

نخستین ایران



نشریه الکترونیکی انجمن ملی خرمای ایران

سال چهارم / شماره دوازدهم / شهریورماه ۱۴۰۲
www.lrandatesorg.com

تعامل ، تساهل ، تسامح قراردادی دو طرفه





در این شماره بخوانید:

بخش اول - یادداشت ها و مصاحبه ها..... ۹

مهندس محسن رشید فرخی: تعامل، تساهل و تسامح، قراردادی دو طرفه..... ۱۰

خورشید گزدرازی: اقتصاد خرماي بوشهر و چشم انداز آن..... ۱۱

مهندس حسين نامور: اهميت يا نقش نمايشگاه در پويايي اقتصاد و

صادرات كشور..... ۱۲

مهندس محمدهادي مقدم: گزارش برگزاري نمايشگاه خرما و عسل در عمان ۱۳

الهام امير تيموري: مقايسه وضعيت توليد و صادرات كشورهاي

توليدكننده عمده خرما و چالش هاي صادرات خرما در ايران..... ۱۴

زهرآعليدادي: پنكيك خرما..... ۱۶

بخش دوم - پژوهش ها و تحليل ها..... ۱۷

ناهيدي كمال الديني: آسيب شناسي دلایل عدم تمايل كشاورزان شرق

استان كرمان به همكاري با سالن هاي بسته بندي خرما..... ۱۸

بخش سوم - كميته هاي تخصصي انجمن ملي خرماي ايران..... ۲۳

مهندس حامد بدرآبادي: پيشگيري بهتر از درمان ۲۴

بخش چهارم - عملکرد انجمن ملي خرماي ايران..... ۲۵

گزارش برگزاري اولين پايون تخصصي خرما توسط انجمن ملي

خرماي ايران در نمايشگاه بين المللي ايران آگروفود..... ۲۶

گزارش مراسم اهداي لوح به غرفه داران پايون تخصصي انجمن

ملي خرماي ايران..... ۲۷

گزارش جلسه تجميع استاندارد ارقام خرما..... ۲۹

پوستر نمايشگاه خرما و صنايع وابسته استان بوشهر..... ۳۰

پوستر نمايشگاه خرما و صنايع وابسته استان فارس..... ۳۱

راه هاي ارتباطي با انجمن ملي خرماي ايران..... ۳۲

نشریه الکترونیکی انجمن ملی خرماي ايران
سال چهارم / شماره دوازدهم / شهریورماه ۱۴۰۲

مدیر مسئول: محسن رشید فرخی

رئیس هیات تحریریه: مهدی ایرانی کرمانی

گرافیک و صفحه آرایی: نگار کربلایی

عکس: علی تقاسی و امید غربی

تلفن پذیرش آگهی و مقالات: ۰۲۱۸۸۳۸۱۳۴۱



نشریه نخل ايران - انجمن ملي خرماي ايران

نشانی: میدان هت تیر، مفتح جنوبي، کوچه افشار، پلاک ۸، واحد ۷

تلفن: ۰۲۱۸۸۳۸۱۳۴۱ / فکس: ۰۲۱۸۸۳۸۱۳۴۰

وب سایت: www.naid.ir / ایمیل: info@naid.ir / اینستاگرام: @naid.ir

پولاد پویش

شرکت قطعات پلاستیک



تولید انواع ظروف پلاستیکی IML جهت بسته بندی خرما

تهران، تهرانپارس، خیابان ناهیدی، خیابان میوه، خیابان صبوری، پلاک ۲
تلفن: ۰۲۱-۷۷۳۳۳۳۳۷ | www.pooladpooyesh.com | کدپستی: ۱۴۵۱۱ ۱۶۵۸۶
داخلی فروش: ۱۲۷ | info@pooladpooyesh.com | صندوق پستی: ۱۱۱ ۱۶۸۹۵



کیفیت بسته بندی
کلید افزایش
فروش و صادرات



Teb
Plastic

Healthy | Nutritious | Vitamin rich | High Fiber

Teb plastic IML Product

با قابلیت چاپ اختصاصی روی درب و بدنه ظرف (IML)
نشانی: تهران، خیابان پاسداران، نگارستان سوم، پلاک ۱۹

ارتباط با واحد فروش

+۹۱۲۰۰۴۳۶۹۶

+۹۱۲۰۰۴۳۶۹۶

www.tebplastic.com

sales@tebplastic.com



شرکت ربطب ثمین بام
Samin Bam Dates Co.

تولید، بسته بندی و صادرات انواع خرما و ربطب



صادر کننده برتر خرما
در سالهای ۹۷ و ۹۸



کارآفرین برتر استان کرمان
در سال ۱۳۹۹



امبیا از
Embiaz

رامبلا
RAMILA



دوبرا
Dooبرا

رامبیز
RAMIZ

آرسیس
Arsis

اشهر
ASHHAR

اطیاب
Atiab

یلام
YALAM

مجتمع شماره ۱: نرماشیر با ظرفیت سالیانه ۷۰۰۰ تن بسته بندی و ۳۵۰۰ تن سردخانه خرما
مجتمع شماره ۲: منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید با ظرفیت سالیانه ۵۰۰۰ تن بسته بندی و ۱۵۰۰ تن سردخانه خرما

+983444270971-5

+989139479005

www.samindates.com

@samindates

فرآورده های خرمایی

ایوان
eyvan

*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



تلفن فروش: ۰۶۱-۸۸۳۳۸۸۸
www.eyvan-co.com
eyvan.at@gmail.com
eyvan.date



شرکت بسته بندی و فرآوری

خرمای تعاونی ۸۹۴ دشتستان

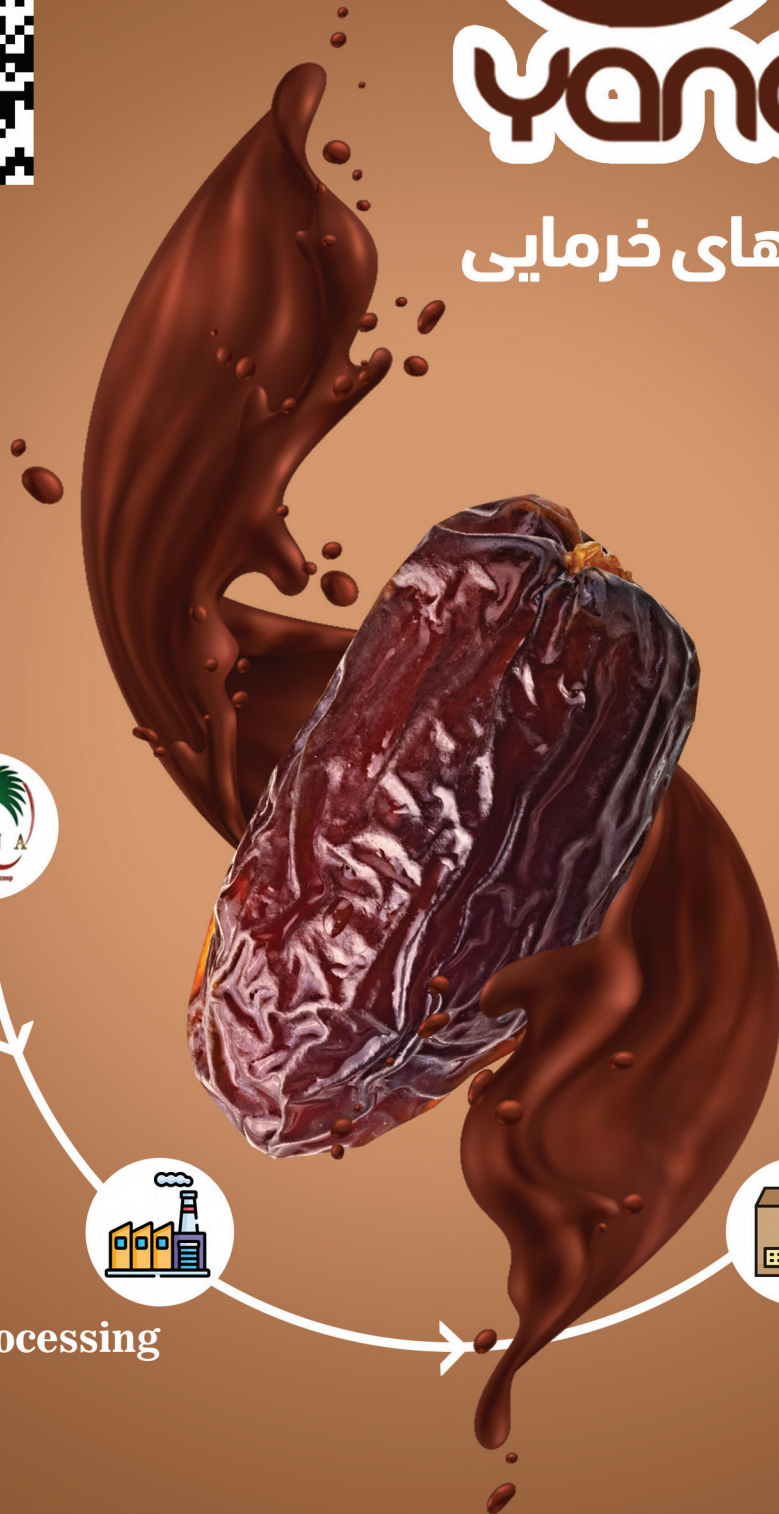
Dashtestan 894 dates

Processing and packaging co-op



YANA

خرما و فراورده های خرمایی



Production



Export



Processing



Packaging



WWW.Yanadate.ir



[Yana894coop](https://www.instagram.com/Yana894coop)



