

دکترمقداد تکلوزاده دبیر کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانه کرمان: انجمن ها و تشکل های تخصصی، بازوی توانمند کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی هستند



دولت و کارآفرینی ها
به قلم حسین شهابی

و پیش بینی بیش از ۳۲ هزار شغل دولتی جدید آن هم در سال کرونایی دور از انتظار است به این کارگروه پیشنهاد میشود در بخشهای مختلف خصوصی مرتبط با خدمات و کشاورزی و صنعت و معدن طوری زمینه را فراهم کنند که کارآفرینی جوانان و بخصوص زنان آن هم با رویکرد فناوری و نوآوری تحرک یابد .

مهم پرداخت حق بیمه ی این کارآفرینی هاست و در پایان سال لیست کامل پرداختی بیمه شدگان امسال را از این دبیرخانه مطالبه خواهیم کرد . دولت از شرکت ها و مشاغل بخش خصوصی فعال حمایت جدی نماید که از واجب ترین کارهاست .

جالب بود برای نمونه سازمان راه و مسکن و شهرسازی بیش از ۶۷ هزار شغل برای سال ۹۹ پیش بینی کرده که البته نظر گردانندگان جلسه رقمی معادل ۷ هزار شغل بود گرچه نماینده این سازمان اصرار داشت که قرار است طرح اقدام ملی مسکن اگر کامل اجرایی شود این عدد و حتی بیشتر شغل ایجاد خواهد شد .

متأسفانه نگاه به کارآفرینی در بدنه دولت نگاهی اداری و بدون مطالعه جامع و آینده پژوهی های واقعی است برای نمونه در بخش پارک علم و فناوری زیر دوپست شغل در نظر گرفته شده بود که با توجه به کرونایی شدن جهان و تاثیرات آن بر همه مشاغل این عدد قطعاً واقعی نیست .

در اولین و تازه ترین جلسه کارگروه کارآفرینی و اشتغال استان کرمان که این هفته در محل سالن شهید مرتضوی استانداری کرمان برگزار شد طبق معمول نمایندگان از ادارات و نهادهای عمومی استان حضور داشتند و با حضور آقای اسکندری مدیر کل سرمایه گذاری و آقای اسماعیلی مدیر کل کار و تعاون و رفاه اجتماعی و آقای سلیمانی معاون سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان نشست اداره شد .
پیش بینی شغل آفرینی در نهادهای دولتی



طرح راه‌اندازی شرکت‌های سهامی تعاونی پیشرفت کشاورزی پایدار روستایی و شهری

بخش پایانی

شرکت‌های این دستورالعمل به شرح زیر است:

- ۱- ستاد موظف است ظرف مدت یک ماه درگاه ساماندهی شرکت‌های پیشرفت کشاورزی پایدار روستایی و شهری استان‌ها را راه‌اندازی و بروز رسانی مداوم دهد. دستگاه‌های اجرایی ملی و استانی موظف‌اند کلیه شرکت‌های مربوط به همان حوزه را در این درگاه وارد کنند.
 - ۲- فراخوان محدود و شناسایی متقاضیان (منظور از فراخوان محدود اطلاع‌رسانی به شرکت‌های واجد شرایط اولیه از طریق سازمان نظام مهندسی کشاورزی، منابع طبیعی و محیط‌زیست؛ استانداری‌ها؛ اتاق‌های تعاون و بازرگانی و از طریق رسانه‌ی جمعی استانی انجام شود).
 - ۳- سازمان نظام مهندسی کشاورزی، منابع طبیعی و محیط‌زیست استان‌ها موظف‌اند با هماهنگی و همکاری ستاد استان نسبت به انجام امور اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی متقاضیان مطابق این دستورالعمل اقدامات لازم را به عمل آورند.
 - ۶- اشخاص حقوقی مورد پذیرش برای اجرای شرکت‌ها با رعایت اولویت‌های زیر است:
 - الف - شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه کشاورزی پایدار روستایی و شهری بومی استان‌ها.
 - ب- شرکت‌های بخش خصوصی توانمند و فعال در حوزه کشاورزی پایدار روستایی و شهری بومی استان:
 - ج- تشکیل شرکت‌های تعاونی متشکل از افراد:
 - د - شرکت‌های تعاونی متشکل از اشخاص حقوقی با عضویت حداقل یک شرکت دانش‌بنیان.
 - ه - تشکیل شرکت‌های سهامی (کنسرسیوم) کشاورزی پایدار با عضویت حداقل یک شرکت دانش‌بنیان.
 - ۷- ستاد مسئولیت نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل را به عهده دارد و سازمان نظام مهندسی کشاورزی، منابع طبیعی و محیط‌زیست استانی موظف‌اند گزارش عملکرد را به‌صورت دوره‌ای (یک‌ماهه) به ستاد ارسال کنند.
- این دستورالعمل در ۷ ماده و ۴ تبصره تنظیم و به تأیید وزارت جهاد کشاورزی و رئیس سازمان نظام مهندسی کشاورزی، منابع طبیعی و محیط‌زیست رسیده است.

مهندس خسرو سلجوقی
از بنیاد غیردولتی حامی
ارزش‌آفرینان
مدیرکل سابق دفتر توسعه
کارآفرینی وزارت تعاون،
کار و رفاه اجتماعی



- ۳- درجه‌بندی اولویت شرکت‌ها توسط ستاد و با در نظر گرفتن موارد زیر انجام می‌شود:
 - الف- دانش‌بنیان بودن موضوع پروژه
 - ب- تعداد دفعات ارائه خدمت (تعداد خدمت‌گیرندگان، دفعات ارائه خدمت)
 - ج- زیربنایی بودن
 - د- تطبیق با ضوابط فنی و اجرایی توسعه کشاورزی پایدار
 - ه- حمایت از کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی پایدار
 - و- تطبیق با اولویت‌های عرضه خدمات کشاورزی پایدار
 - ز - تجمیع خدمات بین دستگاهی
 - ح - توسعه محتوای اسلامی - ایرانی در فضای مجازی در خصوص کشاورزی پایدار
 - ط- امکان صرفه‌جویی در فرآیند
 - ی- حذف تردد و ارتباط مستقیم مردم با دستگاه‌ها
 - ک- اجرای پروژه در مناطق برخوردار و غیر برخوردار
- ۴- ادارات کل استانی دستگاه‌های اجرایی با رعایت قوانین و مقررات مبادرت به انعقاد قرارداد و اجرای پروژه با این شرکت‌های مستقر در استان کنند.
- تبصره ۴- ادارات کل استانی دستگاه‌های اجرایی موظف‌اند به‌منظور جلوگیری از انجام موازی کاری شرکت‌ها قبل از انعقاد قرارداد و ارجاع کار، نسبت به دریافت استعلام و اخذ تأییدیه از ستاد اقدام کنند.
- ماده ۵- فرآیند ساماندهی و معرفی شرکت‌های واجد شرایط انجام





تجارت الکترونیک و کشاورزی



کاووس نگینی
مدیرعامل شرکت زمین هوشمند
و نماینده رسمی شرکت هر میسن اسپانیا

– احساس رضایت مشتری بعد از خرید کالا
– کیفیت مطلوب کالا
– قیمت و هزینه تولید کالا
اعتماد در کسب و کار از هر دو طرف خریدار و فروشنده موجب انسجام و بهم پیوستن یکدیگر می شود. این ارتباط منطقی و مطلوب در بازاریابی امری اجتناب ناپذیر است
امروزه می توان گفت که خریداران اینترنتی و On Line کمتر نگران ایمنی کالا هستند زیرا در خرید اینترنتی تسریع کار و انعطاف پذیریت و توفیق در داد و ستد را به همراه دارد.

پروژه: یک سری فعالیتهای ضروری برای تأمین کالا و خدمات با بهترین سرویس برای مصرف کنندگان می باشد. مدت ها و برنامه های تأمین نیازهای مصرف کنندگان به نحوی که سریع، آسان و در محیطی دوستانه به مشتری عرضه شود.

مردم: مخاطب و مخاطبان شرکت تولید کننده محصول برای خرید کالا و خدمات مورد نیاز را گویند. کالاهایی که در معرض دید عموم قرار می گیرند جذابیت دارند، جلب توجه می کنند که مصرف کننده آن را خریداری نماید.
مشخصات فیزیکی: شکل ظاهری هر محصول که بیانگر کیفیت کالا و خدمات ارائه شده به مشتریان و مصرف کنندگان می باشد
سلسله مراتب نیازهای کشاورزان عبارتند از:



– نیازهای اساسی: باید چه نوع گیاهانی کاشته شوند؛ بذرها از کجا تأمین شوند؛ راههای مبارزه با آفات کدام است؛ عملیات زراعی صحیح کدام است.

– نیازهای بهسازی: آشنایی با فعالیت هایی که عامل افزایش درآمد کشاورزان می شود؛ راههای افزایش عملکرد مزرعه.

– نیازهای عالی: راهنمایی مناسب خدمات سفارشی.

اگر هر سه نیاز فوق مورد توجه قرار گیرند، توسعه کشاورزی صورت می گیرد. از این رو، دسترسی به هنگام اطلاعات، کاربرد آسان و دقت آنها نقش مهمی دارند

با ارزیابی بازار برای نیازهای تجارت الکترونیک، می توان به تفاوت در کیفیت، دسترسی محلی و بومی به واسطه اینترنت عمدتاً بازاریابی قوی برای محصولات کشاورزان و درک اثرات تجارت الکترونیک در ورودی کشاورزی و عرضه آن (که نتیجه آن کسب منافع سرشار است.

