هنوز در بسیاری از شرکتهای جا نیافتاده است.

به قول دوستان، برنامه ریزی نداریم. ما طرح آمایش سرزمین داریم ولی توجهی به آن نشده است. همچنین چشم انداز بیست ساله، سند ۲۰۲۰ و برنامه های ۵ ساله داریم ولی هر دولتی که می‌آید، همه قبلی‌ها را کنار زده و از ابتدا شروع می‌کنند. در صورتیکه ما باید برنامه محور باشیم و تنها برنامه در پایان هر سال پالایش و بازنگری شود. بحث سرمایه‌گذاری خارجی هم که برخی دوستان اشاره کردند نیز باید با برنامه‌ریزی صورت پذیرد. ظرف ۱۰ ماه گذشته ۱۵۰ هیئت از ۵۰ کشور مختلف برای بررسی و ارزیابی به کشورمان آمده‌اند. می‌خواهند بینند ایران چه خبر است؟ ایرانی که هر روز در صدر اخبار بوده است،

کجاست؟ تاکنون این کشورها اکثراً برای نفت، گاز، پتروشیمی و فولاد آمده‌اند. بایستی برای اینها نیز برنامه داشته باشیم. وزارت اقتصاد و اتاق ایران، سایت و کتابچه‌ای برای ارائه قوانین سرمایه‌گذاری و اولویتهای سرمایه‌گذاری در ایران تهیه کنند. اگر ما مشکل نقدینگی داریم چرا اینها نباید بیایند، البته اگر مشکل سرمایه‌گذاری داخلی حل نشود، سرمایه‌گذار خارجی با چشم بسته جایی نمیرود. همچنین ما مشکل مالیات داریم، هیچ کجای دنیا در زمان تحریم مالیات دو برابر نشده است. اما در ایران این واقعه رخ داد. در مورد ترکیه، آنها با برنامه جلو رفتند. در مورد آمارها در یکی از سفرهایی که داشتیم از سازمان توسعه تجارت، نماینده اتاق و یکی دیگر هر کدام یک آمار دادند که با دیگری متفاوت بود ولی در طرف مقابل یکی از ارگانها آمار داد که بقیه نیز به آن استناد می‌کردند. ما نیز باید به آمار گمرک کشور استناد کنیم زیرا اظهارنامه صادرات در اختیار گمرک است. در سازمان توسعه تجارت نیز به آمار گمرک استناد می‌شود.

سال گذشته ۵۰ میلیارد صادرات داشتیم که از این میزان ۱۰ تا ۱۲ میلیارد میعانات گازی، ۱۴ میلیارد پتروشیمی، ۱۰ تا ۱۵ میلیارد دلار صادرات فولاد و خودروسازی داشته اند، رب گوجه روژین تاک نیز ۵۰ میلیون دلار که نصف خودرو سازی بوده در آمد داشته است ولی ما برای رب چه کردیم؟

در دنیا تشکلهای از دولت سهم خواهی میکنند. به یاد دارم در آلمان دولت بخاطر پافشاری تشکلی استعفا کرد. تشکلهای باید محکم و صریح باشند. تشکل ملی تشکیل شود نه اینکه هر تشکل بخاطر سود خود منافع ملی را زیر سؤال ببرد.

دکتر افلاکی :

اگر اقتصاد را ۱۰۰۰ دانه زنجیر در نظر بگیریم تک تک دانه ها به هم ارتباط پیدا میکنند. هر دانه تکان بخورد روی بقیه نیز تاثیرگذار است. اینکه تشکلهای تا چه حد میتواند به دولت فشار بیاورد و باید بیاورند در جهت تشکل ملی موافقم.

ترکیه در سال ۱۹۷۱ مهمترین گام را از تغییر و تحول در پایه پولی کشور شروع کرد زمانیکه هر دلار ۱۵ میلیون لیر ترکیه بود چیزی که الان در کونگو اوگاندا است.

هرتشکلی ایجاد شود، هدف همیش اینست که دولت در جهت منافع ملی کشور و هماهنگ شدن تمام متغیرها با یکدیگر، تحت فشار قرار گیرد. صادرات هدف نهایی خوبی است و روی زندگی تک تک ملت تاثیرگذار است. امیدواریم منافع ملی مورد توجه مسئولین قرار گیرد که انشالله هم

میگیرد. این نوع گردهمایی‌ها هم در قالب میزگرد از زبان تولیدکننده ملی و صادرکننده ملی خریدار دارد و چکیده ای از آن برای آقای نعمت زاده رییس شورای عالی صادرات کشور هم هستند، ارسال شود. مصوبات آن شورا به منزله مصوبه هیئت وزیران است و تمام وزرای اقتصادی دولت نیز عضو این شورا هستند.

