



در نشست مشترک کمیته‌های خدمات و استاندارد انجمن خرما مطرح شد

در بازارهای خارجی از بسته‌بندی نامناسب لطمه خورده‌ایم

[صفحه ۶]

خبرنامه‌ی داخلی انجمن ملی خرمای ایران (شعبه‌ی کرمان) سال اول شماره‌ی ۸ اردیبهشت ۱۳۹۱ ۸ صفحه
IRANIAN NATIONAL DATES ASSOCIATION (Kerman branch) Number 8 May 2012 8 Pages



[صفحه‌ی ۲]

در اولین دوره‌ی آموزشی ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما مطرح شد
صادرکنندگان و واحدهای تولیدی باید **موارد بهداشتی** را رعایت کنند

[صفحه‌ی ۳]

گفت‌وگو با «پیام خزائلی»؛ معاون غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی کرمان
بهبود وضعیت تولید، وضعیت کلی خرما را ارتقا خواهد داد

[صفحه‌ی ۴]

گفت‌وگو با «محمدرضا خیرخواه»؛ فعال خرما و بازرس انجمن صنایع کارتن ایران
بسته‌بندی با کیفیت، تقاضای بیش تری برای خرما ایجاد می‌کند

[صفحه‌ی ۷]

بازاری که از آن غافل مانده‌ایم
بازار مطلوب چین

سخن سردبیر

گزارش

در اولین دوره‌ی آموزشی ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما مطرح شد

صادرکنندگان و واحدهای تولیدی باید موارد بهداشتی را رعایت کنند

وی افزود: محصولات غذایی به دلیل اهمیتی که کشورها برای سلامتی شهروندان‌شان قائل هستند، باید کم‌ترین باقی‌مانده‌ی سموم، فلزات سمی و سایر آلودگی‌هایی را که سلامت انسان را به خطر می‌اندازد، داشته باشند.

علوی ادامه داد: محصول صادراتی باید بارکد، تاریخ تولید، تاریخ مصرف و کدهای استاندارد مختلف و به‌ویژه کد بهداشتی داشته باشد. وی تصریح کرد: کشورهایی که محصولات مختلف ایران به‌ویژه از استان کرمان به آن‌ها صادر می‌شود، در رابطه با نبود کد بهداشتی بر روی محصولات با مشکل مواجه هستند.

علوی خاطرنشان کرد: همه‌ی تاکید امروز دنیا بر این است که سلامت انسان‌ها ارزشمند و گران‌بها است و بایستی تمامی محصولاتی که با سلامت انسان سر و کار دارد کاملاً بهداشتی باشد.

وی افزود: در بعضی کشورها صادرکننده موظف است حتی محصول آلوده را معدوم کند.

علوی با بیان این‌که در استان کرمان در این زمینه خیلی کم کار کرده‌ایم، اظهار داشت: شرایط دنیا خیلی دگرگون شده و ارزش ویژه‌ای در این زمینه قائل هستند، بنابراین برگزاری این سمینار آموزشی را باید به فال نیک بگیریم.

وی افزود: معاونت غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی و اداره‌کل استاندارد و تحقیقات صنعتی تاکنون همه‌گونه همکاری را با صادرکنندگان داشته‌اند، بنابراین امیدواریم در زمینه‌ی کد بهداشتی هم که قرار است به صادرکنندگان و تولیدکنندگان ارائه شود، با استقبال خوبی مواجه شود.

وی همچنین با اشاره به برگزاری دوره‌ی آموزشی حداقل ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما خاطرنشان کرد: این‌گونه ضمن این‌که فعلاً جنبه‌ی آموزشی، توجیهی و فرهنگ‌سازی دارد، نشان می‌دهد که فعلاً سخت‌گیری‌هایی که مانع صادرات محصولات باشد اعمال نمی‌شود، ولی در آینده صادرکنندگان و واحدهای تولیدی باید موارد بهداشتی را رعایت کنند، چرا که در کشورهای مقصد، سلامت محصولات کنترل می‌شود.



آموزش و اطلاع‌رسانی را ادامه خواهد داد.

سیدمحمدابراهیم علوی، معاونت توسعه و سرمایه‌گذاری اتاق بازرگانی، به نیابت از محسن رشیدفرخی، رئیس انجمن خرمای استان نیز در این کارگاه آموزشی با بیان این‌که اتاق بازرگانی مشاور سه قوه در بخش‌های مختلف اقتصادی است، اظهار داشت: اتاق بازرگانی در ارتباط با قوانین و مقرراتی که می‌خواهد وضع شود ورود پیدا می‌کند و به سه قوه‌ی مجامع تصمیم‌گیری کشوری و استانی مشاوره می‌دهد. وی با اشاره به این‌که در اتاق کرمان ده کمیسیون تخصصی داریم، گفت: اتاق بازرگانی به عنوان نماینده‌ی بخش خصوصی، نقطه‌نظرات اتاق کرمان جلسات خیلی خوبی با نمایندگان مجلس شورای اسلامی در کرمان و تهران برگزار کرده است.

وی افزود: در اتاق کرمان چندین تشکل از جمله انجمن‌های خرما، گردو، پسته و نخ‌گان جوان و اتحادیه‌ی صادرکنندگان فرش و صادرکنندگان محصولات کشاورزی و گلخانه‌ای راه‌اندازی شده است. علوی به برگزاری نمایشگاه‌های مختلف مواد غذایی در طول چند سال گذشته و به‌ویژه در دو سال اخیر و حضورش در این نمایشگاه‌ها اشاره کرد و گفت: همه‌ی کشورها روی سلامت مواد غذایی تاکید زیادی دارند، اما متأسفانه این مقوله در کشور ما تا حدودی مغفول مانده است.

اولین دوره‌ی آموزشی حداقل ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما در دانشگاه علوم پزشکی کرمان برگزار شد. در این دوره که به همت معاونت غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی و با همکاری اداره‌کل استاندارد و تحقیقات صنعتی و انجمن خرما و با حضور صادرکنندگان خرما برگزار شد، مباحثی از جمله: ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما و مراحل نحوه‌ی صحیح برداشت خرما، بسته‌بندی و صادرات خرما توسط کارشناسان مطرح شد.

پیام خزائلی معاون غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی کرمان در این دوره‌ی آموزشی هدف از برگزاری این دوره را اهمیت و ضرورت تولید، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات خرمای استان به عنوان محصول شاخص و استراتژیک استان عنوان و خاطرنشان کرد: حجم صادرات خرمای کرمان و مقبولیت آن در بازارهای جهانی تا حد زیادی به شرایط تولید این محصول بستگی دارد و توجه به شرایط تولید بهداشتی و سایر نکات تولیدی و اخذ گواهی‌نامه‌ها و استانداردهایی که مورد پذیرش کشورهای مختلف باشد، تاثیر به‌سزایی در جلب نظر مشتریان غیر ایرانی و عدم برگشت این محصول پس از صادرات خواهد داشت.

وی افزود: به‌منظور بهبود سطح کیفی کارگاه‌ها و کارخانه‌های تولید و بسته‌بندی خرما به‌لحاظ تولیدی و بهداشتی در نظر است از طریق نظارت هرچه بیشتر بر این مراکز نسبت به رفع نواقص بهداشتی در برخی کارگاه‌های بسته‌بندی خرما اقدام شود.

خزائلی ادامه داد: رسیدن به این هدف مهم مستلزم همکاری تولیدکنندگان خرما جهت دریافت کد بهداشتی یا پروانه‌ی ساخت است که در این مسیر به‌منظور آشنایی هرچه بیشتر واحدها با ضوابط و قوانین مربوطه، دوره‌ها و جلسات آموزشی لازم در معاونت غذا و دارو برگزار خواهد شد.

وی آمادگی معاونت غذا و دارو را جهت همکاری و ارائه‌ی راهنمایی و مشاوره و آموزش‌های لازم به تولیدکنندگان اعلام و اظهار امیدواری کرد: پس از ایجاد بستر مناسب در مراکز تولید و بسته‌بندی خرما در استان و آشنایی کامل صادرکنندگان و تولیدکنندگان خرما با ضوابط سازمان غذا و دارو و کسب شرایط لازم، نسبت به دریافت کد بهداشتی یا پروانه‌ی ساخت اقدام کنند.