مقایسه بازاریابی الکترونیکی و بازاریابی سنتی در بخش کشاورزی

خرید و فروش از طریق اینترنت و فضای مجازی، پتانسیل و فرصت های خاصی را فراهم می کند. که مزایای آن در چهار بخش زیر قابل دسته بندی هستند:

۱. کاهش هزینه های واسطه ای
 ۲. کاهش هزینه های مرتبط با خرید و ارتباط مستقیم با سازمان های تدارکاتی و تهیه و توزیع کالا
 ۳. انتخاب اطلاعات پیشرفته و پردازش اطلاعاتی که در زنجیره تدارکاتی و مدیریتی مورد تأیید باشد.
 - ۴- توسعه بازار و ایجاد بازارهای جدید
- بازاریابی الکترونیکی از جنبه اطلاعات و معرفی محصول و خدمات، مهم و حیاتی به نظر می رسد. اگر چه

محصولات کشاورزی موقعیت های یکسان به صورت سرویس و محصولات دیجیتال را در اینترنت ندارند اما اطلاعات در همه موارد ذیل نقش اساسی را دارد:

مکان: تجارت الکترونیک کانال مناسب و موثر برای توزیع می باشد نقش اصلی آن اینست که شرکت ها بتوانند تدارکات گسترده تری داشته باشند و با شرکت های بین المللی در تعامل باشند

عدم واسطه ای بودن: از طریق اینترنت از تعداد واسطه ها کاسته شده و محصول مستقیماً از فروشنده به مصرف کننده می رسد. این روند برای خدمات و محصولات دیجیتال امکان پذیر است. به هر حال برای محصولات کشاورزی که زنجیره تدارکاتی گسترده ای دارند وجود واسطه ای کوچک و مطمئن محسوب می شود که تجارت متوازن بین تولید کننده و مصرف کننده برقرار نماید.

قیمت: قیمت گذاری از طریق اینترنت کار مشکلی است. اینترنت می تواند قیمت ها را پایین بیاورد و نزدیک به هزینه حاشیه ای نماید. دلایل اصلی عبارتند از:

الف) انتخاب مشتری آسانتر می شود

ب) هزینه بازاریابی کاهش می یابد.

ج) افزایش رقابت جهانی عامل اصلی تغییر قیمت هاست.

تبلیغات: اینترنت برخلاف دیگر کانال های ارتباطی فایده زیادی در فرصت های تبلیغ محصول و خدمات دارد. امروزه ایمنی، سلامت، کیفیت بالادر محصولات غذایی برای مصرف کننده از اهمیت بسیار بالائی برخوردار است که یک پیام تلویزیونی یا آگهی مطبوعاتی نمی تواند عمق اطلاعات مورد نیاز مصرف کننده را در اختیارش قرار دهد در صورتی که یک وب سایت مناسب کلیه اطلاعات مورد نیاز مشتری را در دسترس قرار می دهند تا بتواند تصمیمات لازم را اتخاذ نماید.

ارزش تولید: ارزش تولید به دو فاکتور مهم و اساسی بستگی دارد که شامل به حداقل رساندن هزینه محصول و به حداکثر رساندن کیفیت محصول میباشد. هزینه شامل هزینه خود محصول، مالیات و حمل و نقل می باشد. کیفیت محصول شامل مطلوبیت از جنبه استاندارد و برند محصول است.

هزینه محصول و کیفیت آن به طریق اینترنتی از سه جنبه مورد ارزیابی است:

بازاریابی الکترونیکی (اینترنتی)	بازاریابی سنتی
محدودیت کمتری دارد	دارای محدودیت جغرافیایی و مکانی است
بازاریابی از نوع کشش است که به کاربران امکان میدهد زمان و مکان را تعیین کنند.	بازاریابی از نوع فشار (هل دادن) است که در مورد زمان و مکان تصمیم گیری می کند
هزینه ها نسبتاً پایین است	هزینه نسبتاً بالا است
در مراحل اولیه کار، زمانی مصرف نمی شود	مراحل اولیه کار زمان بر است
بر پایه فعالیتها و روابط متقابل زیادی قرار دارد.	رابطه متقابل با مصرف کننده نهائی محدود است
نظریات مشتریان به سرعت منتقل می شود.	انتقال نظرات مشتریان به کندی صورت می گیرد
تأثیر پذیری به آسانی تحت کنترل و نظارت صورت میگیرد	تأثیر پذیری تلاشهای بازاریابی جهت نظارت دشوار است
بازاریابی در طول 24 ساعت (یک روز کامل) و یا 365 روز در سال انجام می پذیرد	زمان و نوبت کاری، فعالیت بازاریابی را محدود میکند.



بیمه بیکاری



نویسنده: سعید جمشیدی جم
عضو هیئت حل اختلاف کار استان کرمان
عضو هیئت تشخیص مطالبات
تامین اجتماعی استان کرمان
مسئول کمیته بیمه تامین اجتماعی
و تجاری اتاق بازرگانی کرمان
مشاور کار و بیمه خانه صنعت و معدن استان کرمان

دوستان گرانقدر در ادامه مطالب شماره پیش به پرسش و پاسخی در خصوص بیمه بیکاری میپردازم
 ۴۶. افراد تحت تکفل مقرر بیمه بیکاری چه کسانی هستند؟

۱- همسر (زن یا شوهر)
 ۲- فرزندان اناث مادام که ازدواج ننموده و فاقد حرفه و شغل باشند.
 ۳- فرزندان ذکور که سن آنان کمتر از هجده سال تمام باشد و یا منحصراً به تحصیل اشتغال داشته و یا طبق نظر پزشک معتمد سازمان تامین اجتماعی از کار افتاده کلی باشند.
 ۴- پدر و مادر که سن پدر از (۶۰) سال متجاوز باشد و یا طبق نظر پزشک معتمد سازمان تامین اجتماعی از کارافتادگی کلی باشند و در هر حال معاش آنان منحصراً توسط بیمه شده تامین گردد.

۵- خواهر و برادر تحت تکفل در صورت داشتن شرایط مربوط به فرزندان اناث و ذکور
 ۴۷. آیا مقرر بیمه بیکاری مشمول مالیات است؟

مقرر بیمه بیکاری مانند سایر مستمریهای تامین اجتماعی از پرداخت هرگونه مالیات معاف خواهد بود.

۴۸. مقرر بیمه بیکاری برای کارگران فصلی چگونه خواهد بود؟

کارگران فصلی در صورتی که صرفاً در اثنای فصل کار اخراج گردیده و بیکاری آنها بلا اراده تشخیص داده شود مشمول دریافت مقرر بیمه بیکاری خواهند بود.

۴۹. برقراری بیمه بیکاری در زمان حوادث غیر مترقبه چگونه است؟

بیمه شدگانی که به علت بروز حوادث غیرمترقبه مانند: سیل، جنگ، زلزله و آتش سوزی بیکار می شوند، برای دریافت مقرر بیمه بیکاری، نیاز به داشتن سابقه پرداخت حق بیمه برای مدت زمان خاص ندارند و حتی اگر در روز اول کار بر اثر این حوادث بیکار شوند، با رعایت سایر شرایط مقرر می توانند مقرر بیمه بیکاری دریافت کنند. بیمه شدگان باید در دوره های کارآموزی و سوادآموزی که از سوی ادارات کار و امور اجتماعی و نهضت سوادآموزی برگزار می شود، شرکت کنند و هر دو ماه یک بار، گواهی لازم در این زمینه را به شعب تامین اجتماعی ارائه کنند.

۵۰. حداکثر مدت زمان پرداخت بیمه بیکاری چه میزان است؟

مدت پرداخت مقرر بیمه بیکاری به بیمه شدگان واجد شرایط، به سابقه پرداخت حق بیمه از سوی آنان بستگی دارد و در هر حال مدت آن از ۳۶ ماه برای بیمه شدگان مجرد و ۵۰ ماه برای بیمه شدگان متأهل و متکفل بیشتر نیست.

۵۱. آیا فردی که با رای کمیته انضباطی کارگاه به صورت غیر ارادی از کار اخراج شده مشمول دریافت بیمه بیکاری است؟

بیکار شدگانی که وفق مقررات قانون کار و حسب آراء صادره از مراجع حل اختلاف مقرر در این قانون به دلیل قصور در انجام وظایف محوله و یا نقض آیین نامه های انضباطی کارگاه توسط کارفرما اخراج گردیده اند مستحق دریافت مقرر بیمه بیکاری نخواهند بود.

۵۲. چنانچه بیمه شده بیکار، اشتغال مجدد خود را اعلام نکند و به رغم اشتغال همچنان به دریافت مقرر بیمه بیکاری ادامه دهد چه خواهد شد؟

بیمه شده باید مقرر دریافتی از زمان اشتغال را به تامین اجتماعی برگرداند.

۵۳. من راننده سرویس کارخانه ای به صورت پیمانکاری هستم و بیمه رانندگان دارم، به دلیل بیماری کرونا و تعطیلی کارگاه بیکار شده ام آیا مشمول بیمه بیکاری خواهم بود؟

خیر، صرفاً افرادی که مشمول قوانین روابط کار میان کارگر و کارفرما باشند، مشمول بیمه بیکاری می شوند و مشاغلی مانند کارگران ساختمانی، قالبیافان و رانندگان که قوانین بیمه ای آنها مشمول قوانین خاص است، نمی توانند بیمه بیکاری دریافت کنند.

۵۴. آیا بیمه بیکاری جزء سوابق کارهای سخت و زیان آور محسوب می گردد؟

به موجب بند (د) ماده ۱۲ آیین نامه اجرایی بند (۵) جزء (ب) ماده واحده قانون اصلاح تبصره (۲) الحاقی ماده (۷۶) قانون اصلاح مواد (۷۲) و (۷۷) و تبصره ماده (۷۶) قانون تامین

اجتماعی مصوب ۱۳۵۴ و الحاق دو تبصره به ماده (۷۶) مصوب ۱۳۷۱ - مصوب ۱۳۸۰ - موضوع تصویب نامه شماره ۱۵۳۶۵/ت/۳۶۰۵۵ هـ مورخ ۱۳۸۶/۲/۵ ایام استفاده از مقرر بیمه بیکاری مشروط بر این که بیمه شده قبل از برقراری بیمه بیکاری در مشاغل سخت و زیان آور اشتغال به کار داشته و در حین مقرر بگیری و یا حداکثر تا دو ماه پس از اتمام دوره مزبور در مشاغلی که سخت و زیان آور شناخته شده مشغول به کار شده یا طبق آیین نامه بتواند بازنشسته شود مدت مزبور فقط موجب زایل شدن توالی اشتغال در کارهای و زیان آور نمی باشد مگر اینکه بر اساس مصوبه هیئت وزیران به صورت ویژه و موردی تصمیم گیری شده باشد.

