



در نشست کمیته‌ی آب کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی مطرح شد

ضرورت تبلیغ در سطح ملی برای مصرف خرما

صفحه‌ی ۷

خبرنامه‌ی داخلی انجمن ملی خرمای ایران (شعبه‌ی کرمان) • سال اول • شماره‌ی ۲ • آبان‌ماه ۱۳۹۰ • ۸ صفحه
IRANIAN NATIONAL DATES ASSOCIATION (Kerman branch) • Number 2 • November 2011 • 8 Pages

گفت‌وگوی اختصاصی خبرنگارمه‌ی خرما با استاندار کرمان

باید به سمت کار علمی برویم

از بخش خصوصی پشتیبانی می‌کنیم

صفحه‌ی ۳



گفت‌وگو با احمد فرید؛ نایب رییس انجمن خرما و مدیر کمیته‌ی باغبانی انجمن

توسعه‌ی خرما نیازمند تعامل همه‌ی بخش‌هاست

صفحه‌ی ۴

در پنجمین جلسه‌ی انجمن خرما مطرح شد

ضرورت حذف واسطه‌گران و دلالتان از چرخه‌ی خرید و فروش خرما

صفحه‌ی ۶



گفت‌وگو با دکتر ناصر زنگی‌آبادی

اولویت‌بندی
بازارهای هدف خرما

صفحه‌ی ۷

عصاره‌ی خرما
از مشکلات عصبی پیش‌گیری می‌کند

صفحه‌ی ۵

عوامل موثر
بر قیمت خرما

صفحه‌ی ۲

یادداشت

یادداشت سردبیر

از فرصت‌های موجود استفاده کنیم



مهندس مهدی ایرانی کرمانی
هیات‌ریسه‌ی اتاق کرمان
رئیس کمیسیون فرهنگی و اجتماعی اتاق
و رئیس هیات‌انمای انجمن خرمای کرمان

کانون خرمای کشور - دستگاه دولتی متولی خرما - استاندار کرمان است و همراه؛ از فرصت‌های موجود استفاده کنیم.

۳. قرار بود شرکت توانمند و قدری برای سامان دادن به صادرات خرما به‌ویژه به کشورهای چین و هند و اندونزی تشکیل شود و این نیازمند همکاری و تشریح مساعی یکایک دست‌اندرکاران صنعت خرماس؛ وفاق می‌طلبید و هم‌دلی، البته با مدیریت شایسته و با حساب و کتاب شفاف و روشن. چنانچه گام‌هایی در این جهت برداشته شده است موجب سرور و دل‌گرمی است.

۴. خوش‌بختانه بعضی از کمیته‌های انجمن خرمای استان فعال شده‌اند و امیدواریم که بقیه هم تاسی کنند و گزارش فعالیت‌ها و مطالب مطروحه در جلسات کمیته‌هایشان را به دفتر خیرنامه ارسال دارند تا اعضای انجمن در جریان قرار گیرند.

۵. شعبه‌ی اتاق کرمان در حیثیت در شرف راه‌اندازی است و امیدواریم فعالان صنعت خرما در منطقه‌ی جنوب‌شرق مکانی برای برگزاری جلسات‌شان و تحرک و پویایی بهتر و بیش‌تر داشته باشند.

انجمن‌هایی برای حفظ و صیانت آب، سفره‌های آبی، مدیریت آب، راه‌های صرفه‌جویی و مسایل مربوطه تشکیل دهند و اجازه ندهند حرص و آز، عدم آگاهی و فساد هستی و نیستی هزاران مالک ریز و درشت را که در شرایط طاق‌فروسی اقلیمی ریگان، نرماشیر، قلعه‌گنج، منوجان و غیره عمری را صرف احداث نخلستانی کوچک و بزرگ کرده‌اند به ورطه‌ی نابودی بکشاند.

۲. خوانندگان این خبرنامه می‌دانند که انجمن خرما یکی از تشکلهای قانونی و زیرمجموعه‌ی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران است و اتاق نماینده و یا به عبارتی پارلمان بخش خصوصی است و نگرش ما به طور کلی کاهش تصدی‌گری دولتی و ایجاد فضای مناسب برای کسب و کار و گسترش فعالیت‌های بخش خصوصی است. پس همه‌ی دست‌اندرکاران صنعت خرما باید بدانند که رفع موانع و حل مشکلات (از جمله آب) و تنظیم بازار و گسترش صادرات و مبارزه با آفات و غیره به همت و احقاق حق خودشان بستگی دارد. تعامل با دستگاه‌های دولتی اجتناب‌ناپذیر است و الحمدلله که رئیس

۱. آن قدر در برداشت از سفره‌های آبی شمال استان زیاده‌روی کردیم که دیگر سفره‌ی آبی در دشت‌های رفسنجان و انار و زنگی‌آباد و زیت و روبر و جاهای دیگر باقی نمانده و فقط رگه‌هایی از آب‌های زیرزمینی وجود دارد که اگر روند استحصال آب با همین ادامه داشته باشد رگه‌ها هم تمام خواهد شد. بارها گفته‌ام و نوشته‌ام که دنبال مقصر وضعیت وخیم پیش‌آمده گشتن و انگشت اتهام را به سوی این و آن نشانه رفتن، هرچند از نظر آسیب‌شناسی و برنامه‌ریزی برای آینده بسیار مهم است و اصفهانی‌ها و انجمن پسته‌ی ایران گام‌هایی در این مسیر برداشته‌اند، امری کارشناسی است و ما در این مجال به آن نمی‌پردازیم. آن چه مربوط به خرما می‌شود این است که هنوز سفره‌ی آبی در منطقه‌ی بوم و نرماشیر وجود دارد و متأسفانه بعضی‌ها بر سر شاخ نشسته‌اند و بن می‌برند؛ گویا ظرف پنج-شش سال گذشته در حدود هزار حلقه چاه غیرمجاز در این منطقه حفر شده و ذیری نخواهد پایید که سفره‌ی آبی این مناطق هم تماماً تهی شود. ظاهراً وزارت نیرو و سازمان‌ها و ادارات تابعه‌اش کاری از دست‌شان برنمی‌آید چه اگر یکی از مقصران اصلی وضعیت پیش‌آمده در شمال استان نباشند دست‌کم می‌توانستند جلوی بهره‌برداری‌های غیرمجاز را بگیرند. پس بهره‌برداران قانونی و مالکان قنوات و چاه‌ها - بر مالکان تأکید داریم و به اظهاراتی بی‌جا و مطرودی که بعضی مسئولان در مورد سلب مالکیت فرموده‌اند توجهی نداریم - باید همت کنند و

نگاه

عوامل موثر بر قیمت خرما

سید آرش علوی
کارشناس ارشد اقتصاد
عضو هیات‌ریسه‌ی
انجمن خرمای کرمان

نهایی محصول در داخل و خارج نیز تاثیر زیادی می‌گذارد. به عنوان مثال بسیاری از مشتریانی که بابت قیمت ۱۲۰۰ تومانی سال ۱۳۹۰ فرار می‌کنند، سال بعد برای خرمای ۹۰۰ تومانی برنمی‌گردند، چون یا دیگر در کار خرما نیستند و یا خرمای ایران را با خرمای کشور دیگری جای‌گزین کرده‌اند. این موضوع زمانی در دناک‌تر می‌شود که بدانیم ۹۰۰ تومان زیر قیمت سال‌های ۸۹ و ۸۸ قرار دارد.

۴. شایعه: باید ببینیم که بسیاری از زحمت‌کشان و تولیدکنندگان خرما در شرایط بسیار سخت و مناطق دورافتاده‌ی ایران با کم‌ترین امکانات زندگی می‌کنند. بسیاری از تولیدکنندگان خرماهای ربی در منطقه‌ی هودیان سیستان و بلوچستان، خرمای مضافتی و کلوته در منطقه‌ی قلعه‌گنج و اطراف، خرمای سایر در شادگان در استان خوزستان در شرایط سخت اقلیمی و مالی قرار دارند. این زحمت‌کشان در کمال تأسف به‌علت دور بودن از مراکز شهری و منبع امکانات از کم‌ترین امکانات فرهنگی و آموزشی برخوردارند. به غیر از امکانات محدود بسیج روستایی در این مناطق و مساجد و مدرسه‌های کوچک که اغلب توسط افراد متعهد و مخلص اداره می‌شوند، امکانات فرهنگی و اجتماعی دیگری وجود ندارد. از این رو بخش بزرگی از مناطق زیر کشت خرمای ایران از فرهنگ و دانش کم‌تری نسبت به مناطق شهری برخوردارند. این ضایعه بر روی زودبآوری و ساده‌انگاری این مردمان تاثیر بسیار زیادی می‌گذارد؛ به طوری که شایعه‌های بی‌ارزش و اغلب غیرواقعی بر روی تصمیم‌گیری این مردمان شریف تاثیر می‌گذارد. نگاهی طولانی‌مدت به آینده‌ی این مناطق این نوید را می‌دهد که اگر قیمت خرما بالا برود؛ درآمد مردمان این مناطق بیش‌تر می‌شود و به مرور زمان ضربه‌پذیری این افراد از شایعه و دروغ کم‌تر می‌شود؛ در نتیجه وضع همه‌ی کشاورزان و خانواده‌های آن‌ها بهتر می‌شود. از این روست که به‌شدت معتمد اطلاعات غیردقیق در بازار خرما یکی از بزرگ‌ترین آفت‌های این بازار است.