خزائلی افزود: تا زمان تامین شرایط لازم، معاونت غذا و دارو مراحل

گفت‌وگو

ادامه از صفحه ۲

صادرکنندگان و واحدهای تولیدی باید موارد بهداشتی را رعایت کنند

در ادامه منصوریان، کارشناس سازمان غذا و دارو ضمن بررسی ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما، به بیان خطاهای فیزیکی، شیمیایی و میکروبی خرما پرداخت و گفت: خریداران خارجی پس از تحویل محصول ابتدا آن را مورد آزمایش قرار می‌دهند.

وی تاکید کرد: نسبت به خرید محصول باکیفیت و ارسال محصولی که هیچ‌یک از مشکلات ذکر شده را ندارد، نهایت دقت را باید داشت.

محمدحسین آهنگران، کارشناس سازمان جهاد کشاورزی، به نحوه‌ی صحیح مراحل برداشت، بسته‌بندی و صادرات خرما پرداخت و گفت: اگرچه در ایران حدود ۲۴۰ هزار هکتار سطح زیر کشت خرما وجود دارد و مقام اول یا دوم را در این رابطه داریم، اما متأسفانه در رابطه با میزان تولید در واحد سطح در مقام‌های پایین قرار داریم. وی افزود: در ایران حدود چهار تن در هکتار خرما برداشت می‌شود، در صورتی که این عدد باید هفت تا هشت برابر افزایش یابد.

وی خشکسالی‌های سال‌های اخیر، بروز آفات و بیماری‌ها، تغذیه نامناسب و عدم رسیدگی باغ‌داران به محصول خرما را از جمله دلایل کاهش میزان برداشت خرما در واحد سطح عنوان کرد. سیدارش علوی، رئیس کمیته‌ی صادرات انجمن خرما هم در این کارگاه آموزشی گفت: برگزاری این‌گونه جلسات باید به جایی برسد که برای خرمایی هم که در داخل کشور توزیع می‌شود، استاندارد داشته باشیم.

وی با بیان این‌که با بالا رفتن سطح زندگی و درآمد، ارزش سلامتی بیشتر می‌شود، گفت: خود ما باید این موضوع را دنبال کنیم و یک بخش آن فرهنگ‌سازی است که از همین کارگاه‌ها آغاز می‌شود تا به این اعتقاد برسیم که خرمایی که بسته‌بندی می‌کنیم باید تمیز باشد.

علوی با بیان این‌که در صادرات باید این را لمس کنیم که خرمایی که تمیزتر بسته‌بندی شده، بهتر خریداری می‌شود، تاکید کرد: همه‌ی دوندگی‌ها و گرفتن گواهی‌های مختلف باید منجر به نفع اقتصادی شود.

وی افزود: اگر بهداشت سردخانه‌ها، نحوه‌ی نگهداری و کاهش ضایعات، جدی گرفته شود، هم نفع اقتصادی برای کسانی دارد که کار صادرات خرما را انجام می‌دهند و هم به نفع تولیدکنندگان است. علوی به مقوله‌ی ارگانیک کردن محصول خرما اشاره کرد و گفت: مشتری محصول ارگانیک را می‌طلبد و می‌خواهد که کود شیمیایی کنترل نشده، در کشت محصول استفاده نشده باشد.

وی خاطر نشان کرد: کل تولید آمریکا ۱۷ هزار تن است ولی بسیاری از کشورهای دنیا علاقه دارند فقط خرمای مجول آمریکا را که گران‌ترین خرمای دنیاست، خریداری کنند؛ به خاطر این‌که می‌دانند محصولی که خریداری می‌کنند هیچ مشکل و آلودگی ندارد.

وی افزود: رعایت موارد کوچک و جزئی باعث می‌شود که خرما با قیمت بالاتر به خارج از کشور صادر شود.

علوی ادامه داد: فروش خرما به شکل فعلی هنر نیست اما اگر بتوانیم خرما را ارگانیک کنیم و با در بسته‌بندی مطلوب با کیفیت بالا و قیمت خوب به خارجی‌ها بفروشیم، هنر کرده‌ایم.

وی در عین حال خاطر نشان کرد: رسیدن به چنین وضعیتی یک‌روزه امکان‌پذیر نیست، بلکه زحمت دارد و نیازمند همکاری همه‌ی دست‌اندرکاران است.

در پایان این کارگاه آموزشی، فاطمه عطایی، کارشناس اداری استاندارد به سوالات صادرکنندگان در زمینه‌ی مسائل مطرح‌شده در کارگاه پاسخ داد.

(شرکت‌کنندگان در این کارگاه آموزشی و دیگر علاقه‌مندان جهت دریافت فایل‌ها و اطلاعات ارائه‌شده در این سمینار می‌توانند به دفتر انجمن خرما مراجعه نمایند.)

گفت‌وگو با «پیام خزائلی»: معاون غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی کرمان بهبود وضعیت تولید، وضعیت کلی خرما را ارتقا خواهد داد

بر این مراکز، نسبت به رفع نواقص و مشکلات این مراکز، اعم از مشکلات موجود در ساخت سالن‌های تولید و مشکلات و نواقص بهداشتی در برخی کارگاه‌های بسته‌بندی خرما اقدام گردد. تا رسیدن به شرایط مناسب کارگاه‌های تولیدی بر اساس زمانی که مسئولان کارگاه اظهار نمایند، معاونت غذا و دارو جلسات مشاوره را ادامه خواهد داد. برای شروع می‌شود که بهداشتی را که مربوط به کارگاه‌های کوچک است ارائه داد و پس از انجام مراحل نهایی و تکمیل شرایط، پروانه‌ی ساخت را که مربوط به کارخانه‌های بزرگ است، ارائه نمود.

مدعوین این کارگاه صادرکنندگان خرما بودند، آیا با توجه به این‌که خرما از جمله معده‌ی مواد غذایی است که بر روی بسته‌بندی آن در مراکز فروش پروانه‌ی ساخت و کد بهداشتی درج نشده، برای بهبود وضعیت خرما در بازار داخل هم برنامه‌ی در دست اقدام است؟

شرایط کارگاهی و شرایط تولید و بسته‌بندی خرما در کیفیت محصول تولیدی بسیار موثر است؛ طبیعتاً بهبود وضعیت تولیدی و بهداشتی این مراکز، وضعیت کلی خرما را ارتقا خواهد داد و این شامل خرمای مصرف داخل هم می‌شود، ضمن این‌که در کارگاه‌هایی که در آینده برگزار می‌شود حتماً از سایر تولیدکنندگانی که محصولشان در بازار داخل به فروش می‌رسد، دعوت به‌عمل خواهد آمد.

تولیدکنندگان خرما بیش‌تر خرده‌مالک هستند و این باعث می‌شود که ما با تعداد زیادی باغ که خرما در آن‌ها تولید می‌شود روبه‌رو باشیم، با توجه به این‌که خرمای تولیدشده عمدتاً در باغ و در شرایط غیربهداشتی بسته‌بندی می‌شود، امکان بازدید از همه‌ی این باغ‌ها در زمان بسته‌بندی خرما وجود ندارد، به نظر شما چه راهکاری برای رساندن بسته‌بندی خرما به شرایط مطلوب‌تر وجود دارد؟

معاونت غذا و دارو آمادگی خود را جهت همکاری و ارائه‌ی راهنمایی، مشاوره و آموزش‌های لازم به تولیدکنندگان اعلام می‌نماید تا پس از ایجاد بستر مناسب در مراکز تولید و بسته‌بندی خرمای استان و آشنایی کامل صادرکنندگان و تولیدکنندگان با ضوابط سازمان غذا و دارو و کسب شرایط لازم، نسبت به دریافت کد بهداشتی یا پروانه‌ی ساخت اقدام نمایند. خرده‌مالکان را می‌توان در شرکت‌های تعاونی متمرکز کرد، چون برای آن‌ها انجام این مراحل هزینه‌بر است، ولی با تمرکز در تعاونی‌ها و سهم‌گذاری می‌توانند به سمت شرایط مطلوب بسته‌بندی پیش روند.

هدف از برگزاری کارگاه آموزشی حداقل ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما چه بود؟

اهمیت و ضرورت تولید، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات خرمای استان به عنوان محصول شاخص و استراتژیک استان، حجم صادرات خرمای کرمان و مقبولیت آن در بازارهای جهانی تا حد زیادی به شرایط تولید این محصول بستگی دارد و توجه به شرایط بهداشتی و سایر نکات تولیدی و اخذ گواهی‌نامه‌ها و استانداردهایی که مورد پذیرش کشورهای مختلف باشد، تاثیر به‌سزایی در جلب نظر مشتریان ایرانی و عدم برگشت این محصول پس از صادرات خواهد داشت، و هدف از برگزاری این کارگاه رسیدن به همین مهم است.