۵۵. آیا استفاده از بیمه بیکاری موجب از بین رفتن سابقه مشاغل سخت و زیان آور خواهد شد؟

دریافت مقرر بیمه بیکاری موجب ابطال سابقه مشاغل سخت و زیان آور نمی شود.

۵۶. مقرر بگیری بگیری که هنگام استفاده از مقرر به خدمت سربازی اعزام می شوند؛ باقیمانده استحقاق مقرر را به چه شکل دریافت می کنند؟

به استناد ماده ۱۱ آیین نامه اجرایی قانون بیمه بیکاری، مقرر بیمه شدگانی که در حین استفاده از مقرر بیمه بیکاری به خدمت وظیفه عمومی اعزام می گردند در صورتی که متأهل نباشند قطع می گردد و پس از پایان خدمت وظیفه عمومی در صورت عدم اشتغال، با معرفی واحد تعاون، کارورفاه اجتماعی مجدداً نسبت به برقراری باقیمانده مدت استحقاقی، آنان اقدام خواهد شد.

۵۷. چنانچه مقرر بگیری هنگام استفاده از مقرر بیمه بیکاری ازدواج نماید آیا مدت استحقاق وی نیز افزایش می باید یا صرفاً مبلغ مقرر تغییر میکند؟

به استناد ماده ۱۴ آیین نامه اجرایی قانون بیمه بیکاری در صورتی که در طول مدت دریافت مقرر بیمه بیکاری در تعداد افراد تحت تکفل تغییراتی حاصل شود، میزان و مدت استحقاق مقرر وی طبق مقررات بند «ب» ماده ۷ قانون محاسبه و پرداخت خواهد شد.

۵۸. آیا افرادی که واجد شرایط دریافت مقرر بیمه بیکاری تشخیص داده می شوند در پایان هر سال، پاداش (عیدی) نیز به آن ها تعلق می گیرد؟

خیر، هیچ گونه عیدی و پاداش به مقرر بگیریان در طول دوره استحقاق تعلق نمی گیرد.



قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار

جمهوری اسلامی ایران و زمینه سازی برای تصمیم گیری درباره آنها و پیگیری گزارش اتاق ها درباره امتیازات موجود در قوانین و مقررات و رویه ها برای بانکها و مالکیت غیر از بخش های خصوصی و تعاونی ها و زمینه سازی برای حذف و تعمیم این امتیازات و ارائه پیشنهاد در مورد قراردادهای دستگام اجرایی با فعالان اقتصادی بخش خصوصی و تعاونی ارائه پیشنهاد در مورد قراردادهای دستگام اجرایی با فعالان اقتصادی بخش خصوصی و تعاونی و زمینه سازی برای شناسایی واحدهای تولیدی مشمول پرداخت مالیات با همکاری تشکلهای اقتصادی به منظور دریافت مالیات از همه فعالان اقتصادی و گسترش پایه مالیاتی تعیین و انتشار اطلاعات آماری مورد نیاز برای فعالان اقتصادی با قید روزآمدسازی مستمر در پایگاه اطلاعات آماری کشور موضوع ماده ۶۱ قانون تعیین مصادیق امتیازات تخصیص یافته به بخش های تعاونی و خصوصی موضوع مواد ۲۶ و ۲۷ قانون است در مجموع قوانین که بر این امر است محیط کسب و کار را بهبود داده و موجب استمرار کار میشود که امیدوارم از کلیه قوانین این مصوب در این راستا استفاده درست و مفید را جهت رونق اقتصادی در سال جهش تولید و نهایت پیشرفت کشورمان بکار ببرید.

وزارت صنعت و معدن و تجارت موظف است با همکاری وزارتخانه های امور اقتصادی و دارایی و جهاد کشاورزی اتاقها و سایر دستگاه های ذیربط ظرف شش ماه پس از لازم الاجرا شدن این قانون فرایند تجارت خارجی اعم از واردات و صادرات کالا و خدمات و صدور اسناد و مدارک مربوط از قبیل گواهی مبدا فرم های تجاری که باید به بهداشت و استاندارد اعتبار اسنادی ثبت سفارش پروانه گمرکی و بیمه نامه بدون نیاز به مراجعه حضوری از این افراد به صورت الکترونیکی در آورد

وظایف و اختیارات شورای گفتگو به شرح زیر است پیشنهاد اصلاح حذف یا وضع مقررات اعم از آیین نامه بخشنامه دستورالعمل شیوه نامه یا رویه اجرایی در جهت بهبود محیط کسب و کار استماع نظرات و پیشنهادهای نمایندگان اصناف و تشکلهای اقتصادی سراسر با حضور رئیس شورای اصناف کشور و یا حذف مورد و اعضای تشکلها در جلسات شورا و خواسته ها پیشنهادات و تذکرات متقابل مسئولان دستگاه های اجرایی و نمایندگان تشکل های بخش های خصوصی و تعاونی و بحث و بررسی و اخلاق و تفاهم درباره خواسته های مذکور ارائه پیشنهاد برای ارتقاء فرهنگ اقتصادی اخلاق کسب و کار و مهارت شغلی و کارآفرینی در کشور و بررسی گزارش کمیته موضوع ماده ۷۶ قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه



مهندس علیرضا شیخ اسدی

این قانون که شامل موارد و مواد قانونی زیادی است به اختصار چند ماده انرا بیان مینمایم

اتاق ها شامل اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران و تشکل های اقتصادی و تشکل های اقتصادی سراسری و محیط کسب و کار و شورای گفت و گو در یک ماده آمده است

این اتاق ها موظفند که در فعالیت های صادرات غیر نفتی با ایجاد انسجام هماهنگی و تقسیم کار از فعالیت موازی تشکل ها جلوگیری کنند و تشکل های اقتصادی موظفند در اجرای احکام این ماده به اتاقها همکاری کنند به منظور ساماندهی و کاهش مراجعات نمایندگان دستگاه های اجرایی به واحدهای تولیدی افزایش اعتماد متقابل میان دولت و کارآفرینان.. در راستای تحقق دولت الکترونیک معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس جمهور موظف است به تشکیل کمیته ساماندهی مراجعه نمایندگان دستگاه های اجرایی به واحدهای تولیدی ضمن دعوت از نمایندگان دستگاه های ذیربط به اتاقها پیش نویس آیین نامه هرگونه بازدید و مراجعه نمایندگان دستگاه های اجرایی به واحدهای تولیدی تدوین نماید و به تصویب هیأت وزیران می رسد کلیه دستگاه های اجرایی موظف به همکاری با کمیته یاد شده و اجرای تصمیمات و دستورالعمل های آن می باشند ماده ۸





چگونه از یک استارت‌آپیست به یک کارآفرین تبدیل شویم؟

قسمت پایانی



دکتر مهناز امیری
دکتری نانو تکنولوژی

۳ - برنامه‌ریزی با هدف کسب پول و نداشتن اشتیاق برای کار و زحمت
اگر انگیزه اولیه شما صرفاً کسب درآمد و پول است، منش شما با مفهوم استارت آپ همخوانی ندارد و بهتر است که این کار را شروع نکنید. دلیل ساده این است که برای موفقیت احتمالاً مجبور خواهید شد که در طول روز بیش از ۱۵ تا ۱۸ ساعت کار کنید و حتی ممکن است در چند مرحله متوالی شکست بخورید. یک کارآفرین می‌داند که در نهایت موفق خواهد شد و حتی انتهای مسیر خود را می‌بیند. در واقع آنها می‌دانند که کسب پول به مدت زمان بیشتری نیاز دارد و رسیدن به آن در کوتاه مدت میسر نیست. نداشتن اشتیاق باعث دلسرد شدن سایر اعضای تیم و رها کردن ایده می‌شود.

۴ - نداشتن مهارت لازم برای موفق شدن
اگر فکر می‌کنید که کار یک کارآفرین، فکر کردن به اندیشه‌های بزرگ و استخدام افراد دیگر برای انجام کار است، بهتر است یک بار دیگر به مفهوم استارت آپ فکر کنید. یکی از دلایل اصلی عدم موفقیت این پروژه‌ها در شروع کار این است که لیدرها و سرپرست‌ها نمی‌توانند چیزهایی که برای موفقیت لازم است فراهم کنند. شروع کار یک استارت آپ از یک ایده خام شروع می‌شود و این کار آفرین است که باید این ایده را به شکل‌های مختلفی پردازش کند تا بتواند از آن یک محصول خوب و مناسب بگیرد. تلاش زیاد، کسب دانش، اختصاص وقت و مشورت با افراد زبده در این حوزه باعث جلوگیری از شکست یک ایده می‌شود.

۵ - عدم توانایی کافی برای افزایش سرمایه
در بخش قبلی به معرفی انواع سرمایه‌گذار و انجام مراحل مختلف برای پیدا کردن یک سرمایه‌گذار مناسب اشاره کردیم. پیدا کردن سرمایه‌گذار متناسب با پروژه و ایده، یک هنر واقعی است و به ما کمک می‌کند که بسیاری از

چالش‌های مالی پروژه را کنار بزنیم. نکته مهمی که در رابطه با موفقیت استارت آپ ها وجود دارد، بحث افزایش سرمایه در مراحل بعدی است. وقتی که شما در مرحله تولید نمونه اولیه یا پایلوت هستید و صرفاً بخش مطالعاتی کار را انجام می‌دهید، هزینه‌های شما کمتر از زمانی است که وارد بحث تولید انبوه می‌شوید. پس اگر یک لیدر یا سرپرست نتواند با مقتضیات پروژه، سرمایه کافی را فراهم کند، احتمال شکست استارت آپ افزایش می‌یابد و یا ممکن است روند رشد آنها کمتر شود.

۶ - رهبری و تیم ضعیف

رهبری و تیم ضعیف می‌تواند باعث شکست شود به همان اندازه که یک تیم قوی و رهبری قوی به موفقیت یک استارت آپ کمک می‌کند، می‌تواند باعث شکست آن نیز شود. انتخاب اعضای گروه صرفاً بر اساس توانایی‌های علمی یا توانایی‌های بازاریابی نمی‌تواند تضمین کننده موفقیت یک پروژه باشد، بلکه هم اعضای تیم و هم رهبری باید در قالب یک بدن قرار گیرند و همه آنها برای رسیدن به موفقیت تلاش کنند. حضور این افراد در کنار یکدیگر مانند حضور افراد در یک کشتی است که ممکن است مسیر آنها به سمت ساحل موفقیت باشد و یا در یکی از طوفان‌های مسیر شکست بخورد.