09173731065

09173731697

آدرس : بوشهر ، برازجان ، کیلومتر ۷ جاده شیراز جنب پایانه بار باسکول



شرکت هادیان توسعه فردا

ارائه دهنده خدمات تخصصی در حوزه خرما

ثبت شرکت

ثبت برند و علائم تجاری

مشاوره و اخذ گواهی FDA

مشاوره و اخذ گواهی اورگانیک

مشاوره و اخذ استاندارد حلال

مشاوره و اخذ کد بهداشتی (سبب سلامت)

پیاده سازی استانداردهای جهانی ایمنی و بهداشت مواد غذایی

اخذ استانداردهای ISO 9001 - ISO 22000 - HACCP - GMP

☎ ۰۹۱۹۴۶۰۰۵۷۰ / ۰۹۱۹۴۶۰۰۵۴۰ / ۰۹۱۹۴۶۰۰۵۳۰ / ۰۹۱۹۴۶۰۰۵۲۰ / ۰۹۱۹۴۶۰۰۵۱۰

📍 کرمان، خیابان ۱۰۰۱ شب، برج هزار و یکشب، واحد ۵۰۲

WWW.HadianGroup.com





 **Porfiro**

یک میان وعده‌ی ناب

 WWW.PORFIRO.CO

 [PORFIROCO](https://www.instagram.com/porfiroco)

 021-41084000

خرمای پیارم

دست چین نخلستان‌های حاجی‌آباد



یادداشت ها و مصاحبه ها

محسن رشید فرخی:
تعامل، تساهل و تسامح
قراردادی دو طرفه

خورشید گذرایی:
اقتصاد خرماي بوشهر و چشم انداز آن

حسین نامور:
اهمیت یا نقش نمایشگاه در پویایی
اقتصاد و صادرات کشور

محمد هادی مقدم:
گزارش برگزاری نمایشگاه خرما و عسل در عمان

الهام امیر تیموری و آرمان افشار:
مقایسه وضعیت تولید و صادرات کشورهای تولیدکننده
عمده خرما و چالش های صادرات خرما در ایران

زهرا علیدادی:
پنکیک شیره خرما



تعامل، تساهل و تسامح قراردادی دو طرفه

مهندس محسن رشیدفرخی
رئیس انجمن ملی خرمای ایران
عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران



برای مقابله با آن راهکاری عاجل اندیشیده شود که شاید راهکار ارجاع آن به ستاد بحران کشور مناسب و صحیح باشد. برای اهمیت این موضوع یادآوری میکنم که ایران با یک میلیارد و سیصد هزار تن تولید خرما دومین تولیدکننده خرمای جهان است که گردش مالی یک میلیارد و پانصد میلیون دلاری را دارا می باشد که به این لحاظ می طلبد به صورت اضطراری اقدام عاجلی صورت گیرد.

و در بحث آخر که یک موضوع و معضل اقتصادی و حتی اجتماعی است و آن ادعای عزیزان در بدنه دولت مبنی بر علاقه و سیاست دولت بر واگذاری مسئولیت امور به بخش خصوصی است که نه تنها این امر محقق نگردیده بلکه هر روز با قوانین دست و پاگیر این امر مشکل تر گردیده است و حتی همان امور مشورتی با بخش خصوصی نیز سوال برانگیز شده است. این امر در همه بخش های اقتصادی از اتاق بازرگانی گرفته تا تشکل های زیر مجموعه آن مشهود است که یکی از این موارد در تشکل ها، تشکل انجمن ملی خرمای ایران است که چندین سال است مصوبات میز خرما در آن اعم از مصوبات حمایتی و مصوبات واگذاری بخش اندکی از مسئولیت های وزارت صمت به این تشکل معطل مانده است و البته این انجمن مصرأً پیگیر تحقق آن ها است.

حال اگر بخواهیم جامع تر و فراگیرتر اندیشه کنیم بدون شک به این نتیجه می رسیم که گره کور در تمام بخش های اقتصادی و اجتماعی کشور در عدم اعتماد کامل دولت به بخش خصوصی نهفته است. باید بگذاریم چالش ها، اظهار نظرها و خواسته ها قدرت و اجازه ظهور داشته باشند تا بی تفاوتی به یک آفت در جامعه منجر نگردد که این امر آفت امنیت، طراوت و رفاه یک جامعه است و شاه کلید این آفت زدایی در ورود موثر تشکل های تخصصی در حوزه های اقتصادی و حتی اجتماعی است.

بدون شک تعامل و تساهل و تسامح قراردادی دو طرفه است و بدانیم اگر اعتماد می خواهیم باید خود جسارت اعتماد کردن را داشته و یا بیاموزیم.

باید باور کنیم ایرانی با ثبات تر، مرفه تر، شادتر و با طراوت تر حاصل مدیریت همه اندیشه ها و مشارکت همگانی است و اگر چنین باشد بدون شک گز اندیشی بدخواهان بی تاثیر خواهد بود.

موفقیات اتفاقی نیست و حاصل کوشش، تفکر و بردباری است. به بهانه برگزاری پنجمین نمایشگاه بین المللی بوشهر و به یمن حضور مسئولین و فرهیختگان اقتصادی کشور در این رویداد ضمن خیر مقدم و تشکر از حضور عزیزان و تقدیر و تشکر ویژه از همه دست اندرکاران برگزاری این رویداد پر بار پنج ساله لازم دانستم در سر مقاله این فصلنامه ضمن درج خلاصه ایی از معضلات فعلی اقتصادی به خصوص در بخش صنعت خرمای کشور جهت دستور کار این همایش ملی به لحاظ هم فکری جهت صدور راهکارهای لازم قانونی، نکاتی را معروض بدارم.

در بحث صادرات محصولات کشاورزی بار ها عرض کرده ام باید تکلیف را با خومان روشن کنیم که آیا می خواهیم صادرات روانی در محصولات کشاورزی داشته باشیم یا خیر. اگر جواب مثبت است باید بدانیم با این مقررات فعلی در حوزه صادرات تحقق این خواسته غیر ممکن است. بعضی از این معضلات ناخواسته و در کوتاه مدت تغییر ناپذیر هستند مانند تحمیل تحریم ها بر اقتصاد کشور که راهکاری سیاسی را می طلبد که از حوزه بحث ما خارج است اما مواردی مانند هم ردیف قرار دادن برگشت ارز حاصل از صادرات محصولات کشاورزی که با تحمیل تورم سرسام آور نهاده های کشاورزی همراه بوده است با محصولات پر درآمدی مانند محصولات پتروشیمی ها که با سوبسیدهای هنگفت حامل های انرژی حمایت شده اند بسیار ناعادلانه است. شک نیست که برگشت همه حدود شش میلیارد دلار ارز حاصل از صادرات محصولات کشاورزی به کشور به لحاظ امنیت اقتصادی کشور ضروری است اما مقررات برابر حاصل از ارز صادراتی محصولات کشاورزی با سایر محصولات ذکر شده ناعادلانه است و مستحق عنایت ویژه ای در قالب قانون است. معضل بعدی و مهم در بخش صادرات، صدور مصوبات و بخش نامه های خلق الساعه در ممنوعیت یا عوارض صادراتی محصولات کشاورزی به ویژه خرماست که باید دستور ویژه ایی برای رفع این معضل برداشته شود.

در بحث تولید علاوه بر مشکل همیشگی تورم سرسام آور نهاده های کشاورزی، معضل مهم در ورود آفت جدید و خاموشی بنام سوسک سرخورد می حنایی است که نزدیک به ۱۵ درصد نخلستان های کشور را آلوده کرده و به سرعت در حال فراگیر شدن است و باید به سرعت





اقتصاد خرمای بوشهر و چشم انداز آن

خورشید گزدرازی

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی بندر بوشهر

ماشین آلات و تجهیزات مربوط به خرما با پیش بینی معافیت های ویژه گمرکی و تخصیص تسهیلات ارزان قیمت توسط دستگاه های متولی اقدام شود.

۵. توسعه صنایع جانبی و فرآوری خرما با هدف ایجاد ارزش افزوده در این محصول

۶. اصلاح قوانین و مقررات نا کارآمد بویژه موضوع بازگشت ارز حاصل از صادرات بعنوان یکی از چالش های عمده در روند توسعه صادرات خرما

۷. ارتقاء سیستم بسته بندی خرما همگام با کشورهای پیشرو در این حوزه

۸. حمایت عملی از نخلداران در مبارزه با آفات مختلف از جمله آفات چوبخوار که موجبات تضعیف نخیلات را فراهم نموده است.

۹. مطالعه و احداث پایانه صادراتی محصولات کشاورزی و پایانه حمل و نقل صادراتی محصولات کشاورزی توسط دستگاه های متولی (سازمان صمت و توسعه تجارت، اتاق بازرگانی، وزارت راه و شهرسازی، وزارت جهاد کشاورزی و ...) و بخش خصوصی در شهرستان دشتستان در محل شهرک انجام شود.

۱۰. وزارت جهاد کشاورزی نسبت به توسعه واحدهای فناوری و دانش بنیان در استان به منظور توسعه فناوری در خرما و پاسخ به نیازهای فناورانه این حوزه با همکاری پارک علم و فناوری اقدام نماید.

۱۱. با توجه به اخذ موافقت لازم برای راه اندازی صندوق ملی حمایت از توسعه خرما، سازمان جهاد کشاورزی استان پیگیری لازم را در سطح ملی جهت تأمین اعتبار لازم برای تشکیل صندوق مذکور را بعمل آورد.

در پایان امیدواریم با درک شرایط کنونی در بازارهای هدف و همچنین با عنایت به ظرفیت کم نظیر این استان در حوزه خرما، موجبات بهبود کمی و کیفی خرما را فراهم و این محصول استراتژیک را به جایگاه فاخر خود در بازارهای جهانی ارتقاء دهیم.