برخی از صادرکنندگان، برگزاری این دوره و شناسایی مراکز بسته‌بندی و تولید خرما را آغازی برای برخورداری سخت‌گیرانه‌ی آن معاونت در راستای بهداشتی‌شدن شرایط این‌گونه مراکز می‌دانند، این در حالی است که مسئولان انجمن خرما و معاونت غذا و دارو از این دوره به‌عنوان آغاز فرهنگ‌سازی برای رسیدن به شرایط مطلوب‌تر یاد می‌کنند، نظر شما در این رابطه چیست؟

به‌منظور بهبود سطح کیفی کارگاه‌ها و کارخانه‌های تولید و بسته‌بندی خرما به‌لحاظ تولیدی بهداشتی، در نظر است از طریق آموزش و نظارت



اشاره: اهمیت تولید مواد غذایی بهداشتی بر کسی پوشیده نیست و محصولی مثل خرما نیز از این مقوله مستثنا نیست. در این میان برای اطمینان مصرف‌کننده از بهداشتی بودن ماده‌ی غذایی، بر روی بسته‌بندی کالا باید کد بهداشتی یا پروانه‌ی ساخت، تاریخ تولید و انقضا و دیگر نشانه‌ها حک شده باشد، اما متأسفانه خرما محصولی است که از این موارد برخوردار نیست. به‌همین منظور برای تولید و به‌ویژه صادرات خرما به صورت بهداشتی، معاونت غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی کرمان با همکاری انجمن خرما و اداره‌کل استاندارد و تحقیقات صنعتی، مبادرت به برگزاری کارگاه آموزشی با عنوان حداقل ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما برای صادرکنندگان این محصول نمود. برای بررسی بیش‌تر اهداف این کارگاه با «پیام خزائلی» معاون غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی کرمان و دانشیار دانشکده‌ی داروسازی، به گفت‌وگو نشستیم.

هدف از برگزاری کارگاه آموزشی حداقل ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما چه بود؟

اهمیت و ضرورت تولید، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات خرمای استان به عنوان محصول شاخص و استراتژیک استان، حجم صادرات خرمای کرمان و مقبولیت آن در بازارهای جهانی تا حد زیادی به شرایط تولید این محصول بستگی دارد و توجه به شرایط بهداشتی و سایر نکات تولیدی و اخذ گواهی‌نامه‌ها و استانداردهایی که مورد پذیرش کشورهای مختلف باشد، تاثیر به‌سزایی در جلب نظر مشتریان ایرانی و عدم برگشت این محصول پس از صادرات خواهد داشت، و هدف از برگزاری این کارگاه رسیدن به همین مهم است.

برخی از صادرکنندگان، برگزاری این دوره و شناسایی مراکز بسته‌بندی و تولید خرما را آغازی برای برخورداری سخت‌گیرانه‌ی آن معاونت در راستای بهداشتی‌شدن شرایط این‌گونه مراکز می‌دانند، این در حالی است که مسئولان انجمن خرما و معاونت غذا و دارو از این دوره به‌عنوان آغاز فرهنگ‌سازی برای رسیدن به شرایط مطلوب‌تر یاد می‌کنند، نظر شما در این رابطه چیست؟

به‌منظور بهبود سطح کیفی کارگاه‌ها و کارخانه‌های تولید و بسته‌بندی خرما به‌لحاظ تولیدی بهداشتی، در نظر است از طریق آموزش و نظارت

گفت و گو

گفت و گو با مهندس «محمد رضا خیرخواه»؛ ف

بسته بندی با کیفیت، تقاضای بی

بر همه‌ی ما، اعم از باغدار، سردخانه‌دار، کارتن‌ساز و صادرکننده واجب است نسبت به خرما و اقتصاد منطقه‌مان تعصب داشته باشیم. فقط یکدلی و حمایت جمعی، موجب موفقیت همگی ما می‌گردد.

در مرحله‌ی آخر، خرما پس از مراقبت‌های لازم توسط سردخانه‌دار، به صادرکننده تحویل داده می‌شود. صادرکننده باید اطلاعات لازم در مورد بسته‌بندی خرما و استانداردهای روز دنیا که از بازارهای هدف به دست آورده، به باغدار، سردخانه‌دار و کارتن‌ساز منتقل نماید. در این صورت با به‌کارگیری این اطلاعات، ضمن ارتقای آگاهی دست‌اندرکاران خرما، موجب ایجاد ارزش افزوده‌ی بیشتری برای همه‌ی آنان خواهد شد.

یکی از معضلاتی که همیشه به آن اشاره می‌شود پایین بودن سرانه‌ی مصرف خرما در سبد غذایی خانوارهای ایرانی است و معمولاً خرما در کشور ما بیش‌تر در ایام ماه مبارک رمضان و یا برای مراسم ختم استفاده می‌شود، راهکار شما برای افزایش سرانه‌ی مصرف خرما در داخل کشور چیست؟

تنوع در فرآوری خرما موجب وسعت گسترده‌ی مصرف خرما می‌گردد، این امر در سایر محصولات کشاورزی به اثبات رسیده است. به عنوان مثال یکی از شرکت‌های تولیدکننده‌ی موز (چیکتا) ۱۶ قلم فرآورده اعم از شربت تا پودر و حتی موز سرخ‌شده تولید می‌کند. در مناطق خرماخیز دنیا مصرف شیرینی‌های خرمایی و پیراشکی داغ خرما عمومیت دارد. تولید متنوع غذاها و شیرینی‌های خرمایی می‌تواند نامحدود باشد، مشروط به آن‌که کارشناسان صنایع غذایی به خدمت گرفته شوند.

مصرف خرما نیاز به فرهنگ‌سازی دارد. یک‌شبه نمی‌توان آن را در خارج از ایام مبارک رمضان و مراسم سوگواری رواج داد، اما چند راهکار عملی عرض می‌کنم و امیدوارم مسئولان محترم با صلاح‌دید خود به‌کار ببندند.

در رسانه‌های عمومی خصوصاً صداوسیما، خرما و فرآورده‌های آن به‌عنوان یک منبع غذایی با ارزش از نظر کالری و ویتامین که مصرف آن سلامت عمومی جامعه را به‌دنبال دارد تبلیغ شده و تهیه‌ی انواع غذاها و شیرینی‌های خرمایی توسط متخصصان به مردم معرفی و آموزش داده شود.

عرضه‌ی خرما به‌عنوان تغذیه‌ی رایگان توسط وزارت آموزش و پرورش در مدارس، ضعف جسمانی، افت تحصیلی و کاهش ضریب هوشی دانش‌آموزان را در نقاط محروم از بین می‌برد.

مصرف خرما در کنار جیره‌ی غذایی نیروهای نظامی و انتظامی موجب افزایش توان جسمانی آنان خواهد بود. در ادارات و موسسات به‌جای قند از خرما استفاده شود. اکثر ورزشکاران از خرما به‌عنوان یک ماده‌ی مقوی و انرژی‌زا استفاده می‌کنند، خرما یکی از توشه‌های کوهنوردان محسوب می‌شود. مسئولان ورزشی کشور، خرما را در برنامه‌ی ورزشکاران بگنجانند.

لازم به توضیح است که مصرف خرما در کشورهای عربی چندین برابر ایران است و در صورت افزایش سرانه‌ی مصرف خرما ضمن کمک به سلامت عمومی جامعه، اقتصاد کشاورزان را دگرگون نموده و رفاه این قشر زحمت‌کش را به‌دنبال خواهد داشت. بنابراین به‌خاطر همه‌ی مزایایی که این میوه بهشتی دارد باید مصرف بیش‌تر آن در داخل و خارج کشور تبلیغ شود.

راهکار بهبود وضعیت بسته‌بندی از نظر شما چیست؟ تدوین استاندارد بسته‌بندی مهم‌ترین موضوعی است که باید



که فقط ده‌درصد آن صادر می‌شود. البته از جهتی باید خوشحال بود، چرا که بالقوه امکان صادرات ده برابر میزان فعلی را داریم. با توجه به کیفیت خرما ایران خصوصاً رطب مضافتی این آرزوی محالی نیست، فقط با نگاه کارشناسان به مقوله‌ی صادرات و بسته‌بندی می‌توان به آن رسید.