چند نمونه از استارت آپ های موفق جهانی و ایرانی

قبل از اینکه بخواهیم وارد حوزه معرفی استارت آپ های موفق ایرانی شویم، پیشاپیش از کلیه دوستان فعال در این حوزه عذرخواهی می‌کنیم، چون هدف ما در این مطلب معرفی تنها سه مورد از این استارت آپ هاست و امکان معرفی همه آنها نیست. پس به هیچ وجه قصد نامید کردن تیم‌های فعال در این حوزه را نداریم و امیدواریم که تمامی استارت آپ های ایرانی در زمینه فعالیت خود موفق باشند. طبق آمارهای بین المللی، سه استارت آپ موفق ایرانی عبارتند از:

۱- دیجی کالا

دیجی کالا یک فروشگاه اینترنتی آنلاین در ایران است که توسط برادران محمدی در ایران راه اندازی شده است. این فروشگاه در زمینه‌های مختلفی فعالیت دارد و محصولات حوزه‌های دیجیتال، فناوری، کسب‌وکار، محصولات خانگی و مواردی دیگر را به فروش می‌رساند. این شرکت یکی از نمونه‌های موفق استارت آپ ایرانی است که کار خود را از فروش محصولات کوچک و خرده‌فروشی آغاز کرده و در حال حاضر یکی از موفق‌ترین کسب‌وکارهای اینترنتی در ایران است.

۲- آپارات

آپارات یکی از سرویس‌های اشتراک گذاری فیلم‌های ویدیویی در ایران است که به عنوان اولین سرویس فعال در این حوزه خود را معرفی کرد. آغاز به کار آپارات به سال ۱۳۸۹ برمی‌گردد و توسط شرکت فناوران ایده‌پرداز صبا راه‌اندازی شده است. درآمد این سرویس از طریق تبلیغات و فروش برخی محصولات خاص انجام می‌گیرد و در حال حاضر از لحاظ اقتصادی، یکی از بهترین شرکت‌های اینترنتی فعال در ایران به شمار می‌رود.

۳- تخفیفان

تخفیفان یکی از استارت‌آپ‌های منحصر به فرد و خاص در ایران است که مکانیزم‌های مختلفی برای ارائه تخفیف به مشتریان خود تعریف می‌کند. این گروه فعالیت خود را در سال ۱۳۹۰ با شعار «ارزان‌تر لذت ببرید» شروع کرده است و در حال حاضر در زمینه‌های مختلفی، به معرفی تخفیف‌های متعلق گرفته به هر کالا می‌پردازد. در وب سایت تخفیفان، خدمات مختلف مربوط به حوزه رستوران و کافی شاپ، هنر و تئاتر، تفریحی و ورزشی، آموزش، سلامتی و پزشکی، زیبایی و آرایشی، هتل و سفر و همچنین کالاها و برندها معرفی می‌شود و تخفیف برخی از آنها تا ۹۰ درصد نیز می‌رسد.

۴- اوبر (Uber)

اوبر یکی از موفق‌ترین استارت آپ های جهانی است که توسط یک ایرانی به اسم دارا خسروشاهی مدیریت می‌شود. سرمایه این شرکت نزدیک به ۶۸ میلیارد دلار برآورد شده است و در زمینه تاکسی‌های اینترنتی فعالیت می‌کند.

۵- ایربی‌ان‌بی (Airbnb)

ایربی‌ان‌بی یک شرکت آمریکایی فعال در حوزه خدمات مسافرتی است، که محل اقامت و تورهای مسافرتی مختلف را معرفی می‌کند. این شرکت توسط برابان چسکی مدیریت شده و سرمایه آن در حدود ۳۱ میلیارد دلار برآورد می‌شود. این شرکت نیز مانند شرکت‌های ایرانی از یک کسب‌وکار کوچک و استارت آپی شروع شده است.

۶- پینترست (Pinterest)

پینترست یکی از سرویس‌های بین‌المللی اشتراک‌گذاری تصاویر است که به عنوان یک رقیب اصلی برای تصاویر گوگل معرفی می‌شود. این شرکت با سرمایه ۱۱ میلیارد دلاری توسط بن‌سایبرمن مدیریت می‌شود و هنوز هم روند رو به پیشرفت خود را ادامه می‌دهد.

مرجع



کسب و کارهای خرد و کوچک شهری



آیسان امینیان

کارشناس ارشد اقتصاد

دفتر تسهیلگری و توسعه محلی بنی هاشم

پدیده حاشیه نشینی در شهرهای مختلف کشور از جمله کرمان در حال رشد سرطان گونه است و هر روز به شدت و عمق آن افزوده می‌شود. حاشیه نشینان که مشکلات عدیده اقتصادی رنج می‌برند و گاهاً فقر مطلق بر زندگی آنها سیطره دارد، بالطبع از امکانات فرهنگی، رفاهی و ورزشی هم برخوردار نیستند و تفاوت بسیار زیادی با شهروندان مناطق میانی دارند.

محل بنی‌هاشم از این دست محلات در حاشیه شهر کرمان است که مشکلات عمیق و گسترده فرهنگی ناشی از ضعف اقتصادی و کمبود امکانات رفاهی در آن به چشم می‌خورد. یکی از اصلی‌ترین این مشکلات وجود زنان با همسران کم درآمد در این محله است.

در دنیای امروز با وجود پیشرفت‌های چشمگیری بشری در علوم مختلف و با ادعاهای کرکننده سیاستمداران و کوییدن بر طبل برابری حقوق زن و مرد، همچنان شاهد فرصت‌های شغلی کمتر برای زنان و دستمزد پایین‌تر بانوان در شرایط مشابه کاری نسبت به آقایان، حتی در کشورهای مدعی حقوق بشر و ابرقدرت‌های اقتصادی هستیم. در این بین کشورهای در حال توسعه و جهان سوم وضعیت به مراتب نامناسب‌تری دارند و صد البته زنان سرپرست خانوار با مشکلات انبوه‌تری در زمینه اشتغال مواجه‌اند

زنان محله بنی هاشم نیز از این شرایط

مستثنی نبوده و در شرایط خاص مجبور به اداره زندگی خود به دلایلی همچون بیماری، فوت یا حبس همسر و همچنین طلاق هستند، از این اشتغال بیش از نوآوری یا علاقمندی و یا حتی درک توانمندی های فردی با معیشت گره خورده است. همین امر آنان را با مشکلات و دغدغه‌های بیشتری در زمینه اشتغال و کسب درآمد روبرو خواهند نمود. اغلب این بانوان فاقد تحصیلات عالی و با حداقل سطح مهارتی با دنیای کسب و کار آشنا می‌شوند. همچنین فرای فقر خانواده از بنیاد حمایتی خانوادگی و یا حلقه‌های حمایتی بین آشنایان، اقوام و اطرافیان نیز محروم‌اند.

این‌ها تنها گوشه‌ای از مشکلات زنان آور خانوار است و قطعاً با وجود یک یا چند فرزند، بارداری‌های خواسته یا ناخواسته، فشار اقتصادی دوچندان و مسیر درآمدی صعب العبور تر می‌گردد. با وجود تمامی این مشکلات، زنان حاشیه‌نشین متقاضیان جدی کار در جامعه هستند و چون به تنهایی بار زندگی را به دوش می‌کشند، مشکلاتشان نیز صد چندان است.

طبق بررسی‌ها و بسیاری از نظرسنجی‌ها از بانوان ساکن در محله بنی‌هاشم، مناسب ترین شغل را مشاغل خانگی می‌دانند که در منزل و یا محیط‌های زنانه انجام شود؛ در واقع مشاغل خانگی، را بهترین فرصت در تامین امنیت اجتماعی، آرامش فکری و مدیریت خانواده می‌دانند. ضعف آنان در مدیریت کسب و کار، عدم شناخت نسبت به بازاریابی و فروش، کار در منزل را به فعالیت در منزل تبدیل می‌کند. و بیش از آنکه تولیدکننده در مقیاس خانگی قلمداد شوند، کالاهایی بدون کنترل کیفیت و آماتور به بازار فروش سنتی (با شیوه بازاریابی دهان به دهان) روانه می‌گردد.

در نتیجه با ایجاد گروه‌هایی در محله‌ها، کار گروهی در منزل و یا در فرهنگ سراها و در محیط‌های عمومی محله راهکار جدیدی ایجاد گردید. استفاده از توان گروهی، برای تبدیل شدن به کارگاه های کوچک خانگی می‌تواند راهکار بهتری برای تجمیع توان زنان

در تولید یک محصول مشخص باشد. وقتی بانوان سرپرست خانوار به دور از محیط‌های پرتنش و در کنار خانواده مشغول به کار هستند علاوه بر تامین نیاز مالی، احساس مفید بودن و منزلت اجتماعی را نیز تجربه می‌کنند.

بحث مشاغل خرد خانگی در ایران به عنوان راهکاری موثر در ایجاد شغل و کاهش بیکاری تلقی شده و ساماندهی کسب و کارهای خرد و کوچک در حل مشکلات اشتغال در حاشیه شهر محله بنی هاشم نیز بر همین مبنا طراحی گردیده است. از مشکلات پیش روی توسعه کسب و کارهای خانگی در محله بنی هاشم در حله اول باید به توان اقتصادی پایین این افراد که منجر به ریسک پذیری پایین آنان شده است، اشاره کرد و پس از آن نبود انگیزه کافی، نداشتن تخصص، عدم شناخت بازار و فرصت های آن و عدم توانایی رقابت در بازار محصولات توجه نمود. به همین منظور گروه های خود اشتغالی سعی در ایجاد گروه هایی متشکل از زنان با انگیزه و مهارت کافی دارد، تا با داشتن انگیزه و کنار یکدیگر بودن، ضمن هم افزایی گروهی یادگیری مهارت را آغاز نماید. مشاغلی همچون آشپزی، هنرهای دستی، ساخت صنایع دستی، جواهرسازی و پرستاری در منزل از جمله فعالیت هایی است که توانسته است با اقبال گروهی مواجه گردد و بیش از تمرکز بر تخصص با تمرین و مهارت قابل ایجاد است.

