

سرخن سردبیر

کار گروهی و توجه به منافع جمع

۱. مدیران یک کارخانه آگاهی می‌بایند کالایی که تولید می‌کنند بیش از کشتش بازار است و با قیمت‌های تمام‌شده آهنگ فروش کم شده و انبارهایشان انباشته از کالایی به فروش نرفته است. جلسه‌ای با کارگران تشکیل می‌دهند و مطلب را با کارگران در میان می‌گذارند و عنوان می‌کنند که به نظر مدیران راه برون‌رفت از معضل این است که کارخانه به مدت یکی دو ماه تعطیل شود و کالایی تولید نشود، حقوقی پرداخت نشود تا انبارها خالی شوند؛ چون در غیر این صورت کارخانه ورشکست می‌شود و همه بیکار می‌شوند. کارگران و نمایندگان آن‌ها از مدیران کارخانه خواهش می‌کنند که جلسه را ترک کنند تا کارگران راجع به پیشنهاد مدیران هم‌اندیشی کنند و نظرات‌شان را به مدیران اعلام کنند. پس از یکی دو ساعت شور و مشورت، نماینده‌ی کارگران به اطلاع مدیران می‌رساند که می‌توانند به جلسه بازگردند. نماینده‌ی کارگران پشت تریبون قرار می‌گیرد و نظر جمعی کارگران را به مدیران بدین‌گونه اعلام می‌کند: کارگران تصمیم گرفته‌اند که برای دو ماه آینده انتظار هیچ دستمزدی نداشته باشند و کما فی‌السابق هر روز به تولید کالا خواهند پرداخت تا کارخانه بتواند کالاهایش را با قیمتی نازل‌تر از گذشته به بازار عرضه کند و بحران تولید و سایر مخاطرات از کارخانه رفع شود.

۲. صادرکنندگان خرما، چه از طریق شرکت در نمایشگاه‌های مختلف محصولات غذایی در سراسر دنیا و چه با مسافرت‌های انفرادی به اقصی نقاط دنیا، در پی پیدا کردن مشتری برای خرما بوده و هستند و جای بسی خوش‌وقتی است که شاهد هستیم جنب‌وجوش در این حیطه فزونی گرفته. گه‌گاه شنیده می‌شود به جای تشریح مساعی و هم‌افزایی تلاش‌ها و دست‌اوردها، رقابت‌های تخریبی صورت می‌گیرد. صادرکننده یا صادرکنندگانی در نقطه‌ای از دنیا بازاریابی کرده و یک یا چند مشتری پیدا کرده‌اند، دیگری پیدا می‌شوند که به سراغ آن خریداران می‌روند و به هر دلیلی، از جمله قیمت جدید ارز، قیمت پایین‌تری عرضه می‌کنند و به اصطلاح معروف بازار شکیبی می‌کنند و دور تسلسل مخربی را می‌آفرینند که واقعا و حقیقتا بر سر شاخ نشستن و بن بریدن است. این یک واقعه نیست که فقط یک مرتبه اتفاق افتاده. سال‌هاست که این الگو تکرار می‌شود و ظاهراً قبح عمل و آسیبی که به بازار می‌رسد دیده نمی‌شود.

تفاوت را ملاحظه می‌فرمایید؟ مطلبی را که زاینی‌ها و اغلب کشورهای اروپایی و یهودیان پراکنده‌ی دنیا دستگیرشان شده و همین مطلب یکی از دلایل توفیق و پیشرفت آن‌ها شده، این است که آن‌ها یاد گرفته‌اند در کنار بها دادن به دانش و علوم جدید، کار گروهی و توجه به منافع جمع راز و کلید کار است. آن‌ها آموخته‌اند که راه میان‌بری وجود ندارد، باید دانش کار را آموخت و باید کار گروهی کرد. به امید روزی که این آموزه و تجربه در تجارت خرما ملاک کار قرار گیرد و خرما قیمت واقعی خود را پیدا کند.

پایدار باشید.



«تور صنعتی و سیاحتی خوزستان»/ ۲ (صفحه‌ی ۲)

از کارگاه الگویی بسته‌بندی خرما تا نخلستان‌های مادری

(صفحه‌ی ۳)

گفت‌وگو با «بهناز حسن‌بیگ» صادرکننده‌ی خرما

با وحدت صادرکنندگان، بسیاری از مشکلات برطرف می‌شود

(صفحه‌ی ۴)

در جمع فعالان خرمای استان کرمان

نایب‌رییس اتاق ایران بر راه‌اندازی تشکل‌های مختلف در کشور تاکید کرد

(صفحات ۴ و ۵)

در نخستین نشست انجمن خرما در سال ۱۳۹۲ مطرح شد

ضرورت تشکیل شرکت اقتصادی قدرتمند برای ورود به بازار بزرگ چین

از کلیه فعالان خرما درخواست می‌گردد مشکلات و پیشنهادهای خود در زمینه‌ی محصول خرما اعم از تولید، نگاه‌داری، بسته‌بندی، استاندارد، صادرات و... را به دبیرخانه‌ی انجمن انتقال دهند تا در جلسات کمیته‌های تخصصی انجمن، کارشناسی و پیگیری گردد.

تلفن دبیرخانه: ۰۳۴۱-۲۵۱۹۹۹۵

فکس دبیرخانه: ۰۳۴۱-۲۵۳۵۲۷۰

www.kermanpda.com/contact

«تور صنعتی و سیاحتی خوزستان» / ۲

از کارگاه الگویی بسته‌بندی خرما تا نخلستان‌های مادری

دبیر انجمن خرما: در ادامه تور صنعتی-سیاحتی خوزستان انجمن، از موسسه تحقیقات خرما و میوه‌های گرمسیری بازدید به عمل آمد. این موسسه با هدف تمرکز، بهبود و توسعه فعالیت‌های تحقیقاتی روی خرما و میوه‌های گرمسیری (انبه، موز، چیکو، کنار، گواوا، پاپایا و...) در سطح کشور و روزآمد کردن این فعالیت‌ها با پیشرفت‌های نوین تحقیقات کشاورزی به منظور حفظ، حمایت و ارتقای کمی و کیفی جایگاه این محصولات در عرصه‌های داخلی و خارجی و بهبود شاخص‌های اقتصادی توسعه و تولید این محصولات و فرآورده‌های جانبی و صنایع وابسته در راستای اهداف توسعه‌ی پایدار کشاورزی در سال ۱۳۷۲ تأسیس شده است.

در ابتدای این بازدید، هیات اعزامی نشست مشترکی با دکتر لطیفیان، معاونت پژوهشی موسسه و مهندس امانی، ریاست بخش خدمات فنی تحقیقاتی برگزار کرد. در این نشست دکتر لطیفیان ضمن خیرمقدم به اعضای انجمن، مختصری از فعالیت‌ها و وظایف موسسه ارائه کرد.

دکتر لطیفیان با بیان این که موسسه در زمینه تحقیقات به‌زراعی، گیاه‌پزشکی، آبیاری و تغذیه، تولید و تبدیل و نگهداری خرما و سایر محصولات گرمسیری فعالیت می‌کند، اظهار داشت: گلخانه‌های تحقیقاتی و آزمایشگاه‌های گیاه‌پزشکی، به‌زراعی، آب و صنایع غذایی به ما کمک می‌کنند. کتابخانه‌ی موسسه در بین مراکز تحقیقاتی غنی‌ترین کتابخانه می‌باشد که بیش‌ترین تعداد کتاب‌ها را در مورد خرما

و میوه‌های گرمسیری در آن نگهداری می‌کنیم. همچنین موسسه در استان‌های خرمین، خرمیز دارای ایستگاه‌های تحقیقاتی شامل ایستگاه ام‌التیمیر واقع در ۱۰ کیلومتری اهواز در استان خوزستان، ایستگاه حاجی‌آباد واقع در ۱۶۵ کیلومتری بندرعباس در استان هرمزگان، ایستگاه میناب واقع در ۱۱۵ کیلومتری بندرعباس در استان هرمزگان، ایستگاه باهوکلان واقع در ۱۰۰ کیلومتری مرکز چابهار در استان بلوچستان، ایستگاه زهک واقع در ۲۵ کیلومتری مرکز زابل در استان سیستان، ایستگاه جهرم واقع در ۵ کیلومتری مرکز جهرم در استان فارس، ایستگاه شبانکاره واقع در ۲۵ کیلومتری دشتستان در استان بوشهر، ایستگاه عزیزآباد واقع در ۵۰ کیلومتری بم در استان کرمان و ایستگاه واقع در علی‌آباد جیرفت در استان کرمان می‌باشد.

وی به وبسایت اشاره کرد و گفت: اطلاع‌رسانی عمومی از طریق این سایت صورت می‌گیرد و آخرین آمار و اطلاعات مربوط به خرما گرمسیری در کشور و در دنیا را در این وبسایت نگهداری و به‌روز می‌کنیم. امکان تماس با ما از طریق این وبسایت فراهم است و اگر کاربران سوال فنی درخصوص خرما و میوه‌های گرمسیری داشته باشند می‌توانند از طریق این وبسایت با ما تماس بگیرند و در اسرع وقت سوال را اگر بتوانیم جواب می‌دهیم، در غیر این‌صورت به عنوان یک فرضیه‌ی جدید یک هدف تحقیقاتی تعریف می‌کنیم و در جهت پیدا کردن مشکلاتش قدم برخواهیم داشت.

معاونت پژوهشی موسسه‌ی تحقیقات خرما و میوه‌های گرمسیری در تصریح این‌که یکی از وظایف مهم مؤسسه، حفاظت از چهارصد رقم خرمای کشور است، خاطر نشان کرد: به همین منظور هم کلکسیون‌های تحقیقاتی متعددی در کشور داریم که در واقع یکی از مهم‌ترین آن‌ها کلکسیون اهواز است که در مساحت حدود ۱۲ هکتاری در آن تعدادی از ارقام خرما را نگهداری می‌کنیم. همچنین نخلستان‌های مادری‌مان حدود ۴۰ هکتار است که به عنوان پایه تحقیقات و تأمین مواد اولیه برای تکثیر مورد استفاده قرار می‌گیرد.