چرخه‌ی تولید، فرآوری، بسته‌بندی، بازاریابی و صادرات خرما در اذهان بسیار ناقص تعریف شده و حلقه‌های بسیاری در این زنجیره مفقودند. هرچند ظاهراً صادرات خرما توسط صادرکننده انجام می‌شود ولی در واقع یک زنجیره است که از باغ‌دار آغاز می‌گردد.

معمولاً باغ‌دار هم‌زمان با برداشت، خرما را در جعبه‌ای که خود تهیه کرده یا از سردخانه‌دار دریافت نموده، با اطلاعات و تجارب شخصی بسته‌بندی می‌کند و هیچ‌گونه نظارت و راهنمایی اتفاق نمی‌افتد. اگر در فصل برداشت ناظرانی از طرف سازمان بهداشت و سازمان کشاورزی جهت راهنمایی و هدایت باغ‌داران در مکان‌های بسته‌بندی حضور داشته باشند قطعاً کیفیت بسته‌بندی متفاوت خواهد بود. البته در حال حاضر باغ‌دارانی که از صادرکنندگان جعبه دریافت می‌کنند، به‌دلیل نظارت آن‌ها، بسته‌بندی از کیفیت بالاتری برخوردار است.

در مرحله‌ی بعد، رطب به سردخانه منتقل می‌شود و در طی نگهداری خرما در سردخانه، رعایت استانداردهای مربوط به درجه‌ی حرارت و رطوبت داخل سالن سردخانه الزامی است. سردخانه‌دار باید به رطب مثل یک موجود زنده توجه نموده و از آن مراقبت نماید. متأسفانه هنوز بعضی از سردخانه‌ها از استاندارد لازم برخوردار نیستند و چون سالن قرنطینه ندارند، در گرمای طاقت‌فرسای تابستان در سالن زیر صفر به فضای بیرون باز می‌شود. لذا هنگام تخلیه‌ی خرما، کل سرمای سالن به بیرون نشت می‌کند. بعضی از سردخانه‌داران هم با بیش از ظرفیت واقعی سالن، اقدام به نگهداری خرما می‌نمایند که موجب می‌شود خرما آسیب ببیند.

اشاره: بسته‌بندی مناسب یکی از نکات مهمی است که برای تولید هر کالایی در نظر گرفته می‌شود. به‌ویژه مواد غذایی که لزوماً باید دارای بسته‌بندی مناسب، استاندارد و بهداشتی باشد. در این میان خرما از جمله مواد غذایی است که همواره در زمینه‌ی بسته‌بندی با مشکل مواجه بوده است. به همین جهت برای بررسی چگونگی بهبود بسته‌بندی خرما با مهندس «محمد رضا خیرخواه» یکی از فعالان خرما، مدیرعامل کارخانه‌ی کارتن و صنایع بسته‌بندی خیرخواه و بازرس انجمن صنایع کارتن ایران به گفت‌وگو نشستیم. وی فوق‌لیسانس مکانیک از دانشگاه شیراز و از بنیان‌گذاران و عضو هیات امنای انجمن ملی خرما ایران است.

بسته‌بندی خرما باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد؟

مهم‌ترین ویژگی یک بسته‌بندی، داشتن استحکام لازم برای حفاظت از خواص فیزیکی، کیفی و کمی مظهر است. بهداشتی بودن و زیبایی و جذابیت جعبه از دیگر ویژگی‌های آن است. بسته‌بندی یک رسانه است، لذا باید معرف و مبلغ محصول باشد و غیر از محافظت، وظیفه‌ی جذب و توجه مشتری را دارد؛ زیرا اولین نگاه خریدار، قبل از محصول به بسته‌بندی است؛ بنابراین طراحی و استفاده از رنگ‌های جذاب در موفقیت کالا نقش بسزایی دارد.

در مورد خرما که یک ماده‌ی غذایی است، رعایت این موارد از اهمیت بیش‌تری برخوردار است، اکنون کیفیت بسته‌بندی سایر کشورهای صادرکننده‌ی خرما به‌حدی بالا است که قیمت خرما در جبهه‌ی آن‌ها در بازارهای جهانی از قیمت خرما در جبهه‌ی ما بیش‌تر است.

نقش بسته‌بندی در صادرات خرما چیست؟

حدود یک میلیون تن خرما سالانه در کشور تولید می‌شود

در رسانه‌های عمومی خصوصاً صداوسیما، خرما و فرآورده‌های آن به‌عنوان یک منبع غذایی با ارزش از نظر کالری و ویتامین که مصرف آن سلامت عمومی جامعه را به‌دنبال دارد تبلیغ شده و تهیه‌ی انواع غذاها و شیرینی‌های خرمایی توسط متخصصان به مردم معرفی و آموزش داده شود.

عرضه‌ی خرما به‌عنوان تغذیه‌ی رایگان توسط وزارت آموزش و پرورش در مدارس، ضعف جسمانی، افت تحصیلی و کاهش ضریب هوشی دانش‌آموزان را در نقاط محروم از بین می‌برد.

مصرف خرما در کنار جیره‌ی غذایی نیروهای نظامی و انتظامی موجب افزایش توان جسمانی آنان خواهد بود. در ادارات و موسسات به‌جای قند از خرما استفاده شود. اکثر ورزشکاران از خرما به‌عنوان یک ماده‌ی مقوی و انرژی‌زا استفاده می‌کنند، خرما یکی از توشه‌های کوهنوردان محسوب می‌شود. مسئولان ورزشی کشور، خرما را در برنامه‌ی ورزشکاران بگنجانند.



حال خرما و بازرسی انجمن صنایع کارتن ایران

ش تری برای خرما ایجاد می کند

کند، باعث لهیدگی و خرابی خرما می شود.

و سخن آخر...

آموزش کشاورزان و باغداران از اهمیت ویژه ای برخوردار است که همه باید به آن توجه نموده و در این راستا بکوشند. وزارت بهداشت و اداری استاندارد با چاپ و توزیع جزوات کاربردی و اعزام مربیان در فصل برداشت، اگر مرکز تحقیقات خرما وجود دارد باید حضور خود را در میان باغداران بیش تر ابزار نماید و با چاپ و توزیع نشریات، نتیجه ای تحقیقات خود را به اطلاع باغداران برساند و به ارتقای سطح آگاهی کشاورزان از نظر بهداشتی و بسته بندی کمک نماید.

ایجاد رشته ی خرما در هنرستانها و سپس تأسیس دانشکده ی خرما در مناطق خرماخیز باعث می شود فرزندان دست اندر کاران خرما در همان رشته متخصص شوند و در آینده افرادی تحصیل کرده در بخش های مختلف خرما از تولید تا بازرگانی داشته باشیم. این کار چند مزیت دارد: ارتقای آگاهی کشاورزان، اشتغال زایی، جلوگیری از مهاجرت، و در نهایت به اقتصاد مردم این مناطق کمک می کند.

در پایان این نکته را هم اضافه کنیم که برداشت محصول تولید شده باید به گونه ای باشد که ضایعات روش سنتی (خوشه تکانی) را به روش های برداشت جدید در باغها به حداقل برساند. همین طور با توجه به پراکندگی و گستردگی باغها و عدم امکان انتقال خرما به کارگاه های بسته بندی، بهتر است کشاورزان سالن هایی در جوار باغها و در مکانی که تراکم نخلستان وجود دارد احداث نمایند تا بتوانند با رعایت اصول بهداشتی اقدام به بسته بندی محصولات خود کنند و این سالن ها به طور دوره ای در اختیار باغداران مجاور قرار گیرد. بدیهی است تسهیلات لازم برای احداث چنین مکان هایی باید توسط مسئولان محترم در اختیار باغداران قرار گیرد.

اگر دقت کنیم تفاوت فاحش قیمت خرما ایران با سایر کشورها در فروشگاه های مواد غذایی خارج از کشور فقط مربوط به کیفیت بسته بندی است. بسته بندی آن قدر در مصرف کننده جاذبه ایجاد می کند که حاضر است بابت آن بیش تر از قیمت واقعی خرما پول بپردازد.

از طرفی دیگر هم اکنون معاملات خرما بر مبنای محاسبه ی وزن ناخالص است، یعنی هنگام فروش خرما نه تنها وجه کارتن به باغدار برمی گردد، بلکه سود هم می برد؛ ولی متأسفانه برای تهیه ی کارتن با کیفیت، کم تر سرمایه گذاری می شود و باغدار، از این سود خود را محروم می کند. ضمن این که بسته بندی با کیفیت، تقاضای بیش تری برای خرما ایجاد می کند.

آموزش کشاورزان و باغداران از اهمیت ویژه ای برخوردار است که همه باید به آن توجه نموده و در این راستا بکوشند.

