

اشاره:

دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار با پایه‌ریزی اصولی که بتواند تداوم صادرات غیرنفتی و گسترش آن را تضمین کند، میسر خواهد بود.

در میان انبوه کالاهای غیرنفتی قابل صدور، محصولات صنعتی جایگاه ویژه‌ای از نظر ارزش افزوده دارد و می‌تواند به تسریع آهنگ رشد تولید ناخالص داخلی کمک شایسته‌ای نماید.

برنامه‌ریزی برای گسترش صادرات غیرنفتی و به‌ویژه محصولات صنعتی، سیاست‌گذاری صحیح و کمک به اجرای درست برنامه‌ها از وظایف دولت است. بخش خصوصی نیز باید در زمینه بازاریابی و تبلیغ، ارایه محصولات با کیفیت استاندارد و نفوذ در بازارهای خارجی پیشقدم باشد تا بتوان به اهداف رشد پویای اقتصادی دست یافت.

کارشناسان و دست‌اندرکاران امور تولید و صادرات محصولات غیرنفتی، دیدگاه‌های مختلفی در زمینه راه‌های تحقق رشد پایدار صادرات دارند که با بهره‌گیری از این دیدگاه‌ها می‌توان به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی صحیح و اصولی نایل آمد.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای شاهرخ ظهیری که عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، عضو هیأت مدیره انجمن مدیران صنایع کشور است، راه‌های توسعه صادرات محصولات صنعتی به‌ویژه صنایع غذایی و موانع و تنگناهای موجود را جویا شد.



ظهیری که ۳۰ سال تجربه در امور تولید و صادرات مواد غذایی دارد و رئیس هیأت‌مدیره کارخانجات تولیدی مهرام است، به سؤالات خبرنگار ما چنین پاسخ داد:

# مقررات حاکم بر صادرات محصولات صنعتی باید بر مبنای ارزش افزوده تدوین شود

## ■ صادرات محصولات صنعتی چه نقشی در تحقق اقتصاد

بدون اتکا به نفت خواهد داشت؟

□ تا اواخر اردیبهشت ۷۴ که نرخ ارز تثبیت شد، ارزش صادرات کشور سالانه افزون بر ۵ میلیارد دلار بود، در حالی که در همان زمان صادرات نفت ۱۱ میلیارد دلار بود. اگر مقررات ثابت می‌ماند و تغییر نمی‌کرد، درآمد حاصل از صدور کالاهای غیرنفتی به درآمدهای ناشی از صادرات نفت نزدیک می‌شد.

ضرورت دارد که عوامل انتقاضی از بین برود، تورم مهار

شود و صادرات با توجه به ارزش افزوده کالاهای صادراتی تشویق گردد.

تصور می‌کنم محصولات پتروشیمی که در شمار محصولات صنعتی است، عامل مهمی در صادرات این گروه کالاها باشد. به‌طور کلی توان بالقوه رشد صادرات صنعتی در کشور وجود دارد و اگر این توان بخواهد به فعل درآید، مشکلاتی به‌وجود می‌آید. با حل این مشکلات می‌توان به ارقام بالای صادرات صنعتی دست یافت.

توان صادرات محصولات صنعتی و مواد غذایی ایران

به هیچ وجه از کشورهای مالزی، ترکیه، اندونزی و... کمتر نیست.

ارزش صادرات مواد کشاورزی ترکیه سالانه حدود ۳ میلیارد دلار است در حالی که ارزش صادرات صنایع غذایی ایران حدود ۶۰ میلیون دلار می‌باشد. اگر مسایل و مشکلات صنایع غذایی ایران رفع شود، به راحتی می‌توان به ارقام بالای صادرات در این بخش دسترسی پیدا کرد.

○ از بین بردن عوامل انقباضی، مهار تورم و توجه به صادرات بر مبنای ارزش افزوده ارزی برای تشویق صادرات ضروری است.