یکی از وظایف مهم مؤسسه، حفاظت از چهارصد رقم خرمای کشور است...
به همین منظور هم کلکسیون‌های تحقیقاتی متعددی در کشور داریم که در واقع یکی از مهم‌ترین آن‌ها کلکسیون اهواز است که در مساحت حدود ۱۲ هکتاری در آن تعدادی از ارقام خرما را نگهداری می‌کنیم. همچنین نخلستان‌های مادری‌مان حدود ۴۰ هکتار است که به عنوان پایه تحقیقات و تأمین مواد اولیه برای تکثیر مورد استفاده قرار می‌گیرد.

وی در ادامه به ۷۱ عنوان پروژه‌ی تحقیقاتی موسسه در زمینه خرما و نمونه‌های گرمسیری در سال‌های ۱۳۷۲ تا ۱۳۹۰ اشاره کرد و اظهار داشت: اصلی‌ترین پروژه‌های تحقیقاتی ما در زمینه مدیریت تلفیقی کنترل آفات، بیماری‌ها و علف‌های هرز خرما و سایر میوه‌های گرمسیری، آبیاری تحت فشار و سایر روش‌های آبیاری، شوری آب و خاک، اصلاح الگوی تغذیه، به‌زراعی و به‌زراعی در زمینه خرما و میوه‌های گرمسیری، کشت بافت، برداشتی انواع مختلف خرما، مکانیزه کردن نخلستان‌ها، شست‌وشو، درجه‌بندی، ضد عفونی و بسته‌بندی خرما بوده است.

بعد از پایان این نشست، هیات اعزامی انجمن از قسمت‌های مختلف موسسه بازدید به عمل آوردند.

کارگاه الگویی بسته‌بندی خرما:

این کارگاه به منظور ارائه روش‌های صحیح بسته‌بندی خرما به صاحبان صنایع و فعالان بخش تولید خرما به منظور ارتقای جایگاه جهانی خرما، ایجاد بستر تحقیقاتی مناسب جهت انجام تحقیقات کلیدی بسته‌بندی خرما و همچون جایگزینی متیل‌بروماید، برقراری سیستم HACCP، هسته‌گیر، شست‌وشو و خشک‌کردن بهداشتی خرما راه‌اندازی شد. احداث این کارگاه با صرف اعتبار بیش از ۲۵۰ میلیون تومان در مساحتی برابر ۳۰۰ مترمربع مطابق با استانداردها صورت گرفته است. عملیات احداث با همکاری سازمان توسعه‌ی صنعتی ملل متحد (UNIDO)، معاونت بهبود تولیدات گیاهی وزارت جهاد کشاورزی و سازمان جهاد کشاورزی خوزستان انجام شده و تجهیزات مورد نیاز این

کارگاه با ظرفیت اسمی ۱۰۰ کیلوگرم در ساعت و با اعتبار بیش از ۲۲۰ هزار یورو از طریق معاونت بهبود تولیدات گیاهی وزارت جهاد کشاورزی از شرکت ایتالیایی SOVIMP خریداری شده و در سایت اصلی نصب شده است. دستگاه‌های این کارگاه شامل میز پاک‌سازی خرما و دستگاه‌های شست‌وشوی خرما، خمیرکن، هسته‌گیر سوزنی، پرس خرما، دوخت ریلی و بسته‌بندی تحت خلأ کیسه‌ای بودند.

گلخانه‌های تکثیر نخل روغنی:

در اوایل سال ۱۳۸۸، بررسی سازگاری ارقام نخل روغنی (oil palm) در دستور کار مؤسسه قرار گرفت. نیاز مبرم و روزافزون کشور به واردات روغن‌های نباتی به خصوص روغن‌های با ارزش غذایی و دارویی و کیفیت بالا مانند روغن نخل و خروج سالانه بیش از نیم میلیارد دلار از کشور جهت واردات این روغن و حایز بودن عملکرد منحصره‌فرد در میان دانه‌های روغنی، تولید روغن و سایر فرآورده‌های ارزشمند از نخل روغنی و همچنین وجود بستر مناسب و شرایط اقلیمی مساعد کشت و پرورش اهمیت کشت این محصول را در کشور نشان می‌داد.

بذر جوانه‌زده‌ی ۸ رقم اصلاح‌شده‌ی نخل روغنی با ویژگی‌های برتر و مناسب شرایط اقلیمی و آب و خاک مناطق مختلف کشور برای اولین‌بار در تاریخ ایران در دو مرحله (آزمایشی و نهایی) به ترتیب در اوایل و اواخر سال ۸۹ وارد کشور شد. کشت بذر و پرورش نهال در گلدان کوچک با رعایت دقیق موازین فرزندینه‌ی نباتی در گلخانه‌های واقع در ایستگاه‌های تحقیقاتی ام‌التیمیر (اهواز)، قراخیل (قائم‌شهر) و باهوکلان (چابهار) در اواخر سال ۸۹ انجام شد (پیش‌خرانه). سپس احداث گلخانه و سایه‌بان و انتقال نهال به گلدان بزرگ با فواصل بیش‌تر در آبان‌ماه ۹۰ صورت پذیرفت (خرانه‌ی اصلی). تاکنون، نهال‌های تولیدشده در مرحله‌ی خرانه در هر سه منطقه‌ی اهواز، قائم‌شهر و چابهار، رشد رویشی و سازگاری بسیار خوبی با شرایط اقلیمی و آب و خاک این مناطق نشان داده‌اند. به‌گفته‌ی مهندس امانی، ریاست بخش خدمات فنی تحقیقاتی موسسه، این طرح در مناطق مستعد کشت در استان‌های خوزستان، بوشهر، فارس، هرمزگان، سیستان و بلوچستان، کرمان و مازندران قابل توسعه می‌باشد.

نخلستان‌های مادری:

در پایان از نخلستان‌های مادری موسسه بازدید به عمل آمد. دلیل انتخاب خوزستان برای ستاد موسسه‌ی تحقیقات خرما و میوه‌های گرمسیری کشور، وجود آب و هوای مناسب، اراضی وسیع، آب فراوان رودخانه‌ی کارون و تنوع ارقام محصول خرما بوده است. این موسسه ۲۲۰ هکتار از اراضی استان را در اختیار داشت که تنها ۳۵ هکتار به خرما اختصاص یافته بود.

موسسه در این زمین کلکسیونی از ارقام خرما از جمله برچی، استعمران، زاهدی و مجول با سیستم آبیاری بابلر (تحت‌فشار) داشت.



سعی کنند واریته‌ها و قیمت‌های کشورهای خرماخیز دیگر را بشناسند و با توجه به قیمت رقبای جهانی به مشتریان خارجی قیمت بدهند. به‌طور مثال خرما مضافتی که در استان کرمان به دست می‌آید در دنیا رقیب ندارد و بی‌نظیر است؛ حتماً برایتان جالب باشد که بدانید خرما مضافتی را ما برای اولین بار در سال ۶۸ به کشور سنگاپور با قیمت ۳۰۰۰ دلار در تن صادر کردیم؛ در حالی که امسال دارد با قیمت‌هایی حدود ۱۲۰۰ تا ۱۶۰۰ دلار دارد به بازارها عرضه می‌شود. رقیب مضافتی ما در جهان خرما دیگلت نور تونس است که اینک دارد با قیمتی حدود ۳۸۰ تا ۴۸۰ دلار در کیلو در دنیا فروش می‌رود. چرا مضافتی ما نباید چنین جایگاهی را که واقعا هم شایسته‌اش است نداشته باشد. چرا باید خرمایی را که حکم جواهر دارد یک دلار و بیست سنت بفروشیم. مشکل تجار در ایران این است که با خودشان رقابت می‌کنند، و همیشه سعی دارند تا مشتری رقیبشان را با اسلحه قیمت بگیرند و کل بازار را خراب کنند؛ در حالی که در مثلاً کشور تونس قیمت دوتا از بزرگ‌ترین تولیدکننده‌هایشان فقط تا ده سنت شاید با هم تفاوت داشته باشد.

برای آشنا شدن صادرکنندگان با نحوه‌ی کار چه باید کرد؟

باید برای کسانی که قصد دارند وارد کار صادرات شوند توسط اتاق بازرگانی و انجمن‌ها دوره‌های آموزشی گذاشته شود. در نشریه‌ی خرما هم باید حداقل سالی دوبار قیمت خرماهای مختلف در بازارهای جهانی اعلام شود؛ یکبار در آغاز فصل و یکبار در آغاز فصل خرید برای ماه رمضان؛ ضمن این که باید آمار صادرات و تولید کشورهای خرماخیز بیان شود تا صادرکنندگان از همه‌ی مسائلی که در بازار خرماهای جهان می‌گذرد آگاه شوند. آگاهی از وضعیت محصول سال کشورهای خرماخیز هم بسیار مهم است؛ به‌خصوص واریته‌هایی که رقیب خرماهای ایرانی هستند. مثلاً خرماهای اصل پاکستان که رقیب سایر خوزستان ماست، در ماه اگوست در معرض باران‌های غیرقابل پیش‌بینی و از بین رفتن است. صادرکنندگان ما نیز باید خبر بگیرند و ببینند که اگر مشکلی برای اصل پیش آمده چطور با خریداران سایر برخورد کنند و یا اگر وضع محصول بسیار خوب باشد هم باز باید بداند تا بتواند با خریداران سایر در قیمت‌گذاری سیاست صحیح را در پیش بگیرد.

