

اشاره:

آب و هوای مناسب ایران برای عمل‌آوری انواع محصولات کشاورزی به‌ویژه میوه‌ها، سبب شده است که سالانه مقادیر کلانی میوه در باغ‌های کشور به‌دست آید. علاوه بر صدور میوه‌های تازه، تلاش برای صادرات محصولات فرآوری شده میوه‌ای با ارزش افزوده بیشتر، ضرورت دارد.

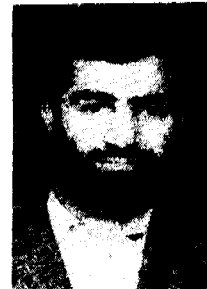
در هشت سال گذشته در زمینه ایجاد صنایع تبدیلی کشاورزی به‌ویژه صنایع آب‌میوه و کنسانتره، سرمایه‌گذاری‌های مناسبی صورت گرفت و در حال حاضر جمهوری اسلامی ایران در ردیف تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات این بخش از صنعت می‌باشد. با این حال مشکلاتی وجود دارد که هنوز قادر به استفاده از ظرفیت‌های موجود در این بخش نیستیم. ضرورت دارد دولت با همکاری دست‌اندرکاران صنایع تبدیلی، به رفع مشکلات مبادرت ورزد.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای سیدمرتضی نساج، معاون صنایع تبدیلی در سازمان کشاورزی و صنایع غذایی بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی، وضعیت کنونی صنایع فرآوری میوه، نحوه صادرات محصولات این صنایع، وضعیت تجارت جهانی محصولات موردبحث و نقش بنیاد در تولید و صادرات این محصولات را جویا شد.

نساج که مدرک کارشناسی ارشد در صنایع غذایی دارد، شش سال عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت مدرس و امام‌حسین (ع) بوده و حدود ۱۵ سال تجربه کار اجرایی در زمینه صنایع غذایی دارد.

وی پیش از این مدیر کنترل کیفی خرید مواد غذایی سپاه و مدیر گروه صنایع غذایی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی بوده است. وی همچنین عهده‌دار مسئولیت معاونت کشاورزی و صنایع غذایی بنیاد تعاون سپاه پاسداران، مشاور مدیرکل سازمان اتکا و مشاور مدیرعامل سازمان کشاورزی بنیاد نیز بوده است.

# بیمان ارزی باید بر مبنای ارزهای مستقیم و بازار صادراتی اخته شود



با کسب سهم ۶/۰ درصدی در ردیف‌های آخر فهرست صادرکنندگان کنسانتره و آب‌میوه قرار دارد.

بازارهای عمده کنسانتره میوه، آلمان و هلند می‌باشند. بخش بزرگی از کنسانتره وارد شده به این دو کشور، بار دیگر بازسازی و بسته‌بندی می‌شود و به دیگر کشورها صادر می‌گردد. کنسانتره صادراتی ایران به آلمان در بشکه‌های ۲۲۰ لیتری می‌باشد، اما در آلمان با توجه به نیازهای مصرف‌کنندگان اصلی که کارخانه‌ها می‌باشند، تغییر می‌یابد و با بسته‌بندی مطابق نیاز مشتریان به آنها تحویل می‌شود.

## ■ چگونگی وضعیت بازار جهانی آب‌میوه و کنسانتره را

تشریح فرمایید. سهم ایران در این بازار چقدر است؟

□ ارزش تجارت جهانی کنسانتره و آب میوه در جهان رو به افزایش است، به طوری که ارزش تجارت آن از حدود یک میلیارد دلار در سال ۱۹۷۷ به ۴/۸ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۴ رسید.

در میان کشورهای صادرکننده کنسانتره و آب‌میوه، برزیل با در اختیار داشتن ۳۴ درصد تجارت این محصولات، بزرگ‌ترین صادرکننده تلقی می‌شود. جمهوری اسلامی ایران

انتظار دریافت ارز برای واردات ماشین آلات می‌باشند.