نسیم قدری (مدیر فروش یک و یک) :



بسیار خوشحال هستم و افتخار میکنم که در حضور شما بزرگان و افراد موفق و فرهیخته هستم.

من بسیار استفاده کردم از صحبت های شما عزیزان و تایید میکنم صحبت های همه حضار را...

زیرساختها باید درست شود، دولت همکاری کند، حمل و نقل کشور اصلاح شود

و فعال عمل کند، تسهیلات و وام داده شود، برنامه و هدف داشته باشیم، بازارهای هدف شناخته شود، آمار و ارقام صحیح باشد و دروغ نباشد و ... تمام این صحبت ها درست ولی به نظر بنده اول از همه ما باید خودمان به خودمان رحم کنیم و اول از همه خودمان را اصلاح کنیم وقتی تولید کنندگان برای اینکه صرفا فروش داشته باشند کیفیت محصول را فدای قیمت میکنند و بازار هدف را خراب میکنند و ذهنیت مردم آن کشور را خراب می کنند دیگر بازار هدف ایران را با نام بد می شناسند و برندی مثل یک و یک هم دیگر نمی تواند به بازار هدف وارد شوند.

یک و یک هنوز در روسیه و عراق و افغانستان نتوانسته خوب کار کند بدلیل اینکه کیفیت را فدای قیمت نکرده است و در حال حاضر هم فقط در اروپا، استرالیا، کانادا، کویت و قطر خوب می تواند کار کند بدلیل اینکه هنوز برندهای دیگر وارد نشدن در آن کشورها و بازار را خراب نکردند و هم اینکه برای آن کشورها قیمت مهم نیست کیفیت مهم است.

ما مورد داشتیم تمام مشتری های که از ما قیمت گرفتند برای روسیه از ما خرید نکردند به علت قیمت و از ما درخواست داشتند که کیفیت

را پایین بیاریم ولی خط تولید ما این اجازه را نداده و مشتری من بدلیل قیمت پایین تر از شرکت دیگری خرید کرده است و جنس را فرستاده و روسیه اصلاً اجازه ورود نداده گفته تمام موادی که توی محصولات برند دیگر بکار رفته برای بدن انسان سم و مضر می باشد و مجدداً برگشته تا از من خرید کند که دیگر نه ما محصول داشتیم و نه فصل برداشت آن محصول بوده در نتیجه هم فصل فروش تمام شده هم من مشتری را از دست دادم و هم بازار هدف خراب شده است.

وقتی لبنیات صادر می کنیم برای عراق و همه بر میگردد، وقتی مرغ میفرستند برای روسیه و استانداردهای لازم را ندارد و پر از موادی هست که خود روسیه اعلام می کند برای بدن انسان مضر هست و معدوم میکند سبزی خشک می فرستیم پر از سنگ و خاک و... این چه صادراتی است وقتی ما تولیدمان مشکل دارد!!!

پس به نظر من اول باید تولید را درست کنیم بعد بدنبال صادرات به کشورهای همسایه باشیم.

دکتر لطیف صفری (رئیس هیئت مدیره شرکت ما نیزان) :



مشکل اصلی صادرات بی برنامه‌گی است. مخصوصاً در دولتهای نهم و دهم به اوج خود رسید که امیدواریم تکرار نشود. سه نکته وجود دارد اول اینکه در برنامه هدفمندی یارانه ها چیزهایی که ارزشمند بود مقرر بود ۳۰ درصد یارانه به تولید اختصاص یابد (تبصره ۸). این در حالست که بعد از گذشت ۴ سال این اتفاق نیافتاده است. سازمان حمایت از مصرف کننده و تولیدکننده اصلاً توجهی به منافع تولیدکنندگان ندارد و بر این باور نیست که اگر تولیدکننده حمایت شود، جنس با کیفیت تر و ارزانتر در اختیار مصرف کننده قرار می دهد. دولت باید قانون را