نکته‌ی حائز اهمیت دیگر این است که شهروند ایرانی که خرما در کشور تولید می‌شود؛ باید خرما را از آنجا که در کشور واردکننده عرضه می‌شود بخرد؛ ولی متأسفانه واقعیت این نیست. تولیدکنندگان و تجار، خرما را به همان قیمتی که مثلاً به استرالیا می‌دهند؛ به میدان تختی هم که بازار داخل را پوشش می‌دهد، عرضه می‌کنند و می‌بینیم که مضافتی را مصرف‌کننده‌ی مالزیایی همان‌قدر می‌خرد که ما در ایران از مغازه‌هایمان می‌خریم. باید فکر کنیم که میوه‌ی موز را مالزیایی در کشورش به همان قیمت می‌خرد که ما در ایران می‌خریم؟ حتماً نه! مصرف‌کننده‌ی مالزیایی بسیار بسیار ارزان‌تر این میوه را که در کشورش تولید می‌شود می‌خرد. چرا خرما می‌ماند چنین چنین باشد؟

با توجه به تحریم‌های انجام‌شده علیه ایران، آیا در زمینه‌ی حمل‌ونقل با مشکل مواجه شده‌اید؟

بله، مشکل داریم. اول این که هزینه‌ی حمل و نقل بسیار افزایش یافته است. موضوع دوم این است که بسیاری از کشتی‌رانی‌ها که در ایران نمایندگی داشته‌اند، دفاتر خود را تعطیل کرده‌اند؛ و در بسیاری مواقع مجبور هستیم از طریق امارات و دبی محصول را ارسال کنیم که با این شیوه همه‌چیز به نام امارات خواهد بود. اگر در آمار صادرات امارات می‌بینید ۷۶۰ هزار تن صادرات خرما، اصلاً این‌طور نیست و اغلب این خرما که از کشور امارات دوباره صادر می‌شود، مقدار محصول امارات حدود ۱۰۰۰۰۰ تن در سال است و بقیه خرماهایی است که از ایران و سایر کشورهای همسایه‌اش در خلیج فارس به امارات می‌رود و از آن‌جا دوباره صادر می‌شود.

مشکل دیگر هم بیمه‌ی کالاست که متأسفانه بیمه‌های کشورهای هدف حاضر نیستند محموله‌هایی که از ایران ارسال می‌شود را بیمه کنند، و این خبر خیلی بدی است؛ چرا که بیمه برای مشتریان خارجی مفهوم دارد و به آن‌ها امنیت می‌دهد. ما البته برای حل این مشکل در حال ریزینی با بیمه‌های ایرانی از جمله بیمه‌ی الیز و ایران هستیم. البته در سیستم بیمه‌های ایران تمام خطر را روی صادرات پوشش نمی‌دهند و فقط کالوز C را می‌پذیرند.

در خصوص افزایش هزینه‌ها هم این نکته را باید گفت که با بالا رفتن نرخ دلار به شرط این که افغانستان، پاکستانی‌ها و ترک‌ها خرماهای ایران را خام از کشور خارج نکنند، صادرکننده‌ها هم قیمت‌ها را به‌طور منطقی به مشتریان خارجی اعلام کنند؛ بالا رفتن هزینه‌های حمل‌ونقل پوشش داده می‌شود...

ادامه در صفحه‌ی ۶

گفت‌وگو



گفت‌وگو با «بهناز حسن‌بیگ» صادرکننده‌ی خرما با وحدت صادرکنندگان، بسیاری از مشکلات برطرف می‌شود

اشاره: «بهناز حسن‌بیگ» را شاید بتوان یکی از موفق‌ترین، باتجربه‌ترین و قدیمی‌ترین افراد در زمینه‌ی صادرات خرما در کشور برشمرد. او که فارغ‌التحصیل رشته‌ی روابط عمومی از دانشکده‌ی علوم ارتباطات اجتماعی (علامه طباطبایی) است، کار خود را در زمینه‌ی صادرات محصولات غذایی از جمله خرما از سال ۶۵ آغاز کرده‌است و اکنون با شرکت «پارسان دی سمبرل» یکی از فعال‌ترین و موفق‌ترین افراد در زمینه‌ی بسته‌بندی و صادرات خرما است؛ با تجربه‌ی ۲۲ سال فعالیت صادراتی صرف روی انواع مختلف خرماهای ایرانی. «بهناز حسن‌بیگ» به گفت‌وگو نشستیم.

برداشت ۹۲ آینده نیز دارند برنامه‌ریزی می‌کنند و اعتقاد دارم که در فصل جدید امسال قوی‌تر از پارسال هم عمل خواهند کرد و اگر با هر توانی که داریم جلوی این کار را نگیریم باز هم با همین مشکل مواجه خواهیم شد. یکی از راه‌های مقابله با این مشکل گران‌تر شدن خرماست؛ در موقع خرید از کشاورزان به ترتیبی که برای خریدار خارجی صرف نکند که خرما خام را بخرد و برای فرآوری به کشورش برود. راه دیگر این است که گمرکات به‌صورت بسیار جدی جلوی ترخیص خرماهای خام را که گواهی استاندارد ندارد بگیرند.

اگر صادرکنندگان با هم دوست و متحد باشند و اطلاعات را به یکدیگر بدهند؛ بسیاری از مشکلات برطرف می‌شود. متأسفانه همه از ارائه‌ی اطلاعات بهم، ترس دارند. ما در ایران با خودمان رقابت می‌کنیم تا با تاجار کشورهای دیگر، و متأسفانه نه تنها به یکدیگر کمک نمی‌کنیم؛ بلکه سعی می‌کنیم تا جلوی راه دیگران سنگ‌اندازی هم که دنیا خیلی بزرگ است و هیچ‌وقت بازار برای خرما کم نمی‌آید.

در نتیجه‌ی تضعیف پول ملی ما و ناآگاهی صادرکنندگان غیرحرفه‌ای قیمت خرماهای ایران در بازارهای جهانی رو به کاهش رفته؛ درحالی که به جهت تورم جهانی خرماهای سایر کشورها در بازارهای جهانی بالا رفته است. به‌طور مثال خرماهای مصری چهار-پنج سال قبل حداکثر با ۹۰۰ دلار هر تن قابل فروش بود در حالی که سال ۲۰۱۲ با قیمت ۱۲۰۰ دلار عرضه می‌شد. لیکن سایر ایران (بی‌هسته) که سه سال پیش با قیمت ۱۳۹۰ دلار به فروش می‌رفت امسال در اول فصل با قیمت ۶۵۰ دلار به بازارها عرضه شد.

چرا قیمت خرماهای ایران هر ساله کاهش می‌یابد؟

دلیل این است که صادرکنندگان خرماهای کشور کار صادرات را به درستی نمی‌دانند و آگاهی کامل نسبت به این کار ندارند. در بین ۲۱۰ کشور دنیا، تنها نزدیک ۲۰ کشور تولیدکننده‌ی خرما هستند که بخش عمده‌ی آن در خاورمیانه، بخشی در شمال آفریقا و بخش کوچکی هم در کالیفرنیا است؛ بنابراین همیشه بازار برای خرما وجود دارد. صادرکنندگان ایرانی باید

به نظر شما که یکی از افراد با تجربه در زمینه‌ی صادرات خرما هستید، موانع صادرات کشور چیست؟

اولین مانع این است که ما کشور واردکننده‌ی هستیم و تمام برنامه‌های کلان اقتصادی دولت در جهت تقویت واردات است، نه صادرات؛ و این موضوع تنها خرما بلکه همه‌ی کالاهای صادراتی کشور را در بر می‌گیرد.

اما در زمینه‌ی خرما، این که می‌گویند بسته‌بندی کیفیت ندارد؛ دیگر چنین مسأله‌ای چندین مشکل بزرگی نیست و ما از این مرحله گذشته‌ایم؛ الان مشکلات بزرگ‌تر و قوی‌تر در زمینه‌ی صادرات همه‌ی محصولات از جمله خرما وجود دارد. به‌طور مثال اینک که ارزش پول ملی ما کاهش یافته و منطقی‌باید زمان صادرات کشور باشد؛ حربه‌ای که چینی‌ها سال‌هاست دارند از آن استفاده می‌کنند تا محصولات خود را به قیمت‌های ارزان به کشورهای دنیا بفروشند اما این اتفاق در در کشور ما بالای جان صادرکننده‌ها و حتی تولیدکننده‌ها شده و مثل یک جلابی که بی‌صاحب مانده باشد، تاجر افغان، پاکستانی و ترک و اماراتی در فصل برداشت خرما آمدند این‌جا و خرماهای کشور را در نقاط مختلف با ارزان‌ترین قیمت خریدند و از کشور خارج کردند. مثلاً خرماهای ربی را که سال گذشته به همین تاجر خارجی به قیمت ۱۶۰۰ دلار در تن فروخته بودیم را امسال از باغ‌دار ایرانی به قیمت هر کیلو ۱۳۰۰ تا ۱۶۰۰ تومان خریداری کردند، یعنی با توجه به نرخ دلار که زمان برداشت حدود ۳۶۰۰ تومان با یک دلار ۲ کیلو ربی خریدند. این در مورد سایر خوزستان بسیار بدتر هم بود. ما یک دلار توانستند ۵ کیلو خرما را با یک دلار بخرند و ببرند تا پس از انجام عملیات سورت و بسته‌بندی در کشور خودشان به سایر بازارهای دنیا بفروشند. در چنین حالتی متأسفانه ارزش افزوده‌ی حاصله نیز به جیب تاجر ترک و افغان و پاکستانی و اماراتی می‌رود. نکته‌ی مهم این‌جاست که این افراد چگونه توانستند خرماهای خام را از کشور خارج کنند؛ زیرا که خرما استاندارد اجباری دارد و بدون گواهی استاندارد قابل ترخیص از گمرک نیست. بنابراین این سؤال بزرگ هست که این خریداران چطور توانستند خرماهای کار نشده را که مسلماً هم مورد تایید استاندارد ایران نمی‌تواند باشد از کشور خارج کرده‌اند؟

راهکار مقابله با این وضعیت چیست؟

به همین دلیل است که متأسفانه در برخی کشورها خرماهای ایران را به نام خرماهای آن کشوری که از آن صادر شده است می‌شناسند؛ به‌طور مثال در استرالیا نمونه‌ای از خرماهای سایر خوزستان را دیدم که به‌نام خرماهای ترکیه به من معرفی کردند! در حالی که حتی یک درخت نخل خرما هم در ترکیه وجود ندارد. البته این افراد خریدار خرماهای خام از هم‌اینک نیز برای فصل

در نخستین نشست انجمن خرما ضرورت تشکیل شرکت برای ورود به بازار



در جمع فعالان خرما نایب رییس بر راه اندازی تشکلهای

نایب رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و رییس اتاق کرمان بر راه اندازی تشکلهای مختلف در کشور تاکید کرد. محسن جلال پور در جمع فعالان خرمای استان کرمان، با بیان این که در زمینه تشکلهای در کشور ضعیف هستیم؛ گفت: در کشور ۱۵۰ تشکل به ثبت داده شده است، اما آمار برخی از کشورهای اروپایی حتی به ۶۰ هزار تشکل می رسد.