بسته بندی یک رسانه است، لذا باید معرف و مبلغ محصول باشد و غیر از محافظت، وظیفه ی جذب و توجه مشتری را دارد؛ زیرا اولین نگاه خریدار، قبل از محصول به بسته بندی است؛ بنابراین طراحی و استفاده از رنگ های جذاب در موفقیت کالا نقش بسزایی دارد.

در مورد خرما که یک ماده ی غذایی است، رعایت این موارد از اهمیت بیش تری برخوردار است، اکنون کیفیت بسته بندی سایر کشورهای صادرکننده ی خرما به حدی بالا است که قیمت خرما درجه سه آن ها در بازارهای جهانی از قیمت خرما درجه یک ما بیش تر است.

بر همه ی ما، اعم از باغدار، سردخانه دار، کارتن ساز و صادرکننده واجب است نسبت به خرما و اقتصاد منطقه مان تعصب داشته باشیم. فقط یک دلی و حمایت جمعی، موجب موفقیت همگی ما می گردد.

در صورت تأمین نقدینگی می توان سر فرصت کارتن با کیفیت به صورت انبوه تولید و در فصل برداشت، تقاضای شدید باغداران را برطرف کرد. ما به عنوان تولیدکننده ی محلی که در منطقه حضور داریم و عضوی از خانواده ی خرما هستیم به دلیل تماس مداوم با باغداران و سردخانه داران، از مشکلات پس از بسته بندی آگاه هستیم و سعی می کنیم عیوب را برطرف سازیم اما بعضی از کارتن سازهای غیربومی، اخلاقی حرفه ای را رعایت نمی کنند و در کارگاه های غیرمجاز و زیرپله ای، کارتن نامرغوب حتی با تقلید و کپی از طرح های جدید ما تولید و روانه ی بازار می کنند که به خرما و صنعت بسته بندی خسارت می رسانند.

آیا راهکاری برای حل این مشکل وجود دارد؟
یکی از راه های جلوگیری از ورود کارتن نامرغوب، کنترل و نمونه برداری محموله های کارتن در مبادی ورودی شهرهای خرماخیز است. این نمونه ها روزانه به اداری استاندارد منتقل شده و پس از بررسی، در صورت تأیید کیفیت از واردکننده تقدیر شود، در غیر این صورت، کارتن نامرغوب مرجوع گردد.

شما اخیراً در جلسه ی انجمن خرما استان و کارشناسان استاندارد شرکت داشتید، یکی از موضوعات مطرح شده، درباره ی استانداردسازی ابعاد جعبه ی خرما بود، نظر شما چیست؟

ابعاد جعبه باید بر اساس اندازه ی خرما باشد، به طور مثال خرما با قطر ۲ سانتی متر، باید در جعبه ی سردیفه به ارتفاع ۵/۵ سانتی متر بسته بندی شود و خرما ۵/۲ سانتی متر جعبه ی ۶ سانتی متری نیاز دارد. ارتفاع اکثر جعبه های موجود در بازار بین ۵/۵ تا ۶ سانتی متر است. باغدار باید با دقت کامل، جعبه را بر اساس اندازه ی خرما خودش انتخاب کند. در غیر این صورت اگر به خاطر ارزانی، کارتن با اندازه ی کوچک تهیه

به آن توجه نمود. متأسفانه استاندارد مناسبی که بتواند نیاز بسته بندی خرما را مرتفع کند نداریم. در این رابطه، کارشناسان ابتدا باید فرآیند برداشت محصول خرما را از نزدیک مشاهده و با نظر خواهی از دست اندرکاران خرما تمامی جزئیات را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند. با جمع بندی این مطالب و استفاده از استانداردهای بین المللی بسته بندی می توان برای جعبه ی خرما یک استاندارد جامع تدوین نمود.
من به عنوان یک تولیدکننده ی کارتن خرما از حضور کارشناسان اداری استاندارد برای رفع نواقص جعبه ی خرما و تدوین استاندارد مناسب که همه از آن پیروی نمایند استقبال می کنم.

نظر شما درباره ی بسته بندی فعلی خرما چیست؟
امروزه همسان سازی بسته بندی (جعبه ی خرما) یک ضرورت است؛ چون بسته بندی معرف کالا است. شکل و ابعاد فعلی کارتن خرما به عنوان یک برند شناخته شده است. در یک فروشگاه مواد غذایی، بین چندین محصول مختلف، کارتن خرما را به راحتی می توان تشخیص داد. بنابراین بهتر است شکل ظاهری جعبه کم تر تغییر کند. اما از جهات دیگر باید مورد بررسی قرار گرفته و برای آن یک استاندارد مناسب تدوین شود.

باغدار باید توجه کند که بسته بندی هزینه نیست بلکه سرمایه گذاری است. متأسفانه عدم بضاعت مالی کشاورزان و باغداران مانع از توسعه و عرضه ی بسته بندی های لوکس و جذاب شده است. فی المثل پرداخت ۲۰۰-۳۰۰ ریال بیش تر برای هر جعبه، برای باغدار سخت است. غافل از این که بر روی قیمت تمام شده کم تر از یک درصد تأثیر گذاشته، ولی می توان حداقل ده تا بیست درصد خرما را با قیمت بیش تری به فروش رساند. اگر دقت کنیم تفاوت فاحش قیمت خرما ایران با سایر کشورها در فروشگاه های مواد غذایی خارج از کشور فقط مربوط به کیفیت بسته بندی است. بسته بندی آن قدر در مصرف کننده جاذبه ایجاد می کند که حاضر است بابت آن بیش تر از قیمت واقعی خرما پول بپردازد.
از طرفی دیگر هم اکنون معاملات خرما بر مبنای محاسبه ی وزن ناخالص است، یعنی هنگام فروش خرما نه تنها وجه کارتن به باغدار برمی گردد، بلکه سود هم می برد؛ ولی متأسفانه برای تهیه ی کارتن با کیفیت، کم تر سرمایه گذاری می شود و باغدار، از این سود خود را محروم می کند. ضمن این که بسته بندی با کیفیت، تقاضای بیش تری برای خرما ایجاد می کند.

تولید خرما و مصرف کارتن در استان کرمان چه میزان است و برای تعادل بین این دو چه باید کرد؟

بخشی از ۲۷۰ میلیون تن خرما استان در ۲۰۰ میلیون جعبه ۵۰۰ تا ۸۰۰ گرمی بسته بندی می شود. واحدهای کارتن سازی باید امکانات و نقدینگی لازم را در این حجم داشته باشند تا در فصل برداشت که با تقاضای سیل گونه ی باغدار مواجه می شوند بتوانند نیاز آن ها را تأمین کنند.

فصل را ندارد، بنابراین دولت باید تسهیلات لازم به کشاورزان اعطا کند تا هم چون دیگر مواد لازم برای کاشت، داشت و برداشت خرما، به موقع کارتن بسته بندی را تهیه نماید و بدین تسهیلاتی در اختیار تولیدکنندگان کارتن قرار گیرد. در گذشته کاغذ به عنوان ماده اولیه از خارج به صورت مدت دار ۳ تا ۶ ماهه خریداری می شد؛ اما اکنون امکان خرید همان کاغذ حتی به صورت نقدی و با قیمت بیش تر به سستی انجام می شود.

گزارش

در نشست مشترک کمیته‌های خدمات و استاندارد انجمن خرما مطرح شد

در بازارهای خارجی از بسته‌بندی نامناسب لطمه خورده‌ایم

نشست مشترک کمیته‌های خدمات و استاندارد انجمن خرما ایران با حضور رییس انجمن، اعضای این کمیته‌ها و کارشناسانی از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی، معاونت غذا و دارو دانشگاه علوم پزشکی و نمایندگان چند کارخانه سازنده کارتن خرما برگزار شد.

همیشه یک کالا بر مبنای عرضه و تقاضا تولید می‌شود؛ عرضه و تقاضا هم جدای از بازار داخلی، بیش‌تر بر مبنای صادرات شکل می‌گیرد و میزان صادرات هم با کیفیت بسته‌بندی و استاندارد آن کالا ارتباط مستقیم دارد. متأسفانه تاکنون لطمه‌هایی که در بازارهای خارجی خورده‌ایم از همین دو مقوله استاندارد کالا و بسته‌بندی آن بوده است.

متأسفانه یکی از مشکلاتی که با آن روبه‌رو هستیم، رقابت‌های ناسالمی است که در بازارهای خارجی به ما لطمه می‌زند.