■ **دورنمایی که وزارت صنایع برای صادرات صنعتی تهیه کرده است، دستیابی به ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیارد دلار درآمد از صدور این کالاها در سال ۱۴۰۰ می‌باشد. به نظر شما این چشم‌انداز تا چه حد قابل تحقق می‌باشد؟**

□ اگر قوانین و مقررات ثابت باشد و عوامل تولید هماهنگ شوند، رشد مطلوبی در زمینه صادرات خواهیم داشت و امکان دستیابی به این ارقام وجود دارد. برای تحقق این ارقام، رشد نسبی مطلوب و برنامه کاملی مورد نیاز است تا صادرات استمرار داشته باشد.

ضرورت دارد که در صورت بروز مشکل، دولت با تخصیص یارانه در رفع آن بکوشد تا بتوان به ارقام یادشده دسترسی پیدا کرد. اما با وضعیت کنونی دستیابی به این ارقام قابل تصور نیست.

■ **به نظر شما توان رقابت کالاهای صنعتی ایران در بازارهای بین‌المللی تا چه حد می‌باشد؟**

□ کالاهای صنعتی ایران به طور اصولی در بازارهای بین‌المللی قابلیت رقابت ندارد. صادرکنندگان کالاهای صنعتی بدون هیچ‌گونه شناخت از بازارها، درصدد صدور کالا به بازارهای دوردست هستند، در حالی که از همسایگان خود غافل می‌باشند. بهترین بازارها برای صدور محصولات صنعتی ایران، کشورهای تازه استقلال یافته شوروی سابق هستند.

برای توفیق در صدور کالاهای صنعتی ابتدا باید برنامه داشت و بازارهای قابل نفوذ را شناخت. دولت باید در زمینه صادرات به بازارهای مختلف به صادرکنندگان خط بدهد و بازارهای قابل نفوذ را به آنها معرفی کند. از سوی دیگر امور



مأمور هستند که مواد غذایی موردنیاز این بازار را تأمین کنند. پیش از این نیز یک شرکت آلمانی متقاضی سرمایه‌گذاری در بخش صنایع غذایی ایران بود، اما نبود تضمین سرمایه سبب شد که این سرمایه‌گذاری صورت نگیرد.

### ■ توان صادرات مواد غذایی ایران به بازارهای جهانی در چه حدی است؟

نا در بخش مواد غذایی به‌خوبی می‌توانیم با کشورهای صاحب‌نام در صادرات این مواد به رقابت بپردازیم.

○ کالاهای صنعتی ایران در بازارهای بین‌المللی قابلیت رقابت ندارند و صادرکنندگان بدون شناخت از بازارها به صدور کالا به بازارهای دوردست روی می‌آورند و از همسایگان خود غافل هستند.

از دید کارشناسی غذا به سه عامل مواد اولیه، فن‌آوری تبدیل و سلیقه مشتری خارجی بستگی دارد. اگر تولیدکننده بتواند این سه مورد را در خط تولید پیاده و رعایت کند، حتماً موفق می‌شود.

ایران از حیث مواد غذایی خام از اکثر کشورهای جهان پیشرفته‌تر است. برای مثال کیفیت گریپ‌فروت ایران از نوع مشابه آن که در فلوریدای آمریکا به‌عمل می‌آید، به مراتب بهتر است، در حالی که ایالت فلوریدای آمریکا در تولید این محصول رتبه اول را در جهان دارد. دیگر محصولات مانند گوجه‌فرنگی، سیر و... نیز همین وضع را دارند. اما در تبدیل این مواد مشکل وجود دارد که باید با برنامه‌ریزی و حمایت و تشویق دولت حل شود.

در زمینه سلیقه مشتری نیز مشکلی وجود ندارد، هر چند که به شناخت بازار و مطالعه در این زمینه نیاز داریم. اگر به صادرات مواد غذایی و صنایع کنسروسازی توجه شود، از ضایعات مواد کشاورزی به نحو چشمگیری جلوگیری می‌شود.

