

# بازاریابی صادراتی باید با درایت و مطالعه صورت گیرد

اشاره:

جهش در صادرات غیرنفتی از اهداف کلیدی برنامه‌های توسعه‌ای در ایران، به ویژه سومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور است.

رشد سرمایه‌گذاری‌های صادرات‌گرا، ایجاد اشتغال، افزایش و تنوع درآمدهای صادراتی و... نتیجه مستقیم توسعه صادرات غیرنفتی است که مشکلات اصلی اقتصاد کشور را تخفیف می‌دهد و در گسترش سهم ایران در اقتصاد و تجارت جهانی مؤثر است.

استفاده از تجربیات صادرکنندگان موفق در امر صادرات کالا، در کنار دیگر اصلاحات ساختاری و... می‌تواند در توفیق صادرکنندگان کشور در این امر خطیر کارساز باشد.

به همین جهت خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در این شماره با مدیرعامل شرکت «درخت الماس سبز» که در صادرات پسته به بازارهای آسیایی و اروپایی فعال است، گفت‌و‌گویی دارد که طی آن ضمن بررسی مشکلات فراروی صادرات غیرنفتی، توصیه‌ها و تجربیات وی را جویا شده است.

با هم این مصاحبه را می‌خوانیم.

■ تسهیلات ارایه شده از سوی دولت تا چه میزان باعث رشد صادرات کالاهای غیرنفتی شده است؟

□ در سال‌های اخیر دولت تسهیلات مناسبی را برای صدور کالاهای غیرنفتی ایجاد کرد.

تقویت بانک توسعه صادرات از سوی دولت و ارایه تسهیلات بانکی از سوی این نهاد از جمله اقدامات مطلوبی بود که در جهت بهبود صادرات انجام شد.

اصلاح تشریفات گمرکی نیز در جهت رشد صادرات صورت گرفت. کالاهای صادراتی که قبلاً برای خروج از مرزها به زمان زیادی نیاز داشت، امروز ظرف دو ساعت از کشور خارج می‌شود. موضوع پیمان‌سپاری نیز امروز در جهت تقویت بنیه صادرات کالا می‌باشد و بانک مرکزی سخت‌گیری‌های قبلی را ندارد، اما وجود پیمان ارزی همچنان در مسیر صادرکننده سدی ایجاد کرده است.

■ با وجود چنین تسهیلاتی آیا روند صادرات غیرنفتی کشور با

موفقیت روبه‌رو بوده است؟

□ سیاست‌های ارزی دولت به طور اصولی باعث شده است فاصله بین نرخ ارز و اریزنامه‌ای و بازار غیررسمی کاهش یابد. این امر رشد صادرات کالاهای غیرنفتی را سبب شده است.

کسانی که به واردات و صادرات می‌پردازند، وقتی می‌بینند کاهش فاصله این دو نرخ ارز باعث رونق صادرات شده است، به صادرات روی می‌آورند و در نتیجه صادرات رونق می‌یابد.

چنین رونقی موفقیت صادرات را به

دنیال دارد.

## ■ مشکلات مبتلابه صادرات کالاهای غیرنفتی را ذکر فرمایید.

□ پیمان ارزی که مقررات آن از سوی بانک مرکزی وضع شده است، برای صادرکنندگان، به ویژه صادرکنندگان کوچک مشکلاتی را پدید می آورد.

برای این گونه صادرکنندگان، سقف محدودی برای صادرات در نظر گرفته می شود و به آنان فشار می آورند که در این سقف به صادرات بپردازند.

اگر پیمان ارزی حذف شود، دست صادرکنندگان کوچک باز خواهد شد و در این رهگذر با صدور کالاهای بیشتر، رونق صادرات کشور پدیدار خواهد شد. این گروه در گذاشتن وثیقه برای پیمان ارزی نیز با مشکل مواجه هستند.

در زمینه صادرکنندگان بزرگ نیز برای تسویه پیمان ارزی دست کم چند روز وقت صادرکننده تلف می شود.

در وضعیت کنونی که دولت درصدد است نرخ دلار واریزنامه‌ای را با نرخ غیررسمی در بازار آزاد یکسان کند، دلیلی برای پیمان‌سپاری وجود ندارد.

