



نشریه الکترونیکی انجمن ملی خرمای ایران

سال دوم / شماره پنجم / شهریور ماه ۱۴۰۰
www.naid.ir

کیش و مات

بُرد اقتصادی در گرو بازی سیاستمدارانه



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ



در این شماره بخوانید:

بخش اول - یادداشت‌ها و مصاحبه‌ها

- ۱۰ مهدی ایرانی کرمانی: این طوفان توفنده نیز بگذرد
۱۱ محسن رشیدفرخی: کیش و مات
۱۲ علی محمد صمیمی: انجمن ملی خرمای ایران و فصل ۱۴۰۱-۱۴۰۰
۱۴ دکتر عنایت الله و کیلی پور: دولت از نخلداران حمایت کند
۱۵ حامد بدرآبادی: جایگاه صادراتی خرما، از تامین تا صادرات
۱۷ هادی امیری: انتخاب یک نام تجاری مناسب
۲۱ دکتر مقداد تکلوزاده: ضروروت‌های اجرای الگوی کشت محصولات کشاورزی
۲۳ نگار کربلایی: تجربیات یک تازه کار
۲۶ غزال غلامی: دایره المعارف جامع خرما تدوین شود
۲۷ گفتگو با پیشکسوت حوزه خرما؛ قوانین کار در بخش کشاورزی تسهیل شود
۲۹ تجربه آشپزی با خرما - تارت خرما و گردو
۳۲

بخش دوم - پژوهش‌ها و تحلیل‌ها

- ۳۴ نگاه اجمالی به چشم انداز اقتصادی و سیاسی ایران
۳۷ سروش طالبی اسکندری: آب و مساله خوزستان
۳۷ پروفسور رحمت الله حیدرپور: خوشة اقتصادی ساماندهی بازار محصولات سالم و
۳۹ ارگانیک صنعت خرما

بخش سوم - عملکرد انجمن

مسابقه عکاسی

نشریه الکترونیکی انجمن ملی خرمای ایران
سال دوم / شماره پنجم / شهریور ماه ۱۴۰۰

مدیر مسئول: محسن رشید فرخی
رئیس هیأت تحریریه: مهدی ایرانی کرمانی
گرافیک و صفحه آرایی: نگار کربلایی
عکس: امید غریبی
تلفن پذیرش آگهی و مقالات: ۰۲۱۸۸۳۸۱۳۴۰



نشریه نخل ایران - انجمن ملی خرمای ایران

نشانی: میدان هفت تیر، مفتح جنوبی، کوچه افشار، پلاک ۸، واحد ۷
تلفن: ۰۲۱۸۸۳۸۱۳۴۰ / فکس: ۰۲۱۸۸۳۸۱۳۴۰
وب سایت: www.naid.ir / ایمیل: [@naid.ir](mailto:info@naid.ir) / اینستاگرام: [اینستاگرام](#)

شرکت هادیان توسعه فردا

لرائیه دهنده خدمات تخصصی در حوزه خرما

ثبت شرکت

ثبت برند و علایم تجاری

مشاوره و اخذ گواهی FDA

مشاوره و اخذ گواهی اورگانیک

مشاوره و اخذ استاندارد حلال

مشاوره و اخذ کد بهداشتی (سیب سلامت)

پیاده سازی استانداردهای جهانی ایمنی و بهداشت مواد غذایی

ISO 9001 - ISO 22000 - HACCP - GMP

۰۹۱۹۴۶۰۰۵۱۰ / ۰۹۱۹۴۶۰۰۵۲۰ / ۰۹۱۹۴۶۰۰۵۳۰ / ۰۹۱۹۴۶۰۰۵۴۰ / ۰۹۱۹۴۶۰۰۵۷۰

کرمان، خیابان ۱۰۰۱ شب، برج هزار و یکشنبه، واحد ۵۰۲

WWW.HadianGroup.com





صادر کننده برتر در سالهای ۹۷ و ۹۸

صادرات به ۱۲ کشور از پنج قاره

مجتمع شماره ۱:
 واقع در نرماسیر با ظرفیت سالیانه ۷۰۰۰ تن بسته‌بندی و ۳۵۰۰ تن سردخانه خرما

مجتمع شماره ۲:
 واقع در منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید با ظرفیت سالیانه ۵۰۰۰ تن بسته‌بندی و ۱۵۰۰ تن سردخانه خرما



گواهینامه
محصولات حلال



گواهی محصولات ارگانیک
از اتحادیه اروپا



گواهینامه
ISO 22000:2008 Food Safety Management System
Manufacturing, Packing and Export Dates



کارآفرین برتر استان کرمان
در سال ۱۳۹۹



www.samindates.com
+983444270975





دارای نمایندگی از شش خط کشتیرانی معتبر با در اختیار داشتن انواع کانتینر های معمولی (خشک) و کانتینر یخچالی با قابلیت سرویس دهی منظم از بندر عباس به بنادر حوزه خلیج فارس، شبه قاره هند، خاورمیانه، خاور دور و اروپا و بالعکس با امکانات کراس استافینگ (Cross Stuffing) در مالزی، هند و امارات

شرکت کشتیرانی راهیان تجارت مارین

Rahian Tejarat Marine Shipping Co.

ویسایت :

www.rtmarine.ir

ایمیل :

info@rtmarine.co

تلفکس :

+۹۸ ۲۱ ۸۷۷۰۰۴۶۹

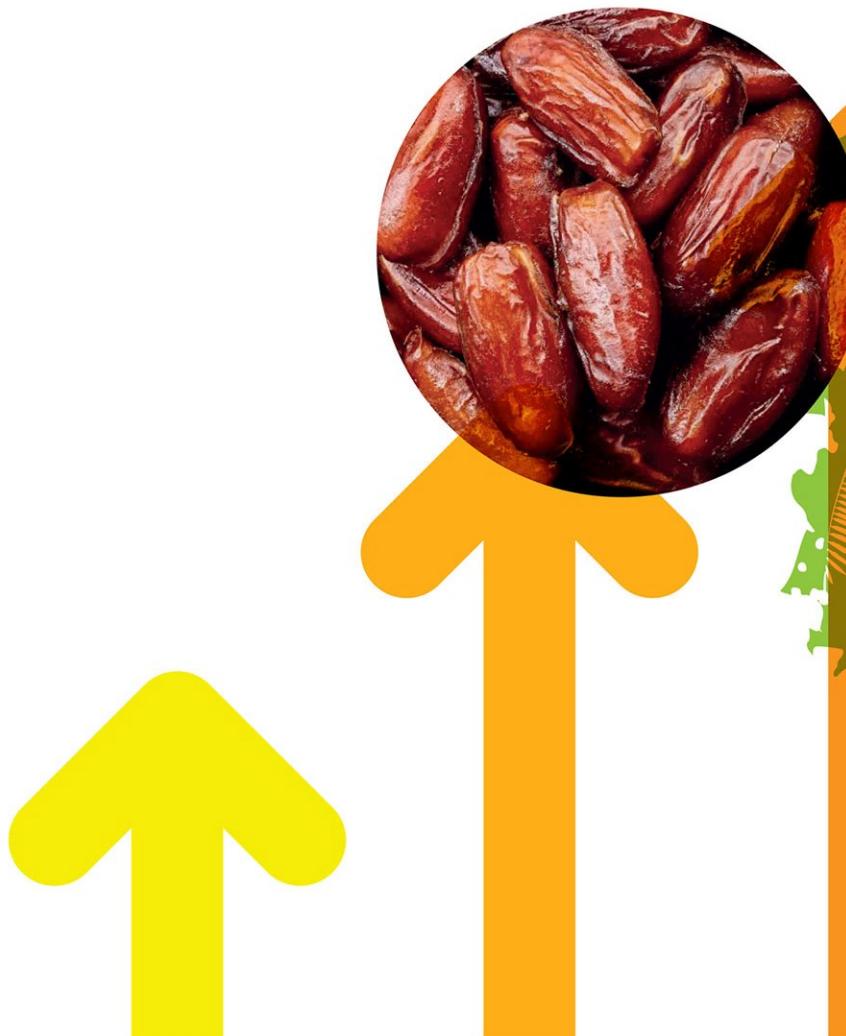
آدرس: تهران، بلوار آفریقا، بالاتر از پل میرداماد
کوچه تابان غربی، پلاک ۶۲ ، طبقه اول، واحد ۳

صادرات محصولات غذایی با دریافت گواهی ارگانیک از نهاد تایید صلاحیت شده آلمان

آیا می‌دانید؟
کشاورزی ارگانیک منجر به ...

- افزایش سطح درآمد تولیدکنندگان و رضایت کارگران با ورود به بازارهای بین‌الملل
- افزایش سطح سلامت جامعه و کاهش بیماری‌های مزمن
- حفظ حاصل خیزی خاک و پایداری محیط زیست

آسکو بین‌الملل نماینده انحصاری شرکت CERES آلمان تجربه و مهارت خود جهت دستیابی به مزایای کشاورزی ارگانیک را با شما به اشتراک می‌گذارد.



نماینده انحصاری شرکت CERES آلمان،
بازرگانی و صدور گواهی ارگانیک



تهران، خیابان شهید فیاضی (فرشته)، خیابان بیدار، کوچه گردنبهی، پلاک ۴، طبقه ۱
تلفن: +۹۸ ۰۲۱ ۱۱۱۱ ۲۴



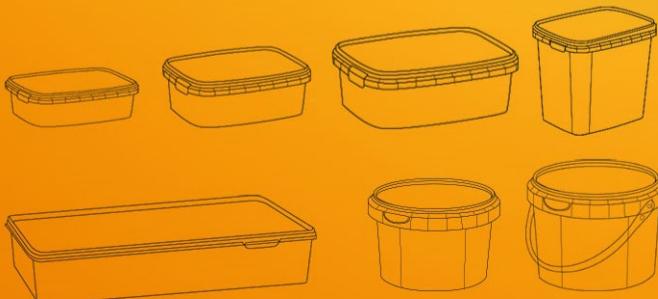
جهت دریافت کاتالوگ
اسکن کنید.

[ceresiran](#)
www.ceres-cert.ir



Tebplastic IML Product

با قابلیت چاپ اختصاصی روی درب و بدنه ظرف (IML)
بسته بندی، کلید موفقیت در افزایش صادرات محصولات خرمایی



آدرس: پاسداران، نگارستان سوم، پلاک ۱۹
سرپرست فروش سازمانی: ۰۹۱۲۹۵۸۴۳۰۵

www.tebplastic.com

تلفن: ۰۲۱-۲۲۸۸۳۶۱۸



دستچینی از بهترین خرمای ایران



PRODUCER, PACKER AND EXPORTER OF ALL TYPES OF
FRESH & DRY DATES

[parsunday](#) 021 - 88341552

WWW.PARSUNDAY.COM

WWW.PARSUNDAY.IR

فرآورده های خرمایی



Chocolate Covered
Stuffed Dates

100% Natural
Dates Productions
Full Energy
PREMIUM GRADE
No Preservatives



خرمای مغزدار شکلاتی

واحد نمونه برتر در استان خوزستان
صنعتگر نمونه در آبادان

دفتر فروش: ۰۶۱-۸۸۳۲۹۵۶
www.eyvan-co.com
eyvan.a1@gmail.com
eyvan.date



تولید کنندہ و تامین کنندہ خرمای پیارم
زنجیر



www.zarirandates.com



یادداشت‌ها و مصحابه‌ها

مهردی ایرانی کرمانی:
این طوفان توفنده نیز بگذرد

محسن رشیدفرخی، رئیس انجمن ملی خرمای ایران:
کیش و مات

علی محمد صمیمی، عضو هیات مدیره انجمن خرمای بوشهر و انجمن
ملی خرمای ایران:
انجمن ملی خرمای ایران و فصل ۱۴۰۱-۱۴۰۰

دکتر عنایت الله وکیلی پور، رئیس کمیته تولید انجمن ملی خرمای ایران:
دولت از نخلداران حمایت کند

حامد بدرآبادی، عضو هیات رئیسه انجمن ملی خرمای ایران:
جاگاه صادراتی خرما، از تامین تا صادرات

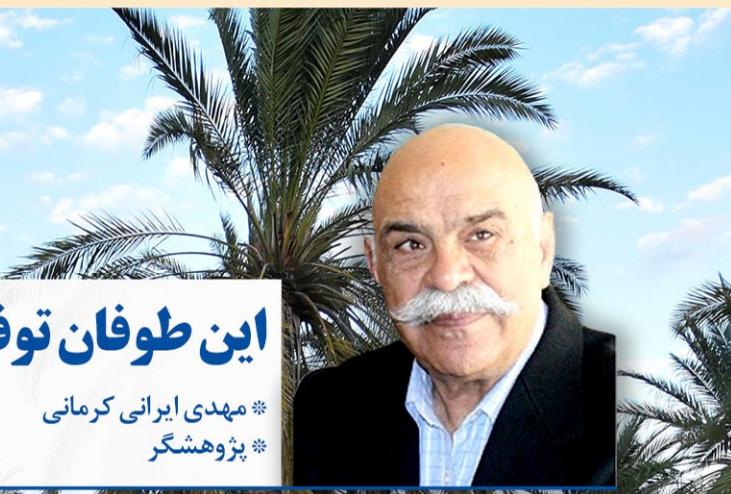
هادی امیری:
انتخاب یک نام تجاری مناسب

دکتر مقداد تکلوزاده، دبیر کل انجمن ملی خرمای ایران:
ضروروت‌های اجرای الگوی کشت محصولات کشاورزی

نگار کربلایی:
تجربیات یک تازه کار

غزال غلامی، عضو انجمن خرمای بوشهر:
دایره المعارف جامع خرما تدوین شود

گفتگو با پیشکسوت حوزه خرما
قوانین کار در بخش کشاورزی تسهیل شود



این طوفان توفنده نیز بگذرد...

*مهدی ایرانی کرمانی

*پژوهشگر



نخل سرفراز یا هر درخت مشمر دیگری مادامی می‌تواند محصول بدهد و دیگران از ثمر و میوه از آن بهره مند شوند و آن کالا را مورد معامله قرار دهنده که آن نخل زنده و بالنده و سالم و سرفراز بماند. اگر خدایی ناکرده در اثر بی احتیاطی و ندانم کاری و جهل با غبان نخل آسیب ببیند و خدای ناکرده بمیرد آن وقت دیگر نه نخلی داریم نه محصولی که دغدغه رعایت اخلاق در تجارت آن را داشته باشیم و نه مسئولیت اجتماعی متوجه ماست و نه نیازی به دستورالعمل های قابوسنامه و نه مسئله کمبود یا نبود آب گریبانگیرمان است. باید نخل زنده و پاینده بماند و تا ما آن مسائل و آن دغدغه‌ها را داشته باشیم و می‌دانیم که زندگی بدون مسئله جهنم است. درخت در این وحیزه تمثیلی از انسان ایرانی است. شمای باقدار، شمای فرآوری کننده، شمای بازرگان، شمای صادرکننده و شمای مصرف کننده باید زنده باشی تا زندگی سیر طبیعی خودش را طی کند. شما و من و ما و ماها کوتاهی کرده‌ایم تا آمار کشتار اپیدمی کوید ۱۹ چنین دهشتناک شود. در شبانه روزی حدود ۵۰۰ نفر می‌میرند و شمار مبتلایان روزانه در حدود ۳۵۰۰۰ نفراند. وقتی وارد مغازه عطر فروشی می‌شویم یا در فصل شور گل قدم به گلستان گل محمدی می‌گذاریم پس از چند ثانیه حس بویایی اشیاع می‌شود و مشام از کار می‌افتد. بقدرتی اخبار اپیدمی، بی کفایتی مدیران کشوری، نبود امکانات پیشگیری و درمان، زندگی محدود بر اثر رعایت پروتکل های بهداشتی به همه فشار آورده که حوصله همه نیز سر رفته است و یادمان رفته که "مرغ زیر ک چون به دام افتند تحمل بایدش".

استدعا می کنم، التماس می کنم، استغاثه می کنم شکیبا باشید و بمانید. زنده بمانید و دیگران را تشویق و ترغیب کنید که قدر تندرستی را بدانند. تردید نداشته باشید که این طوفان توفنده نیز بگذرد.





کیش و مات بُرداقت صادی در گرو بازی سیاستمدارانه

* محسن رشید فرخی

* رئیس انجمن ملی خرمای ایران

* عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران

بدون تردید از بعد از جنگ جهانی دوم دنیا تا کنون چنین شاهد حوادث سریع و ناگهانی و تغییرات بنیادین نبوده است.

سیر این تحولات علی الرغم آنچه به نظر می‌رسد کاملاً با برنامه و هدف دار صورت می‌گیرد که در آن سناریو نویسان و کارگردانان آن با تبحر، بازیگران صحنه را بدون آنکه خود متوجه شوند وادر به نقش‌آفرینی هایی می‌کنند که خود نوشته و هدایت می‌کنند.

اگر به دنبال دلایل این سیر تحولات اخیر باشیم کافی است نگاهی به تحولات و حوادث تاریخی داشته باشیم که هر چند دهه اتفاق افتاده است که نقطه مشترک همه آن ها سهم خواهی قدرت ها عمدتاً بر پایه نظامی در جهت تصرف اقلیم ها و کشورگشایی بوده است.

اما تحولات اخیر متفاوت تر، پیچیده‌تر و موزیانه تر از تحولات گذشته است.

اکنون دیگر قدرت های نو ظهور زمان ما متنکی به نیروهای نظامی خود نیستند بلکه به سلاح های موثر تر و کارآمد تری بنام اقتصاد، علم و تکنولوژی مجهز شده‌اند که قدرت های سنتی قدیم را وادر به پذیرفتن و سهم خواهی آن ها در اداره دنیا نموده است. که این خود می‌تواند از عوامل تغییر و تحولات سریع کنونی ما باشد. البته عوامل دیگری چون ژئوپلیتیک کشورها در چینش سیاسی هم مرز با کشور های قدرتمند و تغییرات سریع اقلیمی به خصوص بحران جهانی آب، بهداشت، اختلافات دینی و نژادی و فرهنگی بر این فرآیند تاثیرگذارند.