### ■ در صادرات مواد غذایی و محصولات صنایع کنسرو کشور چه مشکلاتی وجود دارد؟

□ به‌طور کلی تدوین قوانین مربوط به صادرات باید بر مبنای ارزش افزوده ارزی باشد. در حالی که مقررات صادرات برای تمام کالاهای صنعتی در ایران یکنواخت است.

زیربنایی صادرات مانند حمل و نقل، امکانات جاده‌ای و بندری، سردخانه، هواپیما و... باید آماده و در خدمت صادرات باشد. به‌طور کلی به کسب موفقیت چشمگیر در صدور کالاهای صنعتی در حد قابل توجه، خوش‌بین نیستم.

### ■ عمده‌ترین مشکلاتی که در زمینه رونق صادرات غیرنفتی وجود دارد، کدامند؟

□ عمده‌ترین مشکل، تورم و گرانی قیمت کالاهای صنعتی ایران است که قابلیت رقابت این کالاها در بازار جهانی را از بین می‌برد.

○ اگر قوانین و مقررات ثابت باشد و عوامل تولید هماهنگ شود، به‌رشد مطلوب در صادرات غیرنفتی و کسب ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیارد دلار از صدور محصولات غیرنفتی در سال ۱۴۰۰ دست خواهیم یافت.

مشکل دیگر بی‌ثباتی قوانین و مقررات مترتب بر ارز می‌باشد که بانک مرکزی پیوسته آنها را تغییر می‌دهد. حتی در سال جاری که می‌بایست واریزنامه‌های صادراتی در بورس اوراق بهادار معامله می‌شد، مشکلاتی بروز کرد که باعث ایجاد تشریفات اداری (بوروکراسی) شده است.

### ■ آیا جذب سرمایه‌گذاری خارجی برای تولید کالاهای قابل صدور می‌تواند نقشی در توسعه صادرات صنعتی داشته باشد؟

□ جذب سرمایه‌گذاری خارجی، روند تولید با کیفیت بالا و در نتیجه صادرات کالاهای تولیدی را تسریع و به رفع کمبودها کمک می‌کند.

همراه با سرمایه‌گذاری خارجی، فن‌آوری روز به کشور وارد می‌شود که می‌تواند به ارتقاء کمی و کیفی تولید کمک کند.

### ■ با شرایط کنونی، آیا روند جذب سرمایه‌گذاری خارجی متناسب با نیازهای توسعه صنعت کشور می‌باشد؟

□ سرمایه‌گذاری خارجی در حد بسیار کمی در اقتصاد ایران صورت گرفته است.

موضوع تضمین سرمایه از مسایل مهم سرمایه‌گذاری خارجی است. سرمایه‌گذار خارجی در درجه اول این تضمین را طلب می‌کند.

در بازار مشترک اروپا، کشورهای فرانسه، هلند و آلمان

ایتالیایی، یونانی و فرانسوی رقابت کند. زیرا تهیه قوطی کنسرو برای آنها فقط ۳۰ سنت هزینه دارد و کشاورزان آنها برای تشویق تولید از دولت یارانه می‌گیرند.

بسته‌بندی مواد غذایی و صنایع کنسروسازی ایران با تقاضای بازار جهانی همخوانی ندارد. علت ایجاد نشدن صنایع بسته‌بندی مناسب در ایران نیز، بالا بودن قیمت مواد اولیه بسته‌بندی است. به این ترتیب صنعت بسته‌بندی ایران از فن‌آوری نوین بهره‌مند نشده است.