۲. دولت:

همه‌ساله بخش‌های گوناگون دولتی به صورت مستقیم و غیرمستقیم به امر خرید خرما در فصل مشغولند. در بعضی از نقاط ایران قیمت‌گذارهای دولتی و خریدهای تضمینی و یا توافقی، تاثیر بسیار زیادی بر روی بازار خرما و نحوه‌ی تصمیم‌گیری کشاورزان جهت فروش می‌گذارد. از آن‌جا که معمولاً این بخش‌های دولتی مانند عده‌ی بسیار زیادی از فعالان خرما (مانند بنده) درک صحیحی از شرایط بازار ندارند، با ارائه‌ی قیمت‌های بعضاً بالا و غیرمنطقی، باعث به‌هم زدن تعادل قیمت در بازار می‌شوند که دود آن معمولاً به چشم تولیدکننده می‌رود. حجم کم خرید (به دلیل کم بودن بودجه و امکانات)، کیفیت بد کالای خریداری‌شده (به علت عدم نظارت و دل‌سوزی کافی) و کاسب نبودن ذاتی دولت در بعضی از سال‌ها ضربات سنگینی به بازار اول فصل خرما زده است.

۳. دلان:

برای اغلب افراد درگیر در امر خرما این موضوع کاملاً پذیرفته شده است که اگر سعی و تلاش افراد میانی بازار خرما نبود بخش اعظم خرمای ایران به دست مصرف‌کننده نمی‌رسید؛ به عبارت دیگر اگر دلای خرمای پولی برای کسی نداشته باشد، هیچ فرد یا نهادی به عنوان کار خیر و عام‌المنفعه خرمای خرده‌مالکان را نمی‌خرد تا به دست مشتریان برساند. مضافاً این‌که دلان واسطه‌های بازار خرما سود بسیار کم‌تری نسبت به هم‌صنفان خود که خریدار محصولات باغی و صیفی‌جات هستند، می‌برند، آن‌چه که از ناحیه‌ی دلان به عنوان خطر بر روی قیمت خرما تاثیر می‌گذارد، نوسانات بی‌دلیل قیمت خرما است. میزان دقیق تاثیر دلان بر روی قیمت‌های خرما برای هیچ‌کس مشخص نیست، لیکن وجود آن نیز غیر قابل انکار است. اگر نوسانات غیرمنطقی و بی‌دلیل خرماهای گوناگون تنها بر روی نفع و زیان دلان تاثیر می‌گذاشت، هیچ اشکالی به آن وارد نبود، اما با توجه به بی‌تالو بودن اغلب این دلان و تاثیر زیاد آن‌ها بر روی بخش اعظم بازار تولیدکنندگان کوچک (زیر ۲۰-۳۰ تن) این نوسانات بر روی تولیدکنندگان و مشتریان

تبعاً بازار محصولات کشاورزی در ایران بازاری است غیر قابل پیش‌بینی؛ اما بدون شک بازار خرما جزو عجیب‌ترین این بازارها است. در چند صباحی که توفیق داشته‌ام که در این بازار عظیم و پُرخبر و برکت باشم، روزی پیش نیامده که بازار این میوه‌ی شیرین مرا شگفت‌زده نکند؛ در اصطلاح هرچه خوبان همه دارند، این بازار یک‌جا دارد. از نوسان‌های شدید قیمت گرفته تا مُد شدن و محبوب شدن یک‌شبه‌ی مصرف یک نوع خرما در مدتی کوتاه، از تقاضای شدید مقطعی برای یک خرما گرفته تا بالا رفتن قیمت به‌علت آمدن افغان‌ها و یا پاکستانی‌ها...

آن‌چه از شواهد و قرائن برمی‌آید، این بازار عجیب، بازاری است بزرگ، متنوع، پرنوسان به شدت فصلی که در بخش وسیعی از سرزمین ایران حضور دارد. سالانه عوامل زیادی بر روی قیمت‌های فصل برداشت و قبل از ماه مبارک رمضان (ماه مصرف بیش از نیمی از خرمای ایران) تاثیرگذارند که در این مجال کوتاه به بعضی از آن‌ها اشاره می‌شود؛ لیکن آن‌چه مسلم است، قیمت خرماهای گوناگون ایران بیش از هر کدام از مکانیزم‌های طبیعی بازار محصولات کشاورزی (مانند تاثیر آفات بر روی محصول، بلایای طبیعی، زیاد بودن طبیعی محصول در یک فصل و...) تحت تاثیر چند عامل برجسته قرار دارد؛ حجم و کیفیت محصول، دولت، دلان، شایعه، قیمت ماه رمضان (قبل از برداشت).

۱. حجم و کیفیت محصول:

مسئله‌ی بیش از هر عامل دیگری میزان خرمای به‌دست آمده بر روی قیمت آن تاثیرگذار است. عقل حکم می‌کند که با بیش‌تر و فراوان‌تر شدن یک نوع خرما (در شرایط ثابت) قیمت آن کاهش یابد و یا ثابت بماند. از سوی دیگر خریداران عمده و جزء خرما به صورت آزادی و براساس بودجه‌ی خود برای خرماهای باکیفیت‌تر و مرغوب‌تر، حاضرند مبلغ بیش‌تری بپردازند. در سال‌هایی که آفت‌های فراگیر و یا شرایط بد آب و هوا بر روی حجم یا کیفیت محصول تاثیر گذاشته، قیمت آن نیز بالا رفته است. مثال بارز آن قیمت خرمای مرغوب و سنگین‌وزن مضافتی بم در اوایل تابستان امسال است که به‌علت سبک بودن محصول ۸۹، خرماهای کم‌تر مرغوب (تست به سال‌های قبل) ارج فراوان یافتند.

باید به سمت کار علمی برویم

از بخش خصوصی پشتیبانی می‌کنیم

گفت‌وگو

را شناسایی نمایند، مشتریان خود را بشناسند و کیفیت خرما و بسته‌بندی را براساس سلیقه‌ی مشتری تنظیم نمایند تا با توجه به این که خرمای استان، به‌ویژه خرمای بم از کیفیت بالایی برخوردار است، جایگاه خوبی را در دنیا پیدا کنند و خرما را به فروش برسانند. ماشین‌آلاتی هم که در زمینه‌ی برداشت، بسته‌بندی و سورتینگ خرما لازم است، باید مهیا شود. البته کارهایی در نمایشگاه‌های مختلف انجام شده، ولی لازم است در این زمینه افرادی که توانایی دارند تلاش کنند و ما هم به عنوان دولت در این زمینه حمایت می‌کنیم.

به نظر می‌رسد جای صنایع فرآوری هم در استان کرمان خالی است...

بله، متأسفانه در حالی که سردخانه‌هایی برای نگهداری خرما در مناطق مختلف خرماخیز وجود دارد، اما اقدامات موثری در زمینه‌ی فرآوری خرما انجام نشده است. در حالی که بعضی از استان‌ها فرآورده‌های فراوانی از جمله شیره‌ی خرما و حتی ترشی خرما را در انواع مختلف و با بسته‌بندی متفاوت فرآوری کرده‌اند. بنابراین در این زمینه باید بیشتر فعالیت شود و ما هم به عنوان دولت از افرادی که در زمینه‌ی فرآوری خرما سرمایه‌گذاری کنند، پشتیبانی می‌کنیم. همچنین با توجه به ظرفیتی که از نظر آب و هوای مستعد و آشنایی با این محصول در استان وجود دارد، از توسعه‌ی این محصول پشتیبانی خواهیم کرد.

آفات و بیماری‌های خرما از جمله زنجره و خشکیدگی، باعث زیان بسیاری برای تولیدکنندگان شده؛ در این رابطه چه اقدامی صورت گرفته است؟

در رابطه با مبارزه با آفات از جمله زنجره و خشکیدگی خوشه‌ی خرما تاکنون جلسات متعددی با کارشناسان دفتر تحقیقات جهاد کشاورزی کشور صورت گرفته و افراد صاحب‌نام و صاحب‌نظر در این بخش بی‌گیر موضوع هستند که امیدواریم هرچه سریع‌تر به نتیجه برسند.

فعالیت کانون خرما را چگونه می‌بینید؟

کانون خرما که ایجادش توسط معاونت فن‌آوری ریاست‌جمهوری پی‌گیری شد و تفاهم‌نامه‌ای در این رابطه بین ایشان و وزیر کشور منعقد شد، از جمله کانون‌های نوپاست. اما براساس گزارش‌هایی که اعضا از فعالیت کانون می‌دهند، کارهای خوبی در حال شکل‌گیری است. البته ارتباط کشوری ما با دیگر استان‌های خرماخیز ارتباط خوبی نیست و هنوز هماهنگی‌های لازم صورت نگرفته است که امیدواریم این ارتباط با مناطقی که دارای خرما هستند به زودی برقرار شود.