حال که قدرت های نو ظهور جدید با سلاح اقتصاد و تکنولوژی به میدان آمده‌اند برای میدان داری احتیاج به منابع انرژی ارزان تر، سریع الوصول تر و





نzedیکتر دارند، همچنین آن‌ها احتیاج به بازارهای جدید از طریق کشورهایی با موقعیت ژئوپلیتیک ویژه دارند.

حال با مروری به نیازهای این کشورهای قدرتمند و نوظهور کنونی که ذکر شد در میابیم چرا منطقه‌ما می‌تواند هدف سیاسی مطلوبی برای تامین این اهداف باشد پس با این فرض حل این معماه تغییرات و تحولات سریع در این منطقه راحت‌تر می‌گردد.

اکنون که روند تغییرات ژئوپلیتیک در این منطقه شدت گرفته و از آن جایی که می‌دانیم ژئوکconomی رکن و پایه اساسی ژئوپلیتیک می‌باشد برای برد در این بازی سیاسی نیاز به یک روند استراتژی با یک ژئواستراتژی داریم که همانا هنر تلفیق خردمندانه سیاست، اقتصاد و جغرافیای منطقه است.

تجربه بعضی از کشورهای دوست و هم‌تراز و موفق که توانسته اند با حفظ عزت و استقلال و ثبات، موفقیت‌های سیاسی و اقتصادی خود را ارتقا دهند و از تحولات و تغییرات مخرب در طول زمان در امان بوده اند میتوانند الگویی قابل قبول برای ما باشند.

اکنون که در طرف مقابل ما در این شترنج سیاسی رقیبانی کهنه‌کار و دسیسه‌گر نشسته اند و در منطقه از هر طرف نجوای کیش بگوش میرسد، هر حرکت حتی یک مهره پیاده که از روی کم تجربگی، بی‌تدبیری و تعصّب بدون دلیل صورت گیرد می‌تواند صدای ناقوس نامبارک مات را در صحنه سیاست به صدا درآورد که در این صورت اضمحلال اقتصاد حتمی است اما در آن سوی سکه نیز یک حرکت پخته و با تعقل و سیاست مدارانه از گردانندگان اصلی این شترنج سیاسی میتواند بازی را کلاً به نفع ما تغییر داده و در صحنه سیاست و اقتصاد بیشترین سود را به خود از این تحولات در منطقه اختصاص دهیم. پایان بخش این مقاله یک بیت شعر از شاعر خردمند کشورمان سعدی شیرین سخن می‌باشد که اندرزهای اوکیمیاست.

چو در طاس لغزنده افتاد مور
رهاننده را چاره باید نه زور





انجمن ملی خرمای ایران و فصل ۱۴۰۱-۱۴۰۰



*علی محمد صمیمی

*عضو هیات مدیره انجمن خرمای بوشهر و انجمن ملی خرمای ایران

فصل برداشت در راه است، مسایل عدیده بجا مانده از مطالبه گری مشکلات و توقعات از انجمن کم نیستند. انجمن ملی در این زمان از سال، نباید از وظایف محوله خود غافل شده و دچار اعمال حاشیه ای و موارد روزانه گردد، چرا که از اصل ما هم تکالیف محوله خود مغفول خواهد ماند. مهمترین و اصلی ترین مطالبات صنعت خرما بعد از برداشت، تجارت و بازار آن است.

هر دو قسمت بازار بین المللی و داخلی هر کدام ساز و کارهای خاص خودرا داشته و هر کدام به نوعی برهم تاثیر اساسی بر خروجی دیگری دارند. بازار بین المللی که با صادرات محقق می گردد، بطور مستقیم تابع سیاستهای حاکم بر کشور در حیطه روابط بین المللی می باشد.

هرگونه تصمیم گیری و تصمیم سازی در این قلمرو بدون واسطه برگرده صادر کننده تحمیل خواهد شد. رایزنی و مشورت ذینفعان بخش خصوصی خرما در دستان هیات مدیره و بطور اصلاح ریاست انجمن تحقق می پذیرد. طرح یک برنامه ریزی علمی و دیدن همه جوانب و ارتباط با عوامل تصمیم گیری بین المللی کشور، صنعت

خرما کشور را در برابر دیگر بازیگران بازار جهانی خرما ایمن و پرتوان می نماید. حوزه بازار و مصرف داخلی دیگر پایه بهره مندی از تجارت خرما می باشد، که با هماهنگی

نهادها و عوامل اجرایی کشور با ثبت و اعمال مقررات بهداشتی، تجاری و حمایتی از مصرف کننده جهت عرضه خرمای با کیفیت با بهای مناسب میتواند راهگشای ارتقا و اعتلای صنعت خرمای کشور باشد.

با توجه به این دو عرصه کاری، که هر دو بشکلی خاص بر بازار و قیمت خرما اثر گذار است. انجمن باید با توسعه دیدگاه علمی و بهره گیری از اعضا با تجربه انجمن ملی و سعه صدر اعضا مربوطه، پیش از برداشت های اولیه، قبل از اینکه فرصت از دست رود، تصمیم های مورد نیاز هر دوبار را برگرداند. نموده و از عکس العمل های مقطوعی که بر بدنه انجمن تحمیل میگردد. خودداری نماید.





دولت حمایت قاطع و برنامه‌ریزی شده از نهادهای بخش خصوصی، قشک‌ها و تعاونی‌های نخلداران را در دستور کار قرار دهد

* دکتر عنايت الله وکيل پور

* رئيس کميته توليد

انجمن ملی خرمای ایران



درخت نخل با قدمت ۷۰۰۰ سال توانسته در زنجیره غذایی انسان نقش ویژه‌ای داشته باشد کشور عزیز ما ایران یکی از بزرگترین کشورهای تولید کننده خرما می‌باشد که بعنوان دومین تولید کننده خرما در جهان شناخته می‌شود با سطح زیر کشت ۲۵۰ هزار هکتار نخلستان و تولید یک میلیون و دویست و پنجاه هزار تن خرما در سال جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد کشاورزی ایران دارد. نخل با ویژگی‌هایی که دارد می‌توان به عنوان اشرف نباتات نامگذاری کرد و تمام اعضای این درخت در صنایع دستی از قبیل حصیر، سبد و کلبه‌های روستایی قابل استفاده است. امروزه علاوه بر مصرف خرما از هسته خرما هم به عنوان دارو، نوشیدنی و شبه قهوه استفاده می‌شود. خرما بعنوان غذایی روزانه، میوه، آجیل و دارو مصرف می‌شود و مصرف آن از مغازه‌های شیرینی فروشی تا آجیل فروشی و میوه فروشی‌ها و در درمان زخم‌های پوستی کاربرد دارد. با این پیشگفتار که به طور خلاصه نخل و خرما را معرفی کردم و برنامه ریزی در توسعه زنجیره صنعت خرما می‌باشد در الیت‌های دولت قرار گیرد. با افزایش سطح زیر کشت و افزایش تولید خرما می‌باشد به نخلداری و تولید خرما توجه شود:

۱. بعنوان محصول استراتژیک که می‌تواند در بازارهای داخلی و خارجی خود نمایی کند.
۲. بعنوان بستر اشتغال‌زایی در روستاهای از مهاجرت جوانان روستایی به شهرها جلوگیری می‌کند.

۳. بعنوان احیای محیط زیست و سبز کردن زمین در سخت ترین شرایط آب و هوایی گرم و





کویری قابل کشت و جایگزین جنگل‌های از دست رفته شود.

دولت می‌تواند در بحث تولید نهاده‌های کشاورزی ارزان قیمت نظر کود، سم و ماشین آلات کشاورزی و تسهیلات بانکی با بهره کم در اختیار نخلداران قرار دهد و در شرایط سخت آب و هوایی که نخلستان احداث می‌شود حمایت‌های دولت ضروری است تا نخلدار با دغدغه‌کمنتر به باغداری ادامه دهد.

دولت باید در بحث صنایع تبدیلی و بسته بندی خرما در اخذ مجوزها مقررات سخت اداری را تسهیل کند و در بازاریابی داخلی و خارجی برنامه‌ریزی داشته باشد که فروش محصول با اطمینان صورت گیرد و مانده محصولات را با خرید تضمینی خوبیداری کند که نخلدار متضرر نگردد و مشوق ادامه راه نخلدار گردد.

یارانه‌ها در بیمه تامین اجتماعی کارگران این بخش در نظر داشته باشد و از طرفی در قوانین کار با توجه به شرایط نخلدار و روستائیان با بهره گیری از خبرگان این بخش تجدید نظر کند که نخلدار بتواند از نیروی بیشتری بهره ببرد و امکان استغلال‌ای بیشتری را داشته باشد.

آنچه که دولت می‌بایست توجه داشته باشد در شرایط آب و هوایی و کم آبی کشور حمایت قاطع و برنامه‌ریزی شده از باغداران نخلیلات است که با حداقل شرایط آبی دوام می‌آورد و مقاومت این گیاه که اشرف نباتات نامگذاری کردم در شرایط سخت پشتیبان محیط زیست و غذایی جامعه است. حمایت از تشکل‌ها و تعاونی‌های نخلداران و همکاری با این نهاد‌های خصوصی می‌تواند راهگشا باشد و توسعه صنعت خرما را بیش از پیش رونق دهد.

مروجین وزارت جهاد کشاورزی می‌بایست همکاری تنگاتنگ با بهره برداران خرما داشته باشد و اجرای طرح‌های پایلوت باغداری در شهرستان‌های خیز می‌تواند راندمان این صنعت را ارتقا ببخشد.

به نخل و صنعت خرمای کشور توجه بیشتری داشته باشیم.





جایگاه صادراتی خرما از تامین تا صادرات

* حامد بدرآبادی

* عضو هیات رئیسه انجمن ملی خرمای ایران

حجم تولید خرماء در جهان بیش از ۸ میلیون تن می‌باشد. ایران با سهم تولید بیش از یک میلیون و دویست و پنجاه هزار تن رتبه دومین تولید کننده خرمای جهان است. مهم‌ترین نکته قابل تأمل در این خصوص رتبه چهارم ایران در بین کشورهای صادر کننده این محصول است. با وجود محدودیت‌های متعدد و اساسی صادرکنندگان خرمای ایران متأثر از شرایط خاص بین‌المللی و داخلی این نوشتار تجربی به عنوان یک دیدگاه به تحلیل ورود به بازار صادراتی خرماء پردازد.

موقعیت در زنجیره تامین خرماء

شبکه ای از اجزای به هم وابسته و فرایندهای متوالی که هدف نهایی آنها تامین وارایه محصول مناسب به مشتری می‌باشد، زنجیره تامین خرماء نامیده می‌شود. نخلدار، سردخانه دار، واسطه‌های سورت و بسته بندی، سیستم حمل و نقل، عمدۀ فروشان یا صادرکنندگان و خرده فروشان یا توزیع کنندگان حلقه‌های این زنجیر می‌باشند. هر چند صادر کننده می‌تواند در بیش از یک حلقة زنجیره تامین خرماء فعالیت نماید. لیکن مدیریت بیش از دو حلقة در یک زنجیره تامین و توزیع به راحتی انجام پذیر نیست.

زیر ساختهای مورد نیاز برای یک صادر کننده خرماء تفکر و نگاه صادراتی - داشتن استراتژی صادرات خرماء

پیش از هر چیز داشتن تفکر صادراتی سر آغاز ورود به حوزه صادرات خرماء است که همان میل به انجام صادرات خرماء با وجود اشراف به ویژگی های آن مانند: سودآوری در حجم زیاد - ریسک پذیری بالا - نگاه بلند مدت و نیاز به صبر و تحمل زیاد می‌باشد. استراتژی به معنای روش‌ها و فنون رسیدن به هدف می‌باشد. صادرات خرماء بدون استراتژی صحیح مستمر نخواهد بود و هر شخصیت صادراتی می‌بایست در ابتدا راه استراتژی مناسب خود را تبیین نموده و براساس آن آغاز به کار نماید.

توان مالی و دانش مالی

با توجه به پروسه خاص، طولانی و نسبتاً سخت برگشت پول حاصل از صادرات خرماء، داشتن شرایط مناسب مالی مانند: سرمایه در گرددش کافی و یا اعتبار مالی لازم در بازار خرماء حیاتی است. شرکتی که در شرایط عادی از عهده تامین سرمایه در گرددش در اداره امور داخلی خود برقی آید نباید حتی فکر صادرات را به ذهن خود راه دهد.

دانش مالی شامل مجموعه نرم افزاری و سخت افزاری کارآمد مدیریت مالی است، در نتیجه "دانش مالی" "زیر ساخت مورد نیاز جهت بهره برداری از توان مالی برای هر صادر کننده خرماء می‌باشد.

توانایی تامین خرماء

پس از تامین مالی لازم، ایجاد سازوکار مطمئن تامین خرماء یکی از پشتونه های صادرات مستمر می‌باشد. توان تامین خرماء از دو عوامل ذیلتاثیر می‌پذیرد:

- عوامل برون سازمانی: تشکیل شبکه مطمئن شامل تامین کنندگان معتبر و توانای انواع خرمایو همچنین ایجاد اعتبار لازم در بازار تامین خرماء
- عوامل درون سازمانی: داشتن ساز و کار منظم خوب، کنترل کیفی، انبار داری، و برنامه ریزی تولید و تامین

نیروی انسانی حرفه‌ای و متخصص

تیم قویکاری متعدد از بخش‌های مختلف اداری، بازار یابی و بازرگانی آشنایی زبان انگلیسی، و مالی شامل انبارداری، حسابداری، قیمت تمام شده و IT... و لازمه هر سیستم موفق صادراتی است.

دانش صادرات

هر صادر کننده موفق خرماء نیازمند دانش صادرات ویژه این محصول است که به معنی آگاهی از قوانین و مقررات و فرآیندهای داخلی قبل از صادرات خرماء و همچنین تسلط به اصول و ضوابط و قواعد حرفه‌ای بین‌المللی حمل و نقل و تجارت است که نمونه های از آن ذیلا به صورت تیتر وار نیز ذکر می‌گردد: روش‌ها و اصطلاحات و قواعد تجارت بین‌المللی مانند انواع گشايش اعتباری "LC" CFR, EX.WORK, FOB و... آشنایی با روش‌ها و





کشور هند با اختلاف زیاد از دیگر کشورها بزرگترین وارد کننده خرمای جهان است این کشور عمدۀ واردات خود را از پاکستان و عراق تامین میکند پس از هند مرکش با واردات ۷۵ میلیون دلاری در رتبه بعدی قرار دارد که عمدۀ واردات خود را از کشور تونس انجام میدهد. در رتبه های بعدی نیز کشورهای اروپایی، روسیه مالزی و اندونزی قرار دارند.

کشورهای هند، مالزی، روسیه، اندونزی با توجه به جمیعت بالای خود ظرفیتی بیش از شرایط موجود برای واردات خرما دارند، همچنین چین با جمیعت بالای مسلمان و بازار بکر، پتانسیل تبدیل شدن به یکی از مهمترین بازارهای صادرات خرمای جهان را داراست.

ارقام خرمای مورد تقاضای هر کشور:

هر کشور هدف با توجه به عوامل متعدد از قبیل فرهنگ اجتماعی، موقعیت جغرافیایی، دین و مذهب و توان مالی مردم، فرهنگ مصرف خرمای متفاوتی را داراست که باعث میگردد متضادی سبد ارقام خرمای مخصوص به خود باشد به عنوان مثال هند متضادی خرمای مضافتی، پیارم، ربی، شاهانی، زاهدی است و کشورهای حوزه آسیا نیز طالبان نوع مضافتی، کبابک، کلوته، واستعمران میباشند.

حجم مصرف خرما در هر کشور:

متاسفانه به دلایل متعدد مانند صادرات مجدد و یا تجارت غیر رسمی خرمای ایران بین برخی کشورها نمیتوان به طور کامل به تهیه اamar از گمرک ایران استناد کرد نتیجتا در این مورد آمار دقیق تر را از اتاق بازرگانی و انجمن خرمای ایران دریافت نمود.

بسته بندی مورد نیاز بازار صادراتی خرما

نکات مهم در بسته بندی خرمای صادراتی به هر کشور مانند گرمائ، طراحی، رنگ بندی تاثیر پذیر از فرهنگ مصرف خرما آن کشور میباشد که میباید نسبت به آن آگاهی کامل کسب نمود. به عنوان مثال علاقه بازار خرمای هند به بسته بندی های فله انواع خرمای مضافتی و ربی و پیارم و زاهدی و همچنین رنگ سفید برای جعبه های خرماءز آن جمله اند.

لیبلینگ یا نشانه گذاری:

به جز اطلاعات اولیه و عمومی مورد نیاز جهت درج بر روی بسته بندی های خرمای صادراتی از قبیل وزن - دمای نگهداری - تاریخ تولید و انقضا و یا جدول مواد اسلامی و عناصر تشکیل دهنده و نوع رقم، بازار هر کشور ممکن است نشانه گذاری و لیبلینگ خاص خود را درخواست نماید که بایستی هنگام عقد قرارداد و قبل از تولید و چاپ کارتن از آن اطلاع پیدا کرد.

فصل و پیک مصرف خرما در بازار های مختلف صادراتی

آگاهی از آغاز و پایان فصل مصرف خرما و همچنین پیک مصرف خرماء در هر کشور و یا محدودیت های مقطعی واردات خرماء در برخی کشورها جهت برنامه ریزی صادرات خرماء بسیار ضروری است.