استان سرفراز بوشهر دارای شش میلیون اصله نخل با تنوعی فوق العاده در محصول و در مقیاسی حدود ۳۴ هزار هکتار، سومین تولید کننده این محصول استراتژیک کشور بوده که با تولید سالانه حدود ۱۷۰ هزار تن و صادرات تقریبی ۳۰ درصد محصولات خود علاوه بر تأمین ۱۵ درصدی خرمای کشور، موجبات ارز آوری به کشور آن هم در شرایط سخت و تحریمی کنونی را نیز فراهم نموده است که عمده محصولات خود را به کشورهای: روسیه، هند، پاکستان، افغانستان و ... صادر می نماید.

با توجه به مزیت های مختلف این محصول در استان و ظرفیت کم نظیر آن در ایجاد اشتغال، ارز آوری و تأمین امنیت غذایی و به تبع آن امنیت اجتماعی، ضرورت دارد که مدیران و مسئولان ذی ربط اهتمامی مضاعف در ساماندهی تولید، عرضه و صادرات این محصول با رفع مشکلات و سختی های پیش روی کشاورزان و تسهیل تجارت و صادرات آن برای فعالان اقتصادی این حوزه فراهم نمایند که اگر چنین اندیشه ای مد نظر قرار نگیرد، مسلماً بازار کنونی هدف ما نیز از دست خواهد رفت و به دست آوردن آن مستلزم صرف هزینه های فراوان خواهد بود اما در این مقال و بصورت موجز اهم مشکلات و موانع پیش روی این صنعت ارزشمند و استراتژیک را عنوان و امیدوارانه چشم به حل و فصل آن ها در آتیه ای نزدیک دوخته ایم:

۱. اصلاح و نوسازی نخیلات استان بوشهر

۲. اصلاح سیستم آبیاری در راستای پیشرفت اقتصاد باغداری

۳. اجرای نظام استاندارد G.A.P در تولید خرمای استان

۴. نظر به اینکه توسعه مکانیزاسیون در عملیات داشت و برداشت خرما با توجه به کمبود کارگران ماهر و افزایش هزینه های تولید اجتناب ناپذیر است در خواست می شود برای تولید و وارد نمودن





اهمیت یا نقش نمایشگاه در پویایی اقتصاد و صادرات کشور

مهندس حسین نامور
مدیرعامل شرکت نمایشگاه های بین المللی استان بوشهر

فارغ از وابستگی به نفت می باشد نمایشگاه ها توانسته اند و قادرند این رسالت را به نحو احسن انجام دهند. در کشور ما فرصت های زیادی در بخش های تولیدی و خدماتی وجود داشته که در گذشته یکی از دلایل راکد شدن برخی از این فعالیت ها عدم ارائه و معرفی آن بوده است. نمایشگاه ها به افراد و گروه ها این توانمندی و فرصت را داده اند که داشته های خود را به میدان آورده و با معرفی خود زمینه پویایی اقتصاد و عمق بخشی به فعالیت های اقتصادی را در سطح ملی و بین المللی فراهم نمایند.

گسترش تولیدات و خدمات برای کسب بازارهای صادراتی و به تبع آن ورود افراد توانمند به میدان های تلاش و فعالیت و رونمایی از توانایی مردمان این کشور بزرگ و صاحب فرصت های متنوع، افزایش سهم تجارت بین المللی و رشد صادرات غیر نفتی در راستای بیانیه گام دوم انقلاب و ثروتمند شدن افراد و گروه ها اعم از غرفه داران، مجریان و سایت های نمایشگاهی به عنوان متولیان اصلی این رویدادها از توفیقات روشن صنعت نمایشگاهی است و با این جهشی که در این صنعت مهیج شاهد هستیم بی شک در کسب بازارهای بین المللی و پویایی اقتصاد ملی موفق خواهیم بود. نمایشگاه ها در رشد صنعت گردشگری، حمل و نقل، تولید و خدمات نقش مستقیم و به سزایی دارند و حمایت دولت در اعطای تسهیلات ویژه به فعالین در این صنعت در پیر رونق کردن آن موثر خواهد بود. تولیدکنندگان، بازدیدکنندگان هیأت های تجاری از هر دو طرف اعم از داخلی و خارجی که قصد بازدید و یا شرکت در پویون ها دارند از جمله گروه هایی هستند که دولت می تواند با توجه جدی و مستمر و حمایت هدفمند زمینه رشد و شکوفایی این صنعت در کشور را فراهم نماید.

سال ۲۰۰۳ انجمن جهانی صنعت نمایشگاهی رسمیت پیدا کرد و با فعال شدن بخش های مختلف این نهاد بین المللی اهمیت آن بیشتر نمایان شد و به تبع آن اعضاء این انجمن در سراسر دنیا مأموریت ارزشمند تبادل ایده ها و افکار و توانمندی ها را گسترش داده و در اقصی نقاط دنیا صاحبان حرفه ها و فعالان اقتصادی این مجال و فرصت را پیدا کردند تا ظرفیت های خود را در عرصه ملی و بین المللی به نمایش بگذارند و در حال حاضر گردش مالی نمایشگاه های دنیا، هم وزن تولید ناخالص داخلی بسیاری از کشور ها می باشد و این موضوع تأثیر مستقیم فعالیت نمایشگاه ها در همه کشور ها را نمایان میکند.

نقش نمایشگاه ها در ایران نیز در همه عرصه های اقتصادی بر کسی پوشیده نیست و افزایش نمایشگاه های تخصصی در حوزه های مختلف نشان دهنده اقبال عمومی و فعالان اقتصادی می باشد که اوج آن را در نمایشگاه اکسپو تهران ۱۴۰۲ شاهد بودیم که با چه حجمی از استقبال داخلی و خارجی برخوردار بود. رویدادهای معتبری که در سطح کشور و در استان های مختلف برگزار می گردد تأثیر خود را نشان داده و باعث رونق در اقتصاد بومی و ملی می باشد و به فعالین این فرصت را داده است که با دعوت از هیأت های تجاری محصولات تولیدی و خدماتی خود را معرفی کنند. نمایشگاه ها با شناسایی نیاز مشتریان، معرفی توانمندی های داخلی و تبادل اطلاعات و یافتن پدیده های نوین علمی در حوزه فن آوری های روز دنیا، باعث شده که به تنهایی بتوانند در سطح کشور رقابت های سالم و کم نقصی را ایجاد کرده و با رشد و بالندگی در عناوین مختلف، زمینه اشتغال پایدار و موقت را فراهم نمایند. از آنجایی که یکی از راهبردهای گام دوم انقلاب توسعه اقتصاد





گزارش برگزاری نمایشگاه خرما و عسل در عمان

محمد هادی مقدم
نایب رئیس انجمن ملی خرمای ایران



نمایشگاه خرما و عسل در تاریخ ۳ الی ۶ آبان ۱۴۰۲ (۲۵ الی ۲۸ October) در محل نمایشگاه‌های مسقط در کشور عمان برگزار گردید.

در این نمایشگاه حدود ۱۰۰ شرکت از کشورهای عمان، ایران، افغانستان، قرقیزستان، پاکستان، آذربایجان، امارات، عربستان سعودی، فلسطین، لیبی، مصر، الجزایر و سوریه حضور داشتند.

از ایران، انجمن ملی خرمای ایران به همراه ۸ شرکت در این نمایشگاه حضور پیدا کرد.

کشور عمان به عنوان یکی از تولیدکننده های خرما در جهان و وجود راه های ترانزیتی به شرق آسیا و آفریقا و همچنین تفاهم‌نامه تجارت آزاد با ۱۵ کشور جهان، اولین نمایشگاه خرما را برگزار کرد تا تبلیغ و معرفی جایگاه خود به عنوان تولیدکننده و سپس گسترش صادرات ترانزیتی از طریق بنادر این کشور باشد.

شرکت برگزار کننده عمانی برای جذب شرکت های خرمایی منطقه تسهیلاتی را برای شرکت در نمایشگاه در نظر گرفته بود که بتواند حداکثر حضور شرکت های فعال در زمینه خرما را داشته باشد. شرکت های ایرانی در این نمایشگاه با برخی از شرکت ها و فروشگاه های داخلی عمان مذاکرات خوبی انجام دادند و در زمینه انتقال در خرما از طریق بنادر عمان به هند و آفریقا به نتایج خوبی رسیدند. مشتری های خرما ایران در این نمایشگاه بیشتر از ارقام زاهدی، مضافتی و پیارم استقبال کردند.

ایران به عنوان دومین تولیدکننده خرما در جهان می‌بایست در تمامی بازار های بین المللی و نمایشگاه های بین المللی خرما حضور فعال داشته و با عرضه تنوع بسته بندی خرما و صنایع تبدیلی که در ایران وجود دارد بتواند جایگاه این میوه بهشتی را هرچه بیشتر نشان دهد.





مقایسه وضعیت تولید و صادرات کشورهای تولیدکننده عمده خرما و چالش‌های صادرات خرما در ایران



الهام امیر تیموری
عامل توسعه خوشه خرماي جنوب کرمان
آرمان افشار
دستیار عامل توسعه خوشه خرماي جنوب کرمان

می‌شود. اما تنها سه درصد آن صادر می‌شود. لذا مصر در رتبه دوازدهم صادرکنندگان خرما قرار دارد و این محصول را به ۶۳ کشور از جمله اندونزی، مراکش، مالزی، بنگلادش، آلمان و ... صادر می‌کند.

عربستان سعودی

پس از مصر کشور عربستان دومین تولیدکننده خرما در سطح جهان است. این کشور از شرایط آب و هوایی بسیار مطلوبی برای رشد و پرورش خرما برخوردار است.

آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل (International Trade Center - ITC) نشان می‌دهد عربستان سعودی در سال ۲۰۲۱ میلادی نزدیک به ۳۲۳ میلیون دلار خرما (تازه و خشک‌شده) به کشورهای دیگر صادر کرده است. این رقم معادل بیش از ۱۵ درصد کل تجارت جهانی خرما در سال گذشته میلادی محسوب می‌شود و نشان می‌دهد عربستان سعودی بیشترین درآمد حاصل از صادرات خرما را در میان ۲۴ کشور صادرکننده این محصول در جهان به‌دست آورده است.

مرکز ملی نخل و خرماي عربستان سعودی، قرار گرفتن این کشور در صدر کشورهای صادرکننده خرما در سال ۲۰۲۱ را دستاورد توجه رهبر عربستان سعودی به افزایش صادرات غیرنفتی و همچنین توسعه روش‌های کشاورزی و بهبود پرورش نخل‌ها در همکاری با تولیدکنندگان و صادرکنندگان این محصول کشاورزی اعلام کرد. چشم‌انداز ۲۰۳۰ عربستان سعودی به توسعه و پایداری در حوزه نخل و خرما و تسریع تهیه و اجرای برنامه‌هایی برای توسعه این بخش و افزایش سهم آن در تولید ناخالص داخلی کشور است. براساس گزارش‌ها، تعداد درختان خرما در عربستان سعودی اکنون به ۳۳ میلیون نخل می‌رسد که ۲۷ درصد کل درختان خرما در جهان است. این کشور سالانه حدود یک و نیم میلیون تن خرما تولید می‌کند و در حال حاضر ارزش بازار نخل و خرماي در آن حدود ۷/۵ میلیارد

مقدمه

صادرات به عنوان موتور محرک رشد اقتصادی شناخته می‌شود و در شرایط کنونی، حضور در بازارهای جهانی امری اجتناب‌ناپذیر است. امروزه که عرضه کالاها در بازارهای جهانی در شرایط رقابتی و قدرت انتخاب بالای مصرف‌کنندگان صورت می‌گیرد، شناخت عوامل تقویت‌کننده و تضعیف‌کننده صادرات به بازارهای هدف از اهمیت بالایی برخوردار است. در این بازار رقابتی برندگان کسانی هستند که بتوانند به خوبی این عوامل را شناسایی و با یک برنامه راهبردی و هدفمند در راستای تقویت عوامل پیش‌برنده و تضعیف عوامل کاهنده عمل کنند. بنابراین صادرکنندگان با هدف توسعه بازار و نفوذ در بازارهای جهانی نیازمند شناسایی سلیقه بازارهای هدف و بررسی عملکرد رقبا در این زمینه هستند.

کشورهای برتر تولیدکننده خرما

ردیف	کشور	میزان تولید خرما (تن)
۱	مصر	۱۶۹۸۹۱۹
۲	عربستان سعودی	۱۵۲۲۱۱۲
۳	ایران	۱۲۶۷۳۱۷
۴	الجزایر	۱۱۵۵۶۱۲
۵	عراق	۷۲۹۲۷۹
۶	پاکستان	۵۱۸۰۰۲
۷	سودان	۴۴۷۲۵۱
۸	عمان	۳۶۳۷۵۲
۹	امارات متحده عربی	۳۴۱۲۷۵
۱۰	تونس	۳۳۵۳۶۸

مصر

کشور مصر به طور تقریبی در سال ۲۰۲۱، ۱/۷ میلیون تن خرما تولید کرده و در رتبه اول تولیدکنندگان این محصول کشاورزی در سطح جهان قرار دارد. ۱۸ درصد تولید جهانی خرما توسط کشور مصر تولید





ردیف	نام کشور	میزان صادرات (بر حسب تن)	ارزش صادرات
۱	ایران	۲۴۹۱۹۴	۱۴۸۵۶۷
۲	عراق	۲۳۲۶۹۱	۹۵۸۱۷
۳	امارات	۲۳۲۱۲۴	۲۰۵۲۵۳
۴	الجزایر	۱۷۹۳۰۵	۱۲۴۷۱۱
۵	تونس	۱۲۱۷۲۹	۲۷۳۰۴۶
۶	عربستان	۸۰۲۴۴	۱۳۵۸۹۱
۷	رژیم اشغالگر قدس	۷۸۸۲۸	۳۳۰۰۸۷

با توجه به جدول بالا کشورهای عراق و ایران به ترتیب با صدور بیش از ۲۴۹ هزار و ۲۳۲ هزار تن خرما در سال ۲۰۲۲ میلادی، از لحاظ میزان (وزن) خرمای صادراتی در رتبه‌های اول و دوم جهانی قرار دارند. میزان وزنی خرمای صادراتی عربستان سعودی به میزان یک سوم کشورهای ایران و عراق است اما از این صادرات، درآمد تقریباً مشابه داشته است. با محاسبه ساده درمی یابیم که عربستان سعودی هر کیلو خرما را حدود ۱.۷ دلار فروخته است، در حالی که ایران و عراق، یک کیلو خرما را در سال گذشته به ترتیب تنها به قیمت‌های حدود ۰/۶ و ۰/۴ دلار صادر کرده‌اند. گذشته از مشکلات متعدد ناشی از بحران خشکسالی و مدیریت ناکارآمد همه‌جانبه در حوزه کشاورزی که قطعاً بر میزان و تولید و کیفیت خرمای تولیدشده در ایران موثرند، مشکلات دیگری نیز وجود دارد و به نظر می‌رسد از دلایل مهم پایین بودن درآمد ایران از صادرات خرما باشند:

عدم شناخت بازارهای خارجی، عدم تولید متناسب با نیاز بازارهای هدف، عدم حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، عدم حمایت از صادرکنندگان، عدم ثبات نرخ ارز و بازگشت دیر هنگام پول، عدم درجه بندی و بسته بندی مناسب محصولات، عدم وجود سیستم حمل و نقل مناسب، تحریم‌های بین‌المللی، عدم وجود سرمایه‌گذاران خارجی، کمبود نقدینگی و نبود صنایع فرآوری مناسب بر کاهش قیمت صادراتی خرمای ایران موثرند.

در کنار تقویت بخش کشاورزی، کاهش واردات و اجرای سیاست‌های گسترش صادرات غیرنفتی، گسترش شرکت‌های مدیریت صادرات، ایجاد توافقات تجاری جهت کاهش هزینه مبادله کالا، معافیت مالیاتی صادرکنندگان، ترویج فرهنگ استفاده از خرما، بسته بندی مناسب، تولید متناسب با سلیقه بازارهای هدف، آموزش‌های عمومی و تخصصی و سرمایه گذاری در صنایع تبدیلی می‌توانند بر افزایش ارزش صادراتی خرما موثر باشند.

ریال سعودی برآورد شده که ۱۲ درصد از تولید ناخالص کشاورزی و ۰/۴ درصد از تولید ناخالص غیرنفتی این کشور محسوب می‌شود. این کشور علاوه بر توجه به تولید داخلی، در چند طرح ابتکاری با هماهنگی سازمان ملل متحد، به حمایت از بخش نخل و خرما در سطح بین‌المللی نیز کمک کرده است. از میان این طرح‌ها می‌توان به ثبت خرما به‌عنوان یک «میوه ممتاز» در سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (فائو) در سال ۲۰۱۹، پیگیری تصویب سال ۲۰۲۷ میلادی به‌عنوان سال بین‌المللی خرما در سازمان فائو و ادامه تلاش برای اختصاص یک روز به‌عنوان «روز جهانی خرما» در تقویم سازمان ملل متحد اشاره کرد. مهمترین کشورهای واردکننده خرما از عربستان: مراکش، اردن و اندونزی می‌باشند.

ایران

کشور ایران جزو ۱۰ تولیدکننده برتر خرما به لحاظ میزان تولید و کیفیت می‌باشد و تقریباً بطور متوسط ۱۰ درصد خرمای جهان را تولید می‌کند. ایران با بیش از ۲۳۲ هزار تن صادرات سالانه خرما، مقام اول صادرات را به لحاظ وزنی دارد. تولید خرما در ایران از ۱۰ سال گذشته تا کنون تقریباً ۴۰ درصد افزایش داشته است. مهمترین کشورهای رقیب ایران برای تولید خرما کشورهای مصر، عربستان و عراق می‌باشند. دو کشور ایران و عراق با درآمدهای حدود ۱۲۷ و ۱۰۳ میلیون دلاری از صادرات خرما در رتبه‌های ششم و هشتم جهانی قرار دارند اما میزان خرمای صادراتی از این کشورها از لحاظ وزنی بیش از سایر کشورها بوده است.

الجزایر

الجزایر چهارمین تولیدکننده خرما در دنیا است. میزان تولید خرما در این کشور در سال ۲۰۲۱ حدود ۱۱۸۸۸۰۳ تن بوده است. در این کشور ۳۶۰ نوع خرما برداشت می‌شود اما تنها ۵۴ نوع آن به بازار عرضه می‌شود.

عراق

میزان تولید خرما کشور عراق در سال ۲۰۲۱، ۷۵۰۲۲۵ تن بوده است. ۱۵ میلیون درخت خرما در این کشور وجود دارد. بخش اعظم باغات خرما در کشور عراق در شهرهای بغداد، دیالا، کربلا و بصره قرار دارند. کشورهای هند، مصر و ترکیه عمده واردکنندگان خرما از کشور عراق هستند.

کشورهای برتر صادرکننده خرما به لحاظ میزان و ارزش صادراتی





زهرا علیدادی

پنکیک شیر خرمای

و پس از الک کردن به مواد پنکیک اضافه می کنیم و هم می زنیم تا موادممان یک دست شود. حالا یک تابه نجسب را روی حرارت می گذاریم و به اندازه یک ملاقه کوچک از مواد را داخل تابه می ریزیم و صبر می کنیم تا یک طرف پنکیک بپزد. وقتی که روی پنکیک حباب تشکیل شد، آن را برمی گردانیم تا طرف دیگر آن هم به خوبی بپزد. پس از اینکه هر دو طرف پنکیک پخت آن را از تابه خارج می کنیم و بر روی توری می گذاریم تا خنک شود.

