

بسمه تعالی



آب و برق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عنوان گزارش:

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب در سال ۱۳۹۶





آنچه در این گزارش می خوانید:

- ساختار هیات رئیسه و اعضاء کمیسیون کشاورزی و آب
- محورها و برنامه های کمیسیون کشاورزی و آب در سال ۱۳۹۶
- نگاهی آماری بر عملکرد کمیسیون
- اهم موضوعات بررسی شده در کمیسیون
- اهم مصوبات کمیسیون
- مهمترین دستاوردهای کمیسیون
- نمودار پیگیری مصوبات
- اهم موضوعات ارجاعی از کمیسیون کشاورزی و آب به دبیرخانه شورای گفتگو و نتایج حاصله
- کمیته های تخصصی ذیل کمیسیون (موضوعات مورد بررسی و نتایج و به دست آمده)
- نگاهی بر سمینارها و کارگاه های آموزشی برگزار شده توسط کمیسیون
- ضمائم پیوست ها (شامل پیوست های ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹ و ۱۰)



ساختار هیأت رئیسه و اعضا کمیسیون کشاورزی و آب

کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی در پایان سال ۱۳۹۵ با هدف بهبود عملکرد و افزایش کارایی کمیسیون در اجرای اهداف محوله، تصمیم بر بازنگری اعضاء خود گرفت و با تهیه و ارسال فرم های عضویت طی ضوابط و شرایط تعیین شده، اقدام به بررسی مدارک ارسالی از علاقمندان به عضویت در کمیسیون نمود و در ابتدای سال ۱۳۹۶ پس از تکمیل بررسی های انجام شده توسط اعضای هیأت رئیسه کمیسیون، ۲۷ عضو نهایی کمیسیون (جدول پیوست اعضاء) و ۱۰ عضو میهمان انتخاب و عضویت آن ها تایید شد و در طی سال ۱۳۹۶ جلسات خود را به منظور نیل به اهداف و برنامه های کمیسیون به طور منظم با حضور اعضاء اصلی و میهمانان و مسئولین مرتبط سازمان های دولتی و خصوصی برگزار نمود.

اعضاء محترم هیأت رئیسه کمیسیون کشاورزی و آب		
تصویر	سمت در کمیسیون	نام و نام خانوادگی
	رئیس	علی شریعتی مقدم
	نائب رئیس	ناصر صادقی
	دبیر	شهرام عیدی زاده
	کارشناس	سمیرا سبزواری



اعضای کمیسیون کشاورزی و آب

"به ترتیب حروف الفبا"

- ۱- جناب آقای اردکانیان (وحید) - مدیرعامل محترم شرکت زردانه جام
- ۲- جناب آقای اشرفی (مرتضی) - نماینده محترم دفتر هماهنگی امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی
- ۳- جناب آقای اورعی زارع (علی) - مدیر محترم کشت و صنعت مزرعه نمونه آستان قدس رضوی
- ۴- سرکار خانم بنای سرشوری (زهرة) - نماینده محترم جمعیت ناجیان آب
- ۵- جناب آقای تازیکی (رضا) - نماینده محترم یونیدو
- ۶- سرکار خانم حسینی (بی بی فاطمه) - مدیر عامل محترم شرکت تعاونی تولیدی زنبورداری کوهدشت خراسان*
- ۷- جناب آقای خسروی (مهدی) - معاون محترم برنامه ریزی و کارآفرینی سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی
- ۸- جناب آقای دانشور (مهران) - مشاور محترم بخش کشاورزی و صنایع تبدیلی
- ۹- جناب آقای داوری (کامران) - عضو محترم هیات علمی گروه مهندسی آب دانشکده کشاورزی
- ۱۰- جناب آقای دورانیش (آرش) - مدیر گروه محترم اقتصاد کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد
- ۱۱- جناب آقای رضوی خبیر (حمیدرضا) - مدیرعامل محترم شرکت تعاونی کشاورزان مشهد
- ۱۲- سرکار خانم سراج احمدی (مریم) - عضو محترم هیات نمایندگان اتاق بازرگانی
- ۱۳- جناب آقای سلطانی (منوچهر) - مشاور محترم بازرگانی خارجی
- ۱۴- سرکار خانم سنوئی (مرضیه) - مدیر عامل محترم شرکت اکسیر گل سرخ
- ۱۵- جناب آقای صادقیان (علیرضا) - مدیر محترم کارآفرینی پژوهشکده علوم و صنایع غذایی
- ۱۶- جناب آقای صراف (فرشید) - مدیرعامل اتحادیه گاوداران و دامداران صنعتی
- ۱۷- جناب آقای فارسی (کریم) - دبیر محترم اجرایی خانه کشاورز
- ۱۸- جناب آقای فرامرزی (سلیمان) - نماینده محترم تعاونی گاودارات صنعتی خراسان رضوی
- ۱۹- جناب آقای قدمی (سید هاشم) - معاون محترم پژوهشکده محیط های خشک
- ۲۰- جناب آقای کدخدایی (رسول) - مدیر محترم انجمن صنایع غذایی ایران
- ۲۱- جناب آقای کلالی (علی) - مشاور عالی محترم شرکت خوشگوار
- ۲۲- جناب آقای مرادی (امیر مهدی) - دبیر محترم انجمن مدیران صنایع خراسان رضوی
- ۲۳- جناب آقای مروارید (محمد صادق) - مدیرعامل و عضو هیات مدیره محترم شرکت نان قدس رضوی
- ۲۴- جناب آقای مظفری (علی) - مدیر عامل محترم اتحادیه مرغ گوشتی
- ۲۵- جناب آقای موسوی نژاد (سید حسین) - رئیس محترم هیات مدیره نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی
- ۲۶- جناب آقای موسی پور (صفر) - مشاور محترم بخش کشاورزی*
- ۲۷- جناب آقای میری (غلامرضا) - نماینده محترم اتحادیه صادرکنندگان زعفران



توسعه تولید محصولات سالم و ارگانیک و رواج فرهنگ آن بین کشاورزان در قالب فعالیت های کمیسیون و انجمن ارگانیک شعبه خراسان رضوی



اهمیت توسعه کشت های گلخانه ای و ارائه فن آوری های نوین و روز دنیا در این زمینه در قالب فعالیت های کارگروه تخصصی توسعه کشت های گلخانه ای

محورها و برنامه های کمیسیون کشاورزی و آب در سال ۱۳۹۶

پیگیری و برنامه ریزی به منظور توسعه کشت گیاهان دارویی و داروهای گیاهی در استان با توجه به اولویت کمبود آب و حفظ ارزش افزوده گیاهان دارویی

بررسی مشکلات آب در خراسان رضوی و ارائه راهکارهای مقابله با بحران آب ذیل کارگروه مستقل آب، محیط زیست و اقتصاد سبز و شورای راهبردی مدیریت آب استان





نگاهی آماری بر عملکرد کمیسیون





- بحث و تعامل نظر پیرامون درخواست ها و پیشنهادات فعالان بخش کشاورزی استان و جمع بندی نهایی جهت ارائه به کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی در شهریورماه سال جاری
- پیگیری تشکیل کمیته مشترک کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی و اتاق بازرگانی ایران و خراسان رضوی با محوریت مسائل بخش کشاورزی، آب و محیط زیست، زعفران، دام و طیور
- پیگیری اجرایی شدن مفاد تفاهم نامه امضا شده فی مابین کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی، اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی خراسان رضوی، استانداری خراسان رضوی و جنوبی
- بررسی طرح پیشنهادی شرکت تعاونی تولیدی صنایع کشاورزی خراسان در خصوص اصلاح ساختار چاه های کشاورزی به منظور کاهش مصرف انرژی و ایجاد اشتغال
- برنامه همکاری با شرکت شهرک های صنعتی خراسان رضوی پیرامون توسعه همه جانبه صنعت غذای استان
- حمایت از توسعه سرمایه گذاری در بخش های مرتبط با آب ، کشاورزی و محیط زیست

- بررسی اعلام آمادگی معاونت محترم غذا و دارو دانشگاه علوم پزشکی مشهد از توسعه صادرات محصولات صنایع غذایی در استان
- ارائه خلاصه اهم اقدامات انجام شده در کمیسیون کشاورزی و آب در سال ۱۳۹۵ و ارائه برنامه کاری کمیسیون کشاورزی و آب در سال ۱۳۹۶
- ارائه گزارش اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری خراسان رضوی در زمینه استعدادها ، امکانات و قابلیت های قانونی گیاهان دارویی و اطلاع رسانی از وضعیت موجود جمع آوری از عرصه های ملی و چگونگی بهره برداری، فراوری و صادرات آن
- تبادل نظر و ارائه راهکار در زمینه توسعه تولید و صادرات گیاهان دارویی و داروهای گیاهی در استان
- بررسی و ارائه پیشنهادات در خصوص استفاده از ظرفیت های بانک توسعه صادرات در جهت گسترش صادرات استان
- بررسی سمینار تنش های خشکی و شوری و اثرات آن بر بخش کشاورزی
- بررسی روش های زراعی و مدیریتی مقابله با کم آبی و خشکسالی در بخش کشاورزی و فضای سبز شهری

اهم موضوعات بررسی شده در کمیسیون

- بررسی مسائل و مشکلات طرح شده توسط شرکت تعاونی کشاورزان مشهد پیرو مصوبه بیست و یکمین جلسه دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی خراسان رضوی
- تهیه چارچوب اجرایی نمودن بندهایی از تفاهم نامه امضاء شده فی مابین کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی و کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی
- بررسی اجرای بخشنامه شماره ۲۳۰/۹۶/۱۵ مورخ ۹۶/۰۲/۰۹ و مصوبات ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی مورخ اردیبهشت ۹۶ پیرامون مرتفع نمودن مشکلات مالیاتی واحدهای کوچک و متوسط
- بررسی علت عدم اجرای بخشنامه شماره ۱۱۱۹/۹۶/۱۰۰۰ مورخ ۹۶/۰۲/۰۷ سازمان تامین اجتماعی در راستای اجرای قانون دستورالعمل بازرسی از دفاتر بر اساس آخرین سال مالی
- بررسی چگونگی تسهیل اخذ کد IR و واگذاری آن به استان ها
- بررسی مشکلات تولیدکنندگان گل های شاخه بریده استان (صدور مجوزها، اعطای تسهیلات بخش گلخانه ای- قرنطینه گیاهی- دسترسی به سامانه حمل و نقل مناسب، قوانین گمرک و ...)
- بررسی و ارائه فرصت های تجارت و سرمایه گذاری با کشور روسیه با تأکید بر محصولات کشاورزی و گلخانه ای (ارائه دهنده: دفتر تحقیقات بازار و مشاوره تجاری اتاق بازرگانی خراسان رضوی)
- بررسی و پیگیری چگونگی کاهش و یا حذف مالیات بر ارزش افزوده از صنعت غذا
- پیگیری اجرایی نمودن مفاد تفاهم نامه منعقد شده بین کمیسیون کشاورزی و آب اتاق و کمیسیون کشاورزی و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی در خصوص زعفران بالاخص خرید توافقی زعفران
- بررسی راهکارهای گسترش همکاری بین کمیسیون کشاورزی و آب اتاق و نمایشگاه بین المللی مشهد و بررسی سازوکار اجرایی برگزاری نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات سالم و ارگانیک اسفندماه ۱۳۹۶
- برنامه همکاری با شرکت شهرک های صنعتی خراسان رضوی پیرامون توسعه همه جانبه صنعت غذای استان
- پیگیری و ارائه راهکارهای عملیاتی جهت مدیریت بحران آب در استان



- پیگیری تشکیل کمیته مشترک کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی و اتاق بازرگانی ایران و خراسان رضوی با محوریت مسائل بخش کشاورزی، آب و محیط زیست، زعفران، دام و طیور
- پیگیری اجرایی شدن مفاد تفاهم نامه امضا شده فی مابین کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی، اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی خراسان رضوی، استانداری خراسان رضوی و جنوبی
- بررسی بیشتر طرح اصلاح ساختار چاه های کشاورزی، در سطح استانی و ارجاع به دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی
- نظرات کارشناسی شده بخش های ذیربط پیرامون مفاد تفاهم نامه پس از بررسی در دبیرخانه کمیسیون کشاورزی و آب جهت پیگیری های بعدی در دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی طرح و جهت ارجاع به کمیته تخصصی قید شده در تفاهم نامه اقدام شود.
- کمیسیون کشاورزی و آب اتاق با همکاری انجمن ارگانیک ایران شعبه خراسان رضوی اقدامات لازم جهت برگزاری نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات سالم و ارگانیک تا پایان سال جاری را پیگیری نماید.

- برگزاری نشست تخصصی فی مابین فعالین اقتصادی حوزه محصولات غذایی و دستگاه های مرتبط همچون سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی، سازمان جهاد کشاورزی و معاونت علوم پزشکی مشهد و ... به منظور بررسی راهکارهای افزایش صادرات محصولات صنایع غذایی استان.
- کمیته تخصصی گیاهان دارویی تحت نظر کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی ظرف دو هفته آینده تشکیل و موضوعات در جهت توسعه صادرات گیاهان دارویی به صورت تخصصی در این کمیته مورد بررسی قرار گیرد.
- پیگیری طرح ایجاد بازارچه و نمایشگاه تخصصی گیاهان دارویی اتحادیه محترم گیاهان دارویی .
- گسترش همکاری های پژوهشکده محیط های خشک با کمیسیون و دفتر کشاورزی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی استان.
- ارائه پیشنهادات و نظریات کارشناسی شده اعضاء محترم کمیسیون کشاورزی و آب اتاق با بهره گیری و نظرخواهی از تشکل ها، اتحادیه ها و سازمان های ذیربط جهت ارائه به اعضای محترم کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی تا تاریخ ۹۶/۵/۲۲

اهم مصوبات کمیسیون

- کمیسیون کشاورزی و آب اتاق با همکاری شورای ملی زعفران، اتحادیه ها و تشکل های بخش کشاورزی، اقدامات لازم جهت ایجاد تشکل تخصصی منسجم در حوزه زعفران در سطح استان (به منظور شبکه سازی و ایجاد زنجیر واحد در این حوزه) را انجام دهند و موضوع در جلسات کارگروه تخصصی که به همین منظور تشکیل می گردد پیگیری شود.
- پیگیری موضوعات آب در حوزه اجرای قوانین، برگزاری جلسات با حضور ذینفعان و چگونگی برگزاری رویدادی در این زمینه با همکاری جناب آقای دکتر انصاری به نمایندگی از دانشگاه فردوسی مشهد پیگیری گردد.
- به منظور تعامل بیشتر فی مابین اتحادیه تولیدکنندگان گل و گیاه خراسان رضوی و سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی و سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی، تفاهم نامه ای پیرامون برطرف نمودن مشکلات تولیدکنندگان گل و گیاه منعقد گردد.
- کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی طی مکاتبه ای با سازمان های مدیریت و برنامه ریزی استان، استانداری، جهاد کشاورزی و آب منطقه ای، فرصت های سرمایه گذاری داخلی و خارجی و طرح ها و پروژه های کاربردی در حوزه صرفه جویی در مصرف آب را درخواست و پیگیری های لازم برای تامین بودجه و اجرایی شدن طرح ها را از طریق استانداری و شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی انجام دهد.

- اعضاء محترم کمیسیون نظرات و پیشنهادات خود را در خصوص برگزاری همایش راهکارها و برنامه های نجات شرق کشور از بحران آب به دبیرخانه کمیسیون ارجاع دهند تا در جلسه آتی کمیسیون تصمیم گیری نهایی در خصوص برگزاری آن انجام پذیرد.
- گسترش ارتباط با شرکت بین المللی ایروما فن آور پویا در راستای برگزاری همایش ها و سمینارهای تخصصی انتقال تکنولوژی های روز دنیا در سال آتی
- پیرامون بحث های مالیاتی و در خصوص اصلاح ضرایب عملکرد، اتحادیه ها و تعاونی های بخش کشاورزی پیشنهادات اصلاحی خود را به دبیرخانه کمیسیون کشاورزی و آب ارسال نمایند تا از طریق اداره کل امور مالیاتی ابلاغ به اداره مرکزی در تهران انجام پذیرد.
- کمیسیون کشاورزی و آب اتاق، پیرامون موضوعات تامین اجتماعی جلسه ای مشترک با کمیسیون های بهبود محیط کسب و کار، کمیسیون صنعت و سرمایه گذاری با حضور رئیس محترم سازمان تامین اجتماعی برگزار گردد.
- در خصوص تکمیل مطالعات انجام شده در بازار روسیه، تشکلهای بخش کشاورزی و اعضاء محترم کمیسیون پیشنهادات و اطلاعات تکمیلی را در صورت لزوم به دفتر تحقیقات بازار اتاق بازرگانی، ارائه دهند.



* ارائه راهکارهای توسعه صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی استان در همکاری با بانک توسعه صادرات - سازمان صنعت معدن و تجارت - سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی و ...

* پیگیری ایجاد تشکیل کمیته مشترک اتاق بازرگانی، کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی و استانداری پیرامون اجرایی شدن مفاد تفاهم نامه

* برگزاری همایش و یا سمینار تخصصی در خصوص ارائه نوآوری ها و تکنولوژی های روز دنیا در حوزه کشاورزی و صنایع غذایی و تبدیلی

نمودار پیگیری مصوبات کمیسیون

* ایجاد شکل تخصصی منسجم زعفران در استان با همکاری شورای ملی زعفران

* برگزاری رویداد ملی در حوزه مدیریت بحران آب در شرق کشور با همکاری دانشگاه فردوسی

* پیگیری اجرای پروژه ها و فرصت های سرمایه گذاری داخلی و خارجی در حوزه های مختلف کشاورزی و صنایع تبدیلی

* گسترش همکاری ها با دفتر تحقیقات بازار اتاق پیرامون بررسی بازارهای صادراتی هدف

* پیگیری امضای تفاهم نامه فی مابین اتحادیه تولیدکنندگان گل و گیاه و سازمان های نظام مهندسی کشاورزی و سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی



مهمترین دستاورد کمیسیون کشاورزی و آب در سال ۱۳۹۶

- ۱- برگزاری نشست مشترک کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی خراسان رضوی و کمیسیون کشاورزی آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی با حضور ریاست و نمایندگان محترم کمیسیون کشاورزی مجلس - ریاست محترم اتاق بازرگانی - استانداران محترم خراسان رضوی و جنوبی و ...
- ۲- انعقاد تفاهم نامه بین کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی و اتاق بازرگانی خراسان رضوی در حوزه مسائل کشاورزی، آب و محیط زیست، زعفران و دام و طیور (پیوست ۱)
- ۳- تدوین برنامه عملیاتی ارائه راهکار و پیشنهادات اجرایی تفاهم نامه کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی با اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان خراسان رضوی (پیوست ۲)



مهمترین دستاوردهای کمیسیون کشاورزی و آب در سال ۱۳۹۶

۴- دیدار سفیر جدید انگلستان با رئیس محترم کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی خراسان رضوی در محل اتاق مشهد
(پیوست ۳)

۵- دیدار معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم نهاد ریاست جمهوری با رئیس محترم کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی خراسان رضوی و ارائه پیشنهادات در خصوص اقدام ملی توسعه روستایی (پیوست ۴)

۶- برگزاری اولین رویداد صنعت غذا و محصولات کشاورزی با محوریت کارآفرینی، بازرگانی، نوآوری و آخرین دستاوردها و اطلاعات نوین در صنعت غذا (پیوست ۵)

۷- اجرای طرح پژوهشی نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران (پیوست ۶)

۸- ارائه پیشنهادات تشکل های بخش کشاورزی استان در خصوص اصلاح ضرایب مالیاتی بخش کشاورزی به اداره کل امور مالیاتی استان جهت اصلاح ضرایب سال ۹۶ (پیوست ۷)

۹- امضای تفاهم نامه فی مابین اداره دامپزشکی خراسان رضوی و اداره کل استاندارد با همکاری شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی اتاق بازرگانی (پیوست ۸)

۱۰- برگزاری نشست تخصصی گل های شاخه بریده در جلسه کمیسیون کشاورزی و آب بهمن ماه به منظور برگزاری نشست تخصصی گل های شاخه بریده اسفندماه ۹۶ (پیوست ۹)

۱۱- برگزاری نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات سالم و ارگانیک با همکاری انجمن ارگانیک شعبه خراسان رضوی و شهرداری مشهد

۱۲- برگزاری سه جلسه کارگاه آموزشی آشنایی با کشاورزی ارگانیک مختص مدیران و کارکنان فروشگاه های ارگانیک استان ۳ الی ۷ اسفندماه

۱۳- برگزاری همایش آموزشی مباحث نوین در مدیریت کمبود آب و تنش خشکی در کشاورزی به سخنرانی پسر و فسور پسرک لی، محقق دانشگاه آریزونا با همکاری دفتر کشاورزی اتاق

۱۴- آغاز اجرایی پروژه تولید و سرمایه گذاری در بخش کشاورزی، آب، صنایع تبدیلی و محیط زیست با مشارکت سازمان های مدیریت و برنامه ریزی خراسان رضوی، مرکز جذب و حمایت از سرمایه گذاری استانداری خراسان رضوی، دانشگاه فردوسی

مشهد، شرکت آب منطقه ای خراسان، و شورای اسلامی شهر مشهد و با مشارکت اتاق بازرگانی خراسان جنوبی از اسفندماه

سال جاری (پیوست ۱۰)



۱- نشست مشترک رئیس و نمایندگان محترم کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی با

رئیس و نمایندگان اتاق بازرگانی خراسان رضوی

دستاورد: امضای تفاهم نامه مشترک حمایت از بخش کشاورزی، آب و زعفران

شهریور ۱۳۹۶

گزارش نهایی به پیوست ضمیمه می باشد





پیوست ۲

۱-۱- نتایج حاصل از پیگیری تفاهم نامه منعقد شده بین کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی و کمیسیون کشاورزی و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی

۱) پیگیری مفاد تفاهم نامه در جلسات متعدد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق و جمع بندی پیشنهادات و راهکارهای اجرایی پیرامون آن ها

۲) ارجاع موضوعات به دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی اتاق

۳) جمع بندی نهایی مفاد تفاهم نامه در **جلسات دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی و کمیته بند ب**

ماده ۱۲ اتاق

۴) ارائه برنامه عملیاتی راهکارها و پیشنهادات نهایی اجرایی شدن مفاد تفاهم به استانداری خراسان رضوی و

خراسان جنوبی

گزارش نهایی به پیوست ضمیمه می باشد





دیدار سفیر جدید انگلستان با رئیس محترم کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی خراسان رضوی

در محل اتاق مشهد

دیو است ۳



سفیر جدید انگلستان در محل اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی خراسان رضوی با اعضای محترم هیات رئیسه اتاق مشهد و رئیس محترم کمیسیون کشاورزی و آب اتاق دیدار داشت. **نیکلاس هاپتون سفیر جدید انگلستان** در این دیدار به منظور گسترش و توسعه روابط تجاری با بخش کشاورزی و آب و محیط زیست اتاق اعلام آمادگی نمود.

علی شریعتی مقدم رئیس محترم کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی خراسان رضوی در این جلسه اشاره نمود: ظرفیت های زیادی در استان برای همکاری با کشور انگلیس وجود دارد. ایران ۹۶ درصد تولید زعفران دنیا را در اختیار دارد و با ۱۱۰ هزار هکتار سطح زیر کشت زعفران بیش از ۳۵۰ تن زعفران به ارزش داخلی ۳۰۰ میلیون پوند تولید می کند که ارزش افزوده این محصول در بازارهای جهانی به مراتب بیشتر از این مقدار است. بیشتر محصول زعفران ایران از طریق بازارهای واسطه ای همچون امارات و انگلستان به کشورهای دیگری همچون انگلستان وارد می شود. ایشان تاکید نمود: حضور مستقیم محصولات ایرانی از جمله زعفران در بازارهای انگلستان با کمک حمایت های سیاسی می تواند در توسعه روابط تجاری ایران و انگلستان، اولویت بزرگی تلقی شود. علاوه بر آن ظرفیت بسیار زیادی برای توسعه مصارف زعفران در انگلستان و بریتانیا وجود دارد.

رئیس کمیسیون کشاورزی و آب اتاق مشهد نیز با عنوان اینکه توسعه گلخانه ای در خراسان رضوی می تواند مدل خوبی برای توسعه سرمایه گذاری باشد حمایت کمیسیون کشاورزی و آب اتاق مشهد را از اجرای مدل های گلخانه ای، محیط زیستی و انرژی های پاک با این کشور اعلام کرد. انگلستان تجربه بسیار خوبی در تولیدات گلخانه ای دارد که توسعه تکنولوژی و سرمایه گذاری در این بخش و تولیدات مختلف برای صادرات به طور قطع مورد حمایت رئیس اتاق ایران هم قرار خواهد گرفت.

همچنین ایشان تاکید نمود: توسعه بازار کالاهای صادراتی محصولات ویژه استان خراسان می تواند نقش اساسی در گسترش روابط و همکاری های فی مابین دو کشور دارد و بالاخص در خصوص مسائل مرتبط با محیط محیط زیست و ... کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی خراسان رضوی به عنوان یکی از بخش های پیشرو ف آمدگی خود را جهت حضور تجار و صاحبان دانش و سرمایه و هیات های تجاری از انگلستان در سال ۱۳۹۷ را دارد. سفیر محترم انگلستان در ادامه بیان نمودند: سرمایه گذاری های خوبی در ایران و در استان به خصوص بر روی زعفران انجام شده و زعفران استان خراسان می تواند از محصولات ویژه ای باشد که در بازار در انگلستان جایگاه ویژه ای داشته باشد. طی سال های گذشته اگرچه میزان مبادلات تجاری ایران و انگلستان به ۲ برابر افزایش داشته است اما با توجه به ظرفیت های موجود این میزان می تواند بهبود یابد که نیازمند شناخت و اعتماد بیشتر بین طرفین می باشد.

علی شریعتی مقدم در ادامه با اشاره به سطح نسبتاً خوب کیفیت و بسته بندی محصولات ایران و به ویژه استان خراسان بیان نمود: ارتقاء کیفیت بسته بندی محصولات می تواند کمک بزرگی به ورود محصولات ایرانی به بازارهای جهانی از جمله انگلستان باشد. ایشان با عنوان اینکه در زمینه صادرات محصولات کشاورزی از خراسان رضوی نیاز به خطوط هوایی مستقیم داریم عنوان کرد: در رستوران های لندن از محصولات کشاورزی استان استفاده می شود که حفظ کیفیت این محصولات برای صادرات نیاز به خط هوایی مستقیم بین دو کشور را می طلبد.



دیدار معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم نهاد ریاست جمهوری با رئیس محترم کمیسیون کشاورزی

و آب اتاق بازرگانی خراسان رضوی و ارائه پیشنهادات در خصوص اقدام ملی توسعه روستایی

پیوست ۴

علی شریعتی مقدم، رئیس محترم کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی، در دیدار با جناب آقای دکتر رضوی معاونت محترم توسعه روستایی و مناطق محروم نهاد ریاست جمهوری بر آمادگی همکاری متقابل در زمینه استفاده از ظرفیت های استان خراسان رضوی به منظور توسعه و شبکه سازی در بخش زعفران و گیاهان دارویی اعلام تاکید نمودند.

ایشان بیان نمودند: از آنجاییکه اختصاص منابع جدیدی در برنامه ششم توسعه، به موضوع توسعه روستایی و مناطق محروم پیش بینی شده است، اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی خراسان رضوی و تشکل های تحت پوشش می توانند در صورت توافق با بخش های بالادستی در استفاده و سرمایه گذاری بهینه محصولات شاخص استان از جمله زعفران و گیاهان دارویی نقش موثری ایفا نمایند. بطوریکه فعالیت آن ها با هدف توسعه در روستا و مناطق محروم همراه باشد و بهینه سازی و توسعه اشتغال و توسعه بازارهای هدف را به دنبال داشته باشد.