### ■ به‌طور کلی تولید و صادرات کنسانتره و آب‌میوه، کدامیک به‌صرفه‌تر است و سیاست جاری در این زمینه چه می‌باشد؟

□ اگر کنسانتره تولید شده به آب‌میوه تبدیل و سپس صادر شود، درآمد حاصل از آن سه برابر خواهد شد. بنابراین نسبت قیمت کنسانتره به آب‌میوه ۱/۳ است.

سیاست و راهبرد بنیاد مستضعفان آن است که تولید و بسته‌بندی آب‌میوه را در رأس فعالیت خود قرار دهد. امروزه در بنیاد، صدور کنسانتره میوه، صادرات مواد خام تلقی می‌شود. در حال حاضر ۲۷ شرکت در کشور وجود دارد که امکانات لازم برای بسته‌بندی آب‌میوه را دارند و قادر می‌باشند سالانه ۱۳۰ هزار تن آب‌میوه را بسته‌بندی نمایند. اما به لحاظ کمبود ارز برای واردات مواد اولیه بسته‌بندی در سال گذشته حدود ۷۱ میلیون لیتر آب‌میوه بسته‌بندی شده، تولید و عرضه کردند. در این زمینه، فضا برای فعالیت بیشتر وجود دارد.

### ■ صادرات کنسانتره میوه در سال‌های اخیر چه وضعیتی داشته است؟

□ در سال ۱۳۷۴ حدود ۳۰ هزار تن کنسانتره میوه به ارزش ۲۵ میلیون دلار به خارج از کشور صادر شد که این رقم در سال گذشته به بیش از ۳۰ میلیون دلار رسید. کارخانه‌های کنسانتره میوه در سال جاری از ظرفیت تولید خود بیشتر استفاده کرده‌اند و انتظار می‌رود ۲۸ هزار تن کنسانتره به ارزش ۴۰ میلیون دلار صادر شود.

کنسانتره‌های صادراتی بنیاد شامل کنسانتره سیب، انگور، آلبالو، توت‌فرنگی و گلابی می‌باشد. در سال آینده کنسانتره انار نیز به این مجموعه اضافه می‌شود.

### ○ آب و هوا و تنوع میوه‌های گرمسیری و سردسیری ایران و مرغوبیت میوه و طبیعی بودن کنسانتره تولیدی ایران، از مزیت‌های آن است.

#### ■ مشکلات موجود در زمینه صدور آب‌میوه چیست؟

□ بزرگ‌ترین مشکل آن است که آب‌میوه تولید و بسته‌بندی شده در کشور مدت «ماندگاری» کمی در حدود ۶ تا ۸ ماه دارد. با عنایت به مشکلاتی که در سر راه تولید و صادرات وجود دارد، زمان تولید تا صدور آب‌میوه از کشور حدود چهار ماه

یکی از بازارهای مصرف‌کننده کنسانتره ایران، آمریکا می‌باشد که از طریق هلند و آلمان محصول را دریافت می‌کند. ژاپن و کانادا در ردیف بازارهای عمده و ایتالیا، اسپانیا و... از بازارهای فرعی برای کنسانتره ایران می‌باشند. مطلوبیت آب و هوا در ایران سبب شده که انواع میوه‌های گرمسیری و سردسیری در کشور تولید شود.

### ■ در تولید و صادرات کنسانتره و آب‌میوه ایران، چه مزیت‌های نسبی دیده می‌شود؟

□ اولین مزیت، مرغوبیت میوه‌های تولیدی ایران و طبیعی بودن آب‌میوه و کنسانتره مرغوب ایران است.

مزیت دوم، آب و هوای کشور می‌باشد که تولید انواع میوه‌ها را میسر ساخته است. میوه‌هایی نظیر آلبالو و انار ایران، مقاضیان بسیاری در جهان دارد.