### ■ آیا در صدور مواد غذایی مزیت نسبی وجود دارد؟ چگونه می‌توان از مزیت موجود به نفع صادرات استفاده کرد؟

□ مزیت نسبی وجود دارد و راه بهره‌گیری از آن، سرمایه‌گذاری روی بازار کشورهای تازه استقلال‌یافته شوروی سابق می‌باشد. این کشورها در بخش کشاورزی و صنایع غذایی موقعیت ضعیفی دارند. ارمنستان حاضر است یک مجتمع بزرگ را برای عرضه محصولات غذایی در اختیار ایران بگذارد، اما مشکلاتی از جمله تنوع عرضه کالا سبب شد که از این فرصت نتوانیم استفاده کنیم. اگر مشکلات برطرف شود، می‌توان از مزیت‌های نسبی در صدور محصولات غذایی در بازارهای جهانی استفاده کرد.

○ در بخش مواد غذایی می‌توانیم با کشورهای صاحب‌نام در صادرات این مواد، رقابت کنیم. اگر به صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی توجه شود، ضایعات محصولات مذکور به نحو چشمگیری کاهش می‌یابد.

### ■ ارزش صادرات محصولات غذایی ایران در سال‌های اخیر چه روندی را طی کرده است؟

□ ارزش صادرات محصولات کنسروی در نه‌ماه نخست سال ۷۵ به ۲۷/۲ میلیون دلار رسید که نسبت به رقم ۵۸/۵ میلیون دلار مدت مشابه سال ۷۴ و رقم ۶۲/۶ میلیون دلار ماه‌های فروردین تا آذر ۷۳، کاهش قابل‌توجهی داشت. در دو ماه نخست سال جاری در مجموع معادل ۱۱/۹ میلیارد ریال محصولات صنایع کنسروسازی به خارج از کشور صادر شد. جدول زیر آمارهای مربوط به صدور محصولات کنسروی را نشان می‌دهد.

باید مطالعه شود که ارزش‌بری مواد غذایی صادراتی در مقابل صدور کالاهایی نظیر کامیون یا ابزار کارخانه‌ای چگونه است. در بدینانه‌ترین وضع قضیه، صنایع غذایی ۶ تا ۷ درصد ارزش‌بری دارند.



قانون باید به‌گونه‌ای وضع شود که صدور کالاهایی که ارزش‌بری کمتر دارد، تشویق شود. به‌طور کلی هر محصول صنعتی که از کشور خارج می‌شود، نباید جنس صادراتی تلقی شود. وقتی از صدور محصولی با توجه به ارزش‌بری تولید آن فقط ۵ درصد ارزش تحصیل می‌شود، این کالا در شمار محصول صنعتی صادراتی قرار نمی‌گیرد.

از سوی دیگر برای افزایش تولیدات بخش کشاورزی و رشد صادرات آن، ضرورت دارد که قوانین مربوط به صدور مواد غذایی بر اساس تشویق تنظیم شود و امتیازهای لازم در این زمینه اعطا شود. این امر به رشد اشتغال و ارزش‌آوری کمک می‌کند.

از سوی دیگر تولید محصولات کشاورزی در ایران بدون برنامه است و به قیمت این محصولات نظارتی وجود ندارد. اما به محض ورود آنها به صنایع تبدیلی، نظارت‌ها به‌وجود می‌آید. برای مثال هزینه تمام‌شده یک قوطی کنسرو رب گوجه‌فرنگی یک کیلویی حدود ۴۸۰۰ ریال است. با این قیمت تولیدکننده ایرانی نمی‌تواند در بازار جهانی با صادرکنندگان