آیا تعامل بیش‌تر بخش دولتی و خصوصی ضروری نیست؟

تعامل خوبی بین بخش خصوصی و دولتی وجود دارد. ما در جایگاه دولت به عنوان سیاست‌گذار و در واقع هدایت‌کننده و نظارت‌کننده هستیم و تمام مسایلی که گفته شد، باید از طریق بخش خصوصی انجام گیرد، ضمن این که ما هم در همه‌ی زمینه‌ها از بخش خصوصی پشتیبانی خواهیم کرد.

و سوال آخر؛ به نظر می‌رسد برای مصرف بیش‌تر خرما توسط مصرف‌کننده‌ها به فرهنگ‌سازی نیاز است. آیا شما به عنوان رئیس کانون خرمای ایران، خرما مصرف می‌کنید؟

ما هم در محل کار و هم در منزل خرما مصرف می‌کنیم. در منزل به هیچ‌وجه حتی برای مهمان هم قند نمی‌آوریم و در کنار چای از خرما استفاده می‌کنیم، مگر این که مهمان طلب قند کند. در منزل ما همواره انواع خرما از بوشهر و کرمان وجود دارد و حتی با خرما غذایی به نام پلوخرما طبخ می‌کنیم. در واقع در منزل ما از سه ماده‌ی غذایی سفید یعنی شکر، قند و نمک، با استفاده نمی‌شود و یا این که به میزان بسیار کم استفاده می‌شود.



الان در استان برخی از خرماها قیمت بسیار پایینی دارد و قیمت برخی دیگر خیلی بالاست؛ که این نشان‌گر ضرورت جایگزینی واریته‌های مرغوب و مشتری‌پسند است.

پس از تولید، بسته‌بندی نه‌چندان مناسب خرما هم یکی از معضلات این محصول است. پیشنهاد شما در این رابطه چیست؟

متأسفانه اکنون یک بسته‌بندی کاملاً سنتی در استان وجود دارد که البته در سایر بخش‌های کشور هم به علت این که بسته‌بندی استان کرمان شناخته شده است، با همین شیوه ولی به صورت سنتی خرما را بسته‌بندی می‌کنند. بنابراین در زمینه‌ی بسته‌بندی باید ابتکارات و خلاقیت‌ها، هم برای فروش خرما در داخل کشور و هم برای صادرات به کار گرفته شود. باید شکل و میزان بسته‌بندی کاملاً متفاوت شود. اکنون خرما معمولاً در کارتن‌های حداقل ۷۰۰ تا ۸۰۰ گرمی بسته‌بندی می‌شود و حتی بسته‌های قدیمی سه‌کیلویی هم وجود دارد، اما قرار نیست که همه خرمای زیاد خریداری کنند، حتی باید برای فروش خرما به شکل دانه‌ای هم برنامه‌ریزی کرد. باید بسته‌بندی خرما به شکلی صورت گیرد که بشود در حمل و نقل هوایی و زمینی و یا در مهمانی‌ها هم مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین بسته‌بندی خرما باید متفاوت و البته مکانیزه شود. البته در این رابطه اقداماتی صورت گرفته است، ولی به نظر می‌رسد هم‌چنان جای کار و برنامه‌ریزی در این بخش وجود دارد. صادرکنندگان هم باید اهتمام جدی داشته باشند، کار را دنبال کنند، بازارهای دنیا

اشاره: استادار کرمان به عنوان رییس کانون خرمای ایران محسوب می‌شود و این موضوع نشان‌دهنده‌ی این است که محصول خرما از چه اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

به همین بهانه با مهندس اسماعیل نجار، استادار محترم کرمان به گفت‌وگو نشستیم تا از راه‌کارهای وی برای رشد، پیشرفت و توسعه‌ی فعالیت‌های مربوط به محصول ارزشمند خرما بشنویم.

با توجه به استعداد استان کرمان، به‌ویژه جنوب استان در زمینه‌ی تولید خرما، نظر شما در رابطه با راه‌های بهبود وضعیت تولید خرما در استان چیست؟

استان کرمان از جهات مختلفی ظرفیت‌های بالایی دارد. یکی از ظرفیت‌های بسیار بالای استان، نخلستان‌های خرما بالاخص در منطقه‌های بم، فهرج، ریگان، نرماشیر، شهداد، جنوب استان کرمان و هم‌چنین منطقه‌ی اورزونه است که متأسفانه از این ظرفیت به‌خوبی استفاده نمی‌شود. هرچند که افراد باذوق و پرتلاش کارهای خوبی در این رابطه انجام داده‌اند، اما فعالیت‌ها عمدتاً سنتی است و بازدهی لازم را ندارد. بنابراین با توجه به خشک‌سالی‌هایی که در استان با آن روبه‌رو بوده و هستیم، باید در این زمینه اقدام دیگری صورت گیرد.

در سال زراعی گذشته برداشت خرما به‌طور میانگین پنج تن بود، اما باغ‌دار نمونه ۳۰ تن در واحد سطح برداشت کرده است که این نشان از ظرفیت بالا و امکان تولید بالا در استان است. بنابراین باید در این رابطه به سمت کار علمی برویم.

خوش‌بختانه در استان کرمان کشت همه‌نوع خرما با توجه به شرایط محیطی آن منطقه جواب می‌دهد؛ به طور مثال در ارزونه که از یک باغ بازدید کردیم، صاحب باغ کلکسیونری از درختان خرما را با آبیاری قطره‌ای در ابتدای باغ ایجاد کرده بود که البته همه‌ی آن محصولات از کیفیت خوب و بالایی برخوردار بودند. پس می‌بینیم که تولید محصولات متنوع و باکیفیت در استان کرمان کاری شدنی است، فقط باید در این رابطه علم را به خدمت گرفت. حتی می‌شود کشت یافت را دنبال کرد تا نخل‌هایی پر محصول، پربازده، نیازمند به آب کم و هم‌چنین با ارزش افزوده‌ی بالا داشته باشیم.

ما هم در محل کار و هم در منزل خرما مصرف می‌کنیم. در منزل به هیچ‌وجه حتی برای مهمان هم قند نمی‌آوریم و در کنار چای از خرما استفاده می‌کنیم، مگر این که مهمان طلب قند کند. در منزل ما همواره انواع خرما از بوشهر و کرمان وجود دارد و حتی با خرما غذایی به نام پلوخرما طبخ می‌کنیم.

گفت‌وگو با احمد فرید؛ نایب رییس انجمن خرما و مدیر کمیته‌ی باغبانی انجمن

توسعه‌ی خرما

نیازمند تعامل همه‌ی بخش‌هاست



نیست، بنابراین انجمن خرما باید به عنوان یک ستاد امکانات، اعتبارات و تسهیلات را از بخش دولتی دریافت کرده و در اختیار تولیدکنندگان و صادرکنندگان قرار دهد و از طرف دیگر مشکلات، معضلات و پیشنهادهای دست‌اندرکاران خرما را برای برطرف کردن موانع و مشکلات به بخش دولتی ارائه کند. ولی اگر هر کدام از این مجموعه‌ها یعنی بخش دولتی و بخش خصوصی، کار خود را انجام دهد، هیچ‌کدام موفق نخواهند شد، همان‌طور که تاکنون هیچ‌کدام از این دو بخش به توفیق چندانی دست نیافته‌اند.

بنابراین باید یک تعامل بین بخش خصوصی و دولتی وجود داشته باشد تا با هماهنگی و هم‌فکری، مشکلات بخش‌های مختلف این محصول برطرف شود؛ چرا که با پراکندگی و موازی‌کاری راه به جایی نخواهیم برد.

به نظر شما اکنون رابطه‌ی تجار با تولیدکنندگان چگونه است؟

سعی تجار بر این است که محصول را با قیمت مناسب بخرند و با سود بفروشند، و اگر هم می‌گویند فقط جهت حمایت از تولید کار می‌کنند، تعارف است. به هر حال من یک شخص اداری و بازنشسته هستم و از دیدگاه تجاری صحبت نمی‌کنم. ولی اگر به جایی می‌رسیدیم که تجار و صادرکنندگان منافع تولید را می‌دیدند و دست واسطه‌ها را قطع می‌کردند و خودشان مستقیم محصول را تولیدکننده می‌خریدند، موفقیت بیش‌تری داشتیم.

زمانی که صادرکنندگان منصفانه همه‌ی مسایل را در نظر بگیرند و با تولیدکنندگان همراه شوند و به تولید کمک کنند، تولیدکنندگان هم با رغبت بیش‌تری کار کرده و محصول با کیفیت‌تری تولید می‌کنند. به این ترتیب صادرکننده‌ها هم صادرات با کیفیت‌تری خواهند داشت و این، هم به نفع تولیدکننده است، هم صادرکننده و هم مصرف‌کننده و ارزش افزوده‌ی بیش‌تری نیز عاید کشور می‌شود.

اگر صحبت دیگری دارید بفرمایید.

خرما برای کشور ما یک محصول شاخص محسوب می‌شود، بنابراین باید این محصول را حفظ کنیم و توسعه دهیم و در بخش‌های مختلف از جمله تولید، بسته‌بندی، بازاریابی و صادرات به آن توجه کنیم. باید همه‌ی متولیان اعم از بخش دولتی و خصوصی دست‌به‌دست هم بدهند تا محصول روی دست کشاورز نماند.