نظر مقامات کشور برای وجود پیمان ارزی بازگشت ارز و خارج نشدن ارز از کشور است، در صورتی که برای کسانی که بخواهند ارز از کشور خارج کنند، راه‌های زیادی وجود دارد.

در ضمن اگر دولت بخواهد از طریق پیمان ارزی به واردکننده یارانه بدهد، این موضوع اشتباه است. زیرا از جیب صادرکننده به واردکننده یارانه دادن امری غیراصولی است.

وجود گواهی استاندارد نیز مشکلاتی را برای صادرکنندگان معتبر ایجاد کرده است. خریداران خارجی اصولاً به نشانه (مارک) صادرکنندگان ایرانی توجه دارند و گواهی استاندارد عملاً در بهبود کیفیت کالا هیچ گونه کمکی نمی کند.

برای مثال پسته ایران هنگامی که به

دست خریدار خارجی می رسد، باید حتماً جنس را ببیند و آن را امتحان کند. سپس قبولی خود را اعلام دارد. در نتیجه هیچ یک از صادرکنندگان واقعی حاضر نمی شوند با صدور کالاهای بی کیفیت به بازارهای خارجی دچار ضرر و زیان شوند. اگر کالای صادراتی آنان از کیفیت لازم برخوردار نباشد، مرجوع می شود. البته مؤسسه استاندارد، صادرکنندگان کالاهای دارای کیفیت را از دریافت گواهی استاندارد معاف کرده است.

گمرک بندرعباس اجازه صدور مجوز صادرات پسته را ندارد که این امر مشکلاتی را برای صادرکنندگان این محصول پدید آورده است. چنانچه کارشناسان ارزیابی پسته در گمرک بندرعباس نیز مستقر شوند، کار صادرات این محصول سرعت بیشتری پیدا می کند.

برای توزین کالاهای صادراتی در بندرعباس فقط یک قپان کار می کند و بقیه آنها به دلیل خرابی از خط توزین خارج شده اند. این امر باعث شده است کامیون‌های کالاهای صادراتی در یک صف طویل در انتظار نوبت توزین قرار گیرند.

از مقام‌های گمرک درخواست می شود برای تعمیر قپان‌های توزین اقدام نمایند یا وزن اظهار شده صادرکننده را قبول نمایند تا صادرکنندگان بیش از این دچار وقفه در امر صادرات نشوند.

از سوی دیگر بیمه‌های اجباری در اداره بندر، هزینه تمام شده کالاهای صادراتی را افزایش می دهد. کالاهای صادراتی تا مقصد بیمه هستند و نیاز به بیمه دیگری ندارند. در ضمن بیمه در تمام دنیا یک امر اختیاری است، نباید بیمه اجباری در گمرکات برقرار شود.

■ آیا صادرات کالاهای غیرنفتی در برنامه سوم توسعه موفق خواهد بود؟

!! به نظر می رسد اگر بحث «تجارت آزاد» در کشور بازرتر شود و بتوان به طور آزاد به تجارت پرداخت و مقرراتی وضع شود که مشابه مقررات کشورهای باشد که آزادانه به تجارت می پردازند، به یقین اهداف برنامه سوم توسعه در زمینه صادرات غیرنفتی محقق خواهد شد.

هدف، مقایسه ایران با کشورهای عضو اتحادیه اروپا یا آمریکا نیست، بلکه اگر مقررات مترتب بر صادرات کشور، مشابه کشورهای همچون امارات، کویت، مالزی یا سنگاپور باشد، صادرات کالاهای غیرنفتی به راحتی افزایش چشمگیری خواهد یافت.

## ■ به عنوان یک صادرکننده نمونه، برای موفقیت صادرات غیرنفتی از دولت چه انتظاراتی دارید؟

!! مقررات مترتب بر واردات و صادرات باید همسو با مقررات بازار آزاد باشد و هیچ گونه مجوز موردی برای واردات و صادرات وجود نداشته باشد.

البته کالاهای راهبردی از این امر مستثنی است، اما بقیه کالاهایی که صادرات و واردات آنها مجاز است، باید در یک فضای آزاد رقابتی صادر یا وارد شود. اگر دولت این سیاست را دنبال کند، صادرات غیرنفتی رونق پیدا می کند. دولت باید به تشویق صادرکننده بپردازد. مشوق‌های دولتی تأثیر زیادی در توسعه صدور کالا دارند.