## صادرات برخی مواد غذایی

دوماه اول سال ۷۶			نه ماهه اول سال ۷۵			نه ماهه اول سال ۷۴			نه ماهه اول سال ۷۳		
ارزش	وزن	ارزش	ارزش	وزن	ارزش	ارزش	وزن	ارزش	وزن	ارزش	
(میلیون دلار)	(ان)	(میلیون دلار)	(میلیون دلار)	(ان)	(میلیون دلار)	(میلیون دلار)	(ان)	(میلیون دلار)	(ان)	(میلیون دلار)	
۴/۱۷	۷۲۹۳	۹۰۱۹	۹/۶۸۴	۱۶۹۹۶	۱۸۷۴۷	۴۰۳۵	۷۶۱۶	۸۳۳۷	۱۱۷۵	۲۰۱۴۶	۲۱۴۲۹
۲/۲۶	۳۹۶۰	۲۸۷۳	۱۳/۸۷۸	۲۴۳۵۷	۳۲۷۹۴	۴۵/۹	۸۳۶۴	۷۱۸۰	۳۲۰۳	۵۶۴۸	۶۱۷۹۷
-/۱۸	۳۱۱	۲۶۰	۱/۴۳	۲۵۱۴	۲۱۵۴	۲/۱۱	۳۷۱	۳۷۹۷	۱/۹۷	۳۲۵۲	۳۷۶۲
-/۱۶	۲۷۹	۲۹۴	۱/۰۱	۱۷۷۵	۱۲۴۴	۴/۷۴	۸۳۰	۵۵۸	۶/۹	۱۲۰۸۷	۸۹۳۷
-/۷	۱۲۶	۶۵	۱/۲۱	۲۱۳۴	۱۳۱۷	۱/۴۳	۲۵۱۱	۱۴۸۵	۱۰/۲۲	۱۷۸۸۷	۱۴۰۸
۶/۸۴	۱۱۹۶۹	۱۲۵۱۱	۲۷/۲۱۲	۴۷۷۷۶	۱۰۷۷۹۷	۵۸/۵۳	۱۰۲۴۸۲	۹۱۰۶۷	۶۲/۶۲	۱۰۹۶۲۰	۹۶۸۳۳

مواد غذایی ایران ضررهای هنگفتی زده است.

■ **برای نظارت بر محصولات صادراتی و جلوگیری از صدور کالاهای نامرغوب به ویژه در بخش صنایع چگونه عمل می‌شود؟**

□ محصولات صادراتی در دو مرحله قابل نظارت (کنترل) می‌باشند. ابتدا در موقع دریافت پروانه ساخت از اداره کل نظارت بر مواد غذایی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سپس از مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران. کالاهایی که صادر می‌شوند باید مطابق با استانداردهای بین‌المللی باشند. با این حال به‌طور غیرقانونی (قاچاق) مواد غذایی و محصولات کنسرو شده از طریق مرزهای آبی از کشور خارج می‌شوند و این امر به صادرات مواد غذایی کشور لطمه می‌زند.

○ **بسته‌بندی مواد غذایی و صنایع کنسرو ایران با تقاضای بازار جهانی همخوانی ندارد. بالا بودن قیمت مواد اولیه بسته‌بندی مانع از ایجاد و توسعه این صنعت شده است.**

■ **تثبیت نرخ ارز تا چه حد به صادرات مواد غذایی و کنسروی ایران لطمه زده است؟**

□ در حالی که نرخ ارز باید متناسب با میزان تورم، تغییر کند، در چند سال اخیر ثابت بود. با این وضع، ثبات نرخ دلار معنی ندارد. دولت به‌منظور آنکه از ضرر صادرکننده تا حدودی جلوگیری کند، علاوه بر ارز حاصل از صادرات، معادل ۵۰ درصد ارز مذکور به نرخ تشویقی به صادرکنندگان ارز

○ **مقررات حاکم بر صادرات محصولات صنعتی یکنواخت است، در حالی که باید بر مبنای ارزش افزوده ارزی تدوین شود.**

■ **میزان ضایعات محصولات کشاورزی و مواد غذایی در ایران چقدر است؟**

لا بیش از یک‌سوم محصولات کشاورزی و مواد غذایی که می‌تواند به خارج کشور صادر شود، در ایران ضایع می‌شود. تا چند سال پیش میزان بسیاری از سیب‌های درختی ایران که در جهان خواهان زیادی دارد، زیر درخت‌ها از بین می‌رفت. امروز این سیب‌ها در کارخانه‌ها به کنسانتره و آب‌میوه تبدیل می‌شود و آلمان از خریداران عمده آن است. کنسانتره سیب ایران سال گذشته به قیمت هر کیلو ۳ مارک در بازار آلمان فروش رفت. هلو و زردآلوی مغان نیز همین وضع را دارند.