به این منظور مطابق شیوه نامه برنامه توسعه اقتصادی و اشتغال زایی روستایی جزء ۱ بند الف ماده ۲۷ قانون برنامه ششم توسعه، پیشنهادات ذیل در قالب برنامه اقدام ملی توسعه روستایی از سوی کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی خراسان رضوی به معاونت محترم توسعه روستایی نهاد ریاست جمهوری تقدیم گردید:

- ۱- عدم دخالت مستقیم دولت برای جایگزین شدن به جای بخش خصوصی و ممانعت از اقدامات یک جانبه و پشتیبانی واقعی از اقدامات بخش خصوصی
- ۲- پیش بینی بودجه مشخص ۲ تا ۴ درصد ارزش اقتصادی هر محصول با هدف توسعه همه جانبه و نوآورانه بازارهای صادراتی و افزایش سرانه مصرف داخلی
- ۳- ایجاد بانک اطلاعات جامع زعفران و گیاهان دارویی و معرفی مزیت ها و ... در سطح ملی و به خصوص با هدف توسعه بازارهای بین المللی
- ۴- پیاده سازی استاندارد تجارت عادلانه با هدف افزایش ظرفیت های روستایی
- ۵- تقویت سرمایه گذاری های انجام شده و برندها و ظرفیت های موجود برای رقابت پذیری بین المللی





۲- "اولین رویداد صنعت غذا و محصولات کشاورزی با محوریت کارآفرینی، بازرگانی، نوآوری و آخرین

دستاورد ها و اطلاعات نوین در صنعت غذا"

همزمان با هجدهمین نمایشگاه صنایع غذایی و ماشین آلات وابسته

۲ الی ۵ شهریور ماه ۹۶

برگزار کننده: کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی با همکاری شرکت بر ساز رویداد پارس

پیوست ۵

اهم برنامه های نمایشگاه :

- برگزاری مراسم رونمایی از ۱۵ محصول دانش بینان در مراسم افتتاحیه
- برگزاری کارگاه های تخصصی در حوزه دانش بنیان همزمان با برگزاری نمایشگاه
- اهدای لوح سپاس به غرفه های برتر دانش بنیان توسط ریاست محترم کمیسیون کشاورزی و مدیر شرکت بر ساز رویداد پارس در اختتامیه نمایشگاه

عناوین کارگاه های آموزشی برگزار شده توسط کمیسیون کشاورزی و آب و با همکاری پژوهشکده علوم و صنایع غذایی و

پارک علم و فناوری خراسان رضوی



- عنوان: "کاربردهای فناوری نانو در صنایع غذایی"
"مدرس: آقای دکتر امیر اشراقی- کارشناس مسئول بخش کشاورزی، صنایع غذایی و بسته بندی"
زمان: جمعه ۳ شهریورماه- ۱۷ الی ۱۸
- عنوان: "بازارشناسی و تحقیقات بازار با رویگری به صنعت غذا"
مدرس: دکتر علی مختاری
زمان: جمعه ۳ شهریورماه- ۱۸ الی ۱۹
- عنوان: "برندینگ و هویت تجاری"
مدرس: دکتر علی مختاری
زمان: شنبه ۴ شهریورماه- ۱۷ الی ۱۸
- عنوان: "نقش مراکز پژوهشی در تقویت واحدهای R&D و مزیت آن ها در ایجاد بهره وری در صنعت غذا"
"مدرس: مهندس مهدی مظلوم زاده - مدیر امور موسسات پارک علم و فناوری خراسان "رضوی"
زمان: شنبه ۴ شهریورماه- ۱۹ الی ۲۰:۳۰



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

در قاب تصاویر "اولین رویداد صنعت غذا و محصولات کشاورزی" ^{EXPO} ifood در هجدمین نمایشگاه بین المللی صنایع غذایی و ماشین آلات وابسته





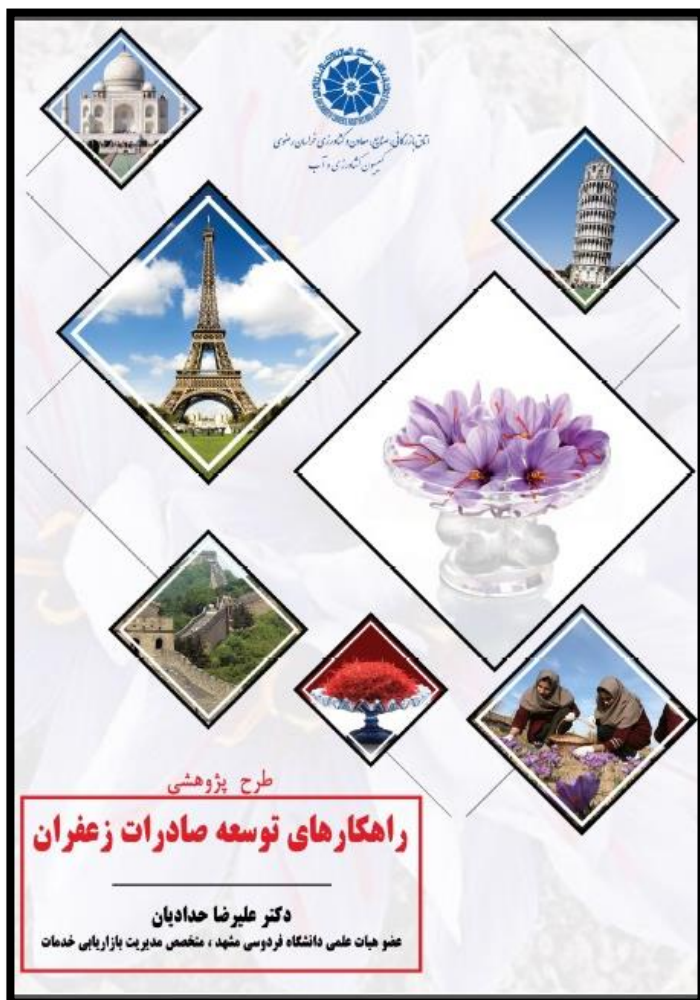
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

پیوست ۶

۳- اجرای طرح پژوهشی نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

گزارش نهایی به پیوست ضمیمه می باشد



نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران



نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

کارفرما: کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی

استان خراسان رضوی

مشاور: دکتر علیرضا حدادیان (عضو هیأت علمی دانشگاه فردوسی مشهد)

پاییز ۱۳۹۶

الت



اهم موضوعات ارجاعی از کمیسیون کشاورزی و آب به دبیرخانه شورای گفتگو و نتایج حاصله



ردیف	موضوع مورد پیگیری	نتیجه
۱	ارجاع طرح پایانه پروتئین شرق کشور (ارائه شده توسط اتحادیه مرغداران گوشتی) از سوی کمیسیون کشاورزی و آب به دبیرخانه شورای گفتگو و تصویب طرح توسط دبیرخانه و طرح در بیست و چهارمین جلسه دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی اتاق بازرگانی	تشکیل کارگروه در سازمان جهاد کشاورزی استان با حضور نمایندگان شهرداری- اداره راه و شهرسازی- اداره کل محیط زیست- اداره کل دامپزشکی- اتاق اصناف- نماینده کمیسیون کشاورزی و مجری طرح- در نهایت با عنایت به تصویب اساسنامه منطقه ویژه علم و فناوری خراسان رضوی و به منظور بهره گیری از امتیازات این منطقه مقرر گردید مجری طرح و دستگاه های اجرایی ذیربط کلیه ضوابط این اساسنامه را در اجرای ایجاد پایانه عرضه پروتئین استان لحاظ نمایند
۱	ارائه طرح یارانه سلامت توسط اتحادیه گاوداران و دامداران صنعتی خراسان در بیست و چهارمین جلسه دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی اتاق بازرگانی	نظر به آنکه در طرح یارانه سلامت هدف کاهش قیمت تمام شده کالا و افزایش توانمندی خرید توسط مصرف کنندگان در جهت مصرف بیشتر فرآورده های لبنی می باشد، لذا مقرر گردید زمینه های کاهش قیمت تمام شده کالا در زنجیره لبنیات در بخش کشاورزی از تولید تا مصرف در قالب مبحث مربوط به پرداخت یارانه از طریق اعمال معافیت هایی همچون معافیت های بیمه ای، معافیت های مالیاتی، معافیت های انرژی و ... تولیدکنندگان جایگزین ۵ درصد بودجه اشاره شده برخی دستگاهها در طرح شود.
۳	بررسی مسائل و مشکلات طرح شده توسط شرکت تعاونی کشاورزان مشهد پیرامون مشکلات کشاورزان در بیست و چهارمین جلسه دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی اتاق بازرگانی در خصوص: • بدهی های معوق صندوق بیمه محصولات کشاورزی به کشاورزان طی دو سال گذشته	با عنایت به مشکلات طرح شده از سوی شرکت تعاونی کشاورزی کشاورزان مشهد در خصوص عدم پرداخت کامل مطالبات کشاورزان از سوی دولت و به تبع آن مشکلات ایجاد شده برای کشاورزان، مقرر گردید کارگروهی تخصصی با محوریت کمیسیون کشاورزی اتاق با دعوت از تمامی دستگاه های مرتبط همچون سازمان مدیریت، سازمان گاه، جهاد کشاورزی و تشکیل و در کمترین زمان جهت ارائه موضوع در جلسه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان، نظریه کارشناسی ارائه نمایند.



	<ul style="list-style-type: none"> • تولید کنندگان و تامین کنندگان بذر و کود بخش کشاورزی زیر نظر وزارت جهاد کشاورزی نهاده های مورد نیاز را بصورت تهاتری عمل کرده و نسبت به تحویل کالاهای مورد نیاز اقدام نمایند. 	
<p>با عنایت به اینکه حدود ۹۰ درصد انواع کنجاله ها و ذرت دانه ای و همچنین حدود ۸۰ درصد جو مورد نیاز خوراک دام و طیور از طریق واردات و با استفاده از ارز مبادله ای صورت می پذیرد و از آنجاییکه تفاوت نرخ ارز مبادله ای در هر دلار در حال حاضر ۵۶۵ تومان معادل ۱۷ درصد بیشتر از نرخ ارز آزاد می باشد(با احتساب ارزش هر دلار به نرخ ارز مبادله ای ۳۳۴۵ تومان و نرخ ارز آزاد ۳۹۱۰ تومان) لذا در صورت حذف ارز مبادله ای برای واردات نهاده های دامی قطعاً اثرات مستقیمی بر افزایش قیمت نهاده ها داشته و علاوه بر ایجاد مشکلات برای کارخانجات خوراک دام و طیور در نهایت موجب افزایش قیمت تمام شده محصول نهایی گردیده و بهای آن را مصرف کننده نهایی خواهد پرداخت. لذا در این رابطه مصوب گردید، اتحادیه محترم شرکتهای تعاونی کشاورزی کارخانجات خوراک دام، طیور و آبریان خراسان رضوی پیشنهادات کارشناسی شده و مستند را پیرامون حذف ارز مبادله ای بر افزایش قیمت نهاده ها و مشوق های جایگزین در راستای حمایت از واحدهای تولیدی به دبیرخانه شورای گفتگو جهت اقدامات بعدی ارسال نمایند.</p>	<p>۴ بررسی نظرات و پیشنهادات در خصوص مسائل و مشکلات حذف ارز مبادله ای برای واردات انواع نهاده های دامی در جلسه کارشناسی ذیل دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی اتاق بازرگانی</p>	
<p>** امضای تفاهم نامه اداره کل دامپزشکی و اداره کل استاندارد خراسان رضوی</p> <p>** با عنایت به اینکه یکی از مشکلات تولید کنندگان خوراک دام در زمینه واردات نهاده های دامی، تعدد در نمونه برداری از نهاده های دامی وارداتی است که این امر سبب افزایش هزینه های تولید کنندگان در این بخش می گردد به طوریکه بر اساس دستورالعمل سازمان استاندارد</p>	<p>۵ بررسی موازی کاری دستگاههای اجرایی استان پیرامون ترخیص نهاده های دامی وارداتی در جلسه کارشناسی ذیل دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی اتاق بازرگانی</p>	



<p>از یک محموله ۳ هزار تنی کالا وارد شده به کشور باید ۱۱ نمونه برداری انجام شود در حالیکه اداره کل دامپزشکی برای این محموله ۴۵ نمونه برداری انجام می دهد که نتیجه آن هزینه های بالای نمونه برداری خواهد بود، لذا مقرر گردید ملاک و معیار تعداد نمونه برداری استانداردهای موجود در این حوزه باشد.</p>	
<p>با عنایت به اینکه حدود ۹۰ درصد انواع کنجاله ها و ذرت دانه ای و همچنین حدود ۸۰ درصد جو مورد نیاز خوراک دام و طیور از طریق واردات و با استفاده از ارز مبادله ای صورت می پذیرد و از آنجاییکه تفاوت نرخ ارز مبادله ای در هر دلار در حال حاضر ۵۶۵ تومان معادل ۱۷ درصد بیشتر از نرخ ارز آزاد می باشد(با احتساب ارزش هر دلار به نرخ ارز مبادله ای ۳۳۴۵ تومان و نرخ ارز آزاد ۳۹۱۰ تومان) لذا در صورت حذف ارز مبادله ای برای واردات نهاده های دامی قطعاً اثرات مستقیمی بر افزایش قیمت نهاده ها داشته و علاوه بر ایجاد مشکلات برای کارخانجات خوراک دام و طیور در نهایت موجب افزایش قیمت تمام شده محصول نهایی گردیده و بهای آن را مصرف کننده نهایی خواهد پرداخت. لذا در این رابطه پیشنهاد و مصوب گردید: الف) دستگاه اجرایی ذیربط استانی پیگیری نماید تا حتی الامکان در راستای حمایت از تولید و تثبیت قیمت نهاده- های دامی ترتیبی اتخاذ گردد تا حذف ارز مبادله ای برای نهاده های مورد نظر صورت نگیرد. ب) در صورتیکه تک نرخی شدن ارز در راستای اجرای سیاست های کلی نظام اقتصادی کشور مصوب و الزامی شود، حذف ارز مبادله ای نهاده های دامی در آخرین مرحله صورت گیرد. ج) در صورت حذف ارز مبادله ای و آزادسازی نرخ ارز ضرورت دارد مشوق های جایگزینی در راستای حمایت از واحدهای تولیدی مذکور به شرح ۱- اجرای معافیت های گمرکی ۲- حذف تعرفه واردات نهاده های دامی ۳- معافیت مالیاتی کارخانجات خوراک دام و طیور با توجه به</p>	<p>۶ بررسی مسائل و مشکلات حذف ارز مبادله ای برای واردات انواع نهاده های دامی مانند انواع کنجاله ها در بیستمین جلسه دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی اتاق بازرگانی از سوی اتحادیه محترم شرکتهای تعاونی کشاورزی</p>



اینکه در زیر بخش کشاورزی قرار دارند. ۴- جایگزینی تعرفه های حامل های انرژی (آب، برق، گاز) از بخش صنعت به بخش کشاورزی با توجه به اینکه کارخانجات خوراک دام، طیور و آبزیان جزء صنایع تبدیلی کشاورزی می باشند و علیرغم فعالیت در بخش کشاورزی مشمول تعرفه های صنعتی می باشند، صورت پذیرد.





کمیته های تخصصی ذیل کمیسیون کشاورزی و آب

عناوین کامل کمیته های تخصصی:



- ۱- کمیته تخصصی دام و طیور
- ۲- کارگروه امنیت غذایی و حمایت از سرمایه گذاری در صنعت غذا
- ۳- کارگروه تخصصی توسعه کشت های گلخانه ای و متراکم
- ۴- کمیته تخصصی تجارت گیاهان دارویی و داروهای گیاهی



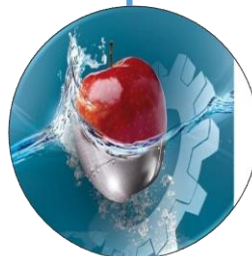
کمیته تخصصی گیاهان دارویی^۴

۲



کارگروه تخصصی گلخانه^۳

۲



کارگروه تخصصی صنایع غذایی^۲

۲



کمیته تخصصی دام و طیور^۱

۶

تعداد جلسات برگزار شده

اهم موضوعات مورد بررسی در کمیته تخصصی دام و طیور

- * بررسی دستورالعمل شماره ۸۵۰۳۶۰ مورخ ۹۵/۸/۲۶ سازمان برنامه و بودجه در راستای گازرسانی به واحدهای مرغداری و حذف سهمیه گازوئیل واحدهای مستقر در مسیر شبکه گاز
- * بررسی قرارداد فی مابین اتحادیه های بخش دام و طیور و شرکت پشتیبانی امور دام استان در جهت تنظیم بازار گوشت مرغ
- * بررسی مشکلات مالیاتی اتحادیه ها و تعاونی های بخش کشاورزی استان
- * بررسی دستورالعمل ممانعت از کشتار دام مولد و ارائه راهکارهای حمایت از دامداران استان
- * بررسی و ارائه پیشنهادات به منظور اصلاح ضرایب مالیاتی بخش کشاورزی
- * بررسی علت افزایش قیمت نهاده های پشتیبانی امور دام ظرف یک ماه
- * بررسی علت افزایش قیمت حواله ی نهاده های دامی
- * تصمیم گیری به منظور بررسی و اظهار نظر در رابطه با اصلاح ضرایب مالیاتی بخش کشاورزی
- * نشست تخصصی آشنایی با کاربردهای ازون در صنعت دام و طیور





اهم نتایج به دست آمده از مصوبات کمیته تخصصی دام و طیور



- پیگیری مسائل و مشکلات مالیاتی بخش کشاورزی و ارائه پیشنهادات اصلاح ضرایب مالیاتی در حوزه دام و طیور و کارخانجات خوراک دام و لبنی به اداره کل امور مالیاتی استان
- پیگیری معرفی نماینده بخش کشاورزی اتاق بازرگانی جهت حضور در هیات های حل اختلاف مطابق بند ۳ ماده ۴۴ قانون مالیات های مستقیم
- ارائه دستورالعمل ممانعت از کشتار دام مواد به سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی
- ارائه ضرورت پیگیری معافیت مالیاتی کالاهای تنظیم بازار و بازرسی نهاده های وارداتی با ارزش مبادله ای از سوی سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی
- ارجاع فرم های اطلاعات واحدهای مرغداری و دامداری مشمول طرح گازرسانی از سوی سازمان جهاد کشاورزی به اتحادیه های دامداری و مرغداری شهرستان ها و ارائه ان به شرکت گازرسانی استان



اهم موضوعات مورد بررسی کارگروه تخصصی صنایع غذایی

- * برنامه ریزی به منظور تشکیل کمیته علمی رخدادهای سالانه بخش کشاورزی و صنعت غذای استان همزمان با نمایشگاه IFood در شهریورماه ۱۳۹۶
- * راهکارهای پیشنهادی به منظور جلوگیری از موازیکاری دستگاه های اجرایی استان در حوزه محصولات صنایع غذایی



اهم نتایج به دست آمده از مصوبات



- برگزاری اولین رویداد صنعت غذا و محصولات کشاورزی با محوریت کارآفرینی، بازرگانی، نوآوری و آخرین دستاوردها و اطلاعات نوین در صنعت غذا همزمان با هجدمین نمایشگاه بین المللی صنایع غذایی و ماشین آلان وابسته در ۲ الی ۵ شهریورماه ۱۳۹۶
- برگزاری ۴ کارگاه و سمینار تخصصی بخش دانش بنیان نمایشگاه آی فود در تاریخ ۳ و ۴ شهریورماه در محل نمایشگاه
- پیگیری حذف موازیکاری دستگاه های نظارتی استاندارد و غذا و دارو در حوزه صنایع غذایی



اهم موضوعات مورد بررسی کارگروه تخصصی گلخانه

- * بررسی موانع و مشکلات بازرگانی محصولات گلخانه ای و ارائه راهکارهای توسعه ای
- * ارائه فرصت های تجارت و سرمایه گذاری در حوزه محصولات گلخانه ای در جمهوری کریمه (فدراسیون روسیه)
- * بررسی مشکلات تولیدکنندگان گل های شاخه بریده استان (صدور مجوزها، اعطای تسهیلات بخش گلخانه ای - قرنطینه گیاهی - دسترسی به سامانه حمل و نقل مناسب، قوانین گمرک و ...)



اهم نتایج به دست آمده از مصوبات



- برگزاری جلسه مشترک کمیسیون کشاورزی و دفتر تحقیقات بازار اتاق در خصوص فرصت های تجارت و سرمایه گذاری در حوزه محصولات کشاورزی و تولیدات گلخانه ای
- پیگیری امضای تفاهم نامه فی مابین اتحادیه تولیدکنندگان گل و گیاه استان و سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی و سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی پیرامون مرتفع نمودن مشکلات تولیدکنندگان این حوزه
- لزوم برگزاری کارگاه آموزشی در حوزه تولیدات گلخانه ای و استانداردهای جهانی آن در سال آتی



اهم موضوعات مورد بررسی کمیته تخصصی گیاهان دارویی

- * بررسی چگونگی تسهیل ارتباط تجار گیاهان دارویی با شرکت های خارجی و چگونگی سهولت روند اخذ مجوزهای صادراتی گیاهان دارویی
- * آشنایی با قوانین قرنطینه سازمان جهاد کشاورزی و تعیین تعرفه واردات گیاهان دارویی
- * ارائه و بررسی طرح بازارچه تخصصی گیاهان دارویی توسط اتحادیه محترم گیاهان دارویی



اهم نتایج به دست آمده از مصوبات



- لزوم تشکیل شبکه ارتباطی الکترونیک بین تولیدکنندگان گیاهان دارویی و صادرکنندگان به منظور تسهیل در ایجاد بازار فروش و بهبود صادرات گیاهان دارویی
- فعال نمودن بیشتر کمیته گیاهان دارویی در سال آتی به منظور پیگیری موضوعات مرتبط با بهبود تولید و تجارت گیاهان دارویی، بسته بندی و فرآوری



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶



نگاهی بر سمینارها و کارگاه های آموزشی برگزار شده

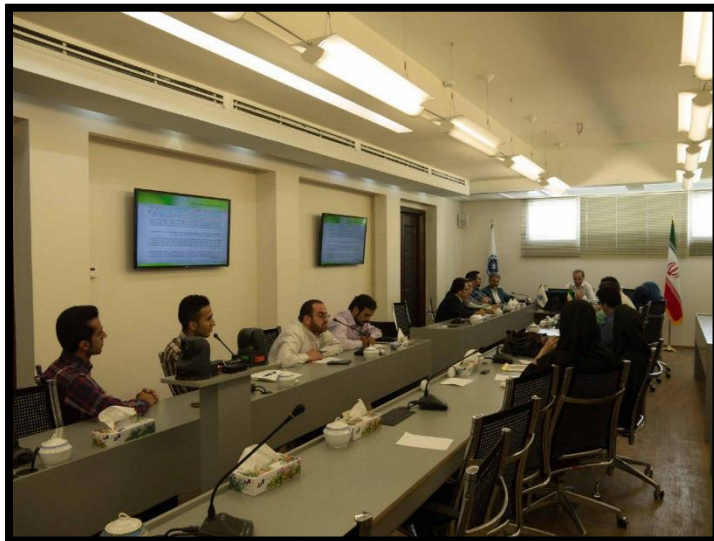


دوره آموزشی سه روزه " آشنایی با مفاهیم و استانداردها و بازاریابی محصولات ارگانیک "

مختص مدیران و کارکنان فروشگاههای محصولات ارگانیک استان

با حضور بالغ بر ۱۰
فروشگاه عرضه کننده
محصولات کشاورزی
ارگانیک

برگزار کننده: انجمن ارگانیک ایران شعبه خراسان رضوی
با همکاری: کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی





همایش آموزشی مباحث نوین در مدیریت کمبود آب و تنش خشکی در کشاورزی

سخنران: پسر و فسور پسرک، محقق دانشگاه آریزونا

مورخ: ۹۶/۰۴/۱۵

با حضور بالغ بر ۱۰۰ نفر از
فعالین بخش کشاورزی و آب
استان

برگزار کننده: دفتر کشاورزی و کمیسیون کشاورزی و آب

با همکاری: مرکز آموزش اتاق بازرگانی و پژوهشکده محیط های خشک





کارگاه آموزشی:

تولید محصولات دام و طیور ارگانیک

در حاشیه سیزدهمین نمایشگاه بین المللی دام، طیور و آبزیان

بر گزار کننده: انجمن ارگانیک خراسان رضوی

با همکاری کمیسیون کشاورزی و آب

۹۶/۰۵/۲۷



ردیف	نام سخنران	عنوان سخنرانی	ساعت
۱	جناب آقای مهندس مهرداد میرحسینی نایب رئیس هیئت مدیره انجمن ارگانیک ایران شعبه خراسان رضوی	خوشامد گویی و چکیده ای از فعالیتهای انجمن ارگانیک ایران و شعبه خراسان رضوی و اهمیت رویکرد تولید محصولات ارگانیک	۱۹:۰۰-۱۹:۳۰
۲	جناب آقای دکتر علیرضا وکیلی عضو هیئت مدیره علمی دانشگاه فردوسی مشهد	اصول تولید دام و طیور ارگانیک	۱۹:۳۰-۲۰:۰۰
۳	جناب آقای مهندس پاک طینت عضو هیئت مدیره انجمن ارگانیک ایران - شعبه خراسان رضوی	ساختمانها و تاسیسات دام و طیور ارگانیک	۲۰:۰۰-۲۰:۳۰
۴	جناب آقای مهندس شهاب احتشام دانشجوی دکتری تغذیه دانشگاه فردوسی مشهد	اصول زنبورداری و تولید عسل ارگانیک	۲۰:۳۰-۲۱:۰۰





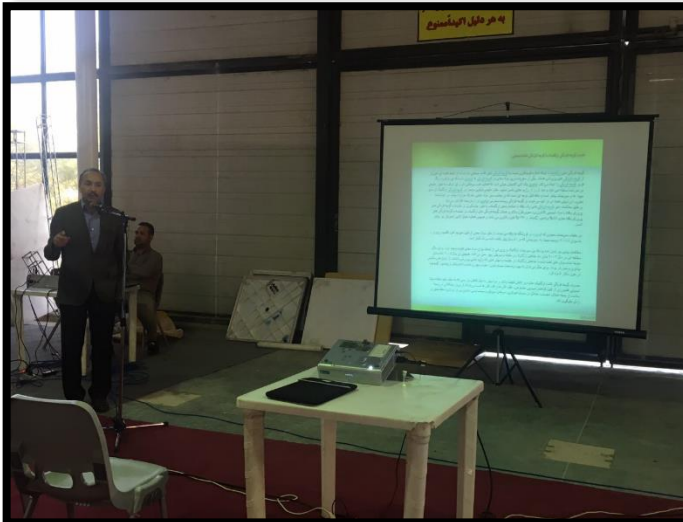
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

در قاب تصاویر برگزاری کارگاه آموزشی تولید محصولات دام و طیور ارگانیک



انجمن ارگانیک ایران
«شعبه خراسان رضوی»





اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات ارگانیک، سالم و گواهی شده

ارگانوفود

۳ الی ۷ اسفندماه در محل دائمی نمایشگاه بین المللی مشهد

برگزارکننده: انجمن ارگانیک ایران شعبه خراسان رضوی

با همکاری: کمیسیون کشاورزی و آب



انجمن ارگانیک ایران
«شعبه خراسان رضوی»





اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

ضمائم پیوست ها



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

پیوست یک



جمهوری اسلامی ایران
مجلس شورای اسلامی
کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان خراسان رضوی

تفاهم نامه

مقدمه

با الهام از رهنمودهای مقام معظم رهبری و التزام به تحقق منویات ایشان در رابطه با سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی و با عنایت به نامگذاری سال (اقتصاد مقاومتی- تولید، اشتغال) و همچنین در شرایط امروز به علت مواجه شدن با وضعیت بحرانی منابع آبی، کشاورزی ارزشی راهبردی و در خور توجه برای سیاستگذاران و مجریان مسئول اداره امور کشور پیدا کرده است زیرا تأمین نیاز غذایی مردم و تولید محصولات استراتژیک که باید خود کفایی نسبی را تأمین نماید، تنها توسط این بخش می تواند جامه عمل به خود ببوشاند.

در جلسه ای که با حضور رئیس و اعضای محترم کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی، استانداران محترم خراسان رضوی و جنوبی، ریاست محترم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و خراسان رضوی تشکیل گردید، تفاهم نامه زیر را به عنوان بیانیه مشترک پایانی صادر می گردد:

بند ۱

به منظور انجام امور مرتبط با مسائل کشاورزی، آب و محیط زیست، زعفران، دام و طیور کمیته مشترک همکاری های کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی و اتاق ایران تشکیل می گردد:

الف) دبیرخانه مشترک همکاری در محل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران مستقر می شود.