بررسی رقبای ایرانی و غیر ایرانی در کشورهای مختلف علاوه بر آگاهی از خصوصیات و قیمت و شرایط فروش و حجم عرضه ارقام خارجی در بازارهای صادراتی باید اطلاعات کافی از تجار رقیب ایرانی و خارجی فعل در هر بازار مانند حجم فعالیت، ساخته، نوع عرضه، شرکای تجاری و ... نیز به صورت کامل جمع آوری و مرتب به روز رسانی نمود. همچنین درجه رقابت در هر بازار (کشور، منطقه،

اصطلاحات حمل و نقل بین المللی مانند CROSS STUFFING-TRANSHIP- MENT-SWITCH B/... و ...

- آشنایی با قوانین و مقررات گمرکی واداری ایران و کشورهای هدف صادرات خرما

- پروسه صادرات از ابتدا تا انتهای مجوز های داخلی

اخذ مجوزهای داخلی مانند پروانه بهره برداری مرتبط - پروانه بهداشتی ساخت جهت بسته بندی خرما-پروانه استاندارد انواع خرماء و همچنین کارت بازرگانی میتواند کمک شایانی در سهولت امر صادرات خرمائی نماید

استاندارد های بین المللی و داخلی

انتخاب واخذ انواع گواهینامه ها و استانداردهای معتبر بین المللی با توجه به نیاز بازار هدف و مشتری خارجی مانند ISO- حلال- گلوبال گپ، ارگانیک، HACCP، GMP، کوشر، میتواند لازمه عرضه خرماء در یک کشور می باشد.

کاتالوگ محصولات

تهیه کاتالوگ چاپی و دیجیتال زیبا و کاربردی و ساده حداقل به زبان انگلیسی با تمرکز بر معرفی توانایی های صادرکننده و ارائه حرفة ای بی محصولات

وب سایت

درج اطلاعات صحیح، بدون اغراق، منطبق با محصول و توانایی های شرکتدر بستر گرافیکی و نرم افزاری و کاربردی مناسب و حرفة ای

شبکه های اجتماعی

ایجاد و گرداندن صفحات جهت معرفی محصولات و شرکتدر فضای مجازی مانند اینستاگرام، فیسبوک، یوتیوب، توییتر و ...

برند تجاری و گاهای لوگو

داشتن حداقل یک برند و لوگو ثبت شده خرمابه صورت بین المللی

دانش زبان

دانش حداقل یک زبان بین المللی مخصوصا انگلیسی در امر صادرات خرماء بسیار کاربردی و موثر میباشد

طراحی و بسته بندی خرما

طراحی بسته بندی باید با توجه به خصوصیات هر محصول و با نگاه به نیاز بازار هدف صورت پذیرد به گونه ایی که در مقابل رقبای داخلی و بین المللی که در آن بازار فعالیت میکنند به عنوان یک مزیت رقابتی عمل نماید.

آنالیز بازارهای هدف صادراتی خرمای ایران

یکی از ابزار های مدیریت استراتژیک، اطلاعات صحیح و در واقع داشتن دیتا بیس کافی می باشد. به این جهت نیازمند گردآوری اطلاعات در حوزه های گوناگون میباشد. جهت کسب این اطلاعات و دریافت امار میتوان از اتاق بازرگانی ایران، اتاق های مشترک بازرگانی، گمرک ایران و سایر کشورها، وب سایتهاي معتبر بین المللی و انجمن خرماء کمک گرفت:

کشورهای وارد کننده خرما

برای اطلاعات کشورهای هدف صادرات خرمای جهان به شرح ذیل می باشد:





و در بایی و هم‌هوایی صورت می‌پذیرد که هر کدام معایب و محسن خود را داردند، همچنین به دلایل مختلف گاهها برای صادرات به مقصد نهایی بایستی از طریق کشور ثالث صادرات مجدد صورت پذیرد، به عنوان مثال این موارد: ۸۰ درصد صادرات خرمای ایران به روسیه از طریق صادرات مجدد از قرقستان صورت می‌پذیرد و یا در اروپا حجم زیادی از خرما از کشورهای دانمارک و هنلند، آلمان به دیگر کشورهای توزیع می‌گردد.

بررسی شرایط نقل و انتقالات پول

یکی از مهمترین موانع بر صادرات خرمای ایران در حال حاضر نحوه دریافت مبلغ خرمای صادراتی است. بخش عمده ایی از این موانع متاثر از قوانین داخلی برگشت ارز و بخش دیگر آن به واسطه عدم ارتباط استاندارد بانک‌های ایرانی با شبکه جهانی بانکداری است، لذا قبل از هر قرارداد تعیین روش و راه عملی برگشت پول یکی از اساسی ترین موارد قابل بررسی و تأمل می‌باشد.

تعیین بازارهای هدف صادراتی خرما

انتخاب بازار و کشور هدف صادرات خرما بایستی با آنالیز و جمع‌بندی موارد و شرایط بسیاری صورت پذیرد به نحوی که امکان شکست در آن را به حداقل رسانده و بیشترین ثمربخشی را حاصل نماید. توجه به موارد ذیل می‌تواند در این خصوص موثر باشد:

- به دست آوردن حدائق یک مشتری بالقوه در بازار هدف
- ورود به بازارهای بکر معمولاً زمان بر و پر زیسته است
- برآورد توان تامین خود و رقبا با توجه به وسعت و درجه رقابت
- پذیری هدف
- در نظر گرفتن قوانین و مقررات و امنیت اقتصادی هر کشور

انتخاب استراتژی ورود به بازارهای هدف صادرات خرما

تعیین نوع خرمای صادراتی مهمترین عامل در انتخاب نوع خرما در خواست مشتری و تقاضای بازار هدف می‌باشد هر چند اگر شخص صادر کننده در تامین یک یا چند رقم خرمای صادراتی توانایی مناسبی داشته باشد این خود یک مزیت رقابتی بالقوه است، مثال برای شخصی که در خوزستان فعالیت می‌کند ممکن است در زمینه صادرات خرمای سایر پتانسیل بیشتری نسبت به دیگر ارقام داشته باشد.

همچنین در انتخاب رقم خرمای صادراتی حجم تولید، پشتونه تامین و همچنین ویژگی های فیزیکی و شیمیایی آن مانند بافت و رطوبت و ماندگاری محصول با توجه به شرایط نگهداری آن در بازار مقصود از عوامل مهم به شمار می‌رود.

تعیین نوع بسته بندی خرما برای هر بازار

مهمترین نکته در بسته بندی خرمای صادراتی، انتخاب دیزاین، متربال و گرمایز بسته بندی با توجه به نیاز و در خواست بازار هدف می‌باشد، به نحوی که علاوه بر تامین خواسته‌های زیبا شناختی، مقاومت در حمل و نقل و قیمت تمام شده نیز باید در نظر گرفته شود.

تعیین برند

برندینگ از عوامل موفقیت در بازار صادراتی خرما محسوب می‌شود. یکی از مهمترین موارد در برندینگ ثبت برند به صورت بین‌المللی است، انتخاب برند برای هر بازار بایستی متناسب با زبان و

شهر) را نیز سنجید، به عنوان مثال درجه رقابت خرما در مسکو نسبت به دیگر مناطق روسیه بسیار بالاتر است.

قوانين واردات خرمابه هر کشور

در هر کشور ممکن است قوانین و مقررات ویژه‌ایی جهت واردات هر محصول وجود داشته باشد که ورود و حضور در آن بازار مستلزم تسلط لازم بر این مقررات است. برای مثال چند مورد از این مقررات ذکر می‌گردد:

چین و اندونزی قوانین سخت گیرانه ایی برای محصولات کشاورزی منجمله خرما دارند، قرنطینه محصول، نمونه گیری و آزمایش هر محموله تطبیق با اسناد ضمیمه همچنین درخواست مجوزها و اسناد فراوان از کشور مبدأ از این موارد است. هند، افغانستان، پاکستان کمترین سختگیری را داشته همچنین واسناد و مدارک مورد نیاز معمول را مطالبه می‌کنند.

در عراق تاریخ مصرف یکساله برای انواع خرما مورد قبول بوده و برای بازارهای اروپا، کانادا و ترکیه و روسیه، مجوز های روتین صادراتی مورد نیاز است.

مجوز های و مدارک واردات خرمابه هر کشور

مدارک مورد نیاز غالب کشورها جهت صادرات خرما به صورت معمول: گواهی قرنطینه نباتی، اینوبس، پکینگ لیست، گواهی مبدأ، بارنامه حمل ریلی و هوایی با CMR می‌باشد. برای برخی کشورها نیز علاوه بر آنها ممکن است اسناد و مدارک جداگانه ایی مورد نیاز باشد.

استخراج تعرفه های واردات خرمابه هر کشور

در صورت تعیین شرایط تحويل خرما بعد از گمرک مقصد اطلاع از تعرفه های واردات خرمای هر کشور لازم و ضروری است، به عنوان مثال تعريفه واردات خرما در اروپا ۷.۶ درصد بوده و تعرفه واردات اوراسیا مشروط به ارائه اسناد حمل از ایران و پرداخت مالی شفاف به بانکهای ایرانی، بین ۶ تا ۱۲ درصد می‌باشد که در صورت رعایت شرایط فوق تا ۳۶ درصد افزایش می‌یابد. باید در نظر داشت در کشورهایی که تعرفه بالای واردات دارند قاچاق بیشتری صورت می‌گیرد.

جمع آوری اطلاعات مربوط به خریداران و مشتریان خرمابه هر کشور

علاوه بر جمع اوری اطلاعات عمومی خریداران مهم در بازار هر کشور مانند ادرس، تلفن، وب سایت، اطلاعاتی مانند حجم فعالیت اعتبار، تامین کنندگان و... بسیار مهم و در ارتباط با خریداران کاربردی است.

استخراج قیمت انواع خرمابه هر کشور

اطلاع از قیمت صادراتی و معده فروشی و خرده فروشی و همچنین هزینه های توزیع خرمابه هر کشور یکی از مهمترین داده ها موقعاً در سیاست گذاری قیمت فروش می‌باشد.

بررسی شرایط حمل و نقل و صادرات مجدد یا واردات موقت در بازارهای خرمابه هر کشور

یکی از موارد مهم و موثر در صادرات خرمابه یک بازار هدف آگاهی از شرایط و روش ها و هزینه ای حمل و نقل می‌باشد.

برای مثال صادرات خرمابه کشورهای اروپایی از سه مسیر زمین





تاسیس نمود که گاهابسیار هزینه بر و یا سخت میباشد بنابراین گرفتن شریک تجاری در کشور هدف میتواند به عنوان یک گزینه مورد بررسی قرار گیرد. شرکت با یک شرکت محلی در بازار هدف در صورتی که با علم به قوانین آن کشور و طی یک قرارداد قانونی و اصولی و با در نظر گرفتن منفعت دوجانبه انجام پذیرد میتواند راه مطمئن و کم ریسک برای ورود و حضور مستمر در یک بازار صادراتی باشد.

دبیجیتال مارکتینگ

استفاده از امکانت روز دنیا در بستر اینلاین با در نظر گرفتن سرعت گسترش تجارت الکترونیک میتواند ورود به بازارهای هدف را برای شما آسان تر کند. این مهم تنها با به کارگیری مشاورین زده و پرسنل اجرایی متخصص در یک شرکت صادراتی امکان پذیر خواهد بود.

عضویت در کنسرسیوم‌های صارداتی

در بسیاری از کشورها عضویت در کنسرسیوم‌های صادراتی به دلیل مزایای فروزان آنها راه ورود شرکتهای کوچک و متوسط به بازار صادرات است، مزیتی که در ایران به واسطه دید نسبتاً نامناسب به فعالیت تجاری گروهی کمتر مورد توجه قرار نمی‌گیرد.

حفظ و توسعه بازار (حضور مستمر و پایدار در بازار)

بازار بایانی مستمر

حضور صادر کننده در یک کشور از طریق همکاری با یک خریدار نباید دلیلی برای عدم فعالیت بازار بایانی مستمر در آن کشور بشود، بهتر است در یک بازار تنها به یک مشتری بسنده نشود از آنجائیکه هیچ مشتری معمولاً دائمی نیست بازار بایانی مستمر می‌تواند از عوامل حفظ یا توسعه یک بازار باشد.

پشتیبانی فروش مستمر

قدرت و سرعت عمل در تامین، پاسخگو بودن در قبال کیفیت، ارسال سرموعد و به موقع و هماهنگی جهت حمل و نقل صحیح، یکی از نکات موثر در فروش مستمر و بالا بردن حجم صادرات در یک بازار صادراتی است.

شناسایی و بررسی نقاط ضعف

با ایجاد یک شبکه داخلی جهت ثبت و پایش بازخورد نظرات انتقادات خریداران محصول خرمای صادراتی میتوان با بهبود کیفیت محصول و هم رفع نقاچیں احتمالی سیستم و تلاش در جهت ارتقاء آن به موقعیت مستحکم تری در بازار صادرات دست یافت.

تبیغات در بازار هدف

به واسطه هزینه‌های بالای تبلیغات محیطی، تبلیغات در فضای مجازی و با مشارکت و همکاری طرف‌های تجاری، بهترین گزینه جهت تبلیغ محصول در کشور هدف می‌باشد.

تلفظ و فرهنگ بازار هدف صورت پذیرد ترجیحاً برای هر کدام از مشتریان در یک کشور برند جداگانه در نظر گرفته شود.

قیمت‌گذاری محصول

قیمت محصول خرما باید علاوه بر پوشش هزینه‌ها و سود منطقی و با در نظر گرفتن اطلاعات جمع آوری شده از بازار هدف و رقبا تعیین گردد. قیمت مناسب یکی از مهمترین مزیت‌های رقابتی در بازار های صادراتی خرما است.

ورود به بازار هدف و ارتباط با خریدار

حضور در نمایشگاه

این تفکر که حضور در نمایشگاه‌ها، هزینه بیهوده است مربوط به تجارت سنتی است، بلکه با انتخاب نمایشگاه مناسب با بازار هدف و حضور قوی در آن شانس ورود موفق به یک بازار را دو چندان میکند.

مذاکره حضوری با خریدار

مذاکره حضوری و رو در رو با خریدار خارجی مشروط به تسلط به زبان تجاری و اصطلاحات بین‌المللی با رعایت قواعد مذاکره، تا حد زیادی موجب جلب اعتماد خریدار و آغاز همکاری می‌شود و همچنین نشان دادن توانایی و تجربه در مذاکرات حضوری راحت تر صورت می‌پذیرد.

مکاتبه الکترونیکی

در ارتباط و مکاتبات الکترونیک انتخاب بستر مناسب جهت انجام مکاتبات بسیار مهم میباشد، بهتر است برای مکاتبات رسمی واعلام قیمت و شرایط همکاری از ایمیل غیر شخصی و رسمی و جهت ارسال فیلم و یا تصاویر محصولات از اپلیکشین‌های موجود مانند واتس آپ، یا تلگرام استفاده نمود.

ارسال نمونه محصول در صورت امکان

هر چند در حال حاضر به دلیل عدم حضور شرکتهای پستی متبر بین‌المللی در ایران ارسال نمونه محصول به بسیاری از کشورها مقدور نمیباشد با اینحال در ارسال نمونه چند نکته حائز اهمیت میباشد: نمونه ارسالی بایستی بیشترین شباهت از نظر کیفی با کالای مورد نظر داشته باشد همچنین از ارسال نمونه خرما با ماندگاری پایین برای مقاصد دور خود داری گردد.

تاسیس دفتر در کشور هدف

با توجه به هزینه بالای تاسیس دفتر در دیگر کشورها این گزینه برای شروع فعالیت صادراتی توصیه نمی‌گردد.

گرفتن شریک تجاری محلی

در بیشتر کشورها جهت عرضه مستقیم محصول در بازار یا فروش محصول به فروشگاه‌های زنجیره معابر میباشد یک شرکت





انتخاب یک نام تجاری مناسب

** هادی امیری

** مشاور توسعه کسب و کار



نکاتی کوته در خصوص انتخاب نام تجاری مناسب و همچنین الزامات قانونی مرتبط با آن را بررسی می‌کنیم.

جذاب بودن: جذابیت نام به خصوص در حوزه مواد غذایی و توزیع در فروشگاه‌های مواد غذایی که مملو از اسم‌ها و طرح‌های جذاب می‌باشد بسیار مهم است. گروهی از تولید کنندگان بعضاً به دنبال استفاده از نام و نام خانوادگی خود هستند که همیشه نمی‌تواند مناسب باشد و یا بدون خلاقیتی به دنبال استفاده از کلمات معمول نخل و خرما

یکی از بنیان‌های توسعه برنده در بازار، داشتن نام مناسب و متناسب با محصول و تولید کننده می‌باشد. با افزایش توجه به برنده سازی و ثبت برنده در حوزه خرما، انتخاب نام مناسب و قابل ثبت به چالشی برای فعالان حوزه خرما تبدیل شده است. متأسفانه انتخاب نام مناسب گاهی مورد غفلت فعالان حوزه خرما قرار می‌گیرد و نام تجاری بدون بررسی کامل، مشاوره، توجه به بازار مصرف، الزامات قانونی مرتبط ... انتخاب می‌شود و زمانی تولید کننده متوجه منوجه مناسب نبودن نام برنده خود می‌شود که هزینه زیادی صرف آن شده است.





نوشتار مناسب: نام برنده شما بهتر است یک نوشتار زیبا در فارسی و لاتین داشته باشد و باعث جلب توجه مصرف کنندگان شود.

در ادامه به شیوه‌های متداول برای ساخت و انتخاب نام برنده پرداخته ایم:

ترکیبی از دو یا چند واژه: کلمات مختلف را می‌توان با هم ترکیب کرد و اسمی زیبا و خاصی را ساخت.

استفاده از پیشوندها و پسوندها: اضافه کردن پیشوند، پسوند یا میانوندها به کلمه یا کلماتی خاص و ایجاد اسمی جدید.

استفاده از سر واژه‌ها: ساختن نام‌های جدید و ویژه از سر واژه‌های یک عبارت همیشه مورد استفاده و استقبال تولیدکنندگان در حوزه خرما بوده است.