وی افزود: در حالی که تشکلهای مدافع بخشهای مختلف صنعتی و کشاورزی هستند، متأسفانه در کشور در خصوص تشکل گرایی ضعیف عمل کرده ایم.

جلال پور ادامه داد: در دو سال پایانی این دوره از اتاق ایران و اتاق کرمان، تاکید جدی بر ایجاد تشکلهای ما داریم که طی برنامه ریزی انجام شده، تشکلهای در سه لایه محلی، استانی و کشوری ایجاد خواهند شد.

وی خاطرنشان کرد: به طور مثال در زمینه خرما در شهرستانهای خرماخیز تشکلهای شهرستانی ایجاد می شود و سپس تشکلهای شهرستانی تشکل استانی را تشکیل می دهند.

جلال پور افزود: تشکلهای استانی نیز تشکلهای ملی را تشکیل می دهند و پس از آن، فدراسیونها و کنفدراسیونها ایجاد می شوند.

وی با بیان این که پیش بینی می شود در کشور ۵۰ کنفدراسیون داشته باشیم؛ اظهار داشت: در دوره بعدی اتاق در صورت تصویب قانون، کنفدراسیونهای اعضای اتاق ایران را تشکیل می دهند.

جلال پور از راه اندازی دفتر مطالعات کشاورزی در اتاق ایران نیز خبر داد و گفت: از سال گذشته که بر اساس ماده یک قانون فضای کسب و کار، بخش کشاورزی به اتاق اضافه شد، با دعوت از فعالان و متخصصان بخش کشاورزی، تلفیقی از علم، دانش، تجربه، تخصص و عمل در اتاق ایران به وجود آمده است.

وی افزود: پیش بینی می شود در پایان سال ۹۳ این مجموعه بتواند بخش عمده ای از کشاورزی کشور را هدایت کند.

جلال پور ادامه داد: هم چنین برای تدوین استراتژی کشاورزی ایران که تا امروز مغفول مانده است، از سوی اتاق ایران ۳ هزار میلیارد تومان بودجه تخصیص یافته است.

وی همچنین در تبیین ذهنیت اتاق ایران در بخشهای مختلف، گفت:

ایرانی خاطرنشان کرد: حضور در چین سخت است؛ اما کار سخت، استمرار و توانمندی می خواهد.

دبیر کانون همهانگی دانش و صنعت خرمای کشور نیز در این نشست، با اشاره به تعامل سازنده کانون با انجمن خرما، در خصوص اهداف کانون گفت: تلاش کانون، تجاری سازی محصول خرماست و کانون با دید اقتصادی به این محصول نگاه می کند. محمدرضا پورخاتون در عین حال خاطرنشان کرد: البته محصول خرما از تولید تا فروش زنجیره کاملی است که لازم و ملزوم یکدیگرند.

وی همچنین خاطرنشان کرد: در کشور ۳۸ کانون در بخش محصولات کشاورزی ایجاد شده است که در مقایسه این کانونها با یکدیگر، در کانون همهانگی دانش و صنعت خرما کارهای خوبی انجام شده است.

پورخاتون با اشاره به طرحهای زیرساختی خوبی که در کانون طراحی شده است، گفت: از جمله این فعالیتها تدوین نقشه راه خرما طرحی کشور است که راهنمای کانون در زمینه خرماست.

وی افزود: باید عملیاتی کردن پروژههایی که در این نقشه دیده شده است، در دستور کار قرار گیرد.

پورخاتون ادامه داد: کمیته تجارت و بازرگانی که در نقشه راه خرما طرحی شده و جای کار زیادی دارد، به انجمن خرما محول شده است.

وی با اشاره به طرحهای کاربردی که در زمینه خرما وجود

اولین نشست انجمن خرما در سال جاری با حضور اعضای این انجمن در محل اتاق بازرگانی کرمان برگزار شد.

در این نشست که با حضور محسن جلال پور نایب رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و رییس اتاق کرمان و محمدرضا پورخاتون دبیر کانون همهانگی دانش و صنعت خرمای کشور برگزار گردید، محسن رشیدفرخی رییس انجمن خرما سال زراعی گذشته را سالی خوب عنوان کرد.

وی با بیان این که در سال زراعی گذشته در زمینه تولید، کیفیت محصول، فروش و تقسیم بندی میزان فروش محصول نسبت به طول سال علی رغم وجود برخی ناهماهنگیها سال خوبی را سپری کردیم، گفت: تاکنون ۵۰ تا ۶۰ درصد محصول خرما به فروش رفته و مابقی محصول نیز با توجه به این که هنوز چهار ماه به فصل برداشت مانده و ماه مبارک رمضان را نیز در پیش داریم، به خوبی در بازار عرضه خواهد شد.

رشیدفرخی به همهانگی بین کانون خرما و انجمن خرما نیز اشاره و خاطرنشان کرد: بخشی از توفیق حاصل شده به خاطر تعامل و همکاری خوب کانون همهانگی دانش و صنعت خرما با انجمن خرما بود.

وی از تهیه نقشه راه خرما توسط کانون خرما به عنوان یکی از فعالیتهای قابل تقدیر کانون یاد کرد و اظهار داشت: در این راستا، بخش صادرات نقشه راه به انجمن واگذار شده است.

رییس هیات امنای انجمن خرما نیز در این نشست با تاکید



دارد، گفت: به دنبال طرحهای اثر بخشی هستیم که می تواند در زمینه خرما استفاده شود.

پورخاتون افزود: یکی از این طرحها رسیدن مصنوعی خرماست که می تواند در رابطه با عارضه خشکیدگی خوشه خرما اثر بخش باشد.

وی ادامه داد: اعتبار اجرای این طرح توسط معاونت علمی و فن آوری ریاست جمهوری تامین شده است.

پورخاتون همچنین با تاکید بر تعامل با سایر تشکلهای انجمنهایی که در زمینه خرما در سطح کشور وجود دارد، اظهار داشت: باید به همکاری پیدا کنیم تا با تشکلهایی که در اقصی نقاط کشور در زمینه خرما وجود دارد ارتباط برقرار کنیم.

مهدی سرچشمه پور مسئول تهیه نقشه خرما هم در این نشست گفت: تاکنون از بین طرحهای پژوهشی قابل اجرایی که در زمینه خرما وجود دارد، ۳۱ طرح انتخاب شده است که برای ۵ طرح راهکار مناسب وجود دارد.

وی همچنین تاکید کرد: باید با برگزاری جلسات مشترک در سه بخش تولید، صنایع و فرآوری، و تجارت و بازرگانی تلاش کنیم تا به نتایج بهتر و قابل قبول تری در زمینه محصول خرما برسیم.

محمود صنعتی معاون اجرایی اتاق کرمان نیز در این نشست با اشاره به افزایش بیش از حد قیمت خرما، تصریح کرد: اقتصاد را نمی شود با هیجانات تعریف کرد.

وی افزود: کشورهای دیگر قیمت محصول را به آرامی افزایش داده اند؛ اما در کشور ما قیمت محصول ناگهانی افزایش یافت که در چنین شرایطی نمی شود بازار را کنترل کرد.

بر این که در سال جاری باید کار در کمیتههای تخصصی انجمن جدی تر پی گیری شود، گفت: همان طور که بدنه اتاق را کمیسیونها و انجمنها تشکیل می دهند، بدنه انجمن را هم کمیتههای تخصصی تشکیل می دهند؛ بنابراین کمیتهها باید با بررسی و پی گیری مشکلات خرما، در جهت رفع معضلات و مشکلات این محصول تلاش کنند.

مهدی ایرانی کرمانی هم چنین به بررسی میزان صادرات محصول خرما در جهان، گفت: کل تولید محصول خرما در جهان ۷ میلیون تن است، اما فقط ده درصد این میزان توسط کشورهای خرماخیز صادر می شود.

وی افزود: بیشترین میزان صادرات خرما مربوط به دبی با ۲۳ درصد از صادرات خرمای جهان است و هیچ کشوری به جز امارات بیش تر از ده درصد خرما صادر نمی کند.

ایرانی ادامه داد: کشور هند با درآمد سرانه ای دو هزار دلار، بزرگترین واردکننده خرمای جهان است و چین با درآمد سرانه ای شش هزار دلار، از جمله ایست کشور نخست واردکننده خرماست.

وی تاکید کرد: فعالان خرما در این زمینه باید بیشتر تامل کنند، چراکه با توجه به داغی شیرین پسند چینیها، میزان جمعیت این کشور و رشد اقتصادی آن، کشور چین یکی از بهترین بازارها برای صادرات خرماست.

ایرانی افزود: صادرکنندگان باید با حضور در این کشور، نسبت به بازاری سازی برای محصول خرما اقدام کنند و از این بازار بی نظیر نهایت بهره را ببرند.

وی ادامه داد: بخش خصوصی باید همت کند و با تشکیل یک شرکت اقتصادی بزرگ و قدرتمند، به این بازار ورود کند.