## ■ علل موفقیت شرکت «درخت الماس سبز» به عنوان یک صادرکننده نمونه چه بوده است؟

!! این شرکت موضوع اصلی فعالیت خود را روی صدور کالای با کیفیت بالا بنا نهاده است. روش کار به صورت گروهی است و در این مجموعه چندین گروه در بخش‌های مختلف به فعالیت شبانه‌روزی مشغول هستند.

کارکنان شرکت اجازه دارند هر

طرحی را که دارند اجرا کنند. چنانچه یکی از این طرح‌ها به اشتباه برخورد کند، اصلاح و اجرای آن ادامه می‌یابد. این عمل باعث شده است قوه ابتکار و خلاقیت کارکنان متجلی شود.

با چنین سیاستی شرکت توانسته است تعدادی از بازارهای بین‌المللی را به خود اختصاص دهد. خریداران این بازارها پسته موردنیازشان را فقط از شرکت الماس سبز خریداری می‌کنند، زیرا به کیفیت آن اطمینان دارند.

این موضوع صادرات شرکت را به‌طور گسترده افزایش داده است. در این شرکت اصلاح پسته‌های صادراتی در چند مرحله به صورت دستی و ماشینی انجام می‌شود که این امر افزایش کیفیت پسته‌های صادراتی را سبب شده است.

شرکت الماس سبز پسته‌های حاوی سم افلاتوکسین را به راحتی شناسایی می‌کند و آنها را از پسته سالم جدا و پسته مرغوب و با کیفیت را به خارج صادر می‌کند.

این سیاست برای شرکت، افزایش کمی و کیفی صادرات را به دنبال داشت، به طوری که برخی مشتریان حاضر نیستند پسته ایران را حتی از رقبا ما خریداری کنند و خرید خود را مختص این شرکت کرده‌اند.

### ■ آخرین ارقام صادرات شرکت را اعلام فرمایید.

این شرکت در سال گذشته حدود ۶۰۰۰ تن پسته و انواع خشکبار به ارزش بیش از ۱۰ میلیون دلار صادر کرد که این رقم نسبت به سال ماقبل حدود ۲۰ درصد رشد نشان می‌دهد.

### ■ بازارهای صادراتی شرکت را ذکر کنید.

بخش عمده پسته صادراتی این شرکت به کشورهای اروپایی و آسیایی ارسال می‌شود. در آسیا کشورهای ژاپن، تایوان، مالزی و چین خریدار پسته از

شرکت الماس سبز هستند.

در اروپا نیز کشورهای انگلستان، فرانسه، اسپانیا، ایتالیا و آلمان خریدار پسته از این شرکت می‌باشند.

خریداران این کشورها نسبت به کیفیت پسته‌های صادراتی از سوی شرکت و قوف کامل دارند. مشتریان اغلب به ایران سفر کرده‌اند و از نحوه خرید و عمل‌آوری پسته‌های صادراتی توسط این شرکت دیدن کرده‌اند. پیشنهاد شرکت به مشتریان این است که با سفر به ایران به خرید از شرکت درخت الماس سبز اکتفا نکرده و سراغ صادرکنندگان دیگر نیز بروند.

برنامه‌ریزی دیدار با دیگر صادرکنندگان نیز توسط شرکت درخت الماس سبز صورت می‌گیرد، زیرا این عمل باعث می‌شود خریدار کیفیت پسته این شرکت را با دیگر شرکت‌های صادراتی مقایسه کند و با خیال راحت به خرید بپردازد. این عمل رمز عمده موفقیت شرکت در حفظ مشتریان است.

### ■ بسوای به‌دست آوردن بازارهای جدید برنامه خاصی دارید؟

شرکت علاقه به ورود به بازارهای جدید ندارد. برخی شرکت‌های صادراتی پسته مشکلاتی را در بازارهای جهانی پدید آورده‌اند که زمینه برای گسترش بازار وجود ندارد. سیاست این شرکت نگهداری مشتری برای مدت طولانی است.

