

گفت‌وگو با صادرکننده نفت

بررسی دقیق بازارها و انعطاف‌پذیری شرکت‌ها، عامل رشد صادرات است

اشاره:

جهش در صادرات غیرنفتی یکی از اهداف عمده و محور توسعه سومین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور است. در این راستا نه تنها دولت، بلکه دست‌اندرکاران بخش‌های تولید و تجارت باید با به میدان بگذارند و با ارزیابی دقیق موانع و مشکلات، راهکارهای مناسب برای جهش صادراتی را به کار ببندند. در این راستا، تجربه صادرکنندگانی که در عرصه رقابت توانسته‌اند با استفاده از ابتکاراتی به موفقیت چشمگیر دست یابند، حایز اهمیت است و می‌تواند مورد استفاده دیگر صادرکنندگان قرار گیرد. خبرنگار نسریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای نصرت‌الله نصیری، معاون تجاری و توسعه گروه تولیدی صنعت سرفامپ و متخصص تجارتات بازرگانی که از صادرکنندگان نمونه می‌باشد، ضمن ارزیابی موانع و راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی از وی خواست که بخشی از تجربیات خود را در اختیار دیگر علاقه‌مندان به تجارت و صادرات قرار دهد. ماحصل این گفت‌وگو را با هم می‌خوانیم.

■ برای افزایش صادرات غیرنفتی چه برنامه‌هایی را ضروری می‌دانید؟

□ اگر به اقتصاد کشورهای پیشرفته نگاه کنیم، می‌بینیم دولت وابستگی شدیدی به کار و فعالیت ملت دارد. در این کشورها اگر چرخ اقتصاد مردمی روان نگردد و درآمدهای حاصل از فعالیت ملت تحقق نیابد، در واقع تولید ناخالص ملی افزایش پیدا نمی‌کند و دولت برای اداره کشور فلج خواهد شد، در نتیجه دولت نگرانی شدیدی نسبت به قوانینی که چرخ‌های اقتصاد را به گردش درمی‌آورند دارد، زیرا که هرگونه قانون و مقرراتی که باعث کندی اقتصاد این‌گونه

کشورها شود، تولید و درآمد بنگاه‌های اقتصادی را دچار مشکل خواهد ساخت و در پی آن دولت با مشکل مواجه می‌شود.

در ایران، دولت یک منبع ایجاد درآمد دارد و یک تولیدکننده محسوب می‌شود. مخزنی به نام «چاه نفت» وجود دارد که دولت از تولید و فروش آن کسب درآمد کرده و کشور را اداره می‌کند.

از زمانی که اقتصاد ایران صاحب درآمدهای نفتی شد و این درآمد در تأمین هزینه‌های دولت نقش برجسته‌ای پیدا کرد، صادرات غیرنفتی از رونق افتاد، و یا از رشد کافی برخوردار نگردید.

اما دولت پیش از آنکه چاه‌های نفت بسته شوند، باید اتکای خود را به درآمد نفت کم کند و به صادرات غیرنفتی متکی شود.

این امر ممکن است در کوتاه‌مدت اثرات منفی داشته باشد، اما باید مشکلات مترتب بر آن با مردم در میان گذاشته شود تا همه دست به دست هم دهند و دوران آسیب‌پذیری با همدلی بین دولت و ملت مرتفع شود.

تصور می‌کنم ضروری‌ترین کار برای اقتصاد ایران این است که درآمدهای حاصل از نفت حذف شود و این‌گونه درآمدها فقط در سرمایه‌گذاری‌های

زیربنایی و درازمدت به کار رود.

■ مشکلات عمده صادرات غیرنفتی چیست؟

□ حضور در بازارهای بین‌المللی و کسب سهم بیشتر در بازارهای هدف، مهمترین موردی است که در توسعه صادرات غیرنفتی باید به آن توجه شود. این موضوع نیاز مبرم به «اطلاعات» از بازارهای جهانی دارد. نداشتن بانک اطلاعاتی به‌روز در ایران باعث شده است اطلاعات کافی در اختیار بنگاه‌های اقتصادی قرار نگیرد.