رما در سال ۱۳۹۲ مطرح شد

ت اقتصادی قدرتمند بازار بزرگ چین



مای استان کرمان

اتاق ایران

مختلف در کشور تاکید کرد

بدون شک یکی از ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل کشور بخش کشاورزی است؛ البته نه آن گونه که تا امروز عمل کرده‌ایم، بلکه به روش علمی و کارشناسی. جلال پور افزود: در دنیای بدون مرز امروز، یکی از ظرفیت‌هایی که در آن توان رقابت و ماندگاری داریم و اقتصاد ما می‌تواند تعامل و شرایط رقابتی ایجاد کند بخش کشاورزی است.

وی ادامه داد: ما در این بخش، هم پیشینه و هم امکان خوبی داریم، اما تا امروز استفاده‌ی خوبی نکرده‌ایم.

جلال پور تصریح کرد: طی دهه‌های گذشته از دهه‌ی چهل به بعد تقریباً در بخش کشاورزی دچار سعی و خطا بوده‌ایم و متأسفانه صدمه‌های جبران‌ناپذیری مثل موضوع آب به این بخش وارد شده است.

وی با بیان این‌که با همه‌ی مسائلی که اتفاق افتاده، هنوز هم در بررسی اقتصاد ایران، تولیدی که در کشور امکان رقابت دارد کشاورزی است؛ اظهار داشت: در حال حاضر شرایط در بخش کشاورزی از بقیه‌ی بخش‌ها بهتر است، اما اجباری که در این راستا داریم این است که این بخش را علمی و کارشناسی به پیش ببریم.

جلال پور افزود: در بخش کشاورزی باید با فعالیت بیش‌تر به سمتی برویم تا حداکثر بهره‌برداری را با حداقل هزینه و قیمت‌های رقابتی داشته باشیم. وی به موضوع صادرات و ارز نیز اشاره و خاطرنشان کرد: دولت سال گذشته تلاش کرد تا ارز حاصل از صادرات را به اتاق مبادله‌ی ارزی بیاورد؛ اما اتاق ایران مقاومت کرد و توافق شش ماده‌ای دولت با اتاق حاکی از آن شد که ارز حاصل از صادرات، رقابتی و در بازار، قیمت آن مشخص شود.

جلال پور افزود: در سال جاری نیز آن‌چه که از سوی دولت تقدیم مجلس شده، ارز تک‌نرخ‌ی عنوان شده است.

وی ادامه داد: خوش‌بختانه در شرایطی این تصمیم گرفته می‌شود که محصولات صادراتی بخش کشاورزی استان، اعم از پسته و خرما، هنوز پیش‌رو است و تا زمان برداشت محصول، قیمت ارز مشخص و جا خواهد افتاد تا تولیدکننده و صادرکننده هیچ‌کدام متضرر نشوند.

لازم به ذکر است: در این نشست فعالان خرما استان نیز به بیان دیدگاه‌های خود پرداختند.

هم‌چنین در این نشست، از سایت انجمن خرما کرمان به نشانی: www.kermanpda.com رونمایی شد.

صنعتی ادامه داد: یکی از مشکلاتی که در کشور ما در زمینه‌ی خرما وجود دارد این است که تولیدکننده‌های خرد هم صادرکننده شده‌اند.

وی هم‌چنین با بیان این‌که نباید منتظر نظارت و کنترل توسط دولت باشیم، گفت: بخش خصوصی از آن جهت که ذی‌نفع است باید مقوله‌ی نظارت را به دست بگیرد.

صنعتی بر استخراج قیمت‌های واقعی بازارهای هدف توسط انجمن خرما نیز تاکید کرد.

وی هم‌چنین با بیان این‌که مصرف‌کننده‌ی غیراسلامی هم باید نسبت به فواید خرما توجه شود، به بازار چین به عنوان یکی از بهترین بازارهای محصول خرما اشاره و خاطرنشان کرد: چین بازار بزرگی است؛ بنابراین باید حضور تجار خرما در بازار چین مدیریت شود.

صادق علیزاده رییس مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی، آموزش و انتشارات اتاق کرمان هم در این نشست به آسیب‌شناسی در خصوص انجمن‌های وابسته به اتاق اشاره کرد و گفت: هر تشکلی باید در درون خود جایگاهی به عنوان یک قوه‌ی عاقله داشته باشد که آن تشکل را با برنامه‌ریزی مدیریت کند.

وی با بیان این‌که چنین قوه‌ی عاقله‌ای در مجموعه‌ی تشکل‌های اتاق نمی‌بینیم، پیشنهاد کرد: در درون انجمن‌ها یک کمیته‌ی تحقیقات، برنامه‌ریزی و پایش دیده شود تا این کمیته پس از برنامه‌ریزی‌ای که انجام می‌دهد، برنامه‌ها را به

است که صادرکنندگان از دریافت آن منصرف می‌شوند. محمد امینیان در خصوص برنامه‌های کمیته‌ی استاندارد در سال جاری نیز گفت: در سال گذشته برخی از مسائل مطرح‌شده، پی‌گیری شد و به نتیجه رسید، و امسال نیز در صورتی که مسائل مربوط به استاندارد از سوی فعالان خرما مطرح شود، توسط کمیته‌ی استاندارد پی‌گیری خواهد شد.

مقداد تکلوزاده نیز در این نشست با اشاره به بودجه‌های برخی از دستگاه‌های اجرایی مرتبط با خرما برای انجام طرح‌هایی که در رابطه با این محصول وجود دارد، گفت: اگر کمیته‌های تخصصی انجمن به صورت اساسی و موردی طرح‌های اثربخش و قابل اجرا را استخراج کنند، با استفاده از بودجه‌های دستگاه‌هایی از جمله شرکت شهرک‌های صنعتی، اداره‌کل صنعت، معدن و تجارت و جهاد کشاورزی، می‌شود بسیاری از این طرح‌ها را اجرایی و عملیاتی کرد.

علیرضا غضنفری پور نیز در این نشست در خصوص مقوله‌ی تولید، عرضه و تقاضای خرما، به افزایش قیمت پیارم اشاره و خاطرنشان کرد: اگر قیمت پیارم بالا رفته، به خاطر میزان تولید پایین آن است؛ بنابراین ما که بازاریاب نیستیم باید به دنبال تولید رقم‌هایی باشیم که در دنیا با افزایش قیمت مواجه شده‌اند. وی هم‌چنین تصریح کرد: یکی از مشکلات بخش صادرات این است که ما عملاً با دنیا رقابت نمی‌کنیم؛ بلکه با خودمان رقابت می‌کنیم.

غضنفری پور افزود: در همه‌ی کشورهای دنیا قیمت محصولی



که در کشورشان تولید و عرضه می‌شود به مراتب کم‌تر از قیمت آن محصول در خارج از کشور است و مردم آن کشور، محصول را ارزان‌تر از خارج از کشور مصرف می‌کنند؛ در حالی که در کشور ما قیمت محصول تولید داخل با قیمت همان محصول در خارج از کشور برابر است.

وی به مشکلات موجود در رابطه با سم‌پاشی هوایی برای مبارزه با آفت زنجره‌ی خرما هم اشاره کرد و گفت: این‌که امسال مشکل را به صورت مقطعی حل کنیم کار درستی نیست؛ بلکه باید با راه‌اندازی شرکت‌های ضد عفونی و دفع آفات که توسط بخش خصوصی و با مشارکت کارشناسان کشاورزی ایجاد می‌شود، این مشکل به‌طور اساسی برطرف شود.

غضنفری پور هم‌چنین بر درج قیمت ارقام مختلف بقیه‌ی کشورهای صادرکننده‌ی خرما در خبرنامه‌ی خرما نیز تاکید کرد. در این نشست هم‌چنین از وب‌سایت انجمن خرما رونمایی شد.

دبیر انجمن خرما در خصوص این وب‌سایت، با اشاره به افتتاح فاز اول آن، گفت: در فاز دوم، وب‌سایت به صورت دو زبانه فعالیت خود را ادامه می‌دهد و در نهایت در فاز سوم به صورت تالار گفت‌وگو، وب‌سایت انجمن خرما به ارائه‌ی خدمت به فعالان خرما خواهد پرداخت.

علی احمدی افزود: فاز اول این وب‌سایت که بهره‌برداری از آن آغاز شده است، بخش‌هایی از جمله آرشيو، اخبار و اطلاعات، اطلاعات جامع خرما، تاریخچه، گیاه‌شناسی، ارقام، روش‌های تکثیر، کاشت، داشت، برداشت، بسته‌بندی، فرآوری، تقویم باغی، تقویم مبارزه با آفات و بیماری‌ها، تقویم کودی، خواص خرما و قیمت‌های خرما را شامل می‌شود.

سایر کمیته‌ها ابلاغ کند و در مسیر نیز پایش کند تا کمیته‌ها از برنامه‌ی ابلاغ‌شده انحراف نداشته باشند.

علیرضا افزود: در اکثر انجمن‌ها، از جمله انجمن خرما، افراد صاحب‌نظر و اهل مطالعه و تحقیق هستند که می‌توانند اعضای این کمیته را تشکیل دهند تا با اضافه شدن این کمیته، خیلی از مسائل و مشکلات حل شود.

رییس کمیته‌ی خدمات انجمن خرما هم در این نشست، با بیان این‌که مصرف سرانه‌ی خرما در کشور ۴ کیلوگرم است؛ گفت: باید با فرهنگ‌سازی، مصرف داخلی خرما را افزایش دهیم. محمدحسین اکبری بر تلاش برای افزایش میزان صادرات خرما نیز تاکید و خاطرنشان کرد: کشور چین ۲۰۰ میلیون نفر مسلمان دارد که حتی اگر مسلمانان چین را پوشش دهیم سه برابر جمعیت کشور ایران است.

وی افزود: البته حضور در بازار چین مشکلاتی نیز دارد که از آن جمله، وجود خرما‌ی عراق به قیمت بسیار پایین‌تر از خرما‌ی ایران در منطقه‌ی مسلمان‌نشین چین است.

اکبری ادامه داد: از طرف دیگر چینی‌هایی که از وضعیت اقتصادی خوبی برخوردارند و می‌توانند هزینه‌ی خرما‌ی ایران را بپردازند، شناختی نسبت به خرما ندارند.