رییس انجمن خرما در این نشست با اشاره به دستور جلسه مبنی بر پی‌گیری و اجرای استاندارد ۳۹۵ خرما، پی‌گیری دوره‌ی آموزشی آشنایی با ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما، بررسی استاندارد کارتن خرما، بررسی اصلاح استانداردهای خرما و نهایی کردن طرح تغییر بسته‌بندی از باغ به کارگاه‌های بسته‌بندی اظهار داشت: همیشه یک کالا بر مبنای عرضه و تقاضا تولید می‌شود؛ عرضه و تقاضا هم جدای از بازار داخلی، بیش‌تر بر مبنای صادرات شکل می‌گیرد و میزان صادرات هم با کیفیت بسته‌بندی و استاندارد آن کالا ارتباط مستقیم دارد. متأسفانه تاکنون لطمه‌هایی که در بازارهای خارجی خورده‌ایم از همین دو مقوله استاندارد کالا و بسته‌بندی آن بوده است.

محسن رشیدفرخی افزود: مسأله‌ی اصلی که باید به آن پرداخته شود، بسته‌بندی خرما است که متأسفانه طی سال‌های اخیر، هم قیمت کارتن بسته‌بندی افزایش یافته و هم کیفیت آن به شدت کاهش پیدا کرده، که باید در این رابطه بررسی‌های لازم صورت گیرد تا این مشکل برطرف شود. وی ادامه داد: متأسفانه در فصل تولید که بیش از یک‌ماه نیست، همه می‌خواهند بسته‌بندی را انجام دهند که این شرایط باعث می‌شود بسته‌بندی محصول خرما با مشکلات زیادی روبه‌رو باشد، بنابراین در این رابطه باید طوری برنامه‌ریزی شود تا با بهبود کیفیت بسته‌بندی بتوانیم با کشورهای مثل تونس رقابت خوبی داشته باشیم.

رشیدفرخی ضمن تشکر از همکاری اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی، اظهار داشت: یک‌سری از قوانین استاندارد لزومی نداشت و بعضاً مانع صادرات محصول بود، از قبیل صادرات خرما با کلاهدک و یا چوب، که خوش‌بختانه با پی‌گیری کمیته‌ی استاندارد و همکاری اداره کل استاندارد حل شد و استاندارد آن تغییر کرد.

وی به برخی رقابت‌های ناسالم توسط بعضی از صادرکنندگان هم اشاره و تصریح کرد: متأسفانه یکی از مشکلاتی که با آن روبه‌رو هستیم، رقابت‌های ناسالمی است که در بازارهای

خارجی به ما لطمه می‌زند.

رشیدفرخی افزود: ما از این برهه‌ای که قیمت دلار افزایش پیدا کرد می‌توانستیم حداکثر استفاده را ببریم، اما متأسفانه این مسأله را خیلی جدی نگرفتیم و حتی با برخی ندانم‌کاری‌ها باعث شدیم تا در سال آینده حتی با ضرر و زیان روبه‌رو شویم.

تلاش برای بهبود کیفیت کارتن‌های بسته‌بندی

رییس کمیته‌ی خدمات هم در این نشست با بیان این که از اواسط مرداد برداشت خرما آغاز و هرساله از تیرماه خرید کارتن توسط باغدارها آغاز می‌شود، گفت: بنابراین شاید برای تدوین استاندارد بسته‌بندی خرما اکنون مقداری دیر باشد، اما آن‌چه که باعث شد به دنبال تدوین استاندارد کارتن خرما باشیم، ضرر و زبانی بود که سال گذشته به خاطر بی‌کیفیت بودن کارتن‌های خرما متوجه باغداران شد؛ از جمله افت کیفیت خرما در سردخانه به‌واسطه‌ی اندازه‌ی نامناسب جعبه‌ها و یا تغییر شکل دادن جعبه در سردخانه به‌واسطه‌ی کیفیت پایین آن‌ها.

محمدحسین اکبری ادامه داد: بنابراین تصمیم گرفتیم امسال قبل از برداشت محصول با کارتن‌سازان هماهنگ کنیم تا در سال جاری کارتن‌ها با کیفیت بالاتری تولید شوند.

وی افزود: به همین منظور تاکنون با حضور کارتن‌سازان و کارتن‌فروشان دو جلسه در بم برگزار شده است که ابتدا در خصوص اندازه‌ی کارتن‌ها بحث و تبادل نظر صورت گرفت، چرا که سال گذشته که کارتن ۶ سانتی‌متری نیاز بود، به زحمت پیدا می‌شد.

رییس کمیته‌ی خدمات گفت: پیشنهاد می‌شود ۴ سایز مختلف برای خرماهای باکیفیت مختلف طراحی و با کیفیت استاندارد به تولیدکنندگان و فروشنده‌گان کارتن ابلاغ گردد. اکبری همچنین با بیان این که متأسفانه کشاورزان نمی‌دانند باید خرما را در چه کارتنی و با چه اندازه‌ی بسته‌بندی کنند، اظهار داشت: کشاورزان باید نسبت به اندازه‌ی کارتن‌ها و این که چه خرمایی را در کارتنی با چه اندازه بسته‌بندی کنند، فرهنگ‌سازی صورت گیرد که البته قرار است از طریق انجمن با شیوه‌های مختلف کشاورزان را نسبت به این موضوع آگاه کنیم. وی افزود: یکی از مضمضات صادرکنندگان هم همین مسأله‌ی بی‌کیفیت بودن کارتن‌های خرما است، متأسفانه باغدارها به دلیل عدم آگاهی، به دنبال کارتن باکیفیت پایین هستند و اعتنایی به کیفیت کارتن ندارند، به همین جهت صادرکنندگان مجبورند دوباره کارتن‌ها را عوض کنند که مستلزم صرف هزینه و وقت بسیاری است.

اکبری ادامه داد: هم‌چنین کیفیت مادر کارتن یکی از مسائلی است که باید مورد توجه قرار گیرد.

وی از قول همکاری سازمان صنعت، معدن و تجارت در بم خبر داد و گفت: با هماهنگی‌ای که با مسئولان این اداره در بم صورت گرفته است، مقرر گردید تا در خصوص قیمت و کیفیت کارتن همکاری لازم را داشته باشند و در صورت مشاهده‌ی هرگونه تخلفی از جمله فروش کارتن بی‌کیفیت و یا فروش کارتن با قیمتی غیر از قیمت مصوب، با متخلفین برخورد شود. محمدرضا خیرخواه، نماینده‌ی کارتن‌سازان هم در این جلسه با بیان این که بسته‌بندی به کالا هویت و ارزش می‌دهد، اظهار داشت: مصرف‌کننده ابتدا بسته‌بندی را می‌بیند و سپس بر اساس بسته‌بندی نسبت به خرید کالا و مصرف آن اقدام می‌کند.

وی ضمن انتقاد از رقابت ناسالم کارتن‌سازان غیربومی گفت: رقابت منفی باعث ضرر و زیان باغدار می‌شود، ضمن این که بعضی از باغداران فکر می‌کنند کارتن هزینه است و حاضر نیستند برای کیفیت آن وجه اضافه پرداخت کنند.

تلاش برای فرهنگ‌سازی در جهت افزایش کیفیت محصول

در ادامه‌ی این نشست، رییس کمیته‌ی استاندارد با اشاره به برپایی کارگاه آموزشی حداقل ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما توسط معاونت غذا و دارو و با همکاری اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی، گفت: این کارگاه آموزشی در راستای بالا بردن کیفیت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما و به تبع آن افزایش کیفیت محصول صادراتی است.

محمد امینیان افزود: این کارگاه آغازی برای شناسایی صادرکنندگان و ارائه‌ی شناسه‌ی نظارت به مراکز تولید و بسته‌بندی خرما است.

وی ادامه داد: این شناسه برای شناسایی و سپس برخورد سخت‌گیرانه با این مراکز نیست، بلکه به دنبال فرهنگ‌سازی و به‌دنبال آن افزایش کیفیت است.

وی هم‌چنین از نشانه‌گذاری بر روی کارتن‌های خرما با همکاری معاونت غذا و دارو دانشگاه علوم پزشکی و با همکاری اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی خبر داد.

حامد بدرآبادی، عضو انجمن خرما هم در این نشست ضمن تاکید بر نظارت بیش‌تر بر خرمایی که در بازار داخل توزیع می‌شود، گفت: صادرکنندگان به این جهت که باید سلیقه‌ی مشتری خارجی را رعایت کنند به‌نوعی خودکنترلی دارند، اما بر بازار داخل هیچ کنترل و نظارتی نمی‌شود، بنابراین باید سیستم نظارتی قوی برای کنترل بازار داخل ایجاد شود.