البته در این

زمینه تشکیلاتی ایجاد شده است، اما هنوز به حدی که بتواند به شرکت‌های تولیدکننده و صادرکننده کالا اطلاعات کافی ارائه کند، وجود ندارد.

البته نباید بانک‌های اطلاعاتی فقط از سوی دولت ایجاد شود، بلکه بنگاه‌های اقتصادی خود می‌توانند چنین تشکیلاتی را ایجاد کنند و در این راه از دولت کمک بگیرند.

اگر آگاهی صادرکنندگان از نیازهای مشتری و خواسته‌های بازار افزایش یابد، به یقین در وضعیت کنونی، ارزش صادرات غیرنفتی به چند برابر افزایش خواهد یافت. ذکر این نکته ضروری است که در بازاریابی فقط اطلاع پیدا کردن از نیاز مشتری کافی نیست، بلکه باید سه مقوله «نیاز مشتری»، «خواسته مشتری» و «تقاضای مشتری» که به‌طور کامل از یکدیگر جدا هستند، موردنظر باشد.

متأسفانه در ایران نبود اطلاعات از بازار باعث شده است صادرکنندگان

ایرانی برخی بازارهای صادراتی را به‌خوبی بشناسند و از نیازهای مشتری و خواسته این قشر اطلاع کافی داشته باشند، اما تقاضای مشتری را ندانند. برای این که کالای ایرانی از حالت خواسته مشتری به تقاضای وی تبدیل شود، لازم است به سه نکته توجه شود: ۱- کالای ایرانی موردنیاز مشتری باشد. ۲- مشتری آن را بخواهد.

تغییر در قوانین اگر در جهت بهبود و اصلاح باشد، مطلوب است. اما باید با کم کردن مراکز تصمیم‌گیری از بروز تناقض‌ها در قوانین و مقررات و نیز تدوین قوانینی که تشریفات صادرات را طولانی و کند می‌کند و انگیزه صادرکننده را کاهش می‌دهد، جلوگیری شود.

- دولت و مجلس می‌بایست با اصلاح قوانین و کاهش مراکز تصمیم‌گیری و مراجعی که صادرکننده برای صدور کالا باید به آنها رجوع کند، در جهت پویاتر و اثربخش‌تر شدن صادرات غیرنفتی

○ **مضور در بازارهای بین‌المللی و کسب سهم بیشتر در بازارهای هدف، تعدد مراکز تصمیم‌گیری در ارتباط با مقوله صادرات، نحوه استفاده از تسهیلات بانکی و تأمین سرمایه در گردش از موضوع‌های مهم در بخش صادرات است.**

۳- مشتری بتواند آن را خریداری کند. در بسیاری از بازارهای خارجی، کالاهای ایرانی به لحاظ قیمت، قابل خرید نمی‌باشند. از مشکلاتی که در فروش محصولات صنایع تبدیلی کشاورزی در بازارهای جهانی وجود دارد، این است که سهم قیمت مواد اولیه در این کالاها نسبت به قیمت تمام شده بسیار بالا است.

این مشکل باعث شده است یکی از مزیت‌های نسبی مهم اقتصاد کشور که صنایع تبدیلی مواد غذایی و محصولات کشاورزی است، نتواند در بازارهای جهانی موفق باشد. همواره این خطر وجود دارد که قیمت تمام‌شده محصولات تبدیلی کشاورزی به نحوی افزایش یابد که قابلیت رقابتی خود را در بازارهای جهانی از دست بدهد.

تعدد مراکز تصمیم‌گیری در ارتباط با مقوله صادرات نیز باعث شده است قوانین و مقررات متعدد، متنوع و متغیری وضع شود.