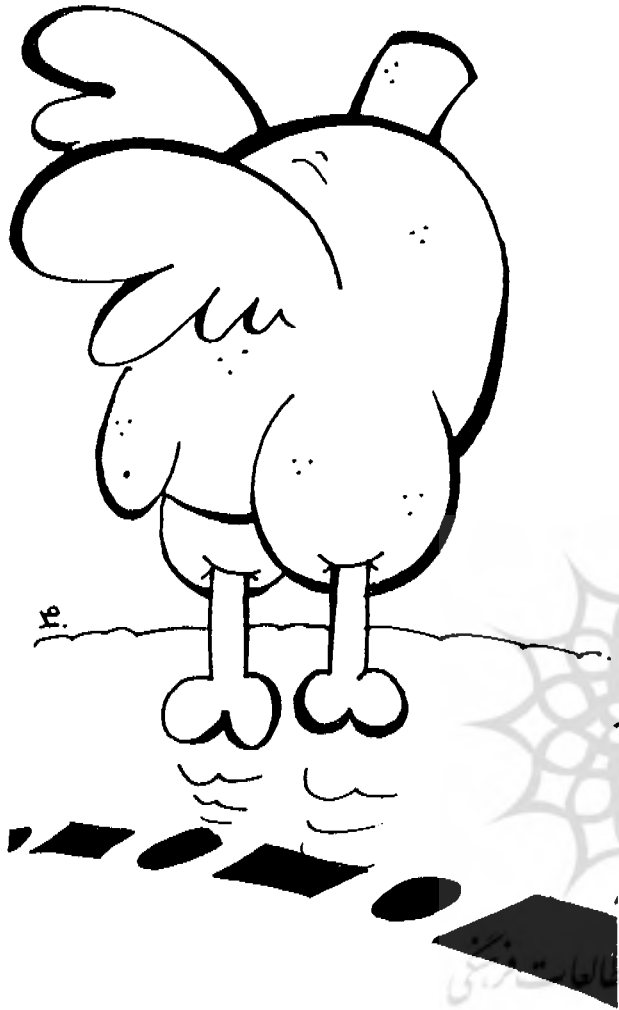
■ **به‌نظر شما مبادلات کالا در بازارچه‌های مرزی و قانون تجارت پبله‌وری در بخش صدور محصولات غذایی چه آثاری به‌جا می‌گذارد؟**

□ این مقررات از قوانین زیانبار برای صادرات مواد غذایی است، زیرا در بازارچه‌های مرزی نظارت وجود ندارد و کالاهای بدون استاندارد و غیرقابل استفاده ایران به کشورهای همجوار وارد می‌شود.

قانون مبادلات مرزی به فعالیت مؤسسه استاندارد نیز لطمه می‌زند. این مؤسسه بر کالاهای صادراتی نظارت می‌کند و این امر سبب حفظ صادرات کشور شده و مورد تأیید صادرکنندگان نیز می‌باشد.

دولت یا باید جلوی فعالیت پبله‌وری را بگیرد و یا اجازه صدور جنس باضابطه را بدهد. فعالیت پبله‌وران به صادرات

اقدام به صادرات می‌نمایند. آمریکا نیز از رقبای بزرگ می‌باشد. سال گذشته، ایالت کالیفرنیا بیش از یک میلیون تن رب گوجه‌فرنگی صادر کرد.



با این وصف، صادرکنندگان محصولات غذایی کشور باید وارد بازار جهانی شوند و کشورهایی را به عنوان بازار هدف در نظر بگیرند که زمین کشاورزی و محصول غذایی کم دارند. کشورهای عربی حاشیه جنوبی خلیج فارس به‌ویژه عربستان سعودی از این جمله است.

اگر بتوان با مصر نیز روابط اقتصادی برقرار کرد، بازار مطلوبی خواهد بود. در این زمینه پیشنهادی به اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران ارایه شده است.