در خصوص قوانین و مقررات ایران توجه به نکات زیر ضروری می‌باشد:

نام برنده خرما برای اخذ کد پهداشتی از سازمان غذا و دارو و پروانه کاربرد علامت استاندارد بسته بندی از سازمان استاندارد، بایستی حتماً به صورت فارسی نیز ثبت شده باشد و به همین دلیل توصیه می‌شود که حتی اگر برنده شما لاتین هست، ثبت به صورت فارسی و لاتین انجام شود. برای ثبت برنده لاتین در ایران نیاز به کارت عضویت اتاق بازرگانی یا کارت بازرگانی می‌باشد که باید در انتخاب نام به این نکته نیز توجه کرد.

و نام شهرها و... هستند. یک نام جذاب امکان انتخاب توسط مصرف کننده را بالا برده و باعث افزایش فروش در بازار خرد فروشی می‌شود.

متایز بودن: خیلی از مراجعان برای ثبت برنده اصرار دارند که اسم‌هایی مشابه برندهای موجود در بازار را انتخاب و به ثبت برسانند و به دنبال پیشوند و پسوندی هستند که قابل ثبت شود. انتخاب درست، یافتن نامی منحصر به فرد و جدید هست که بتوان با برنده‌سازی در سال‌های بعد، برای آن اعتبار ایجاد کرد. استفاده از نام‌های مشابه برندهای معروف خرما، شاید در کوتاه مدت بازاری ایجاد کند اما قطعاً در بلند مدت باعث تمایز و توسعه بازار نمی‌شود.

با معنا بودن: اگر نام برنده ارتباط قوی مفهومی با محصول شما داشته باشد می‌تواند در ذهن مصرف کننده بهتر حک شود. این موضوع صد درصدی نیست و مثال‌های نقضی نیز برای آن وجود دارد ولی به صورت کلی با معنا بودن نام می‌تواند مفید باشد.

تلفظ خوب و راحت: نام برنده باید دارای تلفظ خوب بوده و خوب شنیده شود، نامی مناسب است که با یک بار گفتن پشت تلفن، کامل شنیده شده و به خاطر سپرده شود.

امکان پذیر بودن ثبت: انتخاب نام‌های قابل ثبت، در بازار خرما کمی مشکل می‌باشد و بایستی در انتخاب نام به موضوع امکان پذیر بودن ثبت آن توجه ویژه‌ای کرد. بسیاری از نام‌های متداول و مناسب توسط فعالان این حوزه ثبت شده است و خلاقیت بیشتری برای ساخت و انتخاب اسمی مناسب لازم است.





* دکتر مقداد تکلووزاده

* دبیر کل انجمن ملی خرمای ایران

ضرورت‌های اجرایی الگوی کشت محصولات کشاورزی

مواد شیمیایی نبوده یا کم باشد و این هدف موجب شده که بحث پایداری در کشاورزی و توجه به کشاورزی بوم شناختی مورد توجه قرار گیرد. کشاورزی پایدار نوعی کشاورزی است که در جهت منافع انسان بوده، کارایی بیشتری در استفاده از منابع داشته و با محیط در توازن است. کنگره ایالت متحده آمریکا در سال ۱۹۹۰ کشاورزی پایدار را این گونه تعریف می‌کند: "کشاورزی پایدار به سامانه یکپارچه تولید محصولات گیاهی و دامی اطلاق می‌شود که در هر منطقه ویژگی‌های منطبق با آن منطقه را دارد و ویژگی‌های آن در بلندمدت شامل استفاده کارآمد از منابع، حفاظت از منابع تجدیدپذیر، حداکثر استفاده از منابع درون مزرعه، عدم استفاده از فناوریهای انرژی خواه، جایگزینی انرژی‌های نوین از قبیل انرژی خورشیدی و باد، تعدیل استفاده از ماشین آلات و جایگزینی ماشین آلات چندمنظوره در مزارع، استفاده از کنترل زیستی و چرخش مواد در داخل کشت بوم و افزایش

کشاورزی به عنوان یکی از محورهای اساسی رشد و توسعه، نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورها دارد. در جهان امروز یکی از مشکلات اساسی بشر تأمین نیازهای غذایی است، به گونه‌ای که امنیت غذایی به عنوان یکی از اهداف مهم سر لوحه برنامه‌های دولت‌ها قرار گرفته است. با گذشت

زمان، مدیریت منابع به موازات رشد جوامع، پیچیده تر می‌شود و همزمان با افزایش جمعیت و رشد اقتصادی

کشورها، تقاضا برای مواد غذایی نیز رو به افزایش می‌گذارد. پاسخگویی به این نیازها موجب به کارگیری ابزارهای مدرن و مواد شیمیایی جدید مانند انواع کودهای

شیمیایی و سموم شده است. ولیکن استفاده بیش از حد و خارج از استاندارد این مواد شیمیایی موجب بروز

آثار منفی جسمی برای مصرف کنندگان و آلودگی محیط زیست گردیده و تأثیرات نامطلوب کودها و

آفت‌کش‌ها بر محیط زیست منجر به توجه بیشتر و استفاده از روش‌هایی گردیده که در آن نیازی به مصرف





نحوی که همراه با در نظر گرفتن اهداف مناسب اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی واحد کشاورزی باشد، به واقعیتهای کشاورزی پایدار نزدیکتر است. در طی سال‌های اخیر استفاده بیش از حد و غیرمعقول از مواد شیمیایی در کشاورزی و استفاده بی رویه از آب و بکارگیری روش‌های نامناسب آبیاری وضعیت نگران کننده و ناپایداری را در فعالیت‌های کشاورزی کشور بوجود آورده است.

هر چند در الگوی برنامه ریزی کسری در کوتاه مدت درآمد ناخالص، کمتر از وضعیت فعلی است ولیکن با در نظر گرفتن عوارض منفی وضعیت ناپایدار فعلی، که هزینه‌های غیرمستقیم زیادی را بر جامعه و محیط کشاورزی تحمیل می‌کند، قابل توجیه خواهد بود. همچنین براساس الگوی فوق الذکر مصرف آب به گونه‌ای تنظیم می‌شود که عمدتاً در ماه‌های مختلف کمبودی از لحاظ این منبع در منطقه وجود نداشته باشد. در ضمن با در نظر گرفتن نتایج الگوی برنامه ریزی کسری مصرف مواد شیمیایی زیان آور از جمله کودها و سموم شیمیایی نیز در حداقل خود خواهد بود.

کمبود منابع آب و رقابت فزاینده بخش‌های مختلف برای آب، میزان آب موجود برای آبیاری محصولات کشاورزی را کاهش می‌دهد. از طرفی محدودیت منابع آب و خاک به دلیل موقعیت جغرافیایی و اقلیمی کشور از یک سو و ضرورت تحقق پذیری آرمان خودکفایی در امور زیربنایی از سوی دیگر، موجبات بهره‌برداری بهینه از منابع آب و خاک موجود در سطح کشور را امری اجتناب ناپذیر می‌سازد، لذا مدیریت کارآمد آب برای تولید گیاهان زراعی در مناطق کم آب مستلزم به کارگیری روش‌های موثر است.

هم چنان با توجه به اینکه حرکت به سمت الگوی کشت پایدار در کوتاه مدت باعث کاهش بازده برنامه ای بهره‌برداران می‌شود، می‌توان با تمهیدات و اقدامات مناسبی مانند اعمال قیمت‌های متفاوت (قیمت‌های بیشتر برای محصولاتی که در تولید آن‌ها از سموم و کودهای شیمیایی کمتری استفاده شده است) بخشی از کاهش درآمد را جبران کرد. همچنین از آنجایی که با اجرای الگوی برنامه ریزی کسری میزان مصرف کودها و سموم شیمیایی نسبت به الگوی کشت فعلی کاهش می‌یابد و در نتیجه باعث کاهش تولید می‌شود باستی با اقداماتی همچون در نظر گرفتن یارانه برای نهاده‌هایی از قبیل کودهای سبز و بذرهای اصلاح شده، شناسایی و رواج روش‌های مبارزه کاراتر و ارزانتر بیولوژیک و بکارگیری فنون کشاورزی علمی و پیشرفته و استفاده از تنابع‌های پایدار در میان مدت و بلند مدت کاهش تولید ناشی از کاهش مصرف کودها و سموم شیمیایی جبران شود.

تنوع گونه‌های زراعی دامی است. داشتن برنامه الگوی کشت علمی و مناسب نوع محصولات با شرایط اقلیمی، پایداری تولیدات کشاورزی و امنیت غذایی را تضمین می‌کند و سبب می‌شود از استعدادهای هر منطقه استفاده درست و بجاگی صورت بگیرد و بهره‌وری افزایش یابد و منابع طبیعی نیز ماندگار شوند. الگویی که حدود ۵۰ سال است در کشورهای صنعتی و کشورهایی که اقتصادشان بر پایه کشاورزی است اجرا می‌شود.

در واقع هیچ کشتی در آن کشورها صورت نمی‌گیرد مگر براساس الگوی کشت. اما کشاورزی در کشور ما بیشتر سنتی و بر اساس تجربیات کشاورزان است چون کشاورزی ما فاقد الگوی کشت است و هنوز در مراحل مقدماتی تدوین و اجرای آن قرار داریم. اما با توجه به اینکه از حدود چهار دهه قبل اقداماتی برای صنعتی شدن کشاورزی انجام شده انتظار می‌رود که با گذشت این مدت برای تولید مواد غذایی خود الگوی کشت مناسب و نقشه راه در اختیار کشاورزان قرار می‌گرفت.

برای تغییر الگوی کشت به ابزار تشویقی نیاز است و باید برای تغییر کشت کشاورزان، امکانات تشویقی مثل یارانه کشت اختصاص یابد. الگوی کشت اساسی ترین ابزاری است که مسیر حرکت کشاورزان را مشخص می‌کند. این برنامه به کشاورز می‌گوید که چه محصولی را در کدام منطقه با توجه به ویژگی‌های آن منطقه بکارد. تقریباً تمام دولتها از تدوین الگوی کشت بخش کشاورزی خبر داده‌اند اما هیچ‌گاه این الگو به شکل رسمی رونمایی نشده‌است. در حالی که با توجه به کمبود منابع آبی در ایران باید برنامه‌ای متناسب با پتانسیل‌های آبی کشور تهیه شود تا کشاورزان بر اساس آن اقدام به کشت محصولاتی کنند که نیاز آبی کمتری داشته باشند.

به هر حال همه باور دارند که مسائل و مشکلات جدی کشاورزی حال و آینده ما را تهدید می‌کند که چه بسا منجر به فاجعه بزرگی هم چون نابودی منابع پایه و به دنبال آن تولیدات کشاورزی می‌شود که این موضوع خودکفایی ما را در محصولات کشاورزی زیر سوال خواهد بود و به طور یقین رشد اقتصادی و استقلال کشور، ضرورت مدیریت همه جانبه و داشتن برنامه بلند مدت با بازدهی بالا را بیش از پیش نشان می‌دهد تا مسئولان با تدوین طرح جامع و همه جانبه «الگوی کشت» کشاورزی و هرچه سریع‌تر آن را به اجرا درآورند.

نکته قابل توجه در بحث الگوی کشت این است که ترویج و اجرای الگوی جامع کشت و آبیاری برای مقابله با کم آبی در استان‌های مختلف کشور یک ضرورت است.

تحصیص عوامل تولید بین فعالیت‌های مختلف کشاورزی به



نیاز به ساماندهی دارد که در ادوار مختلف مدیریتی به اشکال گوناگون دیده شده است.

در دولت تدبیر و امید به دلیل اهمیت موضوع برنامهریزی الگوی کشت و تلاش در جهت اجرایی کردن آن به منظور مدیریت منابع تولید مانند آب و خاک، معاونت امور زراعت وزارت جهاد کشاورزی وظیفه تدوین الگوی کشت به منظور اصلاح الگوی رایج برای استفاده کاراتر از منابع خصوصاً آب در بخش کشاورزی را به عهده گرفته است.

تدوین الگوی کشت با در نظر گرفتن راندمان مصرف آب، شرایط هر منطقه و نیازهای امنیت غذایی مصرف کننده‌ی داخلی و ارز آوری محصول با تاکید بر کشاورزی پایدار با توجه به شرایط آب و هوایی هر منطقه از راهکارهای توسعه کشاورزی بخصوص در شرایط کم آبی است. شاخصهای اقتصادی در الگوی کشت باید به گونه‌ای تعیین شوند تا با انتخاب نوع محصول همراه با افزایش بهره‌وری از منابع موجود (آب و خاک و غیره)، حداقل درآمد را برای کشاورزان و تولیدکنندگان به همراه داشته باشد و کشاورزان بتوانند با افزایش درآمد و سود حاصل از فروش تولیدات، نسبت به سرمایه‌گذاری و توسعه فعالیت‌های خود اقدام کنند و بدین ترتیب رونق اقتصادی را در بخش کشاورزی شاهد باشیم. و مخصوصاً که از مزیت نسبی بالاتر و مطلوبیت اقتصادی بیشتری برخوردارند می‌تواند پس از محصولات اساسی با اولویت در الگوی کشت قرار گیرند.

توصیه می‌شود در کوتاه مدت به منظور پیشگیری و کاهش خسارات حاصل از مصرف مواد شیمیایی بر محیط زیست و به منظور افزایش انگیزه، کمک‌هایی را به منظور تشویق برای کشاورزانی که اصول کشاورزی پایدار را رعایت می‌کنند و از نهادهای زیان آور استفاده کمتری می‌کنند، در نظر گرفته شود. به نظر می‌رسد چنین سیاست‌هایی به نفع جامعه و دولت خواهد بود چرا که در این حالت هم آسیب و ضرر کمتری به محیط زیست وارد می‌شود و هزینه‌های تخریب و بازسازی به مراتب کاهش می‌یابد و هم قسمتی از کاهش درآمد کشاورزان جبران می‌شود. از آنجایی که شرایط اقلیمی و اقتصادی مناطق مختلف متفاوت است بنابراین ممکن است شاخصهای پایداری هم در مناطق مختلف متفاوت باشد. بنابراین برای اخذ نتایج دقیق تر می‌بایستی استفاده از چنین الگوهایی متناسب با شرایط و متغیرهای هر منطقه انجام گیرد. الگوی کشت برای تدوین طرح مورد نیاز در مقیاس ملی و همکاری سایر دستگاهها





تجربیات یک تازه کار

* نگار کربلایی



در بسته بندی محصول دچار نگرانی و سردرگمی می‌شود و هزاران وعده تحقق نیافته دیگر. شک نیست در سایر بخش‌های دیگر تولید چه کشاورزی و چه صنعتی اوضاع بهتر از این نیست. حال می‌فهمم که چرا دیگر کسی دنبال تولید نیست و کسانی هم که از قدیم درگیر تولید هستند چه عذاب‌الیمی را تجربه می‌کنند.

شاید به نظر من تازه کار فرصت برای احیای تولید در این اقتصاد کنونی تنگ باشد و اولین وعده به شرط عمل باشد. عملی که اگر محقق نگردد وعده گذار مجبور به پاسخ باشد. اما شما عزیزان درد کشیده در امر مقدس تولید جهت انعکاس در نشریه خودتان برایم بنویسید که چگونه مسئولین را مجبور به عمل به وعده یا در صورت عدم تحقق مجبور به پاسخگو بودن کنیم. یادمان نروود تا مطالبه‌گری مدنی نهادینه نشود اوضاع بر همین روای خواهد بود.

جواب‌های شما

در اینجا چهار مورد از جواب‌های شما که از طریق ایمیل ارسال کردید خلاصه وار می‌آورم.

نازیلا احمدی از بوشهر برایم نوشت که چالش‌گری و چالش پذیری دو مقوله ایی هستند که باید در جامعه نهادینه شود. افای محمد ریگی از زاهدان برایم نوشت که برای گوش‌های سنگینی که عادت به شنیدن ندارند چاره‌ایی جز استقامات در درخواست‌ها و چالش‌گری مدنی نیست. ندا یاور زاده که دانشجوی معماری از شهر رم برایم نوشت که باید فرهنگ چالش پذیری و هنر خوب گوش کردن و پرهیز از تعصّب و بدخلقی و تلافی در پاسخ دادن به سوالات چالشی را در فرهنگ یک جامعه نهادینه کرد تا انگیزه و طراوت در جامعه باقی بماند.

علی سفری برایم نوشت ببنظر میاد تنها سلاح ما در مقابل سازمان‌های دولتی پیگیری خودمون هست و از دیدگاه کارمندهای دولتی زمان و فورس بودن و شور و شوق به انجام رسیدن کار اصلاً تعریف نشده است.

یکی از دغدغه‌های همیشگی در دولت مسئله تولید بوده است روزی نیست که در سال‌های متمادی گذشته بحث حمایت از این رکن اساسی اقتصاد در شبکه‌های خبری و جلسه‌ها مطرح نگردد همیشه آقدر وعده‌ها و حرف‌های قشنگ و شیرین در این باب شنیده بودم که برایم سوال پیش می‌آمد چرا با این همه حمایت و قول‌های مساعد تولید در کشور دچار رکود و مصیبت است از شما چه پنهان با خودم که پشتمن دور از آتش بود آن را به گردن ضعف و کم کاری و عدم مدیریت صحیح در بخش خصوصی می‌دانستم همیشه به خودم می‌گفتم چرا مردم با داشتن چنین حمایت‌هایی رخوت هستند و اوضاع بر مدار رونق نیست و انصاف نیست و از این همه موهبت‌ها بهره نمی‌برند.