در اقتصاد کشور گام بردارند. - نحوه استفاده از تسهیلات بانکی و تأمین سرمایه در گردش از دیگر مشکلات مبتلا به صادرات محسوب می‌شود. باید در ایران صنایعی که توانمندی و یا مزیت نسبی بیشتری برای صادرات دارند، بتوانند از تسهیلات بانکی بیشتری نسبت به سایر رشته‌های صنعتی استفاده کنند.

باید معیار و شاخص، «صادرات» باشد و به نسبت ارزش حاصل از صادرات، تسهیلات بیشتری در اختیار صادرکننده قرار گیرد.

صادرکنندگان روی ارزش تشویقی حساب می‌کنند و نرخ ارزش تشویقی روی قیمت تمام‌شده محصولات اثر دارد و بر مبنای آن قیمت فروش محصولات تعیین می‌شود. اما هنگامی که صادرکنندگان ارزش تشویقی را طلب می‌کنند، به آنها می‌گویند ارزش تشویقی نداریم.

- البته مشکلات دیگری نیز مترتب بر صادرات کالاها غیرنفتی است که

در گرگان، ارومیه، شیراز و مشهد در سال ۱۳۷۸ بین ۱۵ تا ۲۰ میلیون دلار بود. از این میزان ۱۵ میلیون دلار به طور مستقیم توسط شرکت انجام شده و بقیه آن توسط شرکت‌های دیگر صادر شده است.

در سال جاری رشد بالای ۴۰ درصد در صادرات شرکت پیش‌بینی شده است که اگر خشکسالی مشکلی پدید نیآورد، به این مهم دست خواهیم یافت.

■ موفقیت نسبی در امر صادرات را

مرهون چه سیاستی می‌دانید؟

[۱] در این زمینه دو عامل از اهمیت بالایی برخوردار بود:

۱- حضور و بررسی‌های دقیق در بازارهای جهانی. در این رهگذر میزان اطلاعات خود از بازارهای جهانی را بالا

برده و رقبای خود را شناسایی کردیم. مشتری‌ها و نیازهای آنها تا حدودی مورد شناسایی قرار گرفت و سعی شد

مشخصات کالای تولیدی با خواسته مشتریان تطبیق داده شود.

این شرکت کالاهایی را تولید کرد که مورد نیاز مشتریان بود و مشتری خواستار آن بود و کالایی تولید شد که مشتری می‌توانست آن را خریداری کند.

۲- انعطاف‌پذیر شدن شرکت در مقابل خواسته‌های مشتریان در بازارهای داخلی و جهانی همزمان با دریافت اطلاعات از بازارها، سعی شد سازمان منعطف شود تا بتواند به نیازهای مشتریان بهتر پاسخ دهد.

■ شرکت در نمایشگاه‌ها تا چه حد

در امر افزایش صادرات مؤثر است؟

[۱] در ایران اِـبـزار به‌کارگیری نمایشگاه‌ها در امر صادرات به‌طور

آن رشته از فعالیت‌هایی که بیشترین سهم و توانایی را می‌تواند در صادرات داشته باشد، اقدام کند. در این رهگذر باید دانشگاه‌ها، مراکز علمی و تحقیقاتی، نهادهای علمی و فرهنگی و تربیون‌های نماز جمعه برای محقق شدن برنامه‌های بلند جمهوری اسلامی ایران با جهت‌گیری حذف ارز حاصل از فروش نفت خام در اداره کردن کشور تجهیز شوند.

اگر ارز حاصل از نفت به سرمایه برای آیندگان تبدیل شود و برای عوامل و دستاوردهایی که زمینه را برای صادرات فراهم می‌آورد، به‌کار گرفته شود، دورنمای صادرات کالاهای غیرنفتی در برنامه سوم بسیار مثبت

○ شناسایی مخاطب، رسانه مناسب، مضمون شایسته، انعکاس بازفور تبلیغات به سفارش‌دهنده و ایجاد نهادهایی که بتوانند تبلیغ مناسب را به عمل آورند، در امر تبلیغات مهم است.

خواهد بود.