و بازاریابی را ندارند، بنابراین نباید کشاورز و تولیدکننده در بازار رها شود. حال این حمایت می‌تواند از طریق تشکل‌ها، انجمن‌ها و اتحادیه‌ها شکل‌گیری و سامان‌دهی شود. در سایر کشورها هم که محصول شاخصی دارند، زمانی توانستند موفق شوند و آن محصول برای آن کشور ارزش افزوده داشته باشد که با تشکیل اتحادیه و یا تعاونی و ایجاد شرکت‌های اقماری در مناطق مختلف و با در اختیار گرفتن منابع مالی کشاورزان را مورد حمایت قرار دادند. برای خرما هم باید تعاونی ایجاد شود تا با در اختیار داشتن منابع مالی، به‌موقع به کشاورزان کمک مالی کند و نهادهای کشاورزی را در اختیار آن‌ها قرار دهد، سپس قیمت منطقی و مناسبی را نیز با توجه به قیمت تمام‌شده‌ی محصول، در نظر بگیرند و خرما را از کشاورز خریداری کنند و از طرف دیگر همان شرکت با توجه به ورودی که در بازارهای جهانی دارد با شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و روابط با تجار، محصول را با قیمت مناسب به فروش برساند و پول کشاورز را برگرداند. در این شرایط کشاورز دیگر دچار سردرگمی نیست؛ بنابراین می‌تواند محصولی با کیفیت عالی تولید کند. اما معضلی که در حال حاضر وجود دارد، این است که کشاورز خودش خرما را تولید و بسته‌بندی می‌کند و از آن‌جا که کسی در بازار محصول را نمی‌خرد، پای دلالتا به بازار باز می‌شود و خرما را با قیمت دل‌خواه خودشان خریداری می‌کنند و با قیمت بالا به فروش می‌رسانند؛ در این میان ضرر اصلی را تولیدکننده و مصرف‌کننده می‌کنند و سود بسیار عاید واسطه و دلال می‌شود.

اما موضوعی که اکنون وجود دارد این است که افرادی که می‌توانند چنین اتحادیه و یا تعاونی را پایه‌گذاری کنند، حاضر نیستند به میدان بیایند و معمولاً علاقه دارند که به صورت شخصی کار کنند، ضمن این‌که مردم آن منطقه هم چندان اعتمادی به این‌گونه شرکت‌ها ندارند. به نظر شما راه‌کار این معضل چیست؟

طبق تجربه‌ای که دارم به این نتیجه رسیده‌ام که هر تولیدی یک متولی می‌خواهد. به هر حال افرادی که صاحب‌نام و شاخص هستند، به صورت فردی محصول خود را تولید و به بازار عرضه می‌کنند اما کشاورزان خرده‌پا و کوچک توانایی چنین کاری را ندارند، بنابراین آدم‌های توانمند باید کنار هم بنشینند و با تعامل این کار را انجام دهند. در این رابطه انجمن خرما می‌تواند در هر منطقه چند نفر را هماهنگ کرده و تعامل ایجاد کند، منتهی نیاز به برنامه‌ریزی و ایجاد اعتماد دارد. مردم منطقه هم از ایجاد تشکل‌ها و شرکت‌های تعاونی دل خوشی ندارند؛ چرا که شرکت‌هایی که قبلاً ایجاد شده، عملکرد خوبی نداشته‌اند. ولی به هر حال این محصول، یک محصول ملی است و باید حمایت شود.

زمانی که صادرکنندگان منصفانه همه‌ی مسایل را در نظر بگیرند و با تولیدکنندگان همراه شوند و به تولید کمک کنند، تولیدکنندگان هم با رغبت بیش‌تری کار کرده و محصول با کیفیت‌تری تولید می‌کنند. به این ترتیب صادرکننده‌ها هم صادرات با کیفیت‌تری خواهند داشت...

برقراری تعامل با بخش دولتی هم برای توفیق بیش‌تر تعاونی مورد نظر ضروری است. ارزیابی‌تان از جایگاه انجمن خرما برای شکل‌گیری این تعامل چیست؟

توسعه‌ی خرما به عنوان یک محصول شاخص باغبانی کشور نیازمند تعامل همه‌ی بخش‌هاست و برای برقراری این تعامل، انجمن خرما نقش ویژه‌ای دارد. به هر حال بخش دولتی به خاطر وجود محدودیت‌ها، پرداختن به همه‌ی مسایل برایش امکان‌پذیر

اشاره؛ هجده سال سابقه‌ی مدیریت در سطوح مختلف سازمان جهاد کشاورزی در جنوب استان کرمان از جمله ریاست مرکز تحقیقات کشاورزی جنوب، ریاست سازمان جهاد کشاورزی شهرستان‌های جیرفت و کهنوج و ریاست سازمان جهاد کشاورزی سیستان و بلوچستان از جمله سوابق احمد فرید است. او پس از بازنشستگی از طریق شرکت جلگه‌ی سبز امداد که تحت پوشش مجتمع اقتصادی کمیته‌ی امداد تشکل یافته و در جنوب و جنوب‌شرق استان کرمان و استان سیستان و بلوچستان فعالیت می‌کند، با این مجتمع همکاری دارد.

احمد فرید هم‌چنین در زمینه‌ی آفات محصولات کشاورزی سابقه‌ی تحقیق دارد و شش‌ماه نیز رییس موسسه‌ی تحقیقات خرمای کشور بوده است.

با او که هم‌اکنون نایب رییس انجمن خرما و مدیر کمیته‌ی باغبانی این انجمن است به گفت‌وگو نشستیم.

با توجه به سوابق شما در جهاد کشاورزی و تحقیقاتی که در زمینه‌ی آفات محصولات کشاورزی انجام داده‌اید، نظرتان در رابطه با جلوگیری از آفات مختلف خرما، به‌ویژه عارضه‌ی خشکیدگی خوشه‌ی خرما چیست و چرا پس از گذشت مدتی طولانی که از بروز این عارضه می‌گذرد، هنوز راه‌کاری برای مقابله با آن پیدا نشده است؟

خشکیدگی خوشه‌ی خرما که به عنوان یک عارضه مطرح است، از سال ۷۲ به بعد در منطقه‌ی جیرفت - در زمانی که من رییس مرکز تحقیقات کشاورزی بودم - در یکی از باغ‌ها ایجاد شد و به تدریج در سال‌های بعد در سایر باغ‌ها نیز مشاهده شد.

البته من این عارضه را در همان سال ۷۲ به وزارت کشاورزی وقت گزارش کردم و یک‌سری طرح‌های تحقیقاتی در این زمینه مطالعه شد، اما تا به امروز مشخص نشده که این عارضه دارای ریشه‌ی بیماری خاصی باشد، اما به نظر من بر اساس بررسی‌های میدانی صورت‌گرفته در مناطق خرماخیزی که حساس‌ترین رقم خرما یعنی همان خرمای مضافتی را به خودش اختصاص داده، یکی از دلایل بروز این عارضه تغییرات اقلیمی و آب و هوایی است، که بخشی از آن به خشک‌سالی‌های چند سال اخیر برمی‌گردد. یعنی در واقع شروع عارضه‌ی خشکیدگی هم‌زمان با آغاز خشک‌سالی‌های مکرر بود و تأثیر خشک‌سالی بر تغییر اقلیم و آب و هوا باعث افزایش عارضه‌ی خشکیدگی شد. البته طی این سال‌ها تحقیقات فراوانی برای جلوگیری از این عارضه از سوی محافل مختلف علمی در جهاد کشاورزی، دانشگاه و حتی اتاق بازرگانی صورت گرفته، اما هنوز ریشه‌ی اصلی این عارضه به صورت دقیق مشخص نشده است، ولی به هر حال از آن‌جا که این عارضه به لحاظ شرایط خاص خرمای مضافتی بیش‌تر در این نوع خرما وجود دارد، بنابراین به همان میزان که خرمای مضافتی از مرغوبیت و کیفیت بالاتری برخوردار است، نیازمند مراقبت‌های ویژه‌ی بیش‌تری است.