اجرا کند و ۳۰ درصد یارانه بخش تولید را پرداخت کند. تا تولید حمایت نشود، صادرات حمایت نشود به هیچ وجه به بازارهای کیفیتی جهان راه پیدا نمی‌کنیم. نکته دوم این است که همه کشورها مشوق صادراتی دارند. قرار بود ۳ درصد جایزه صادراتی هم در ایران پرداخت شود و مطمئناً خیلی‌ها طلبکارند. سال ۹۱ گمرک اعلام کرد از صادرات ۳۰ درصد عوارض بگیرند برای همین خیلی‌ها صادراتشان را قطع کردند. آن عوارض بعدها به ۷ درصد و ۵ درصد رسید. مگر صادرات چقدر سود دارد که ۳۰ درصد آن عوارض باشد؟ نکته آخر، خیلی از شرکتها که به عبارتی وابسته به دولت هستند و از سرمایه ملی استفاده می‌کنند، در بخش صادرات نیز برای رقابت با بخش خصوصی حاضرند متضرر شوند (چون از جیب شخصی خرج نمی‌کنند) و محصولشان را ۲۰ درصد ارزانتر از آن چیز که در بازار داخل است به بازگانان خارجی دهند.

بهمن بهمنیار (مدیرعامل شرکت آرد دره شهر) :



بنده با عرض ادب و تشکر از راهنماییهای اساتید صاحب فن و تجربه عرض می‌کنم که قبل از همه ما باید از دستورات مقام معظم رهبری در اقتصاد مقاومتی استفاده کنیم و کسانی را که در این راستا ایجاد مشکل می‌کنند، شناسایی شوند و این عمل در راستای منافع ملی باشد. در زمینه صادرات و افزایش کیفیت حتماً نباید ماده اولیه داخلی باشد و اگر صرفه و منافع مادی باشد تهیه ماده اولیه خارجی لازمه یک صادرات با کیفیت هست. در مورد مشکلات و بروکراسی حاکم در گمرک ایران آنها را به یاد گرفتن مراحل تسهیل صادرات گمرکی از کشورهای

دوست و همسایه بکنیم تا هرچه زودتر صادرات غیر نفتی رشد کرده ارزآوری شروع شده و اشتغالزایی واقعی صورت پذیرد، و باید به یک نکته توجه شود که مراحل آماده‌سازی مدارک واردات و صادرات در همان ساختمان گمرک حل شود و پیشنهاد حقیر به گروه دانشمند صنعت غذا اینست که در جهت پیشبرد و تسهیل کارها ما دو هدف دنبال کنیم ۱- هدف کوتاه مدت، ۲ - هدف بلند مدت که میتوان در هدف کوتاه مدت با بکار گیری نیروهای باتجربه و توانمند گمرک، دارایی، تامین اجتماعی و سازمان های ذیربط حرکت و شتاب اولیه بکار داده شود و در مراحل بعدی با تثبیت موقعیت وارد مذاکرات با دولت از موضع قدرت شد. با توجه به مسائل بین‌المللی الان صادرات آرد خیلی استراتژیک و ارز آور هست که امیدوارم که مسئولین زودتر بجنبند و تسهیلات ویژه جهت تسهیل صادرات اخذ کنند تا هم ارزآوری صورت پذیرد و هم اشتغالزایی مضاعف و هم رضایتمندی عمومی بدلیل درآمدزایی خانواده ها.











صنعت غذا

سنگر صنعت

نشریه خبری، تحلیلی و صنایع غذایی - اسفند ماه ۱۳۹۴ - شماره ۷۴ - قیمت ۲۵۰۰ تومان



شخصیت
صنعت غذای سال ۹۳
احمد صادقیان



شخصیت
صنعت غذای سال ۹۳



شخصیت
صنعت غذای سال ۹۱



شخصیت
صنعت غذای سال ۹۰



شخصیت
صنعت غذای سال ۸۹

● میزگرد با موضوع صادرات صنایع غذایی پس از برجام

● گفتگو با علی شریعتی مقدم

مؤسس گروه بین المللی نوین زعفران

● گفتگو با شهرام فخار

مدیرعامل مجموعه رستورانهای پدر خوب

● اخبار ویژه صادرات

صادرات
صنایع غذایی
پس از برجام



نوشابه های گاز دار
تحت لیسانس کمپانی کوکاکولا
محصولی از شرکت های خوشگوار (تهران مشهد آذربایجان)



تهیه و تنظیم: فاطمه کاشانی