حال که درگیر کارهای تشکلی شده‌ام و با زحمت کش ترین و محروم‌ترین قشر تولیدکننده سر کار دارم از تفکرات قدیم خود خنده‌ام می‌گیرد و همه را ساده انگاری می‌پندارم و دلیل این نتیجه‌گیری را مشکلات عدیده قشر تولیدکننده ذی ربط خودم یعنی کشاورزان زحمتکش نخل کار کشور می‌بینم. آنقدر در هر بخش دچار قوانین مزاحم و بروکراسی‌های دست و پاگیر شده‌ایم که مجالی برای تنفس در تولید نیست و عده وام‌های جذاب کم بهره و بلند مدت را می‌دهند اما از کشاورز پذیری دو مقوله ایی هستند که باید در جامعه نهادینه شود. وثیقه شهری با ارزش طلب می‌کنند. وعده حمایت از صادرات جهت رونق به تولید می‌دهند اما یک شبه و بدون دلیل منوعیت صادرات می‌دهد و کارنامه صادراتی کشور را دچار خدشه می‌کنند.

وعده رونق در بازار مصرف داخل و بالا رفتن مصرف سرانه تولید می‌دهند اما با قیمت‌گذاری‌های دستوری انگیزه کار در بازار داخلی گرفته می‌شود.

وعده حمایت از کشاورزان نخل کار را می‌دهند اما قیمت نهاده‌های کشاورزی را یک شبه تا پنج برابر می‌کنند. وعده حمایت‌ها از بسته بندی‌های نوین برای رقابت با رقبای خارجی و جذاب شدن برای مشتریان داخلی را می‌دهند اما همان بسته بندی معمولی هم نایاب و گران می‌شود و کشاورز





دایره المعارف جامع خرماتدوین شود

* غزال غلامی

* عضو اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
و انجمن خرمای استان بوشهر



مانا یاد نیمای جنوب در گوهرين کلامش فرمودند:
کنون رویای ما باقی است
بن هر جاده اش میعادگاهی خرم و خوش بو
سر هر شاخه اش گلبرگ های نازک لبخند
به ساق هر درختش یادگاری ها
و با هر یادگاری نقش یک سوگند

"خرما" این میوه بهشت موعود، چالش هاییش نیز شیرین است! خرمایی که نشانی از هویت دینی، اجتماعی و اقتصادی استان ماست. محصولی که خواصش به اندازه‌ی روزهای سال است! خرمایی که حضورش در سفره‌ی مردمان این مرزبوم، فرهنگی است کهن و نانوشه. این سنت پسندیده میراث گرانبهایی است که نسل به ارت رسیده است.

اما امروزه که اهمیت امنیت غذایی جامعه بر هیچکس پوشیده نیست و در جهان کنونی معنا و ماهیت سبک زندگی سالم دائمآ در حال رشد و نمو است، نقش ثمره ملکه‌ی درختان و شجره وفادار و اهمیت صنایع وابسته به آن و حضور آن در سبد مصرفی خانوار به طرز چشم گیری کاهش یافته است.

نسل گذشته به هر نفر نخل همانند یک نفر انسان نان آور می نگریست، برای کاشت آن وضو می‌گرفتند و به تعییری نخل در فرهنگ آنان به مثابه فرزند خانواده محسوب می‌شد...اما، واحسرا که دیگر نسل جوان، آن پیوند معنوی، همچون گذشتگان را با خرما احساس نمی‌کند و شوربختانه این محصول که جزء جدایی ناپذیر سبک زندگی سالم هست، حتی از فهرست غذای مصرفی خانواده هم رو به فراموشی است.

دیگر در هیچ کجا نمی‌توان نوشت:
اهمیت مصرف روزانه خرما بر هیچکس پوشیده نیست ...
چرا که هست!

خرما میوه‌ی درخت نخل، این سمبول ایستادگی، پایداری و نماد باروری





غیرنفتی جایگاهی ممتاز دارد، بایسته است که در دستور عمل هر بخش مرتبط و به خصوص در دستور کار رسانه‌های اجتماعی قرار گیرد و پر واضح است این تاکید، رافع مسئولیت دیگر نهادها و سازمان‌ها در امعان نظر ویژه به این محصول نخواهد بود.

در همین راستا فهرست وار پیشنهاداتی به منظور افزایش مصرف خرما و نهادینه شدن آن در فرهنگ جامعه و توسعه بازار آن ارائه می‌شود:

۱) تدوین دائم المارف جامع خرما برای معرفی کامل این محصول به ویژه در حفظ سلامت ۲) الزام ادارات، نهادها و سازمان‌ها به منظور استفاده از این محصول در سبد مصرفی خود، مانند:

-خانه‌های بهداشت جهت تجویز به زنان باردار، کودکان و سایرین
-اردوگاه‌ها، پادگان‌ها و پایگاه‌های نظامی برای استفاده روزانه در فهرست غذایی خود
-سازمان‌های دولتی، غیر دولتی و خصوصی جهت تدارکات و تشریفات

-مسجد و اماكن زیارتی و سیاحتی
-آموزش و پرورش برای تمامی سطوح تحصیلی و با عنوان "طرح اصلاح تغذیه کودکان و نوجوانان در سنین رشد"

-حمایت فروشگاه‌های زنجیره‌ای سراسر کشور

-ایجاد مراکز فروش خرما و محصولات وابسته در اقصی نقاط استان و کشور
-راه اندازی تور خرما (مانند تورهای گلاب گیری) به عنوان یک مزیت برای معرفی خرما
-استفاده از ظرفیت نمایندگان استان در مجلس شورای اسلامی به منظور تسهیل بهبود

اشتغال در حوزه اقتصاد خرما

-صدای و سیمای بر اساس گفته‌ی رهبر فقد انقلاب اسلامی دانشگاهی است که وظیفه‌ی فرهنگ سازی و اگاهی بخشی را بر عهده دارد، لذا شایسته است با عزم ملی و استفاده از کلیه شبکه‌های داخلی، خارجی، مرکزی و استانی خود علاوه بر تاکیید بر اهمیت فوق العاده صادرات غیر نفتی که ضامن استقلال اقتصادی کشور است، به معرفی ظرفیت‌های کشور از جمله خرما که در سطح بین‌المللی جایگاه قابل احترامی دارد، پردازد.

-همکاری صنایع بزرگ استان (نفت-گاز-پتروشیمی) در خصوص مصرف این محصول که جامعه آماری را بالایی دارد.

با تدقیق در مطالب یادشده امیدواریم سیاست گزاران و مسئولان کشور با اتخاذ تصمیماتی اساسی و اصولی در این حوزه، موجبات اطمینان خاطر کشاورزان و فعالان حوزه اقتصاد خرما و به تبع آن رونق بازار این محصول استراتژیک را فراهم نمایند.

آنچنان که شایسته بوده، جایگاهش در جهان مدرنی که دغدغه‌ی تغذیه سالم را دارد، تثبیت نشده است.

خرما چکیده‌ی گرمای خورشید، حاصل دسترنج کشاورزان شریف و میوه‌ی مقدس کتاب آسمانی، با فاصله‌ای زیاد از موج جهانی رسانه‌ای در حال حرکت است.

روزانه شاهد تبلیغات گسترده انواع مختلفی از مواد غذایی هستیم در حالیکه خرما با خواص شگفت‌انگیز و دارا بودن مواد مغذی حیاتی برای بدن، کمتر سهمی از رسانه‌های اجتماعی دارد و از معرفی کامل خود به عنوان اصلی ترین جایگزین شکر و شیرین کننده‌های مصنوعی محروم مانده است.

از این رو "فرهنگ سازی" و به تبع آن "بازار سازی" برای خرما به امری استراتژیک بدل شده است. برای کمک به سلامت عمومی جامعه و رفاه حال کشاورزان زحمتکش، اهمیت فرهنگ سازی و مصرف خرما که به عنوان یک محصول استراتژیک در سبد صادرات





قوانین کار در بخش کشاورزی تسهیل شود

خرما یکی از محصولات مهم کشاورزی کشور است که علی رغم ارزش غذایی بالا و قابلیت‌هایی که برای این محصول وجود دارد، میتواند نقش بسزایی در پیشرفت اقتصاد ایران داشته باشد.

در این راستا گفتگویی با آقای دکتر عنایت الله وکیلی پور نخلدار شهرستان حاجی آباد - هرمزگان داشته ایم که در زیر میخوانیم.

آقای دکتر ممکن است خود قان را معرفی بفرمایید:
با سلام و عرض احترام به شما و سایر خوانندگان این مصاحبه به عرض می‌رسانم من عنایت الله وکیلی پور پژوهش متخخص داخلی که حدوداً ۳۵ سال است که بکار کشاورزی به خصوص نخلداری مشغولم در اوایل کشاورزی کار دوم بنده حساب می‌شد ولی اکنون شغل اول من شده است و اکثر وقت من در نخلستان می‌گذرد.

آیا کشاورزی شغل خانوادگی شما بوده است؟
بله مرحوم پدرم هم در یکی از روستاهای شهرستان بافت کرمان در زمینه کشاورزی محصولات سردسیری فعالیت می‌کرد و ما از کودکی در کشاورزی به پدرم کمک می‌کردیم و در مزرعه کار می‌کردیم ولی نخل نداشتیم محصولات با غی ما گرد و زرد آلو بود و من بعد از این که در کار طبابت در شهرستان بندرعباس مشغول شدم علاقه وافری که به کشاورزی داشتم باعث شد زمین های کشاورزی را خریداری کنم و اقدام به احداث نخلستان کردم و با غرس نخل ها با آبیاری تحت فشار (بابلر) حدود ۴۰۰۰ نخل بعمل آوردم که گونه اصلی پیارم است.

بنظر شما اصل مهم در رقابت چیست؟
رقابت در کیفیت محصول مهم ترین اصل است.



**آیا لازم است که یک باغدار تحصیلات دانشگاهی داشته باشد؟**

یک باغدار بدون تحصیلات دانشگاهی نمی‌تواند به انداره باغداری که علم دانشگاهی دارد موفق باشد تجربه و علم هر دو به منزله دولبه قیچی می‌باشند.

سه مورد اصلی که می‌بایست در جهت بهبود صنعت خرما اجرایی گردد را برای مانا می‌برید؟

صنعت خرما از ۳ بخش تشکیل شده که عبارتند از : تولید، بسته بندی و فرآوری و تجارت چه در فروش داخلی چه در فروش خارجی. میزان تولید خرما بیشتر از مصرف داخلی ما است یعنی اگر ما بازارهای هدف خارجی نداشته باشیم ناموفق خواهیم بود. از نظر محیط زیستی ما بهترین جایگاه کشت نخلات را در جهان داریم پس اگر ما بازارهای هدف خوبی برای فروش محصول خرما داشته باشیم میتوانیم در این صنعت موفق باشیم پس هم باید در بخش تولید از نظر کارشناسان جهاد کشاورزی استفاده کنیم که یک تولید خوب با راندمان بالا و با کیفیت برتر تولید کنیم و در بخش بسته بندی و فرآوری ایده آل کار کنیم تا بتوانیم در رقابت با رقبای خارجی برابری کنیم.

آقای دکتر چه زمانی از سال بیشتر در گیر کار در نخلستان هستید؟

در اسفند و زمان گرده افسانی وقت برای ما اهمیت دارد که گرده افسانی به موقع انجام شود تا نخل بارور شوند و همچنین در پاییز مشغول برداشت بسته بندی محصول خرما هستم.

بسته بندی و فروش شما به چه شکل است؟

چون خرمای پیارم نیمه خشک است پس از جمع آوری خرما از باغ و انتقال آن به انبار اقدام به بسته بندی ۵ کیلوئی می‌کنیم و مقداری به بازار تهران و بیشتر آن را به بازار کشور امارات (دبی) صادر می‌کنم البته علاوه بر خرمای خودم خرمای سایر نخلداران راهنم جمع آوری می‌کنم پس از بسته بندی به بازار خارج صادر می‌کنم.

آقای دکتر آیا در نهادهای خصوصی هم فعالیت دارید؟

بله در انجمن خرمای استان همکاری دارم و در انجمن ملی خرمای کشور بعنوان رئیس کمیته تولید همکاری می‌کنم و با استان‌های دیگر در زمینه تولیدات خرما تعامل دارم.

آیا ارگان‌های دولتی با شما همکاری دارند؟

بله سازمان جهاد کشاورزی شهرستان در زمینه ترویج و تامین بعضی از نهادهای کشاورزی مورد نیاز ما را راهنمایی می‌کنند.

در پایان ھر صحبتی که خودتان دارید بفرمائید؟

چند نکته برای پیشرفت کار قابل ذکر است:

اولاً: قوانین کار در بخش کشاورزی باید با سایر بخش‌های اقتصادی فرق داشته باشد.

ثانیاً دولت با تامین نهادهای کشاورزی مرغوب نظیر سرم و کود و ادوات کشاورزی از کشاورز حمایت کند و تسهیلات بانکی ارزان قیمت در اختیار کشاورز قرار دهدند.





لَذِكْرِ اللّٰهِ مُحْبٌ

با نهایت تأثر و تأسف دگذشت شادروان ولی الله وطن خواه

فعال اقتصادی و پیشکوتوت حوزه خرما را تسلیت عرض می نماید.
از درگاه خداوند متعال برای آن مرحوم، رحمت و معقرت
واسعه و برای بازماندگان صبوری و شکرانی مسللت دارد.
خداوند قرین رحمتش فرماید.

انجمن ملی خرما ایران



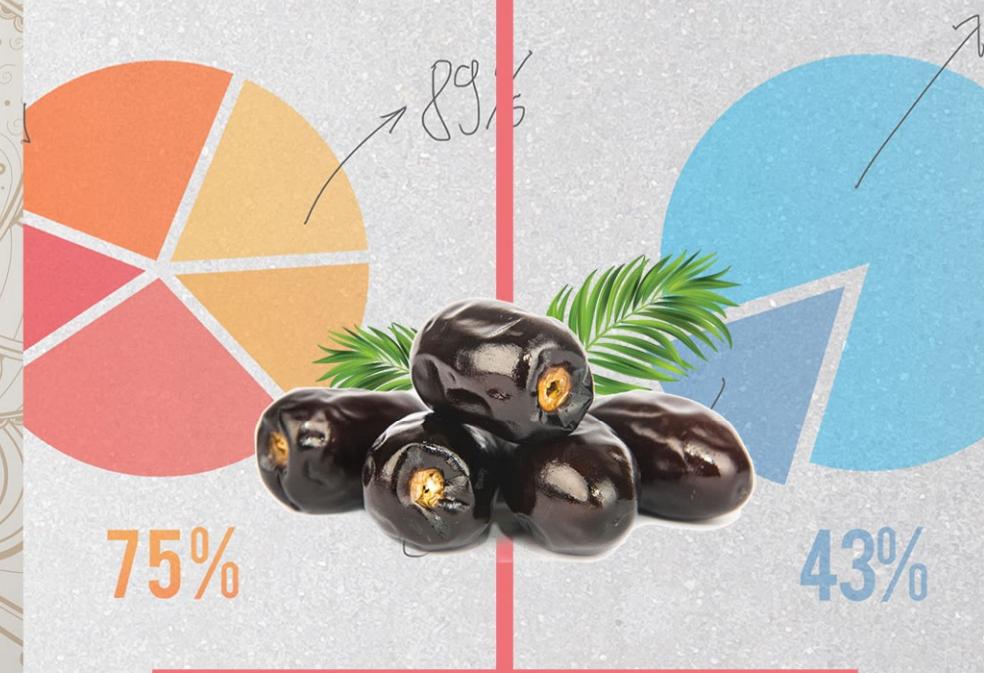
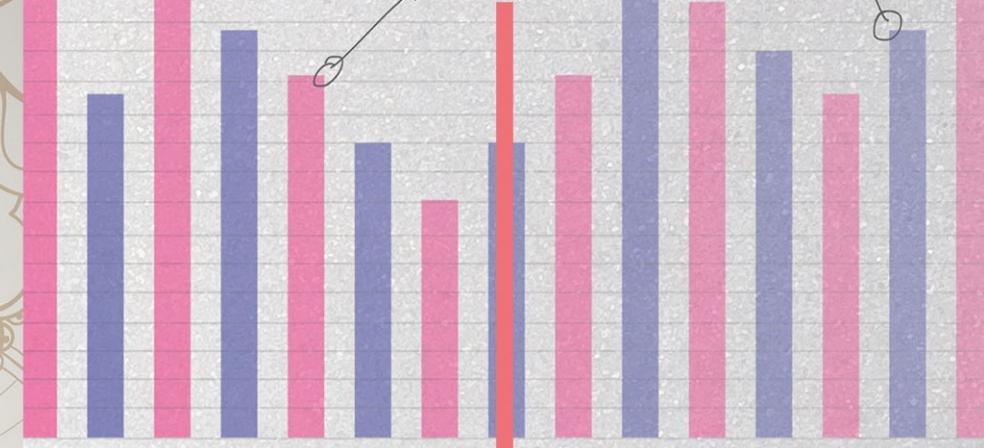
تارت خرما و گردو

* زهرا علیدادی

- بیسکویت دایجستیو ۳۰۰ گرم (حدود ۲۰ عدد)
- کره ذوب شده ۱۳۰ گرم
- شکر ۲ قاشق غذاخوری
- نمک نوک قاشق
- پودر دارچین ۱ قاشق چایخوری
- خرمای بدون هسته یا چیپس خرما ۳۰۰ گرم
- گردو بدون پوست ۱۲۵ گرم
- شیر غلیظ شده (شیر عسلی) ۱ قوطی (۳۹۷ گرم)

طبقه پایین فر را آماده کنید و آن را روی حرارت ۱۸۰ درجه سانتیگراد تنظیم نمایید. با استفاده از غذاساز یا آسیاب بیسکویت‌ها را آسیاب کنید تا پودر شوند. همچنین می‌توانید آن‌ها را داخل زیپ کیپ بریزید و با استفاده از وردنه بیسکویت را پودر کنید. شکر، نمک و دارچین را اضافه کنید و خوب بزنید تا با هم مخلوط شوند. سپس کره آب شده را اضافه کنید و مخلوط نمایید (در همان غذاساز یا به صورت دستی) تا کره به خوبی در مواد پخش شود و مایه یکدستی به دست آید. حال مایه را به قالب تارت منتقل کنید. بهتر است از قالبی استفاده کنید که کف آن قابل جدا شدن است. در غیر این صورت، از قبل کف قالب کاغذ روغنی پهن کنید. مواد را خوب کف ظرف و روی دیواره‌هایی آن پخش کنید تا به شکل نان تارت درآید. می‌توانید برای صاف کردن کف نان تارت از فنجانی با کف صاف استفاده کنید. سپس آن را به فر منتقل کنید. پس از ۸-۱۰ دقیقه نان تارت آماده است و عطر آن حس می‌شود. وقت آن است که قالب را از فر خارج کنید و اجازه بدھید خنک شود. در این مدت می‌توانید خرما را آماده کنید. اگر از خرمای کامل استفاده می‌کنید، آنها را از وسط نصف کنید و هسته‌ها را جدا کنید. اگر از چیپس خرما استفاده می‌کنید نیازی به آماده‌سازی نیست. درجه‌ی فر را به ۲۰۰ درجه سانتیگراد تغییر دهید. چیپس خرما یا خرماهای بدون هسته نصف شده را روی تارت بریزید. به طوری که کاملاً سطح خمیر را بپوشانند. حال روی خرما هایک لایه مغز گردوی بچینید. در آخر شیر عسلی (شیر غلیظ شده شیرین) را روی خرما و گردو بریزید. قالب را مجدداً در فر قرار دهید تا زمانی که در شیر عسلی حباب ایجاد شود و رنگ کاراملی طلایی بگیرد (حدود ۲۵ دقیقه). ممکن است بعضی بخش‌ها قهوه‌ای شوند و بعضی بخش‌ها سفید باقی بمانند. اما در کل تارت قهوه‌ای رنگ به نظر می‌رسد. صبر کنید تارت کمی خنک شود. سپس آن را از قالب جدا کنید و در ظرف سرو قرار دهید. نکته: اگر مایل باشید می‌توانید برای داشتن نان تارت نازک‌تر از ۲۵۰ گرم بیسکویت استفاده کنید. البته باید کره و شکر را هم به همان نسبت کم کنید.