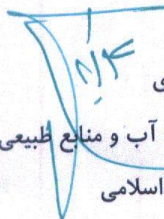
اعضاء کمیته مشترک همکاری به شرح ذیل می باشند:

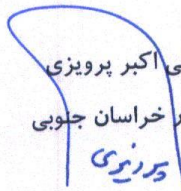
- دو نفر از اعضای کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی با معرفی ریاست کمیسیون
 - دو نفر از فعالان اقتصادی مرتبط با معرفی اتاق ایران و خراسان رضوی
 - نمایندگان تام الاختیار استانداران خراسان رضوی و جنوبی
 - یک نفر نماینده از مجامع نمایندگان استان ها در مجلس شورای اسلامی با معرفی مجمع نمایندگان
- تبصره- اتاق متعهد می شود جلسات کمیته مشترک را به طور مستمر و در فواصل ماهانه حسب مورد در مشهد یا تهران تشکیل دهد.

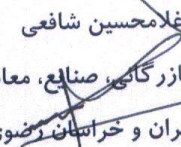


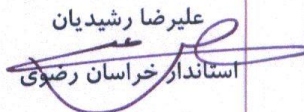
بند ۲

کمیته مشترک تمام تلاش خود را جهت پیگیری و اجرایی شدن موضوعات مرتبط در مباحث کشاورزی، زعفران، صنایع غذایی، آب و محیط زیست و دام و طیور که در ادامه آمده است، به کار خواهد گرفت و دبیرخانه موظف می باشد گزارش اقدامات را به ریاست محترم کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی، استاندار محترم خراسان رضوی، ریاست محترم اتاق ایران و خراسان رضوی به صورت مکتوب منعکس نماید.


علی اکبری
رئیس کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی
مجلس شورای اسلامی


سیدعلی اکبر پرویزی
استاندار خراسان جنوبی
پررویی


غلامحسین شافعی
رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
ایران و خراسان رضوی


علیرضا رشیدیان
استاندار خراسان رضوی



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

پیوست دو



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

غیر قابل استناد



شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی
استان خراسان رضوی

جمهوری اسلامی ایران
مجلس شورای اسلامی



ارائه راهکار و پیشنهادات اجرایی تفاهم نامه‌های کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی
مجلس شورای اسلامی با اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی
(بهمن ۱۳۹۶)

گردآورنده: دبیرخانه شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی استان و کمیسیون‌های کشاورزی و آب و صنایع و معادن اتاق خراسان رضوی،
دبیرخانه استانی بند ب ماده ۱۲



پیش گفتار:

نشست روساء و اعضای کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی و صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با استاندار و رییس شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان، رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و خراسان رضوی و رییس و اعضای کمیسیون‌های صنعت، معدن و کشاورزی و آب اتاق خراسان رضوی، فرصت مغتنمی را فراهم نمود تا امکان بررسی مسائل و مشکلات حوزه صنعت، معدن و کشاورزی استان مستقیماً توسط بخش خصوصی و قوه مجریه و مقننه مورد بحث و بررسی قرار گیرد و با توجه به ویژگیهای استان خراسان رضوی تدابیر لازم برای پیگیری موانع احتمالی و اصلاح و اجرای قوانین و مقررات موثر فراهم گردد. مجموعه تهیه شده خلاصه‌ای از تفاهمنامه‌های فی ما بین کمیسیون های مجلس شورای اسلامی، شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی خراسان رضوی، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی بوده که در جلسات مختلف دبیرخانه های شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی و بند ب ماده ۱۲ قانون احکام دائمی توسعه و کمیسیون های صنعت، معدن و کشاورزی و آب اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است و در این ارتباط پیشنهادات اصلاحی و دلایل توجیهی به صورت خلاصه آورده شده است.

نتایج حاصله از مجموعه تهیه شده حاکی است در مجموع تعدادی از پیشنهادات، قوانین و مقرراتی هستند که وجود دارند ولی اجرا نمی شوند که تاکید بر اجرای آن شده است و تعدادی از موارد، پیشنهاد ایجاد قوانین و مقررات جدید می باشد و برخی از مصوبات نیز ماهیت اصلاحی دارند.

در هر شکل، پس از تایید نهایی روسای محترم کمیسیون های ذیربط اتاق، این مجموعه برای روسای محترم شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان، کمیسیون های مجلس و مجمع نمایندگان استان ارسال خواهد شد و با وصول نظرات، مراتب در شورای گفتگوی استان مطرح و به امضای کارگروه مشترک پیگیری پیشنهادات و مصوبات خواهد رسید که در نتیجه هر یک از اعضای کارگروه تکالیفی اعم از پیگیری اجرای مصوبات، ارائه طرح های جدید، اصلاح برخی قواعد و مقررات زائد و دارند که به آن عمل خواهد شد.

دبیرخانه شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی خراسان رضوی



ارائه راهکار و پیشنهادات اجرایی پیرامون
تفاهم نامه کمیسیون کشاورزی، آب و
منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی و اتاق
بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی در شهریور ۹۶

**پیشنهادات بخش کشاورزی برگرفته از نظر کارشناسان، تشکل های بخش خصوصی
و دستگاههای اجرایی ذیربط**

موضوع	پیشنهادات (حذف، اجرای کامل،.....)	دلایل توجیهی و مستندات مورد اشاره
قانون جلوگیری از خرد شدن اراضی کشاورزی(مصوب ۱۳۸۵) و آیین نامه اجرایی قانون جلوگیری از خرد شدن اراضی کشاورزی و ایجاد قطعات کشاورزی مناسب، فنی و اقتصادی (مصوب هیات محترم وزیران ۱۳۹۵) تصویب نامه ۱۵۹۲۹۴/ت۵۲۱۶۶ مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۱۵	اجرای قانون	قانون جلوگیری از خرد شدن اراضی کشاورزی و ایجاد قطعات مناسب فنی، اقتصادی که در بیست و پنجم فروردین ۱۳۸۳ مجلس شورای اسلامی تصویب و با توجه به ایراد شورای نگهبان، در جلسه مورخ ۱۳۸۵/۱۱/۲۱ مجمع تشخیص مصلحت نظام با اصلاحاتی در مواد (۱)، (۲) و (۳) به تصویب نهایی رسیده و در مورخ ۱۳۸۵/۱۲/۱۳ از سوی مجلس شورای اسلامی واصل گردیده است همچنین هیئت وزیران در جلسه ۱۳۹۵/۱۲/۸ به پیشنهاد وزرات جهاد کشاورزی و با همکاری سازمان برنامه و بودجه کشور و سازمان ثبت اسناد و املاک کشور به استناد ماده ۶ قانون، جلوگیری از خرد شدن



موضوع	پیشنهادات (حذف، اجرای کامل،.....)	دلایل توجیهی و مستندات مورد اشاره
		<p>اراضی کشاورزی و ایجاد قطعات مناسب فنی، اقتصادی، مصوب ۱۳۸۵، آیین نامه اجرایی قانون یاد شده را تصویب نمود.</p> <p>اجرای قانون می تواند به جلوگیری از خرد شدن اراضی کشاورزی و ایجاد قطعات کشاورزی مناسب فنی و اقتصادی (۱۳۹۵) کمک نماید و کشاورزی در مقیاس های بزرگ و تجاری اقتصادی بوده و توانایی رقابت پذیری را بالا می برد. لذا مقرر گردید کمیسیون کشاورزی و آب مجلس موضوع اجرای مصوبه را پیگیری نماید.</p> <p>(پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)</p>
قانون معافیت از پرداخت حق بیمه سهم کارفرما در کلیه کارگاه های تولیدی، صنعتی و کشاورزی (مصوب سال ۶۱ و اصلاحات سال ۹۰)	مجلس شورای اسلامی ردیف بودجه ای لازم به منظور تامین اعتبارات در خصوص معافیت از پرداخت حق بیمه سهم کارفرما را در بودجه سال ۹۷ و بودجه سالهای آتی لحاظ نماید.	<p>نظر به اینکه در مشاغل بخش کشاورزی عموماً کارفرما مانند یک کارگر در مزرعه خود کار می کند و با عنایت به قانون معافیت از پرداخت حق بیمه سهم کارفرما در کلیه کارگاه های تولیدی، صنعتی و کشاورزی (مصوب سال ۶۱ و اصلاحات سال ۹۰)، و از آن جا که قانون مذکور به دلیل عدم تأمین اعتبار تنها ۲ سال اجرایی شده است لذا مقرر گردید کمیسیون کشاورزی و آب مجلس شورای اسلامی موضوع تامین اعتبار لازم و اجرای قانون را پیگیری نماید.</p> <p>(پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)</p>
*تخصیص یارانه هدفمند به بخش کشاورزی (ماده ۸ سیاست های کلان نظام در بخش کشاورزی) *پرداخت اعتبارات و مشخص نمودن نرخ تسهیلات در بخش کشاورزی (پرداخت بخشی	<p>۱- ستاد هدفمندسازی یارانه ها در وزارت جهاد کشاورزی با عضویت تشکل های بخش کشاورزی تشکیل می گردد.</p> <p>۲- تخصیص تسهیلات در ۳ بخش (نهاده های پایه بخش کشاورزی، سرمایه گذاری، قیمت تمام شده و خرید تضمینی) توزیع گردد. بر این اساس که ۳۰ درصد تسهیلات بانکی به بخش کشاورزی اختصاص یابد.</p>	<p>در ماده ۸ سیاست های کلان نظام در بخش کشاورزی بر تخصیص یارانه هدفمند به بخش کشاورزی تاکید شده است.</p> <p>در عمل سیستم بانکداری ما به خاطر آنچه مخاطرات اخلاقی در نظام بانکداری و نظام مشارکتی مطرح شده است، بسیاری از عقود مشارکتی را با تغییراتی که توسط شروط ضمن عقد در آن صورت گرفته به عقود شبه مبادله ای تبدیل کرده است و همین امر</p>



دلایل توجیهی و مستندات مورد اشاره	پیشنهادات (حذف، اجرای کامل،.....)	موضوع
<p>سبب شده تا سیستم بانکداری نتواند رضایت طرف دریافت کننده تسهیلات را به دست آورد.</p> <p>(پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی، وزارت جهاد کشاورزی)</p>	<p>۳-سازوکارهای لازم در تضمین خرید محصولات پیش بینی می شود.</p>	<p>مشابه سنوات پیشین ۱۳۶۳- (۱۳۸۸)</p> <p>*استمهال وام های سررسیده : بر اساس آیین نامه اجرایی بندهای (ج) و(د) تبصره (۱۱) قانون بودجه سال ۱۳۹۴ کل کشور بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران موظف شده است پس از تأیید اطلاعات مالی مربوط به ذینفعان مشمول این آیین نامه، از طریق بانک های عامل نسبت به امهال تسهیلات سررسید شده سال ۱۳۹۴ ذینفعان مشمول این آیین نامه به مدت حداکثر سه سال اقدام نماید.</p>
<p>هیات وزیران در جلسه ۱۳۹۵/۰۱/۲۹ به پیشنهاد وزارت جهاد کشاورزی و به استناد اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، آیین نامه کشت فرا سرزمینی را تصویب گردید. در روش کشت فراسرزمینی با توجه به گستره اراضی قابل کشت بلااستفاده در سایر نقاط دنیا، می توان با استفاده از دیپلماسی مطلوب از این منابع بهره برداری کرد. استفاده از این روش می تواند در چارچوب برنامه های بلند مدت به یکی از راهکارهای ثبات بخشیدن به عرضه محصولات اساسی، مدیریت عرضه و تامین آن از خارج کشور و تامین بخشی از نیازهای غذایی، کاهش فشار بر منابع آبی و خاکی کشور و حصول اطمینان در واردات محصولات مورد نیاز کشور از خارج مبدل شود.</p>	<p>اجرای آیین نامه کشت فرا سرزمینی</p>	<p>اصلاح الگوی کشت با محوریت کمبود آب/ توسعه کشت فراسرزمینی/ آمایش سرزمین منطبق بر کشت محصولات همراه با توجیه اقتصادی</p> <p>(آیین نامه کشت فرا سرزمینی مصوب ۱۳۹۵)</p>



موضوع	پیشنهادات (حذف، اجرای کامل،.....)	دلایل توجیهی و مستندات مورد اشاره
ثابت صادرات محصولات کشاورزی در محل تولید محصولات (زمین کشاورزی) مصوبه سی و دومین جلسه شورای گفت و گو استان مورخ ۱۳۹۵/۰۷/۰۷	ثابت محصولات کشاورزی در محل تولید در استان با هدف برندینگ و شکل گیری صندوق های توسعه تجارت محصولات کشاورزی	(پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی) در اجرای هدفمند نمودن صادرات محصولات کشاورزی و لزوم برنامه ریزی جهت صادرات با ایجاد و ابقاء سیاست ها و قوانین در جهت اعمال ثابت صادرات محصولات کشاورزی در محل تولید محصولات (زمین کشاورزی) سازمان جهاد کشاورزی استان خراسان پیرامون ایجاد صندوق های توسعه تجارت محصولات کشاورزی مطالعات لازم را انجام داده و در این ارتباط طرح و الگو پیشنهادی ارائه نماید. (پیگیری با استانداری خراسان رضوی)
مواد ۲ و ۸ سیاست های کلان نظام در بخش کشاورزی با هدف گسترش تولید و فرهنگ محصولات کشاورزی سالم و ارگانیک	اختصاص ردیف اعتباری لازم با هدف تدوین استانداردهای لازم و هدفمندسازی تولید محصولات سالم و ارگانیک به نحوی که در سال دوم برنامه ششم توسعه حداقل ۱۰٪ محصول سالم با گواهینامه معتبر محقق شود.	بند ج ماده ۳۱ قانون پنج ساله برنامه ششم توسعه (توسعه کشت محصولات سالم و محصولات زیستی (ارگانیک)، اعمال استانداردهای ملی کنترل کیفی تولیدات و فرآورده های کشاورزی گسترش مبارزه تلفیقی با آفات و بیماریهای گیاهی، مصرف بهینه نهاده ها از جمله انواع سم و کود و حمایت از درمانگاه های گیاه پزشکی در راستای ارتقای سلامت انسان و جامعه) به منظور تولید محصولات کشاورزی سالم و ارگانیک وزارت جهاد کشاورزی مکلف است طوری برنامه ریزی نماید که در سال دوم برنامه ششم توسعه حداقل ۱۰٪ محصول سالم با گواهینامه معتبر داشته باشیم با توجه به اینکه بسیاری از محصولات تولیدی کشاورزی کشور از درصد بالایی از باقیمانده سموم برخوردار می باشند (پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)
اجرای کامل مفاد قانون بهره وری در بخش کشاورزی مصوب ۱۳۸۹	اجرای قانون	اجرای کامل قانون بهره وری در بخش کشاورزی می تواند به بهبود وضعیت و شاخص های بخش کشاورزی کمک نماید



موضوع	پیشنهادات (حذف، اجرای کامل،.....)	دلایل توجیهی و مستندات مورد اشاره
		(پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)
حمایت از تولید و مصرف صنایع لبنی	اجرای مصوبه هیات وزیران مبنی بر تشکیل صندوق حمایت از توسعه زنجیره صنعت شیر کشور	بر این اساس، هیات وزیران در جلسه ۳۰/۳/۱۳۹۵ به پیشنهاد مشترک سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و وزارت جهاد کشاورزی و به استناد اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، وزارت جهاد کشاورزی را مکلف کرد تا به منظور مدیریت یکپارچه زنجیره تولید شیر خام تا عرضه محصولات لبنی با رویکرد تقویت بخش غیردولتی و با استفاده از ظرفیت ماده (۱۷) قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی و منابع طبیعی - مصوب ۱۳۸۹- با اولویت اصلاح اساسنامه صندوق حمایت از توسعه فرآورده‌های لبنی از طریق مرجع ذی‌ربط، نسبت به تشکیل صندوق حمایت از توسعه زنجیره صنعت شیر کشور با مشارکت تمامی فعالان زنجیره مذکور ظرف شش ماه از تاریخ لازم الاجرا شدن این تصویب‌نامه اقدام نماید (پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)
اجرای استاندارد ملی ایران به شماره ۲۰۸۲ در خصوص ممنوعیت عرضه محصولات بی نام و نشان و فاقد استانداردهای اجباری داخلی و خارجی (فروش شیر خام توسط صنف توزیع لبنیات سنتی)	اجباری و اجرایی شدن استاندارد ملی ۲۰۸۰ از سوی کمیسیون کشاورزی و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی تاکید شود.	با وجود خطر بیماری تب مالت عرضه و فروش شیر خام در مراکز فروش لبنیات سنتی به طور کلی ممنوع است و مراکز عرضه لبنیات سنتی فقط می توانند فرآورده های لبنی و محصولات فرآوری شده از شیر را مانند ماست ارائه کنند (پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)
ماده ۱۶ قانون نظام جامع دامپروری- مصوب ۱۳۸۸ مجلس شورای اسلامی	اجرای قانون	بر اساس ماده ۱۶ این قانون، صدور هرگونه مجوز اعم از موافقت اصولی، پروانه تأسیس و پروانه بهره برداری آزمایشگاههای تجزیه خوراک دام، آزمایشگاههای تجزیه شیرخام، میادین دام، مراکز جمع آوری شیر، مراکز تولید مواد ژنتیکی (اسپرم، جنین، تخمک) و آزمایشگاههای مرتبط با تخصص



موضوع	پیشنهادات (حذف، اجرای کامل،.....)	دلایل توجیهی و مستندات مورد اشاره
		<p>های موضوع این قانون، بر عهده سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی کشور و بر اساس سیاستها و نظارت وزارت جهاد کشاورزی خواهد بود. دستورالعمل اجرائی این ماده ظرف سه ماه پس از تصویب این قانون توسط وزیر جهاد کشاورزی ابلاغ می شود.</p> <p>(پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)</p>
اصلاح نظام پرداخت تسهیلات به تولید و صادرات محصولات صنایع غذایی	اجرای قانون	<p>در اجرای جزء (۴) بند (ب) ماده (۳۲) قانون ۵ ساله برنامه ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران اختصاص معادل ریالی ده درصد (۱۰٪) ورودی سالانه صندوق توسعه ملی نزد بانک عامل مطابق ضوابط صندوق جهت پرداخت تسهیلات به سرمایه گذاران بخش کشاورزی، صنایع تبدیلی و تکمیلی</p> <p>(پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)</p>
در شرایط موجود صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی نمی تواند از قانون اعطای کلیه معافیت ها و بخشودگی های رایج در بخش کشاورزی استفاده نماید.	پیشنهاد می گردد معافیت ها و بخشودگی های رایج در بخش کشاورزی از جمله مالیات بر ارزش افزوده و به صنایع تبدیلی کشاورزی تسری یابد.	<p>توسعه پایدار بخش کشاورزی و دستیابی به امنیت غذایی را می توان از نقش های اصلی صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی قلمداد کرد و لذا باید معافیت ها و بخشودگی ها بخش کشاورزی به صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی نیز داده شود.</p> <p>(پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)</p>
قوانین وضع شده در حوزه آب و بهره وری مصرف آب با هدف بهینه سازی مصرف آب در کشور اجرا نمی شود.	اجرای کامل مفاد قانون توزیع عادلانه آب	<p>اجرای وظیفه قانونی توسط وزارت جهاد کشاورزی مطابق ماده ۲۱ قانون توزیع عادلانه آب مصوبه ۱۳۶۱/۱۲/۱۶ که بر طبق این قانون تخصیص و اجازه بهره برداری از منابع عمومی آب برای مصارف شرب، کشاورزی، صنعت و سایر موارد منحصر با وزرات نیرو است</p> <p>(پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)</p>



موضوع	پیشنهادات (حذف، اجرای کامل،.....)	دلایل توجیهی و مستندات مورد اشاره
دارا بودن کارت ویژه جهت صادر کنندگان زعفران	صادر کنندگان زعفران ملزم به دارا بودن کارت ویژه اعتبار و اهلیت از سوی شورای ملی زعفران ایران باشند.	به منظور سازماندهی و ساماندهی و نظام مند نمودن فرآیند صادرات زعفران و انجام نظارت های لازم بر کیفیت زعفران ضرورت دارد شورای ملی زعفران سازو کار نظارتی لازم را با اخذ مجوز سازمان توسعه تجارت انجام دهد (پیگیری با کمیسیون کشاورزی و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)
تأمین سرمایه در گردش مورد نیاز تولید کنندگان و صادر کنندگان زعفران، با هدف حمایت از کشاورزان زعفرانکار و افزایش توان رقابت در بازارهای جهانی از محل صندوق توسعه ملی با اجرای مصوبه مورخ ۱۳۹۶/۰۵/۳۱ مجلس شورای اسلامی	با توجه به قانون حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری با استفاده از منابع صندوق مصوب مجلس شورای اسلامی مورخ ۱۳۹۶/۵/۳۱ از محل تسهیلات این صندوق سرمایه لازم در بخش زعفران و گیاهان دارویی از محل منابع روستایی تامین گردد.	قانون حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری با استفاده از منابع صندوق توسعه ملی در اعطای تسهیلات از محل منابع صندوق توسعه ملی برای ایجاد اشتغال در روستاها با اولویت مناطق کمتر توسعه یافته، عشایری و مرزی در جلسه علنی روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۶/۵/۳۱ و تایید شورای نگهبان رسید. (پیگیری با کمیسیون کشاورزی و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)
ضرورت ساماندهی خریدهای توافقی زعفران	هرگونه خرید توافقی زعفران با حمایت دستگاههای اجرایی با اولویت صادر کنندگان زعفران و با تأیید شورای ملی زعفران ایران صورت پذیرد.	با هدف حمایت از کشاورزان زعفرانکار و صادرات زعفران و کمک به تثبیت بازار خرید توافقی زعفران صورت می پذیرد که نوع دیگری از سیاست های حمایتی دولت است که دستورالعمل آن از سوی وزیر جهاد کشاورزی از تاریخ ۱۳۹۶/۸/۲ ابلاغ شده و خرید زعفران به قیمت توافقی توسط سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران در قالب دو سناریو صورت می گیرد. سناریوی اول، خرید فیزیکی زعفران است که توسط سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران با پرداخت ۴۰ درصد از پول کشاورز بوده که در آن معامله به صورت قطعی انجام می شود و زعفران خریداری شده برای تقویت بخش صادرات و حفظ جایگاه بین المللی زعفران از طریق بورس کالای ایران عرضه می شود. در سناریوی دوم نیز خرید زعفران به شکل گواهی سپرده کالایی مورد معامله در بورس کالای ایران است که طی آن قیمت



موضوع	پیشنهادات (حذف، اجرای کامل،.....)	دلایل توجیهی و مستندات مورد اشاره
برقراری تعرفه ویژه برای زعفران صادراتی	با توجه به وجود بازارهای عمده مصرف در کشورهای چین و هند و وجود تعرفه بالای صادرات زعفران به این کشورها، وزارت صنعت، معدن و تجارت موظف به پیگیری برقراری تعرفه ویژه برای زعفران صادراتی به این کشورها گردد و در صورت عدم پذیرش، انجام عمل متقابل در برقراری تعرفه های خاص برای اقلام عمده وارداتی از این کشورها صورت پذیرد	توافقی زعفران بر مبنای مشخصات کیفی و وضعیت ظاهری انواع محصول، در ۴ دسته تعیین شده است (پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)
اختصاص ردیف بودجه جهت توسعه صادرات زعفران	با رویکرد بازگشت ارزش افزوده به کشور و برند سازی و توسعه بازارها در بودجه سال ۱۳۹۷ ردیف اختصاصی معادل ۲ درصد ارزش کل صادرات زعفران در سال جاری را جهت توسعه صادرات زعفران منظور و در اختیار شورای ملی زعفران ایران قرار گیرد	با در نظر گرفتن زعفران به عنوان یک محصول صادراتی استراتژیک از ایران و وجود تعرفه پایین (صفر) صادرات این محصول از کشور افغانستان به سایر کشورها از جمله چین و هند، لازم است تعرفه هند برای واردات زعفران از افغانستان ۰ درصد و تعرفه هند برای واردات زعفران ایران ۳۰ درصد است. تعرفه چین برای واردات زعفران افغانستان ۰ درصد و برای واردات زعفران ایران ۲ درصد می باشد. لذا برقراری تعرفه ویژه، بالاخص برای محصولات وارداتی از هند بسیار مهم است. (پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی، وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت امور خارجه)
برند ملی زعفران	سازمان توسعه تجارت ایران مراحل ثبت برند ملی زعفران را با همکاری شورای ملی زعفران پیگیری نماید.	با پیگیری طرح جامع زعفران که از سال ۱۳۹۰ به تصویب رسیده و تا کنون به نتیجه نرسیده است و همچنین استفاده از منابع توسعه روستایی از محل صندوق توسعه ملی از سوی شورای ملی زعفران و نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی می تواند در اختصاص ۲ درصد ارزش کل صادرات زعفران در جهت توسعه صادرات کمک کننده باشد. (پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)



موضوع	پیشنهادات (حذف، اجرای کامل،.....)	دلایل توجیهی و مستندات مورد اشاره
ناظرین زعفران	ضرورت انجام نظارت های لازم تحت عنوان ناظرین زعفران توسط وزارت جهاد کشاورزی کشور و سازمانهای استانی پیگیری گردد.	با توجه به کاهش روند برداشت در هکتار طی سالیان گذشته به منظور افزایش تولید در واحد سطح و آموزش نحوه صحیح کاشت و داشت و برداشت به خصوص تولید زعفران بهداشتی- کیفی و با راندمان بالا (پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)
طرح جامع زعفران	اجرای نمودن طرح جامع زعفران	با عنایت به تصویب طرح جامع زعفران در اسفند سال ۱۳۹۰ توسط دولت وقت، به منظور اجرای آن با اندک تغییرات به دلیل گذشت بیش از ۶ سال از زمان تهیه آن، بودجه مورد نیاز به صورت اختصاصی و مستقل، به صورت بودجه ویژه اجرایی گردد. (پیگیری با کمیسیون کشاورزی و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)
بهینه سازی با ساماندهی وضعیت پیاز و کشت	ایجاد حداقل سه مرکز خرید و دسته بندی پیاز زعفران و عرضه پیاز با وزن ۸ گرم و سالانه به صورت ضد عفونی و بسته بندی شده به کشاورزان داخل و کشت مجدد پیازهای کمتر از ۸ گرم به منظور رسیدن به وزن مطلوب.	افزایش پیاز مازاد زعفران در داخل کشور و عدم ساماندهی وضعیت پیاز سبب خواهد شد به زودی شاهد خرید پیاز ارزان قیمت زعفران از کشورهای همسایه همچون افغانستان باشیم و لذا باید تمهیدات لازم در خصوص ساماندهی پیاز زعفران را در کشور اتخاذ گردد. با توجه به تکثیر پیاز زعفران در طول مدت بهره برداری (۷-۵ سال) و افزایش آن به چهار برابر حجم کاشته شده و ممنوعیت صادرات پیاز زعفران و جلوگیری از خرید و قاچاق پیاز مازاد به سایر کشورها (پیگیری با کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی)



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

پیوست شش



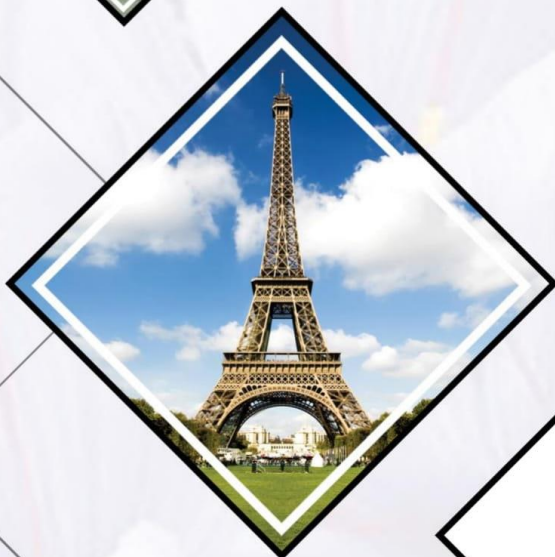
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

پیوست ۶



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی
کمیسیون کشاورزی و آب



طرح پژوهشی

راهکارهای توسعه صادرات زعفران

دکتر علیرضا حدادیان

عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد، متخصص مدیریت بازاریابی خدمات



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

۲ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران



Iranian Management Clinic
کلینیک مدیریت ایرانیان
تاسیس ۱۳۷۱



شورای ملی زعفران ایران



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

کارفرما: کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی

استان خراسان رضوی

مشاور: دکتر علیرضا حدادیان (عضو هیأت علمی دانشگاه فردوسی مشهد)

پاییز ۱۳۹۶

الف



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۳

شناسنامه طرح

نیازسنجی راهکارهای توسعه زعفران ایران

سفارش‌دهنده: کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی و شورای ملی زعفران ایران

مشاور و مجری: دکتر علیرضا حدادپان، عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی

مشاور آماری: امین فردوسی‌مکان (عضو هیات علمی دانشگاه)

کارشناسان تحقیقاتی و اجرایی: دکتر پریسا احمدی قطبی (آمار)، محمدصالح

جراح‌نجفی (اقتصاد)، یاسر علیزاده (فناوری اطلاعات)، حمید شادلو (مدیریت)،

بهناز صلح‌دوست (پژوهشگری)

تعداد صفحه: ۵۷ صفحه

انتشار: پاییز ۱۳۹۶

با شکر از کلیه عزیزانی که در مراحل مختلف اجرای طرح و تدوین این مجموعه به انحاء مختلف یاری رسانند.



