

پتانسیل‌های صادراتی صنعت ساخت ماشین‌آلات صنایع غذایی کشور



صنعت ساخت ماشین‌آلات صنایع غذایی به عنوان یک صنعت زیربنایی و سازنده، با توجه به ارتباط با تغذیه و سلامت جامعه از اهمیت دو چندانی برخوردار است که این موضوع هم از لحاظ تولید داخل و هم از لحاظ صادرات به عنوان بزرگ‌ترین فرصت برای فعالان این صنعت محسوب می‌شود تا با تجهیز خود به فناوری‌های نوین و قابل رقابت با محصولات خارجی، علاوه بر تامین نیاز داخل، زمینه توسعه صادرات و ارزآوری برای کشور را نیز فراهم آورند.

به گزارش آگرو فود نیوز به نقل از سازمان توسعه تجارت ایران، غلامرضا یعقوبی، رئیس گروه صنایع خودرو و ماشین‌آلات صنعتی سازمان، در یادداشتی در این زمینه نوشت:

در حال حاضر، ظرفیت تولید اسمی صنعت ماشین‌آلات صنایع غذایی در کشور، حدود ۵ هزار تن است که با توجه به تنوع محصولات در این صنعت، حدود ۳۵ تا ۴۰ درصد ظرفیت خالی در کشور وجود دارد.

این در حالی است که میزان صادرات این محصول در سال ۹۷، بالغ بر ۵۶ میلیون دلار و در ۱۰ ماهه ۹۸ نیز حدود ۵۰ میلیون دلار و عمدتاً به کشورهای عراق، افغانستان، بولیوی، سوریه، ترکیه و ترکمنستان بوده و واردات آن نیز طی سال ۹۷، حدود ۹۲۱ میلیون دلار و در ۱۰ ماهه ۹۸ نیز حدود ۷۲۷ میلیون دلار و عمدتاً از کشورهای امارات، آلمان، چین، ایتالیا و عمان بوده است.

مهم‌ترین نقطه قوت صادراتی این صنعت، ارزش هر تن کالای صادراتی آن است که حدود ۱۲ برابر متوسط ارزش هر تن کالای کل صادرات کشور است و در مقابل نقطه منفی این صنعت، ارزیابی بالای آن جهت واردات قطعات و تجهیزات مورد نیاز است که بالاترین سهم را نسبت به سایر گروه‌های کالایی صادراتی کشور دارد.

از جمله کالاهای اول صادراتی این حوزه در سال ۹۷، می‌توان به ماشین‌آلات ناوایی و شیرینی‌پزی، ماشین‌های بسته‌بندی، ماشین‌آلات پرکن و بسته‌بندی بطری‌های نوشیدنی، فیلترهای مخصوص تصفیه هوا و ماشین‌آلات برای تولید صنعتی غذاها و نوشابه‌ها اشاره کرد و در مقابل اهم کالاهای وارداتی نیز شامل ماشین‌آلات تهیه لبنیات، ماشین‌آلات پرکن و بسته‌بندی بطری‌های نوشیدنی، اجزاء و قطعات کوره‌ها و تنورهای صنعتی یا آزمایشگاهی بوده است.

با توجه به مباحث فوق، فعالان صنعت سازندگان و شرکت‌های تولیدی کشور بایستی با برنامه‌ریزی مدون و در همکاری با سازمان توسعه تجارت ایران، با تمرکز بر توسعه تولید صادرات‌گرا و کیفی، ایجاد و توسعه شبکه‌های صادراتی، کنسرسیوم‌های صادراتی، شرکت‌های مدیریت صادرات، بازاریابی و توسعه بازارهای موجود و ورود به بازارهای جدید، خصوصاً ۱۵ کشور همسایه و پیرامونی ایران، حداکثر استفاده لازم را از ظرفیت‌های موجود برای رونق تولید و صادرات این صنعت به عمل آورند.