



نسخه یک صادرکننده موفق برای رونق اقتصاد ملی

تولید با هدف صادرات

امیر روحپرور



سرآغاز:

تلاش برای رسیدن به اهداف چشم انداز ۳۰ ساله و ایجاد ظرفیتهای جدید در جهت توسعه صادرات غیرنفتی همواره از جمله راهبردهای بلند مدت کشور در عرصه اقتصاد در حلول سالهای اخیر بوده است. بر این اساس در یکی دو دهه اخیر از توسعه صادرات غیر نفتی به عنوان یکی از سیاستهای مورد تاکید دولتها نام برده اند. تحلیلگران اقتصادی کشور نیز کم و بیش به موضوع توسعه صادرات غیرنفتی به عنوان راهبردی موفقیت آمیز برای رسیدن به نرخ رشد اقتصادی بالا اشاره کرده اند.

از اینرو به نظر می رسد شناخت فرصتها و تهدیدهای پیش روی در هر بخشی از اقتصاد ملی به ویژه در حوزه صادرات غیرنفتی برای هدف گذاری، برنامه ریزی و تدوین راهبردهای آتی ضروری است. به این انگیزه در نشست با مهندس **پور مدیرعامل اترک شیمی** یکی از صادرکنندگان موفق کشورمان (صادرکننده نمونه سال ۱۳۸۹) تلاش کرده ایم تا ضمن بررسی چالش های این حوزه، موانع تولید صادرات محور را مورد نقد و تحلیل قرار دهیم آنچه را که ملاحظه خواهید نمود بخشی از راهبردهایی که می تواند در توسعه صادرات غیرنفتی کشورمان مفید باشد.

صنعت و کارآفرینی: آقای مهندس نعیمی پور آنطور که شنیده ایم

تمام محصولات شما صادر می شود چگونه به این مهم رسیدید؟
مهندس نعیمی پور: شرکت اترک شیمی در سال ۷۸ فعالیت خود را با کارهای بازرگانی در حوزه محصولات ساختمانی به ویژه رنگ آغاز نمود، بعدها با استفاده از تولیدات در کارخانه فعال در یزد، اقدام به برند سازی نمودیم.

در این راستا تلاش نمودیم تا برند اترک را مطرح سازیم بعدها ناچار شدیم به دلیل افزایش حجم سفارشات کار را توسعه دهیم به همین منظور سال ۸۰ با ایجاد یک کارخانه کوچک تولید رنگهای پایه آب، مستقیماً تولید را آغاز نمودیم و در سال ۸۶ با اجرای طرح توسعه ضمن تولید انواع رنگهای صادراتی، مواد اولیه مورد نیاز کارخانه را نیز تولید نمودیم البته در ادامه با توجه به مشکلاتی که در عرصه بسته بندی محصولات داشتیم، واحد قوطی سازی را نیز با سه خط، در همین مجموعه ایجاد نمودیم و امروز شاهد هستید که علاوه بر تولید مواد اولیه که با صرفه جویی ۵ میلیون دلاری همراه بوده است، قوطی مورد نیاز در کارخانه تولید می شود، چرا که لازمه یک محصول خوب صادراتی علاوه بر کیفیت، بسته بندی مناسب نیز است که نباید از آن غفلت کرد.

صنعت ایران از ضعف بسته بندی رنج می کشد از اینرو شاهد هستیم در حالیکه بسیاری از محصولات ایرانی دارای کیفیت خوبی است اما بسته بندی مناسبی ندارد در حالیکه بسته بندی زیبا و مدرن یکی از اصول صادرات است که هر تولید کننده ای باید به آن توجه کند.



مداری است که بسیاری از شرکتهای بزرگ دنیا حساب ویژه ای روی آن باز کرده اند و از این طریق ارزش افزوده قابل توجهی برای محصولات خود خلق کرده اند.