### ○ برزیل با در اختیار داشتن ۳۴ درصد تجارت جهانی کنسانتره و آب‌میوه، بزرگ‌ترین صادرکننده کنسانتره و آب‌میوه در جهان است. سهم ایران فقط ۰/۶ درصد می‌باشد.

### ■ در حال حاضر چه مقدار از میوه‌های تولیدی ایران به آب‌میوه و کنسانتره تبدیل می‌شود؟

□ تا ۱۲ سال پیش، مقدار تولید سیب در کشور به حدی بود که برای باغدار، برداشت میوه از درخت، صرفه اقتصادی نداشت. در نتیجه دولت تصمیم گرفت صنایع تبدیلی مربوط به کنسانتره میوه را وارد کند.

در حال حاضر ۲۲ کارخانه تولید کنسانتره و آب‌میوه در ایران فعال می‌باشند. ۱۱ کارخانه در زمینه کنسانتره مرکبات و ۲۱ کارخانه در تولید کنسانتره دیگر میوه‌ها فعالیت می‌کنند.

اکنون به مرحله‌ای رسیده‌ایم که میوه موجود در کشور، نیاز کارخانه‌ها را تأمین نمی‌کند. ظرفیت کارخانه‌های کنسانتره حدود ۶۰ هزار تن در سال می‌باشد، اما حداکثر در سطح ۴۰ هزار تن فعال بوده‌اند. به عبارت دیگر ۲۵ تا ۴۰ درصد ظرفیت خالی در صنعت وجود دارد. دولت باید اقدام‌های اساسی برای گسترش باغ‌ها متناسب با ظرفیت کارخانه‌های کنسانتره، به عمل آورد.

در حال حاضر ۱۲ فقره موافقت اصولی برای احداث کارخانه‌های کنسانتره و آب‌میوه صادر شده است و آنها در

وقت می‌برد و فقط ۲ تا سه ماه زمان ماندگاری برای آن باقی می‌ماند و این مدت برای واردکننده کم می‌باشد و صرفه اقتصادی ندارد.



بنیاد در پی آن است که بسته‌بندی آب‌میوه را به گونه‌ای تبدیل کند که زمان ماندگاری آن افزایش یابد تا بازاریابی و بازاریابی آن بهتر شود. در این رهگذر در کارخانه شهد سلماس، دستگاه بسته‌بندی «تتراپک» نصب شده است تا عمر ماندگاری محصول به ۱۲ تا ۱۴ ماه برسد.

به طور کلی در صادرات آب‌میوه رشد قابل توجهی وجود نداشته است. آب‌میوه صادراتی ایران نیز به کشورهای همجوار و نیز لبنان، سوئد، بنگلادش و اکراین ارسال می‌شود.

○ ۳۲ کارخانه تولید کنسانتره و آب‌میوه با ظرفیت حدود ۶۰ هزار تن در سال، در کشور وجود دارد. در ضمن ۱۲ فقره موافقت اصولی برای احداث این گونه کارخانه‌ها صادر شده که منتظر دریافت ارز برای واردات ماشین‌آلات هستند.

### ■ آیا در زمینه صادرات کنسانتره میوه نیز مشکلات وجود

دارد؟

□ به دلیل بالا بودن کیفیت کنسانتره صادراتی ایران، مشکل خاصی وجود ندارد. کنسانتره صادراتی ایران به کشورهای آلمان، ایتالیا، چین و ترکیه ارسال می‌شود. متقاضی خارجی برای کنسانتره تولید شده در واحدهای تحت پوشش بنیاد،

بیش از سایر واحدها می‌باشد.

البته مشکل پیمان ارزی برای صادرات کنسانتره وجود دارد. پیمان ارزی برای برخی کنسانتره‌ها، مانند کنسانتره کلابی، بیش از قیمت فروش آن در بازارهای خارجی است. این مشکل برای آب‌میوه نیز هست.