**■ با توجه به مقررات سازمان جهانی تجارت که بر مبادلات محصولات کشاورزی و مواد غذایی حاکم است، روند آتی صادرات محصولات غذایی ایران چگونه خواهد بود و چه جایگاهی در بازار جهانی خواهد داشت؟**

□ اگر ایران عضو سازمان تجارت جهانی نشود و اجازه

تخصیص می‌دهد تا بتوانند مواد اولیه وارد کنند. این امر تا حدودی ضرر صادرکنندگان را جبران می‌کند. اما ضرورت دارد که نرخ ارز بر مبنای تورم تغییر کند.

### ■ بازارهای جدید و قابل نفوذ برای محصولات غذایی و کنسروی ایران، کدامند؟

□ بازار آفریقا از بازارهای جدید برای صادرات محصولات غذایی و کنسروی ایران است. اما به لحاظ بعد مسافت، کالاها به دبی و از آنجا به آفریقا صادر می‌شود. رب گوجه‌فرنگی ایران در بازارهای آفریقا شناخته شده است.

کشورهای شرق آسیا مانند فیلیپین، اندونزی و مالزی نیز خواهان محصولات غذایی ایران می‌باشند و در حال حاضر نیز این محصولات در بازارهای مذکور به فروش می‌رسد.

بازار کانادا نیز از بازارهای جدید برای محصولات غذایی ایران است. علاوه بر آن، ژاپن و استرالیا نیز در شمار بازارهای جدید می‌باشند. البته صدور محصولات غذایی به بازار ژاپن به لحاظ مشکل بسته‌بندی، کمی دشوار است.

کشورهای آسیای میانه نیز در شمار بازارهای جدید محسوب می‌شوند. مطالعات زیادی برای دستیابی به این بازارها در قالب هیأت‌های تجاری ایران انجام شده است. سلیقه مصرف‌کنندگان و بسته‌بندی موردنظر آنها بررسی شده و نمونه‌های کالاهای مصرفی آنها نیز به ایران آورده شده و مطابق با آن تولید شده است.

### ○ مزیت نسبی در صدور مواد غذایی ایران وجود دارد و برای بهره‌گیری از آن باید روی بازار کشورهای تازه استقلال یافته، سرمایه‌گذاری کرد.

### ■ وضع بازار جهانی برای پذیرش محصولات غذایی صادراتی ایران در آینده را چگونه پیش‌بینی می‌کنید؟

□ دورنمای آتی برای صادرات محصولات غذایی به بازار جهانی بسیار مطلوب است.

به‌طور کلی میزان محصول کشاورزی در کشورهای مختلف در سال‌های مختلف تحت تأثیر عوامل طبیعی (مانند سرمای زودرس و...) تغییر می‌کند و یکباره سیل محصول یک کشور وارد کشور دیگر می‌شود.

ملاک عمل صادرکنندگان محصولات غذایی ایران، بازار ترکیه است. آنها بررسی دقیقی روی این بازار می‌کنند و سپس

□ این موضوع برای محصولات غذایی به ندرت رخ داده است. در سال‌های اخیر شاید سه مورد اتفاق افتاده که یک مورد بازگشت رب گوجه‌فرنگی ایران از الجزایر نیز جنبه سیاسی داشته است.

این امکان وجود دارد که مشکلاتی در بسته‌بندی مواد غذایی به وجود آید و محصول ضایع شود. البته خریدار نیز نباید آن را به تمام کالاهای صادراتی تعمیم دهد.

## ○ بازار آفریقا، کشورهای شرق آسیا، آسیای میانه، کانادا، ژاپن و استرالیا از بازارهای جدید برای محصولات غذایی ایران می‌باشند.

اصولاً اگر کالایی صادر شود و سپس به کشور بازگردانده شود، لطمات جبران‌ناپذیری به صادرات می‌زند.