سال جهاد اقتصادی





کلیات و فواصل از یافته‌های پژوهش / ۵

فهرست مطالب

بخش اول: تحلیل‌های مربوط به نظرات مدیران هفده شرکت تولیدکننده و صادرکننده زعفران

ایران

- توصیف یافته‌های مرتبط با برنامه‌ها و اقدامات شرکت‌های خصوصی
- توصیف یافته‌های مرتبط با برنامه‌ها و اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی
- توصیف بازارهای هدف صادرات زعفران
- وضعیت مزیت‌های رقابتی صادرات زعفران

بخش دوم: تحلیل‌های مربوط به پنج برند منتخب (شرکت‌های نوین زعفران، سحرخیز، تروند، ادمان و اسفدان)

- تحلیل میزان عملکرد و اهمیت اقدامات و برنامه‌های شرکت‌های خصوصی از نگاه برندهای منتخب

- یافته‌های مرتبط با برنامه‌ها و اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی از نگاه برندهای منتخب
- محاسبه و تحلیل میزان عملکرد و اهمیت اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی از نگاه برندهای منتخب

- توصیف بازارهای هدف صادرات زعفران از نگاه پنج برند منتخب صنعت زعفران
- نتیجه حاصل از توصیف بازارهای هدف آتی از نگاه پنج برند منتخب صنعت زعفران
- وضعیت مزیت‌های رقابتی صادرات زعفران از نگاه پنج برند منتخب صنعت زعفران

بخش سوم: عوامل و نکات مندرج در سوال باز مربوط به سایر نکات تکمیلی نتیجه و نکات مدیریتی حاصل از تحلیل اهمیت مزیت‌های رقابتی از نگاه پنج برند منتخب



۶ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

نظرات تشریحی مدیران مربوط به پنج برند منتخب (شرکت های نوین زعفران، سحرخیز، تروند، ادمان و اسفدان) به شرح زیر می باشد:

- ۱- تقویت برندهای اصلی جهت کسب بالاترین قدرت و بازاریابی در سطح بین المللی
- ۲- کاهش رقابت های بین بنگاهی و ایجاد مدل های پیشرفته توسعه بازار، مانند: شرکت های خدمات مدیریت صادرات
- ۳- ایجاد دفاتر خارج از کشور و فروش متمرکز توسعه ای که علاوه بر فروش، فرهنگ سازی مصرف را نیز انجام دهند.
- ۴- پیگیری رفع قوانین تعرفه ای و غیر تعرفه ای به ویژه در بازارهای چین و هندوستان
- ۵- تمرکز بر بازارهای دارای ظرفیت بالای توسعه، مانند آسیای جنوب شرقی، چین، ژاپن، کره، هندوستان و....
- ۶- انجام تحقیقات کاربردی متنوع و گسترده بخصوص در مورد خواص دارویی زعفران با همکاری دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی داخلی و خارجی

۷- تلاش برای جایگزینی زعفران به جای رنگ های مصنوعی غذا به ویژه در کشورهایی که دارای مصرف بسیار بالا هستند مانند: اسپانیا، پرتغال که سالیانه ۱۰۰۰ تن مصرف رنگ زرد در غذا دارند.

۸- هزینه حمل برای صادرات زعفران با بسته بندی کوچک بسیار بالا است. کمک ها و حمایت های مالی برای جبران این هزینه های بالا باعث خواهد شد قدرت رقابت زعفران ایرانی در بازارهای خارجی به ویژه از نظر قیمتی بیشتر شود.

۹- پیش بینی جواز صادراتی به صورت جبرانی برای زعفران پودر شده با توجه به تعرفه بالای ورود این کالا به بازارهای اروپایی

۱۰- نهادینه کردن و ارتقا میزان مفید مصرف زعفران در سطح ملی و بین المللی مبنی بر توصیه های پزشکی (مصرف ۱۰۰ میلی گرم در روز برای هر نفر که به ازاء هر ۱۰ میلیون نفر در کشورهای پر جمعیت، ۳۰۰ تن بازار مصرف ایجاد می شود)

۱۱- تمرکز بر زنجیره ارزش و افزایش منافع تمامی اجزاء زنجیره ارزش به خصوص تولید کنندگان، واحدهای فرآوری، بسته بندی، فروشندگان، صادر کنندگان و مصرف کنندگان.

۱۲- پایش میزان دسترسی به اهداف طبق برنامه های عملیاتی و انجام اقدامات موثر حین پروژه ها

۱۳- تدوین فرآیند برنامه ریزی استراتژیک بازار و بازاریابی زعفران

۱۴- فراهم شدن اسباب نهادینه شدن و اجرایی شدن علم و فناوری و تولید محصول

۱۵- تأمین بودجه طرح جامع زعفران توسط دولت (۳)

۱۶- حمایت واقعی از بخش خصوصی و نهادهای مربوطه (۲)

۱۷- رفع موانع و مشکلات توسط نهادهای دولتی و نیمه دولتی (۲)



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۷

- ۱۸- تسهیلات ارزان قیمت جهت رقابت بودن زعفران در بازارهای هدف توسعه (به خصوص اسپانیا)
- ۱۹- عدم موازی کاری استاندارد و معاونت غذا و دارو
- ۲۰- عمل به قوانین معافیت صادراتی توسط سازمان امور مالیاتی / حل مسائل و مشکلات با سازمان امور اقتصاد و دارایی
- ۲۱- پیشگیری رفع موانع صادرات و واردات زعفران به چین و هندوستان (۲)
- ۲۲- استفاده از ماشین آلات صنعتی و مکانیزه در جهت کاهش هزینه تولید و کاهش آلودگی مواد خارجی
- ۲۳- تعدیل بروشور استاندارد میکروبی با توجه به بروشور استاندارد ۳۶۳۲ و عدم درخواست آزمون میکروبی توسط خریداران
- ۲۴- تسهیلات بانکی با حداقل سود به صادر کنندگان در جهت صادرات بیشتر
- ۲۵- جلوگیری از قاچاق پیاز زعفران به افغانستان
- ۲۶- یک پارچگی قوانین در جهت روان سازی صادرات و اطمینان به صادر کنندگان جهت برنامه ریزی طولانی مدت با طرف های خریدار
- ۲۷- تخصصی کردن صادرات زعفران توسط دست اندرکاران و شرکت های صادراتی
- ۲۸- پرهیز از فشارهای قانونی در شرایط رکود اقتصادی
- ۲۹- ثبات در قوانین، ایجاد بازارهای جدید و شناخت زعفران و مزیت های دارویی و درمانی اش به سایر کشورها
- ۳۰- ایجاد تعامل با کشورها در جهت پایین آوردن میزان تعرفه گمرکی
- ۳۱- جدا کردن قوانین صادراتی از قوانین سیاسی
- ۳۲- رفع موانع تولید و اندیشیدن به ایجاد ثبات قیمت داخلی زعفران
- ۳۳- ایجاد الگوی کشت مناسب جهت توسعه کشت زعفران در سطح کشور و تنش های تولید و آب و مقرون به صرفه بودن



۸ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

مقدمه :

⊙ زعفران کلاله خشک شده گل *Crocus Sativus L.* از گیاهان بومی ایران است که از دوران مادها توسط ایرانیان اهلی شده و سپس در دربار پادشاهان هخامنشی و نیز در طول تاریخ به عنوان دارویی گیاهی و افزودنی مواد غذایی مورد استفاده قرار گرفته است. زعفران یک محصول استثنایی از نظر عطر و طعم به رنگ طبیعی، دارای مصارف متنوع و لیکن ثبت سایر ادویه ها و افزودنیها مصرف به مراتب محدودتری دارد. ایران دارای سهم حدود ۹۶٪ از تولید جهانی زعفران است.



⊙ از هر ۱۷۰ ۰۰۰ عدد گل فقط یک کیلوگرم زعفران خشک بدست می آید، در ایران تولید هر هکتار کمتر از ۴ کیلوگرم و عمده ارزش زعفران هزینه دستمزد آن می باشد.

⊙ زعفران ایران :

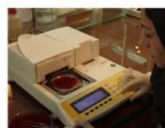
ایران دارای سهم حدود ۹۶٪ از تولید جهانی زعفران است. نیاز کم آبی این محصول و اشتغال زایی صدها هزار نفر در مناطق محروم، ظرفیت های بالقوه محصول زعفران از یک سو و ضرورت چاره اندیشی برای مشکلات موجود و رقابت های پیش روی بین المللی از سوی دیگر اهمیت و فوریت هدف گذاری و برنامه ریزی برای زعفران ایران را چند برابر می کند.

شناخت رو به فزونی که در مورد زعفران در حال رشد است، متناسب با ارزش ها و ظرفیت های بالقوه این محصول از نظر توسعه بازار و مصرف نمی باشد. از طرف دیگر روند افزایش سطح کشت و میزان تولید زعفران در ایران و سایر کشورها از رشد مصرف و بازار زعفران پیشی گرفته است. عدم اقدام به موقع بر مشکلات تولید کنندگان و فعالین این محصول خواهد افزود. برنامه های متعدد برای توسعه بازار مصرف زعفران مستلزم عزم جدی و همگانی و سرمایه گذاری، برخی اصلاحات ریشه ای، تحقیقات کاربردی، ارتقاء زنجیره ارزش، فرهنگ سازی، برندسازی و تقویت هرچه بیشتر فعالیتهای سازنده و سالم بر روی این محصول می باشد. برخی نکات و پیشنهادات کلی در ذیل ارائه می گردد.

کلیات و فواصل از یافته‌های پژوهش / ۹

© در بخش تولید:

ارتقاء بهداشت، کیفیت و راندمان تولید، مکانیزاسیون، شناسنامه دار نمودن مزارع و تولید کنندگان، صدور گواهینامه های ارگانیک و پیاده سازی Fair Trade (تجارت عادلانه)، ایجاد انسجام در بخش تولید و پیش بینی مکانیزم هایی که تولید کننده زعفران را از منافع بازار جهانی منتفع کند ضروری است.



© در بخش بازار:

نداشتن استراتژی، بی برنامه‌گی، واسطه گری مخرب، ورود سرمایه های سرگردان از بخش های مختلف، رقابت شدید در بخش صادرات و حضور بازیگران ناسالم و متفرقه و متعدد، نوسانات شدید قیمت از آسیب های بازار زعفران است که موجب فاصله گرفتن تجارت زعفران از تجارت اصولی و پربازده برای این محصول ارزشمند و انحصاری است. یافتن راهکارهای مدیریت جامع بر بازار داخلی و بین المللی زعفران با هدف توسعه بازار و بازگشت بخش بیشتری از منافع آن به داخل کشور با توجه به سوء استفاده بسیاری از خریداران خارجی می تواند راهکار پایان دادن به بی نظمی موجود باشد.

صنایع و شرکت های بخش خصوصی با ظرفیت چندین برابر میزان تولید زعفران در دهها واحد فرآوری و بسته بندی زعفران سرمایه گذاری نموده اند و متاسفانه همچنان صدور پروانه های تاسیس و بهره برداری در استان های خراسان و سایر استانها تداوم دارد.

توضیح اینکه اغلب واحدهای موجود بدلیل فضای کسب و کار ایران، رقابت های بین صنفی، مقیاس تولید و ماهیت فعلی تجارت زعفران، امکان رقابت با شرکت های خارجی که در بازار های واسطه ای یا نهایی فعالند و زعفران ایرانی را بصورت ماده خام از ایران خرید می نمایند را ندارند.

© مهمترین نکته در شرایط فعلی و آتی در مورد زعفران تکرار این واقعیت است که بازار مصرف زعفران متناسب با تولید آن رشد نیافته است و این امر مشکلاتی را در تمامی سطوح بوجود می آورد. بنابراین توسعه بازار و مصرف به عنوان اولین اولویت قابل طرح در زعفران می باشد. پر واضح است مدیران کارخانجات و صادرکنندگان اصلی زعفران با توجه به شناخت و تجربه مناسبی که در این بخش دارند در



۱۰ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

صورت حمایت و قرار گرفتن در یک برنامه ملی برای بکارگیری و توسعه سرمایه هایی که در طول سالیان متمادی در این بخش بکار بسته اند با انجام روشهای علمی می توانند اثر بخش ترین و منطقی ترین بازده را داشته باشند.

① ایجاد ساختار بسیار منسجم و متمرکز و مدیریت واحد قوی و مؤثر برای موفقیت " طرح توسعه صادرات زعفران ایران " می تواند تضمین کننده برنامه پذیری، رقابت پذیری و نتیجه بخشی این پروژه باشد، که بنظر می رسد خود بررسی و پژوهش مستقلی را می طلبد.

② بدیهی است موضوعات مهمی همچون تضمین منافع تولید کنندگان زحمتکش، ایجاد ارزش افزوده، شناسائی زعفران به نام ایران، ارتقاء زنجیره ارزش، برندینگ و... با ایجاد ساختار مدیریت بر بازار میسر خواهد شد.

بسیار خوشنودیم که آقای دکتر علیرضا حدادیان عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد (گروه مدیریت) درخواست کمیسیون کشاورزی، آب و صنایع تبدیلی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی را برای انجام طرح پژوهشی " راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران " را پذیرفته اند و در این پژوهش راهکارهای اولیه جهش صادرات زعفران تا مبلغ ۱/۲ میلیارد دلار در سال بررسی و ارائه می گردد.

لذا جا دارد ضمن قدرشناسی از ایشان و همکارانشان تلاش نماییم برای آینده زعفران ایران پروژه های علمی و متمرکز و مشخص بازاریابی و بازاریابی را به روشهای علمی و عملیاتی مورد توجه و اقدام قرار دهیم تا از مزیت های بی شمار توسعه بازار زعفران بعنوان الگوی صادرات غیر نفتی بهره مند شویم.

همچنین از همکاران ارجمند در شورای ملی زعفران و اتحادیه صادرکنندگان زعفران خراسان رضوی و سایر تشکل ها، بخصوص صادرکنندگان ارجمندی که اطلاعات، تجربیات و دیدگاههای خود را برای به ثمر نشستن این طرح پژوهشی در اختیار گذاشتند سپاسگزاری می نمایم. بدیهی است " طرح پژوهشی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران " نیازمند حمایت، نقد و دریافت نظرات از سوی دست اندرکاران، کارشناسان و بخصوص مسئولین محترم می باشد.

بدون شک ارکان تحقیقاتی کشور از جمله دانشکده فردوسی و بخش های مرتبط با بازاریابی آن می توانند نقش مهمی در تداوم این اقدام ارزنده ایفا کنند.

امیدوارم با همدلی و همراهی تمامی ارکان در بخش های مختلف طرح ها و اقدامات تکمیلی مرتبط پیگیری و تداوم یابد و با سامان یافتن زعفران ایران منافع ملی و منافع دست اندرکاران به نحوی اصولی تامین گردد.

با بیشترین احترام - علی شریعتی مقدم

رئیس کمیسیون کشاورزی و آب

اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۱۱

بخش اول

**تحلیل‌های مربوط به نظرات مدیران
هفده شرکت تولیدکننده و
صادرکننده زعفران ایران**



۱۲ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش

موضوع مورد مطالعه و اهداف تحقیق

امروزه اکثر صاحب‌بنظران بر این باورند که تلاش و کوششی که در جهت ارتقای صادرات زعفران ایران صورت می‌پذیرد شایسته این محصول ارزشمند نیست و پتانسیل‌های بالایی در جهت رشد صادرات زعفران ایران وجود دارد. این طرح که با هدف توسعه صادرات زعفران طی پنج سال آینده و ارتقاء فروش صادراتی این محصول استراتژیک از ۳۰۰ میلیون دلار در سال به ۱/۲ میلیارد دلار در سال انجام می‌شود و در صدد است تا از طریق آسیب شناسی نقاط قوت و ضعف داخلی شرکت‌های ایرانی فعال در صنعت زعفران، تحلیل عملکرد نهادهای خدمات دهنده به صادرکنندگان زعفران در دو بخش دولتی و نیمه دولتی، شناسایی بازارهای هدف آتی و در نهایت، شناسایی مزیت‌های رقابتی، راهکارهای عملی و استراتژی‌های عملیاتی جهت تحقق هدف فوق را ارائه دهد.

در این راستا یک مطالعه اکتشافی از طریق مصاحبه با ۱۷ نفر از فعالان این صنعت انجام شده و نتایج آن در قالب گزارش حاضر ارائه می‌گردد. بدیهی است بعد از تایید این بخش از مطالعات در فاز بعدی بررسی‌های جامع‌تر و تهیه برنامه‌های کلی و عملیاتی و نیز برنامه استراتژیک و راهبردی صنعت زعفران ایران با رویکرد توسعه صادرات آن در افق پنج ساله (۱۴۰۱) در دستور کار قرار خواهد گرفت.



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۱۳

استخراج نتایج و گزارش یافته‌ها

پس از تدوین و تصویب طرح فنی نمونه‌گیری، براساس حجم نمونه تعیین شده برای انتخاب خبرگان و متخصصین حوزه صادرات زعفران ایران، پرسشگران و مصاحب‌کنندگانی مجرب که برای این طرح نیز یک دوره آموزشی خاص را گذرانده بودند، بخش میدانی کار را از مورخ ۹۶/۰۴/۱۵ آغاز نمودند. سپس پرسشنامه‌های گردآوری شده از آزمودنی‌ها، مورد بازبینی و کدگذاری قرار گرفت و در مرحله بعد اطلاعات ۱۷ پرسشنامه نهایی شده داده‌آمایی و بانک اطلاعاتی داده‌ها تشکیل گردید و نهایتاً جهت پالایش داده‌ها و استخراج اطلاعات از داده‌ها به بهترین شیوه ممکن، داده‌های جمع‌آوری شده مورد آنالیز و تجزیه و تحلیل‌های آماری قرار گرفت.

توصیف یافته‌های مرتبط با برنامه‌ها و اقدامات شرکت‌های خصوصی

در این بخش به گزارش و توصیف شاخص‌هایی پرداخته می‌شود که برای سنجش برنامه‌ها و اقدامات شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران کشور جهت افزایش صادرات زعفران ایران از ۴۰۰ میلیون دلار به ۱/۲ میلیارد دلار، طرح و ارائه شده‌اند. در واقع در این بخش ۱۸ شاخص برای اقدامات و برنامه‌هایی که در حوزه مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی می‌تواند موضوعیت داشته باشد، مطرح گردیده و نظر و دیدگاه آزمودنی‌ها (خبرگان و متخصصین حوزه زعفران) در رابطه با این شاخص‌ها ارائه گردیده است. البته این شاخص‌ها در دو وضعیت میزان عملکرد و میزان اهمیت مورد سنجش و پایش قرار گرفته است.

در ادامه ابتدا جدول توزیع فراوانی پاسخ‌های آزمودنی‌ها به هر یک از ۱۸ شاخص مطرح شده برای سنجش عملکرد شاخص‌های اقدامات داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های فعال در صنعت زعفران جهت صادرات این محصول ارائه می‌شود و سپس توسط معیارهای آمار توصیفی این شاخص‌ها جهت گویاتر شدن نتایج ذکر می‌گردد. همچنین هر یک از شاخص‌ها اولویت‌بندی و رتبه‌بندی شده‌اند و **سه شاخص اول و سه شاخص آخر به ترتیب با رنگ‌های سبز و قرمز کم‌رنگ مشخص گردیده‌اند.**

پس از گزارش نتایج مرتبط با میزان عملکرد شاخص‌های مطرح شده، میزان اهمیت هر یک از آنها مشخص شده‌اند و به مانند میزان عملکرد؛ ابتدا نحوه‌ی توزیع پاسخگویی آزمودنی‌ها به شاخص‌ها ارائه می‌گردد و سپس آماره‌های توصیفی این شاخص‌ها در جدول دیگری ارائه خواهد شد.



۱۴ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

جدول ۱. نحوه توزیع دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان عملکرد هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت عملکردی	توزیع درصد فراوانی هر یک از گزینه‌ها برای میزان عملکرد هر شاخص								عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌ها
	امتیاز ۷	امتیاز ۶	امتیاز ۵	امتیاز ۴	امتیاز ۳	امتیاز ۲	امتیاز ۱	امتیاز ۰	
۱۷	%۰	%۱۲	%۲۴	%۱۲	%۲۹	%۱۸	%۶	%۰	۱. هدف‌گذاری صادراتی
۱۶	%۱۲	%۶	%۱۸	%۱۲	%۲۴	%۱۸	%۱۲	%۰	۲. سازماندهی و وجود واحد صادرات در ساختار
۱۳	%۶	%۱۲	%۱۲	%۳۵	%۶	%۱۸	%۱۲	%۰	۳. برنامه‌ریزی صادراتی
۱۴	%۶	%۶	%۱۸	%۲۴	%۲۹	%۱۲	%۶	%۰	۴. ایجاد انگیزه و منابع انسانی
۹	%۱۳	%۱۳	%۲۵	%۲۵	%۱۹	%۰	%۶	%۰	۵. زنجیره تأمین و خرید بهینه
۳	%۲۵	%۱۹	%۲۵	%۱۳	%۱۹	%۰	%۰	%۰	۶. کیفیت تولید
۱۲	%۶	%۰	%۳۵	%۲۴	%۱۸	%۱۲	%۶	%۰	۷. R&D و نوآوری
۵	%۳۳	%۱۳	%۲۰	%۲۰	%۰	%۷	%۰	%۷	۸. کمیت تولید (از دید بخش کشاورزی)
۲	%۵۳	%۲۴	%۱۲	%۶	%۶	%۰	%۰	%۰	۹. استانداردسازی و شناسنامه‌دار کردن محصول
۱	%۵۳	%۳۵	%۱۲	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۰. کنترل کیفیت
۱۰	%۰	%۱۹	%۳۸	%۱۹	%۱۹	%۶	%۰	%۰	۱۱. مالی (تعیین بودجه در شرکت برای فعالیتهای صادراتی)
۱۵	%۰	%۶	%۲۴	%۳۵	%۱۸	%۱۲	%۶	%۰	۱۲. بازاریابی
۶	%۱۲	%۲۹	%۲۹	%۱۸	%۰	%۱۲	%۰	%۰	۱۳. بسته‌بندی
۱۸	%۰	%۶	%۱۲	%۲۴	%۱۸	%۱۲	%۱۲	%۱۸	۱۴. تبلیغات
۷	%۱۲	%۲۹	%۱۸	%۱۲	%۲۴	%۶	%۰	%۰	۱۵. مدیریت برند
۴	%۱۸	%۲۴	%۳۵	%۶	%۱۲	%۶	%۰	%۰	۱۶. فرهنگ مشتری مداری
۱۱	%۶	%۱۲	%۱۸	%۱۸	%۳۵	%۱۲	%۰	%۰	۱۷. تجارت الکترونیک
۸	%۰	%۲۴	%۴۱	%۱۲	%۲۴	%۰	%۰	%۰	۱۸. مدیریت هزینه و قیمت‌گذاری



کلیات و فواصل از یافته‌های پژوهش / ۱۵

جدول ۲. بررسی و مقایسه توصیفی دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان عملکرد هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت عملکردی	توصیف میزان عملکرد هر شاخص				تعداد	عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌ها
	انحراف معیار	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	میانگین		
۱۷	۲۱/۴	۸۶	۱۴	۵۲/۱	۱۷	۱. هدف‌گذاری صادراتی
۱۶	۲۷/۱	۱۰۰	۱۴	۵۲/۹	۱۷	۲. سازماندهی و وجود واحد صادرات در ساختار
۱۳	۲۵/۰	۱۰۰	۱۴	۵۳/۸	۱۷	۳. برنامه‌ریزی صادراتی
۱۴	۲۱/۷	۱۰۰	۱۴	۵۳/۸	۱۷	۴. ایجاد انگیزه و منابع انسانی
۹	۲۲/۷	۱۰۰	۱۴	۶۴/۳	۱۶	۵. زنجیره تأمین و خرید بهینه
۳	۲۱/۰	۱۰۰	۴۳	۷۴/۱	۱۶	۶. کیفیت تولید
۱۲	۲۱/۱	۱۰۰	۱۴	۵۶/۳	۱۷	۷. R&D و نوآوری
۵	۲۹/۳	۱۰۰	۰	۷۲/۴	۱۵	۸. کمیت تولید (از دید بخش کشاورزی)
۲	۱۷/۴	۱۰۰	۴۳	۸۷/۴	۱۷	۹. استانداردسازی و شناسنامه‌دار کردن محصول
۱	۱۰/۲	۱۰۰	۷۱	۹۱/۶	۱۷	۱۰. کنترل کیفیت
۱۰	۱۷/۳	۸۶	۲۹	۶۳/۴	۱۶	۱۱. مالی (تعیین بودجه در شرکت برای فعالیتهای صادراتی)
۱۵	۱۸/۶	۸۶	۱۴	۵۳/۸	۱۷	۱۲. بازاریابی
۶	۲۰/۸	۱۰۰	۲۹	۷۱/۴	۱۷	۱۳. بسته‌بندی
۱۸	۲۷/۰	۸۶	۰	۳۹/۵	۱۷	۱۴. تبلیغات
۷	۲۲/۳	۱۰۰	۲۹	۶۸/۱	۱۷	۱۵. مدیریت برند
۴	۲۰/۸	۱۰۰	۲۹	۷۳/۱	۱۷	۱۶. فرهنگ مشتری مداری
۱۱	۲۰/۸	۱۰۰	۲۹	۵۷/۱	۱۷	۱۷. تجارت الکترونیک
۸	۱۵/۹	۸۶	۴۳	۶۶/۴	۱۷	۱۸. مدیریت هزینه و قیمت‌گذاری



۱۶ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

نتیجه و نکات مدیریتی تحلیل وضعیت عملکرد داخلی شرکت ها و ارائه راهکارهای عملیاتی:

همانگونه که در جداول فوق، مشاهده می شود شرکت های تولید کننده و صادر کننده زعفران، بهترین عملکردها را در حوزه های کنترل کیفیت و کیفیت و نیز استاندارد سازی داشته اند .
و ضعیف ترین عملکردها نیز به ترتیب شامل: هدف گذاری صادراتی، سازماندهی و ساختاردهی صادراتی و تبلیغات بوده است.

با توجه به نتایج فوق پیشنهاد های کاربردی زیر ارائه می گردد:

۱- با استفاده از نتایج فوق و نتایج حاصل از بخش بعدی گزارش (اهمیت عوامل) مشخص می شود که کیفیت تولید و کنترل کیفیت هم جزو مهم ترین عوامل هستند و هم خوشبختانه فعالان صنعت زعفران عملکرد بالایی در آن داشته اند . بنابراین علیرغم اینکه شرایط داخلی شرکت ها از ابعاد کیفیتی و استاندارد، وضعیت مطلوبی دارد اما جهت تحقق اهداف صادراتی و رقابت در بازارهای جهانی لازم است این عوامل داخلی و کیفی بیش از پیش مورد تقویت قرار بگیرند.

۲- عملکرد هدف گذاری صادراتی از دیدگاه فعالان صنعت زعفران بسیار ضعیف تشخیص داده شده و از آنجا که اهمیت آن تقریباً متوسط است لذا لازم است تا حد متوسط و مطلوب به آن توجه شود. در این راستا تعیین اهداف مشخص و واضح صادراتی و دارای محدودیت زمانی مشخص و پایبندی به فعالیت در راستای رسیدن به اهداف، ضروری می باشد. که پیشنهاد می شود سهم هر یک از شرکت ها در تحقق اهداف کلی و بر اساس پیشینه عملکردهای صادراتی آن، مشخص گردد.