مشکل دیگر آن است که پیمان ارزی برای صدور کنسانتره و آب‌میوه بر اساس «دلار» است، در حالی که محصولات صادر شده به ویژه از سوی بنیاد، بر مبنای مارک آلمان می‌باشد. از سال گذشته ارزش دلار در برابر سایر ارزها افزایش یافته است و این امر مشکلاتی را در تسویه پیمان ارزی برای بنیاد به وجود آورده، به گونه‌ای که صادرات این محصولات صرفه‌ای برای بنیاد نداشته است.

از متولیان صادرات تقاضا می‌شود که ارز پیمان را بر اساس ارزهای معتبر مانند مارک، دلار، فرانک سوییس، فرانک فرانسه و... و با توجه به بازار صادراتی محاسبه کنند. با این شیوه، بسیاری از مشکلات حل خواهد شد. نرخ پیمان ارزی برای صدور آب‌میوه نیز باید اصلاح شود. اگر چه بسته‌بندی آب‌میوه در ایران، بازاریابان و قابل رقابت نیست، البته در این زمینه سعی شده تا مشکل برطرف شود.

از سوی دیگر صدور گواهی‌نامه لازم برای صادرات آب‌میوه و کنسانتره، طولانی است و به همین جهت باید با تغییر بسته‌بندی، زمان ماندگاری محصول افزایش یابد و در عمل مشکل برطرف گردد. با این وجود، چنانچه مسئولان در صدور گواهی‌نامه، تسهیلاتی منظور کنند که اوراق مربوطه زودتر تهیه و ارائه شود، با وضعیت کنونی نیز می‌توان کنسانتره و آب‌میوه بیشتری صادر کرد.

■ بخشی از مشکلات مورد اشاره جنابعالی، مربوط به صنعت بسته‌بندی آب‌میوه و کنسانتره بود. به طور کلی چگونه می‌توان صنعت بسته‌بندی مناسب را پایه‌گذاری کرد، به گونه‌ای که پاسخگوی سلیقه مشتریان خارجی باشد؟ نیاز ارزی برای این امر چقدر برآورد می‌شود؟

□ متأسفانه صنعت بسته‌بندی و تولید مواد بسته‌بندی در ایران از دیگر شاخه‌های صنعت عقب‌تر است. در کشورهای همجوار مانند ترکیه و پاکستان با وجود امکانات کمتر برای تولید آب‌میوه و کنسانتره، کارخانه‌های بسته‌بندی و تولید مواد بسته‌بندی مناسب وجود دارد. در واقع این صنعت، حلقه گمشده صنایع غذایی ایران است. البته مذاکرات زیادی با شرکت‌های خارجی برای راه‌اندازی این‌گونه کارخانه‌ها

صورت گرفته، اما تاکنون به نتیجه نرسیده است.

اسنادی (L.C) به شرکت‌های تحت پوشش بنیاد وام می‌دهد.

### ■ چه بخشی از صنایع تبدیلی کشور، زیر نظر بنیاد

#### مستضعفان فعال می‌باشد؟

□ صنایع تبدیلی در بنیاد به دو بخش «صنایع قند» و «آب‌میوه و کنسانتره» تقسیم می‌شود. صنایع قند زیر نظر بنیاد، شش کارخانه را دربرمی‌گیرد که در مجموع ۲۲ درصد تولید قند کشور را انجام می‌دهد.

ظرفیت تولید آب‌میوه زیر نظر بنیاد برابر با ۱۷ درصد و کنسانتره میوه معادل ۳ درصد ظرفیت این بخش‌ها در کشور می‌باشد. در واقع بنیاد مستضعفان بزرگ‌ترین مجموعه صنعت قند، کنسانتره و آب‌میوه را در اختیار دارد.