در پنجمین جلسه‌ی انجمن خرما تأکید شما بر تشکیل اتحادیه‌های در زمینه‌ی خرما برای سامان‌دهی به بخش‌های مختلف این محصول اعم از تولید، بسته‌بندی و بازاریابی بود، در این رابطه بیش‌تر توضیح می‌دهید؟

به هر حال ما محصولی در کشور داریم به نام خرما که یک ثروت ملی است. سالانه بیش از یک‌میلیون تن تولید این محصول است که بیش‌تر در مناطق محروم و توسعه‌نیافته وجود دارد و باید اقتصاد مردم این مناطق را منجول کند. در این رابطه بخش دولتی وظایف خاص خودش را برعهده دارد؛ از قبیل مسایل فنی، بسترسازی، تأمین نهال، توسعه‌ی تحقیقات و کمک‌هایی از قبیل کنترل آفات و بیماری‌ها؛ البته تا چندی پیش هم در زمینه‌ی خرید تضمینی خرما حمایت‌هایی از جانب دولت می‌شد ولی دولت به این نتیجه رسید که بازاریابی و فروش این محصول باید توسط تولیدکننده صورت گیرد. اما بسیاری از تولیدکنندگان خرما توان حضور در بازار

از مشکلات عصبی پیش‌گیری می‌کند

گفت‌وگو

اشاره: دکتر ناصر زنگی‌آبادی متخصص مغز و اعصاب و عضو هیات علمی مرکز تحقیقات علوم اعصاب دانشگاه علوم پزشکی کرمان است که تاکنون به مدت ده سال در زمینه‌ی بیماری‌های عصبی به‌ویژه در زمینه‌ی عوارض عصبی بیماران دیابتی فعالیت کرده و در این خصوص مقالات زیادی از وی در نشریات بین‌المللی به چاپ رسیده است. وی همچنین مقالات خود را در مجامع مختلف بین‌المللی ارائه داده که از آن جمله مقاله‌ی «مقایسه‌ی اثر عصاره‌ی خرما در موش‌های آزمایشگاهی مبتلا به دیابت و یا مرض قند» است که ضمن ارائه در کنگره‌ی بین‌المللی آتن یونان، در نشریه‌ی Hindawi به چاپ رسیده است.

با دکتر زنگی‌آبادی در خصوص نحوه‌ی انجام آزمایش‌های مقایسه‌ی اثر عصاره‌ی خرما بر روی موش‌های مبتلا به دیابت، به گفت‌وگو نشستیم.



در مرحله‌ی دوم موش‌ها را در جعبه‌های مربع‌شکل قرار دادیم. از آن‌جا که حیواناتی که بیمار هستند تمایلی به حرکت ندارند و از نظر روحی هم دچار افسردگی و اضطراب می‌شوند، مشخص شد موش‌هایی که به مراتب فعال‌تر و شاداب‌تر هستند.

هستند تمایلی به حرکت ندارند و از نظر روحی هم دچار افسردگی و اضطراب می‌شوند، مشخص شد موش‌هایی که عصاره‌ی خرما دریافت کرده بودند، به‌مراتب فعال‌تر و شاداب‌تر هستند و رفتار بیمارگونه در آن‌ها کم‌تر مشاهده می‌شود.

زنگی‌آبادی افزود: در مرحله‌ی سوم حیوانات را به طوری که دردی احساس نکنند، کشیم و سپس نمونه‌هایی از این موش‌ها با میکروسکوپ نوری و الکترونیکی بافت‌شناسی شد و بافت‌های عصبی موش‌ها را مشاهده کردیم که مشخص شد موش‌هایی که عصاره‌ی خرما دریافت کرده بودند، بافت بسیار قوی و طبیعی داشتند، اما آن گروهی که عصاره‌ی خرما دریافت نکرده بودند دارای بافت‌های تخریب‌شده بودند.

وی در عین حال گفت: قبل از کشتن موش‌ها، آستانه‌ی درد هر دو گروه موش را با یک‌دیگر مقایسه کردیم که منجر به یک مقاله‌ی علمی دیگر شد مبنی بر این‌که عصاره‌ی خرما نه‌تنها از عارضه‌ی عصبی مرض قند جلوگیری می‌کند بلکه آستانه‌ی درد بیماران را نیز بالا می‌برد.

دکتر زنگی‌آبادی با بیان این‌که شاید برای برخی این سوال پیش بیاید که خرما ممکن است باعث افزایش قندخون شود، گفت: برای پاسخ به این سوال باید گفت که قبل از انجام این تحقیقات، یک طرح پژوهشی توسط دکتر اسدی اجرا شد که در آن ثابت گردید خرما قند خون را بالا نمی‌برد، بنابراین می‌توانیم از این ماده‌ی غذایی طبیعی که ضرر آن بسیار کم‌تر از مواد شیمیایی است، در پیش‌گیری از عوارض مختلف در بیماران مرض قندی استفاده کنیم.

وی همچنین گفت: در برخی مطالعات نیز اثر ضد دردی برای خرما مطرح شده است؛ به‌طوری‌که مشخص شده خرما در صورت مصرف در کمردرد و دردهای روماتیسمی دارای اثر ضد دردی است. همچنین مشخص شده که خرما باعث کلسترول LDL و تری‌گلیسرید می‌شود.

زنگی‌آبادی افزود: همچنین از طرف دیگر برخی مطالعات به علت اثر مهاری که خرما بر روی پیراکسیداسیون لیپید و اکسیداسیون پروتئین دارد، آثار ضدسرطانی و آنتی‌اکسیدانی برای خرما قابل شده‌اند.

دکتر ناصر زنگی‌آبادی در تشریح چگونگی انجام آزمایش‌های اثر عصاره‌ی خرما بر عوارض عصبی بیماری دیابتی با بیان این‌که وقتی که در بیماران مبتلا به دیابت، قند خون بالا می‌رود، بیمار دچار عوارض کلیوی، چشمی و عصبی می‌شود، گفت: در تمام دنیا هر نوع تحقیقاتی که اثری در درمان، پیش‌گیری و یا نقشی در سلامتی انسان داشته باشد، در فاز اول بر روی موش‌های آزمایشگاهی بررسی می‌شود و اگر نتایج به شکل علمی به اثبات رسید، در فاز دوم به شکل کنترل‌شده در انسان‌ها به اثبات می‌رسد.

وی افزود: در انجام آزمایش‌های اثر خرما در کاهش عوارض عصبی بیماران دیابتی، همین روش در پیش گرفته شد و در فاز حیوانی، تعدادی از موش‌ها با ماده‌ی «استرل تزوتوسین» به طور مصنوعی بیمار دیابتی شدند، سپس موش‌ها به دو گروه تقسیم شدند و در گروه اول عصاره‌ی خرما را به مدت شش هفته هر روز چهار سی‌سی از طریق لوله به معده‌ی موش‌ها وارد می‌کردیم و در گروه دوم همان رژیم معمولی بیماران دیابتی پی گرفته شد.

زنگی‌آبادی ادامه داد: پس از شش هفته نتیجه‌ی آزمایش‌ها با سه شاخصه‌ی اصلی بررسی شد، به این ترتیب که در شاخص اول

از هر دو گروه موش آزمایشگاهی نوار عصب گرفته شد که طی آن مشخص شد موش‌هایی که عصاره‌ی خرما استفاده کرده بودند، نوار عصب خوبی داشتند و نشان می‌داد که عصاره‌ی خرما از مشکلات عصبی پیش‌گیری کرده است.

وی در رابطه با شاخص دوم این تحقیقات گفت: در مرحله‌ی دوم موش‌ها را در جعبه‌های مربع‌شکل که در آن‌ها رفتارشان توسط دوربین کنترل می‌شد قرار دادیم و از آن‌جا که حیواناتی که بیمار

افزایش قیمت ۲۵ درصدی برای مشتریانی که در کشورهایی با تورم ۳-۴ درصدی زندگی می‌کنند بسیار دشوار است.

۲. منابع فراوان دولتی به جای خرید مستقیم دولت مناسب است به عنوان وام کم‌بهره در اختیار تجار و دلان معتبر خرما قرار بگیرد. این مهم دلایل و منافع زیادی دارد که به صورت خلاصه می‌توان به این موارد اشاره کرد: خروج دولت از کار غیرتخصصی، حفظ شدن منابع دولت (وام نهایتاً بازپرداخت می‌شود)، منابع مالی بیش‌تر در اختیار افراد متخصص و باتجربه قرار می‌گیرد که این امر می‌تواند بر روی گسترش بازار خرما تاثیرگذار باشد، از سازمان‌های مربوطه و ادارات دولتی می‌تواند کم شود.

تاجر در بدترین حالت ورشکست و بی‌اعتبار می‌شود، لیکن هیچ‌کدام از ما بهره‌ای از ضرردهی و بی‌اعتبار شدن دولت نمی‌بریم.

عوامل موثر بر قیمت خرما

ادامه از صفحه‌ی ۲

۵. قیمت‌های فصل قبل:

به طور طبیعی اگر قیمت خرما در انتهای فصل مصرف (ماه مبارک رمضان) بالا باشد و به اصطلاح بازار خرید و فروش آن داغ باشد با ورود به فصل برداشت به صورت خودکار پایه‌ی قیمت‌گذاری و انتظار تولیدکننده و کشاورز بالا می‌رود. (مانند ربی در انتهای فصل ۸۹ و ۸۸ که با آغاز فصل برداشت در ابتدای سال ۱۳۸۹ قیمت آن رشد شدیدی داشت.) از سوی دیگر اگر در انتهای فصل، بازار خرما راکد باشد، در آغاز فصل جدید پایه‌ی قیمت خرید از قیمت‌های پایین‌تری شروع می‌شود و امکان چانه‌زنی به‌شدت افزایش می‌یابد. (مانند خرما کیلوت در ابتدای فصل امسال)

قیمت‌های فصل قبل از آن‌جا که تصویر صحیحی از گذشته‌ی اخیر می‌دهد، برای بررسی و تنظیم قیمت فصل جدید لازم است لیکن کافی نیست. اگر فصل قبل قیمت بی‌دلیل بالا رفته باشد و آن سطح بالای قیمت به فصل جدید منتقل شود، یا به زبان خریداری منجر می‌شود که خرما کیلوت را به قیمت بالای اول فصل می‌خرد؛ چون بعداً نمی‌تواند آن را با سود بفروشد، و یا به زبان فروشنده‌ی منتهی می‌شود که به‌علت طمع نمی‌تواند خرما خود و محصول یک‌سال زحمت و هزینه کردن خود را

برای تامین مخارجش بفروشد.