به این ترتیب همه مواد پنکیک را سرخ می کنیم. امیدوارم از خوردن این پنکیک خوشمزه و خانگی با شیر خرمای لذت ببرید.

آرد یک لیوان

تخم مرغ یک عدد

شیر یک لیوان سرخالی

وانیل یک قاشق چای خوری

بکینگ پودر نصف قاشق چای خوری

شیره خرما شش قاشق غذاخوری

مراحل طرز تهیه پنکیک شیر خرمای

برای درست کردن پنکیک شیر خرمای ابتدا در

یک ظرف تخم مرغ، شیر خرمای و وانیل را مخلوط

کرده و با همزن دستی خوب هم می زنیم تا

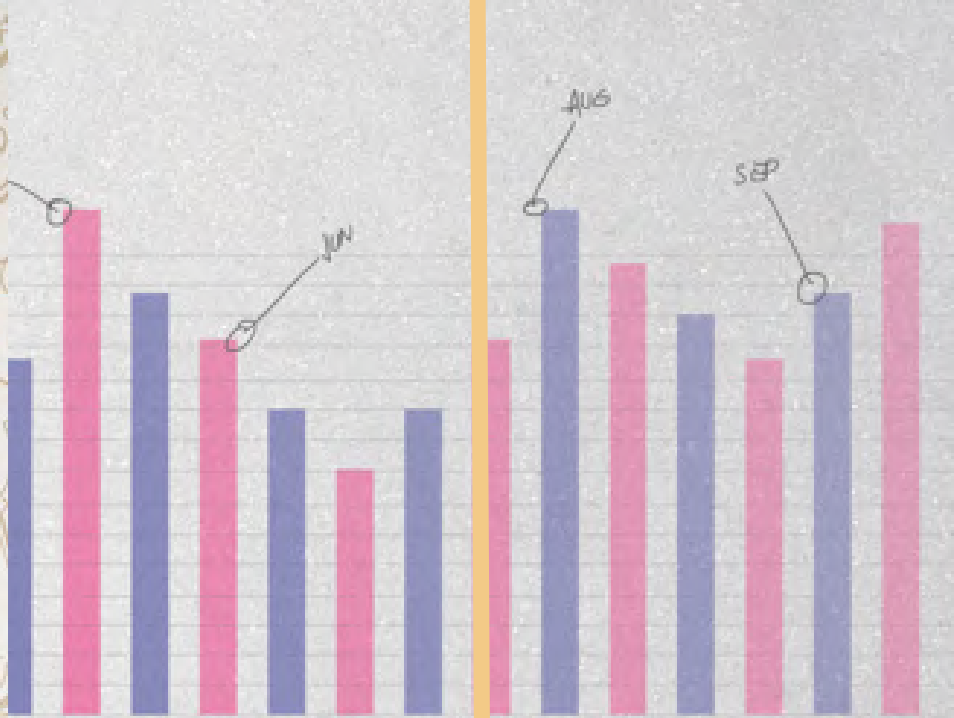
مواد کامل باهم مخلوط شوند.

سپس به ترتیب شیر و روغن را اضافه کرده و مواد

را هم زنیم تا همه مواد باهم مخلوط شوند.

در ادامه آرد و بکینگ پودر را باهم مخلوط کرده.





پژوهش ها و تحلیل ها

آسیب شناسی دلایل عدم تمایل کشاورزان
شرق استان کرمان به همکاری با سالن های
بسته بندی خرما





آسیب شناسی دلایل عدم تمایل کشاورزان شرق استان کرمان به همکاری با سالن های بسته بندی خرما

نویسنده: ناهید کمال الدینی
مدیرعامل تشکل مردمی "یاربگرن بم" و مسئول طرح "توانمندسازی کشاورزان شهرستان های شرقی استان کرمان"
مصاحبه کننده: فاطمه قلعه خانی



استان کرمان، بعد از آن که توسط بازرگانان و تجار داخلی از کشاورزان خریدار میشود، دوباره در سالن های بهداشتی بسته بندی منطقه و حتی سایر استان های دور و نزدیک، سورت شده و بسته بندی اش تغییر میکند. میزان هدر رفت انرژی، سرمایه و تولید زباله در این چرخه معیوب بسیار زیاد است. برین اساس با توجه به مسائل فوق، و لزوم رعایت جوانب بهداشتی محصولات خوراکی که در دوران پاندمی کرونا نیز اهمیت آن بیش از پیش آشکار شد، انجمن مردم نهاد یاربگرن بم تصمیم گرفت تا موضوع آسیب شناسی این مسئله را به عنوان بخشی از پروژه «توانمندسازی کشاورزان برای تاب آوری اقتصادی - اجتماعی در برابر تاثیرات کووید-۱۹ در شهرستان های بم، نرماشیر، فهرج و ریگان استان کرمان» تحت حمایت دفتر برنامه های کوچک سازمان ملل دنبال نماید.

این تحقیق در تابستان سال ۱۴۰۱ انجام شده و طی آن از ۱۰ کشاورز با سابقه (عباس رنجبر، معصومه دهقانی، رضاپور، مهدی شهمرادزاده، رشیدی، علی سیستانی، غلامرضا قاسمی، حسن صنعتی، امید اماندادی، احمد سام نژاد) و ۶ صاحب یا مدیر مجرب سالن بسته بندی خرما (جوادی، بدرآبادی، مهرآرا، اسدی صفات، رنجبر، اکبری) در شهرستان های بم، نرماشیر، فهرج و ریگان مصاحبه به عمل آمد. به این ترتیب محققان به سراغ مصاحبه شوندهان رفتند تا در خلال گفتگو با آن ها، دلایل عدم تمایل کشاورزان به همکاری با سالن های بسته بندی را واکاوی نمایند.

در نتیجه پاسخ های دریافتی از مصاحبه شوندهان و بررسی علت های عنوان شده توسط ایشان، محققان به این نتیجه رسیدند که مجموع عوامل موثر در این زمینه را میتوان در قالب ۴ متغیر و عامل اصلی دسته بندی نمود:

محدوده جنوب شرق استان کرمان، که شامل شهرستان های بم، نرماشیر، فهرج و ریگان است، یکی از اصلی ترین مناطق خرماخیز کشور ایران به شمار می رود و رقم مضافتی آن نیز عمده ترین محصول کشاورزی این ۴ شهرستان است که به دلیل کیفیت بالای آن، از شهرت کشوری و حتی جهانی برخوردار است. مطابق سند مالکیت معنوی صادر شده در سال ۱۳۹۵، شهرستان بم به عنوان نام مبدا (origine) این محصول کشاورزی در سطح بین المللی شناخته می شود.

با این وجود و علی رغم ویژگی های ممتازی که برشمرده شد، این محصول هنوز نتوانسته است که در مراحل بعدی زنجیره تولید و عرضه، به ارزش افزوده و جایگاه شایسته خود دست یابد.

با توجه به بررسی های انجام شده، یکی از این عوامل عدم کامیابی، مربوط به نحوه و نوع بسته بندی این میوه ارزشمند می باشد.

واقعیت این است که تعداد زیادی از کشاورزان این ۴ شهرستان تمایل چندانی به استفاده از ظرفیت و امکانات سالن های بسته بندی خرما در منطقه ندارند و ترجیح میدهند با وجود همه مشکلات قابل پیش بینی، محصولشان را خودشان در منزل یا باغ شخصی، بسته بندی نمایند.

عدم برخورداری بسته بندی های خرما از این منطقه از استانداردها و گواهی های بهداشتی، محرزترین اثر منفی این عدم همکاری مطلوب میان کشاورزان و سالن دارها به شمار میرود.

این مسئله جدای از اینکه مصرف کننده داخلی را در مورد استفاده از این خرما باکیفیت، دچار تردید میکند، موضوع صادرات محصول خرما منطقه را نیز به این شکل عملاً غیرممکن مینماید.

نکته قابل تأمل دیگر در همین زمینه این است که هر ساله حجم بزرگی از خرما صادراتی از شرق





کمبود اعتماد فنی:

به این معنا که کشاورزان معتقدند که اساساً از نظر فنی، بسته بندی در سالن های بسته بندی برای حفظ کیفیت محصولشان چندان مفید نیست و یا مضر است.

یک موضوع قابل توجه دیگر در خصوص چرایی نسیپدن خرما به سالن های بسته بندی توسط کشاورزان آن است که ایشان در برخی موارد معتقدند که از نظر فنی و کیفی، بسته بندی خرما در سالن های بسته بندی کار درستی نیست و به محصول لطمه وارد میکند.

برای توضیح بیشتر در این زمینه باید در گام اول تفکیکی میان دو نوع خرمای اصطلاحاً دو نم (نیمه خشک) و رطب قائل شد.

شیوه عمل سالن های بسته بندی عموماً به این نحو است که با توجه به حجم سنگین ورودی در فصل برداشت، در مرحله اول بار را پس از سورت اولیه در کارتنهای فله گذاشته و در سردخانه قرار می دهند و سپس به مرور و معمولاً متناسب با سفارش های دریافتی در طول سال آن را از سردخانه خارج کرده و ضمن سورت ثانویه و بعضاً شستشو محصول را در جعبه های کوچکتر، بسته بندی می نمایند.

موضوع از این قرار است که از نظر برخی کشاورزان این فرآیند برای خرما و خصوصاً در مورد میوه رطب درست نیست. به عقیده ایشان فاصله زمانی بین برداشت و بسته بندی نهایی، شستشو، شوک های دمایی و ... موجب کاهش کیفیت محصول می شود. احتمال شکسته شدن پوست رطب در صورت بسته بندی فله، شیره دادن و چسبناک شدن آن از موضوعات مورد اشاره مصاحبه شوندگان بوده است.