صنعت و کارآفرینی: به مشکلات صادرات اشاره کردید، با توجه به

تجارب طولانی شما در حوزه صادرات چه چالش هایی وجود دارد؟

مهندس نعیمی پور: در این خصوص مایلیم به مشکلات گمرک اشاره

کنم چرا که یکی از مشکلات اساسی صادرکنندگان با گمرک است

در این راستا بارها محصولات شرکت ما در گمرک به دلایل مختلف

معطل باقی مانده و همین مساله هزینه زیادی به ما تحمیل کرده

است. به عبارت دیگر هزینه خواب کانتینرها برای صادرکنندگان

بسیار گران تمام می شود، همین مساله باعث افزایش قیمت تمام

شده محصولات می گردد. همچنین باید به بحث چالش های حمل

و نقل ریلی اشاره کنم چرا که سالهای زیادی است که صادرکنندگان

در تامین واگن های خود با مشکل مواجه هستند. این مشکل در

حالی روی می دهد که تاکنون برای رفع آن فکر اساسی نشده است

در این راستا یکی دیگر از چالش های صادرکنندگان دستبرد به

محموله های صادراتی در آن سوی مرزها به ویژه در کشور های

آسیای میانه است که این امر طبق قوانین بین المللی خلاف مقررات

است اما شاهدیم که برخی از کشورها به بهانه اضافه بار، بخشی از

محموله های صادراتی را به نوعی مصادره می کنند.

صنعت و کارآفرینی: برخی از کارشناسان به این عقیده اند در

بازارهای صادراتی به دلیل نداشتن برندهای معتبر ایرانی خلایق

ایجاد شده که رقبا از آن سود می برند؟

مهندس نعیمی پور: بله! برخی کشورها با صادرات مجدد کالاهای

ایرانی، با برندهای شناخته شده هم سود کلانی به دست آورده و هم

بازارها را از دست خارج می کنند. این در حالی است که کشورمان

در حوزه صادرات حرفهای زیادی برای گفتن دارد، همین شرکت ما

سالانه حدود میلیون ها دلار انواع رنگ به کشورهای مختلف جهان

از آسیا گرفته تا آفریقا حتی چین صادر می کنیم.

صنعت و کارآفرینی: به موضوع برند اشاره کردید، این مساله تا چه حد برای صادرات موثر است؟

مهندس نعیمی پور: برند نام یا نمادی است که با هدف فروش

کالاها یا ارائه خدمات مورد استفاده قرار می گیرد، اما قطعاً اگر اندکی

تامل کنید متوجه می شوید که هدف از ایجاد یک برند چیزی فراتر

از فروش کالا یا ارائه خدمات است برند علاوه بر اینکه سهم بازار را

زیر تسلط خود نگه می دارد، برای رشد کسب و کارم راهکارهایی

مطرح می کند، در ادبیات کلاسیک برند سازی راز موفقیت صادرات

به شمار می آید. از سوی دیگر نقش برند یا عنوان تجاری در نفوذ

و ماندگاری در بازارهای مصرف برای تولید کنندگان کالا و خدمات

کاملاً واضح و مبرهن است.

صنعت و کارآفرینی: با این حال شاهد هستیم که بسیاری از تولید

کنندگان ایرانی چندان به برندسازی توجهی نمی کنند؟

مهندس نعیمی پور: درست است، همین مساله پاشنه آشیل تجارت

و تولید با هدف صادرات است اما به نظر من تولید با محور صادرات

نیازمند برند سازی است. از سوی دیگر شواهد نشان داده است مفهوم

برند، باعث ایجاد رقابت بین صادرکنندگان و رشد و ارتقای بنگاه های

اقتصادی می شود و نبودن آن انگیزه را از صادرکننده می گیرد این

در حالی است که بازار مربوط به یک برند متغیر و قوی حتی در

حضور رقبا پایدار می ماند.