۳- اصلاح ساختار و نمودار سازمانی شرکت های تولیدکننده زعفران به گونه ای که صادرات دارای جایگاه یا واحد سازمانی مشخص باشد انجام شود. افراد و وظایف تخصصی و فرآیندها و شرح شغل مشخص نیز تدوین گردد. البته در ادامه گزارش خواهیم دید که این عامل از نظر فعالان صنعت زعفران، از اهمیت کمتری نسبت به سایر عوامل برخوردار است. اما با توجه به محیط های پیچیده موجود در عرصه بازارهای جهانی تطابق ساختار با محیط ضروری است.

۴- در حوزه تبلیغات، هر چند در بخش بعدی گزارش مشخص خواهد شد که تبلیغات از نظر فعالان صنعت، اهمیت زیادی ندارد اما در عین حال اگر شرکتی بخواهد بخش تبلیغات خود را تقویت نماید باید اختصاص بودجه تبلیغی متناسب با بازار هدف، حجم بازار، نوع مخاطبان در بازار هدف و تهیه برنامه های منسجم علمی و عملی در تبلیغات را مد نظر قرار دهد. در حوزه اجرای تبلیغات توجه به تبلیغات هدفمند، پیام ها و سناریوهای خلاق و اثرگذار، متناسب با فرهنگ و زبان کشور مورد نظر و نیز نوع ابزار و رسانه مناسب از ضروریات است.

علاوه بر این، ارزیابی اثربخشی تبلیغات انجام شده نیز باید انجام گیرد تا از هدر رفت بودجه های تبلیغاتی جلوگیری و بهره وری آن از ابعاد مختلف منجمله افزایش اثرگذاری بر مخاطب افزایش یابد. که برای این امر از روش های کاربردی پیش از بخش آگهی و پس از بخش می توان استفاده کرد. که در گزارش های بعدی به تفصیل به آن پرداخته خواهد شد.





کلیات و فواصل از یافته‌های پژوهش / ۱۷

جدول ۳. نحوه توزیع دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توزیع درصد فراوانی هر یک از گزینه‌ها برای میزان اهمیت هر شاخص							عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌ها
	امتیاز ۷	امتیاز ۶	امتیاز ۵	امتیاز ۴	امتیاز ۳	امتیاز ۲	امتیاز ۱	
۱۱	%۵۹	%۱۸	%۲۴	%۰	%۰	%۰	%۰	۱. هدف‌گذاری صادراتی
۱۷	%۴۱	%۱۲	%۲۹	%۱۸	%۰	%۰	%۰	۲. سازماندهی و وجود واحد صادرات در ساختار
۱۳	%۴۱	%۴۱	%۱۸	%۰	%۰	%۰	%۰	۳. برنامه‌ریزی صادراتی
۱۸	%۲۴	%۳۵	%۲۴	%۱۸	%۰	%۰	%۰	۴. ایجاد انگیزه و منابع انسانی
۱۰	%۶۵	%۱۸	%۱۸	%۰	%۰	%۰	%۰	۵. زنجیره تأمین و خرید بهینه
۳	%۸۲	%۱۲	%۶	%۰	%۰	%۰	%۰	۶. کیفیت تولید
۱۵	%۵۹	%۱۲	%۲۴	%۶	%۰	%۰	%۰	۷. R&D و نوآوری
۹	%۷۳	%۱۳	%۱۳	%۰	%۰	%۰	%۰	۸. کمیت تولید (از دید بخش کشاورزی)
۴	%۷۶	%۲۴	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۹. استانداردسازی و شناسنامه‌دار کردن محصول
۲	%۸۸	%۱۲	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۰. کنترل کیفیت
۸	%۷۱	%۲۴	%۶	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۱. مالی (تعیین بودجه در شرکت برای فعالیتهای صادراتی)
۵	%۸۲	%۱۲	%۶	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۲. بازاریابی
۷	%۷۶	%۱۸	%۶	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۳. بسته‌بندی
۱۶	%۴۱	%۴۱	%۱۲	%۰	%۶	%۰	%۰	۱۴. تبلیغات
۶	%۷۶	%۲۴	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۵. مدیریت برند
۱	%۸۸	%۱۲	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۶. فرهنگ مشتری مداری
۱۴	%۴۷	%۲۹	%۲۴	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۷. تجارت الکترونیک
۱۲	%۵۹	%۲۴	%۱۲	%۰	%۶	%۰	%۰	۱۸. مدیریت هزینه و قیمت‌گذاری



۱۸ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

جدول ۴. بررسی و مقایسه توصیفی دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توصیف میزان اهمیت هر شاخص					عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌ها
	انحراف معیار	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	میانگین	تعداد	
۱۱	۱۲/۳	۱۰۰	۷۱	۹۰/۸	۱۷	۱. هدف‌گذاری صادراتی
۱۷	۱۷/۱	۱۰۰	۵۷	۸۲/۴	۱۷	۲. سازماندهی و وجود واحد صادرات در ساختار
۱۳	۱۰/۷	۱۰۰	۷۱	۸۹/۱	۱۷	۳. برنامه‌ریزی صادراتی
۱۸	۱۵/۱	۱۰۰	۵۷	۸۰/۷	۱۷	۴. ایجاد انگیزه و منابع انسانی
۱۰	۱۱/۴	۱۰۰	۷۱	۹۲/۴	۱۷	۵. زنجیره تأمین و خرید بهینه
۳	۸/۰	۱۰۰	۷۱	۹۶/۶	۱۷	۶. کیفیت تولید
۱۵	۱۴/۸	۱۰۰	۵۷	۸۹/۱	۱۷	۷. R&D و نوآوری
۹	۱۰/۵	۱۰۰	۷۱	۹۴/۳	۱۵	۸. کمیت تولید (از دید بخش کشاورزی)
۴	۶/۲	۱۰۰	۸۶	۹۶/۶	۱۷	۹. استانداردسازی و شناسنامه‌دار کردن محصول
۲	۴/۷	۱۰۰	۸۶	۹۸/۳	۱۷	۱۰. کنترل کیفیت
۸	۸/۷	۱۰۰	۷۱	۹۵/۰	۱۷	۱۱. مالی (تعیین بودجه در شرکت برای فعالیتهای صادراتی)
۵	۸/۰	۱۰۰	۷۱	۹۶/۶	۱۷	۱۲. بازاریابی
۷	۸/۴	۱۰۰	۷۱	۹۵/۸	۱۷	۱۳. بسته‌بندی
۱۶	۱۵/۱	۱۰۰	۴۳	۸۷/۴	۱۷	۱۴. تبلیغات
۶	۶/۲	۱۰۰	۸۶	۹۶/۶	۱۷	۱۵. مدیریت برند
۱	۴/۷	۱۰۰	۸۶	۹۸/۳	۱۷	۱۶. فرهنگ مشتری‌مداری
۱۴	۱۱/۹	۱۰۰	۷۱	۸۹/۱	۱۷	۱۷. تجارت الکترونیک
۱۲	۱۵/۸	۱۰۰	۴۳	۸۹/۹	۱۷	۱۸. مدیریت هزینه و قیمت‌گذاری



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۱۹

نتیجه و نکات مدیریتی تحلیل اهمیت عوامل داخلی شرکت ها و ارائه راهکارهای عملیاتی:

همانگونه که در جداول فوق مشاهده می شود شرکت های تولید کننده و صادر کننده زعفران، بیشترین اهمیت ها را در حوزه های اهمیت مشتری مداری، کنترل کیفیت و کیفیت تولید دانسته اند. و کمترین اهمیت ها نیز به ترتیب شامل: تبلیغات، سازماندهی و ساختاردهی صادراتی و انگیزه و منابع انسانی بوده است.

با توجه به نتایج فوق پیشنهاد های زیر ارائه می گردد:

۱- همانگونه که در بخش قبل بیان شد از آنجا که کنترل کیفیت و کیفیت تولید اهمیت بالایی دارند و عملکرد شرکت ها نیز در این دو حوزه عملکرد قابل قبولی بوده است پس این دو عامل جزو نقاط قوت اساسی شرکت های زعفران ایرانی می باشد. و جهت تطابق با فعالیت در بازارهای جهانی این نقاط قوت باید بیش از پیش مورد تقویت قرار بگیرند.

۲- اما فرصت اساسی در توسعه صادرات محصولات زعفران ایران در تقویت فرهنگ مشتری مداری نهفته است یعنی تنها عاملی که اهمیت آن بسیار بالا تشخیص داده شده اما عملکرد شرکت ها در آن مناسب و قابل قبول نبوده است.

به بیان دیگر، مشتری مداری جزو نقاط ضعف اساسی شرکت ها می باشد که پرداختن به آن و توسعه آن نتایج چشمگیری را در عملکرد فروش های صادراتی به دنبال خواهد داشت. در راستای تقویت فرهنگ مشتری مداری در این شرکت ها برخی راهکارهای عملیاتی به اختصار ارائه می گردد:

۲- الف- تشکیل پایگاه داده ها و بانک اطلاعاتی مشتریان از بازارهای هدف مختلف فعلی و آتی به عنوان زیربنای سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان مدنظر قرار بگیرد.

۲- ب- کسب اطلاعات از مشتریان بالفعل و بالقوه (در سطح B2B) در بازارهای هدف مختلف به ویژه اطلاعات: نقدینگی، حجم فعالیت، عملکرد گذشته شرکت، انواع مشتریان؛ انواع کالاها، سطح پوشش جغرافیایی فعالیت، اعتبار برند و

.....

۲- ج- کسب اطلاعات از مشتریان بالفعل و بالقوه (در سطح B2C) در بازارهای هدف مختلف به ویژه اطلاعات: درآمد سرانه، روندهای مصرف، سلاقی مصرف صنایع غذایی، میزان مصرف زعفران، کاربردهای محصول برای مصرف کنندگان نهایی، نیازهای مشتریان نهایی، نوع بسته بندی مورد تقاضا، میزان وفاداری به برندهای فعلی موجود در بازارها، نگرش مصرف کننده نسبت به زعفران ایرانی و ...

۲- د- طبقه بندی مشتریان

۲- ه- تعریف خدمات و سطح خدمات برای انواع طبقات مشتریان

..... و

که در فازهای بعدی تحقیق به تفصیل مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

۳- تبلیغات، اصلاح ساختار و نمودار سازمانی شرکت های تولیدکننده زعفران و انگیزه و منابع انسانی رتبه های پایین تر اهمیت را دارند. البته این بدین معنی نیست که اصلاً نباید به این موارد پرداخته شود بلکه به این معنی است که از نگاه فعالان این صنعت نسبت به سایر عوامل در اولویت پایین تر قرار می گیرند.

نکته قابل توجه در نتایج حاصله از تحقیق، اهمیت پایین منابع انسانی و انگیزه های کارکنان برای افزایش فروش های صادراتی است. که احتمالاً از دو مساله می تواند ناشی شود:



۲۰ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

الف- متاثر بودن از فرهنگ سازمانی غالب در سازمان های ایرانی که توجه شان به بخش های انسانی معمولا کمتر است و البته این باعث تاسف نیز می باشد و

ب- در خصوص نیروی انسانی دو حالت را می توان متصور بود یا بخش های صادراتی شرکت ها، نیروهای انسانی مشخص و با دانش و مهارت و توان مشخص دارند و ابزارهای انگیزشی و رفاهی لازم را نیز به این افراد ارائه می دهند و یا بر عکس، این موضوعات برای مدیران اهمیتی ندارند و هیچگونه تیم سازی و ایجاد انگیزش در این زمینه انجام نگرفته است که شواهد امر ما را به سمت حالت دوم هدایت می کند.

علاوه بر این، تبلیغات در جهت افزایش و توسعه صادرات زعفران ایران عامل مهمی تشخیص داده نشده است. که برای این نتیجه نیز دو حالت می توان متصور بود: یا احتمالا فعالان صنعت، نگاه «کیفیت بهترین تبلیغات است» را موثر تر می دانند. و یا اینکه اصلا اعتقادی به «تبلیغات به عنوان سرمایه گذاری» ندارند که اینجا هم با توجه به شواهد امر، حالت دوم صحیح تر به نظر می رسد.





کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۲۱

محاسبه و تحلیل میزان عملکرد و اهمیت اقدامات و برنامه‌های شرکت‌های خصوصی

در این قسمت به توصیف جمع‌بندی یافته‌های حاصل از نظر و دیدگاه ۱۷ نفر پاسخگو پرداخته شده و میزان عملکرد اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های صادراتی زعفران به همراه میزان اهمیت آنها ارائه می‌شود. همچنین بر مبنای امتیازاتی که هر پاسخگو به میزان عملکرد و میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های برنامه‌ای داده است، نمره یا امتیازی برای تفاوت بین عملکرد و اهمیت هر شاخص به روش CSM محاسبه گردیده که تحت عنوان «میزان دستیابی به موفقیت در اقدامات داخلی مدیریت بازاریابی» در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵. برآورد میزان عملکرد، اهمیت و کسب موفقیت از نظر و دیدگاه پاسخگویان در رابطه با اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

تعداد	میانگین	کمترین امتیاز	بیشترین امتیاز	انحراف معیار	میزان نظر و دیدگاه
۱۷	۲۸/۱۳	۲	۶۰	۱۳/۹۴	میزان دستیابی به موفقیت در اقدامات داخلی مدیریت بازاریابی
۱۷	۶۳/۹۱	۳۶	۸۷	۱۲/۸۹ میزان عملکرد
۱۷	۹۲/۱۴	۸۵	۱۰۰	۴/۵۰ میزان اهمیت

بر اساس اطلاعات گزارش شده در جدول ۵ مشاهده می‌شود که متوسط میزان عملکرد شاخص‌های برنامه‌ای مدیریت بازاریابی حدوداً برابر با ۶۴ واحد از سقف ۱۰۰ امتیاز است که این آماره برای میزان اهمیت به حدود ۹۴ واحد افزایش می‌یابد. در واقع میزان امتیاز یا نمره‌ای که شرکت‌های صادراتی زعفران در حوزه اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی برای موفقیت باید کسب نمایند حدوداً برابر با ۲۸ واحد است. **یعنی شرکت‌های خصوصی فعال در حوزه‌ای زعفران، حدود ۲۸ واحد با موفقیت در برنامه‌ها و اقدامات داخلی مدیریت بازاریابی برای صادرات زعفران فاصله دارند** که باید با برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌های صحیح و دقیق نسب به جبران این فاصله و دستیابی به موفقیت اقدامات لازم را انجام دهند.



۲۲ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

توصیف یافته‌های مرتبط با برنامه‌ها و اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی

در ادامه این گزارش و در بخش حاضر به گزارش و توصیف شاخص‌هایی پرداخته می‌شود که برای سنجش برنامه‌ها و اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی در صنعت زعفران کشور جهت افزایش صادرات زعفران ایران، تدوین و مطرح گردیده‌اند. در واقع در این بخش به مانند بخش قبل میزان عملکرد و میزان اهمیت ۱۵ شاخص برای اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی مورد سنجش و پایش قرار گرفته‌اند.

جدول ۶. نحوه توزیع دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان عملکرد هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی در خصوص صادرات زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت عملکردی	توزیع درصد فراوانی هر یک از گزینه‌ها برای میزان عملکرد هر شاخص							عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی
	امتیاز ۷	امتیاز ۶	امتیاز ۵	امتیاز ۴	امتیاز ۳	امتیاز ۲	امتیاز ۱	
۶	٪۰	٪۰	٪۰	٪۶	٪۲۹	٪۳۵	٪۱۲	۱. سیاست‌ها و قوانین
۱۰	٪۰	٪۰	٪۶	٪۰	٪۱۲	٪۲۴	٪۵۳	۲. تسهیلات و حمایت مادی
۷	٪۶	٪۶	٪۶	٪۶	٪۶	٪۱۳	٪۳۸	۳. حمایت معنوی
۱۱	٪۰	٪۰	٪۶	٪۶	٪۶	٪۳۱	٪۳۱	۴. آموزش و پرورش صادرکننده توسط دولت
۱۵	٪۰	٪۰	٪۰	٪۰	٪۶	٪۶	٪۳۱	۵. اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص و کم تجربه
۱۴	٪۰	٪۰	٪۰	٪۰	٪۶	٪۲۵	٪۴۴	۶. عضویت در سازمان تجارت جهانی
۱۳	٪۰	٪۰	٪۰	٪۰	٪۱۵	٪۸	٪۵۴	۷. تبلیغات توسط دولت
۱۲	٪۰	٪۰	٪۰	٪۸	٪۱۵	٪۲۳	٪۳۱	۸. بازاریابی توسط دولت
۲	٪۰	٪۱۸	٪۶	٪۲۹	٪۲۹	٪۱۲	٪۶	۹. خدمات گمرک
۹	٪۰	٪۶	٪۶	٪۰	٪۶	٪۳۱	٪۳۱	۱۰. خدمات سیستم بانکی
۸	٪۰	٪۰	٪۰	٪۰	٪۴۴	٪۱۹	٪۱۹	۱۱. خدمات سیستم حمل و نقل
۵	٪۰	٪۷	٪۰	٪۲۰	٪۱۳	٪۳۳	٪۱۳	۱۲. خدمات بیمه
۳	٪۰	٪۶	٪۱۹	٪۱۹	٪۲۵	٪۱۹	٪۱۳	۱۳. خدمات اتاق بازرگانی
۴	٪۰	٪۰	٪۱۲	٪۶	٪۲۴	٪۳۵	٪۱۸	۱۴. خدمات سازمان جهاد کشاورزی
۱	٪۰	٪۱۲	٪۲۴	٪۲۴	٪۲۴	٪۱۲	٪۶	۱۵. خدمات اداره استاندارد



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۲۳

جدول ۷. بررسی و مقایسه توصیفی دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان عملکرد هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی در خصوص صادرات صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت عملکردی	توصیف میزان عملکرد هر شاخص				تعداد	عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی
	انحراف معیار	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	میانگین		
۶	۲۳/۱	۱۰۰	۰	۳۳/۶	۱۷	۱. سیاست‌ها و قوانین
۱۰	۱۶/۷	۷۱	۰	۲۳/۵	۱۷	۲. تسهیلات و حمایت مادی
۷	۳۱/۴	۱۰۰	۰	۳۱/۳	۱۶	۳. حمایت معنوی
۱۱	۲۱/۵	۷۱	۰	۲۲/۳	۱۶	۴. آموزش و پرورش صادرکننده توسط دولت
۱۵	۱۲/۶	۴۳	۰	۸/۹	۱۶	۵. اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص و کم تجربه
۱۴	۱۴/۳	۴۳	۰	۱۳/۴	۱۶	۶. عضویت در سازمان تجارت جهانی
۱۳	۱۴/۱	۴۳	۰	۱۶/۵	۱۳	۷. تبلیغات توسط دولت
۱۲	۱۹/۰	۵۷	۰	۲۰/۹	۱۳	۸. بازاریابی توسط دولت
۲	۲۰/۷	۸۶	۱۴	۵۲/۹	۱۷	۹. خدمات گمرک
۹	۲۵/۴	۸۶	۰	۲۴/۱	۱۶	۱۰. خدمات سیستم بانکی
۸	۱۷/۲	۴۳	۰	۲۶/۸	۱۶	۱۱. خدمات سیستم حمل و نقل
۵	۲۳/۴	۸۶	۰	۳۴/۳	۱۵	۱۲. خدمات بیمه
۳	۲۱/۳	۸۶	۱۴	۴۷/۳	۱۶	۱۳. خدمات اتاق بازرگانی
۴	۱۹/۶	۷۱	۰	۳۴/۵	۱۷	۱۴. خدمات سازمان جهاد کشاورزی
۱	۲۰/۴	۸۶	۱۴	۵۴/۶	۱۷	۱۵. خدمات اداره استاندارد

همان‌طور که از یافته‌های جدول ۷ برمی‌آید، خدمات اداره استاندارد دارای بالاترین سطح عملکرد با میانگین ۵۴/۶ بوده است و پس از آن خدمات گمرک با حدود ۵۳ امتیاز از سقف ۱۰۰ امتیاز قرار دارد. در مقابل شاخص اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص و کم تجربه با میانگین عملکردی ۸/۹ واحد از سقف ۱۰۰ امتیاز دارای پایین‌ترین عملکرد در بین شاخص‌های مورد مطالعه می‌باشد. وضعیت عملکردی سایر شاخص‌ها نیز در جدول ۷ قابل مشاهده و تفسیر می‌باشد.



۲۴ / (نیا)سنجی (اهک)های توسعه صادرات (عفران ایران)

نتیجه و نکات مدیریتی تحلیل وضعیت عملکرد نهادهای خدماتی دولتی و نیمه دولتی:

همانگونه که در جداول فوق، مشاهده می شود در حوزه نهادهای خدماتی دولتی و نیمه دولتی، بهترین عملکردها به ترتیب به اداره استاندارد، گمرک و اتاق بازرگانی اختصاص دارد.

و ضعیف ترین عملکردها نیز به ترتیب شامل: اعتبار سنجی صادر کننده و جلوگیری از ورود افراد کم تجربه به بازار، عضویت در تجارت جهانی و تبلیغات توسط دولت بوده است.

با توجه به نتایج فوق، پیشنهاد های کاربردی زیر ارائه می گردد:

۱- با استفاده از نتایج فوق و نتایج حاصل از بخش بعدی گزارش (اهمیت عوامل) مشخص می شود که دولت در عواملی که بیشترین اهمیت را برای صادر کنندگان دارد یعنی: تبلیغات توسط دولت، خدمات سیستم بانکی و سیستم حمل و نقل عملکرد قابل قبولی نداشته است.

۲- یکی از مهم ترین فرصت های شناسایی شده تبلیغات و برندسازی زعفران ایران توسط دولت می باشد که عاملی بسیار مهم اما عملکرد دولت و نهادهای مرتبط، در این زمینه ها بسیار ضعیف تشخیص داده شده است.

۳- با توجه به اینکه اعتبار سنجی صادر کنندگان تازه وارد و جلوگیری از ورود کم تجربه ها دارای اهمیت متوسط و عملکرد ضعیف می باشد لازم است در راستای تدوین شاخص های ارائه مجوز صادرات و کارت بازرگانی و نیز سیستم های کنترلی مربوط به آن تدابیری اتخاذ و به عمل در آید.

۴- عضویت ایران در تجارت جهانی نیز از عواملی است که اهمیت آن متوسط به بالا است اما عملکرد دولت در این راستا مثبت نبوده است.



کلیات و فواصل از یافته‌های پژوهش / ۲۵

جدول ۸. نحوه توزیع دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی در خصوص صادرات صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توزیع درصد فراوانی هر یک از گزینه‌ها برای میزان اهمیت هر شاخص							عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی
	امتیاز ۷	امتیاز ۶	امتیاز ۵	امتیاز ۴	امتیاز ۳	امتیاز ۲	امتیاز ۱	
	۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶	
۵	%۷۶	%۱۲	%۱۲	%۰	%۰	%۰	%۰	۱. سیاست‌ها و قوانین
۶	%۷۱	%۲۴	%۶	%۰	%۰	%۰	%۰	۲. تسهیلات و حمایت مادی
۱۵	%۵۶	%۶	%۲۵	%۶	%۰	%۰	%۰	۳. حمایت معنوی
۱۱	%۵۰	%۲۵	%۱۹	%۶	%۰	%۰	%۰	۴. آموزش و پرورش صادرکننده توسط دولت
۱۰	%۵۶	%۲۵	%۶	%۶	%۶	%۰	%۰	۵. اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص و کم تجربه
۸	%۷۱	%۲۴	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۶. عضویت در سازمان تجارت جهانی
۲	%۸۵	%۸	%۸	%۰	%۰	%۰	%۰	۷. تبلیغات توسط دولت
۱۳	%۶۹	%۸	%۱۵	%۰	%۰	%۰	%۰	۸. بازاریابی توسط دولت
۷	%۵۳	%۳۵	%۱۲	%۰	%۰	%۰	%۰	۹. خدمات گمرک
۱	%۹۴	%۶	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۰. خدمات سیستم بانکی
۳	%۷۵	%۲۵	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۱. خدمات سیستم حمل و نقل
۴	%۸۰	%۷	%۱۳	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۲. خدمات بیمه
۱۲	%۵۶	%۱۹	%۱۳	%۶	%۶	%۰	%۰	۱۳. خدمات اتاق بازرگانی
۱۴	%۶۵	%۶	%۱۸	%۰	%۶	%۶	%۰	۱۴. خدمات سازمان جهاد کشاورزی
۹	%۶۵	%۱۸	%۱۲	%۰	%۰	%۶	%۰	۱۵. خدمات اداره استاندارد

در جدول فوق، نحوه توزیع پاسخ‌های آزمودنی‌ها به میزان اهمیت هر یک از ۱۵ شاخص مطرح شده در حوزه برنامه‌ها و اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی ارائه گردیده است. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌گردد، ۷۶ درصد از پاسخگویان امتیاز ۷ را به شاخص «سیاست‌ها و قوانین» داده‌اند، ۱۲ درصد امتیاز ۶ و ۱۲ درصد امتیاز ۵ را تخصیص به این شاخص تخصیص داده‌اند. همچنین هیچ یک از پاسخگویان امتیاز دیگری را برای این شاخص در نظر نگرفته‌اند. برای سایر شاخص‌ها نیز نحوه توزیع پاسخ‌ها ارائه شده است که قابل تفسیر و تحلیل می‌باشد.



۲۶ / (نیا)سنجی (اهک)های توسعه صادرات (عفران ایران)

جدول ۹. بررسی و مقایسه توصیفی دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی در خصوص صادرات صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توصیف میزان اهمیت هر شاخص				تعداد	عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی
	انحراف معیار	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	میانگین		
۵	۱۰/۰	۱۰۰	۷۱	۹۵/۰	۱۷	۱. سیاست‌ها و قوانین
۶	۸/۷	۱۰۰	۷۱	۹۵/۰	۱۷	۲. تسهیلات و حمایت مادی
۱۵	۲۶/۷	۱۰۰	۰	۸۳/۰	۱۶	۳. حمایت معنوی
۱۱	۱۴/۰	۱۰۰	۵۷	۸۸/۴	۱۶	۴. آموزش و پرورش صادرکننده توسط دولت
۱۰	۱۷/۵	۱۰۰	۴۳	۸۸/۴	۱۶	۵. اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص و کم تجربه
۸	۲۴/۲	۱۰۰	۰	۹۰/۸	۱۷	۶. عضویت در سازمان تجارت جهانی
۲	۸/۶	۱۰۰	۷۱	۹۶/۷	۱۳	۷. تبلیغات توسط دولت
۱۳	۲۸/۲	۱۰۰	۰	۸۶/۸	۱۳	۸. بازاریابی توسط دولت
۷	۱۰/۲	۱۰۰	۷۱	۹۱/۶	۱۷	۹. خدمات گمرک
۱	۳/۶	۱۰۰	۸۶	۹۹/۱	۱۶	۱۰. خدمات سیستم بانکی
۳	۶/۴	۱۰۰	۸۶	۹۶/۴	۱۶	۱۱. خدمات سیستم حمل و نقل
۴	۱۰/۳	۱۰۰	۷۱	۹۵/۲	۱۵	۱۲. خدمات بیمه
۱۲	۱۸/۰	۱۰۰	۴۳	۸۷/۵	۱۶	۱۳. خدمات اتاق بازرگانی
۱۴	۲۲/۳	۱۰۰	۲۹	۸۶/۶	۱۷	۱۴. خدمات سازمان جهاد کشاورزی
۹	۱۸/۷	۱۰۰	۲۹	۸۹/۹	۱۷	۱۵. خدمات اداره استاندارد

یافته‌های گزارش شده در جدول ۹ نشان می‌دهند که در بین شاخص‌های مورد مطالعه، شاخص «خدمات سیستم بانکی» با میانگینی بیش از ۹۹ از سقف ۱۰۰ امتیاز، دارای بالاترین اهمیت و اولویت در بین شاخص‌های مورد مطالعه می‌باشد. در مقابل شاخص «حمایت معنوی» با میانگین اکتسابی ۸۳ از ۱۰۰ دارای کمترین اهمیت در بین شاخص‌های مطرح شده است (هر چند که این شاخص امتیازی برابر با ۸۳ از سقف ۱۰۰ امتیاز را کسب نموده است).



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۲۷

نتیجه و نکات مدیریتی تحلیل اهمیت خدمات دولتی و نیمه دولتی:

همانگونه که در جداول فوق، مشاهده می‌شود در زمینه خدمات نهادهای دولتی و نیمه دولتی، بیشترین اهمیت‌ها را به ترتیب خدمات سیستم بانکی، تبلیغات توسط دولت و سیستم حمل و نقل دارا می‌باشند.

و کمترین اهمیت‌ها نیز به ترتیب شامل: حمایت معنوی دولت، خدمات جهاد کشاورزی و بازاریابی توسط دولت است.