سیاست اشتباه برخی شرکت‌های صادراتی و نیز یک سری مقررات دست‌وپاگیر باعث ضرر و زیان می‌شود. تا زمانی که مقررات بازار آزاد وجود ندارد، برخی شرکت‌ها با دریافت مجوزهای موردی برای واردات، ضررهای خود در بخش صادرات را با واردات جبران می‌کنند.

چنین شرکت‌هایی «بازارخراب‌کن»

هستند و تا زمانی که آنها فعال باشند، رقابت سالم در بازارهای جهانی عملی نیست.

مقررات باید به نحوی وضع شود که چنین شرکت‌هایی دریبند اگر در صادرات ضرروزیان بدهند، راهی برای جبران زیانشان وجود ندارد. مقررات صادرات و واردات در ایران همواره راهی را برای جبران ضرروزیان باز می‌گذارد. اقتصاد مبتنی بر بازار آزاد چنین صادرکنندگان غیرواقعی را خودبه‌خود حذف می‌کند.

### ■ نمایشگاه‌ها، بازاریابی و تبلیغات چه اثری روی توسعه صادرات غیرنفتی دارند؟

نمایشگاه‌ها معرف کالاهای صادراتی یک کشور هستند و باعث می‌شوند بین خریدار و فروشنده رابطه نزدیکی ایجاد شود.

حضور در نمایشگاه‌ها با آگاهی کامل، موفقیت در امر صادرات را به دنبال دارد. البته نحوه برگزاری نمایشگاه‌ها مهم است، زیرا برخی نمایشگاه‌ها برای صادرکنندگان نتیجه‌ای دربر ندارد و آنها فقط با هزینه‌های گزاف مواجه می‌شوند.

مرکز توسعه صادرات ایران در زمینه حضور صادرکنندگان در نمایشگاه‌ها به نحو مطلوبی عمل می‌کند.

در زمینه بازاریابی نیز ابتدا باید مشتریان درخارج از کشور شناسایی شوند، سپس بازاریابی از طریق مکاتبه یا حضوری انجام شود. این موضوع باید با حوصله کامل صورت گیرد.

ارزیابی مشتری خارجی لطامات زیادی به شرکت‌های صادراتی وارد و هزینه‌های زیادی را به آنها تحمیل می‌کند. بازاریابی باید با درایت کامل و مطالعه کافی انجام گیرد. هزینه‌های بازاریابی بسیار گزاف است و در این راه نباید خطایی صورت گیرد. ابتکار عمل صادرکننده نیز در آن دخیل است که به

هنر وی مربوط می‌شود.

تبلیغات در زمینه کالاها متفاوت است، اما در زمینه پسته تبلیغات در مطبوعات خارجی مطلوب‌ترین نوع تبلیغات است. تبلیغات رادیو تلویزیونی و نصب پلاکارد در شهرها، معرف خوبی برای پسته ایران نیست. هزینه‌های تبلیغ در خارج از کشور نیز گزاف است.

■ آیا کیفیت پسته ایران و آمریکا را می‌توان با یکدیگر مقایسه کرد؟

□ کشاورزی آمریکا به‌طور اصولی با ایران فرق دارد. پسته تولیدی در آمریکا از نظر مسایل بهداشتی با پسته ایران تفاوت دارد. پسته ایران از نظر طعم نظیر ندارد و در بازارهای خارجی بهتر از پسته آمریکا عمل می‌کند.

پسته آمریکا از نظر کشاورزی، اصولی‌تر از پسته سنتی ایران است و چنانچه در این زمینه اقدامی صورت نگیرد، آمریکا بازار پسته را در دست خواهد گرفت. باید به مشکلات پسته‌کاران رسیدگی شود تا این بازار به آمریکا واگذار نشود.

■ تولیدکنندگان عمده پسته کدام کشورها هستند؟

□ تولیدکنندگان عمده پسته در جهان، ایران و آمریکا هستند. دوسوم تولید جهانی پسته در اختیار ایران و یک‌سوم آن در اختیار آمریکاست. کشورهای دیگر تولید کمی دارند که در سطح جهانی به‌حساب نمی‌آید.

به‌طور میانگین ایران سالانه ۲۰۰ هزار تن و آمریکا ۱۰۰ هزار تن پسته تولید می‌کنند. میزان تولید پسته در سال ۲۰۰۱-۲۰۰۰ نیز بین ایران و آمریکا «دوبه‌یک» است.