آن‌چه که باعث شد به دنبال تدوین استاندارد کارتن خرما باشیم، ضرر و زبانی بود که سال گذشته به خاطر بی‌کیفیت بودن کارتن‌های خرما متوجه باغداران شد؛ از جمله افت کیفیت خرما در سردخانه به‌واسطه‌ی اندازه‌ی نامناسب جعبه‌ها و یا دفرمه شدن جعبه در سردخانه به‌واسطه‌ی کیفیت پایین آن‌ها.

متأسفانه باغدارها به دلیل عدم آگاهی، به دنبال کارتن باکیفیت پایین هستند و اعتنایی به کیفیت کارتن ندارند، به همین جهت صادرکنندگان مجبورند دوباره کارتن‌ها را عوض کنند که مستلزم صرف هزینه و وقت بسیاری است.

هدی فخری، کارشناس معاونت غذا و دارو دانشگاه علوم پزشکی با اشاره به برگزاری کارگاه آموزشی حداقل ضوابط ساخت مراکز تولید و بسته‌بندی خرما، اظهار داشت: این کارگاه شروعی برای ارتباط ما با دست‌اندرکاران خرما است.

وی افزود: متأسفانه اکنون از میان صادرکنندگان خرما تنها چهار صادرکننده با ما در ارتباط هستند و ما عملاً با تعداد زیادی از صادرکنندگان خرما آشنا نیستیم، انجمن خرما و حضور ما در آن باعث شد تا ما ابتدا به‌گونه‌ای با صادرکنندگان خرما آشنا شویم و پس از آن به سراغ تولیدکنندگان خرما برویم.

وی در عین حال خاطر نشان کرد: تولید و توزیع داخل، حجم بسیار زیادی دارد، بنابراین باید نظارت بیش‌تری روی آن صورت گیرد.

گزارش

بازاری که از آن غافل مانده‌ایم

بازار مطلوب چین



اولیه و واردات از کشورهای دیگر هم باشند. وی با اشاره به همت مقام‌های ایرانی و چینی برای رساندن سطح مبادلات غیرنفتی به بیش از ۴۰ میلیارد دلار در سال اضافه کرد: فعالان اقتصادی ایران باید در ایجاد مسیر دوطرفه مبادلات تجاری و با هدف رساندن سطح آن به ۱۰۰ میلیارد دلار نقش مهمی ایفا کنند.

«سبحانی» مدیر یک شرکت بازرگانی از اصفهان گفت: ضعیفی که در کشور ما وجود دارد این است که محصولات ایرانی هنوز نفوذ خود را در بازارهای جهانی بدست نیاورده و به دور دست‌ها هم کم‌تر می‌اندیشیم.

وی افزود: فکر می‌کنم اگر بازار مصرف چین پی به کیفیت کالاهای ایرانی ببرد، زمینه‌ی خوبی برای صادرات وجود دارد.

وی با اشاره به کیفیت مواد غذایی ایران گفت: ما می‌توانیم رقابتی خود را از بازار خارج کنیم؛ محصولات ایران به‌خصوص کالاهای کشاورزی کیفیت خوبی دارند.

«طهماسب تراکشوند» از فعالان اقتصادی استان همدان هم گفت: من چین را یک کشور صادرکننده می‌شناختم، اما دریافتیم که بازار مصرف بزرگی است.

وی با اشاره به این‌که بیش از یک دهه در امر تجارت خارجی فعالیت دارد، افزود: بیش از نیمی از ایرانی‌ها این دیدگاه را دارند که چین صادرکننده‌ی مطلق است، در صورتی که با توجه به جمعیت روزافزون در این کشور، وجود کالاهای ایرانی بدون متقاضی نخواهد ماند.

وی تصریح کرد: صادرکنندگان کشور ما بیشتر با ترکیه، کشورهای عربی و آسیای میانه کار می‌کنند اما باید بازارهای دور دست مانند چین را هم تسخیر کرد.

چین در سال ۲۰۱۱ میلادی بیش از ۱۷۰۰ میلیارد دلار واردات داشته و انتظار می‌رود تا پنج سال دیگر واردات آن به ۱۰ هزار میلیارد دلار برسد. کارشناسان می‌گویند با وجود رشد صادرات ایران در سال‌های اخیر، نسبت صادرات به واردات در مقایسه با دیگر کشورها بسیار پایین است. بر اساس گزارش‌های رسمی در سال ۲۰۱۰ میلادی نسبت صادرات به واردات کشورهای هند، مالزی، ترکیه، چین و جمهوری کره به ترتیب ۲۰۷، ۹۶، ۱۱۰، ۱۳۲، ۱۶۵، ۱۷۲ درصد بوده حال آن‌که این میزان در مورد ایران ۳۴ درصد است.

با مقایسه‌ای از صادرات کشورها و ایران متوجه می‌شویم که کشورمان تا رسیدن به نقطه‌ی مطلوب راه درازی در پیش دارد. کل صادرات جهان در سال ۲۰۱۰ میلادی به ۱۴/۸ تریلیون دلار رسید که از این رقم سهم آمریکا، آلمان و چین به عنوان سه کشور عمده صادراتی ۲۸ درصد و بقیه‌ی قاره‌ی آسیا ۳۰ درصد است.

آنان مشتاق خرید محصولات کشاورزی، فرش، صنایع دستی و خشکبار ایران هستند.

«حیدر حیدریان»، مدیرعامل یک شرکت تولیدکننده‌ی مواد پلاستیکی و یکی از صادرکنندگان برتر ایرانی با ابراز اطمینان از این‌که می‌تواند در بازار چین برای کالاهای خود مشتری پیدا کند، افزود: همین‌طور که چین به تمامی دنیا صادرات دارد، آمارها نشان می‌دهد نیاز جدی به واردات کالا هم هست و به عنوان یک تولیدکننده‌ی ایرانی بازار چین را در هدف برنامه‌های شرکت خود قرار داده‌ایم.

این فعال اقتصادی با تأکید بر این‌که بسیاری از کالاهای ایرانی قدرت رقابت را در بازارهای آسیایی از جمله چین دارند، گفت: ما در برخی کشورهای آسیای مرکزی رقیب کالاهای چینی شده‌ایم و جای آن‌ها را گرفته‌ایم، پس در داخل کشور چین هم می‌توانیم بخشی از تقاضای بازار و مردم را پاسخ‌گو باشیم.

«کاظم پگاه»، رییس یک شرکت کشاورزی گفت: در سال‌های اخیر تولید محصولات گلخانه‌ای در ایران رشد خوبی داشته است و ما می‌توانیم به کشورهای مختلف از جمله چین این محصولات را که دوام زیادی هم دارند، صادر کنیم.

وی اظهار داشت: باور نداشتم این کشور بازار بکر و خوبی برای صادرات کالاهای ایرانی است اما اکنون باید بگویم تولیدکنندگان و صادرکنندگان از این بازار عظیم غافل هستند.

وی با اشاره به این‌که در مذاکرات خود با طرف‌های چینی دریافته که بازرگانان چینی به واردات از ایران می‌اندیشند، گفت: به هر حال چینی‌ها معتقدند منابع آن‌ها تمام‌شدنی است و باید به فکر مواد

چین در سال ۲۰۱۱ میلادی بیش از ۱۷۰۰ میلیارد دلار واردات داشته و انتظار می‌رود تا پنج سال دیگر واردات آن به ۱۰ هزار میلیارد دلار برسد. کارشناسان می‌گویند با وجود رشد صادرات ایران در سال‌های اخیر، نسبت صادرات به واردات در مقایسه با دیگر کشورها بسیار پایین است. بر اساس گزارش‌های رسمی در سال ۲۰۱۰ میلادی نسبت صادرات به واردات کشورهای هند، مالزی، ترکیه، چین و جمهوری کره به ترتیب ۲۰۷، ۹۶، ۱۱۰، ۱۳۲، ۱۶۵، ۱۷۲ درصد بوده حال آن‌که این میزان در مورد ایران ۳۴ درصد است.