### ■ میزان تولید کنسانتره و آب‌میوه در واحدهای

تحت پوشش بنیاد در سال‌های اخیر چقدر بوده است و

#### پیش‌بینی برای سال جاری چیست؟

□ در سال ۱۳۷۳ حدود ۲۵ هزار تن انواع میوه به چهار کارخانه تحت پوشش بنیاد تحویل و تبدیل به کنسانتره میوه شد. این رقم در سال ۷۴ به ۵۲ هزار تن و در سال گذشته به ۸۲ هزار تن افزایش یافت. پیش‌بینی می‌شود میزان تحویل میوه به این واحدها در سال جاری به ۱۰۰ هزار تن برسد که چهار برابر دریافت میوه در سال ۷۳ می‌باشد.

به‌طور معمول ۱۰ تا ۱۵ درصد میوه تحویلی به کارخانه‌ها از باغ‌های بنیاد و بقیه از دیگر باغ‌های کشور تهیه می‌شود. به‌طور متوسط استحصال آب‌میوه به ۷۰ تا ۸۰ درصد وزن میوه دریافتی می‌رسد. البته بسته به نوع آب‌میوه و قند موجود آن، می‌توان از آن کنسانتره گرفت. برای استحصال کنسانتره، آب‌میوه با حرارت تغلیظ می‌شود.

در سال گذشته، از ۸۳ هزار تن میوه تحویلی به کارخانه‌های تحت پوشش بنیاد، ۱۱/۴ هزار تن کنسانتره به‌دست آمد.

### ○ پیمان ارزی برای صدور کنسانتره و

آب‌میوه بر اساس دلار و بیش از قیمت فروش محصول در بازار خارجی است. باید پیمان بر اساس ارزش‌های معتبر با توجه به بازار صادراتی اخذ و رقم آن اصلاح شود.

### ■ میزان صادرات کنسانتره واحدهای تحت پوشش بنیاد را

ذکر فرمایید.

○ ۲۷ شرکت تولیدکننده آب‌میوه، ظرفیت بسته‌بندی ۱۳۰ هزار تن آب‌میوه را دارند، اما به لحاظ کمبود ارز در سال گذشته فقط ۷۱ میلیون لیتر آب‌میوه را بسته‌بندی کردند.

برای راه‌اندازی این صنعت (بسته‌بندی آب‌میوه و کنسانتره) ۸ تا ۱۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری لازم است. اگر این سرمایه‌گذاری انجام شود، مشکل صنایع آب‌میوه و برخی دیگر از کالاها که به این نوع بسته‌بندی نیاز دارند، برطرف می‌شود. این صنایع عبارتند از: صنایع شیر، روغن زیتون، روغن مایع، رب گوجه‌فرنگی و...

### ■ علت به نتیجه نرسیدن مذاکرات با طرف‌های خارجی

#### برای سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی صنایع بسته‌بندی چیست؟

□ طرف‌های خارجی اعتقاد دارند که صنایع بسته‌بندی ایجاد شده در کشورهای ترکیه، پاکستان و اکراین، ظرفیتی برابر با تقاضای منطقه دارند. اگر چنین کارخانه‌هایی در ایران ایجاد شوند، صنایع بسته‌بندی کشورهای مورد اشاره با رکود مواجه خواهند شد. از سوی دیگر آنها فضای سرمایه‌گذاری در ایران را «افق» نمی‌دانند و رغبتی به سرمایه‌گذاری در کشور و انتقال فن‌آوری به ایران ندارند. آنها به قانون سرمایه‌گذاری در ایران، ایراد می‌گیرند. البته به لحاظ مسایل سیاسی نیز سعی دارند که با ایران برخورد منفی کنند.