با توجه به نتایج فوق پیشنهاد های زیر ارائه می‌گردد:

۱- آسیب شناسی خدمات بانکی مرتبط با صادرات صورت پذیرد و از نتایج آن در جهت بهبود آن تا حد ممکن بهره گرفته شود.

۲- فرصت اساسی در توسعه صادرات محصولات زعفران ایران از زاویه خدمات نهادهای دولتی در انجام تبلیغات و برندسازی زعفران ایران توسط دولت نهفته است یعنی تنها عاملی که اهمیت آن بسیار بالا تشخیص داده شده اما عملکرد نهادهای دولتی در آن مناسب و قابل قبول نبوده است.

۳- با توجه به اینکه سیستم حمل و نقل نیز رتبه سوم در عوامل مهم را دارد باید به بخش حمل و نقل هم توجه ویژه ای معطوف شود. در این راستا آسیب شناسی سیستم حمل و نقل نیز ضروری به نظر می‌رسد.

۴- نکته قابل توجه این است: علیرغم اینکه در گذشته دولت حمایت‌های معنوی زیادی از صادرکنندگان زعفران داشته است متأسفانه این عامل از نظر اکثر صادرکنندگان زعفران، اصلاً عامل مهمی نیست!

۵- همچنین خدمات سازمان جهاد کشاورزی، کم اهمیت تشخیص داده شده است.





۲۸ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

محاسبه و تحلیل میزان عملکرد و اهمیت اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی

در ادامه این بخش به توصیف و جمع‌بندی یافته‌های حاصل از نظر و دیدگاه پاسخگویان در رابطه با مجموع شاخص‌های مطروحه برای عملکرد و اهمیت اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی پرداخته شده و میزان عملکرد اقدامات و برنامه‌های آنها به همراه میزان اهمیت ارائه می‌گردد. همچنین بر مبنای امتیازاتی که هر پاسخگو به میزان عملکرد و میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های برنامه‌های داده است، نمره یا امتیازی برای تفاوت بین عملکرد و اهمیت هر شاخص به روش CSM محاسبه گردیده که تحت عنوان «میزان دستیابی به موفقیت در اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی» در جدول ذیل ارائه گردیده است.

جدول ۱۰. برآورد میزان عملکرد، اهمیت و نظر و دیدگاه مثبت پاسخگویان در رابطه با اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی در خصوص صادرات صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

تعداد	میانگین	کمترین امتیاز	بیشترین امتیاز	انحراف معیار	میزان نظر و دیدگاه
۱۷	۶۰/۱۷	۱۷	۸۹	۱۷/۸۶	میزان دستیابی به موفقیت در اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی
۱۷	۳۰/۴۳	۹	۵۲	۱۲/۲۸ میزان عملکرد
۱۷	۹۰/۶۳	۵۷	۱۰۰	۹/۹۸ میزان اهمیت

یافته‌های گزارش شده در جدول ۱۰ حاکی از آن است که تفاوت زیادی بین میزان اهمیت و میزان عملکرد شاخص‌های برنامه‌های و اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی در حوزه صادرات زعفران ایران وجود دارد. به طوری که پاسخگویان میزان عملکرد این نهادها را حدوداً ۳۰ واحد از سقف ۱۰۰ واحد ارزیابی کرده‌اند، ولی در مقابل میزان اهمیت شاخص‌های برنامه‌های این نهادها را حدود ۹۱ واحد دانسته‌اند.

بنابراین حدود ۶۰ واحد اختلاف بین میزان عملکرد و اهمیت وجود دارد که برای دستیابی به

موفقیت در حوزه‌ی نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی، باید این فاصله یا گپ مرتفع گردد. بنابراین لازم است تا نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی با شناخت نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت نسبت به رفع و کاهش این اختلاف برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های لازم و قابل توجهی را اعمال نمایند.



کلیات و فواصل از یافته‌های پژوهش / ۲۹

چرا که همانگونه که ملاحظه می شود متأسفانه بدنه سازمان ها و نهادهای دولتی و نیمه دولتی با عملکرد مطلوب خود در راستای توسعه صادرات زعفران ایران فاصله زیادی دارند.

توصیف بازارهای هدف صادرات زعفران

در این بخش از این مطالعه به توصیف میزان اهمیت و اولویت بازارهای صادراتی زعفران ایران پرداخته می شود و رتبه هر یک از بازارهای عمده این محصول از دیدگاه پاسخگویان (خبرگان و متخصصین حوزه زعفران) در جدول ۱۱ ارائه می گردد.

جدول ۱۱. بررسی و مقایسه دیدگاه پاسخگویان در رابطه با اولویت بندی بازارهای هدف صادرات

زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت بازار هدف	شخص‌های توصیفی					نمونه توزیع درصد فراوانی					بازارهای هدف
	انحراف معیار	بیشترین اولویت	کمترین اولویت	میانگین	تعداد	اولویت ۵	اولویت ۴	اولویت ۳	اولویت ۲	اولویت ۱	
۲	۱/۰	۴	۱	۲/۱	۱۶	%۰	%۱۳	%۱۹	%۳۸	%۳۱	۱. اروپا
۴	۱/۰	۵	۱	۲/۹	۱۶	%۶	%۱۹	%۴۴	%۲۵	%۶	۲. آمریکای شمالی
۵	۱/۶	۵	۱	۳/۷	۱۱	%۴۵	%۲۷	%۰	%۹	%۱۸	۳. آمریکای جنوبی
۶	۱/۱	۵	۲	۳/۸	۱۴	%۲۹	%۳۶	%۲۱	%۱۴	%۰	۴. استرالیا و اقیانوسیه
۱	۱/۳	۵	۱	۱/۹	۱۶	%۶	%۶	%۱۳	%۱۹	%۵۶	۵. آسیای جنوب شرقی
۸	۰/۷	۵	۳	۴/۶	۹	%۶۷	%۲۲	%۱۱	%۰	%۰	۶. آسیای میانه
۳	۱/۲	۵	۱	۲/۶	۱۶	%۶	%۱۳	%۳۱	%۳۱	%۱۹	۷. حوزه خلیج فارس
۷	۰/۹	۵	۳	۴/۲	۱۰	%۵۰	%۲۰	%۳۰	%۰	%۰	۸. آفریقا

همان طور که یافته‌های جدول فوق نشان می دهد، از دیدگاه پاسخگویان، بازارهای آسیای جنوب شرقی می تواند اولویت اول صادرات زعفران ایران باشد. پس از آن بازار اروپا قرار داشته و کشورهای حوزه خلیج فارس در رتبه سوم قرار می گیرد. در مقابل کمترین اولویت برای صادرات زعفران ایران، بازارهای آسیای میانه و آفریقا می باشد که به ترتیب در پایین سطح اولویت پاسخگویان قرار گرفته است.



۳۰ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

در جدول ۱۱ نحوه‌ی پاسخگویی آزمودنی‌ها و نیز آماره‌های توصیفی حاصل از این پاسخ‌ها برای هر یک بازارهای هدف ارائه شده که قابل مشاهده می‌باشد.

☑ نتیجه حاصل از توصیف بازارهای هدف آتی از نگاه فعالان صنعت زعفران:

- اولویت ۱- کشورهای آسیای جنوب شرقی به ویژه: چین-هند-تایلند-کره-ژاپن
- اولویت ۲- کشورهای اروپایی به ویژه: اسپانیا، پرتغال، فرانسه، ایتالیا، آلمان، نروژ
- اولویت ۳- کشورهای حوزه خلیج فارس به ویژه: امارات، قطر، عمان، عربستان، کویت





کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۳۱

وضعیت مزیت‌های رقابتی صادرات زعفران

در بخش آخر پرسشنامه مورد مطالعه، به مزیت‌های رقابتی حوزه محصولات و خدمات صادرات زعفران ایران پرداخته شده است و میزان اهمیت هر یک از این مزیت‌های رقابتی از دیدگاه خبرگان و متخصصین پاسخگو در جدول ۱۲ ارائه می‌گردد.

جدول ۱۲. نحوه توزیع دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از مزیت‌های رقابتی صادرات زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توزیع درصد فراوانی هر یک از گزینه‌ها برای میزان اهمیت هر مزیت رقابتی							مزیت‌های رقابتی
	امتیاز ۷	امتیاز ۶	امتیاز ۵	امتیاز ۴	امتیاز ۳	امتیاز ۲	امتیاز ۱	
۵	%۴۴	%۳۱	%۱۳	%۱۳	%۰	%۰	%۰	۱. قیمت
۱	%۶۳	%۳۱	%۶	%۰	%۰	%۰	%۰	۲. کیفیت
۸	%۴۴	%۱۳	%۳۸	%۰	%۰	%۶	%۰	۳. بسته‌بندی
۷	%۵۰	%۶	%۳۱	%۱۳	%۰	%۰	%۰	۴. خدمات
۴	%۴۰	%۳۳	%۲۷	%۰	%۰	%۰	%۰	۵. نوآوری
۳	%۴۴	%۴۴	%۱۳	%۰	%۰	%۰	%۰	۶. سرعت
۶	%۳۸	%۲۵	%۳۸	%۰	%۰	%۰	%۰	۷. استاندارد
۲	%۵۰	%۴۴	%۰	%۰	%۶	%۰	%۰	۸. تبلیغات و برند

نتایج ارائه شده در جدول ۱۲ نحوه پاسخگویی آزمودنی‌ها به هر یک از مزیت‌های رقابتی را نشان می‌دهد. برای مثال به مزیت رقابتی «کیفیت» ۶ درصد امتیاز ۵، ۳۱ درصد امتیاز ۶ و ۶۳ درصد امتیاز ۷ را تخصیص داده‌اند. در مقابل هیچ یک از پاسخگویان، امتیازی بین ۰ تا ۴ به این شاخص تخصیص ندادند. برای سایر مزیت‌های رقابتی نیز به همین صورت نحوه پاسخگویی ارائه گردیده است. همچنین در این جدول براساس میانگین اکتسابی هر شاخص، اولویت‌بندی صورت گرفته و میزان اهمیت هر مزیت رقابتی رتبه گرفته است. در جدول ۱۳ که در ادامه آمده است، شاخص‌های توصیفی مرتبط با هر مزیت محاسبه و گزارش می‌شود.



۳۲ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

جدول ۱۳. بررسی و مقایسه توصیفی دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از مزیت‌های رقابتی صادرات زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توصیف میزان اهمیت هر مزیت				تعداد	مزیت‌های رقابتی
	انحراف معیار	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	میانگین		
۵	۱۵/۲	۱۰۰	۵۷	۸۶/۶	۱۶	۱. قیمت
۱	۹/۰	۱۰۰	۷۱	۹۳/۸	۱۶	۲. کیفیت
۸	۱۹/۷	۱۰۰	۲۹	۸۳/۰	۱۶	۳. بسته‌بندی
۷	۱۶/۹	۱۰۰	۵۷	۸۴/۸	۱۶	۴. خدمات
۴	۱۱/۹	۱۰۰	۷۱	۸۷/۶	۱۵	۵. نوآوری
۳	۱۰/۱	۱۰۰	۷۱	۹۰/۲	۱۶	۶. سرعت
۶	۱۲/۸	۱۰۰	۷۱	۸۵/۷	۱۶	۷. استاندارد
۲	۱۴/۵	۱۰۰	۴۳	۹۰/۲	۱۶	۸. تبلیغات و برند
---	۸/۰	۱۰۰	۷۳	۸۷/۷	۱۶	مجموع

از نتایج ارائه شده در جدول ۱۲ چنین برمی‌آید که از دیدگاه پاسخگویان، مزیت رقابتی «کیفیت» با میانگینی حدود ۹۴ از سقف ۱۰۰ دارای بالاترین مزیت رقابتی است. پس از آن مزیت‌های «سرعت» و «تبلیغات و برند» با میانگین ۹۰/۲ از ۱۰۰ قرار دارد.

همچنین میزان انحراف معیار محاسبه شده برای هر مزیت، حاکی از آن است که پراکندگی نظرات یا پاسخ‌ها برای مزیت رقابتی «بسته‌بندی» از همه‌ی مزیت‌های رقابتی بیشتر می‌باشد. در مقابل در مزیت رقابتی «کیفیت» کمترین میزان پراکندگی یا بیشترین شباهت و همگنی وجود دارد (با مقدار ۹/۰ واحد). در مجموع مزیت‌های رقابتی مطرح شده، دارای میانگین اهمیتی حدوداً برابر با ۸۸ واحد از ۱۰۰ امتیاز می‌باشد و انحراف معیار آن برابر با ۸ است.



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۳۳

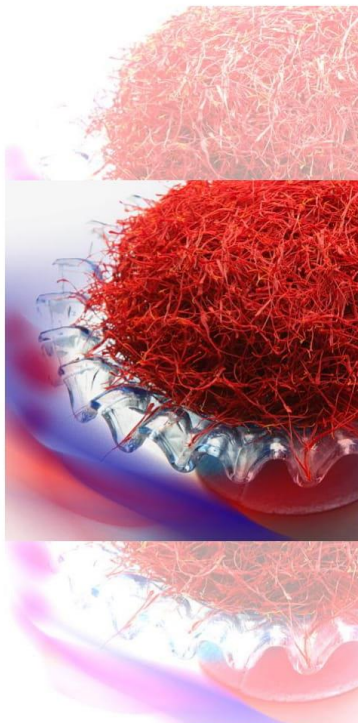
نتیجه و نکات مدیریتی حاصل از تحلیل اهمیت مزیت های رقابتی:

با توجه به اینکه از نگاه فعالان صنعت زعفران سه عامل: کیفیت، تبلیغات و برند و سرعت مهم ترین مزیت های رقابتی لازم برای دستیابی به اهداف توسعه صادرات ایران تشخیص داده شده اند موارد زیر می تواند حایز اهمیت باشد:

۱- استمرار و تداوم و بهبود کیفیت تولید مواد اولیه و کیفیت تولید محصول و بسته بندی همچنان مورد توجه قرار بگیرد.

۲- برنامه بازاریابی، تبلیغات و برندسازی اصولی و منسجمی برای صنعت زعفران ایران و نیز در راستای این برنامه استراتژیک و راهبردی در سطح کلان، برنامه های کاربردی و منسجمی نیز برای هر یک از شرکت های فعال، متناسب با شرایط و ویژگی های منحصر به فردشان تهیه گردد. که در عین علمی و سیستماتیک بودن، شرایط واقعی بازارها و شرکت ها را نیز در نظر گرفته و قابل انجام و اجرا و مشتمل بر راهکارهای عملیاتی باشد که در فازهای بعدی این تحقیقات کاربردی به آن پرداخته خواهد شد.

۳- بر روی افزایش سرعت شرکت های زعفران ایرانی از ابعاد مختلف منجمله: سرعت تحویل کالا، سرعت تولید، سرعت خدمات جانبی و ... به عنوان یک اولویت و مزیت مهم کار شود.





۳۴ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

بخش دوم

تحلیل های مربوط به پنج برند

منتخب

(شرکت های نوین زعفران،

سحرخیز، تروند، ادمان و اسفدان)



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۳۵

با توجه به اهمیت نظر صادر کنندگان برتر، نظرات پنج برند منتخب این حوزه به طور جداگانه مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت که نتایج آن در زیر به تفصیل می‌آید:

جدول ۱. نحوه توزیع دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان عملکرد هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت عملکردی	توزیع درصد فراوانی هر یک از گزینه‌ها برای میزان عملکرد هر شفاف							عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌ها
	امتیاز ۷	امتیاز ۶	امتیاز ۵	امتیاز ۴	امتیاز ۳	امتیاز ۲	امتیاز ۱	
	۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶	
۱۶	%۰	%۲۰	%۲۰	%۲۰	%۴۰	%۰	%۰	۱ * هدف‌گذاری صادراتی
۷	%۲۰	%۰	%۶۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	۲ * سازماندهی و وجود واحد صادرات در ساختار
۱۵	%۰	%۰	%۴۰	%۶۰	%۰	%۰	%۰	۳ * برنامه‌ریزی صادراتی
۱۲	%۲۰	%۲۰	%۰	%۴۰	%۲۰	%۰	%۰	۴ * ایجاد انگیزه و منابع انسانی
۸	%۴۰	%۰	%۲۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	۵ * زنجیره تأمین و خرید بهینه
۶	%۴۰	%۰	%۲۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	۶ * کیفیت تولید
۱۱	%۲۰	%۰	%۴۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	۷ * R&D و نوآوری
۳	%۴۰	%۲۰	%۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	۸ * کمیت تولید (از دید بخش کشاورزی)
۵	%۴۰	%۲۰	%۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	۹ * استانداردسازی و شناسنامه‌دار کردن محصول
۱	%۴۰	%۴۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۰ * کنترل کیفیت
۹	%۰	%۴۰	%۴۰	%۰	%۲۰	%۰	%۰	۱۱ * مالی (تعیین بودجه در شرکت برای فعالیت‌های صادراتی)
۱۷	%۰	%۰	%۴۰	%۲۰	%۴۰	%۰	%۰	۱۲ * بازاریابی
۴	%۴۰	%۲۰	%۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	۱۳ * بسته‌بندی
۱۸	%۰	%۲۰	%۰	%۲۰	%۴۰	%۲۰	%۰	۱۴ * تبلیغات
۱۳	%۰	%۲۰	%۴۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	۱۵ * مدیریت برند
۲	%۴۰	%۲۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۶ * فرهنگ مشتری مداری
۱۴	%۲۰	%۲۰	%۰	%۲۰	%۴۰	%۰	%۰	۱۷ * تجارت الکترونیک
۱۰	%۰	%۲۰	%۶۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	۱۸ * مدیریت هزینه و قیمت‌گذاری



۳۶ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

جدول ۲. بررسی و مقایسه توصیفی دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان عملکرد هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت عملکردی	توصیف میزان عملکرد هر شاخص				تعداد	عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌ها
	انحراف معیار	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	میانگین		
۱۶	۱۸/۶	۸۶	۴۳	۶۰/۰	۵	۱. هدف‌گذاری صادراتی
۷	۱۵/۶	۱۰۰	۵۷	۷۴/۳	۵	۲. سازماندهی و وجود واحد صادرات در ساختار
۱۵	۷/۸	۷۱	۵۷	۶۲/۹	۵	۳. برنامه‌ریزی صادراتی
۱۲	۲۳/۵	۱۰۰	۴۳	۶۸/۶	۵	۴. ایجاد انگیزه و منابع انسانی
۸	۲۵/۶	۱۰۰	۴۳	۷۴/۳	۵	۵. زنجیره تأمین و خرید بهینه
۶	۲۱/۷	۱۰۰	۵۷	۷۷/۱	۵	۶. کیفیت تولید
۱۱	۱۷/۵	۱۰۰	۵۷	۷۱/۴	۵	۷. R&D و نوآوری
۳	۲۱/۷	۱۰۰	۵۷	۸۰/۰	۵	۸. کمیت تولید (از دید بخش کشاورزی)
۵	۲۶/۰	۱۰۰	۴۳	۷۷/۱	۵	۹. استانداردسازی و شناسنامه‌دار کردن محصول
۱	۱۲/۰	۱۰۰	۷۱	۸۸/۶	۵	۱۰. کنترل کیفیت
۹	۱۷/۵	۸۶	۴۳	۷۱/۴	۵	۱۱. مالی (تعیین بودجه در شرکت برای فعالیت‌های صادراتی)
۱۷	۱۴/۳	۷۱	۴۳	۵۷/۱	۵	۱۲. بازاریابی
۴	۲۱/۷	۱۰۰	۵۷	۸۰/۰	۵	۱۳. بسته‌بندی
۱۸	۲۱/۷	۸۶	۲۹	۵۱/۴	۵	۱۴. تبلیغات
۱۳	۱۶/۳	۸۶	۴۳	۶۵/۷	۵	۱۵. مدیریت برند
۲	۱۴/۳	۱۰۰	۷۱	۸۵/۷	۵	۱۶. فرهنگ مشتری مداری
۱۴	۲۶/۰	۱۰۰	۴۳	۶۵/۷	۵	۱۷. تجارت الکترونیک
۱۰	۱۰/۱	۸۶	۵۷	۷۱/۴	۵	۱۸. مدیریت هزینه و قیمت‌گذاری



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۳۷

نتیجه و نکات مدیریتی تحلیل وضعیت عملکرد داخلی شرکت ها از نگاه پنج برند منتخب زعفران ایران:

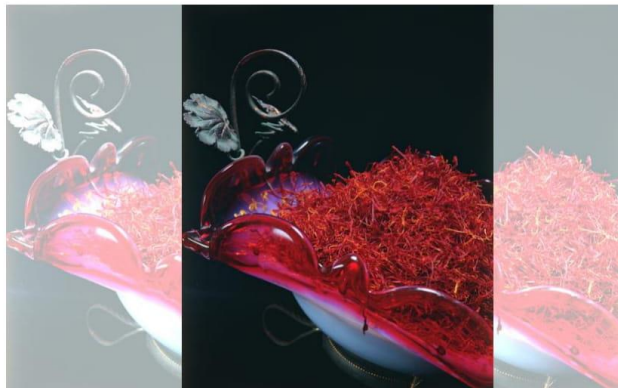
همانگونه که در جداول فوق، مشاهده می شود شرکت های تولید کننده و صادر کننده برتر زعفران، بهترین عملکردها را در حوزه های کنترل کیفیت و مشتری مداری داشته اند. در واقع می توان اینگونه نتیجه گرفت که مشتری مداری یکی از مهم ترین تفاوت های شرکت های برتر با سایرین می باشد.

و ضعیف ترین عملکردها نیز به ترتیب شامل: تبلیغات، بازاریابی و هدف گذاری صادراتی بوده است.

با توجه به نتایج فوق، پیشنهاد های کاربردی زیر ارائه می گردد:

۱- با استفاده از نتایج فوق و نتایج حاصل از بخش بعدی گزارش (اهمیت عوامل از نگاه پنج برند منتخب) مشخص می شود که کنترل کیفیت جزو مهم ترین عوامل است و خوشبختانه برندهای برتر صنعت زعفران عملکرد بالایی در آن داشته اند و همانطور که بیان شد مشتری مداری یکی از مهم ترین تفاوت های شرکت های برتر با سایرین می باشد.

۲- عملکرد تبلیغات، بازاریابی و هدف گذاری صادراتی از دیدگاه فعالان برتر صنعت زعفران بسیار ضعیف تشخیص داده شده اند و از آنجا که اهمیت آنها هم بالا تشخیص داده شده است لذا لازم است به تبلیغات، بازاریابی و هدف گذاری صادراتی، توجه ویژه ای مبذول شود. در واقع موضوعات تبلیغات، بازاریابی و هدف گذاری صادراتی جزو فرصت های مهمی هستند که در این صنعت وجود دارند. یعنی عواملی که خیلی مهم هستند اما عملکرد شرکت ها در آنها ضعیف می باشد.





۳۸ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

جدول ۳. نحوه توزیع دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توزیع درصد فراوانی هر یک از گزینه‌ها برای میزان اهمیت هر شاخص							عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌ها
	امتیاز ۷	امتیاز ۶	امتیاز ۵	امتیاز ۴	امتیاز ۳	امتیاز ۲	امتیاز ۱	
۵	%۶۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱. هدف‌گذاری صادراتی
۱۸	%۴۰	%۲۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	۲. سازماندهی و وجود واحد صادرات در ساختار
۸	%۶۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۳. برنامه‌ریزی صادراتی
۱۳	%۴۰	%۴۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۴. ایجاد انگیزه و منابع انسانی
۲	%۸۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۵. زنجیره تأمین و خرید بهینه
۹	%۶۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۶. کیفیت تولید
۱۰	%۶۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۷. R&D و نوآوری
۱۴	%۴۰	%۴۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۸. کمیت تولید (از دید بخش کشاورزی)
۱۱	%۴۰	%۶۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۹. استانداردسازی و شناسنامه‌دار کردن محصول
۳	%۸۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۰. کنترل کیفیت
۶	%۶۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۱. مالی (تعیین بودجه در شرکت برای فعالیتهای صادراتی)
۱۲	%۶۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۲. بازاریابی
۷	%۸۰	%۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۳. بسته‌بندی
۱۷	%۴۰	%۲۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۴. تبلیغات
۱	%۱۰۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۵. مدیریت برند
۴	%۸۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۶. فرهنگ مشتری مداری
۱۵	%۴۰	%۴۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۷. تجارت الکترونیک
۱۶	%۴۰	%۴۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۸. مدیریت هزینه و قیمت‌گذاری



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۳۹

جدول ۴. بررسی و مقایسه توصیفی دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توصیف میزان اهمیت هر شاخص				تعداد	عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌ها
	انحراف معیار	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	میانگین		
۵	۷/۸	۱۰۰	۸۶	۹۴/۳	۵	۱. هدف‌گذاری صادراتی
۱۸	۱۸/۶	۱۰۰	۵۷	۸۲/۹	۵	۲. سازماندهی و وجود واحد صادرات در ساختار
۸	۱۲/۸	۱۰۰	۷۱	۹۱/۴	۵	۳. برنامه‌ریزی صادراتی
۱۳	۱۲/۰	۱۰۰	۷۱	۸۸/۶	۵	۴. ایجاد انگیزه و منابع انسانی
۲	۶/۴	۱۰۰	۸۶	۹۷/۱	۵	۵. زنجیره تأمین و خرید بهینه
۹	۱۲/۸	۱۰۰	۷۱	۹۱/۴	۵	۶. کیفیت تولید
۱۰	۱۲/۸	۱۰۰	۷۱	۹۱/۴	۵	۷. R&D و نوآوری
۱۴	۱۲/۰	۱۰۰	۷۱	۸۸/۶	۵	۸. کمیت تولید (از دید بخش کشاورزی)
۱۱	۷/۸	۱۰۰	۸۶	۹۱/۴	۵	۹. استانداردسازی و شناسنامه‌دار کردن محصول
۳	۶/۴	۱۰۰	۸۶	۹۷/۱	۵	۱۰. کنترل کیفیت
۶	۷/۸	۱۰۰	۸۶	۹۴/۳	۵	۱۱. مالی (تعیین بودجه در شرکت برای فعالیتهای صادراتی)
۱۲	۱۲/۸	۱۰۰	۷۱	۹۱/۴	۵	۱۲. بازاریابی
۷	۱۲/۸	۱۰۰	۷۱	۹۴/۳	۵	۱۳. بسته‌بندی
۱۷	۱۴/۳	۱۰۰	۷۱	۸۵/۷	۵	۱۴. تبلیغات
۱	۰/۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰/۰	۵	۱۵. مدیریت برند
۴	۶/۴	۱۰۰	۸۶	۹۷/۱	۵	۱۶. فرهنگ مشتری مداری
۱۵	۱۲/۰	۱۰۰	۷۱	۸۸/۶	۵	۱۷. تجارت الکترونیک
۱۶	۱۲/۰	۱۰۰	۷۱	۸۸/۶	۵	۱۸. مدیریت هزینه و قیمت‌گذاری



۴۰ / نیازسنجی (هاکراهی توسعه صادرات زعفران ایران)

نتیجه و نکات مدیریتی تحلیل اهمیت عوامل داخلی شرکت ها از نگاه پنج برند منتخب:

همانگونه که در جداول فوق، مشاهده می شود شرکت های برتر تولید کننده و صادر کننده زعفران، بیشترین اهمیت ها را در حوزه های مدیریت برند، زنجیره تامین و خرید بهینه و کنترل کیفیت تولید دانسته اند.

در واقع می توان نتیجه گرفت که «مدیریت برند» و «زنجیره تامین» از نظر برندهای برتر صنعت، حائز اهمیت بیشتری بوده است. و کمترین اهمیت ها نیز به ترتیب شامل: سازماندهی و ساختاردهی صادراتی، تبلیغات و مدیریت هزینه و قیمت گذاری بوده است.

با توجه به نتایج فوق، پیشنهاد های کاربردی زیر ارائه می گردد:

۱- همانگونه که در بخش قبل بیان شد از آنجا که کنترل کیفیت و کیفیت تولید اهمیت بالایی دارند و عملکرد شرکت ها نیز در این دو حوزه عملکرد قابل قبولی بوده است پس این دو عامل جزو نقاط قوت اساسی شرکت های برتر زعفران ایرانی می باشد. و این نقاط قوت باید مورد تقویت قرار بگیرند.