در نتیجه هدف از تشکیل این گروه های خود اشتغالی اجرای روش و ساز و کاری کلی در ارتباط با ایجاد و توسعه نهادهای محلی مشارکتی با محوریت کسب و کارهای خرد و کوچک و در نهایت ایجاد درآمد برای ساکنان حاشیه شهر بنی هاشم است که منتج به ارتقای کیفیت اجتماعی - اقتصادی زندگی و معیشت آنان شود. همچنین افزایش عزت نفس، تشکیل احساس مثبت مای گروهی در جدی پنداشتن مسیر کسب و کار برای این زنان اهمیت ویژه ای دارد که آنها را به سوی تولیدات خرد سوق می‌دهد.





پسته

پدیده بی سابقه در بازار پسته

ممنوعیت حمل و نقل آن، بسیاری از تجار پسته گرفتار مشکلات کمرشکن شدند. به این ترتیب سال گذشته نیمی از محصول پسته صادر نشد و در انبارهای صادر کنندگان باقی ماند.

با وجود مشکلاتی که در فرآیند گرده افشانی درختان پسته به وجود آمده، پیش بینی این است که تولید پسته امسال مقداری کمتر از سال گذشته باشد. امسال هم به نسبت محصول بدی نخواهیم داشت و چون نیمی از محصول سال گذشته هم در انبارها ذخیره شده، روی هم رفته محصول قابل عرضه از سال گذشته بیشتر است.

این وضعیت فعالان صنعت پسته را به شدت نگران فروش محصول امسال کرده و مشخص نیست اگر محدودیت‌های صادراتی تداوم پیدا کند، چه بر سر تجار پسته خواهد آمد.

پدیده بی سابقه در بازار پسته این است که همزمان با افزایش قیمت ارز، قیمت پسته رو به کاهش است. در سه دهه گذشته به یاد ندارم که افزایش نرخ ارز داشته باشیم اما قیمت پسته رو به کاهش باشد.

قبل از عید نوروز قیمت هر کیلو پسته فندقی حدود ۱۰۰ هزار تومان بود اما در حالی که قیمت ارز از آخرین روزهای سال گذشته تا هفته پایانی ماه اردیبهشت بیش از ۱۰ درصد افزایش پیدا کرده، قیمت پسته کاهش یافته است. دلیل اصلی بروز این پدیده، کاهش جهانی تقاضای مصرف پسته بوده و متهم اصلی این وضعیت، ویروس کرونا است.

محسن جلال پور



شروع به برداشت محصول کردند. همین طور سال گذشته با آغاز به کار بورس پسته، این انتظار در ذهن باغداران و تجار پسته تقویت شد که در صورت تعویق عرضه، می‌توانند ذخیره خود را با قیمت بالاتری بفروشند. در نتیجه تجار این صنعت بخشی از بازارهای سستی خود را از دست دادند.

هر سال تجار پسته از ابتدای ماه مهر تلاش می‌کردند با استفاده از فرصت تعطیلات کریسمس، نیاز بازارهای جهانی را تأمین کنند. تعطیلات سال نو چینی هم فرصت خوبی بود که بخشی از پسته ایران به این کشور صادر شود. بازار اولی به خاطر تعویق عرضه از دست رفت و بازار دومی به دلیل شیوع ویروس کرونا.

ویروس کووید ۱۹ تیر خلاصی به صادرات پسته ایران زد و با ممانعت دولت چین از ترخیص محموله‌های صادراتی پسته و همین طور

معمولا در نیمه‌های اردیبهشت می‌شود چشم اندازی نزدیک به واقعیت از وضعیت تولید و بازار پسته در ماه‌های پیش‌رو ارائه کرد.

پیش‌بینی اولیه این بود که با توجه به زمستان خوب سال گذشته و بارندگی‌های خوب نیمه اول فصل بهار، سال خوبی پیش رو داشته باشیم. به خصوص در نقاطی که سال ۱۳۹۸ محصول کمتری داشتند.

درختان که سبز شدند و عملاً اولین مرحله شکل‌گیری نطفه پسته بر درختان آغاز شد، شاهد تداوم بارندگی‌ها بودیم که این موج بارندگی به نوعی مانع از تکمیل فرآیند لقاح در درختان پسته شد. هرچند در برخی نقاط، شدت و حجم بارش‌ها به قدری بود که درختان صدمه هم دیدند.

در حال حاضر که به پایان اردیبهشت ماه نزدیک می‌شویم، می‌توانیم بگوییم چشم‌انداز مثبتی که در ابتدای سال پیش‌بینی می‌کردیم به دلیل اخلال بارندگی‌های اردیبهشت ماه در فرآیند گرده‌افشانی درختان پسته محقق نخواهد شد و به احتمال زیاد بخش مهمی از محصول امسال پوک خواهد بود.

در حال حاضر برخی دانه‌ها در حال ریزش هستند و خوشه‌های پسته روی درختان هم به اصطلاح باغداران، پر دانه نیست.

بنابراین برآوردهای اولیه نشان می‌دهد امسال در کل کشور ۲۰ تا ۲۵ درصد محصول به دلیل ناقص شدن فرآیند لقاح با پوکی و ریزش مواجه شود و در آینده اگر آفتی به باغ‌ها نزند و مشکل خاصی پیش نیاید بقیه محصول قابل برداشت خواهد بود.

در این زمینه چند نکته دیگر را باید یادآور شوم: در سال ۱۳۹۸ به دلیل تغییرات جوی و آب و هوایی، محصول پسته با یک ماه تأخیر برداشت شد و باغداران عملاً به جای شهریور از مهرماه





تفکر کارآفرینانه و ثروت ساز

زیر نظر دکتر امیرزاده

خلاصه جلسه اول تفکرات کارآفرینانه و ثروت ساز:

برای موفقیت در هر زمینه بایستی ابتدا نحوه فکر کردن افراد موفق و نگرش و دید آنها به زندگی، موفقیت و شکست را دید و بررسی کرد نه روش و چگونگی رسیدن آن ها به موفقیت را.

در دسته بندی افراد جامعه به ۳ دسته می‌رسیم:

دسته اول: این دسته که درصد بالایی از افراد جامعه را شامل می‌شود، تماشاچیان افراد موفق هستند و از رفتن در مسیر موفقیت به دلیل سختی‌ها و هموار نبودن راه هراس دارند.

دسته دوم: بازندگان هستند، این افراد، افکاری همانند افراد بازنده دارند و به حداقل امکانات و زندگی معمولی قانع هستند. از اجتماع، دولت،... زیاد انتقاد می‌کنند و زمانی که کاری به آن‌ها سپرده می‌شود با توجیه کردن و آوردن دلایل منفی آن را انجام نمی‌دهند.

دسته سوم: برندگان هستند، این دسته حداکثر ۵ درصد افراد را تشکیل می‌دهند. هدفمند هستند و با اعتماد به نفس و عزت نفسی که دارند به اهداف می‌رسند و به جامعه نیز خدمت می‌کنند.

نام و نام خانوادگی: علیرضا عامری
شماره فایل: کسب و کار شخصی ۱
خلاصه مطالب:

نوع نگرش هر فرد نسبت به جامعه و مشکلاتی که با آن مواجه است می‌تواند در آینده اثرات قابل توجهی روی موفقیتش داشته باشد.

به طور کلی افراد جامعه به سه بخش تقسیم می‌شوند که دسته اول (تماشاچی) ها هستند که اکثریت جامعه به این دسته اختصاص دارد. این دسته شامل اعتماد به نفس ضعیفی هستند و توانایی انجام کار را ندارند و از اینکه در مسیر پر پیچ و خم هدف گام بردارند در هراس اند.

دومین دسته (بازندگان) هستند که رفاه نسبی دارند اما به اندک چیزها قانع اند، همت پایینی دارند، زیاد اهل عمل نیستند و زیاد انتقاد میکنند از وضع جامعه. دسته سوم (برندگان) هستند که تعداد آنها

در جامعه زیاد نیست. آنها اهدافی را دنبال میکنند و اعتماد به نفس بالایی هم دارند - نام و نام خانوادگی: معصومه کمساری

فایل: ۲

خلاصه: معنایی موفقیت

۲۵/۲/۹۹

موفقیت

۱- تعیین هدف و رسیدن به آن اهداف

۲- آشکار شدن استعداد

۳- شیوه درست فکر کردن

۴- سعادت مند بودن

نحوه شناختن افراد موفق

۱- رضایت درونی دارد

۲- حس آرامش دارد

۳- لذت بردن از زندگی

۴- توکل و ایمان بالا

نام و نام خانوادگی: اسما سلیمی پور - شماره فایل: جلسه سوم تفکرات کارآفرینانه و ثروت ساز - خلاصه مطالب: در بحثه افراد موفق، اولین و مهمترین بحث الگو افکار و نحوه اندیشیدن است. شاید ما از افراد موفق به اشتباه برسیم که چطوری این کار بزرگ و موفقیت بزرگ دست پیدا کردی، در صورتی که این سوال اصلا مهم نیست که چطور موفق شده، مهم اینه که نحوه دید او به دنیا چگونه بوده. مسیر موفقیت مسیره صاف و همواری نیست و انسان باید شهامته قبوله هر چیزی را داشته باشد. خیلی از افراد وارد راه های اصلی نمیشن، از اینکه مسئولینی به عهده شان گذاشته شود میترسن که نتونن از عهده کار بریباینند، از موفقیت میترسن، از ترسه شکست و ضربه خوردن فقط موفقیت بقیه را تماشا میکنند که به این افراد افراد تماشاچی میگویم. گروه دوم روحیه و تفریحاته خوبی دارند اما توقعاته کم دارند و به حداقل آرزوهاییه کوچک قانع اند، سعی دارند هم رنگ بقیه باشند و عمل کنند، هدف هایش بلند و بزرگ ندارند و اگر داشته باشند هم به آن‌ها نمیرسند چون همت و تلاشه بزرگ ندارند، زیاد انتقاد میکنند نسبت به همه پیر ولی خودشان مسئولیت و انتقاد پذیر نیستند که به این دسته گروه بازندگان میگویم که شرایطه بهتری نسبت به گروه اول دارند. گروه سوم تعداد کمی دارند و هر چیزی که اراده کنند بدست میارند، هدف های بزرگ و مهم دارند و وقتی به هدفشان

میرسند به جامعه هم کمک میکنند.