### ■ آیا تسهیلات اعتباری برای رونق صادرات کنسانتره و

#### آب‌میوه پرداخت می‌شود؟

□ در زمینه آب‌میوه و کنسانتره مانند دیگر صنایع غذایی، بنیاد نیز با مشکل مالی مواجه است. بانک‌ها در دو سال گذشته با اتخاذ سیاست انقباضی، وام و تسهیلات در اختیار واحدهای تحت پوشش بنیاد قرار نداده‌اند. از دولت انتظار داریم در این زمینه تسهیلاتی قایل شود تا بتوان از تسهیلات کافی و به‌موقع استفاده کرد. ارایه تسهیلات در فصلی که تولید بگذرد، بهره‌کافی ندارد.

در زمینه صادرات، بانک توسعه صادرات در سه سال گذشته، کمک‌هایی را در اختیار بنیاد گذارده است. این کمک‌ها به صادراتی تعلق می‌گیرد که با گشایش اعتبار اسنادی (L.C) در بانک توسعه صادرات انجام شود. این بانک روی اعتبار

قیمت‌ها و شرایط بازار جهانی و... میسر می‌گردد. در نمایشگاه‌های داخلی توان تولیدی واحدها به نمایش درمی‌آید و امکان شناسایی رقبای داخلی فراهم می‌شود.

### ■ برای دستیابی به بازارهای جدید و حفظ بازارهای گذشته، بنیاد چه اقداماتی انجام می‌دهد؟

□ بازاریابی و تبلیغ در دنیای امروز، یک علم محسوب می‌شود. بنیاد درصدد است که در بازاریابی و تبلیغ به شیوه علمی، جوابگو باشد تا از نظر هزینه نیز، کمتر مخارج داشته باشد.

تاکنون بنیاد برای بازار داخلی تبلیغ می‌کرده است و از آنجا که محصولات واحدهای زیر نظر بنیاد معروف هستند، به طور کلی کار تبلیغاتی زیادی انجام نشده است. به موازات تولید و عرضه آب‌میوه‌های جدید با انواع بسته‌بندی، بنیاد نیز روی تبلیغات در بازارهای صادراتی فعال شد. در حال حاضر نیز تبلیغ خارجی برای محصولات آب‌میوه و کنسانتره با حضور در نمایشگاه‌های خارجی و ارتباط مستقیم با خریداران صورت می‌گیرد. البته با تنوع بیشتر محصولات و بسته‌بندی آنها، باید قدم‌های بیشتری برای صادرات برداشته شود.

### ■ فروش محصول کنسانتره و آب‌میوه بنیاد در بازارهای خارجی با چه شیوه‌های صورت می‌گیرد؟

□ فروش‌های خارجی به چند صورت انجام می‌شود. مشکل اصلی، کسایش اعتبار اسنادی است، اما در مواقعی که به پول نقد نیاز باشد، فروش نقدی نیز انجام می‌شود. به این صورت که شرکت خریدار، پول را به حساب بنیاد واریز می‌کند و شرکت‌های تحت پوشش بنیاد، حواله تحویل جنس را صادر می‌کنند. البته این شیوه برای خریدار مشکل است، اما با توجه به تقاضای فراوان برای کنسانتره تولیدی شرکت‌های تحت پوشش بنیاد، در برخی مواقع صورت می‌گیرد.

### ○ مصرف سرانه آب‌میوه در ایران ۱/۲ لیتر و نوشابه‌های گازدار ۲۲ لیتر است. با توجه به ارزش غذایی آب‌میوه، باید مصرف آن تشویق شود.

### ■ آیا واحدهای تحت پوشش بنیاد، به کار واردات در مقابل صادرات نیز می‌پردازند؟

□ ارزش صادرات کنسانتره از سوی واحدهای بنیاد در سال‌های ۷۵-۷۴ به حدود ۲۲ میلیون دلار رسید که ۵۰ درصد

□ حدود ۲۵ درصد از کنسانتره به دست آمده، بار دیگر به آب‌میوه تبدیل می‌شود و در داخل کشور به مصرف می‌رسد و بقیه به خارج صادر می‌گردد. با توجه به آنکه مصرف سرانه آب‌میوه در ایران ۱/۲ لیتر و نوشابه‌های گازدار ۲۲ لیتر است و با عنایت به ارزش غذایی بالای آب‌میوه، باید مردم را به مصرف بیشتر آن تشویق کرد.