■ عملکرد صادراتی شرکت دشت مرغاب را تشریح نمایید.

[۱] عملکرد شرکت دشت مرغاب در رشد صادرات خود به نسبت موفق بوده است.

با توجه به سهمی که صنایع تبدیلی ایران باید در بازارهای جهانی داشته باشد، عملکرد این شرکت اصلاً راضی‌کننده نیست، زیرا این واحد می‌تواند سالانه ۵۰ میلیون دلار تولیدات صنایع غذایی تبدیلی را به خارج صادر کند.

شرکت در ۱۰ سال گذشته ۲۰۰ هزار دلار صادرات داشت، اما صادرات گروه دشت مرغاب شامل شرکت‌های موجود

قبلاً بارها گفته شده است و نیازی به تکرار آن نیست.

■ آیا تسهیلاتی که دولت طی دو سال اخیر برای افزایش صادرات کالاهای غیرنفتی ایجاد کرده است، کافی به نظر می‌رسد؟

[۱] این نکته قابل توجه است. به نظر من تسهیلاتی که دولت در دو سال اخیر ایجاد کرده، اثر رکود بازار نفت بوده است. تحت تأثیر رکود بازار نفت قوانین دست‌وپاگیر از جلوی پای صادرکننده برداشته شد و متعاقب آن مرکز توسعه صادرات ایران فعال شد و گمرک نیز طی دو سال اخیر واقعاً متحول شد و عملکرد خوبی از خود به جای گذاشت. این پیشرفت‌ها جای تشکر از مسؤولان دارد.

اگر دولت همواره احساس کند، نفت ارزان است و بازار ندارد. به یقین کارهای مثبت در جهت افزایش صادرات

غیرنفتی تداوم پیدا خواهد کرد و کشور از توانمندی صادرات استفاده بیشتری خواهد کرد.

■ امر صادرات غیرنفتی در برنامه سوم توسعه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

[۱] در برنامه سوم جهت‌گیری دولت در امر صادرات بسیار مهم است. برای رسیدن به اهداف بلند برنامه سوم نیاز به یک سری اقداماتی است که از حالا باید مشاهده شود.

دوران استفاده از مزیت‌های نسبی در امر صادرات عنقریب به پایان خواهد رسید، اما ایران هنوز از این مزیت‌ها در بازارهای صادراتی به‌طور واقعی استفاده نکرده است، دولت باید در جهت تقویت

صحیح به کار گرفته نمی‌شود. نمایشگاه‌هایی که در خارج از کشور برگزار می‌شود، متأسفانه ناهماهنگ و بی‌برنامه است که علت این ناهماهنگی‌ها، مراکز برگزارکننده می‌باشند.

این گونه مراکز تلاش لازم را به خرج نمی‌دهند و باعث می‌شوند حضور شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه‌های خارجی بی‌رنگ و ضعیف باشد.

در این نمایشگاه‌ها قدرت صنعتی و توانمندی‌های صادراتی ایران به هیچ‌وجه معرفی نمی‌شود که علت آن دید کاسبکارانه اداره‌کنندگان این‌گونه نمایشگاه‌ها است.

اصولاً اداره‌کنندگان ایرانی نمایشگاه‌ها باید بدانند هدف از شرکت در نمایشگاه نباید ایجاد درآمد از محل فروش غرفه باشد، بلکه اثربخشی آن در معرض توانمندی‌های صادراتی باید مدنظر قرار گیرد.

در نمایشگاه‌های داخلی نیز افزایش سرسام‌آور هزینه‌های شرکت در نمایشگاه باعث شده است اکثر تولیدکنندگان و صادرکنندگان، توانایی مشارکت در نمایشگاه را نداشته باشند و حذف شوند.

■ محصولات شرکت دشت مرغاب به چه کشورهایی صادر می‌شود؟

□ آلمان، فرانسه، انگلستان، سوئد، نروژ، دانمارک، استرالیا، کانادا، ژاپن و... از خریداران اصلی محصولات شرکت می‌باشند. بیش از ۹۰ درصد صادرات شرکت دشت مرغاب وارد بازار این کشورها می‌شود.