«نام و نام خانوادگی: محمدرضا برموز

فایل: ۱»

خلاصه مطلب: افراد موفق

اولین قدم در شروع دیدگاه های کارآفرینی، افراد موفق کارآفرین و اخلاق کسب و کار، (بحث فکر کردن - الگوهای فکری - افکار و نحوه ی اندیشیدن) می باشد. اینکه افراد موفق چگونه به موفقیت رسیدند الویت نیست، مهم این است که چه دیدگاهی نسبت به کاری که انجام داده اند داشتند. به طور کلی جامعه انسانی به سه دسته تقسیم می شود که به شرح زیر می باشند:

۱- اکثریت تماشاچی: که بالای ۹۰ درصد افراد جامعه را تشکیل می دهند، این افراد ریسک پذیر نیستند، از موفقیت می ترسند و ترس از مسئولیت پذیری دارند.

۲- بازندگان: این افراد روحیه بازنده ها را دارند، قانع هستند، هدف های بلندی ندارند و راه شناخت این افراد اینست که زیاد انتقاد می کنند و خودشان اهل عمل نیستند.

۳- برندگان: که حداکثر ۵ درصد افراد جامعه را تشکیل می دهند، این افراد چیزی که اراده می کنند را بدست می آورند، هدف های مهمی برای خود دارند که اگر به آن ها برسند نتیجه اش خدمت این افراد به جامعه است و در نهایت از اعتماد به نفس و عزت نفس بالایی برخوردارند.

نام و نام خانوادگی: منا بی غم

شماره فایل: تفکرات کارآفرینانه ۱

خلاصه مطالب:

پیش از شروع هر عملی مهم اندیشیدن و تشخیص الگوهای تفکر است. و در واقع در ارتباط با افراد موفق باید الگوی تفکر و شیوه ی نگرش او را شناخت، دیدگاه و علت شروع به حرکت در مسیرش مهم است.

گروه بندی افراد جامعه: ۱- اکثریت تماشاچی (ختی): افرادی که ترس از حرکت در مسیر پرپیچ و خم موفقیت را دارند، ۲- بازندگان: دارای روحیه و تفکری بازنده، سطح توقع پایین، افق زندگی محدود و راضی به آنچه اکنون دارند، و بسیار منتقد ۳- برندگان: اقلیت جامعه میباشند، هر آنچه را اراده کنند به آن دست می یابند، اهداف فردی این افراد اهداف کلی جامعه را نیز برآورده میکنند.



اتاق

دکترمقداد تکلوزاده دبیر کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانه کرمان: انجمن ها و تشکل های تخصصی، بازوی توانمند کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی هستند

ایجاد کشتش برای نیروی کار محلی در بخش کشاورزی شرق و جنوب شده است.

نکته قابل توجه این است که بخش کشاورزی موجود در استان (در شمال و جنوب) متکی به روش های سنتی در کشاورزی می باشد که راندمان بسیار پایین بهره وری آب دارند. البته تفاوت های معنی داری بین شمال و جنوب استان در این زمینه وجود دارد.

وی ادامه داد: نظر به پراکندگی محصولات کشاورزی در سطح استان و با توجه به بحران آب و سند ماموریت کمیسیون کشاورزی برنامه های ذیل با نظر فعالان بخش خصوصی تدوین و در سال های آتی قابل اجرا می باشد.

در بخشهایی از این « سند ماموریت پیشنهادی کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی اتاق کرمان چهار سال آینده » آمده است: در اجرای برنامه ایجاد و توانمندسازی کمیسیون های کشاورزی و آب اتاق شهرستان ها، به دنبال ارزیابی مثبت از عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب کرمان در چهارچوب ماموریت های مورد توافق در بیانیه ماموریت سالیانه کمیسیون مذکور و با عنایت به اعلام آمادگی و استقبال رئیس اتاق کرمان « سند ماموریت کمیسیون کشاورزی و آب اتاق کرمان برای ۴ سال آتی » بشرح زیر مورد توافق و فیما بین دفتر کشاورزی و آب، روسای اتاق و کمیسیون های کشاورزی و آب اتاق ایران و کرمان امضاء و مبادله گردید: کمک به توانمندسازی تشکلهای بخش کشاورزی، تاسیس تشکل های مورد نیاز در راستای تکمیل زنجیره ارزش کشاورزی در سطح استان با حضور و مشارکت کشاورزان، صاحبان صنایع و فعالان تجارت با توجه به ظرفیتهای تولیدی، فرآوری و بازرگانی منطقه توسط کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان پیگیری و دنبال گردد.

در راستای بهره برداری و استفاده مطلوب از ظرفیتهای کشاورزی منطقه با رویکرد فراهم آوردن زمینه اشتغال و ارزآوری و حفاظت و مینت از زیست بوم و منابع طبیعی منطقه، اتاق کرمان از طریق جلب همکاری و مشارکت حمایت دستگاه های اجرایی ذی مدخل و بخش خصوصی نسبت به افزایش بهره وری در حوزه ی آب و نهاده های تولید و رقابت پذیر کردن محصولات کشاورزی در راستای ساماندهی و بهره برداری مطلوب از زنجیره ارزش تولید محصولات باغی، محصولات گلخانه ای، گیاهان دارویی و محصولات سالم و ارگانیک کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان نسبت به بررسی و ارزیابی ظرفیت ها، چالش ها و راهکارهای اصلاح و بهبود حلقه های مفقوده زنجیره ارزش، سیستم های آبیاری نوین و کشت های جایگزین اقدام مینماید.

در راستای ارتقا دانش و تغییر بینش کشاورزان استان، کمیسیون کشاورزی اقدام به برگزاری کلاس های آموزشی، همایش های تخصصی و تورهای بازدید از نمونه های موفق نموده و با همکاری مرکز تحقیقات اتاق بانک اطلاعاتی ذینفعان این حوزه را تهیه نماید. انجام حمایت های لازم در راستای مطالعه، بررسی میدانی و توسعه کشت فراسرزمینی فعالین بخش کشاورزی استان در کشورهای مستعد توسط کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان صورت پذیرد. دفتر کشاورزی و آب اتاق ایران، حسب ضرورت و اعلام نیاز کمیسیون کشاورزی و آب اتاق کرمان، حمایت های مالی و مشاوره علمی و کارشناسی مورد نیاز را در جهت تحقق ماموریت های فوق الذکر ارائه می نماید.



کشاورزی اتاق بازرگانی کرمان هم بصورت منظم نسبت به موارد مرتبط با پسته تصمیم سازی میشود، امسال در سه ماهه اخیر به شدت فعالان پسته در زمینه صادرات با مشکل مواجه شده اند و بیست درصد مصرف داخلی است ۸۰ درصد صادر میشوند، اکنون حجم انبارهای پسته بالاست و با فرارسیدن محصول سال جدید، شاهد افزایش حجم انبارهای پسته خواهیم بود و ضرورت دارد تا دولت بسترسازی لازم را برای سهولت صادرات پسته انجام دهد و معمولا در شش ماهه دوم سال صادرات پسته انجام دهد، چون اعیاد چینی ها، هندی ها و عید کریسمس سه نقطه طلایی فروش و عرضه پسته در بازارهای جهانی هستند و بسته شدن مرزهای زمینی یکی از مهمترین دلایل توقف صادرات پسته می باشد و چالش مهم دوم بازگشت ارز به کشور است و یکی از دلایلی که صادرکنندگان واقعی روی کارت خودشان صادرات را انجام نمی دهند هم همین مشکلات پیش آمده ارزی است و برخی رو به سوی کارت های بازرگانی اجاره ای می آورند و از سوی دیگر صادرکنندگان خودشان هم میدانند که باید هم ارز را به کشور برگردانند و محصول جدید بخرند و هم مالیات را بپردازند وگرنه امکان برخورد های قهری و قضایی در انتظار آنهاست و با غیر فعال شدن صادرکنندگان دائمی، شاهد کاهش صادرات پسته به کشورهای مختلف هستیم.

دکتر تکلوزاده دبیر کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی کرمان درباره افق چهار ساله این کمیسیون گفت: سیستم کسب و کار منطقه ای استان کرمان از دیرباز حول کشاورزی شکل گرفته است که به طور خاص دو سیستم مجزا در جنوب و شمال استان قابل تفکیک می باشند. اما طی نیم قرن گذشته با ورود بهره برداری معدن و همچنین برخی صنایع که عموماً پاسخگوی نیاز محلی بودند، کوشش هایی برای تحول سیستم کسب و کار استانی به سمت صنعت و معدن انجام شده است.

بحران اقتصادی اخیر در کشور در این استان به شکل کاهش یا ثبات نیروی کار استخدامی در بخش صنعت و معدن (بخصوص با در نظر داشتن نرخ رشد جمعیت استان و مهاجرت صورت گرفته به آن) بوده است که نشانگر عدم پایداری مشاغل ایجاد شده در این بخش های اقتصادی طی سال های گذشته است. علاوه بر این توسعه بخش خدمات نیز با آهنگ کندی انجام شده است. از طرف دیگر بحران اقتصادی موجب سرازیر شدن نیروی کار و بخصوص نیروی کار کمتر تحصیل کرده به سمت بخش کشاورزی شده است همچنین با خروج اتباع بیگانه باعث

دکترمقداد تکلوزاده دبیر کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی کرمان در گفتگوی اختصاصی با خبرنگار رسانه زیست بوم کارآفرینی و کسب و کار استان کرمان پایان هفته ضمن تاکید بر اهمیت رویکرد این رسانه گفت: رسانه ایده اولیه ها را حمایت کند به آنها مشاوره بدهید و روشهای گذر از چالش ها را منتشر کنید و در این زمینه جای یک تشکل مشاوره ای توانمندی خالی بود که امیدواریم با تجربه کاری، اداری، اجرایی و دانشگاهی بتوانید نقش موثری در توسعه کسب و کار باشید.