### ○ بزرگ‌ترین مشکل برای صادرات آب‌میوه، زمان ماندگاری آن است. بنیاد درصدد است این زمان را با بسته‌بندی مناسب به ۱۲ تا ۱۴ ماه برساند، زیرا با مشکلات موجود برای صدور، چهار ماه وقت می‌برد تا محصول تولیدی صادر شود.

واحدهای تحت پوشش در سال گذشته حدود ۸۴۰۰ تن کنسانتره صادر کردند که نسبت به ارقام ۲۵۰۰ تن سال ۷۴ و ۴۰۰۰ تن سال ۷۳ افزایش داشت. پیش‌بینی می‌شود در سال جاری این واحدها ۱۰ هزار تن کنسانتره صادر کنند.

### ■ نحوه صدور کنسانتره از سوی این واحدها چگونه است؟

□ سیاست کار بنیاد آن است که با هر کس که بهترین قیمت و شرایط، آب‌میوه و کنسانتره را بخرد، وارد معامله شود. البته اگر بنیاد بازار مناسبی در خارج از کشور داشته باشد، به طور مستقیم خود با خریدار خارجی وارد معامله می‌شود.

### ■ به نظر جناب‌عالی، بهترین شیوه برای تبلیغ و بازاریابی

### کنسانتره و آب‌میوه ایران در بازارهای خارجی چیست؟

□ با عنایت به این امر که صنعت کنسانتره و آب‌میوه در کشور در حال گسترش است، بنیاد برای حفظ سهم خود در بازار، باید فعالیت بیشتری انجام دهد.

در بخش صادرات، باید بنیاد بازاریابی خوبی انجام دهد. بهترین طریق برای بازاریابی و تبلیغ، حضور در صحنه‌های بین‌المللی مانند نمایشگاه‌های تخصصی در داخل و خارج کشور می‌باشد. در این صحنه‌ها، بازاریابی محصولات انجام می‌شود و بازارهای نو و مشتریان تازه شناسایی می‌شوند تا بتوان کالا را با قیمت و شرایط خوب، عرضه نمود. بنیاد نیز در این مجامع حاضر می‌شود تا توان تولیدی واحدهای خود را به نمایش بگذارد. البته در مجموع، حضور در نمایشگاه‌های تخصصی خارجی، مهمتر است زیرا آشنایی با فن‌آوری روز،

کنسانتره برای افزایش بازده آبیگری، کاهش ضایعات مواد مغذی، سرعت در عملیات، کم کردن هزینه‌ها و... توصیه می‌شود.

از سوی دیگر تأسیس کارخانه‌های تولید ورق‌های موردنیاز بسته‌بندی آب‌میوه متناسب با نیاز داخلی و صادرات، تسهیل در ورود مواد اولیه و مواد بسته‌بندی، اهتمام در استفاده کامل از ظرفیت واحدهای تولیدی موجود، بررسی و تحقیق برای اصلاح و متنوع کردن انواع بسته‌بندی با توجه به نیاز بازارهای داخلی و خارجی و احداث کارخانه‌های بسته‌بندی آب‌میوه در مناطق آزاد کشور با توجه به تسهیلات ورود و خروج کالا و مواد اولیه در این مناطق توصیه می‌شود. در ضمن، انجام تحقیقات کاربردی برای بالابردن کیفیت محصولات تولیدی مطابق با آخرین استانداردهای جهانی و اصلاح تعرفه‌های بازرگانی و پیمان ارزی مربوطه و به‌کارگیری شیوه‌های تشویقی در مورد صادرات انواع آب‌میوه و کنسانتره ضرورت دارد.