پژوهش‌ها و تحلیل‌ها

نگاه اجمالی به چشم انداز اقتصادی و سیاسی
ایران

سروش طالبی اسکندری:
آب و مساله خوزستان

پروفسور رحمت الله حیدرپور:
خوشه اقتصادی ساماندهی بازار محصولات
سالم و ارگانیک صنعت خرما





نگاه اجمالی به چشم انداز اقتصادی و سیاسی ایران

* خلاصه گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران با نام "پیش‌بینی اقتصاد ایران ۲۰۲۱-۲۰۲۵"

با وجود سه سال رکود عمیق کشور و تحریم‌های مستمر ایالات متحده، ایران همچنان دومین اقتصاد بزرگ منطقه با دومین نرخ جمعیت است که در صورت تنفس‌داشی روابط با آمریکا، هرچند بعید به نظر می‌رسد، چشم انداز اغواکننده‌ای برای سرمایه‌گذاران خواهد داشت.

روابط بین الملل

مهemetرين جنبه سیاست خارجی ایران طی سالهای ۲۰۲۱ تا

اقتصاد ایران از برخی دیگر از کشورهای تولیدکننده نفت در منطقه متوجه تر است، اما به طور سنتی نفت و گاز، بخش عمده درآمد کشور را تشکیل می‌دهند که صادرات نفت در اثر تحریم‌های ایالات متحده به شدت محدود شده است.

بنابر پیش‌بینی واحد اطلاعات اکونومیست و با توجه به شرایط سیاسی دو کشور ایران و آمریکا، احتمال دارد ایالات متحده برخی از تحریمهای نفتی ایران را از اواخر سال ۲۰۲۱ لغو کند که این امر به خروج کشور از رکود کمک می‌کند.



۲۰۲۵ رابطه آن با ایالات متحده خواهد بود. انتظار می‌رود در میان مدت دو کشور دورهای از آرامش و تنفس‌داشی نسبی را تجربه کنند.

از اواخر سال ۲۰۲۱، انتظار می‌رود با گام برداشتن دو کشور در مسیر مذاکره، به تدریج برخی از تحریم‌های نفتی ایران به منظور اعتمادسازی برداشته شود. با این حال، به نظر نمی‌رسد ایران در چارچوب یک توافق موقت، با اضافه شدن بندهای جدیدی به توافق هسته‌ای از جمله محدودیت در برنامه موشک‌های بالستیک که بخش مهمی از سیاست دفاعی کشور بر مبنای بازدارندگی را تشکیل میدهد موافقت کند.

از این رو، بعید به نظر می‌رسد که ایالات متحده به طور کامل به توافق هسته‌ای بیروندد و حتی در صورت وقوع این امر، برخی از تحریم‌های ایالات متحده همچنان پابرجا خواهد بود.

در همین حال، ایران بر تقویت روابط خود با چین تمرکز خواهد کرد. با توجه به رفع برخی از محدودیت‌های صادرات

با این حال، تورم، سرمایه‌گذاری پائین و عدم توفیق در مذاکره با ایالات متحده در بلندمدت، ایران را در بازه زمانی ۲۰۲۴-۲۰۲۵ تا ۲۰۲۶ به رکود باز می‌گرداند.

اگرچه نوسانات نرخ ارز در ایران به شدت در گروی روایط با ایالات متحده خواهد بود، با این حال، حتی با تقویت ارزش ریال در سالهای ۲۰۲۱-۲۰۲۳، پولی شدن کسری بودجه در کشور به معنای ورود به یک مارپیچ ابرتورمی خطرناک برای اقتصاد ایران خواهد بود.





هزینه‌های مرتبه با ویروس کرونا، امصار کند و در عین حال، افزایش قیمت نفت و افزایش صادرات باعث رشد در آمد هامی شود. بنابراین، انتظار می‌رود کسری بودجه در بازه زمانی ۲۰۲۳-۲۰۲۴-۲۰۲۵-۲۰۲۶ به طور متوسط به میزان ۱.۵٪ از تولید ناخالص داخلی تثبیت شود.

از طرفی، دولت برای تأمین کسری بودجه خود، به انتشار اوراق قرضه داخلی که نیازمند سرمایه گذاری بخش خصوصی است و استقرار از چین و روسیه روی خواهد آورد. با وجود این شرایط، چنانچه دولت در میان مدت مخارج خود را به طور معقولانه تری مدیریت نکند، کشور وارد یک مارپیچ ابر تورمی و پولی شدن کسری بودجه خواهد شد.

سیاست‌پولی

در ژانویه ۲۰۲۰، بانک مرکزی سیاست خود را به سمت تمرکز بیشتر بر کاهش تورم تغییر داد تا نرخ تورم سالانه ۲٪ را هدف قرار دهد که این سیاست تاکنون شکست خورده است.

از اوخر سال ۲۰۲۰ تورم سالانه کشور به بیش از ۴٪ درصد رسید که به طور عمده به دو عامل بازمی‌گردد: نخست، تأثیر تحریم‌های ایالات متحده که همچنان سایه آن بر ارزش پول ملی سنتگینی می‌کند و افزایش هزینه‌های واردات را برای ایران به همراه داشته است. دوم، وخیم‌تر شدن وضعیت کسری بودجه دولت که منجر به افزایش استقرار از بانک مرکزی و احتمالاً پولی شدن کسری بودجه و افزایش عرضه پول شده است.

در کوتاه مدت تا میان مدت، در صورت عدم بازگشت ایالات متحده به توافق هسته‌ای، هر دو عامل مذکور موجب استمرار فشارهای تورمی خواهد شد.

در نتیجه، بانک مرکزی احتمالاً در سالهای ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۲، پیش از ورود در آمدهای نفتی بیشتر به کشور و کاهش فشارهای تورمی ناشی از کاهش ارزش پول ملی و کسری بودجه، به سیاست افزایش نرخ سپرده شبانه ادامه خواهد داد. از این‌رو، بانک مرکزی سیاست انقباض پولی خود را متوقف خواهد کرد تا به احیاء اقتصاد کمک کند و در نتیجه، نرخ هارا تا پایان دوره پیش‌بینی در همین سطح حفظ خواهد کرد.

رشد اقتصادی

همزمان با احیای قوی اقتصاد چین و لغو تدریجی برخی از تحریم‌ها علیه صادرات نفت ایران، انتظار می‌رود کشور در بازه زمانی ۲۰۲۱-۲۰۲۲ رشد تولید ناخالص داخلی حقیقی ۱.۷٪ درصد را تجربه کند.

البته، نباید فراموش کرد که اقتصاد ایران پیش از این، سه سال رکود عمیق را تجربه کرده است که تخمین زده می‌شود طی ۲۰۲۰-۲۱ اقتصاد کشور ۴.۸٪ درصد کوچکتر شده باشد.

در نتیجه، استمرار ضعف‌های اقتصاد ایران و عمیقت‌شدن

نفت کشور انتظار می‌رود که به تدریج فروش نفت به چین افزایش یابد و ایران در مقابل، قراردادهای زیرساختی سودمندی را به چین واگذار کند.

روند سیاست‌ها، آثار تحریم‌ها و همه گیری کووید-۱۹- سیاست ایران در کوتاه مدت بر کاهش تأثیر تحریم‌ها و کنترل همه گیری کووید-۱۹- متتمرکز است.

با توجه به شرایط واکسیناسیون و روند کند آن، دولت مجبور است محدودیت‌های سطح پایین تری را به طور متناوب اعمال کند و در عین حال، با خطر بحران بهداشت عمومی روبرو شود. در همین حال، با گذشت زمان طی سال ۲۰۲۱ احتمال کاهش برخی از تحریم‌ها از سوی دولت جدید ایالات متحده وجود دارد. بنابراین، ایران به منظور تسريع و افزایش صادرات محصولات هیدروکربنی در زمان لغو تحریم‌ها، به دنبال افزایش ظرفیت تولید در بخش نفت و گاز خواهد بود.

انتظار می‌رود برخی از تحریم‌های نفتی از اوخر سال ۲۰۲۱ به تدریج لغو گردد و این روند در بازه زمانی ۲۰۲۲-۲۰۲۳ سرعت بیشتری به خود بگیرد. با این حال، تحریم در بخش هایی از تجارت و تأمین مالی که بیشتر با دلار آمریکا صورت می‌گیرد، همچنان با محدودیت‌هایی همراه خواهد بود که مانع سرمایه گذاری خارجی می‌شود، زیرا بیشتر شرکت‌های بین‌المللی تمایل ندارند خود را در برابر چشم انداز نامشخص تحریم‌های آمریکا به مخاطره اندازند.

از طرف دیگر، از آنجاکه بعيد به نظر می‌رسد اقتصاد ایران احیاء قابل توجهی پیدا کند، سیاست کشور در این خصوص، بر دسترسی به منابع تأمین مالی خارجی متتمرکز خواهد بود.

سیاست مالی

فشارهای مالی ایران در کوتاه مدت ادامه خواهد داشت، زیرا کشور تحت فشارهای سه جانبه تحریم‌های ایالات متحده، قیمت های پایین نفت و اثرات همه گیری ویروس کرونا قرار دارد.

از طرفی، جزئیات بودجه پیشنهادی برای سال مالی ۲۰۲۱-۲۰۲۲ همچنان مبهم است. با این حال، در پیش‌نویس لایحه بودجه، افزایش ۷۵ درصدی مخارج دولت مشاهده می‌شود که به معنای دور شدن از سیاست‌های مالی نسبتاً انقباضی سال‌های ابتدایی ریاست جمهوری آقای روحانی است.

این افزایش مخارج شامل افزایش هزینه‌های رفاهی برای هدف قرار دادن ۳۰ میلیون ایرانی با درآمد کم از طریق پرداخت های ماهانه است.

به دلیل محدودیت دسترسی ایران به منابع مالی خارجی و محدودیت نقدینگی در داخل، افزایش مخارج دولت تا حدی از طریق پولی کردن کسری بودجه تأمین می‌شود و به موجب آن، فشارهای تورمی بالابه قوت خود در اقتصاد باقی خواهد ماند. با گذشت زمان طی دوره پیش‌بینی، دولت تالش خواهد کرد





بانک مرکزی از افزایش نرخ ارز در بازار آزاد در خلال نوسانات گاه به گاه جلوگیری کنند. با این حال، با توجه به احتمال بهبود روابط با ایالات متحده، احتمال می‌رود نرخ ارز آزاد در سالهای ۲۰۲۲-۲۰۲۳ کمی کاهش پیدا کند، اگرچه همچنان اختلاف فاحشی بین نرخ‌های رسمی و غیررسمی ارز وجود خواهد داشت.

سند همکاری ۲۵ ساله ایران و چین

در تاریخ ۲۷ مارس سال جاری (۱۴۰۰)، ایران و چین سند همکاری جامع و استراتژیک ۲۵ ساله را ماضا کردنده به هدف آن تقویت امنیت و روابط سیاسی و اقتصادی دو کشور بود. سابقه این توافق به سفر آفای روحانی به چین در ژانویه ۲۰۱۶ بازمی‌گردد که طی آن رؤسای جمهور دو کشور به توافق اولیه در مورد همکاریهای استراتژیک دست یافتنند.

این توافق که برای ایران از اهمیت بیشتری نسبت به چین برخوردار است، در واکنش به تمایل ایالات متحده برای پیوستن دوباره به برجام، قصد دارد نشان دهد که ایران هم از پشتونه اقتصادی بین المللی برای مقاومت در برابر تحریم‌ها برخوردار است و هم حمایت سیاسی لازم را در ارتباط با تقاضای خود مبنی بر لغو تحریم‌ها پیش از بازگشت به اجرای کامل توافق هسته ای دارد.

در واقع، محدودیت‌های شدید ناشی از تحریم‌ها که در سال ۲۰۱۸ اعمال شدند باعث ایجاد مشکلات اقتصادی شدیدی برای ایران شد که تمایل چین به تجارت با ایران تاحدی آن را کاهش داده است.

چین حدود یک چهارم از تجارت ایران در سال منتهی به ۲۰ مارس سال جاری را به خود اختصاص داده است و افزایش سریچی چین از تجویزهای ایالات متحده در افزایش واردات غیرقانونی نفت از ایران از ماه فوریه امسال مشهود است. در مجموع، صرف نظر از وضعیت روابط سیاسی دو کشور، چین تمایلی نخواهد داشت حجم عظیم تجارت خود را با آمریکا قربانی سرمایه گذاری عمده‌ای در ایران بکند.

حتی در بخش سرمایه گذاری عظیم نفتی این کشور در ایران، شرکت ملی نفت چین که یک شرکت دولتی است، پس از بازگشت محدودیت‌های ایالات متحده عقب نشینی کرد. این توافق که در کشور با اقبال عمومی روبه رو نشد به ویژه در حوزه منابع هیدروکربنی ایران، بهره‌جویانه تلقی می‌شود.

تأثیر توافق بر پیش‌بینی وضعیت ایران

ایران مادامی که در انتظار رفع تحریم‌های ایالات متحده است، بر تقویت روابط اقتصادی خود با چین متوجه خواهد شد، به ویژه در زمینه ترغیب چین به خرید نفت بیشتر در ازای دسترسی ترجیحی به قراردادهای زیرساختی در ایران برای شرکت‌های چینی.

سطح فقر به عنوان مانعی بر سر راه چشم انداز رشد بلندمدت عمل خواهد کرد. با دورنمای امیدوار کننده مذاکرات خصوصاً در سال ۲۰۲۲، پیش‌بینی می‌شود صادرات نفت افزایش یابد و اقتصاد ایران شاهد افزایش جزئی در سرمایه گذاری و درآمدهای حاصل از گردشگری باشد.

در نتیجه، رشد اقتصادی طی ۲۰۲۲-۲۰۲۳ به ۳.۸ درصد افزایش پیدا خواهد کرد.

با این حال، پیش‌بینی می‌شود با شکست مذاکرات حول اصلاح توافق هسته‌ای و افزایش تنش‌ها میان ایران و ایالات متحده در اوخر دوره پیش‌بینی، در کنار کاهش قیمت و حجم صادرات نفت، همگی به بازگشت اقتصاد ایران به رکود ناشی از تحریمها طی سالهای طی ۲۰۲۴-۲۰۲۵ الی ۲۰۲۵-۲۰۲۶ خواهد انجامید.

تورم

کاهش ارزش ریال که از ابتدای سال ۲۰۱۸ بیش از ۷۰ درصد از ارزش خود را از دست داد، کمبودهای ناشی از تحریم‌ها و تاحدی پولی سازی کسری بودجه به سرعت به تورم در اقتصاد ایران دامن زد که در ماه دسامبر به ۴۴.۸٪ در مقیاس سالانه رسید.

این روند به طور عمده در سال ۲۰۲۱ ادامه خواهد داشت و پیش‌بینی می‌شود تورم در سال جاری به طور متوسط به ۳۹٪ برسد.

با افزایش درآمدهای نفتی و کاهش تدریجی تحریم‌ها در اواسط دوره پیش‌بینی، پول ملی تقویت خواهد شد. این امر کمک می‌کند راه برای کاهش تورم به ۱۶.۵٪ درصد در سال ۲۰۲۴ هموار شود.

با این حال، تورم در سال ۲۰۲۵ مجدداً روند صعودی خواهد گرفت و به ۲۰٪ خواهد رسید، زیرا به موازات وخیم تر شدن روابط با ایالات متحده، ریال بار دیگر ارزش خود را از دست خواهد داد.

نرخ ارز

علیرغم کاهش شدید ذخایر ارزی بانک مرکزی از زمان بازگشت تحریم‌ها در سال ۲۰۱۸، بانک مرکزی هنوز بیش از ۵۰ میلیارد دلار آمریکا تا پایان سال ۲۰۲۰ ذخیره ارزی دارد که برای پوشش واردات ۱۷ ماه کافی است.