صنعت و کارآفرینی: به نظر می رسد نبود نشانهای تجاری

معتبر یا به قول شما برند و ضعف در بسته بندی یکی از

چالش های موجود در عرصه تجارت خارجی کشورمان است، شما

چه نظری دارید؟

مهندس نعیمی پور: واقعیت این است که صنعت ایران از ضعف

بسته بندی رنج می کشد از اینرو شاهد هستیم در حالیکه بسیاری از

محصولات ایرانی دارای کیفیت خوبی است اما بسته بندی مناسبی

ندارد در حالیکه بسته بندی زیبا و مدرن یکی از اصول صادرات است

که هر تولید کننده ای باید به آن توجه کند. این همان اصل مشتری

نکته...



می گویند یکی از کارکنان شرکت «آی. بی. ام» اشتباه بزرگی مرتکب شد و مبلغ ده میلیون دلار به شرکت ضرر زد.

این کارمند به دفتر تام واتسون بنیان گذار شرکت احضار شد و پس از ورود گفت: "تصور می کنم باید از شرکت استعفا دهم".

واتسون گفت: "شوخی می کنی! ما همین الان مبلغ ده میلیون دلار بابت آموزش شما پول دادیم!



صنعت و کارآفرینی: دلیل موفقیت شما در حوزه صادرات چه بوده است؟

مهندس نعیمی پور: اول برندسازی، دوم توجه به کیفیت محصولات و سوم بسته بندی. البته پرسنل این شرکت همواره تلاش کرده اند مشتری مدار باشیم چرا که ما ایرانی ها متاسفانه به این موضوع چندان توجهی نداریم در حالیکه راز ماندگاری در بازارهای جهانی همین مساله است. البته در این میان قیمت کالا نیز باید رقابتی باشد ما در تولید انواع رنگ به پایه آب و حلال این موضوع را یکی از محورهای اساسی قرار داده ایم، از نگاه مدیران این شرکت نیروی انسانی از بزرگترین سرمایه ها است و ما تلاش کرده ایم با ایجاد انگیزه کافی بهره وری تولید را ارتقاء چشمگیری دهیم.

صنعت و کارآفرینی: خب! اگر اجازه بدهید درباره ضرورت کارآفرینی در جامعه سوالی را مطرح کنیم، به نظر شما کارآفرین کیست؟ و چرا باید کارآفرینی کنیم؟

مهندس نعیمی پور: سوال خوبی را طرح کردید، کارآفرینان دارای توانایی و استعدادهایی هستند که خداوند به آنان اعطا کرده است ما نیز در برابر این موهبت مسئول هستیم چرا که کارآفرین دارای خصلتهای ارزشمندی هستند که می توانند برای جامعه تولید ثروت و اشتغال نمایند. البته در این میان جامعه ما نیازمند کارآفرینی است چرا که راه رونق اقتصاد ملی همین مساله است، از اینرو باید در جامعه بیش از گذشته در خصوص ترویج کارآفرینی فرهنگ سازی کنیم. در این راستا دولت و مجلس خیلی نقش مهمی دارند چرا که با ایجاد شرایط کارآفرینی در جامعه و حمایت از تشکلهای آنان می توانند بستر مناسبی را برای این موضوع فراهم سازند. بنابراین به کارآفرینی و کارآفرینان باید بیش از گذشته بهاء داد.

صنعت و کارآفرینی: در پایان اگر نکته خاصی باقی مانده است اشاره کنید؟

مهندس نعیمی پور: تجربه نشان داده است که ایران در حوزه صادرات غیر نفتی می تواند خیلی موفق باشد این مساله بیش از هر چیز دیگر به نظر من نیازمند توجه به این مقوله است و تولید با هدف صادرا است. اگر می خواهیم کشورمان نردبان ترقی را یکی از پس دیگری طی کند باید سهم خود از بازار جهانی ارتقا دهیم در این راستا همه دستگاههای مجری باید حذف موانع صادرات را در الویت قرار دهند و با حمایت همه جانبه از تولید صادرات گرا، زمینه جهش صادراتی را فراهم سازند.