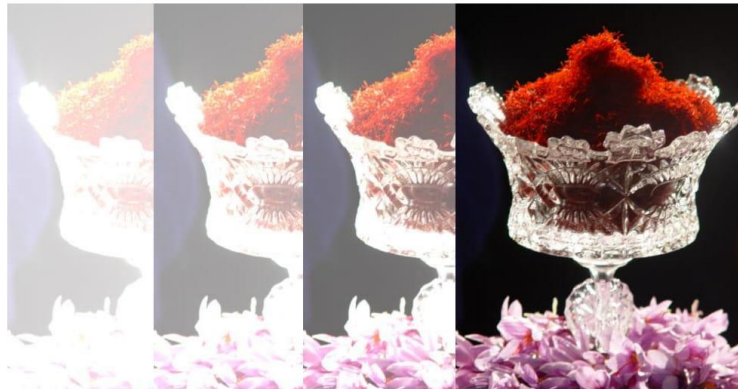
۲- اما فرصت اساسی در توسعه صادرات محصولات زعفران ایران از نگاه فعالان برتر این حوزه در تقویت بازاریابی و برندسازی نهفته است یعنی تنها عاملی که اهمیت آن بسیار بالا تشخیص داده شده اما عملکرد شرکت ها در آن مناسب و قابل قبول نبوده است.

۳- سازماندهی و وجود واحدهای صادراتی، تبلیغات و مدیریت هزینه و قیمت گذاری شرکت های تولید کننده زعفران رتبه های پایین تر اهمیت را دارند. البته این بدین معنی نیست که اصلا نباید به این موارد پرداخته شود بلکه به این معنی است که از نگاه فعالان برتر این صنعت نسبت به سایر عوامل در اولویت پایین تری قرار می گیرند.

نکته قابل توجه در نتایج حاصله از تحقیق، اهمیت پایین مدیریت هزینه و قیمت گذاری است. که احتمالا از دو مساله می تواند ناشی شود:

الف- متاثر بودن از فرهنگ سازمانی غالب در سازمان های ایرانی که انضباط مالی در آنها کم رنگ می باشد.

ب- در خصوص مدیریت هزینه ها دو حالت را می توان متصور بود یا برندهای برتر حوزه زعفران مدیریت هزینه ها و قیمت گذاری را به خوبی انجام می دهند و یا اصلا این بخش برای مدیران اهمیتی ندارد و هیچگونه فعالیتی در این زمینه انجام نگرفته است که شواهد امر را به سمت حالت اول هدایت می کند.





کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۴۱

محاسبه و تحلیل میزان عملکرد و اهمیت اقدامات و برنامه‌های شرکت‌های خصوصی

در این قسمت به توصیف جمع‌بندی یافته‌های حاصل از نظر و دیدگاه ۵ نفر پاسخگو پرداخته شده و میزان عملکرد اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های صادراتی زعفران به همراه میزان اهمیت آنها ارائه می‌شود. همچنین بر مبنای امتیازاتی که هر پاسخگو به میزان عملکرد و میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های برنامه‌های داده است، نمره یا امتیازی برای تفاوت بین عملکرد و اهمیت هر شاخص به روش *CSM* محاسبه گردیده که تحت عنوان «میزان دستیابی به موفقیت در اقدامات داخلی مدیریت بازاریابی» در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵. برآورد میزان عملکرد، اهمیت و کسب موفقیت از نظر و دیدگاه پاسخگویان در رابطه با اقدامات و

برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

تعداد	میانگین	کمترین امتیاز	بیشترین امتیاز	انحراف معیار	میزان نظر و دیدگاه
۵	۲۰/۶۳	۲	۳۵	۱۲/۸۰	میزان دستیابی به موفقیت در اقدامات داخلی مدیریت بازاریابی
۵	۷۱/۲۷	۶۰	۸۷	۱۳/۳۰ میزان عملکرد
۵	۹۱/۹۰	۸۷	۱۰۰	۵/۵۱ میزان اهمیت

بر اساس اطلاعات گزارش شده در جدول ۵ مشاهده می‌شود که متوسط میزان عملکرد شاخص‌های برنامه‌های مدیریت بازاریابی حدوداً برابر با ۷۱ واحد از سقف ۱۰۰ امتیاز است که این آماره برای میزان اهمیت به حدود ۹۲ واحد افزایش می‌یابد. در واقع میزان امتیاز یا نمره‌ای که شرکت‌های صادراتی زعفران در حوزه اقدامات و برنامه‌های داخلی مدیریت بازاریابی برای موفقیت باید کسب نمایند حدوداً برابر با ۲۱ واحد است. یعنی پنج شرکت خصوصی منتخب در حوزه‌ای زعفران، حدود ۲۱ واحد با موفقیت در برنامه‌ها و اقدامات داخلی مدیریت بازاریابی برای صادرات زعفران فاصله دارند. این فاصله در مقایسه با نتایج تحلیل کلیه شرکت‌ها که در صفحه ۱۱ همین گزارش، ارائه شده (۲۸ واحد اختلاف) نشان می‌دهد که پنج شرکت منتخب در این خصوص از وضعیت بهتری برخوردارند. که البته باز هم باید با برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌های صحیح و دقیق نسب به جبران این فاصله و دستیابی به موفقیت، اقدامات لازم را انجام دهند.

نکته قابل توجه آن است که هیچ یک از پنج پاسخگو حداکثر امتیاز را به عملکرد در این حوزه تخصیص نداده‌اند و حداکثر نمره اختصاص داده شده برای عملکرد اقدامات داخلی بازاریابی شرکت‌ها برابر با ۸۷ واحد بوده



۴۲ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

است. همچنین میزان پراکندگی نظرات و دیدگاه‌های پاسخگویان در بخش عملکرد خیلی بیشتر از بخش اهمیت می‌باشد (انحراف معیار عملکرد برابر با ۱۳ که در اهمیت برابر با ۵ واحد است).

توصیف یافته‌های مرتبط با برنامه‌ها و اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی از نگاه پنج برند منتخب

در ادامه این گزارش و در بخش حاضر به گزارش و توصیف شاخص‌هایی پرداخته می‌شود که برای سنجش برنامه‌ها و اقدامات نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی در صنعت زعفران کشور جهت افزایش صادرات زعفران ایران، تدوین و مطرح گردیده‌اند. در واقع در این بخش به مانند بخش قبل میزان عملکرد و میزان اهمیت ۱۵ شاخص برای اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی مورد سنجش و پایش قرار گرفته‌اند.

جدول ۶. نحوه توزیع دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان عملکرد هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی در خصوص صادرات زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت عملکردی	توزیع درصد فراوانی هر یک از گزینه‌ها برای میزان عملکرد هر شاخص							عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی	
	امتیاز ۰	امتیاز ۱	امتیاز ۲	امتیاز ۳	امتیاز ۴	امتیاز ۵	امتیاز ۶		امتیاز ۷
۷	%۰	%۰	%۰	%۲۰	%۴۰	%۴۰	%۰	%۰	۱. سیاست‌ها و قوانین
۱۲	%۰	%۰	%۰	%۰	%۲۰	%۴۰	%۴۰	%۰	۲. تسهیلات و حمایت مادی
۴	%۲۵	%۰	%۲۵	%۲۵	%۰	%۰	%۲۵	%۰	۳. حمایت معنوی
۹	%۰	%۰	%۲۰	%۰	%۲۰	%۴۰	%۲۰	%۰	۴. آموزش و پرورش صادرکننده توسط دولت
۱۴	%۰	%۰	%۰	%۰	%۲۰	%۰	%۶۰	%۲۰	۵. اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص و کم تجربه
۱۵	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۲۵	%۵۰	%۲۵	۶. عضویت در سازمان تجارت جهانی
۱۳	%۰	%۰	%۰	%۰	%۲۵	%۰	%۵۰	%۲۵	۷. تبلیغات توسط دولت
۱۰	%۰	%۰	%۰	%۲۵	%۰	%۵۰	%۰	%۲۵	۸. بازاریابی توسط دولت
۲	%۰	%۴۰	%۰	%۲۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	۹. خدمات گمرک
۸	%۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۲۰	%۲۰	%۲۰	۱۰. خدمات سیستم بانکی
۱۱	%۰	%۰	%۰	%۰	%۵۰	%۲۵	%۰	%۲۵	۱۱. خدمات سیستم حمل و نقل



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۴۳

۶	%۰	%۲۵	%۰	%۰	%۲۵	%۵۰	%۰	%۰	۱۲. خدمات بیمه
۳	%۰	%۰	%۶۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	۱۳. خدمات اتاق بازرگانی
۵	%۰	%۰	%۴۰	%۰	%۲۰	%۴۰	%۰	%۰	۱۴. خدمات سازمان جهاد کشاورزی
۱	%۰	%۲۰	%۴۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	۱۵. خدمات اداره استاندارد

جدول ۷. بررسی و مقایسه توصیفی دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان عملکرد هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی در خصوص صادرات صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت عملکردی	توصیف میزان عملکرد هر شاخص				تعداد	عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی
	انحراف معیار	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	میانگین		
۷	۱۲/۰	۵۷	۲۹	۴۰/۰	۵	۱. سیاست‌ها و قوانین
۱۲	۱۲/۰	۴۳	۱۴	۲۵/۷	۵	۲. تسهیلات و حمایت مادی
۴	۳۵/۷	۱۰۰	۱۴	۶۰/۷	۴	۳. حمایت معنوی
۹	۲۱/۷	۷۱	۱۴	۳۷/۱	۵	۴. آموزش و پرورش صادرکننده توسط دولت
۱۴	۱۵/۶	۴۳	۰	۱۷/۱	۵	۵. اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص و کم تجربه
۱۵	۱۱/۷	۲۹	۰	۱۴/۳	۴	۶. عضویت در سازمان تجارت جهانی
۱۳	۱۸/۰	۴۳	۰	۱۷/۹	۴	۷. تبلیغات توسط دولت
۱۰	۲۳/۳	۵۷	۰	۲۸/۶	۴	۸. بازاریابی توسط دولت
۲	۲۱/۷	۸۶	۴۳	۶۲/۹	۵	۹. خدمات گمرک
۸	۳۷/۰	۸۶	۰	۴۰/۰	۵	۱۰. خدمات سیستم بانکی
۱۱	۲۰/۲	۴۳	۰	۲۸/۶	۴	۱۱. خدمات سیستم حمل و نقل
۶	۲۷/۰	۸۶	۲۹	۴۶/۴	۴	۱۲. خدمات بیمه
۳	۱۲/۸	۷۱	۴۳	۶۲/۹	۵	۱۳. خدمات اتاق بازرگانی
۵	۲۱/۷	۷۱	۲۹	۴۸/۶	۵	۱۴. خدمات سازمان جهاد کشاورزی
۱	۱۶/۳	۸۶	۴۳	۶۵/۷	۵	۱۵. خدمات اداره استاندارد



۴۴ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

همان‌طور که از یافته‌های جدول ۷ بر می‌آید، خدمات اداره استاندارد دارای بالاترین سطح عملکرد با میانگین ۶۵/۷ بوده است و پس از آن خدمات گمرک با حدود ۶۲/۹ امتیاز از سقف ۱۰۰ امتیاز قرار دارد. در مقابل شاخص اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص و کم‌تجربه با میانگین عملکردی ۱۴/۳ واحد از سقف ۱۰۰ امتیاز دارای پایین‌ترین عملکرد در بین شاخص‌های مورد مطالعه می‌باشد. وضعیت عملکردی سایر شاخص‌ها نیز در جدول ۷ قابل مشاهده و تفسیر می‌باشد.

نتیجه و نکات مدیریتی تحلیل وضعیت عملکرد نهادهای خدماتی دولتی و نیمه دولتی از نگاه پنج برند منتخب:

همانگونه که در جداول فوق، مشاهده می‌شود در حوزه نهادهای خدماتی دولتی و نیمه دولتی، بهترین عملکردها به ترتیب به اداره استاندارد، گمرک و اتاق بازرگانی اختصاص دارد.

و در این بخش نتیجه حاصله با نتایج حاصل از تحلیل کلیه فعالان صنعت، کاملاً مشابه می‌باشد.

و ضعیف‌ترین عملکردها نیز به ترتیب شامل: اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد کم‌تجربه به بازار، عضویت در تجارت جهانی و تبلیغات توسط دولت بوده است.

و در این بخش نیز نتیجه حاصله با نتایج حاصل از تحلیل کلیه فعالان صنعت تفاوت چندانی ندارد.

و پیشنهادات کاربردی نیز همانند بخش کلی مندرج در صفحه ۱۴ این گزارش می‌باشد.





کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۴۵

جدول ۸. نحوه توزیع دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی در خصوص صادرات صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توزیع درصد فراوانی هر یک از گزینه‌ها برای میزان اهمیت هر شاخص							عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی
	امتیاز ۷	امتیاز ۶	امتیاز ۵	امتیاز ۴	امتیاز ۳	امتیاز ۲	امتیاز ۱	
۴	%۶۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱. سیاست‌ها و قوانین
۶	%۶۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۲. تسهیلات و حمایت مادی
۱۵	%۵۰	%۰	%۲۵	%۰	%۰	%۰	%۲۵	۳. حمایت معنوی
۸	%۴۰	%۴۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۴. آموزش و پرورش صادرکننده توسط دولت
۱۰	%۸۰	%۰	%۰	%۰	%۲۰	%۰	%۰	۵. اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص و کم تجربه
۱۳	%۶۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۲۰	۶. عضویت در سازمان تجارت جهانی
۲ و ۱	%۱۰۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۷. تبلیغات توسط دولت
۱۴	%۵۰	%۲۵	%۰	%۰	%۰	%۰	%۲۵	۸. بازاریابی توسط دولت
۱۲	%۴۰	%۲۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۹. خدمات گمرک
۲ و ۱	%۱۰۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۰. خدمات سیستم بانکی
۳	%۷۵	%۲۵	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۱. خدمات سیستم حمل و نقل
۵	%۷۵	%۰	%۲۵	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۲. خدمات بیمه
۹	%۶۰	%۲۰	%۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	۱۳. خدمات اتاق بازرگانی
۱۱	%۸۰	%۰	%۰	%۰	%۲۰	%۰	%۰	۱۴. خدمات سازمان جهاد کشاورزی
۷	%۶۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱۵. خدمات اداره استاندارد

در جدول فوق، نحوه توزیع پاسخ‌های آزمودنی‌ها به میزان اهمیت هر یک از ۱۵ شاخص مطرح شده در حوزه برنامه‌ها و اقدامات نهادهای دولتی و نیمه دولتی ارائه گردیده است. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌گردد، ۶۰ درصد از پاسخگویان امتیاز ۷ را به شاخص «سیاست‌ها و قوانین» داده‌اند و ۴۰ درصد امتیاز ۶ را به این شاخص تخصیص داده‌اند و هیچ یک از پاسخگویان امتیاز دیگری را برای این شاخص در نظر نگرفته‌اند. برای سایر شاخص‌ها نیز نحوه توزیع پاسخ‌ها ارائه شده است که قابل تفسیر و تحلیل می‌باشد.



۴۶ / (نیا)سنجی (اهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

جدول ۹. بررسی و مقایسه توصیفی دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی در خصوص صادرات صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توصیف میزان اهمیت هر شاخص				تعداد	عناوین شاخص‌های اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی
	انحراف معیار	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	میانگین		
۴	۷/۸	۱۰۰	۸۶	۹۴/۳	۵	۱. سیاست‌ها و قوانین
۶	۱۲/۸	۱۰۰	۷۱	۹۱/۴	۵	۲. تسهیلات و حمایت مادی
۱۵	۴۷/۲	۱۰۰	۰	۶۷/۹	۴	۳. حمایت معنوی
۸	۱۲/۰	۱۰۰	۷۱	۸۸/۶	۵	۴. آموزش و پرورش صادرکننده توسط دولت
۱۰	۲۵/۶	۱۰۰	۴۳	۸۸/۶	۵	۵. اعتبارسنجی صادرکننده و جلوگیری از ورود افراد غیرمتخصص و کم تجربه
۱۳	۴۲/۶	۱۰۰	۰	۷۷/۱	۵	۶. عضویت در سازمان تجارت جهانی
۲ و ۱	۰/۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰/۰	۴	۷. تبلیغات توسط دولت
۱۴	۴۸/۱	۱۰۰	۰	۷۱/۴	۴	۸. بازاریابی توسط دولت
۱۲	۱۴/۳	۱۰۰	۷۱	۸۵/۷	۵	۹. خدمات گمرک
۲ و ۱	۰/۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰/۰	۵	۱۰. خدمات سیستم بانکی
۳	۷/۱	۱۰۰	۸۶	۹۶/۴	۴	۱۱. خدمات سیستم حمل و نقل
۵	۱۴/۳	۱۰۰	۷۱	۹۲/۹	۴	۱۲. خدمات بیمه
۹	۱۸/۶	۱۰۰	۵۷	۸۸/۶	۵	۱۳. خدمات اتاق بازرگانی
۱۱	۲۵/۶	۱۰۰	۴۳	۸۸/۶	۵	۱۴. خدمات سازمان جهاد کشاورزی
۷	۱۲/۸	۱۰۰	۷۱	۹۱/۴	۵	۱۵. خدمات اداره استاندارد

یافته‌های گزارش شده در جدول ۹ نشان می‌دهند که در بین شاخص‌های مورد مطالعه، شاخص‌های «تبلیغات توسط دولت» و «خدمات سیستم بانکی» با میانگین ۱۰۰ از سقف ۱۰۰ امتیاز، دارای بالاترین اهمیت و اولویت در بین شاخص‌های مورد مطالعه می‌باشد. در مقابل شاخص «حمایت معنوی» با میانگین اکتسابی ۶۷/۹ از ۱۰۰ دارای کمترین اهمیت در بین شاخص‌های مطرح شده است (هر چند که این شاخص امتیازی برابر با ۶۸ از سقف ۱۰۰ امتیاز را کسب نموده است).



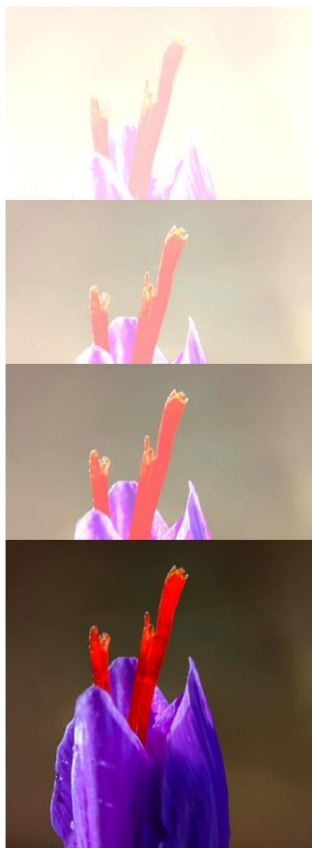
کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۴۷

✓ نتیجه و نکات مدیریتی تحلیل اهمیت خدمات دولتی و نیمه دولتی از نگاه پنج برند منتخب:

همانگونه که در جداول فوق، مشاهده می شود در زمینه خدمات نهادهای دولتی و نیمه دولتی، بیشترین اهمیت ها را به ترتیب تبلیغات توسط دولت، خدمات سیستم بانکی و سیستم حمل و نقل دارا می باشند.

و کمترین اهمیت ها نیز به ترتیب شامل: حمایت معنوی دولت، بازاریابی توسط دولت و خدمات جهاد کشاورزی است.

و همانگونه که مشاهده می شود در این بخش نیز نتیجه حاصله با نتایج حاصل از تحلیل کلیه فعالان صنعت تفاوت چندانی ندارد. و پیشنهادات کاربردی نیز همانند بخش کلی مندرج در این گزارش می باشد.





۴۸ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

محاسبه و تحلیل میزان عملکرد و اهمیت اقدامات نهادهای دولتی و نیمه دولتی

در ادامه این بخش به توصیف و جمع بندی یافته‌های حاصل از نظر و دیدگاه پاسخگویان در رابطه با مجموع شاخص‌های مطروحه برای عملکرد و اهمیت اقدامات نهادهای دولتی و نیمه دولتی پرداخته شده و میزان عملکرد اقدامات و برنامه‌های آنها به همراه میزان اهمیت ارائه می‌گردد. همچنین بر مبنای امتیازاتی که هر پاسخگو به میزان عملکرد و میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های برنامه‌ای داده است، نمره یا امتیازی برای تفاوت بین عملکرد و اهمیت هر شاخص به روش CSM محاسبه گردیده که تحت عنوان «میزان دستیابی به موفقیت در اقدامات نهادهای دولتی و نیمه دولتی» در جدول ذیل ارائه گردیده است.

جدول ۱۰. برآورد میزان عملکرد، اهمیت و نظر و دیدگاه مثبت پاسخگویان در رابطه با اقدامات و برنامه‌های نهادهای دولتی و نیمه دولتی در خصوص صادرات صنعت زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

تعداد	میانگین	کمترین امتیاز	بیشترین امتیاز	انحراف معیار	میزان نظر و دیدگاه
۵	۴۶/۳۸	۱۷	۶۶	۱۸/۴۹	میزان دستیابی به موفقیت در اقدامات نهادهای دولتی و نیمه دولتی
۵	۴۰/۲۶	۲۷	۵۲	۹/۸۰ میزان عملکرد
۵	۸۶/۷۳	۵۷	۱۰۰	۱۶/۹۱ میزان اهمیت

یافته‌های گزارش شده در جدول ۱۰ حاکی از آن است که تفاوت زیادی بین میزان اهمیت و میزان عملکرد شاخص‌های برنامه‌ای و اقدامات نهادهای دولتی و نیمه دولتی در حوزه صادرات زعفران ایران وجود دارد. به طوری که پاسخگویان میزان عملکرد این نهادها را حدوداً ۴۰ واحد از سقف ۱۰۰ واحد ارزیابی کرده‌اند، ولی در مقابل میزان اهمیت شاخص‌های برنامه‌ای این نهادها را حدود ۸۷ واحد دانسته‌اند.

بنابراین حدود ۴۶ واحد اختلاف بین میزان عملکرد و اهمیت وجود دارد که برای دستیابی به موفقیت در حوزه‌ی نهادهای دولتی و نیمه دولتی، باید این فاصله یا گپ مرتفع گردد. نکته قابل توجه این که از نگاه پنج برند منتخب فاصله بین عملکرد و اهمیت نهادهای دولتی و نیمه دولتی کمتر است. (در حالت قبلی این فاصله ۶۰ واحد بوده است). بنابراین لازم است تا نهادهای دولتی و نیمه دولتی با شناخت نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت نسبت به رفع و کاهش این اختلاف برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۴۹

لازم و قابل توجهی را اعمال نمایند.

توصیف بازارهای هدف صادرات زعفران

در این بخش از این مطالعه به توصیف میزان اهمیت و اولویت بازارهای صادراتی زعفران ایران پرداخته می‌شود و رتبه هر یک از بازارهای عمده این محصول از دیدگاه پاسخگویان (خبرگان و متخصصین منتخب حوزه زعفران) در جدول ۱۱ ارائه می‌گردد.

جدول ۱۱. بررسی و مقایسه دیدگاه پاسخگویان در رابطه با اولویت‌بندی بازارهای هدف صادرات زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت بازار هدف	شأنص‌های توصیفی					نمونه توزیع درصد فراوانی					بازارهای هدف
	انحراف معیار	بیشترین اولویت	کمترین اولویت	میانگین	تعداد	اولویت ۵	اولویت ۴	اولویت ۳	اولویت ۲	اولویت ۱	
۱ و ۲	۰/۷	۳	۱	۲/۰	۵	%۰	%۰	%۲۰	%۶۰	%۲۰	۱. اروپا
۴	۱/۱	۴	۱	۲/۴	۵	%۰	%۲۰	%۲۰	%۴۰	%۲۰	۲. آمریکای شمالی
۷	۱/۹	۵	۱	۳/۸	۴	%۵۰	%۲۵	%۰	%۰	%۲۵	۳. آمریکای جنوبی
۶ و ۵	۱/۳	۵	۲	۳/۵	۴	%۲۵	%۲۵	%۲۵	%۲۵	%۰	۴. استرالیا و اقیانوسیه
۳	۱/۸	۵	۱	۲/۲	۵	%۲۰	%۰	%۲۰	%۰	%۶۰	۵. آسیای جنوب شرقی
۸	۰/۰	۵	۵	۵/۰	۲	%۱۰۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۶. آسیای میانه
۲ و ۱	۱/۲	۴	۱	۲/۰	۵	%۰	%۲۰	%۰	%۴۰	%۴۰	۷. حوزه خلیج فارس
۶ و ۵	۰/۷	۴	۳	۳/۵	۲	%۰	%۵۰	%۵۰	%۰	%۰	۸. آفریقا

همان‌طور که یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد، از دیدگاه پاسخگویان که برندهای منتخب حوزه زعفران هستند، بازارهای اروپا و حوزه خلیج فارس می‌تواند اولویت اول و دوم صادرات زعفران ایران باشد. پس از آن بازارها، بازار آسیای جنوب شرقی در رتبه سوم قرار می‌گیرد. همانگونه که ملاحظه می‌شود نسب به تحلیل‌های کل برندهای منتخب و فعالان صنعت، اختلافی بین اولویت‌های بازارهای هدف صادراتی وجود دارد (در حالت قبلی اولویت ۱ بازار آسیای جنوب شرقی، اولویت دوم، اروپا و اولویت سوم کشورهای حوزه خلیج

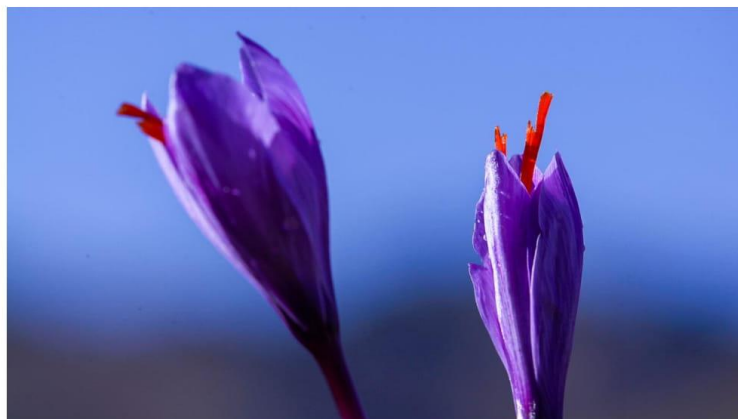


۵۰ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

فارس بوده است) در مقابل کمترین اولویت برای صادرات زعفران ایران از نگاه برندهای منتخب، بازارهای آسیای میانه و آمریکای جنوبی می‌باشد که به ترتیب در پایین سطح اولویت پاسخگویان قرار گرفته است. که این نیز با حالت قبلی اختلاف مختصری به شکل زیر دارد: در حالت قبلی و از دیدگاه کل برندها، آسیای میانه و آفریقا جزو کم اهمیت ترین بازارها بوده اند در جدول ۱۱ نحوه‌ی پاسخگویی آزمودنی‌ها و نیز آماره‌های توصیفی حاصل از این پاسخ‌ها برای هر یک بازارهای هدف ارائه شده که قابل مشاهده می‌باشد.

نتیجه حاصل از توصیف بازارهای هدف آتی از نگاه پنج برند منتخب صنعت زعفران:

- اولویت ۱- کشورهای اروپایی به ویژه: اسپانیا، پرتغال، فرانسه، ایتالیا، آلمان، نروژ
- اولویت ۲- کشورهای حوزه خلیج فارس به ویژه: امارات، قطر، عمان، عربستان، کویت
- اولویت ۳- کشورهای آسیای جنوب شرقی به ویژه: چین-هند-تایلند-کره- ژاپن





کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۵۱

وضعیت مزیت‌های رقابتی صادرات زعفران از نگاه پنج برند منتخب زعفران

در بخش آخر پرسشنامه مورد مطالعه، به مزیت‌های رقابتی حوزه محصولات و خدمات صادرات زعفران ایران پرداخته شده است و میزان اهمیت هر یک از این مزیت‌های رقابتی از دیدگاه خبرگان و متخصصین منتخب پاسخگو در جدول ۱۲ ارائه می‌گردد.