با این حال، فشارهای پایدار خارجی در بازار آزاد معاملات ارز مشهود است، به طوریکه نرخ برابری ریال از حدود ۴۰ هزار ریال در اوایل ۲۰۱۸ به حدود ۲۵۰ هزار ریال در اوخر ژانویه سال جاری ۲۰۲۱ رسید که طی این مدت ریال بیش از ۸۰٪ از ارزش خود را از دست داد.

در نتیجه، دولتمردان مجبور هستند با استفاده از ذخایر ارزی





آب و مساله خوزستان

* سروش طالبی اسکندری

* پژوهشگر اندیشکده تدبیر آب ایران

به دنبال چالش‌های مدنی مردم خوزستان به بی آبی، مخصوصاً در پایین‌دست رودخانه کرخه، دبی خروجی سدهای کرخه و دز در اوخر تیرماه تقریباً دو برابر شد و دبی کرخه به ۱۶۰ و دز ۱۴۰ مترمکعب بر ثانیه رسید. در نتیجه تا اتمام کشت تابستانه مخزن این دو سد به سطح بسیار پایینی می‌رسد. اگر معجزه‌ای در بارش ابتدای پاییز اتفاق نیافتد، تامین آب برای آبیاری گندم پاییزه که کشت فراغیر منطقه است، امکان‌پذیر نخواهد بود. مساله دیگر این است که از مخزن سد کرخه آب با تونلی به دشت عباس در دهلران می‌رود که ۵۰ هزار هکتار کشاورزی برای تغییر معیشت عشاير توسعه داده شده است. با افت تراز آب امکان ورودی آب به تونل وجود نخواهد داشت و امکان دارد آبرسانی به دشت عباس در پاییز امکان‌پذیر نشود. چالش دیگر هم این است که با خشک شدن بخش‌هایی از هور العظیم و اراضی تالابی دیگر در ماههای بعد، احتمالاً خوزستان دوباره درگیر ریزگرد خواهد شد.

مساله چه طور به وجود آمد؟ بارش امسال در سرشاخه‌های رودهای خوزستان کمتر از نرمال بوده و کاهش ورود آب به سدهای خوزستان از کاهش بارش نیز شدیدتر بوده است. برای مثال اگر چه کاهش بارش در حوضه کرخه ۳۱ درصد بوده است اما ۴۸ درصد آب کمتری وارد مخزن سد کرخه شده است. اصلی‌ترین دلیل کاهش ورودی آب به سدها مخصوصاً در مورد کرخه افزایش مصارف آب در بالادست است. ورودی کرخه از کردستان، همدان، کرمانشاه، ایلام و لرستان هست و در تمام این استان‌ها دشت‌های وسیعی‌ای واقع است که به زیر کشت دیم یا آبی رفته‌اند. در مورد دز و کارون به خاطر بستر کوهستانی و دره‌های عمیق امکان توسعه کشاورزی محدود‌تر هست و مارون و زهره هم توسعه مصارف در بالادست داشته اند. مورد دیگر انتقال آب از سرشاخه‌های کارون برای زاینده رود، دز برای زاینده‌رود و اراک و قم و زهره برای بوشهر است که آبدی‌هی رودها را تا حدودی کم کرده است. اما افزایش مصارف آب محدود به استان‌های بالادست نمی‌شود.



سطح زیرکشت در خوزستان طی سال‌های گذشته دائماً در حال گسترش بوده است که سهم اصلی را در این توسعه پروژه‌های دولتی شبکه‌های آبیاری و زهکشی داشته است. در دو سال قبل بعد از خسارت‌های سیلاب، کشاورزان تشویق به کاشت برنج برای جبران خسارت‌های شدن دند. این اتفاق باعث شد کشت برنج که البته قبل از وجود داشت توسعه پیدا کند. برنج در مقایسه با سایر محصولات آب نسبتاً زیادی مصرف می‌کند و در شرایطی که آورد رودخانه‌ها کم بوده، موجب می‌شود آب کافی به سمت پایین‌دست نرسد. در مورد کرخه کاهش دبی در پایین دست باعث شده که ورودی هور العظیم به صفر بررس و گاویش‌ها به خطر بیافتد و آب به تصفیه خانه‌های روستایی پایین دست هم نرسد. بنابراین برای حدود ۸۰۰ روستا مساله تامین آب پیش آمد. در مورد کارون دو مشکل مضاعف وجود دارد. یک اینکه با کاهش ورودی کارون به خلیج فارس، آب شور دریا پیشروع می‌کند و باعث شور شدن زمین و خشکی نخل‌های خرمشهر و آبادان و حتی پیشروع شوری تا تصفیه خانه آب شرب دارخوین می‌شود. دوم اینکه ورودی آلودگی‌های شوری (ناشی از پساب نیشکرها و بقیه اراضی شور و نمک حل شده در مخزن سد گتوند) و فاضلاب‌های شهری به کارون زیاد است و با کاهش دبی، این مساله تشديید می‌شود. به دلیل مشکلات کیفی آب در غرب و جنوب خوزستان پروژه بزرگی به نام طرح غدیر در حال اجرا است که آب را در میان مدت از سد کرخه و در بلندی‌های از سد دز به این مناطق می‌رساند که اکنون طرح به طور کامل اجرایی نشده است.

چه تعارضاتی در ارتباط با منابع آب رودهای منتهی به خوزستان وجود دارد؟ از یک طرف بالادست خوزستان مردم ادعا دارند دولت همه سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های آبی را در خوزستان انجام داده تا زمین‌های بعضاً سوره‌زار که کسی هم متقاضی اش نبوده است را به زیر کشت ببرد و سهم ما با دشت‌های حاصلخیز از آب و بودجه کشور چه می‌شود؟ مخصوصاً در لرستان مطالبه زیادی برای ساخت سد تنگ معشوره بر روی کشکان که تامین کننده آب کرخه است به وجود آمده است. حتی بدون ساخت سد، اکنون افزایش برداشت‌های انفرادی باعث شده است که رودخانه وحشی کشکان از ابتدای تابستان ۱۴۰۰ خشک شود. از طرف دیگر کشاورزان خوزستانی مطالبه آب می‌کنند تا محصولاتشان از بین نرود و کسانی که دسترسی دارند با پمپاژ مستقیم از رودخانه نیازشان را برطرف می‌کنند. ورودی آب به سمت تالاب‌ها، تامین کننده نیاز زیست‌محیطی و امکان صید ماهی، تامین آب گاویش‌ها و جلوگیری از ریزگردها است که در مجموع سهم قابل توجهی از کرخه برای این منظور باید اختصاص داده شود. روزتاییان سوسنگرد و هویزه و بستان نیز برای آب شرب نیاز به جریان کرخه در این محدوده دارند. در نهایت اراضی دولتی نیشکر در کشت و صنعت‌های مختلف نیاز بسیار بالایی به آب کارون و دز دارند (سه برابر نیاز آب برنج در هر هکتار و در مجموع ۴ میلیارد مترمکعب در سال) و اشتغال زیادی به این کشت و صنعت‌ها وابسته شده که معمولاً قدرت بالایی نیز برای تصاحب آب دارند.

شروع این مطالبات از کجا شروع شد؟ در شرایطی که مردم در گیر این چالش‌ها بودند، سازمان محیط زیست به صورت مخفی تصمیمی گرفت که البته در واقع اهمیت زیادی نداشت. تصمیم این بود که برای پروژه جدید انتقال آب از کارون به زاینده‌رود به نام پهشت‌آباد که سال‌ها در انتظار مجوز زیست‌محیطی بوده است (عمدتاً به این دلیل که انتقال آب با تونل باعث خشک شدن چشمه‌های مسیر می‌شود و نه به دلیل کم آبی کارون)، سازمان محیط‌زیست انتقال با تونل باعث خشک شدن کامل را رد کرده ولی از مشاور طرح خواسته است گزینه انتقال بخشی از مسیر با تونل و بخشی با لوله را بررسی کند. ظاهراً این تصمیم با مسئولین اصفهان گرفته شده است. این خبر به بیرون درز پیدا کرد و تصمیمات ناپخته بعضی از مسئولین نیز در شروع این چالش‌ها بی تأثیر نبود.

راه حل چیست؟ در واقع هیچ نسخه و الگوی مسوری از این چالش‌ها به جزء شفاف سازی در پروژه‌های گذشته و آینده در خوزه آب و ذی نفعان آن و حضور مردم و ذی نفعان حقیقی در مذاکره برای رسیدن به یک راه حل تخصصی با حضور کارشناسان و متخصصان دل سوز و بدون غرض وجود ندارد و هرگونه تصمیم گیری حتماً باید با تعقل و آینده نگرانه باشد.





خوشه اقتصادی ساماندهی بازار محصولات سالم و ارگانیک صنعت خرما

* پروفسور: رحمت الله حیدرپور

* متخصص رهبری در کشاورزی ارگانیک و مدرس دانشگاه



وضعیت معیشتی جامعه روستایی را تأمین می‌کند که اگر به آن توجه شود قادر است با صنعت نفت تک محصولی رقابت ۱۰۰٪ داشته باشد. مشکلاتی که در زمینه صنعت «خرما» وجود دارد شباهت به یک ماشین لباس شویی است زیرا، بقدرتی پیچ و تاب و حرکت دورانی در عمل دارد که دست اندرکاران نخلستان‌ها را به اطراف سختی‌های شباهنگی دعوت می‌کند و به آن سو و این سو می‌کوبد که بدون مرز مکان و مرز زمان است، اما در نهایت با تولید یک جعبه خرما بدست آمده دهان‌ها شیرین و جسم‌ها اندی و جان حیات و زندگی پر توان هر لحظه آغاز و شروع حیاتی با نشاط تر دیگر را به انسان هدیه می‌کند و بالعکس بدون عمل و تکاپو و دود چراخ را تحمل نکردن و تنها با گفتن خرما و حلوا (هیچ دهانی شیرین) نمی‌شود که نمی‌شود و هیچ اتفاقی نمی‌افتد و قصه پر از غصه و افسرگی بی درمان درخت خرما کماکان همچنان باقی خواهد ماند. در این مقاله بیشتر سعی شده است، فراسوی بحث جزئیات محتویات به شبکه سازی و خوشه‌های اقتصادی مربوطه پرداخته شود.

شبکه تهیه و تولید محصولات سالم و ارگانیک صنعت خرما
شبکه ابزار نیرومندی برای گسترش و تعمیق فعالیت نهادهای غیردولتی و صنفی به حساب می‌آید و باید پذیرفت که هنوز تشکل‌های تولیدی غیردولتی ایرانی از مزایای شبکه سازی استفاده چندانی نکرده‌اند، ولی روند فعالیت غیردولتی در طول چند سال گذشته نشان می‌دهد که گرایش قدرتمندی برای ایجاد این گونه شبکه‌ها وجود دارد. شبکه‌های چندی در کشور تاسیس شده و تحولاتی نیز در شبکه‌های موجود ایجاد شده است. امید است که هر سال شاهد تاسیس شبکه‌های قدرتمند بیشتری باشیم.
"مریلین مونرو" در چند پاراگراف مفید ویژگیهای منطق شبکه سازی را چنین شرح و بسط می‌دهد عصراتم گذشته است. نماد علم در قرن آینده شبکه دینامیک است. در حالی که اتم نمایانگر سادگی منظم است "شبکه"، قدرت به هم ریخته پیچیدگی را هدایت می‌کند... تنها سازمانی که قادر است رشد بدون جهت گیری از پیش تعیین شده یا یادگیری بدون راهنمای داشته باشد. (شبکه) است. همه (توپولوژی‌های^۱) دیگر آنچه را ممکن است رخ دهد محدود می‌کنند. یک از دحام شبکه‌ای مرزهای متعددی دارد و لذا از هر طرف باز و نامحدود است. در واقع، شبکه سازمانی است با کمترین ساختار و حتی می‌توان گفت که اصلاً بدون ساختار است.

یکی از راهبردهای توسعه اقتصادی که در خلال سال‌های اخیر توجه زیادی به آن شده است، توسعه از طریق خوشه‌های اقتصادی است. به دلیل توجه روزافروزن به دانش از نوع رسمی و ضمنی و یکپارچگی آن با مفاهیم توسعه، در بحث خوشه‌های اقتصادی نیز می‌توان به مدیریت دانش و کاربردهای آن پرداخت. در این مقاله پس از معرفی دانش ضمنی، تعریفی از خوشه‌های اقتصادی ارائه می‌شود که تا حدود زیادی بر دانش و سرمایه اجتماعی تأکید دارد و درنهایت، مفاهیم اساسی دسته‌بندی دانش مدار خوش، عناصر به کارگیری و دگرگون کننده دانش در خوشه‌های اقتصادی شامل سه دسته متابع درون شرکت، متابع درون خوش و منابع بیرون از خوشه و زیرمجموعه‌های هر یک مشخص می‌شود.

واژه‌های کلیدی: خوشه‌های اقتصادی در صنعت خرما، فواید خرما، شبکه و ایجاد خوشه جهت تهیه و تولید محصولات سالم و ارگانیک صنعت خرما، الگوی مصرفی خرما.

مقدمه

صرف خرما تاثیرات مثبت زیادی بر دستگاه عصبی مان می‌گذارد، زیرا این میوه‌ی شیرین با طعم و بوی خوش دارای مقدار قابل توجهی پتاسیم است، علاوه بر آن بعنوان یکی از بهترین خوراکی‌های شیرین و کار آمد می‌تواند فرایند گوارش را تنظیم و کنترل کند. مصرف این میوه قرآنی در ظرف فقط نیم ساعت می‌تواند سطح اندیشه آدم را به اندازه‌ای قابل توجه آفزایش دهد.

طبق توصیه‌ی انجمن سرطان آمریکا، باید روزانه ۲۰ تا ۳۵ گرم فیبر رژیمی مصرف کنیم که مصرف خرما می‌تواند نیازمن را به این میزان از فیبر تامین کند. هم‌چنین گفته می‌شود، مصرف روزانه سه عدد خرما به حفظ سلامت قوه‌ی بینایی تان در تمام طول زندگی کمک می‌کند. به علاوه، خرما به عنوان عاملی موثر در محافظت از بدن در مقابل مشکلات ناشی از شبکوری سفارش شده است. بنابراین این میوه کیمیای قرآنی تا کنون «هم غذا، هم دارو و هم یک شفا خانه رایگان شناخته شده است»^۲.

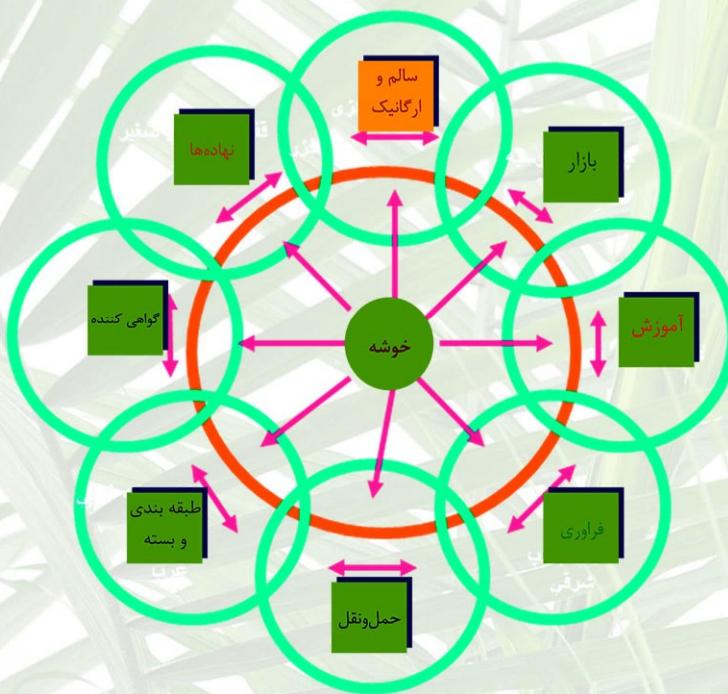
فواید خرما حدود ۵۰ نوع فواید تغذیه جهت کمبود های بدن انسان را میسر می‌سازد و ۷۰ نوع دیگر (در مجموع ۱۲۰ نوع) تنوعات گوناگون در واحد صنعت و فرآوری، جهت اشتغال زایی و

۱. یکی از پیشرفت‌های غیرمنتظره در ریاضیات قرن بیستم رشد برق آسای موضوعی است موسوم به توپولوژی است. توپولوژی مطالعه آن دسته از خواص اشیاء هندسی است که بر اثر تبدیلات پیوسته اشیاء دستخوش تغییر نمی‌شوند.



پژوهش‌ها و تحلیل‌ها

- شناسایی هسته‌های اولیه (تشکیل مراکز رشد)
- معرفی هسته‌های اولیه خوش‌ها برای سال اول برنامه.
- اقتصاد مقاومتی (دانش بنیان) تبدیل علم به تجارت و پول.
- رعایت زنجیره ارزش غذایی خرما.
- تشکیل خوش‌های مشارکتی خرما.
- رعایت اصول و مقررات بهداشتی محصولات خرما از عرصه مزرعه تا بسته بندی تاصادرات.
- حمایت‌های چند منظوره از جانب دولت به ویژه پرداخت یارانه و تسهیلات بانکی بدون بروکراسی به نخل داران زحمتکش و ایثارگر.



«ارتباط درونی این بنگاه‌ها کاوش دهنده هزینه‌ها و تسهیل کننده دسترسی به نهاده‌ها ، دانش و فناوری تولید، بازارهای فروش و تأمین نیازهای مشتری خواهد بود.»