وی پیرامون اهمیت جایگاه کشاورزی و باغی استان کرمان ادامه داد: کرمان بیشترین میزان تولید پسته و خرما کشور را داراست و بیش از سه هزار هکتار کشت گلخانه ای جنوب و دویست هکتار کشت گلخانه ای شمال استان وجود دارد و همچنین از جمله مزیت های دیگر محصولات جالیزی و میوه

جات و دام و طیور است و حدود چهل درصد اشتغال استان وابسته به بخش کشاورزی ولی از نظر دانش فنی و ضریب آموزشی کشاورزان تاکنون خوب عمل نشده البته انجمن خرما در حال برنامه ریزی و تلاش و اجرا برای آموزش در روستاهای هدف و دهیاریها می باشد و معتقدم باید سطح سرمایه اجتماعی کشاورزان را از منظر علمی ارتقا دهیم. دکتر تکلوزاده تاکید کرد: سند ماموریت کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی و اساسنامه انجمن ملی خرما محور فعالیت های ماست و بر این باورم انجمن ها و تشکل های تخصصی بازوی توانمند کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی هستند و کمیسیون هم چالش های مرتبط با هر بخش را بررسی و در جلسات شورای گفتگوی بخش خصوصی و دولت و نشست های دیگر طرح می شود.

دبیر کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی کرمان افزود: ساختار اتاق بازرگانی و تشکل ها باید بازنگری شوند البته سال گذشته اتاق، قراردادی در خصوص مطالعه و بررسی تجدید ساختار اتاق بازرگانی و تشکلها منعقد کرده و امیدواریم که هر چه سریعتر نتایج آن مطالعات عملیاتی و اجرایی شود و در انجمن ملی خرما هم در حال بررسی مقایسه ای نوع فعالیت تشکل و انجمن های خرما در سایر کشورها از جمله ترکیه و کشورهای عربی در زمینه انتقال تجربیات جهانی هستیم و در دوران پسا کرونا بصورت حضوری هم به آن کشورها خواهیم رفت.

وی افزود: برای هر تصمیم سازی در زمینه محدودیت سازی صادرات پسته دولت اول نظر بخش خصوصی را بگیرند.

دکتر تکلوزاده ادامه داد: انجمن ملی خرما با رایزنی ها و کارشناسی ها و جلساتی که از شهریور ماه پارسال بیش از شش جلسه با آقای مهندس مدرس خیابانی وزیر فعلی و قائم مقام قبلی وزارت جهاد کشاورزی (برگزار کرده و تفاهم نامه ای امضا نموده که تامین کنندگان، خرما را با قیمت مناسب ارائه کنند و امسال هیچگونه عوارض و محدودیت های صادراتی برای خرما نداشتیم و خرما داران میدانند که انجمن تعامل خوبی با دولت برقرار کرده و به نفع آنها شده است.

دبیر کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی کرمان درباره وضعیت پسته اظهار داشت: اقتصاد استان کرمان به شدت وابسته به پسته در شهرستانهای راور، کرمان، سیرجان و رفسنجان تولید کننده عمده است و حتی منطقه ابارق بم و ارزوییه کشت پسته داریم و در سایر استانها و حتی کشورها هم رد پای کرمانی ها در زمینه کشت و تولید و صادرات پسته وجود دارد و در کمیسیون



ریشه کن کردن فقر از طریق آموزشهای فنی و حرفه ای (حوزه گردشگری) در جوامع محلی کشور مالزی



دکتر مهناز نجیب زاده

(رویکرد توریسم طرفدار فقیر)
محلین هر منطقه متکی به سیستم اقتصادی سنتی آن منطقه هستند که بیشتر بر منابع طبیعی متمرکز شده اند. محصولات گردشگری از طریق طبیعت و فرهنگ های بومی قابل توسعه است. این مطالعه در بین افراد بومی انجام شده است تا عوامل مؤثر در مشارکت آنها در حوزه گردشگری شناسایی شود. یافته ها نشان داد که محلین مایل به شرکت در فعالیت های گردشگری هستند. همچنین براساس یافته ها، پژوهشگر ایده هایی را با استفاده از آموزشهای فنی و حرفه ای (گردشگری) از طریق رویکرد گردشگری طرفدار فقیر ارائه میدهد تا فقر را در بین جوامع مردم محلی ریشه کن کند.

اصطلاح گردشگری طرفدار فقیر (PRO-POOR TOURISM) در سال ۱۹۹۹ معرفی و در انگلستان به منظور توسعه بین المللی با بررسی راه هایی که جهانگردی می تواند در کاهش فقر نقش داشته باشد اجرا گردید (اشلی و گودوین، ۲۰۰۷). استراتژی های توسعه PPT باعث افزایش منافع اقتصادی، افزایش فرصت های شغلی برای افراد فقیر، بهبود شغل و بهبود درآمد جمعی جامعه میگردد و همچنین باعث افزایش مزایای غیر اقتصادی، توانمندسازی افراد، آموزش، کاهش تأثیرات زیست محیطی، و تأثیرات اجتماعی و فرهنگی برای مردم فقیر میشود.

نتایج نشان داد که بومیانی که علاقمند به فعالیت های گردشگری هستند و در بخش گردشگری شرکت میکنند، آنها به اشتغال، توسعه زیرساخت ها، تقویت عزت نفس، حفظ سلامتی و مشارکت هدایت میشوند این یافته همچنین نشان می دهد که محلین

برای موفقیت در فعالیت های PPT به آموزشهای فنی و حرفه ای (گردشگری) نیاز دارند. نتایج یادگیری آموزش حرفه ای (گردشگری) که از محلین انتظار می رود: برای جذب گردشگر، محل اقامت بومی مقرون به صرفه ایجاد کنید.

فرهنگ مردم بومی را به نفع جاذبه گردشگری تدوین کنید. محصولات صنایع دستی با کیفیتی را تهیه کنید که توسط گردشگران به عنوان سوغات خریداری شود.

صنایع دستی مردم بومی را که مورد علاقه گردشگران است، شناسایی کنید.

محصولات محلی مورد علاقه توریست را که می تواند سریعاً خرید کند، شناسایی کنید.

انگیزه دادن به مردم محلی جهت شرکت در طرح و فعالیتهای

ایجاد اشتیاق پایدار برای مشارکت در فعالیت های طرح مذکور.

فعالیت های این طرح را به عنوان سرگرمی و منبع درآمد برای افراد بومی ایجاد کنید.

گرفتن راهنمایی و پشتیبانی از سازمان های دولتی مرتبط با گردشگری برای اجرای طرح حفظ کیفیت محصولات گردشگری بومی.

افراد بومی را به مشارکت در فعالیت های گردشگری تشویق کنید.

شناسایی منابعی که اجرای فعالیت های گردشگری را تقویت می کند، شناسایی کنید.

قطعا با تسلط و فراگیری بر آموزشهای فنی و حرفه ای (جهانگردی)، افراد بومی برای اجرای برنامه های این طرح اعتماد به نفس پیدا میکنند و در جهت ریشه کنی فقر تلاش مینمایند

آموزش فنی و حرفه ای (گردشگری) مبتنی بر یافته های تحقیق:

براساس یافته های تحقیق، بدیهی است که مردم محلی تمایل به موفقیت در این طرح را دارند، در صورت دستیابی به کمک و پشتیبانی کافی، محصولات گردشگری را توسعه می دهند. گام اساسی که باید برای

تحریک افراد بومی برای شرکت در فعالیت های گردشگری در نظر گرفته شود این است که آنها را با دانش و مهارت در ایجاد چنین

فعالیهایی از طریق آموزشهای فنی و حرفه ای (جهانگردی) تجهیز کنیم. رویکرد گردشگری

طرفدار فقیر حداقل شش برنامه دانش و

مهارت برای حرفه گردشگری را دارا میباشد. این شش ماژول عبارتند از:

ماژول ۱: محیط زیست به عنوان یک محصول گردشگری

ماژول ۲: گردشگری یک حرفه و مهارت است

ماژول ۳: تشویق از طریق فعالیت های گردشگری

ماژول ۴: گردشگر را با فرهنگ جامعه جذب کنید

ماژول ۵: نحوه اجرای برنامه گردشگری

ماژول ۶: گردشگری به عنوان کارآفرینی.

برای اطمینان از اینکه شش ماژول پیشنهادی می تواند اهداف آموزش فنی و حرفه ای (گردشگری) را برآورده کنند، محقق پیشنهاد می کند برنامه کاری ماژول به طریق ذیل باشد:

توجه جامعه به گردشگری روستایی عوامل موفقیت جامعه در جهانگردی

قدرت جامعه در راستای برنامه های گردشگری

توسعه مهارت های گردشگری حرفه ای مشخصات کارآفرینان در جهانگردی

عوامل شبکه ای برای اجرای برنامه گردشگری توانمندی افراد برای بهره برداری از طرح گردشگری

پرورش علاقه شخصی افراد نسبت به فعالیت های گردشگری

انگیزه ارائه دهندهگان طرح گردشگری

نتیجه گیری:

برای شروع و انجام فعالیت های طرح گردشگری، افراد محلی باید دارای ویژگی های خاص باشند آنها باید دارای دانش و

مهارت در آموزشهای حرفه ای (گردشگری) و همچنین دارای پشتیبانی مالی از طرف

واحدهای مربوطه داشته باشند. برای بومیان فعالیت های گردشگری بدون حمایت از طرف

های دیگر بسیار سخت و امکان ناپذیر میباشد اما اولین گام که در بین افراد محلی برای

شروع این طرح در نظر گرفته میشود گرفته می شود، تجهیز آنها به دانش و مهارت های

مدیریت فعالیت های گردشگری محلی از طریق آموزشهای فنی و حرفه ای (گردشگری)

است. این رویکرد به دانش، مهارت و منابع مالی خاص نیاز دارد.