وی خاطرنشان کرد: بنابراین برای حضور در بازار چین نیاز به تبلیغات داریم که هزینه‌ی بسیار بالایی دارد و از عهده‌ی هیچ‌یک از تجار و فعالان خرما بر نمی‌آید.

رییس کمیته‌ی استاندارد انجمن خرما هم به سنگ‌اندازی‌هایی که بانک‌های استان در حین پرداخت تسهیلات به صادرکنندگان ایجاد می‌کنند اشاره و تصریح کرد: دریافت تسهیلات تخصیص‌یافته، آن‌قدر وقت‌گیر و ملال‌آور

خبر

اولین نشست کمیته‌های تخصصی

کانون هماهنگی دانش و صنعت خرمای کشور در سال ۹۲ برگزار شد

اولین جلسه‌ی مشترک کمیته‌های سه‌گانه‌ی کانون هماهنگی دانش و صنعت خرمای کشور پس از راه‌اندازی کمیته‌ها و تعیین مسئولان کمیته‌های مذکور، در تاریخ ۹۲/۰۲/۰۱ در محل دانشکده‌ی کشاورزی دانشگاه شهید باهنر کرمان به منظور ارائه‌ی گزارش عملکرد سال گذشته کانون و برنامه‌ریزی لازم در سال جاری تشکیل گردید.

در این جلسه دکتر سرچشمه‌پور عضو شورای مرکزی کانون و مسئول کمیته‌ی تولید گزارش از اقدامات انجام‌شده‌ی کانون در سال گذشته و همچنین اهداف ترسیم‌شده در نقشه‌ی راه خرما در قالب برنامه‌های بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت که به تأیید معاونت علمی و فن آوری ریاست جمهوری رسیده

است، برای هر یک از کمیته‌ها اشاره و خواستار بررسی کارشناسی دقیق مسائل، مشکلات و برنامه‌ریزی جامع در حوزه‌ی تخصصی مربوط به خود در قالب نقشه راه شد و همچنین با توجه به ضرورت شناسایی طرح‌های با قابلیت تجاری‌سازی با اولویت اول برای کمیته‌ها و ارائه‌ی آن‌ها برای اجرا شد.

در ادامه‌ی جلسه، شرح وظایف کمیته‌ها و چارت پیشنهادی هر یک از کمیته‌ها توسط وی به شرح زیر اعلام گردید:

۱. کمیته‌ی تولید:
کارگروه باغبانی/ کارگروه خاک‌شناسی و تغذیه/ کارگروه آبیاری/ کارگروه گیاه‌پزشکی/ کارگروه به‌نژادی و بیوتکنولوژی/

کارگروه مکانیزاسیون
۲. کمیته‌ی صنایع فراوری:
کارگروه تکنولوژی پس از برداشت/ کارگروه صنایع فراوری و تبدیلی/ کارگروه بهداشت و استاندارد/ کارگروه صنایع دستی
۳. کمیته‌ی تجارت و بازرگانی:
کارگروه بازاریابی، بورس و گمرکات/ کارگروه بازرگانی داخلی/ کارگروه بازرگانی خارجی/ کارگروه ارزش افزوده و محصولات جانبی و شرح وظایف کمیته‌ها نیز شامل:
- تشکیل و فعال کردن کارگروه‌های تخصصی
- تعیین و اولویت‌بندی مشکلات و محدودیت‌ها
- تدوین و ارائه‌ی راهکارها و پیشنهادهای فنی برای مشکلات و محدودیت‌ها
- تدوین برنامه‌ی کاری بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت
- تدوین برنامه‌ی عملی و اجرایی سالانه‌ی کمیته‌ها
- تدوین و ارائه‌ی گزارش‌های دوره‌ای و موردی از پیشرفت برنامه‌ی کاری کمیته
- برگزاری دوره‌های آموزشی برای ارتقای مهارت تخصصی بهره‌برداران
در ادامه‌ی این جلسه، هر یک از مسئولان کمیته به بیان دیدگاه‌های خود در خصوص موارد مطرح‌شده پرداختند.

ادامه از صفحه‌ی ۳

با وحدت صادرکنندگان، بسیاری از مشکلات برطرف می‌شود

آیا اهرم قانونی برای جلوگیری از ارزان فروختن محصول توسط صادرکننده‌ها وجود ندارد؟

خبر؛ بارها با بعضی از همکاران که محصول را ارزان می‌فروشند، به گفت‌وگو نشستیم؛ اما استدلال آن‌ها این است که ما در کشور اقتصاد آزاد داریم، کالا هم متعلق به ماست، پس حق داریم به هر قیمتی که دل‌خواه ماست کالا را بفروشیم. اما می‌توان با آموزش دادن و برپایی جلسات متعدد صادرکننده‌ها را قانع کرد که محصول را به قیمت واقعی عرضه کنند تا به جای این‌که خارجی‌ها نفع ببرند، درآمد آن به جیب همه‌ی فعالان خرما برود. باید صادرکنندگان مان پذیرند که اگر خرمایی در سال گذشته با مثلاً ۲۰۰۰ دلار در تن فروش رفته، یعنی آن بازار هدف ۲۰۰۰ دلار را پذیرفته و کار کرده، به هیچ دلیلی نباید بعد قیمت را پایین بیاوریم. اگر پول‌مان ضعیف شده، نباید نفع صادرات به جیب خارجی برود. خوب است یاد بگیریم که این نفع را در جیب دست‌اندرکاران ایرانی از کشاورز تا صادرکننده نگه‌داریم.

به نظر می‌رسد مهم‌ترین اصل، رعایت اخلاق تجارت و آموزش صادرکنندگان در این راستاست...

بله، اگر صادرکنندگان با هم دوست و متحد باشند و اطلاعات را به یکدیگر بدهند، بسیاری از مشکلات برطرف می‌شود. متأسفانه همه از ارائه‌ی اطلاعات به هم ترس دارند. ما در ایران با خودمان رقابت می‌کنیم تا با تجار کشورهای دیگر، و متأسفانه نه تنها به یکدیگر کمک نمی‌کنیم؛ بلکه سعی می‌کنیم تا جلوی راه دیگران سنگ‌اندازی هم بکنیم تا خودمان بهتر به نتیجه برسیم. درحالی که دنیا خیلی بزرگ است و هیچ وقت بازار برای خرما کم نمی‌آید. به طور مثال کشور هند یک میلیارد و اندی جمعیت دارد و مردم این کشور از خرما مثل غذا استفاده می‌کنند و نه تنها در ماه مبارک رمضان بلکه در طول سال و در همه‌ی وعده‌های غذایی خرما مصرف می‌کنند؛ ضمن این‌که این کشور از تمام اروپا بزرگ‌تر است و یکی از بهترین بازارها برای انواع خرمات، بنابراین باید با هم متحد باشیم تا بهتر بتوانیم در این بازارها نفوذ کنیم. در این خصوص فکر می‌کنم انجمن خرما می‌تواند این اتحاد را در بین صادرکننده‌های خرما ایجاد کند. خوش‌بختانه انجمن خرما در بین نهادهایی که در خصوص خرما به شکل موثری فعالیت می‌کنند؛ عملکرد خوب و قابل قبولی دارد و در این زمینه هم می‌تواند فعالانه ورود و در میان فعالان خرما اتحاد ایجاد کند.

شاید بیش‌تر ترس صادرکنندگان از پیدا نکردن مشتری جدید است...

باید راه پیدا کردن مشتری را به آن‌ها یاد داد. الان یکی از بهترین روش‌های یافتن مشتری شرکت در نمایشگاه‌ها است که البته در حال حاضر هزینه‌ی آن تا حدودی زیاد است؛ آگاهی از بازارها و نمایشگاه‌های مختلف هم بسیار مهم و حائز اهمیت است. دادن آگهی در مجله‌های خارجی و ارتباط با اتاق‌های بازرگانی کشورهای هدف و مراکز توسعه‌ی تجارت نیز از دیگر روش‌های یافتن مشتری است.

به نظر شما آیا اصلی‌ترین مشکل خرما نداشتن یک استراتژی بلندمدت در رابطه با خرما نیست؟

اصلاً استراتژی کوتاه‌مدت هم نداریم. به‌طور مثال برای حضور در بازاری مثل چین که مردم آن خرما را نمی‌شناسند اما بسیار دوست دارند؛ باید بر اساس یک برنامه‌ی مناسب ورود کرد.

با توجه به تنوع و ارثه در کشور برنامه‌ریزی در این رابطه هم از اهمیت زیادی برخوردار است؛ آیا این‌گونه نیست؟

در ایران حدود ۴۰۰ ارثه وجود دارد که از این تعداد ۱۵ ارثه در دنیا شناخته‌شده است که باید بازارهای هدف هر یک از

این ارثه‌ها و سلیقه مشتریان را بشناسیم. مثلاً چینی‌ها خرمای خشک را بیش‌تر می‌پسندند، اما خرمای مضافی را هم علی‌رغم این‌که بافت نرمی دارد خیلی دوست دارند. این کشور یکی از بهترین بازارها برای صادرات خرمای مضافی است. در روسیه خرمای با بافت نرم مثل کیکاب و مضافی را می‌پسندند و در هند همه نوع خرما را دوست دارند لیکن اعتقادشان بر این است که خرمای سیاه جنس بهتری از خرماسمت و حاضرند که برای خرمای سیاه رنگ پول بیش‌تر هم بدهند.

سخن آخر...

نکته‌ای که اکنون صادرکنندگان را با مشکل مواجه کرده است؛ تصمیم دولت در خصوص دریافت مالیات از صادرکنندگان است؛ و این در حالی است که دریافت مالیات از صادرات خلاف قانون است. بنابراین دولت نمی‌تواند قانون را نادیده بگیرد مگر این‌که در این خصوص قانون فعلی تغییر یابد یا قانون جدید وضع شود. از طرف دیگر صادرکنندگان برای فرار از مالیات، به دنبال صاحبان بی نام و نشان کارت‌های بازرگانی هستند تا به نام آن‌ها کالا صادر کنند و این یعنی تقلب. پس چرا باید قوانینی بگذاریم و تصمیم‌های اشتباهی بگیریم که صادرکننده و واردکننده را وادار به تقلب کنیم؟!