نتایج:

حلقه‌های مورد نیاز تشکیل خوش:

۱. حلقة تهیه و عرضه نهاده‌های اولیه خوش.
۲. حلقه‌های اصلی تولید کننده محصولات سالم و ارگانیک.
۳. حلقة اصلی طبقه بندی.
۴. حلقة اصلی بازرگانی و گواهی کننده.
۵. حلقة اصلی بسته بندی.
۶. حلقة اصلی بازاریابی و فروش.
۷. حلقة ارائه خدمات فنی و مهندسی.
۸. حلقة اصلی صنایع تبدیلی و فراوری‌های محصولات سالم و ارگانیک.
۹. حلقة اصلی حمل و نقل و خدمات پایانه ای.
۱۰. حلقة اصلی اطلاع رسانی و خدمات رسانه‌ای و مطبوعاتی و اینترنتی.

در حقیقت، مجموعه‌ای از اجزای حقیقتاً واگرا، تنها در یک شبکه می‌توانند منسجم باقی بماند. هیچ آرایش دیگر زنجیره، هرم، درخت، دایره، کانون نمی‌تواند حاوی تنوع راستینی باشد که به عنوان یک کل عمل می‌کند.

این تعریف بسیار جالبی است زیرا در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده کارکرد مؤثر شبکه یعنی "همگرایی" را به تصویر می‌کشد. اگر نگاه دقیق تری بیاندازیم در واقع جامعه ترکیبی از شبکه‌های متعدد مانند اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی ... شبکه‌های میان سازمان‌ها، شبکه‌های شخصی واقعی و مجازی است.

- برخی از محققان از شبکه‌ها و شبکه سازی به عنوان عوامل تحولات و تغییرات اجتماعی یاد کرده اند و تأکید داشته اند که شبکه‌ها نقش مهمی در ارتقاء و پایداری جوامع دارند زیرا:

۱. شبکه‌ها ابزار قدرتمندی برای تبادل اطلاعات و دانش و ایجاد اجماع در خصوص رهیافت‌های جدید هستند.

۲. از آنجا که شبکه‌ها گروههای ذینفع را در عرصه‌های مختلف حول یک موضوع گرد می‌آورند میزان نفوذ و تاثیرگذاری انها بر اجتماع بیشتر از یک سازمان غیردولتی منفرد خواهد بود.

۳. به نظر می‌آید که منطق فعالیت شبکه‌ای عزمی اجتماعی فراهم می‌آورد و می‌توانند منابع حیاتی تغییر و تحول در جامعه باشند.

۴. از مزایای دیگر فعالیت در شبکه، ساختار باز آن است که بدون هیچ محدودیتی می‌تواند گسترش یابد.

۵. شبکه می‌تواند ارتباط میان اعضای خود را تسهیل نماید.

۶. شبکه توانایی نوآوری را افزایش می‌دهد و ابزار مناسبی برای تعیین و گسترش فعالیت‌ها در سطح ملی یا بین المللی است.

۷. شبکه نوعی همگرایی در عین پذیرش تفاوت موجود میان اعضا است.

۸. شبکه شاهراه اصلی جریان اطلاعات میان اعضا و از بیرون شبکه به اعضا و از اعضا به بیرون شبکه است.

با تمام اهمیتی که شبکه سازی دارد به نظر می‌آید امر شبکه سازی در بخش کشاورزی روند مناسبی نداشته است لذا در این طرح ، شبکه سازی در بخش کشاورزی با تأکید بر خوش‌های کشاورزی محصولات سالم و ارگانیک خرما که نوعی شبکه اقتصادی بازرگانی و تجارت می‌باشد مورد توجه قرار گرفته است.

ایجاد خوش‌های محصولات سالم و ارگانیک کشاورزی، صنعت خرما

اهمیت

شرایط فرهنگی، نبود قوانین، عدم تعاملات بین بخشی، ساختار سنتی تولید عرضه و... شرایط ایجاد خوش‌های را در کشور ناممکن نموده است. لذا بیشنهاد مذکور که با تمرکز بر شناسایی و تعیین هسته‌های اولیه موجود در نقاط مختلف کشور تهیه شده است راه بروون رفت از ساختار کنونی و ایجاد خوش‌های را در صورت حمایت وزارت جهاد کشاورزی فراهم می‌نماید. در این طرح با استفاده از یک هسته (محصولات سالم و ارگانیک) و تبیین بازار، هسته اولیه خوش‌های شکل گرفته و سپس سایر حلقه‌های هسته اولیه پیوند داده می‌شود.

محصول هدف:

۱. محصولات سالم خرما.
۲. محصولات ارگانیک خرما و کشاورزی و نخيلات سالم.





پژوهش‌ها و تحلیل‌ها

روش اجراء:

۱. شناسایی هسته‌هایی که زمینه تشکیل خوش را دارند.
۲. ارزیابی زیرساخت‌ها (فیزیکی، اجتماعی، حقوقی، فرهنگی و...)
۳. مناسب جهت خوش‌های رفع نواقص آنها در منطقه.
۴. حرکت به سمت شبکه‌ای کردن هسته‌های قابل خوش بندی.
۵. ارائه راهکار جهت استفاده حداکثر از امکانات و منابع جهت حداقل سازی هزینه‌های تولید و بهبود عملکرد.

ضرورت ایجاد شبکه تجارت الکترونیک محصولات کشاورزی

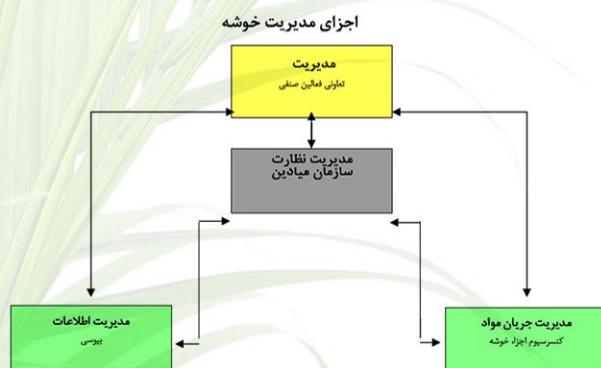
یکی از مشکلات چرخه‌ی تولید محصولات کشاورزی، موضوع بازاریابی و دسترسی به خریدار می‌باشد که این امر نیز به دلیل پراکندگی مناطق روستایی و دوری آن از مرکز فروش می‌باشد. از دیر باز عرضه‌ی محصولات روستایی چه خرما، محصولات کشاورزی، دامداری، چه صنایع دستی روستایی از طریق واسطه‌هایی صورت می‌گرفت. گرددش جریان محصولات به این صورت باعث می‌شد که سودمندی روستاییان از تولید محصولات روستایی به حداقل برسد و واسطه‌ها بیشترین سود را کسب نمایند، و به طور اسف بار هنوز که هنوز است حداکثر سود مولدهای کشاورزی به جیب واسطه‌های بین راهی واریز می‌شود. از دیگر معضلات تولید خرما و محصولات کشاورزی دیگر، عدم اطلاع کافی از تقاضای بازار است. در نتیجه گاهی شاهد کمیابی برخی از محصولات در بعضی از سال‌ها هستیم و گروهی دیگر از محصولات، مازاد تقاضای بازار عرضه می‌گردند.

در سالیان اخیر، فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه‌ی تجارت، بسیاری از این چالش‌ها را از پیش رو برداشته است. از تجارت الکترونیک می‌توان در توسعه‌ی بخش کشاورزی و برای بازاریابی محصولات خرما و کشاورزی استفاده نمود، لذا با ایجاد شبکه‌کترونیک تجارت میوه و تره بار خرما سعی در بهینه‌سازی فرآیند تولید تا مصرف این محصول را داریم.

ساختار خوش

- تعیین داده‌های ضروری در مناطق جغرافیایی مختلف کرمان.
- تعیین داده‌های ضروری برای محصولات کشاورزی و خرما.
- تعیین داده‌های مربوط به قیمت و عرضه کالای خرما.
- بانک اطلاعات از تولیدکنندگان و عرضه کنندگان محصولات در کرمان و تفکیک این شرکت‌ها بر اساس نوع محصولات منطقه جغرافیایی محل فعالیت.
- طراحی پرتال برای کشاورزان، شرکت‌های تعاونی، سایر عرضه کنندگان و نوگان‌های حمل و نقل خرما.
- امکان ایجاد پروفایل و ثبت محصولات خرما توسط اعضاء سامانه.
- بانک اطلاعات محصولات (نوع محصول، قیمت محصول و محل تولید و عرضه خرما).
- اطلاعات شبکه‌های توزیع محصولات و تولیدات خرما.
- ثبت سفارش توسط زیر مجموعه‌ها.
- استخراج آمار مصرف منطقه‌ای خرما.
- سیستم پرسش و پاسخ online اعضای سامانه از یکدیگر.
- سیستم نظر سنجی از مصرف کنندگان نهایی خرما جهت بهبود کیفیت تولید و توزیع محصولات صنعت خرما.

۱۱. حلقه ارائه خدمات نمایشگاهی.
۱۲. حلقه اصلی سامانه‌های مدیریت کیفیت و ایزوها.
۱۳. حلقه خدمات بازارشناسی و تحقیقات بازار.
۱۴. حلقه آموزش مهارت‌های عمومی و فنی مورد نیاز خوش.
۱۵. حلقه کاریابی و بازارکار خوش.
۱۶. حلقه خدمات مالی و حسابداری.
۱۷. حلقه خدمات بانکی و اعتباری.



اهداف:

۱. تسهیل بسیج منابع مالی و انسانی.
۲. ترکیب رقابت و همکاری به منظور تقویت یادگیری و نوآوری.
۳. ارتقاء سطح همکاری واحدهای کوچک و بزرگ.
۴. تقسیم شدن سرمایه‌گذاری به مراحل کوچک و با خطرپذیری پایین.
۵. فراهم شدن بستری مناسب برای صعود و بالندگی شرکت‌های کوچک.
۶. برقراری پیوندهای متنوع بین عاملان اقتصادی درون خوش.
۷. امکان ارائه پروژه‌های مشترک فناوری، بازار، ارتقاء سطح تولید و دوره‌های مشترک آموزشی.
۸. ایجاد خلاقیت و طرح‌های جدید کسب و کار.
۹. افزایش قدرت رقابت پذیری در بازارهای جهانی و توان صادراتی.
۱۰. جذب بیشتر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، توسعه و گسترش عرضه کنندگان و انتقال فناوری به سایر شرکتهای محلی با مشارکت شرکتهای فرانلی مشکلات:

 - ۱. نبود همکاری بین واحدها.
 - ۲. وجود رقابت شکننده بجای رقابت در کیفیت تولید و نوآوری صنعت خرما.
 - ۳. ناکافی بودن حل مشکل به سبب ریشه‌های عمیق ساختاری با وجود تحولات وسیع وکلی سیاسی و اجتماعی.
 - ۴. بالا بودن هزینه‌های تولید و نیروی کار (مدیریت ناکارآمد نیروی انسانی).
 - ۵. شرایط سخت تولید کنندگان ایرانی برای ورود به بازارهای خارجی، واردات ارزان، کاهش قدرت خرید مصرف کنندگان، رقابتی نبودن بنگاهها.
 - ۶. درونگرایی.





الگوی فرهنگی مصرف خرما



عملکرد انجمن

اینفوگرافیک خلاصه‌ای از عملکرد
انجمن ملی خرمای ایران





انجمن ملی خرمای ایران یکی از بزرگترین انجمن‌های شناخته شده در ایران است که فعالیت خود را تحت مجموعه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران از سال ۱۳۸۷ آغاز نموده است. این انجمن با هدف پوشش تمامی مناطق خرما خیز و برنامه‌ریزی جهت وضع استراتژی‌های لازم جهت معرفی و عرضه ارقام خرمای ایران به شکل بین‌المللی ایجاد شده است و همواره به دنبال بهبود روش‌های تولید فرآوری و بازاریابی می‌باشد تا بتواند ایران را در فروش این میوه بهشتی به جایگاه اصلی خود برساند.





کمیته های تخصصی انجمن



کمیته
تامین داخلی

جلسات برگزار شده: ۱۱

کمیته خدمات
و استاندارد

جلسات برگزار شده: ۵

کمیته
صادرات

جلسات برگزار شده: ۷

کمیته
تولید

جلسات برگزار شده: ۴



۶

تعداد جلسات
برگزار شده
بیان رئیسه در
سال ۱۴۰۰



۷۸۲

تعداد اعضای
انجمن



اهم فعالیت های صورت گرفته

- پیگیری رفع مشکلات اعضا و صنعت خرمای کشور
- رفع ممنوعیت و عوارض صادراتی خرما بعنوان مدعی العموم
- عقد تفاهم نامه های همکاری با وزارت جهاد کشاورزی ، صنعت معدن تجارت ، دانشگاه علامه طباطبایی و صندوق محصولات کشاورزی
- پیگیری ضرر و زیان واردہ به فعالین صنعت خرما متأثر از قوانین خلق الساعه از دیوان عدالت اداری
- اجرای تور های بازدید از صنایع موفق داخل و خارج از کشور
- عقد تفاهم نامه جهت اصلاح بیمه های نخیلات
- اعزام هیات های تجاری به نمایشگاه های داخلی و خارجی
- اطلاع رسانی اتفاقات و رویداد های کسب و کار خرما از طریق سایت و کanal های شبکه های مجازی
- پنل پیامک و چاپ و توزیع فصل نامه های تخصصی خرما
- برگزاری ۲ همایش تخصصی حوزه های خرمای
- مشارکت در برگزاری نمایشگاه اختصاصی خرما در استان ها تولید کننده های محصول
- برگزاری کلاس های آموزشی در روستاهای تولید کننده های محصول



دوره های آموزشی برگزار شده

- برگزاری کارگاه آموزشی مدیریت ارتباط با مشتری و اندازه گیری رضایت مشتری (crm&csm)
- برگزاری دوره آموزشی تکمیلی برندینگ و ثبت برندها
- برگزاری دوره آموزشی بازاریابی، مهندسی تبلیغات و شیوه های آن در بازارهای جهانی
- برگزاری کلاس آموزشی برای اخذ کد بهداشتی و نشان استاندارد
- برگزاری آشنایی با بسته بندی نوین و اهمیت تنوع بسته بندی در بازار هدف
- برگزاری آشنایی با روش کاهش هزینه های تولید محصول
- برگزاری دوره آموزشی اخلاق در تجارت
- برگزاری دوره آموزشی اهمیت و روش های اخذ گواهینامه های بین المللی و GLOBAL G.A.P
- برگزاری دوره آموزشی بازاریابی، مهندسی تبلیغات و شیوه های آن در نمایشگاه های تخصصی
- برگزاری دوره کلاس آموزشی برای رعایت اصول بهداشتی و اخذ کد بهداشتی و نشان استاندارد
- دوره های آموزشی صنایع فرآوری ضایعات





فاصله گذاری اجتماعی و الزامات سلامت محیط کار، جمع آوری و بسته بندی خرما

برداشت محصول و محلهای تجمع کارگران

شرایط بهداشتی اختصاصی برداشت در باغات

• پاکسازی تمامی سطح باغ از هرگونه آلودگی و ضایعات و استفاده از مواد ضد عفونی کننده دست قبل و در حین برداشت خرما

• تعییه منابع آب سیار در هنگام برداشت باغات جهت شستشو مکرر دستها با آب سالم و بهداشتی

تمامی باغداران موظفند در سامانه salamat.gov.ir ثبت نام نمایند. سرخانه از پذیرفتن خرما از باغات که در این سامانه ثبت نام نکرده و بار کد QR دریافت نکرده اند معذور می باشند.

فاصله گذاری اجتماعی

- رعایت فاصله دو متر بین کارکنان، شاغلین، کارگران مزارع جمع آوری خرما و همچنین مراجعین
- اجتناب از تجمع در محیط کار از جمله رختکن، آبدارخانه، انبار و یا اطراف محیط کار و رعایت فاصله اجتماعی دو متر

غربالگری، مراقبت

- مراجعه به پزشک معالج و تکمیل فرم خود اظهاری در صورت وجود علائم ذیل مرتبط با کووید ۱۹ یا وجود تماس نزدیک با بیمار در بد و ورود به محل کار (علائم تنفسی، تب، سرفه، تنگی نفس، خستگی از بین رفتن حس بویایی و چشایی و ...)

بهداشت و حفاظت فردی

- استفاده از ماسک به وسائل حفاظت فردی
- شستن مرتب دستها با آب و صابون مایع به مدت ۲۰ ثانیه، قبل و بعد از دست زدن به سطح اشیا و حتی گوشی تلفن
- خودداری از تماس دست ها با چشم، بینی و دهان

بهداشت ابزار و تجهیزات

- جلوگیری از تماس مواد گندزدا با خرما به صورت مستقیم در هنگام گندزدایی سرخانه و انبار و سطوح مرتبط با خرما
- ضد عفونی دوره سرویس ایاب و ذهبای، میزهای کار، سبدهای





مسابقه عکاسی انجمن ملی خرمای ایران

تمدید دومین دوره مسابقه عکاسی انجمن ملی خرمای ایران

شرایط شرکت در مسابقه:

* عکس های ارسالی باید رنگی، با حجم حداقل ۳ و حداکثر ۱۰ مگابایت با دقت 300dpi باشند و فایلها بنام خود عکاس نامگذاری شوند.

* هر عکاس میبایست مشخصات تماس خود را به همراه عکس های آدرس ایمیل های زیر ارسال نمایند:
info@naid.ir - Negar.naid@gmail.com

جوایز: (تمامی عکس های منتخبین با نام خود عکاس در نشریه انجمن و همچنین وب سایت و صفحات مجازی انجمن منتشر خواهد گردید).

نفر اول: سی میلیون ریال بعلاوه یکسال عضویت در انجمن ملی خرمای ایران

نفر دوم: بیست میلیون ریال

نفر سوم: ده میلیون ریال

انجمن ملی خرمای ایران مالکیت معنوی فایل های دریافتی را دارا بوده و با ذکر نام عکاس اجازه انتشار خواهد داشت.

موضوعات عکاسی

گرده افشاری . خوشبندی . روش های مبارزه با آفات . هرس کردن . بوم گردی . نخلستان . برداشت محصول

مهلت ارسال آثار
۱۴۰۰ مهر ۳۰