کمبود آموزش:

به این معنا که کشاورزان با فرآیند کار و نحوه همکاری با سالن های بسته بندی آشنا نبوده و در این مورد آگاهی و اطلاعات کافی دریافت نکرده اند.

در خلال مصاحبه های انجام شده با کشاورزان و شنیدن دغدغه های ایشان در خصوص نسیپدن محصول خود به سالن های بسته بندی بهداشتی خرما، سوالاتی برای سنجش میزان دقت اطلاعات ایشان در خصوص فرآیند کاری این سالن ها پرسیده و پاسخ های در خور تاملی دریافت شد.

تقریباً اغلب کشاورزان تا کنون بازدیدی از یک سالن بسته بندی مکانیزه و بهداشتی نداشته و

کمبود اعتماد کاری:

به این معنا که کشاورزان به فرآیند بسته بندی محصولشان در سالن های بسته بندی، اعتماد بالایی ندارند و معتقدند که سهواً یا عمداً، ممکن است اشتباهی صورت پذیرد.

با توجه به اینکه خرابی میوه اصطلاحاً ترش خرما میتواند به کل محصول داخل بسته بندی سرایت و آن را خراب کند، دقت کارگران در سورت کردن محصول و سوا کردن میوه های ناسالم از اهمیت بالایی برخوردار است. این موضوع در کنار اهمیت درجه بندی صحیح محصول موجب می شود که باغداران تمایل به نظارت شخصی بر کار کارگران خود داشته باشند و فراهم نبودن این امکان در سالن های بسته بندی برای ایشان نگران کننده است.

از سوی دیگر احتمال قاطعی شدن بار یک کشاورز با محصول یک باغ دیگر مسئله دیگری است که به کرات مورد اشاره کشاورزان قرار گرفته و برایشان حائز اهمیت است.

کمبود اعتماد مالی:

به این معنا که کشاورزان، معتقدند که در ارزش افزوده ایجاد شده برای محصول خرما از طریق بسته بندی بهداشتی، چندان سهمیم و ذینفع نمیشوند و در عوض اختیار تصمیم گیری برای محصولشان را نیز از دست میدهند. با توجه به اینکه خرمای منطقه معمولاً از زمان برداشت در سردخانه های مربوطه انبار شده و به مرور طی سال به فروش می رسد و در این فاصله تغییرات قیمتی تقریباً زیادی رخ میدهد، کشاورزان تصور میکنند که اگر در فصل برداشت محصول خود را به سالن بسته بندی و سردخانه وابسته اش تحویل دهند، اصطلاحاً دستشان از محصولشان کوتاه شده و از سود احتمالی آتی که بر اثر تغییرات قیمت ایجاد می شود، بی بهره خواهند ماند. از سوی دیگر کشاورزان نگرانند که به این ترتیب اختیار تصمیم گیری در خصوص زمان، قیمت گذاری و نحوه فروش محصولشان را نیز از دست بدهند و به عنوان مثال اگر به دلیلی در زمان به خصوصی از سال به پول خرمای خود نیاز داشته باشند، نمیتوانند راساً اقدام به فروش محصولشان بکنند. همچنین نگرانی و تجارب ناخوشایند از بدحسابی سردخانه داران و تاخیر در پرداخت و تسویه به موقع از دیگر عوامل بازدارنده کشاورزان برای همکاری با سالن های بسته بندی خرما عنوان شده است.





حجم خرمای تولیدی منطقه بالاست (حدود ۲۰۰ هزار تن)، ظرفیت سالن‌های بسته‌بندی پاسخگوی این میزان ورودی نمی‌باشد. از طرف دیگر چنانکه گفته شد، ضرورت دارد که محصولات رطب در اولین زمان ممکن بعد از برداشت، وارد بسته‌بندی اصلی شده و روانه سردخانه گردد، زیرا نمیتوان آن را در جعبه‌های فله نگهداری و سپس به مرور بسته بندی نمود. بنابراین این طور به نظر می‌رسد که به دلیل این ویژگی ماهیتی، نمیتوان موضوع مشارکت کشاورزان در امر بسته‌بندی خرمای شرق استان کرمان را به طور کامل کنار گذاشت و از آثار منفی احتمالی چشم پوشی کرد. بنابراین با عنایت به رواج خرده مالکی در کشاورزی منطقه، یکی دیگر از راهکارهای برون رفت از سیستم کاملا سنتی بسته بندی در شرق استان که البته مستلزم بررسی‌های چندجانبه و بیشتر است، تعریف استانداردهایی جدید برای ایجاد سالن‌های بسته بندی بهداشتی کوچک مقیاس توسط خود کشاورزان است. این در حالیست که مطابق ضوابط موجود، حداقل مساحت قابل قبول برای راه اندازی یک سالن بسته‌بندی بهداشتی خرما، ۲۰۰ مترمربع میباشد. به این ترتیب هرچند که شاید این گزینه، عالی‌ترین درجه رعایت اصول بهداشتی را میسر نسازد، اما دست کم شرایط را نسبت به وضعیت صفر و یکی موجود بهبود می‌بخشد و فرآیند آن بخش از خرمای منطقه که ناگزیر توسط کشاورزان بسته‌بندی میشود، وضعیت بهداشتی بهتری خواهد یافت.

ورود بخش خصوصی به این موضوع و انجام بررسی‌های بیشتر توسط کمیسیونی متشکل از کشاورزان، انجمن ملی خرما و ادارات جهاد کشاورزی شهرستان‌های شرقی استان کرمان، جهت ارائه این درخواست به وزارت بهداشت، امکان دستیابی به این دغدغه کشاورزان را میسر خواهد ساخت.

بهبود اعتماد مالی:

نکته جالب توجه در این بخش آن است که کشاورزان علی‌رغم علم به دشواری‌های تامین نیروی انسانی جهت بسته‌بندی در فصل برداشت، ایاب و ذهاب کارگران، تهیه خوراک روزانه، اقامت و ... برای ایشان، اما همچنان ترجیح میدهند که این سختی‌ها را بپذیرند اما امر بسته‌بندی محصول خود را نزد سالن‌های مربوطه برون‌سپاری نکنند. همانطور که گفته شد دغدغه‌های مالی کشاورزان بازدارنده هبزرگی جهت ورود ایشان به چنین تعاملی است. مطابق پاسخ‌های دریافت شده از

ذهنیت دقیقی از فضا، دستگاه‌ها و فرآیند دقیق کاری این سالن‌ها ندارند. این در حالی است که مشاهده حضوری میتواند شفافیت ذهنی دقیقتری در خصوص مسائل اعتماد کاری و اعتماد فنی ایجاد نماید.

همچنین اغلب کشاورزان تا کنون در خصوص شیوه‌ها و گزینه‌های مختلف برای نحوه همکاری با مدیران سالن‌های بسته بندی وارد گفتگو یا مذاکره نشده و ذهنیتی در خصوص انواع گزینه‌های ممکن برای بهینه کردن شرایط مالی قرارداد نداشته‌اند. نکته جالب توجه دیگر آنکه مدیران سالن‌ها نیز معمولاً در این زمینه دچار استیصال به نظر میرسند و از راهکارهایی متنوع و خلاق جهت بهبود بندهای مالی قرارداد با و جلب نظر کشاورزان برای همکاری برخوردار نبودند.

در پایان با نگاهی دوباره به عوامل بازدارنده همکاری میان کشاورزان با سالن‌های بسته بندی خرما به عنوان یکی از حلقه‌های توسعه کشاورزی شرق استان کرمان، راهکارهایی برای رفع موانع مذکور ارائه می‌گردد. شایان ذکر است که اغلب این موارد نیز از فحوای کلام مصاحبه شوندهگان استخراج گردیده است:

بهبود اعتماد کاری:

چنان که گفته شد، عدم آرامش خاطر کشاورزان از چگونگی بسته‌بندی محصولشان در سالن‌ها و مواردی مانند احتمال قاطعی شدن با بار سایر باغات، اشکال در سورت کردن و درجه‌بندی محصول از مهم‌ترین دلایل امتناعشان در سپردن خرمای خود به سالن‌های بسته بندی بهداشتی است. در این راستا راهکارهایی مانند حضور خود کشاورز یا فردی از معتمدینش در سالن بسته‌بندی، قابلیت رصد فیلم دوربین مدار بسته از طریق دستگاه موبایل از جمله ایده‌های بودند که در متقاعدسازی کشاورزان میتوانند تاثیر خیلی خوبی داشته باشند. بنا به گفته مصاحبه شوندهگان، پراکنش مناسب سالن‌ها، به نحوی که اغلب کشاورزان به یک سالن‌دار آشنا یا معتمد در نزدیکی باغ خود دسترسی داشته باشند، از دیگر عوامل موثر در این راه هست که بایستی مد نظر نهادهای ارائه دهنده مجوز احداث و تسهیلات، و همچنین سرمایه‌گذاران قرار گیرد.

واقعیت آن است که گذشته از سایر عوامل اجتماعی، اقتصادی و ... از آنجایی که فصل برداشت خرما و علی‌الخصوص ارقام رطب بسیار محدود بوده و





بازویش ها و نخل ها

سورت اولیه پای درخت و جدا کردن خس و خاشاک و میوه های ترش، پر نکردن سبدها یا کارتن های فله حامل محصول، انتقال بار در سریع ترین زمان ممکن به سالن بسته بندی و سردخانه.

اطلاع رسانی و آموزش موارد فوق به کشاورزان، مستلزم همکاری بخش خصوصی، ادارات جهاد کشاورزی و معاونت غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی بوم می باشد.