○ ایجاد امکانات سردخانه و انبار در نزدیکی کارخانه‌های تولید کنسانتره، استفاده از فن‌آوری‌های پیشرفته در تولید، تأسیس واحدهای بسته‌بندی و تولید مواد بسته‌بندی، اصلاح تعرفه‌های بازرگانی و پیمان ارزی، از اقدام‌های اساسی است که باید انجام شود.

■ به صادرکنندگان بخش خصوصی که در صدور آب‌میوه و کنسانتره فعالیت دارند، چه توصیه‌ای می‌کنید؟

□ شرکت‌های تولیدکننده کنسانتره و آب‌میوه باید ارتباطات بنیادی با یکدیگر داشته باشند. نبود این ارتباطات، رقابت ناسالمی در بازارهای خارجی ایجاد می‌کند. در حال حاضر مراحل قانونی ایجاد سندیکای تولیدکنندگان آب‌میوه و کنسانتره، طی شده است. به همکاران بخش خصوصی توصیه می‌کنم در شکل‌گیری این سندیکا، به‌طور جدی با یکدیگر همکاری کنند. با تشکیل این سندیکا، مشکلات عمده مبتلابه این صنعت با تلاش جمعی حل خواهد شد.

این رقم را می‌توان به واردات تخصیص داد. واحدها، این کار را انجام دادند و مواد اولیه بسته‌بندی، مواد کمک تولید، قطعات یدکی و ماشین‌آلات موردنیازشان را وارد کردند.

○ ظرفیت صنایع بسته‌بندی در ترکیه، پاکستان و اکراین برای تقاضای منطقه کافی است. شرکای خارجی نگران هستند که با راه‌اندازی این‌گونه صنایع در ایران، صنایع بسته‌بندی کشورهای یادشده با رکود مواجه شوند.

البته در برخی مواقع با همکاری وزارت صنایع از ۱۰۰ درصد ارز حاصل از صادرات، استفاده کردیم. امید است دولت اجازه دهد که واحدهای تولیدی از ۱۰۰ درصد ارز حاصل از صادرات خود بتوانند برای واردات نیازهای اولیه صنعت کنسانتره استفاده کنند.

■ صنایع کنسانتره و آب‌میوه تحت پوشش بنیاد را معرفی کنید.

□ در زمینه تولید آب‌میوه، ۴ واحد صنعتی پاکدیس ارومیه، شهد سلماس، شهد کوه‌رنگ و شهد خراسان می‌باشند. در ضمن، اجرای طرح تولید آب‌میوه و کنسانتره در شهرستان سردشت که از طرح‌های رهبر معظم انقلاب است، نیز به بنیاد محول شده است که در حال اجرا می‌باشد و در اواخر سال ۷۷ شاهد بهره‌برداری آن خواهیم بود. این واحدها کنسانتره میوه تولید می‌کنند. البته کارخانه‌های یادشده به‌جز شهد خراسان، واحدهای بسته‌بندی آب‌میوه نیز دارند. در سال آینده تولید آب‌میوه بسته‌بندی شده در کارخانه شهد خراسان نیز به‌اجرا درمی‌آید.

■ برای گسترش صادرات آب‌میوه و کنسانتره، چه توصیه‌ای می‌کنید؟

□ به مسؤولان دولتی پیشنهاد می‌کنم اقدام اساسی برای گسترش باغ‌های میوه متناسب با ظرفیت‌های موجود صنایع آب‌میوه و کنسانتره به‌عمل آورند. انتخاب و جایگزین‌سازی پایه‌های میوه‌های پرمحصول مناسب برای تولید آب‌میوه و کنسانتره، ایجاد امکانات لازم مانند سردخانه و انبار در نزدیکی کارخانه‌های تولید کنسانتره و ذخیره نمودن میوه در شرایط مناسب (کاهش ضایعات) و افزایش زمان بهره‌برداری کارخانه، ضرورت دارد.

استفاده از فن‌آوری‌های پیشرفته در تولید آب‌میوه و