

گفت وگو با «سیدمحمدرضا ترابی موسوی»
عضوهیئت نمایندگان ورئیس کمیسیون کشاورزی اتاق

بازاریابی محصولات کشاورزی



با «سیدمحمدرضا ترابی موسوی» عضو هیئت نمایندگان ورئیس کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان درخصوص چگونگی وضعیت بازاریابی محصولات کشاورزی گفت وگو کرده‌ایم که در ادامه از شما دعوت به مطالعه آن می‌کنیم.

با توجه به شناختی که دارید، تولیدکنندگان محصولات کشاورزی استان کرمان در بازاریابی چگونه عمل می‌کنند؟
اکثر تولیدکنندگان، تقریباً بدون بازاریابی و برنامه‌ریزی اقدام به تولید می‌کنند و اگر در بعضی موارد هم بازاریابی صورت گیرد، توسط خریداران یا صادرکنندگان محصولات است.

چه اقدامات مؤثری از طرف دست‌اندرکاران امور اعم از دولت و فعالان بخش برای برندسازی محصولات صادراتی کشاورزی صورت گرفته است؟

در مورد محصولاتی که به نوعی با بخش دولتی سر وکار دارند عمدتاً مصرف داخلی داشته و شاید نیازی به برندسازی نبوده است. در موارد دیگر هم اطلاع‌چندانی ندارم، اما بخش خصوصی هم متأسفانه در این مورد بسیار ضعیف عمل نموده و تاکنون نتایج قابل توجهی که باعث فروش بیشتر و ارزش بهتر محصول شده باشد، مشاهده نشده است.

امروزه یک چالش بزرگ کسب‌وکارها در کشور کاهش قابل توجه در فروش محصولات است. اگر بخواهیم منصفانه قضاوت کنیم این مشکل چه اندازه مربوط به دولت و چه اندازه ناشی از عملکرد فعالان اقتصادی است؟

به نظر شما دستیابی به موفقیت در بازار محصولات کشاورزی مستلزم چه اقداماتی است؟

این امر نیازمند اقدامات مهمی از جمله: ارتقاء کیفیت تولید بخصوص افزایش تولیدات ارگانیک، برداشت و فرآوری به موقع و در شرایط بهداشتی و مناسب، بسته‌بندی به‌روز متناسب با شرایط هر محصول، بازاریابی و برندسازی برای هر محصول، در محصولات زراعی مهم‌تر از همه این عوامل، مدیریت صحیح کشت محصولات برای هر سطح زیرکشت و نیاز بازار و فروش محصول که منتج به کنترل قیمت نیز خواهد شد، می‌باشد.

در کشورهای توسعه یافته و حتی در حال توسعه؛ بازاریابی از تولید مهم‌تر است. به نظر شما مقوله بسیار مهم بازاریابی در بخش کشاورزی استان کرمان، در چه جایگاهی از برنامه‌ها و فعالیت‌ها قرار دارد؟

متأسفانه در استان کرمان در امر بازاریابی ضعیف عمل می‌شود، البته در مورد محصولات باغی کمی وضع بهتر است که آن‌هم به علت ثبات تقریبی و قابل پیش‌بینی بودن زیرکشت و میزان تولید است، اما در مورد محصولات زراعی و جالیزی همان‌طور که هر ساله شاهد هستیم در برخی محصولات با کمبود تولید و افزایش قیمت و در برخی دیگر با مازاد محصول مواجه هستیم.

- عدم آگاهی بسیاری از تولیدکنندگان از شرایط بازار و مشکلات آن،
 - عدم وجود تبلیغات و اطلاع‌رسانی کافی در بخش خصوصی و دولتی،
 - افزایش قیمت محصولات و کم شدن نقدینگی جهت خرید و صادرات،
 - کمبود نقدینگی در بخش تولید و نیز بنگاه‌های صادراتی و بازرگانی داخلی و همچنین مشکل بیمه محصولات کشاورزی.

○ ارزیابی شما از چگونگی حمایت و توجه دولت به

بازاریابی و صادرات محصولات کشاورزی چیست؟
 بهبود نظام خدمت‌رسانی و بازاریابی این محصولات حمایت بیشتر دولت و تلاش بیشتر بخش خصوصی را می‌طلبد و اتاق بازرگانی کرمان و به‌خصوص کمیسیون کشاورزی این اتاق به‌عنوان نماینده بخش خصوصی در جهت تحقق این امر تلاش می‌نماید و همچنان که بهبود فضای کسب‌وکار از اولویت‌های ما بوده با حداکثر توان برای ایجاد فضای مشورتی مناسب ادامه خواهیم داد. ●

بخشی از این چالش در صادرات و بر اثر تحریم‌های ظالمانه به وجود آمده که با تدابیر دولت و بخش خصوصی قسمتی از آن‌ها تا حدودی حل شده، اما آن قسمت که مربوط به بازار داخل است، با توجه به افزایش قیمت محصولات، دولت باید با کنترل قیمت‌ها و جلوگیری از سوءاستفاده عناصر سودجو سعی کند تا بازار فروش، رونق بهتری داشته باشد.
 عامل دیگری که می‌تواند هم توسط بخش خصوصی و هم دولت به رونق بازار محصولات کشاورزی و حل این چالش کمک کند، فرآوری و بسته‌بندی با کیفیت‌تر محصولات می‌باشد.

○ مهم‌ترین مسائل و مشکلات در زمینه بازاریابی داخلی و صادراتی محصولات کشاورزی کشور و استان چه هستند؟

از مهم‌ترین عواملی که می‌توان به‌عنوان عوامل محدودکننده در امر بازاریابی محصولات کشاورزی به آن‌ها اشاره کرد، عبارتند از:
 - عدم وجود بسته‌بندی‌های با کیفیت مناسب و فرآوری محصولات مطابق انتظارات روز دنیا،
 - عدم حضور کافی تولیدکنندگان و صادرکنندگان در نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی،