بهبود سطح آگاهی:

چنانکه که اشاره شد، یکی از نقاط ضعف موثر در بازداشت کشاورزان از اعتماد به سالن های بسته بندی خرما، عدم اطلاع و آگاهی دقیق ایشان است. واقعیت آن است که علی رغم دانش تجربی بالای کشاورزان در خصوص فعالیت تخصصی خود یعنی کشاورزی و تولید محصول با کیفیت، اما بخش های بعدی این فرآیند یعنی از بسته بندی تا فروش همچنان رنجور است.

بنابراین با توجه به آنکه موضوع آموزش کشاورزان در خصوص شیوه ها و مزایای بسته بندی محصول خرما در سالن های بسته بندی بهداشتی خرما، راهکاری هست که طی این سال ها به آن پرداخته نشده است.

هم چنین با توجه به ضرورت موضوع و عمومی بودن منافع آن برای کشاورز، سالن دار و مصرف کننده، به نظرم بخش دولتی باید به این موضوع ورود کند و یا هزینه های لازم برای آموزش را پوشش دهد و یا مستقیماً توسط خود کارشناسان ادارات جهاد کشاورزی شرق استان، دهیاری ها و شوراهای اسلامی و یا علوم پزشکی این آموزش ها داده شود. همچنین همانطور که گفته شد با توجه به ناآگاهی مشاهده شده در بین کشاورزان و صاحبان سالن های بسته بندی در خصوص چگونگی بهبود بندهای مالی قرارداد و ایجاد آرامش خاطر برای کشاورزان در خصوص سهیم شدن در منافع حاصل از فروش محصول، میتوان از تجارب موفق و مشابه در سایر نقاط و یا محصولاتی مانند پسته بهره برد.

در این زمینه اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی و انجمن ملی خرما میتوانند راهنمایی و مشاوره های در خوری به فعالان حوزه بسته بندی شرق استان کرمان ارائه نمایند.

در پایان تیم تحقیقاتی انجمن مردم نهاد یاریگران بوم، آمادگی خود را جهت ارائه جزئیات و توضیحات بیشتر به نهادهای ذیربط دولتی و خصوصی اعلام میدارد.

مصاحبه شوندگان، با توجه به اینکه کشاورزان در صورت بسته بندی توسط خود، میتوانند تا حدی در هزینه های جاری صرفه جویی نمایند، و در مقابل، ارزش افزوده حاصل از بسته بندی در سالن های بهداشتی برایشان چندان معنادار و قابل توجه نیست، دلیلی نمیبینند که دست به چنین کاری بزنند.

در این زمینه نهادهای قانون گذار میتوانند از طریق اقداماتی مانند ایجاد ضوابطی بر قیمت گذاری محصولات دارای هولوگرام بهداشتی و محصولات فاقد آن، و نهادهای صاحب رسانه از طریق توجه دادن جامعه به مقوله استانداردهای بهداشتی و تاثیر بر رفتار خریدار میتوانند به مرور ارزش افزوده محصولات بسته بندی شده در سالن های بهداشتی را افزایش دهند.

و اما موضوع بسیار مهم دیگر که شاید سرآمد کلیه علل مطرح شده در این تحقیق باشد، دغدغه کشاورزان از عدم سهیم شدن در سود واقعی فروش محصول است.

در این راستا، الهام گرفتن از تجارب مشابه داخلی و خارجی و ارائه چند مدل قرارداد خلاقانه به کشاورزان و سالن دارهای منطقه، که به نحوی موثر و منصفانه کشاورز را از سود نهایی فروش بهره مند سازد، امریست که میتواند با کمک نهادهای بخش خصوصی و به دفتر ویژه اتاق بازرگانی شرق استان کرمان و انجمن ملی خرما رقم بخورد.

بهبود اعتماد فنی:

هر چند که به دلیل توضیحاتی که پیشتر اشاره شد و برخی ویژگی های ذاتی رطب مضافتی، در شرایط حاضر نتوان با اطمینان همه کشاورزان را به سپردن محصولشان به سالن های بسته بندی ترغیب نمود، اما دست کم در مورد بخش بزرگی از خرماهای منطقه که نیمه خشک یا اصطلاحاً دو نم است میتوان چنین انتظاری داشت. با توجه به شرایط مناسب شاخص هایی چون دما، رطوبت، نور، دستگاه های رفع آلودگی و گرد و غبار، سیستم کنترل کارگران، نزدیکی به سرخانه، امکان نظارت متولیان بهداشتی دولتی و ... در سالن های بسته بندی بهداشتی، حتماً نتیجه مطلوب تری نسبت به شرایط بسته بندی سنتی توسط کشاورزان به دست خواهد آمد.

البته نظر به اهمیت اقداماتی که پیش از ورود محصول به سالن، توسط کشاورز انجام میشود هم توصیه هایی وجود دارد که موارد زیر از آن جمله اند: لزوم برداشت محصول در ساعات خنک، انجام دقیق





آقای اسدی صفات
مدیر سالن بسته بندی آزاد



مصاحبه با آقای بدر آبادی
مدیر سالن بسته بندی ثمین



آقای شهمرادزاده
کشاورز



آقای منعمی
مدیر سالن بسته بندی الماس سیاه



آقای رضایپور
کشاورز



آقای مهر آرا
مدیر سالن بسته بندی مهر



آقای جوادی
مدیر سالن بسته بندی خرمای کیمیا



آقای رنجبر
کشاورز





کمیته های تخصصی





پیشگیری بهتر از درمان

حامد بدرآبادی
رئیس کمیته تامین داخلی

با هر حال رسیدیم به روزهای پایانی فصل برداشت محصول فصل جدید و زمان عقد قراردادهای صادرات خرمای و نگرانی و سردرگمی نخل داران و صادر کنندگان و مشتریان خارجی از عاقبت کار.

انجمن ملی خرمای بر اساس رسالت خود همچون سنوات قبل، راهکارها و پیشنهادات خود را جهت پیشگیری از وقوع شرایط فوق الذکر، به تصمیم سازان ارائه میدهد:

۱. خرید حجم قابل قبولی خرمای در ابتدای فصل، توسط سازمان های وابسته به دولت مانند سازمان تعاون روستایی و عرضه آن همزمان با شروع ماه مبارک رمضان در میادین و فروشگاه ها با قیمت مناسب جهت تنظیم بازار و رفع نگرانی از تامین خرمای مورد نیاز هموطنان

۲. عقد قرارداد دولت با تامین کنندگان معتبر خرمای و ارائه تسهیلات ارزان جهت خرید خرمای و دیپوی آن و در نهایت عرضه به قیمت مصوب در ماه رمضان به فروشگاه های زنجیره ای و میادین میوه تره بار و ...
۳. در اختیار قرار دادن جایگاه ها و غرف مناسب در میادین میوه و تره بار و ایستگاه های مترو به تامین کنندگان شناسنامه دار و معتبر حداقل ۱۵ روز قبل از شروع ماه مبارک رمضان جهت عرضه مستقیم و بدون واسطه خرمای با قیمت مناسب

امید است مسئولین ذیربط با در نظر گرفتن این پیشنهادات یا هر راهکار مناسب دیگر جهت رفع نگرانی از بابت تامین خرمای داخلی در ایام ماه مبارک که پیک مصرف خرمای در کشور می باشد.

تجربیات سخت صنعت خرمای از بابت ممنوعیت صادرات بر کسی پوشیده نیست علی رغم هشدار های متعدد دلسوزین و فعالین خرمای، حتی برخی متخصصین در بدنه وزارت جهاد کشاورزی، متأسفانه در واپسین روزهای منتهی به ماه مبارک رمضان در اسفند گذشته شاهد ممنوعیت مجدد صادرات خرمای توسط ستاد تنظیم بازار بودیم.

این تصمیم بیشتر به بهانه افزایش صادرات و نگرانی از کمبود خرمای در داخل کشور اعمال گردید.

با اینکه از ماه ها قبل انجمن ملی خرمای و همچنین فعالین این حوزه طی مکاتبات و جلسات متعدد آمادگی خود را جهت رفع نگرانی از بابت تامین خرمای مورد نیاز داخل در ماه مبارک رمضان اعلام کرده بودند. با این حال باز هم مساعدت و تامین خرمای توسط همین فعالین با هماهنگی انجمن ملی خرمای و اتحادیه خشکبار باعث گردید، پس از طی چند روز بسیار سخت، رفع ممنوعیت صورت پذیرد. هر چند برای بسیاری دیگر دیر شده بود و صادر کنندگان مانند و تعهدات ناتمام و مهم تر از همه اعتماد از دست رفته مشتریان خارجی آن ها البته بی برنامه گی جهت مدیریت و درخواست تامین و ارسال خرمای توسط فعالین خرمای در آخرین روز سال و تعطیلات نوروز که داستان جداگانه خود را دارد. تا جایی که تعهد پرداخت پانزده روزه مبلغ خرمای تامین شده برای ستاد تنظیم بازار به تصفیه حساب پنج ماهه برای برخی تامین کنندگان آن منتهی گردید.





عملکرد انجمن

خلاصه ای از عملکرد
انجمن ملی خرمای ایران

Solution

WWW.

Communication

Technology Innovation

Webinar
Online
Conference



stability
growth



WWW.