قیمت خرما در فصل جدید:

قیمت‌ها در سال ۱۳۹۰ نیز بدون شگفتی نبود. در خوزستان قیمت خرما سایر تغییر زیادی نکرد. خرما می‌مضافتی بم در ابتدای فصل ارزان بود و در پایان فصل کم‌کم گران شد. خرماهای درجه ۳ و درجه ۲ کده و چروک در بم ارزش فراوانی پیدا کردند. ربی در شوک افزایش قیمت جهشی سال قبل، فصل به‌نسبت آرام‌تری را گذراند. در فارس شاهانی کمی بالا رفته و فرکان پایین آمده. قیمت کلوت و مضافتی جیرفتی به‌شدت افت پیدا کرد و زاهدی مانند سال‌های قبل لاک‌پشت‌وار بالا رفت. پیارم نیز در این راه زاهدی را همراهی کرد.

مطالب حاضر بر اساس شواهد و قرائن بازار و شنیده‌ها تنظیم شده؛ شنیده‌ها و اخباری که عمده‌ی منابع افراد جهت تصمیم‌گیری در بازار عجیب خرما است.

در پایان دو نکته قابل ذکر است:

۱. اگر قیمت خرما بر اساس تقاضای بازار مصرف (و نه خریداران و تجار عمده) بالا رود باعث خیر و برکت است. اما نوسانات مقطعی و بی‌دلیل قیمت، اولین ضربه را به تولیدکننده می‌زند و در مرحله‌ی بعد به صادرکنندگان. در داخل ایران همه‌ی ما با بالا رفتن‌های ناگهانی قیمت کالا و خدمات آشنایی داریم؛ بالا رفتن قیمت اغلب کالاها ما را متعجب نمی‌کند، ولی هضم کردن

قیمت خرماهای گوناگون ایران بیش از هر کدام از مکانیزم‌های طبیعی بازار محصولات کشاورزی (مانند تاثیر آفات بر روی محصول، بلایای طبیعی، زیاد بودن طبیعی محصول در یک فصل و...) تحت تاثیر چند عامل برجسته قرار دارد؛ حجم و کیفیت محصول، دولت، دلان، شایعه، قیمت ماه رمضان (قبل از برداشت).

گزارش

ضرورت حذف واسطه‌گران و دلالت آن از چرخه‌ی خرید و فروش خرما

در پنجمین جلسه‌ی انجمن خرما مطرح شد

پنجمین جلسه‌ی انجمن خرما با حضور اعضا در محل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن استان کرمان برگزار شد. رییس هیات امنای انجمن خرمای کرمان در این نشست ضمن تأکید بر عضوگیری هرچه سریع‌تر انجمن خرما گفت: فعالیت‌های انجمن خرما باید سامان بگیرد، نظم پیدا کند و پیشرفت نماید، ضمن این‌که باید توأم با عضوگیری انجمن، خبرنامه‌ی خرما به عنوان یک کار محوری توسط اعضا جدی گرفته شود. مهدی ایرانی کرمانی از ایجاد واحد اجرایی سفرهای نمایشگاهی و آموزشی در اتاق کرمان به‌منظور سامان دادن به سفرهای خارجی نیز خبر داد.

ایرانی همچنین به برگزاری همایش بین‌المللی علمی ارگ بم به همت اتاق ایران و کرمان در چهارم و پنجم دی‌ماه در شهرستان بم اشاره کرد و با بیان این‌که در این همایش نه‌تنها ارگ بم بلکه منظر فرهنگی بم مدنظر است، گفت: در این راستا نیازمند مشارکت و کمک فکری همکاران بومی هستیم.

وی همچنین در این جلسه در خصوص تشکیل اتحادیه‌ی تولیدکنندگان خرما که توسط یکی از اعضا مطرح شد، با بیان این‌که تشکیل اتحادیه‌های صنفی تخصصی نیازمند فرهنگ‌سازی بیشتر است، گفت: از جمله‌ی سازمان‌ها و تشکلهایی که تا حدودی توانسته توفیق داشته باشد، دفتر توسعه‌ی خوشه‌ی صنعتی خرمای بم بوده که البته یک تشکل غیربومی است.

ایرانی افزود: ایجاد یک اتحادیه و یا تشکل، زمانی باید صورت گیرد که تولیدکنندگان و تجار تشخیص دهند که غیر از منافع شخصی و خصوصی یک‌سری منافع مشترک دارند که با در نظر گرفتن این امر کارها را با سهولت بیش‌تری جلو ببرند؛ چرا که اکثر تشکلهای موفق این‌گونه شکل گرفته است.

رییس انجمن خرمای کرمان نیز در این نشست ضمن اشاره به فعالیت‌های کمیته‌ی آب، از فعالیت‌های خوب و تأثیرگذار کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی خبر داد.

محسن رشیدفرخی همچنین از راه‌اندازی تورهای صادراتی توسط انجمن خرما خبر داد و با اشاره به سفر چین گفت: سفر چین و شرکت در نمایشگاه شانگهای تجربه‌ای موفق بود که باید ادامه پیدا کند.

در این نشست همچنین سلطانی نماینده‌ی شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان با اشاره به تخصیص مبلغی برای انجام فعالیت‌های مختلف در زمینه خرما گفت: در این زمینه استان‌های دیگر خودشان پروژه‌هایی تعریف کرده و بودجه را جذب می‌کنند

ولی در کرمان تصمیم گرفتیم تا این کار به انجمن خرما سپرده شود، به این شکل که تعریف پروژه و نظارت بر اجرای آن توسط انجمن صورت می‌گیرد و شرکت شهرک‌های صنعتی پول را در اختیار انجمن خرما قرار می‌دهد تا این مبلغ هدف‌مند هزینه شود و خروجی بهتری داشته باشد.

وی افزود: همچنین در این راستا ما به دنبال یافتن کانال‌های مناسب توزیع خرما هستیم تا بدین‌وسیله دلالت و واسطه‌ها حذف شوند و خرمای استان کرمان به شکل بهتری به دست مصرف‌کننده برسد.

در ادامه، مدیر خوشه‌ی صنعتی خرمای بم نیز ضمن تأکید بر ایجاد یک تیم متخصص و کاربلد در زمینه‌ی خرما جهت شناسایی کانال‌های توزیع و فروش خرما در ادامه‌ی مباحث مطرح‌شده از سوی نماینده‌ی شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمان اظهار داشت: در این زمینه نیازمند نظارت از سوی انجمن خرما هستیم تا خروجی کار قابل اعتماد، عملی و اجرایی باشد، ضمن این‌که طرح نهایی نیز باید توسط انجمن تأیید شود.

در این راستا بایستی شرکت‌های اقماری تأسیس شود و تولیدکنندگان خرما در این شرکت‌ها عضو شوند و این شرکت‌ها با در اختیار داشتن منابع اعتباری لازم، خرما را خریداری کرده و ضمن حذف واسطه‌گران و دلالت این محصول به‌خوبی و با قیمت مناسب به دست مصرف‌کننده برسد.

در این نشست همچنین هر یک از اعضای انجمن خرما به بیان دیدگاه‌های خود پرداختند.

احمد فرید با تأکید بر این‌که باید برای خرمای کل استان کرمان برنامه‌ریزی مناسبی انجام شود، گفت: باید در زمینه‌ی بازاریابی یک کار اساسی صورت گیرد.

وی افزود: در این راستا بایستی شرکت‌های اقماری تأسیس شود و تولیدکنندگان خرما در این شرکت‌ها عضو شوند و این شرکت‌ها با در اختیار داشتن منابع اعتباری لازم، خرما را خریداری کرده و ضمن حذف واسطه‌گران و دلالت این محصول به‌خوبی و با قیمت مناسب

به دست مصرف‌کننده برسد. محمدحسین اکبری نیز بسته‌های غیراستاندارد خرما را یکی از معضلات این محصول در سال جاری برشمرد و گفت: در این رابطه باید بسته‌بندی از باغ‌ها به کارگاه‌های بسته‌بندی منتقل شود، ضمن این‌که بایستی استاندارد مناسبی برای بسته‌بندی خرما تدوین شود. وی بر عضوگیری انجمن نیز تأکید کرد و در رابطه با دیگر فعالیت‌های انجمن خرما خواستار مکاتبه با مسئولان و دریافت امتیازاتی از جمله اعطای وام، اعزام تورهای تخصصی و مشاوره‌های تخصصی به اعضای انجمن خرما شد.

طراحی یک برند تجاری مشخص برای خرما از دیگر مباحثی بود که در پنجمین جلسه‌ی انجمن خرما مورد بررسی و تبادل نظر قرار گرفت که در این زمینه محمدحسین اکبری بر طراحی و مطالعه‌ی یک برند تجاری با استانداردهای لازم توسط انجمن تأکید کرد.