■ سهم ایران و آمریکا در صادرات جهانی پسته چقدر است؟

□ در زمینه صادرات پسته نیز همان نسبت تولید برقرار است. ایران سالانه

۱۲۰ هزار تن و آمریکا ۶۰ هزار تن پسته صادر می‌کند. در زمینه قیمت نیز دو کشور تقریباً در یک رده هستند. البته در سال‌های قبل قیمت پسته ایران با وجود طعم عالی آن، کمتر از قیمت پسته آمریکا بود، اما با گذر زمان قیمت‌ها برابر شده است.

آمریکا به‌طور شبانه‌روزی فعال است و در صدد دستیابی به بازارهای جدید می‌باشد، زیرا تولید آن از ۱۰۰ هزار تن به ۲۰۰ هزار تن در سال افزایش خواهد یافت.

آمریکایی‌ها در حال پایین آوردن قیمت‌های پسته تولیدی خود هستند تا مشتریان را نسبت به خرید جلب کنند. در این راستا سعی دارند طعم پسته خود را اصلاح کنند. موضوع کشاورزی اصولی منجی پسته است که آمریکا در این زمینه به‌طور شبانه‌روزی فعال است.

■ توصیه شما به صادرکنندگان پسته چیست؟

□ تنها توصیه من این است که به کشاورزان پسته‌کار فشار آورند تا پسته بهتری را تولید کنند. نباید پسته با کیفیت ضعیف و حاوی سم از کشاورزان خریداری شود.

صادرکنندگان باید پسته با کیفیت را به کارگاه خود وارد کنند و آن را صادر نمایند. راه اصلاح کشاورزی فقط به دست کشاورز است. البته دولت می‌تواند روی آن نقش نظارتی داشته باشد، اما اصلاح باید به دست کشاورز صورت گیرد. از صادرکنندگان نیز درخواست می‌شود که اجازه ندهند پسته دارای سم افلاتوکسین وارد کارگاهشان شود.

■ سم افلاتوکسین از چه منبعی وارد پسته می‌شود؟

□ این سم از قارچی که در هوا وجود دارد و پسته محل مناسبی برای جذب این قارچ است، تولید می‌شود. امروز

قارچ افلاتوکسین در باغ‌های پسته به قدری است که باغ‌های قدیمی به آن آلوده شده‌اند. برای از بین بردن این سم، باید درخت‌ها و خاک باغ‌ها تقویت شوند. در همین حال هنگام برداشت پسته باید ارتباط و اتصال پسته با قارچ افلاتوکسین از بین برود تا آلوده نشود.

صادرکنندگان نباید پسته آلوده به سم افلاتوکسین خریداری کنند تا پسته‌کاران مجبور شوند به مبارزه با این سم بپردازند. خرید پسته آلوده به افلاتوکسین انگیزه کشاورز برای مبارزه با سم را از بین می‌برد.

■ نظر شما در زمینه شکل‌های صادراتی در ایران چیست؟

□ ایجاد شکل‌های صحیح صادراتی صدرصد صادرات کالا را افزایش می‌دهد. در ایران شکل‌های صادراتی به‌طور صحیح عمل نمی‌کنند.

در رشته خشکبار از قدیم تشکلی وجود داشته و پس از انقلاب نیز تعداد این تشکل‌ها افزایش یافته است، اما هیچکدام تاکنون موفق عمل نکرده‌اند. در شرایط فعلی، فرهنگ ایجاد شکل صادراتی بین صادرکنندگان رواج نیافته و صادرکنندگان ایرانی نیز نمی‌توانند مانند صادرکنندگان اروپایی و آمریکایی از تشکل‌ها به خوبی استفاده کنند. البته علت اصلی آن تطابق نداشتن فرهنگ صادراتی ایرانی با خارجی است.

در ایران به کارهای اتحادیه‌ای و گروهی اهمیت داده نمی‌شود و به رقبای نگاه خوب برخورد نمی‌شود. در زمینه ایجاد تشکل‌های اقتصادی، دولت باید ایده‌های لازم را به صادرکنندگان بدهد.