بازار خرما

قیمت‌ها مربوط به هفته‌ی سوم اردیبهشت می‌باشد.

رقم خرما	نوع بسته‌بندی	قیمت (برای هر کیلو)
مضافتی درجه یک	بسته‌بندی ۸۰۰ گرمی، مادر کارت ۹ کیلو، ۴۸۰۰گانه	۵۰۰۰ - ۴۸۰۰ تومان
مضافتی معمولی	در بسته‌بندی ۸۰۰ گرمی	۴۳۰۰ - ۴۰۰۰ تومان
پیام درجه یک	کارت ۱۰ کیلو	۱۸۰۰۰ - ۱۶۰۰۰ تومان
زاهدی	در بسته‌بندی ۱۰ کیلو	۳۵۰۰ تومان
کیکاب	در بسته‌بندی ۱۰ کیلو	۳۷۰۰ تومان، درب کارخانه
شهبابی	در بسته‌بندی ۱۰ کیلو	۳۵۰۰ تومان، درب کارخانه
ربی درجه یک	در بسته‌بندی ۱۰ کیلو	۴۸۰۰ - ۴۵۰۰ تومان
ربی درجه دو	در بسته‌بندی ۱۰ کیلو	۴۰۰۰ تومان
مرداسنگ	در بسته‌بندی ۸۰۰ گرمی	۴۰۰۰ - ۳۵۰۰ تومان
کلوته	در بسته‌بندی ۸۰۰ گرمی	۳۵۰۰ - ۳۰۰۰ تومان
صنعتی	فله‌ای	۱۰۰۰ تومان

دیدگاه

اخلاق در بازار

محمدحسین اکبری
رئیس کمیته‌ی خدمات انجمن خرما

هدف از آفرینش انسان، کمال و سعادت اوست. یکی از زمینه‌ها و زیرساخت‌های رسیدن به کمال، کسب روزی حلال است؛ به همین دلیل رسول گرامی (ص) فرموده است: «عبادت ۷۰ جزء است و برترین آن‌ها به‌دست آوردن مال حلال است.» (کافی ج ۵، ص ۷۸) در روایت دیگری از آن حضرت آمده: «طلب روزی حلال بر هر زن و مردی واجب است.» (بخارا لا تراج ۱۰۳، ص ۹) در روایت دیگری می‌فرمایند: «جوان بی‌کار مورد خشم خداوند است.» (جامع‌السعادات، نزاعی، ج ۱، ص ۱۵۲) این روایات ما را به این نتیجه می‌رساند که برای کسب روزی حلال باید احکام کسب درآمد را دانست و پایبند به اخلاقیات بود، وگرنه انسان در دام ربا و درآمد نامشروع گرفتار خواهد شد. چنانچه مولای متقیان (ع) می‌فرماید: «اول احکام کسب و تجارت را بیاموزید، سپس به تجارت بپردازید.» (میزان‌الحکمه، ج ۱، ص ۵۲۰)

هدف این نوشته، یادآوری مسائل فقهی و اخلاقی در حوزه‌ی تجارت طی چند شماره است؛ امید که برای خوانندگان مفید واقع شود. تجار و صنعتگران در همه‌ی عصر و دوران‌ها مورد توجه خاص و عام بوده و هستند و یکی از اقبال‌انگیز در جامعه و شاید مؤثرترین آن‌ها به شمار می‌آیند. حکومتها نیز همیشه به این صنف توجه ویژه دارند. حضرت علی (ع) در نامه‌ای که به مالک اشتر نخعی استاندار مصر نگاشت، آنده، سفارش این قشر را نموده و فرمودند: «سفارش مرا در حق بازرگانان و پیشه‌وران بپذیر و درباره‌ی آن‌ها به کارگزارانت نیکو سفارش کن.»

مردم عوام نیز نگاهی محترمانه به این قشر دارند و این نیست مگر به‌واسطه حضور فعالانه و منصفانه در عرصه‌ی کار و اجتماع و معمولاً تعداد معدودی از این قشر که شاخص قرار می‌گیرند به‌واسطه‌ی انصاف و رعایت اخلاق در کار و همچنین فعالیت‌های عام‌المنفعه است. در این راستا دانشمندان زیادی از بازار و بازاریاران نقل شده است که در جای خود آورده خواهد شد.

یکی از اموری که تجار به آن اهمیت می‌دهند و از موارد اخلاقی محسوب می‌گردد، توجه به همکار است و او را یک رفیق رقیب می‌دانند نه رقیب دشمن، و رقابت دوستانه دارند نه رقابت خصمانه. نقل است روزی یک خریدار عمده‌ی برنج به تاجر برای خرید نوعی برنج مراجعه کرد. آن تاجر او را به همکار خود حواله نمود. شاگرد تاجر بعد از رفتن خریدار از تاجر پرسید: در انبار از این نوع برنج که خریدار می‌خواست به مقدار زیاد داریم، چرا او را به فلاخی حواله نمودید؟ تاجر پاسخ داد: می‌دانم برنج مذکور را در انبار موجود داریم ولی امروز فهمیدم فلاخی مشکل مالی پیدا کرده، خواستم با این معامله که برایش جور کردم مشکلس حل شود. امروزه شاید نظیر این اتفاقات افسانه‌ها باشد و تاجر برای پیشی گرفتن از هم، دست به اعمال غیراخلاقی بزند. دوستی نقل می‌کرد که مشتری‌ای دارم که بدهی خود را به من نمی‌پردازد، من نیز مدتی است برایش خرما نمی‌فرستم، ولی تازه متوجه شدم فلاخی شخص با این‌که می‌داند من طلبکار وی هستم، برایش خرما ارسال می‌کند و این خلاف اخلاق است. و نظایر این موضوعات بسیار زیاد است. به نظر بنده این‌که مشکلات تجارت بیش از حد معمول شده است، رعایت نکردن همین ریزه‌کاری‌های اخلاقی است.

ایمان به قدر الهی از اعتقادات ما مسلمان است که رزق و روزی به قدر معین توسط خداوند متعال برای هر شخص معین می‌گردد و شخص باید با توکل بر خدا، کار صادقانه کرده تا رزق معین خود را به‌دست آورد. در فرهنگ ما نیز آمده که: «تو حرکت، از خدا برکت؛ چنان‌که در قرآن کریم آمده: «هیچ جنبه‌ای نیست جز آن‌که روزی‌اش بر خداست و خدا قرارگاه و آرامشگاه او را می‌داند و همه‌ی احوال خلق در دفت‌علم ازلی خدا ثبت است.» (سوره هود، آیه ۶)

امام علی (ع) نیز فرمودند: «با حرص و مطالبه، انسان به روزی نمی‌رسد.» (غورالحکم، حدیث ۱۳) در جای دیگر فرموده است: «تاجر فاجر است و فاجر در آتش است؛ مگر این‌که حق بگیرد و حق بگوید.» (وسائل، ج ۱۲، ص ۲۸۲) از موارد خلاف اخلاق در تجارت می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: فریب افراد در هنگام معامله، ارائه کالای تقلبی، رعایت نکردن استانداردهای بین‌المللی، احتکار، کم‌فروشی، گران‌فروشی، عمل نکردن به تعهدات ضمن معامله، سوءاستفاده از تلاش‌های دیگران، مشورت‌ریایی، تبانی در بازار و...

تمام موارد بالا را در بازار خرما به نوعی می‌توان شاهد بود که عوالب این مسائل گریبان تجار را می‌گیرد؛ چه آن‌هایی که مسائل اخلاقی را رعایت می‌کنند و چه آن‌هایی که برای این مسائل اهمیت قائل نیستند و به قول معروف، تر و خشک با هم می‌سوزند. پس مسئولیت مبارزه با این ضد اخلاقیات بر عهده‌ی همه است. منبع: کتاب اخلاق در بازار، حسن صنعتکار



هیچ پوششی روی هم می‌ریزند و با توجه به دمای بالا، جمعیت آفت در انبار بالا می‌رود که باعث خسارت حتی جوندگان می‌شود. برای این‌که در بحث شرایط انبارداری جلوی گسترش آفت را بگیریم، این طرح را پیاده کردیم که در این طرح سه تیمار حرارتی بود که بهترین دمایی که جواب داد دمای ۷۰ درجه و در مدت زمان دو ساعت بود.

بخش‌هایی مثل ترویج کشاورزی چگونه می‌توانند در تزیین باغ‌دار و کشاورز به اجرای طرح‌های تحقیقاتی کشاورزی کمک کنند؟

من این طرح را در قالب یک پایلوت با سطح یک هکتاری پیاده کردم، ولی در قسمت‌هایی از طرح به عنوان مثال در پایین آوردن خوشه‌ها جهت درصدگیری، کشاورز به دلیل منافع شخصی دخالت می‌کرد، که طبیعی هم بود. در صورتی که اگر خرما را به صورت تضمینی جهاد کشاورزی خریداری می‌کرد، این مشکلات پیش نمی‌آمد. با این‌که بیابیم ابزارهای تشویقی به کار ببریم؛ یعنی خود جهاد آن‌جا نمایشگاهی بگذارد و بگوید این خرما باغی است که طرح پایلوت در آن اجرا شده است و اگر شما خرما شبیه این را توانستید تحویل ما دهید ما این خرما را به قیمت بالاتر می‌خریم. **به نظر شما تشکلهای خصوصی مانند انجمن خرما چه نقشی می‌توانند داشته باشند؟**

می‌تواند یک همکارى دو جانبه باشد. متأسفانه به دلیل این‌که به بحث‌های تحقیقاتی در سیستم دولتی خیلی بهاد داده نمی‌شود، نه امکانات داریم و نه انگیزه‌ی لازم. به عنوان مثال چندین بار در بحث جوندگان شهدا که یکی از مسائلی است که در باغ‌های شهداد بیداد می‌کند و دارد درختان را نابود می‌کند، طرحی ارائه دادم ولی کمکی نشد. اگر انجمن خرما ورود کند مورد استقبال واقع می‌شود.