امینیان یکی دیگر از اعضای انجمن نیز در این رابطه گفت: در این زمینه نمی‌توان همه‌ی تجار را مجبور کرد تا از یک برند خاص تبعیت کنند، بلکه استاندارد باید گمرک را مجاب کند تا صادرکنندگان با مشخصاتی که استاندارد تدوین می‌کند، محصول خود را صادر کنند. احمد فرید در این زمینه با بیان این‌که اگر بخواهیم خرما را سامان‌دهی و با کیفیت خوب به دنیا عرضه کنیم باید کار را از یک‌جا شروع کنیم، اظهار داشت: طی ۱۵ سال اخیر تاجران زیادی در زمینه‌ی صادرات خرما فعال بوده‌اند، اما هنوز صادرات این محصول به ۱۲۰ هزار تن نرسیده است، بنابراین باید حداقل استان کرمان دارای یک برند به صورت شاخص باشد، تا بهتر بتوان محصول را به بازارهای جهانی معرفی کرد.

آرش علوی هم با اشاره به نبود توجه اقتصادی مناسب در رابطه با صادرات خرما گفت: در زمینه‌ی صادرات خرما اگر درآمد خوب بود، آدم‌های دیگر نیز در زمینه‌ی عرضه و تقاضای این محصول ورود می‌کردند، اما الان نزدیک به نقطه‌ی اشباع هستیم.

وی با بیان این‌که بخش خصوصی اگر منفعت و حاشیه‌ی سود مناسبی داشته باشد، ورود می‌کند، اظهار داشت: باید در قالب انجمن خرما و کانون خرما فعالیت‌ها را افزایش داد تا بازار تقاضای این محصول افزایش یابد.

سجادی نیز با اشاره به توزیع کارت‌ن توسط سازمان تعاون روستایی در سالیان گذشته گفت: کارت‌هایی که آن زمان توزیع می‌شد، تاریخ تولید و مصرف داشت، اما متأسفانه هم‌اکنون کارت‌های خرما همی نوع مشخصه‌ای از جمله تاریخ تولید و مصرف و بارکد ندارند.

وی افزود: هم‌اکنون کار توزیع ۱۲۰ هزار کارت‌ن در منطقه، توسط ۶ تا نفر انجام می‌شود که البته می‌توان این تعداد را مجاب کرد تا یک برند خاص کارت‌ن را تولید و عرضه کنند.

سجادی با بیان این‌که اکنون تک برند دیگر در بازارهای تجار و معنی ندارد، گفت: بحث برندسازی و ثبت تاریخ تولید، مصرف و بارکد بر روی کارت‌ن قابل انجام است.

وی در عین حال با اشاره به کشورهای موفق در زمینه‌ی صادرات از جمله تونس و مالزی گفت: تمام کشورهایی که در زمینه‌ی صادرات محصول خود موفق شده‌اند، از حمایت‌های دولتی بهره‌مند بوده‌اند. در پایان این نشست نیز دبیر کانون خرما با تأکید بر این‌که انجمن خرما باید راه‌کارهای تعامل با بخش دولتی را پیدا کند و استاندارد به عنوان مدیر ارشد استان و رییس کانون خرمای کشور می‌تواند بی‌گیر مسایل خرما در استان باشد، گفت: اعضای انجمن خرما همگ صاحب‌نظر هستند، بنابراین باید این نظرات جمع‌بندی و به مدیران بخش دولتی ارائه شود.

پورخاتون با بیان این‌که هنوز نتوانسته‌ایم در دنیا تقاضای خوب برای خرما پیدا کنیم، اظهار داشت: در زمینه‌ی توجیه اقتصادی این محصول باید فعالانه‌تر عمل کنیم و در خصوص تجارت و بازرگانی خرما نیز باید حرف برای گفتن داشته باشیم.

وی افزود: باید با استفاده از امکانات دولتی سازمان توسعه تجارت، یک برند تجاری خاص برای خرما در نظر گرفته شود. محصول خرمای ایران به‌ویژه استان کرمان با ویژگی‌های خاصی دارد به بازارهای جهانی معرفی و عرضه شود.



ضرورت تبلیغ در سطح ملی برای مصرف خرما



اولین جلسه‌ی کمیته‌ی تخصصی آب کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی استان کرمان برگزار شد.

در این جلسه که با حضور نایب‌رییس اتاق ایران، رییس کمیسیون کشاورزی اتاق ایران و رییس و اعضای کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان برگزار شد، نایب‌رییس اتاق ایران از تشکیل ۱۸ کمیسیون در اتاق ایران خبر داد و گفت: کمیسیون‌ها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار

هستند و اتاق بازرگانی اگر کمیسیون‌های موفق، همه‌جانبه‌نگر، همه‌گیر، فرابخشی و فرااستانی داشته باشد که مطالب را بر اساس واقعیت‌ها و شرایط روز دنیا و کشور به بحث بگذارد، جمع‌بندی کنند و به اتاق ایران ارایه دهند، موفقیت بیش‌تری خواهد داشت.

محسن جلال‌پور هم‌چنین با بیان این‌که اگر بخواهیم در اتاق کرمان از ده کمیسیون اصلی، سه کمیسیون را محور قرار دهیم، به خاطر شرایط استان در زمینه‌ی کشاورزی به‌طور قطع یکی از آن‌ها کمیسیون کشاورزی است، گفت: کمیسیون کشاورزی کرمان بسیار جای کار دارد و حضور رییس کمیسیون کشاورزی اتاق ایران در کرمان نیز بیان‌گر همین موضوع است.

وی افزود: در همین رابطه، بحث آب هم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

رییس کمیسیون کشاورزی اتاق ایران نیز در این نشست پیشنهاد داد: مطالعات آب شمال استان توسط کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان تکمیل و به عنوان یک طرح ملی در یک منطقه‌ی بحرانی به طور آزمایشی در سطح کشور مطرح شود، تا با این کار نشان دهیم که بخش خصوصی هم می‌تواند به صورت راهبردی به مساله‌ی آب نگاه کند.

کریمی‌پور انجام کار تحقیقاتی برای مدل‌سازی تحت عنوان مناطق نیمه‌بیابانی و بیابانی ایران، آب و توسعه در کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان خواستار شد و گفت: با این کار می‌توان برای این‌که آب موجود را باید به چه صورت مصرف کنیم، مدل و شیوه ارائه کرد.

وی بررسی سوابق قانونی آب را نیز مهم تلقی کرد و گفت: یکی دیگر

از کارهایی که کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان می‌تواند انجام دهد، بررسی سوابق آب از ابتدا تاکنون است و تجمع آن‌چه که در قوانین، آیین‌نامه‌ها و شیوه‌نامه‌های موجود در کشور وجود دارد، ضمن این‌که این کمیسیون می‌تواند برای قوانین آتی کشور ایده‌پردازی کند تا بستری شود برای تصمیم‌گیری‌های میزهای عالی کشور، از جمله مجلس و مجمع تشخیص مصلحت نظام.

کریمی‌پور هم‌چنین از کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان خواستار تدوین نقشه‌ی تشکلی کشاورزی استان شد.

وی به انجمن خرمای استان کرمان نیز اشاره کرد و گفت: انجمن خرما در کرمان باید با مدل انجمن پسته تقویت شود، ضمن این‌که باید دست‌اندرکاران خرما با تورهای تخصصی به کشورهای دیگر از جمله تونس و عراق سفر کنند و نقاط قوت و ضعف رقبا را دریابند.

کریمی‌پور بر تقویت نشریه‌ی خرما، تبلیغ در سطح ملی برای مصرف خرما و تشکیل ورکشاپ مصارف تکمیلی خرما با حضور فعالان صنایع فرآوری و تکمیلی نیز تاکید کرد.

وی هم‌چنین خواستار ایجاد تشکلی قوی در زراعت و دام‌داری شد و گفت: با توجه به آمار و ارقام قابل توجهی که استان کرمان در زمینه‌ی زراعت و دام و طیور دارد، بایستی این مجموعه‌ها دارای یک تشکلی قوی و فعال باشند.

وی با بیان این‌که کشت گل‌خانه‌ای می‌تواند محور توسعه‌ی جنوب استان کرمان باشد، تصریح کرد: در این رابطه قبل از هر چیز باید مساله‌ی لجستیک گل‌خانه‌ها، تکنولوژی و بسترهای آن و بازار قبل از سرمایه‌گذاری حل شود.

وی هم‌چنین با بیان این‌که باید بخش خصوصی را رشید، بالغ و بالنده نشان بدهیم، گفت: همان‌گونه که دولت و مجلس مراکز پژوهشی بزرگی دارند، بخش خصوصی هم باید با همان ابزار حاکمیت برنامه‌ریزی کند؛ چرا که تولیدات فاخر راهبردی و تلاش برای پخش آن در گروه‌های هدف، آثار خوبی به همراه خواهد داشت.