روایت محمد صالحی - مدیر عامل شرکت پسته سیرجان زمره و ریسی انجمن پسته ایران



در ابتدا باید عرض کنم که انجمن پسته در خرید و فروش پسته دخالتی ندارد و قطعاً حامی تجارت آزاد است و از این روش پشتیبانی میکند اما اگر بخوام در مورد روند بازار پسته در سال محصولی ۹۸-۹۹ توضیحی بدم خدمتون، میتونم اینگونه عرض کنم که تقریباً حدود تیر مرداد سال ۹۸ بودیم که قیمتهای پسته به اوج خود یعنی اگر بخواهیم پسته فندقی رو مثال بزیم قیمتش بالای ۱۱۵ تا ۱۲۰ هزار تومان بود که انتظار کشاورز هم این بود که روی همین قیمتها ادامه پیدا کنه اما محصول انجمنی آمریکا از یکطرف و محصول حدود ۲۲۰۰۰۰ تومانی و سی هزار تن پسته باقیمانده از سال قبل هم این توقع نابجا رو برای خریداران خارجی ایجاد کرد که قیمتها پایینتر بیاید از همین رو بعضی از صادر کنندگان ایرانی بنا به همین تصورها متاسفانه در شهریور ماه اقدام به بستن قراردادهایی با قیمت حدود ۷۳۰۰ دلار نمودند که با قیمت حدود یازده پانصد هزار تومانی دلار و هزینه های حمل تا مقصد و دو سه در صدی سود برای صادر کننده که در نظر بگیریم قیمتی که صادر کننده میتوانست خرید کند حدود هشتادویکی دو هزار تومان بود در همین حین بود که پسته خراسان به بازار آمد و از همین حدود قیمتها شروع شد البته صدای ناراضیاتی بجای کشاورزان هم به گوش میرسید که چرا اینقدر قیمت پسته باید پایین میامد از طرفی محصول ۹۸ هم با تاخیر پانزده بیست روزه به بازار آمد و همه اینها دست به دست هم داده بود که صادرکنندگانی که با عجله قرارداد نوشته بودند نمیتوانستند جنسشان را تامین کنند از طرفی آمریکا در نابوری دنیای بازار خشکبار در همان روزها قیمت شکفت انگیز حدود ۹۷۰۰ دلار رو اعلام کرد حالا کشاورزان ایرانی بهت زده که چرا قیمتها باید اینقدر تفاوت داشته باشد حتی کیفیت پسته ایرانی هم بهتر از پسته امریکایی بود و هست

خلاصه کشاورزان که محصولی خوبی هم نسبتاً داشتند از فروش محصول امتناع میکردند و کشاورزان محدودی که نیاز مالی داشتند اقدام به فروش میکردند به امید اینکه قیمت پسته این نیست و باید بالاتر برود زمان در حال گذر بود و داشتیم به کریسمس و عید چینیا روز به روز نزدیکتر میشدیم و داشتیم زمان طلایی را از دست میدادیم پسته هم کمتر از انتظارها در حال صادر شدن

بود و قیمتهای دلاری هم هر روز بالاتر میرفت که در اواخر ابان بود که قیمت به ۸۷۰۰ دلار رسیده بود یعنی هزار و چهارصد دلار گرانتر از قیمتهایی که در دو ماه قبل معامله میشد و نرخ ریالی هم به حدود ۹۶ هزار تومان رسیده بود ولی پایین آمدن قیمت دلار اجازه نمیداد که قیمتها بالاتر از این برود که فکر میکنم قیمت دلار در حدود یازده تا یازده و نیم دلار رسیده بود که تقریباً روزهای آخری بود که میشد برای چین و برای کشورهای مسیحی نشین پسته صادر کرد

البته باید یادآور بشوم یکی دیگر از علل نفروختن پسته این بود که کشاورزان جایی برای سرمایه گذاری نمیدیدند و فکر میکردند که بهترین سرمایه گذاری در آن زمان خود پسته بود یعنی اینکه کشاورزانی که هر ساله با مازاد نیازشان اقدام به خرید زمین و آب کشاورزی و گسترش باغاتشان میکردن متاسفانه کمبود آب این اجازه رو نمیداد که چنین کارهایی را بکنند اینهم دلیل دیگری بود که کشاورزان پسته شان را به عنوان سرمایه گذاری نگه میداشتند

بعد از اینها بود که متاسفانه در روزهای آخر سال میلادی ویروس کرونا در دنیا پدیدار شد و کلی محاسبات همه چیز رو بهم زد

مردم دنیا در حال قرنطینه شدن بودن و میان این همه خبر بد که میامد خبر خوب این بود که هر چه پسته صادر شده بود را مردم بعنوان یه خوراکی مغذی از فروشگاهها خرید میکردند البته جای پسته ایرانی روی قفسه های سوپر مارکتها خالی بود مصرف در همه دنیا زیاد شده بود تا آنجا که کسانی که در امریکا قراردادهای طولانی مدت با فروشندگان پسته امریکایی داشتند از آنها میخواستند که قراردادهای ماههای آینده رو هم زودتر به آنها بدهند که خب امریکاییها توانستند مقدار پسته خوبی را بفروش برسانند ولی در ایران متاسفانه فروش داخلی به حداقل خودش رسیده بود و نزدیکهای عید خودمان بود که کوید به ایران رسید و باعث شد مصرف داخلی پسته را به حداقل ممکن خودش برساند

از طرفی قیمت دلار شروع کرده بود به بالا رفتن اما عرضه بیش از تقاضای پسته از یکسو و صادر کنندگانی هم که تعهد داشتند و بر این باور بودند که اگر قیمت ریالی شروع به بالاتر رفتن بکند کشاورزان از ارائه جنس خودداری میکنند از سوی دیگر اجازه نمیداد که قیمت پسته همراه با قیمت دلار بالا برود و این موضوع خریداران خارجی را روز به روز نگرانتر میکرد پسته هایی را که از ایران با قیمت مثلاً حدود هشت دلار حالا به مقدار کمتر یا بیشتر خریده بودند روز به روز پایینتر میامد و این روند متاسفانه ادامه داشت از طرفی کسانی که پسته امریکایی خریده بودند داشتن با قیمتهای خوب پسته های خریداری شده شان را به فروش میرساندند خب هر کس که بخواد از نظر اقتصادی به موضوع نگاه کنه میبینه که پسته امریکایی امنیت بسیار بهتری دارد برای کار کردن از طرفی قیمت پسته در نیمه های اردیبهشت ماه بود که به حداقل قیمت خودش رسید یعنی پسته فندقی در حدود ۵.۵ دلار هم معامله شد

همین موضوع نگرانی ما رو در انجمن پسته به بالاترین

حد خودش رسانید که بنا به همین موضوع سریعاً اقدام به برگزاری دو جلسه با صادر کنندگان ایرانی کردیم هر چند به نتیجه ملموسی نرسیدیم اما با صحبتهایی که در سیرجان با چندین نفر از صادر کنندگان سیرجانی داشتیم تصمیم گرفتیم که پسته ای را که به قیمت ۸۸۰۰۰ تومان رسیده بود شروع به خرید کردیم و از طرفی به خریداران خارجی هم اطمینان دادیم که قیمت پسته از این پایتتر نخواهد آمد و در اولین اقدام در هفته پایانی اردیبهشت ماه شروع به خرید پسته با قیمت ۹۲۰۰۰ تومان کردیم و قیمت خرید هفته آینده را هم بین ۹۴ تا ۹۵ هزار تومان به صورت نقد روز اعلام کردیم و قیمت برای چهل و پنج روزه را هم بین ۹۷ تا ۹۸ هزار تومان اعلام میکنیم و و انشالله از شنبه سوم خرداد ماه شروع به خرید با این قیمتها خواهیم کرد و میتونم به عنوان مدیر عامل شرکت پسته سیرجان زمره (نه به عنوان پست انجمنی ام) که انشالله هر هفته قیمتها را بالاتر خواهیم برد و من مطمئنم به راحتی قیمتها را به هفت دلار خواهیم رساند

البته شاید بشود قیمتها را بالاتر هم برد ولی من فکر میکنم که صلاح نباشد و بهتره که ما به فکر خالی کردن انبارهایمان باشیم تا فروش بالای هفت دلار زیرا که سال آینده انشالله دنیا با محصول پسته بالای ششصد هزار تنی خواهد بود و اگر ماتوانسته باشیم که تا انزمان انبارهایمان را خالی کنیم به نتیجه ایده‌آل ان نخواهیم رسید زیرا که امریکاییها اگر ببینند محصول ایران فروش رفته و خودشان توانسته اند محصولشان را بفروشند قیمتها را برای سال جدید بالا نگه میدارند و اجازه نمیدهند که قیمتها پایین بیاید خود من و خیلی از همکاران بر این عقیده هستیم که احتمالاً امریکاییها اگر محصولشان به فروش نرسه قیمتهاشون رو برای سال آینده به طرز قابل ملاحظه ای کاهش خواهند داد

اما در پایان میخواهم از کشاورزان عزیز خواهش کنم انشالله که این روزها بازار در حال جان گرفتن است از فروش محصولشان امتناع نکنند البته که بهتره نیمه از محصولشان را بفروشند و برای نیمه بعد از ان یک ماه چهل روز صبر کنند که قیمتها بیشتر شود ولی اگر به این شکل عمل نکنند قطعاً میتوانم بگویم که اگر قیمتها به عنوان مثال هشت دلار هم بشود و صادر کننده تایم نداشته باشه برای صادر کردنش و زمان را از دست بدهیم قطعاً میتونم بگم که در زمانی که همه بخواهند اقدام به فروش بکنند دوباره برمیگردیم به قیمتهای نیمه اردیبهشت

نکته بسیار مهم دیگری که میخواسم یادآور بشوم این است که هوا بشدت در حال گرم شدن کشاورزان و تجار عزیز خواهش میکنم از پسته هایشان به خوبی نگهداری کنند البته من در این زمینه تخصصی ندارم که بخواهم توصیه ای داشته باشم که چگونه مواظبت کنند از محصولشان البته که مهندسین غذا و دارو حتما توصیه های لازم را بکنند که خدایی نکرده دچار خسارت نشویم

با تشکر

محمد صالحی

مدیر عامل شرکت پسته سیرجان زمره و

ریسی انجمن پسته ایران



شماره ارسال محتوی:

۰۹۳۷۷۷۰۶۰۴۲

تلفکس: ۳۲۲۲۰۶۹۰

پيامک: ۱۰۰۰۱۰۰۰۱۰۰۰۲۱

hosein.shahabi@gmail.com

www.payanehaste.ir

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: حسین شهابی

چاپ: اعلام وصول

گرافیک و صفحه آرایی: محمد مهدی پور

نشانی: کرمان، خیابان خواجه

خواجهی ۱۰ - مجتمع یاس واحد ۱۳