■ بازارهای آینده خود را ذکر فرمایید.

□ کشورهای تازه استقلال یافته شوروی سابق، چک و اسلواکی و مجارستان در آینده جزو بازارهای این

شرکت خواهند بود. البته بازارهای دیگری نیز جزو بازارهای هدف هستند که بررسی روی آنها در جریان است.

■ رقبای کالاهای شما در بازارهای جهانی چه کشورهایی هستند؟

□ رقبای اصلی محصولات تولیدی دشت مرغاب، ایتالیا، یونان، چین و ترکیه هستند. البته بسته به محصولات مختلف، تفاوت دارد.

به‌طور کلی ارزیابی شرکت از رقبای این است که اگر روی برنامه‌ریزی، استمرار و جلوگیری از رشد بی‌رویه تولیدات محصولات کشاورزی، اقدامات جدی صورت گیرد، نه‌تنها شرکت دشت مرغاب، بلکه صنایع غذایی تبدیلی ایران به‌راحتی می‌تواند در بازارهای جهانی به رقابت پردازد. در این رهگذر، بسته‌بندی از اهمیت بالایی برخوردار است، اما با وضیعت کنونی اگر مواد اولیه مناسب و مرغوبی وجود داشته باشد، با همین صنعت بسته‌بندی نیز می‌توان رقبای را در بازارهای جهانی کنار زد.

■ حذف پیمان ارزی چه اثری در رشد صادرات کالاهای صادراتی دارد؟

□ حذف پیمان ارزی اثر ملموسی بر افزایش صادرات کالاهای غیرنفتی و در رشته صنایع تبدیلی اثرات مثبتی به‌دنبال خواهد داشت. زیرا قیمت تمام‌شده باید در بازارهای جهانی قابل رقابت باشد. با حذف پیمان ارزی و تبدیل ارز به ریال، حیات صادراتی ادامه می‌یابد.

در بسیاری از بازارهای جهانی به دلیل آنکه توافقات بین‌المللی صورت نگرفته است، صادرکنندگان مجبور به پرداخت یک سری تعرفه‌هایی هستند که قیمت تمام‌شده را افزایش می‌دهد، اما در مقابل رقبای ایران معاف از پرداخت این تعرفه‌ها هستند.

حذف پیمان ارزی که موضوعی داخلی است، می‌تواند به صادرکنندگان و تولیدکنندگان صنایع تبدیلی محصولات کشاورزی کمک کند.

■ تبلیغات شرکت‌های ایرانی در بازارهای جهانی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

□ تبلیغات در بازارهای جهانی باید بر پنج اصل زیر استوار باشد:

۱- تبلیغ مؤثر زمانی صورت می‌گیرد که مخاطبین شناخته شده باشند.
۲- رسانه مناسب برای آن تبلیغ باید انتخاب شود.

۳- مضمون مناسب برای آن تبلیغ باید انتخاب شود.

۴- باید بازخور مناسب از تبلیغ و ارزیابی میزان اثربخشی آن به سفارش‌دهنده تبلیغ ارسال شود تا بتواند در تبلیغ بعدی خود نواقص را رفع و مؤثرتر فعالیت کند.

۵- باید دستگاه‌ها و سازمان‌هایی که بتوانند تبلیغ مناسب را به سفارش‌دهنده تبلیغ ارایه دهند، ایجاد شود.

دسترسی شرکت‌های ایرانی به رسانه‌های جهانی کم است و اگر شرکت‌ها بخواهند وارد عرصه جهانی تبلیغات شوند، باید هزینه‌های گزافی پرداخت کنند.

دولت باید در این رشته زمینه‌سازی کند. باید در سطح ملی و نیز در سطح شرکت‌های تولیدی و صادراتی روی تبلیغات سرمایه‌گذاری شود تا در این رشته توفیقی به‌دست آید.