جدول ۱۲. نحوه توزیع دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از مزیت‌های رقابتی

صادرات زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توزیع درصد فراوانی هر یک از گزینه‌ها برای میزان اهمیت هر مزیت رقابتی							مزیت‌های رقابتی
	امتیاز ۷	امتیاز ۶	امتیاز ۵	امتیاز ۴	امتیاز ۳	امتیاز ۲	امتیاز ۱	
۴ و ۳ و ۲	%۲۰	%۸۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۱. قیمت
۱	%۴۰	%۶۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۲. کیفیت
۸	%۲۰	%۲۰	%۶۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۳. بسته‌بندی
۷ و ۶ و ۵	%۶۰	%۰	%۲۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	۴. خدمات
۴ و ۳ و ۲	%۴۰	%۴۰	%۲۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۵. نوآوری
۴ و ۳ و ۲	%۲۰	%۸۰	%۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۶. سرعت
۷ و ۶ و ۵	%۴۰	%۲۰	%۴۰	%۰	%۰	%۰	%۰	۷. استاندارد
۷ و ۶ و ۵	%۶۰	%۲۰	%۰	%۰	%۲۰	%۰	%۰	۸. تبلیغات و برند

نتایج ارائه شده در جدول ۱۲ نحوه پاسخگویی آزمودنی‌ها به هر یک از مزیت‌های رقابتی را نشان می‌دهد. برای مثال به مزیت رقابتی «کیفیت» ۶۰ درصد امتیاز ۶ و ۴۰ درصد امتیاز ۷ را تخصیص داده‌اند. در مقابل هیچ یک از پاسخگویان، امتیازی بین ۰ تا ۵ به این شاخص تخصیص نداده‌اند. برای سایر مزیت‌های رقابتی نیز به همین صورت نحوه پاسخگویی ارائه گردیده است. همچنین در این جدول براساس میانگین اکتسابی هر شاخص، اولویت‌بندی صورت گرفته و میزان اهمیت هر مزیت رقابتی رتبه گرفته است. در جدول ۱۳ که در ادامه آمده است، شاخص‌های توصیفی مرتبط با هر مزیت محاسبه و گزارش می‌شود.



۵۲ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

جدول ۱۳. بررسی و مقایسه توصیفی دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با میزان اهمیت هر یک از مزیت‌های رقابتی صادرات زعفران ایران در سال ۱۳۹۶

اولویت اهمیتی	توصیف میزان اهمیت هر مزیت				تعداد	مزیت‌های رقابتی
	انحراف معیار	بیشترین امتیاز	کمترین امتیاز	میانگین		
۴ و ۳ و ۲	۶/۴	۱۰۰	۸۶	۸۸/۵۷	۵	۱. قیمت
۱	۷/۸	۱۰۰	۸۶	۹۱/۴۳	۵	۲. کیفیت
۸	۱۲/۸	۱۰۰	۷۱	۸۰/۰۰	۵	۳. بسته‌بندی
۷ و ۶ و ۵	۲۰/۲	۱۰۰	۵۷	۸۵/۷۱	۵	۴. خدمات
۴ و ۳ و ۲	۱۲/۰	۱۰۰	۷۱	۸۸/۵۷	۵	۵. نوآوری
۴ و ۳ و ۲	۶/۴	۱۰۰	۸۶	۸۸/۵۷	۵	۶. سرعت
۷ و ۶ و ۵	۱۴/۳	۱۰۰	۷۱	۸۵/۷۱	۵	۷. استاندارد
۷ و ۶ و ۵	۲۴/۷	۱۰۰	۴۳	۸۵/۷۱	۵	۸. تبلیغات و برند
---	۱۰/۳	۱۰۰	۷۳	۸۶/۷۹	۵	مجموع

از نتایج ارائه شده در جدول ۱۳ چنین برمی‌آید که از دیدگاه پاسخگویان، مزیت رقابتی «کیفیت» با میانگینی حدود ۹۱ از سقف ۱۰۰ دارای بالاترین مزیت رقابتی است. پس از آن مزیت‌های «قیمت»، «نوآوری» و «سرعت» با میانگینی حدود ۸۹ واحد از ۱۰۰ قرار دارد.

همچنین میزان انحراف معیار محاسبه شده برای هر مزیت، حاکی از آن است که پراکندگی نظرات یا پاسخ‌ها برای مزیت رقابتی «تبلیغات و برند» با مقدار ۲۴/۷ واحد از همه‌ی مزیت‌های رقابتی بیشتر می‌باشد. در مقابل در مزیت‌های رقابتی «قیمت» و «سرعت» کمترین میزان پراکندگی یا بیشترین شباهت و همگنی وجود دارد (با مقدار ۶/۴ واحد).

در مجموع مزیت‌های رقابتی مطرح شده، دارای میانگین اهمیتی حدوداً برابر با ۸۷ واحد از ۱۰۰ امتیاز می‌باشد و انحراف معیار آن برابر با ۱۰ است.



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۵۳

✓ نتیجه و نکات مدیریتی حاصل از تحلیل اهمیت مزیت‌های رقابتی از نگاه پنج برند منتخب:

کیفیت، عاملی است که از نظر کلیه فعالان و برندهای برتر به عنوان مهم‌ترین مزیت رقابتی عنوان شده است. سرعت نیز عاملی است که همگی شرکت‌ها در آن اتفاق نظر داشته‌اند. تبلیغات و برند از نگاه کل فعالان و قیمت و نوآوری از نگاه ۵ برند منتخب به عنوان مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی تشخیص داده شده‌اند:

۱- استمرار و تداوم کیفیت تولید مواد اولیه و کیفیت تولید محصول و بسته‌بندی همچنان مورد توجه قرار بگیرد.

۲- برای توسعه نوآوری و مدیریت قیمت‌گذاری و هزینه‌ها برنامه‌ریزی و اجرای لازم صورت پذیرد. در این راستا استخدام افراد نوآور و خلاق، حمایت مدیران ارشد از افراد خلاق، برگزاری جلسات خلاقیت و اختصاص بودجه برای خلاقیت و نوآوری و تحقیق و توسعه ضروری می‌باشد.

همچنین توسعه انضباط مالی و سیستم‌ها و روش‌های بهره‌وری و مدیریت هزینه‌ها جزو اولویت‌های اساسی شرکت‌ها خواهد بود.

۳- بر روی افزایش سرعت شرکت‌های زعفران ایرانی از ابعاد مختلف منجمه: سرعت تحویل کالا، سرعت تولید، سرعت خدمات جانبی و ... کار شود.





۵۴ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

بخش سوم

عوامل و نکات مندرج در سوال باز

مربوط به سایر نکات تکمیلی



کلیات و خلاصه‌ای از یافته‌های پژوهش / ۵۵

پس از بررسی نظرات تشریحی پاسخ دهندگان عوامل زیر شناسایی شدند:

- ۱- تقویت برندهای اصلی جهت کسب بالاترین قدرت و بازارسازی در سطح بین‌المللی
- ۲- کاهش رقابت‌های بین‌بنگامی و ایجاد مدل‌های پیشرفته توسعه بازار، مانند: شرکت‌های خدمات مدیریت صادرات
- ۳- ایجاد دفاتر خارج از کشور و فروش متمرکز توسعه‌ای که علاوه بر فروش، فرهنگ‌سازی مصرف را نیز انجام دهند.
- ۴- پیگیری رفع قوانین تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای به ویژه در بازارهای چین و هندوستان
- ۵- تمرکز بر بازارهای دارای ظرفیت بالای توسعه، مانند آسیای جنوب شرقی، چین، ژاپن، کره، هندوستان و...
- ۶- انجام تحقیقات کاربردی متنوع و گسترده بخصوص در مورد خواص دارویی زعفران با همکاری دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی داخلی و خارجی
- ۷- تلاش برای جایگزینی زعفران به جای رنگ‌های مصنوعی غذا به ویژه در کشورهایی که دارای مصرف بسیار بالا هستند مانند: اسپانیا، پرتغال که سالیانه ۱۰۰۰ تن مصرف رنگ زرد در غذا دارند.
- ۸- هزینه حمل برای صادرات زعفران با بسته‌بندی کوچک بسیار بالا است. کمک‌ها و حمایت‌های مالی برای جبران این هزینه‌های بالا باعث خواهد شد قدرت رقابت زعفران ایرانی در بازارهای خارجی به ویژه از نظر قیمتی بیشتر شود.
- ۹- پیش‌بینی جوایز صادراتی به صورت جبرانی برای زعفران پودر شده با توجه به تعرفه بالای ورود این کالا به بازارهای اروپایی
- ۱۰- نهادینه کردن و ارتقا میزبان مفید مصرف زعفران در سطح ملی و بین‌المللی مبنی بر توصیه‌های پزشکی (مصرف ۱۰۰ میلی‌گرم در روز برای هر نفر که به ازاء هر ۱۰ میلیون نفر در کشورهای پرجمعیت، ۳۰۰ تن بازار مصرف ایجاد می‌شود)
- ۱۱- تمرکز بر زنجیره ارزش و افزایش منافع تمامی اجزاء زنجیره ارزش به خصوص تولیدکنندگان، واحدهای فرآوری، بسته‌بندی، فروشندگان، صادرکنندگان و مصرف‌کنندگان.
- ۱۲- پایش میزان دسترسی به اهداف طبق برنامه‌های عملیاتی و انجام اقدامات مؤثر حین پروژه‌ها
- ۱۳- تدوین فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک بازار و بازاریابی زعفران
- ۱۴- فراهم شدن اسباب نهادینه شدن و اجرایی شدن علم و فناوری و تولید محصول
- ۱۵- تأمین بودجه طرح جامع زعفران توسط دولت (۳)
- ۱۶- حمایت واقعی از بخش خصوصی و نهادهای مربوطه (۲)
- ۱۷- رفع موانع و مشکلات توسط نهادهای دولتی و نیمه دولتی (۲)
- ۱۸- تسهیلات ارزان قیمت جهت قابل رقابت بودن زعفران در بازارهای هدف توسعه (به خصوص اسپانیا)



۵۶ / نیازسنجی راهکارهای توسعه صادرات زعفران ایران

- ۱۹- عدم موازی کاری استاندارد و معاونت غذا و دارو
- ۲۰- عمل به قوانین معافیت صادراتی توسط سازمان امور مالیاتی / حل مسائل و مشکلات با سازمان امور اقتصاد و دارایی
- ۲۱- پیشگیری رفع موانع صادرات و واردات زعفران به چین و هندوستان (۲)
- ۲۲- استفاده از ماشین آلات صنعتی و مکانیزه در جهت کاهش هزینه تولید و کاهش آلودگی مواد خارجی
- ۲۳- تعدیل بروشور استاندارد میکروبی با توجه به بروشور استاندارد ۳۶۳۲ و عدم درخواست آزمون میکروبی توسط خریداران
- ۲۴- تسهیلات بانکی با حداقل سود به صادر کنندگان در جهت صادرات بیشتر
- ۲۵- جلوگیری از قاچاق بیاز زعفران به افغانستان
- ۲۶- یک پارچگی قوانین در جهت روان سازی صادرات و اطمینان به صادر کنندگان جهت برنامه ریزی طولانی مدت با طرف های خریدار
- ۲۷- تخصیص کردن صادرات زعفران توسط دست اندر کاران و شرکت های صادراتی
- ۲۸- پرهیز از فشارهای قانونی در شرایط رکود اقتصادی
- ۲۹- ثبات در قوانین، ایجاد بازارهای جدید و شناخت زعفران و مزیت های دارویی و درمانی اش به سایر کشورها
- ۳۰- ایجاد تعامل با کشورها در جهت پایین آوردن میزان تعرفه گمرکی
- ۳۱- جدا کردن قوانین صادراتی از قوانین سیاسی
- ۳۲- رفع موانع تولید و اندیشیدن به ایجاد ثبات قیمت داخلی زعفران
- ۳۳- ایجاد الگوی کشت مناسب جهت توسعه کشت زعفران در سطح کشور و تنش های تولید و آب و مقرون به صرفه بودن



کلیات و فواصل از یافته‌های پژوهش / ۵۷

در انتهای این گزارش از زحمات و حمایت های کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی خراسان رضوی ، مدیریت و اعضاء محترم اتحادیه صادرکنندگان زعفران و ریاست و اعضاء محترم شورای ملی زعفران تشکر و قدردانی می گردد.

با احترام



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

پیوست هفت



اتحادیه نظارت و هماهنگی
تعاونیهای روستایی و کشاورزی
منطقه شرق
شماره ثبت ۵۶۱۱۱

تاریخ: ۱۳۹۶/۰۶/۰۴
شماره: ۵۸۰/۳/۴۲۶۳

باسلام

اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی استان خراسان رضوی
ریاست محترم کمیسیون کشاورزی و آب

سلام علیکم

احتراماً، پیرو نامه شماره ۵۸۰/۳/۴۲۶۳ تاریخ ۱۳۹۶/۱۰/۱۴ به پیوست دو صفحه
جداول ضرایب پیشنهادی به همراه پیوست های مربوطه نیز جهت اقدامات بعدی ارسال
می گردد.

رمضان طاهری برون

مدیر عامل

رونوشت :

- ریاست محترم سازمان جهاد کشاورزی استان خراسان رضوی جهت استحضار
- مدیر کل محترم سازمان تعاون روستائی استان خراسان رضوی جهت استحضار

پیوست ۲



تاریخ: ۱۳۹۶/۱۱/۱۵

شماره: ۹۶/۳۸۱۵/ص

پیوست: دارد



جمهوری اسلامی ایران



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

بسم تعالی

جناب آقای یعقوب نژاد
مدیر کل محترم اداره کل امور مالیاتی خراسان رضوی

با سلام و احترام

با عنایت به برگزاری جلسات متعدد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی در سال جاری پیرامون اصلاح ضرایب مالیاتی در بخش کشاورزی با حضور فعالان محترم بخش کشاورزی استان و نمایندگان محترم اداره کل امور مالیاتی، به پیوست تصویر نامه شماره ۵۸۰/۲/۴۲۸۲ مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۲۰ اتحادیه نظارت و هماهنگی تعاونی های روستایی و کشاورزی منطقه شرق و نام ۲۳۲۰ مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۱۳ انجمن صنفی کارفرمایان کشتارگاه های طیور شرق کشور و جدول ضرایب پیشنهادی به همراه سایر پیوست های مربوطه به حضور ارسال می گردد.

خواهشمند است، دستور فرمایید در این زمینه اقدام و از نتیجه کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی را مطلع سازند.

با احترام

علی شریعتی مقدم
رئیس کمیسیون کشاورزی و آب
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی

رونوشت:

- جناب آقای شافعی- ریاست محترم اتاق: جهت استحضار
- جناب آقای کبیر- دبیر محترم اجرایی اتاق: جهت استحضار
- جناب آقای شریعتی مقدم- رئیس محترم کمیسیون کشاورزی و آب
- جناب آقای صادقی- مسئول محترم دفتر کشاورزی اتاق
- جناب آقای مهرآور- رئیس محترم دبیرخانه امور هماهنگی کمیسیون های تخصصی اتاق
- جناب آقای عیدی زاده- دبیر محترم کمیسیون کشاورزی و آب اتاق



محصولات نباتی، صنایع غذایی و فعالیت های وابسته												
ملاحظات	درصد از فروش						کد شناسایی فعالیت (آبسیک)			ردیف		
	خرده فروش		وارد کننده		عمده فروش		خرده	عمده	تولید			
	اصلی	پیشنهاد	اصلی	پیشنهاد	اصلی	پیشنهاد						
کارخانجات و کارگاه های ذرت خشک کنی، برنج و شالی کوبی ۶٪ از فروش تذکره فروشنده شالی ۵٪	-	۸	-	۱۰	۱۰۷	۳	-	-	۵,۲۲۲	۵,۱۲۳	۰۱۱۱	۱
عمده فروش ۷٪ و بار فروش که معاملات سلف انجام می دهد ۲۸٪ تذکره بسته بندی انواع میوه، سبزی پاک یا خرد شده معادل ضریب تولید کننده می باشد پیشنهاد: چنان چه از طریق اتحادیه ها و تعاونی های روستایی در اجرای طرح تنظیم بازار توزیع شود ۱۱.۵٪	-	۱۹	-	۲۵	*	۰	۹	۰	۵,۲۳۱	۵,۱۲۶	۰۱۱۲	۱۷
	۸	۱۵	۱۴	۱۴	۳	۵	۰	۰	۵,۲۲۱	۵,۱۲۶	۰۱۱۱	۱۸
تذکره تولید کننده انواع بذر گندم و جو ۷٪	۴	۱۰	۰	۱۴	۴	۱۵	۴	۹	۵,۲۳۸	۵,۱۲۵	۰۱۱۱ ۰۱۱۲	۱۵
تذکره خرده فروشی انواع گل طبیعی درجه یک ۵٪ درجه دو ۱۲٪ و درجه سوم ۱۱٪	۸	۱۲	۰	۱۰	۴	۶	۹	۹	۵,۲۳۸	۵,۱۲۵	۰۱۱۱	۱۶
	۴	۱۲	۱۶	۱۶	۳	۵	۰	۸	۵,۲۲۲	۵,۱۲۹	۰۱۱۲ ۱۵۴۸	۲۵
	۳	۱۲	۱۴	۱۴	۳	۵	۰	۷	۵,۲۳۸	۵,۱۲۵	۰۱۱۱	۲۷
تذکره تولید انواع کود حاصل از بازیافت پسماندهای خانگی و شهری و روستایی ۴٪	۱۰	۱۲	-	۱۲	-	۴	-	۷		۵,۱۴۸	۲۴۱۲	۳۲

حیوانات زنده، محصولات حیوانی و فعالیت های وابسته												
ملاحظات	درصد از فروش						کد شناسایی فعالیت (آبسیک)			ردیف		
	خرده فروش		وارد کننده		عمده فروش		خرده	عمده	تولید			
	اصلی	پیشنهاد	اصلی	پیشنهاد	اصلی	پیشنهاد						
کشتار، ایجاد بسته بندی ۱۷.۴٪ اجرت بگیر ۲۵٪ از اجرت دریافتی تذکره ۱-خرده فروشی گوشت قرمز (صنایع) ۶٪ تذکره ۲-عمده فروشی گوشت قرمز و سفید ۳٪	۲	۸	-	۱۰	۱.۵	۳.۵	-	*	۵,۲۲۲	۵,۱۲۷	۱۵۱۵	۴
پیشنهاد: کشتار، ایجاد بسته بندی ۱۷.۴٪ اجرت بگیر ۲۵٪ از اجرت دریافتی تذکره ۱-خرده فروشی گوشت قرمز (صنایع) ۶٪ تذکره ۲-عمده فروشی گوشت قرمز و سفید ۳٪	۱۰	۱۲	۷	۱۲	۲.۵	۴	۲.۵	۱۰	۵,۲۳۱	۵,۱۴۸	۲۴۱۲	۱۰
	۵	۱۲	۱۴	۱۴	۲	۵	۲	۱۰		۵,۱۲۹	۱۵۱۲ ۱۵۱۶	۱۱
تذکره تولید کننده انواع ترکیبات شیر (ظفر شیر کاکائو، شیر موز و...) ۹٪	-	۱۲	-	۱۴	-	۵	۲	۶	۵,۲۲۲	۵,۱۲۸	۰۱۲۴ ۱۵۲۰	۱۶
در صورت ضایعات فروش رفته در قیمت تمام شده تولید منظور شده باشد ۹۰٪ بهای فروش و در غیر اینصورت ۱۰٪ بهای فروش	۲	۱۰	۱۲	۱۲	۲	۵	-	*	۵,۲۲۲	۵,۱۴۷	۱۵۱۵	۸
پیشنهاد: در صورت ضایعات فروش رفته در قیمت تمام شده تولید منظور شده باشد ۱۰٪ بهای فروش و در غیر اینصورت ۲٪ بهای فروش	-	۱۴	-	۱۸	-	۵	۳	۱۱	۵,۲۵۹	۵,۱۲۸	۱۵۲۰	۱۷
تذکره عرضه مستقیم انواع بستنی، آبیوم، فالوده، شیر موز، نظایر آن (غیر شرکتی) ۲۰٪	-	۱۵	-	۲۰	-	۵	۳	۱۲	۵,۲۲۲	۵,۱۲۸	۱۵۲۰ ۱۵۵۶	۱۸
	-	۱۲	-	۱۴	-	۵	۲	۱۰		۵,۱۲۸	۱۵۲۰	۱۹
تذکره بسته بندی و فروش کره ۱۰٪	-	۱۴	-	۱۴	-	۵	۲	۹	۵,۲۵۹	۵,۱۲۸	۱۵۲۰	۲۰



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

پیوست هشت



پیوست ۸



سازمان ملی استاندارد
اداره کل استاندارد خراسان رضوی



سازمان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی
اداره کل دامپزشکی خراسان رضوی

به نام خدا

تفاهم نامه

این تفاهم نامه همکاری بین اداره کل دامپزشکی خراسان رضوی به نمایندگی آقای احمد شریعتی که از این پس به اختصار دامپزشکی نامیده می شود و اداره کل استاندارد خراسان رضوی به نمایندگی آقای علیرضا جمیع که از این پس به اختصار استاندارد نامیده می شود، به استناد مصوبات چهل و سومین جلسه شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی استان خراسان رضوی با اهداف و شرایط ذکر شده در زیر تنظیم گردید:

ماده ۱: هدف تفاهم نامه:

حذف موازی کاری، کاهش زمان و هزینه و انجام فرآیندهای مشترک در زمینه واردات نهاده های دام و طیور از مبادی ورودی رسمی استان

ماده ۲: موضوع تفاهم نامه:

نهاده های دام و طیور که جهت واردات مشمول مقررات استاندارد اجباری می باشند: شامل انواع کنجاله، ذرت دامی، جو دامی، سیوس گندم و گندم دامی

ماده ۳: مفاد تفاهم نامه:

۱-۳: تهیه فرم نمونه برداری مشترک (فرم نمونه برداری باید در برگیرنده کلیه مقررات و ضوابط هر دو سازمان باشد).

۲-۳: انجام نمونه برداری توسط نماینده (گان) واجد صلاحیت دامپزشکی

یادآوری - نماینده (گان) دامپزشکی باید از طریق استاندارد آموزش های لازم را مطابق استانداردهای ملی مربوط فرا گرفته و به تایید استاندارد برسند.

۳-۳: نمونه برداری انجام شده از محموله های وارداتی موضوع این تفاهم نامه باید دقیقاً بر مبنای استاندارد (های) ملی مرتبط و ضوابط و دستورالعمل های سازمان دامپزشکی باشد.

یادآوری - نمونه برداری از محموله های وارداتی بعد از ثبت اظهار در محل گمرک سرخس و یا اولین گمرک ورودی کالا انجام خواهد شد.

۴-۳: ارسال نمونه به آزمایشگاه توسط دامپزشکی انجام و همزمان نسخه ای از فرم نمونه برداری و نامه ارسال نمونه آزمایشگاه به استاندارد نیز ارجاع گردد.



سازمان ملی استاندارد
اداره کل استاندارد خراسان رضوی



سازمان بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی
اداره کل دامپزشکی خراسان رضوی

یادآوری ۱- آزمایشگاههایی که نمونه به آنها ارسال می شود باید آزمایشگاه همکار استاندارد بوده و مورد تایید دامپزشکی نیز باشند.

یادآوری ۲- فرم های مشترک آزمون باید توسط استاندارد و دامپزشکی در خصوص محصولات موضوع این تفاهم نامه تدوین گردد.

۳-۵: پس از انجام آزمون نتیجه آن توسط آزمایشگاه به استاندارد و دامپزشکی ارسال می گردد.

۳-۶: پس از اعلام نتیجه آزمون هر کدام از طرفین تفاهم نامه، ادامه فرایند ترخیص محموله های وارداتی را مطابق ضوابط قانونی موجود به انجام خواهند رساند.

فرم نمونه برداری مشترک، فهرست استانداردهای ملی و دستورالعمل های سازمان دامپزشکی مرتبط با موضوع تفاهم نامه، فرم های مشترک آزمون که به ضمیمه این تفاهم نامه آمده، هر یک جزء لاینفک این تفاهم نامه می باشد. این تفاهم نامه در دو نسخه که هر یک حکم واحد را دارد تهیه و به تایید طرفین رسیده است.

این تفاهم نامه از تاریخ به مدت یک سال در سطح استان خراسان رضوی اجرایی خواهد شد.

علیرضا جمیع
مدیر کل استاندارد خراسان رضوی

احمد شریعتی
مدیر کل دامپزشکی خراسان رضوی



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

پیوست نه



پیوست ۹



نشست تخصصی

گل‌های شافه‌پریده

زمان: دوشنبه ۱۳۹۶/۱۲/۱۴ ساعت ۱۹ الی ۱۳

محل برگزاری: بزرگراه شهیدکلاتری، حدفاصل میدان جمهوری اسلامی و جهاد، مرکز رشد فناوری کشاورزی، منابع طبیعی و صنایع غذایی

هدف:

توسعه فضای کسب و کار، ایجاد اکوسیستم کارآفرینی، فراهم نمودن بستر نوآوری و شبکه‌سازی تخصصی سهامداران زنجیره‌های ارزش "گل شاخه‌پریده"

محورهای نشست:

اقتصاد تولید، توسعه بازار، مدل‌های کسب و کار، آشنایی با زمینه‌های صادرات محصولات تولیدی، نحوه استفاده از خدمات پژوهشی، قوانین و مقررات قرنطینه (به‌همراه نمایشگاه ارائه محصولات وابسته)

حامیان:



«جهت هماهنگی و ثبت نام با شماره های ۳۸۷۱۷۰۹۸ تماس حاصل فرمایید»
۰۹۱۵۵۸۰۳۸۶۵



برگزارکننده: مرکز رشد فناوری کشاورزی، منابع طبیعی و صنایع غذایی
خراسان رضوی



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

عملکرد کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی سال ۱۳۹۶

پیوست ده



موضوع:

پیشرفت کار پروژه تولید و سرمایه گذاری در بخش کشاورزی، آب، صنایع تبدیلی و محیط زیست

پیوست ۱۰

شرح:

مشکل کمبود منابع آبی و استفاده ناصحیح از منابع موجود به عنوان بحران اصلی در کشور و به خصوص در منطقه شرق کشور روز به روز عمیق تر و جدی تر می شود. لزوم بازنگری در برنامه های پیش رو و توجه بیش از پیش به سرمایه گذاری مبتنی بر دانش روز و با هدف کاهش جدی میزان مصارف آب در بخش های مختلف، لزوم کاهش بروکراسی حاکم بر روند صدور مجوزها و ... و انجام پروژه های بزرگ مبتنی بر زنجیره ارزش و با هدف تولید صادرات و ترمیم تراز تجاری مبتنی بر مفاهیم آب مجازی بسیار ضروری و فوری است.

لذا کمیسیون کشاورزی و آب اتاق بازرگانی خراسان رضوی با همکاری دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی و سازمان ها و بخش های مرتبط درصدد است با دعوت از ریاست محترم صندوق توسعه ملی، مدیران بخش های سرمایه گذاری کشور از جمله مدیران بانک ها و ... به استان در جهت تحقق سرمایه گذاری ها و طرح های توسعه ی به صورت جدی پیگیری نماید. همچنین در بخش های محیط زیست، بی توجهی به سرمایه گذاری صحیح و حفاظت از منابع صدمات و لطمات جبران ناپذیری را به این بخش وارد نموده است که مستلزم برنامه ریزی و سرمایه گذاری مولد می باشد و به همین دلیل موضوعات آب و محیط زیست در این پروژه مورد توجه قرار می گیرد.

مراحل اجرایی:

۱	طرح موضوع با آقای مهندس و دریافت تایید و تاکید ایشان بر انجام این امر و توافق بر اشتراک در انجام با خراسان جنوبی
۲	طرح موضوع و تصویب در دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی
۳	مکاتبه با سازمان برنامه و بودجه، استانداری، سازمان جهاد کشاورزی و آب منطقه ای استان و درخواست موضوعات و طرح ها
۴	مکاتبه با تشکل های بخش خصوصی و کشاورزان عمده استان
۵	پیگیری از طریق دفتر سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان
۶	پیگیری از مرکز جذب و حمایت از سرمایه گذاری استانداری
۷	پیگیری از مرکز خدمات سرمایه گذاری سازمان اقتصاد و دارایی
۸	پیگیری از دفتر مرکز مطالعات راهبردی آب و محیط زیست اتاق ایران
۹	هماهنگی با ریاست محترم اتاق بازرگانی خراسان جنوبی برای اقدامات مشابه
۱۰	هماهنگی با استاندار محترم خراسان جنوبی برای اقدامات مشابه
۱۱	پیگیری از بخش های علمی کشور و استان (دانشگاه فردوسی، پژوهشکده ها و ...)



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی

تهیه و تنظیم: دبیرخانه کمیسیون کشاورزی و آب

نشانی: وکیل آباد- بین سامانیه و هنرستان- اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی- ساختمان شماره ۲

تلفن: ۳۸۸۴۲۹۳۱ داخلی ۲۱ و ۲۷

فاکس: ۳۸۸۴۲۹۳۱ داخلی ۲۰

آدرس سایت: <http://www.mccima.com>