Jobs

BUSINESS



گزارش برگزاری اولین پایون تخصصی خرما توسط انجمن ملی خرمای ایران در نمایشگاه بین المللی ایران آگروفود

گزارش: نگار کربلایی دبیر اجرایی دفتر مرکزی انجمن ملی خرمای ایران

اولین پایون تخصصی انجمن ملی خرمای ایران در مساحتی بالغ بر ۱۶۰۰ متر با حضور ۴۵ شرکت فعال و برتر صنعت خرما در زمینه های تولید، فرآوری، بسته بندی، سورتینگ و ماشین آلات وابسته، کارتن سازی در سی امین نمایشگاه بین المللی ایران آگروفود در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی در سالن میلاد، طبقه دوم از تاریخ ۲۶ لغایت ۲۹ خرداد ماه سال ۱۴۰۲ برگزار گردید. برگزاری این پایون بطور چشمگیری مورد استقبال صاحبان صنعت، متخصصین، سفیرهای خارجه، بازرگانان و بازدیدکنندگان گردید. این نمایشگاه با هدف توسعه بازار، هم افزایی، رشد و ارتباط بهتر حلقه های زنجیره ارزش کسب و کار خرما، بهبود فضای کسب و کار، فرهنگ سازی مصرف محصولات سالم، افزایش سطح دانش و سرمایه اجتماعی، توسعه ارتقا بازار خرما و فرآورده های آن، توسعه تولید ملی در حوزه خرما، معرفی انواع بسته بندی، ارزش آفرینی و برند سازی، معرفی محصولات نوآوری و فرآوری شده و توسعه بازارهای داخلی و بین المللی توانمندسازی جامعه صنایع غذایی با محوریت خرما و فراهم آوردن زمینه خودکفایی تولید محصول خرما و برنامه ریزی برای رسیدن به جایگاه مهم صادرات، بسترسازی جهت آشنایی و معرفی داشته ها، امکانات و ظرفیت های کشور با آخرین دستاوردهای علمی و صنعتی برگزار گردید. همچنین بدیهی است که حضور شرکت های توانمند و بازدیدکنندگان تخصصی باعث ارتقای فضای کسب و کار محصول خرما خواهد گردید.





گزارش مراسم اهدای لوح به غرفه داران پايون تخصصی انجمن ملی خرماي ايران

گزارش: نگار کربلايي دبیر اجرایی دفتر مرکزی انجمن ملی خرماي ايران

در ادامه این مراسم آقای مهندس رشیدفرخی ریاست محترم انجمن ملی خرماي ايران گفت: صنعت نمایشگاهی نشانگر نمونه ای از فرهنگ رقابتی سالم بنگاه های کوچک و بزرگ در زمان و مکان های محدود برای به نمایش گذاشتن توانمندی ها و نوآوری های آن ها است. از بعد دیگر در واقع نمایشگاه های ملی و بین المللی ویتترین های اقتصاد در اقتدار یک کشور در مقابل رقباي اقتصادی است و حضور فعال بنگاه ها و تشکل های اقتصادی نشانگر انگیزه و طراوت در اقتصاد آن کشور و یا بنگاه ها یا آن تشکل است اکنون که به یاری خدا و همت انگیزه های نسل جوان این صنعت اولین پايون اختصاصی آن برگزار میگردد.

مراسم تقدیر و تجلیل از غرفه داران پايون انجمن تخصصی خرماي ايران در محل سالن صدف هتل هما در تاریخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۷ به منظور تقدیر از حضور فعالین کسب و کار خرما برگزار گردید. در این مراسم آقای دکتر سلاح ورزی ریاست محترم اتاق بازرگانی ايران، هیات نمایندگان محترم اتاق های بازرگانی ايران، دکتر طبیب زاده رئیس محترم اتاق بازرگانی کرمان، مهندس عزت آبادی نایب رئیس محترم اتاق بازرگانی کرمان، سرکار خانم دکتر جمالی مدیر محترم استان های اتاق بازرگانی ايران، دکتر صفا رئیس محترم اتاق بازرگانی بندرعباس، هیات رئیسه انجمن ملی و انجمن های استانی و تمامی غرفه داران محترم حضور داشتند.



همچنین آقای دکتر سلاح ورزی ریاست محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ايران ضمن اشاره به این موضوع که صنعت نمایشگاهی بعنوان یکی از ابزار های بازار یابی، فروش و معرفی محصولات و خدمات امروزه در بخش تجارت موضوع با اهمیتی



در ابتدای مراسم آقای دکتر تکلوزاده دبیر انجمن ملی خرماي ايران به اهداف انجمن از برگزاری پايون مذکور و تشریح فعالیت های انجمن در گذشته و آینده اشاره نمودند.



ادامه...



است. ایشان اشاره نمودند که در چند سال اخیر صنعت نمایشگاهی چه از لحاظ کمی و کیفی رو به جلو حرکت کرده است. همچنین ایشان اشاره کردند که امسال یکی از سالن های جذاب و قابل توجه بخش اثرگذار نمایشگاه آگروفود مربوط به سالن خرما و صنایع وابسته آن بود و امید است باتوجه به سهم ۱/۵ میلیارد دلاری که خرما و صنعت خرما در اقتصاد کشور دارد بتواند رو به جلو و با کشف بازارهای جدید و توسعه صادرات در اختیار اقتصاد ملی باشیم.



و در آخر تعدادی از مشارکت کنندگان محترم در پایون تخصصی خرما نقطه نظرات خود را در خصوص مشکلات و راهکارهای بهبود وضعیت صنعت خرما و نمایشگاهی در این مراسم مطرح نمودند.



جلسه تجمیع استاندارد ارقام خرما

جلسه تجمیع استاندارد ارقام خرما مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۲۲ با میزبانی اداره استاندارد کرمان برگزار گردید

یکی از مواردی که سال گذشته ۲۰ تیر ماه در جلسه مشترک انجمن ملی خرمای ایران با مسئولان جهاد کشاورزی، نمایندگان مجلس و کارشناسان سازمان های مرتبط در اتاق بازرگانی ایران از سوی انجمن ملی خرما ایران مطرح شد، تجمیع استاندارد خرما نرم، خشک و نیمه خشک به یک استاندارد واحد بود.

دلیل آن هم کاهش روند اداری صدور مجوز ها، کاهش هزینه صدور پروانه استاندارد و نهایتاً کنترل و نظارت بیشتر نسبت به اصلاح فاکتور آزمون های شیمیایی و میکروبی این استاندارد بود.

نمایندگان سازمان غذا و دارو، کارشناسان اداره استاندارد برخی از استانها و شرکت های فعال در صنعت خرما نظرات خود را مطرح و موافقت کردند این تجمیع در اسرع وقت عملیاتی گردد نهایتاً مقرر گردید طی ۱۵ روز نظرات تکمیلی در خصوص تجمیع استاندارد از طرف اعضای این کمیته ارسال و نهایتاً این استاندارد ها به یک استاندارد واحد تجمیع گردد.

ضمناً در خصوص مشکلات پیش آمده خرما نرم که در ماههای گذشته اتفاق افتاده است مقرر شد نهایتاً ظرف هفته آینده ایرادات این استاندارد در بخش میکروبی توسط انجمن ملی خرما مطرح و توسط معاونت تدوین و ترویج سازمان ملی استاندارد در اسرع وقت اصلاح گردد.

5th

Specialized Exhibition
Of Dates & Related
Industries

2023-1402

پنجمین نمایشگاه

بین المللی تخصصی

خرما

و صنایع وابسته بوشهر

BuDE



Bushehr Date International Exhibition



محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی استان بوشهر

NOV 14-17 / ۲۳-۲۶ آبان

The permanent location of
international exhibitions in Bushehr

ساعت بازدید: ۱۷ الی ۲۲
Visiting hours : 17-22

دبیرخانه: ۰۷۷۳۳۴۵۳۳۴۵ / ۰۹۲۱۵۴۷۱۸۷۸

Bushehr-fair.com Bushehrexhibition@gmail.com





ششمین نمایشگاه و جشنواره بین المللی تخصصی خرما، فرآورده های خرمایی / بسته بندی و صنایع وابسته

6th
**International & the Festival
Specialized . Exhibition . Date
Dates Productions . Packing
Related . Industries**

۷ تا ۴

بهمن ماه ۱۴۰۲

24-27

Jan 2023

ساعت بازدید

۱۶ الی ۲۱

محل دائمی
نمایشگاه های
بین المللی
استان فارس

**The permanent
Location
of international
exhibitions
in Fars**

شماره هماهنگی : ۰۹۱۷۳۱۴۴۹۳۳

**خرما
DATE**





راه های ارتباطی با انجمن ملی خرمای ایران



اینستاگرام، تلگرام، سایت، واتس اپ، ایمیل و تلفن از راه های ارتباطی با انجمن ملی خرمای ایران میباشد. اخبار اقتصادی، اطلاعیه ها، نمایشگاه ها، بخشنامه ها، وبینار های آموزشی و اعزام هیات های تجاری از طریق این شبکه ها اطلاع رسانی و در دسترس اعضا قرار میگیرد.

سایت: irandatesorg.com
ایمیل: info@irandatesorg.com
کانال تلگرام: <https://t.me/anjomannmelikhorma>
صفحه اینستاگرام: [@naid.ir](https://www.instagram.com/naid.ir)

تلفن: (۰۲۱)۸۸۳۸۱۳۴۱
فکس: (۰۲۱)۸۸۳۸۱۳۴۰
روابط عمومی: ۰۹۱۳۱۴۴۰۲۸۶
واتس اپ: ۰۹۱۰۸۱۰۱۵۲۰



irandatesorg.com



[@naid.ir](https://www.instagram.com/naid.ir)



<https://t.me/anjomannmelikhorma>



۰۹۱۰۸۱۰۱۵۲۰

خیابان مفتوح، پایین تر از میدان هفت تیر، کوچه افشار، پلاک ۸، طبقه سوم
تلفن: ۰۲۱۸۸۳۸۱۳۴۱
فکس: ۰۲۱۸۸۳۸۱۳۴۰
واتس اپ: ۰۹۱۰۸۱۰۱۵۲۰
کدپستی: ۱۵۷۳۷۱۳۷۱۹



**NATIONAL ASSOCIATION
OF IRANIAN DATES**