سردبیر: علی احمدی دبیر انجمن خرمای کرمان با همکاری اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، آقای کامی اردکانی رایزن برجسته و فعال بازرگانی ایران مستقر در پکن، اتاق بازرگانی و صنایع ایران و چین و آقای علی‌زاده مسوول مرکز تحقیقات اقتصادی اتاق کرمان، اطلاعاتی درباره‌ی چین و نحوه‌ی تجارت با بنگاه‌های وارداتی چین جمع‌آوری کرده که طی پنج شماره در خبرنامه به چاپ خواهند رسید. هم‌چنین وی در نظر دارد یک‌سری مقالات راجع به کشورهای (هند، اندونزی، کشورهای که برند «حلال» مصرف می‌کنند، کانادا و کشورهای اروپایی مخصوصاً روسیه و کشورهای CIS) که بالقوه بازار مناسبی برای خرما هستند تهیه کند و انشاءالله متعاقباً در خبرنامه منعکس خواهند شد.

به نقل از سایت اتاق ایران: بسیاری از فعالان اقتصادی بر این باورند که تولیدکنندگان و صاحبان صنایع ایرانی نباید از صادرات کالاهای خود به بازار چین غافل باشند.

در گفت‌وگوی ایرنا با تنی چند از اعضای هیات‌ی از فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان ایرانی، اکثر آنان اذعان کردند، بازرگانان کشورمان از بازار مصرف چین غافل مانده‌اند.

«محمد صمدی»، رییس اتاق بازرگانی و صنایع معادن خراسان شمالی می‌گوید: بازار چین زمینه‌ی خوبی برای جذب کالاهای ایرانی دارد.

وی در گفت‌وگو با ایرنا افزود: نگاه ما به چین یک‌بعدی است. از نظر تجار و اکثر فعالان اقتصادی ایرانی، چین یک کشور صادرکننده‌ی کالا است و ما هم باید واردکننده باشیم، اما این نگاه را حتی بازرگانان چینی که با طرف‌های ایرانی کار می‌کنند، قبول ندارند.

صمدی با تأکید بر این‌که باید دیدگاه‌ها به بازار چین عوض شود گفت: رویکرد دولت ایران، اتاق‌های بازرگانی استان‌ها و سازمان توسعه‌ی صادرات حمایت از تولیدکنندگان داخلی و صادرات است و این رویکرد باید در اهداف تمامی برنامه‌ها و تشکیل هیات‌های اقتصادی نهادینه شود. وی مرادفات سیاسی و تجاری را چین را یک فرصت خواند و گفت: ما باید در قالب سفر هیات‌های اقتصادی و مبادلات تجاری، کارخانه و ماشین‌آلات خود را بازسازی و نوسازی کنیم و درصدد باشیم تا با رقابتی کردن کالاهای ایرانی، جایگاه خود را در بازارهای متنوع و میلیاردی مانند چین باز کنیم. ما می‌توانیم صادرات کالا به چین داشته باشیم و همزمان با واردات ماشین‌آلات صنایع خود را نوسازی کنیم.

رییس اتاق بازرگانی خراسان شمالی با تأکید بر این‌که هدف نهایی برنامه‌ریزی‌های اقتصادی برون‌مرزی باید صادرات کالای باکیفیت ایرانی باشد، گفت: در گفت‌وگو با طرف‌های چینی دریافتیم

همایش ملی و جشنواره‌ی علمی خرمای ایران

مخوورهای همایش:

یافته‌های فیزیولوژی و فیزیولوژی پس از برداشت خرما
آفات، بیماری‌ها و علفزارهای هرز خرما
بهدارزی و بیوتکنولوژی خرما
تغذیه و آبیاری خرما
بازارشناسی، بازاریابی، توسعه و بهبود اقتصاد، تجارت و صادرات خرما
مکانیزاسیون و کاربرد تکنولوژی‌های نوین در تولید و فرآوری خرما
راهکارهای بهبود و ارتقای صنایع فرآوری و بسته‌بندی خرما
مدیریت بازاریافت و فرآورده‌های جانبی خرما
بهدارنت، ارزش دارویی و تغذیه‌ای خرما
راهکارهای توسعه‌ی فرهنگ مصرف خرما

برگزارکننده:

دانشگاه شهید باهنر؛ پژوهشکده‌ی باغبانی

اتاق بازرگانی، انجمن خرمای کرمان

کانون هماهنگی دانش و صنعتی

۱۳ و ۱۳ شهریورماه ۱۳۹۱

کرمان، انتهای بلوار ۲۲ بهمن، میدان پژوهش، دانشگاه شهید باهنر

www.dpc2.uk.ac.ir

dpc2@conf.uk.ac.ir

ترسیم حساب سیرجان

TARSIM HESAB E SIRJAN

شرکت خدمات حسابداری و مشاوره

(سهامی خاص)

شرکت ترسیم حساب سیرجان در تاریخ ۱۳۹۰/۰۸/۱۷
تحت شماره ۳۰۳۹ دفتر ثبت شرکت های سیرجان
به ثبت رسیده است.

سهامداران حقوقی عبارتند از:

شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه عمران سیرجان ۱۴۰۴
شرکت خدمات مالی و مشاوره‌ای معتمد حساب جنوب شرق

سیرجان، خیابان آیت الله سعیدی، نبش بانک مسکن، طبقه دوم
تلفن: ۰۲۴۱-۲۴۳۱۳۹۸، ۰۲۴۱-۳۳۳۳۳۳۳، شماره: ۰۹۱۳۳۳۳۳۳۳۳

فروش موتور آب با نخلستان خرما در منطقه‌ی دارستان بم با مشخصات زیر:

فاصله از بم با جاده‌ی آسفالت ۳۵ کیلومتر

موتور برقی سه فاز ۲۲۰

چاه عمیق فعلی ۱۳۰ متر با آب‌دهی ۱۴ لیتر

چاه حفرشده‌ی جدید به عمق ۱۸۰ متر آمده‌ی بهره‌برداری با آب‌دهی ۲۵ لیتر (تجهیز نشده)

مساحت زمین ۴۰ هکتار

لوله‌کشی به طول ۵۰۰ متر (لوله‌ی آب‌بست)

اتاق موتورخانه ۴*۶-۲۴ متر

تعداد ۱۰۰۰ درختچه و درخت - ۲۰۰ اصله ۱۰ساله، ۲۰۰ اصله ۶ساله، ۲۰۰ اصله ۴ساله، ۲۰۰ اصله

۳ساله، ۴۶ ثمرنما، بقیه درختچه خرما

سند اجاره‌ی امور اراضی، اجاره‌ی سالیانه حدود ۵ میلیون ریال

در سال گذشته اقدام به اخذ سند مالکیت شده و در کمیسیون در دست بررسی است

مساحت کل زیر درخت حدود ۲۰ هکتار

دارای پروانه‌ی بهره‌برداری چاه

آقای کنجویی: ۰۹۱۳۱۴۱۳۱۰۵

تلفن تماس: آقای دلکانی ۰۹۱۳۹۴۱۷۵۵۲

پذیرش آگهی در



خرما
خرمائی

با گسترده‌ی توزیع سراسری در

- استان کرمان

- استان‌های خرمای کشور

- اتاق‌های سراسر کشور

تلفن سفارش آگهی: ۲۴۷۵۶۴۴

بازار خرما

قیمت‌ها مربوط به هفته‌ی چهارم فروردین می‌باشد.

رقم خرما	نوع بسته‌بندی	قیمت (برای هر کیلو)
مضافتی درجه یک	بسته‌بندی ۸۰۰ گرمی، مادر کارتن ۹ کیلویی، ۴۸ دانه	۳۵۰۰ - ۲۲۰۰ تومان
مضافتی معمولی	در بسته‌بندی ۸۰۰ گرمی	۲۵۰۰ - ۲۰۰۰ تومان
پیام مخلوط	مادر کارتن موزی	۶۰۰۰ تومان
زاهدی درجه یک	در بسته‌بندی ۱۰ کیلویی	۱۷۰۰ تومان، درب کارخانه
زاهدی درجه دو	در بسته‌بندی ۱۰ کیلویی	۱۴۰۰ تومان، درب کارخانه
کیکاب	در بسته‌بندی ۱۰ کیلویی	۱۱۰۰ تومان، درب کارخانه
شهابی	در بسته‌بندی ۱۰ کیلویی	۱۰۰۰ تومان، درب کارخانه
ربی درجه یک	در بسته‌بندی ۱۰ کیلویی	۱۸۰۰ تومان
ربی درجه دو	در بسته‌بندی ۱۰ کیلویی	۱۶۵۰ تومان
مرداسنگ	در بسته‌بندی ۸۰۰ گرمی	-----
کلوته	در بسته‌بندی ۸۰۰ گرمی	-----
صنعتی	فله‌ای	-----