### ■ برای افزایش صادرات محصولات صنعتی به ویژه مواد غذایی به دولت چه توصیه‌ای می‌کنید؟

□ اولین توصیه، تثبیت سیاست‌های مربوط به صادرات دست‌کم برای یک دوره پنج‌ساله می‌باشد.

از سوی دیگر، دولت نباید اجازه دهد که تولیدکننده با تمسک به این امر که کالا صادر می‌شود، جنس را به قیمت گزاف به بازار مصرف عرضه نماید. توصیه دیگر آن است که تورم باید مهار شود تا کالای صادراتی، گران نباشد. اگر مهار تورم میسر نیست، باید به کالاهای صادراتی یارانه تعلق گیرد. ارزش دلار نیز باید متناسب با تورم تعیین شود.

### ■ برای رونق بخشیدن به صادرات غیرنفتی چه توصیه‌ای به صادرکنندگان دارید؟

□ در شرایط کنونی، صادرات یک وظیفه شرعی است. با صادرات، اقتصاد کشور شکوفا می‌شود.

برای آنکه صادرات محقق گردد، ابتدا باید تولید صورت بگیرد و دولت باید به این امر کمک کند. سرمایه‌گذاران و سرمایه‌داران نیز باید ارزش واقعی خود را حفظ کنند. سرمایه‌داران باید سرمایه‌گذاران خارجی را جذب کنند، زیرا آنها خریداران محصولات صادراتی هستند.

نداشته باشد محصولات غذایی و مواد کنسروی صادر کند. احساس خطر می‌شود.

## ○ در بازارچه‌های مرزی نظارت بر کیفیت و استاندارد محصولات غذایی وجود ندارد و این امر به صادرات مواد غذایی کشور ضررهای هنگفتی زده است.

مقررات سازمان تجارت جهانی، بین‌المللی است و کشورهای عضو آن از تعرفه‌های ترجیحی استفاده می‌کنند و با تعرفه‌ها بازی می‌کنند.

اگر ایران به عضویت سازمان تجارت جهانی درآید، این مشکل به وجود نمی‌آید و مقررات تعرفه‌ای برای همه یکسان می‌شود. در این شرایط ایران می‌تواند در صدور محصولات غذایی به کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی فعال شود.

در زمینه صدور محصولات صنعتی، توجه به مقررات استاندارد ایزو ۹۰۰۰ نیز ضروری است و تا دو سال آینده باید گواهی ایزو ۹۰۰۰ برای محصولات صنعتی اخذ شود تا بتوان در بازار جهانی حضور فعال داشت.

### ■ در زمینه بازاریابی و تبلیغات محصولات غذایی و کنسروی ایران در بازارهای مختلف تاکنون چه فعالیت‌هایی انجام شده است؟

□ دولت باید اجازه دهد که صادرکنندگان از محل درآمد ارزی خود، بخشی را به تبلیغات محصول اختصاص دهند. تبلیغ در بازارهای خارجی به ارز نیاز دارد و باید ارز در اختیار شرکت‌های صادرکننده قرار گیرد.

در زمینه شرکت در نمایشگاه‌های خارجی که دروازه صادرات محسوب می‌شوند، نیز ارز به شرکت‌کنندگان در نمایشگاه تعلق نمی‌گیرد و تأمین ارز موردنیاز نیز دشوار است. صادرات محصولات صنعتی از جمله مواد غذایی تاکنون به صورت ابتدایی و با روش‌های ابتدایی تبلیغات و بازاریابی و بر مبنای اعتماد فردی صادرکننده صورت گرفته است و بر اساس اعتماد به مرغوبیت کالا نیست.

تبلیغات در کشورهای مختلف، مخارج زیادی دارد. مدیران بازاریابی به دلیل مشکلات ارزی امکان سفر و بازاریابی برای کالاهای صادراتی ندارند.

### ■ بازگرداندن کالاهای صادرشده به کشور چه زیان‌هایی به صادرات غیرنفتی زده است؟