بازار خرما

خرمای مضافتی ۴۸ دانه هر کیلو	
۸ تا ۸/۵ کیلو	۱۵۰۰ تا ۱۷۰۰ تومان
۸/۵ تا ۹ کیلو	۱۷۰۰ تا ۲۰۰۰ تومان
۹ کیلو به بالا	۲۰۰۰ تا ۲۲۰۰ تومان

شرکت تعاونی تولیدی پودر و کود ماهی خزر ایستیس
تولید کننده کودهای آلی و ارگانیک و ماهی با پایه پروتئینی ویژه باغات خرما و مرکبات
ثبت ۷۴۱

نماینده‌ی انحصاری در شهرستان بوم و حومه:
حاج محمد حسن اکبری بزی
۰۹۱۳۱۴۴۰۲۸۶
دارنده پروانه بهره‌برداری از وزارت جهاد کشاورزی

اولویت‌بندی بازارهای هدف خرما

استان بعد از زعفران و پسته، نسبت به سایر محصولات کشاورزی استان، مزیت صادراتی بیش‌تری دارد.

در ادامه‌ی تحقیق، فهرست کلیه‌ی بازارهای هدف محصول خرما بدون در نظر گرفتن هیچ شاخصی، تهیه شد و پس از آن با توجه به تحقیقات انجام‌شده و نظر خبرگان کشاورزی، هشت شاخص زیر به عنوان شاخص‌های اولویت‌بندی بازارهای هدف خرما تعیین شدند:

شاخص ۱: نسبت متوسط واردات محصول خرما توسط هر بازار هدف به کل واردات جهانی محصول خرما.

شاخص ۲: نسبت متوسط واردات محصول خرما توسط هر بازار هدف به کل واردات همان بازار هدف.

شاخص ۳: مزیت نسبی وارداتی خرما برای هر بازار هدف.

شاخص ۴: پتانسیل وارداتی هر کشور واردکننده (بازارهدف) خرما.

شاخص ۵: پتانسیل صادراتی استفاده‌نشده‌ی ایران از محصول خرما.

شاخص ۶: مسافت ایران با هر یک از بازارهای هدف.

شاخص ۷: متوسط رشد واردات هر واردکننده‌ی محصول خرما.

شاخص ۸: ریسک تجاری و سیاسی مربوط به هر یک از بازارهای هدف.

در ادامه، با استفاده از نظر صادرکنندگان و خبرگان و استفاده از نرم‌افزار تصمیم‌گیری AHP به هر یک از شاخص‌های فوق وزن داده شد و در پایان با توجه به وزن هر یک از شاخص‌ها و میزان هر یک از شاخص‌ها برای هر بازار هدف، بازارهای هدف خرما اولویت‌بندی شدند.

آن‌چه توضیح داده شد، خلاصه‌ای از روش انجام تحقیق «اولویت‌بندی بازارهای هدف خرما» بود. در شماره‌ی آینده، چگونگی اندازه‌گیری مزیت نسبی صادراتی خرما و بازارهای هدف خرما بیان می‌شود.

پی‌نوشت:

۱. سیمای کشاورزی استان در سال ۱۳۸۸ (انتشارات استانداری)

یادداشت



معصومه سعید
کارشناس ارشد بازاریابی بین‌الملل
مسئول کارگزاری صندوق ضمانت صادرات استان کرمان و دبیر کمیسیون صادرات اتاق

دست‌یابی به رشد اقتصادی پایدار، یکی از اهداف کشورهای در حال توسعه است. بنابراین عواملی که باعث رشد اقتصادی پایدار می‌شوند، دارای اهمیتی ویژه هستند. یکی از این عوامل، توسعه‌ی صادرات غیرنفتی است و برای توسعه‌ی صادرات غیرنفتی، شناسایی بازارهای بالقوه‌ی صادراتی اقدام صادراتی مزیت‌دار و اولویت‌بندی کردن آن‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است.

انتخاب صحیح بازار هدف به عنوان گام اول شناخت خواسته‌ها و انتظارات خریداران در هر بازار بسیار حائز اهمیت است. انتظارات صادرکنندگان از عرضه‌ی کالاها به بازارهای مصرفی خارجی، کسب سود و درآمد مستمر توأم با رضایت مشتریان در طول زمان است. امروزه که عرضه‌ی کالاها در بازارهای خارجی در شرایط رقابتی و در سطح انبوه و قدرت انتخاب بالای مصرف‌کنندگان صورت می‌گیرد، شناخت بازارهای مصرفی خارجی و سلاقی مصرف‌کنندگان آن‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است. در این بازار رقابتی، برندگان کسانی هستند که بتوانند به‌خوبی ویژگی‌ها و انتظارات مصرف‌کنندگان را شناسایی و کالاهای مورد نیاز آن‌ها را عرضه کنند.

استان کرمان با ۳۳/۹۶ درصد سهم از کل تولید خرمای کشور، جایگاه نخست تولید خرمای کشور را داراست و ۲۸/۰۶ درصد تولیدات باغی استان را شامل می‌شود. این محصول در ۱۱ شهرستان کشت و تولید می‌گردد؛ شهرستان بوم با ۲۷/۲۲ درصد تولید استان در رتبه‌ی اول قرار

ارگانی هیوم OrganiHUME

Organic Humic Mineral Complex

بالاترین کیفیت کاتالیزور جهانی، بهترین کود آلی

حتی بهترین کودهای دنیا با آب و زمین قلیایی ایران به یک کاتالیزور (تجزیه کننده) نیاز دارند. شرکت پدیده نو آور نماینده انحصاری ارگانی هیوم در ایران بهترین کاتالیزور جهان را برای شما به ارمغان آورده است.

به گفته کشاورزان:
«با استفاده از ارگانی هیوم، برداشت خود را حداقل ۴۰ درصد افزایش دهید»

● اصلاح و غنی کننده خاک ● ایجاد مقاومت در برابر سرما و گرمای دگی ● صد در صد طبیعی

www.organihume.com

نشانی: کرمان، بلوار جهاد، نبش کوچه ۶۰، پلاک ۷. تلفن: ۰۳۴۱ ۲۴۷۰۹۵۷ - ۰۳۴۱ ۲۴۴۷۷۶۵
تلفن همراه: ۰۹۱۳۶۶۴۲۵۲

- مشارکت مؤثر در بهبود مستمر بهره وری در بخش کشاورزی
- ترویج استفاده صحیح از منابع خاک، آب، هوا، انرژی و سرمایه های انسانی
- بومی سازی روشهای نوین در اقتصاد کشاورزی ایران

بازارگان کالا
توسط سازمان ملی خرمایی
Bazargan Kala
Developing Our Potential

سازمان ملی خرمایی ایران - بولوار جهاد، نبش کوچه ۶۰، پلاک ۷، کرمان
تلفن: ۰۳۴۱ ۲۴۴۷۷۶۵ - ۰۳۴۱ ۲۴۷۰۹۵۷
وبسایت: www.kermanpda.com

از هم اکنون به فکر جلوگیری از خشکیدگی خرمای سال آینده باشید

جنوبگان

کود کمپلکسی مخصوص انجلیات

این کود به منظور افزایش محصول، درشتی خرما و پیشگیری از خشکیدگی خوشه فرموله شده است

هر نخل ۳ کیلو کود جنوبگان در آبان و ۲ کیلو در بهمن ماه به همراه کود حیوانی یا به تنهایی مصرف گردد

با مصرف کود جنوبگان
انجلیات از خشکیدگی در دوره بارش (بهار) جلوگیری می شود

جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۰۳۴۱-۲۴۶۱۷۳۳ تماس گرفته و یا به سایت شرکت مراجعه نمایید

گروه تولیدی صنایع شیمیایی خرمایی
KermanZamin Chemical Industries
www.kermanzamin.com

HUMI GREEN

کود کامل هومی گرین مناسبترین جایگزین

برای کودهای حیوانی و شیمیایی
راهی مطمئن، آسان، اقتصادی
برای تغذیه باغات خرما و مرکبات

تولیدکننده در شرکت برافزا کشاورزی پارس
دفتر مشاوره و فروش: کرمان، بلوار جمهوری ۲۰، متری نادر، کوچه ۱۸، پلاک ۸
تلفن: ۰۹۱۳۲۱۲۷۷۵-۰۳۴۱-۲۴۴۲۳۱۵۱۰-۲۴۴۲۳۱۵۱۵۶-۰۳۴۱-۲۴۴۲۳۱۵۱۵۶
آدرس: بم، خیابان امام خمینی، فروشگاه آرگ موتور

تولیدکننده انواع کود

آلی - معدنی - عمومی - اختصاصی
مصارف در سیستم آبیاری، خاکی، محلول پاشی

آدرس کارخانه: شهرک صنعتی خضرا، فاز الف - خیابان سوم فرعی دوم
تلفن: ۰۳۴۲۰ ۱۸۷ - ۸ / آدرس دفتر: کرمان - خیابان امام

MARYAM FRUIT

بازرگانی علی اصغر شهبا

اولین صادر کننده خرمای بناروم (مریمی) به جهان

صادر کننده نمونه ی سال های ۸۲، ۸۶، ۸۸، ۸۹ استانی

تلفن: ۰۳۴۵-۴۲۲۱۴۶۵ ۰۲۱-۸۸۹۶۹۶۹۴

تلفن: ۰۳۴۵-۴۲۲۸۲۴۲ ۰۲۱-۸۸۸۹۰۵۱۲