مقاله

بررسی تأثیر دماهای مختلف در کاهش آفات انباری خرماهای ارقام خشک و نیمه‌خشک در کرمان

مهدی ناصری؛ فاطمه گنجی‌ای زاده روحانی

تیمار شاهد میزان آلودگی به آفت را به‌طور معنی‌داری در ارقام خرما کاهش دادند که در این میان تیمارهای ۶۰ و ۷۰ درجه‌ی سانتیگراد به‌مدت ۲ ساعت و دمای ۵- درجه سانتیگراد به‌مدت ۴۸ ساعت بیش‌ترین تأثیر را در کاهش آلودگی نشان دادند. بیش‌ترین تأثیر تیمارهای حرارتی و برودتی به‌وسیله‌ی دمای ۷۰ درجه‌ی سانتیگراد به‌مدت ۲ ساعت در ارقام خرما قصب و شمسایی مشاهده شد. میزان آلودگی به آفت در نمونه‌های موجود در انبار معمولی با گذشت زمان افزایش یافت؛ در حالی‌که نمونه‌های موجود در سردخانه نهنها دارای میزان آلودگی کم‌تری بودند، بلکه با گذشت زمان میزان آلودگی به آفت در آن‌ها به‌طور معنی‌داری کاهش یافت. بنابراین نگهداری ارقام خرما خشک و نیمه‌خشک در سردخانه، در جلوگیری از فعالیت آفات و امراض مؤثر است.

۱ و ۲. مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی کرمان
Email: mehdinaseri30@yahoo.com

گفت‌وگو

امکانات داریم نه انگیزه‌ی لازم

اشاره: «مهدی ناصری» کارشناس ارشد حشره‌شناسی و عضو هیات علمی مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان کرمان، در همایش ملی خرمای ایران با یک مقاله شرکت کرده بود. در حاشیه‌ی همایش با وی به گفت‌وگو نشستیم.

ابتدا در مورد طرح خود یک توضیح مختصر بفرمایید؟

این طرح در مورد بررسی تأثیر دماهای مختلف در کاهش آفات انباری خرماهای ارقام خشک و نیمه‌خشک در کرمان به‌خصوص در منطقه‌ی شهداد بود. ما در شهداد بالای سه‌هزار هکتار از انواع خرما خشک و نیمه‌خشک داریم. به عنوان مثال قصب که یک رقم خشک است جزو مرغوب‌ترین ارقام خرما به شمار می‌آید که رطوبت خرماهای ارقام خشک و نیمه‌خشک در کرمان به‌خصوص صنایع بیسکویت‌سازی و صنایع شکلات‌سازی و صنایع غذایی مرتبط استفاده زیادی دارد. ولی به دلیل از بین رفتن خرما این منطقه متأسفانه مهاجرت در این منطقه خیلی زیاد شده است.

یکی از عوامل محدودکننده‌ی خرما این منطقه آفات انباری است که در این طرح توانستم خسارت این آفات را از ۷۰ درصد به زیر ۲ درصد برسانم. در یک طرح دیگر که با روش‌های فیزیکی بدون استفاده از مواد شیمیایی و با استفاده از پوشش‌های خاص انجام می‌شد، یکی از کشاورزهای عمده‌مالک جهت همکاری پیش‌قدم شد. ما هم در جلوگیری از آفت در باغ و هم در مرحله انباری توانستیم به نتایج خوبی برسیم که متأسفانه طرح به دلیل پاره‌ای از مشکلات نیمه‌تمام ماند. در حالی‌که ارقام خرما شهداد بسیار مطلوب است و کشورهای اروپایی طالب این ارقام خرما هستند. از طرفی چون این‌ها رطوبت پایینی دارند در بحث صادرات مشکل ترشیدگی را ندارند.

نحوه‌ی خسارت آفات به چه شکل است؟

در منطقه‌ی شهداد، خسارت از باغ شروع می‌شود و در انبار به دلیل شرایط نامساعد انبارداری ادامه پیدا می‌کند. خرما را بدون

چکیده

به منظور کاهش میزان آلودگی و کنترل آفات انباری در ارقام مختلف خرما از روش‌های حرارتی (دماهای ۵۰، ۶۰ و ۷۰ درجه‌ی سانتیگراد به‌مدت ۱ و ۲ ساعت در رطوبت نسبی ۸۰-۷۵ درصد) و برودتی (دماهای ۵- و ۰ درجه‌ی سانتیگراد به‌مدت ۲۴ و ۴۸ ساعت) استفاده شد. موهوها قبل و پس از تیماردهی از نظر آلوده بودن به آفات زنده، لارو، سفیره و تخم، بررسی و با شمارش تعداد ذراته‌های آلوده، درصد آلودگی تعیین گردید. ارقام خرما با دماهای انتخابی از مرحله‌ی اول، تیماردهی و پس از بسته‌بندی در انبار معمولی و سردخانه به‌مدت ۶ ماه نگهداری شدند. بررسی میزان آلودگی به آفات و آزمون‌های میکروبی و شیمیایی به فاصله‌ی هر دو ماه و برای مدت ۶ ماه انجام شد. بررسی‌های اولیه وجود آفات شیمیایی ذراته‌ها، شیمیایی آرد، سوسک توتون، شب‌پره‌ی هندی و پروانه‌ی آرد در ارقام مذکور نشان داد. تیمارهای حرارتی و برودتی در مقایسه با

جلسه‌ی کمیته‌ی خدمات انجمن خرما در ۲۸ بهمن برگزار شد

کمیته‌ی خدمات انجمن خرما در تاریخ ۲۸/۱۲/۹۲ در دفتر یم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان تشکیل جلسه داد و از تولیدکنندگان کارت‌ن استان و هیات‌رئیس‌ه شرکت تعاونی سردخانه‌داران برای حضور در این جلسه دعوت به عمل آمد. موضوع جلسه، تأمین کارت‌ن با کیفیت و ابعاد مناسب بود.

بعد از تبادل نظر، آن‌ها اظهار داشتند که به‌واسطه‌ی تحریم و تورم، قیمت کارت‌ن خرما به‌شدت افزایش داشته و رشد حدود ۳۰۰ درصدی را تجربه کرده است و برای تولید نیاز به سرمایه‌درگردد چند برابر است. لذا پیشنهاد شد چنانچه انجمن خرما یا اتاق بازرگانی بتواند از طریق منابع بانکی این مشکل را حل نماید، تولیدکنندگان هم قول مساعد یا هر نوع

تضمینی را برای تأمین کارت‌ن مورد نیاز خواهند داد. در این میان شرکت تعاونی سردخانه‌داران نیز از توانایی خود برای کمک به تحقق این امر استفاده خواهد نمود و مساعدت خواهد کرد؛ یعنی با مشارکت تولیدکنندگان کارت‌ن سردخانه‌داران می‌توان مشکلات کمبود کارت‌ن را برطرف نمود و همچنین بهبود کیفیت و سایز را شاهد بود.

تلفن: ۰۲۴۱-۲۴۳۸۲۷۰
 سفارش: ۰۲۴۱-۲۴۳۸۲۷۰
 آگهی: ۰۲۴۱-۲۴۳۸۲۷۰

خرما
 خبرنامه

پذیرش آگهی در

فاز اول وبسایت انجمن خرما استان کرمان راه‌اندازی شد


www.kermanpda.com

از این پس شما می‌توانید از طریق این وبسایت به اخبار و اطلاعیه‌های انجمن، اطلاعات جامع خرما، مقالات مرتبط، قیمت خرما، خبرنامه و اطلاعات اعضای انجمن دست پیدا کنید. با انتقادات و پیشنهادهای خود ما را در بهبود کیفیت وبسایت انجمن یاری فرمایید.

رطب نوین
 NOVIN FRESH DATES
 طعم بم

شرکت بازرگانی نوین طعم بم

تولید و نگهداری و بازاریابی خرما



شرکت بازرگانی نوین طعم بم - شهرت ۴۴

تلفن: ۰۲۴۴-۲۳۱۱۵۵۸
 فکس: ۰۲۴۴-۲۳۱۳۹۲۷
 همراه: ۰۹۱۳-۱۴۴۰۲۸۶

www.novindates.ir
 E-Mail: novintam@gmail.com

بم - خیابان شهدا - روبروی دبیرستان خاتم الانبیاء - سردخانه نوین بم

می‌خواهید مزرعه و باغ خود را از طریق اینترنت و عکسهای ماهواره ای کنترل کنید؟



شرکت فنی و مهندسی هدیش کارمانیا
 آماده ارائه خدمات نقشه برداری GPS با قابلیت
 بروزرسانی و انطباق نقشه‌ها بر روی عکس‌های
 هوایی Google با نازلترین قیمت به شما می‌باشد
 تلفن تماس: ۰۹۱۳-۳۹۷-۹۸۲۰



شرکت فنی و مهندسی هدیش کارمانیا
 ثبت ۱۱۲۶۲ کرمان

شرکت صنایع بم و خرما

(تاسیس ۱۳۴۴)

دارای پروانه بهره برداری از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (۱۰۶۷)

ارایه دهنده:

- خدمات سردخانه ای با ظرفیت پنج هزار تن
- شستشو و ضد عفونی خرما به ظرفیت دو هزار تن در سال
- درجه بندی و بسته بندی رطب و خرما به ظرفیت سه هزار تن در سال
- خدمات مشاوره ای در امور بازرگانی داخلی و خارجی مرتبط با خرما




رطب زهره

نشانی: بم - بلوار شهید باهنر شماره های تماس: ۰۳۴۴-۲۵۱۰۸۵۴
 همراه: ۰۹۱۳۱۴۴۴۱۷ | تلفکس: ۰۳۴۴-۲۵۱۰۸۶۱