

یادداشت/ چرا قیمت‌ها افزایش پیدا می‌کنند؟ به قلم میر اسلام تیموری



به گفته رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی افزایش قیمت تمام شده محصولات عمدتاً به پارامترهای کلان اقتصادی بر می‌گردد و تولیدکننده‌ای که به دلایل مختلف با افزایش قیمت نهاده‌ها یا مواد اولیه خود مواجه نمی‌شود، چاره‌ای جز افزایش قیمت ندارد اما اگر دولت سیاست‌های خود را اصلاح کند ضمن شفافیت بخشی به اقتصاد و قیمت‌ها، می‌تواند اقشار آسیب پذیر را از گزند تورم خودساخته در امان نگه داشته و با رقابت پذیر کردن اقتصاد، امکان کاهش واقعی قیمت‌ها را ایجاد کند.

میر اسلام تیموری - رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی - در یادداشتی نوشته: افزایش قیمت کالاهای و خدمات، ترجیع بنده تکراری در اقتصاد ایران دست کم طرف ۵۰ سال گذشته است. تورم، در سالهایی با درصدهای تک رقمی و در عموم سالهای گذشته با اعدادی دو رقمی به خودنما یی در عرصه اقتصاد کشور و بازی با روح و روان ایرانی‌ها پرداخته و همزمان از یک سو منجر به کاهش قدرت خرید خانوار و از سوی دیگر افزایش هزینه‌های تولید شده است.

سوال اینجاست که چرا در حالی که مهار تورم و حفظ رشد اقتصادی و

کاهش هزینه های تولید و صیانت از قدرت خرید مردم، راهکاری مشخص و تجربه شده در جهان دارد، اقتصاد ایران راهی برای مهار آن پیدا نمی‌کند و یا اینکه اگر راهی جسته، نتوانسته اراده نظام تصمیم گیری را بر تداوم این راهکار حفظ و تثبیت کند.

به نظر نویسنده دلیل اصلی در تداوم این وضعیت، تن دادن نظام سیاست گذاری کشور به الزامات اقتصاد بازار و دوری از نگاه دستوری در تعادل بخشی به نظام عرضه و تقاضا به خصوص با دخالت های غیر ضروری دولت است.

این در حالی است که تمسمک به اتهام گرانفروشی و نسبت دادن آن به عرضه کنندگان کالا و خدمات گرهی از این معضل نگشوده و تنها مشکل را چند صباخی به گردن تولید کنندگان انداخته است. در نتیجه هنوز دولت مردان نتوانسته اند مرز مشخصی بین گرانی و گران فروشی ترسیم کنند تا اعتبار و حیثیت کاری تولید کنندگان در بازار اتهام زنی های بی اساس به چوب حراج گذاشته نشود.

برای تبیین بهتر، شایسته است به این پرسش پاسخ بدھیم که اصولاً چرا قیمت‌ها افزایش پیدا می‌کنند؟

علت افزایش قیمت محصول یا خدمات در بازار را می‌توان در دو محور عمده تبیین کرد:

۱ - افزایش قیمت تمام شده محصول یا خدمات، که ناشی از افزایش قیمت‌ها در زنجیره تامین مواد اولیه و نهاده‌های متخلکه یک کالا و یا خدمات است. به طور مثال افزایش قیمت تمام شده محصولات لبنی، بیشتر متأثر از افزایش قیمت شیرخام دامداری‌ها و افزایش قیمت مواد بسته بندی است.

۲ - عدم تعادل در عرضه و تقاضای یک محصول یا خدمت که عموماً متأثر از عرضه کم آن نسبت به تقاضای زیاد آن محصول است. کمبود بعضی از محصولات کشاورزی در مقاطعی از سال به دلیل عدم عرضه کافی و یا تقاضای زیاد مثالی در این مورد است.

راه‌های کنترل افزایش قیمت در دو حوزه کاملاً متفاوت است:

افزایش قیمت تمام شده، عمدتاً به پارامترهای کلان اقتصادی برمنی گردد و تولیدکننده‌ای که به دلایل مختلف با افزایش قیمت نهاده‌ها یا مواد اولیه خود مواجه می‌شود، چاره‌ای جز افزایش قیمت ندارد.

مقاآمت معمول دولتها در مقابل افزایش قیمت متأثر از افزایش هزینه

های تولید قابل درک نیست زیرا عدم قبول افزایش قیمت نهاده ها از طرف تولید کننده به معنی عدم امکان تامین آن نهاده ها و به تبع آن عدم تولید است که خواه ناخواه به کاهش عرضه و کمبود کالا هم خواهد انجام مید.

لذا سرکوب قیمت کالا که راهکاری غلط اما نسخه ای تکراری از سوی دولتهای مختلف بوده، در نهایت اثر معکوس بر کنترل تنظیم بازار خواهد داشت. در واقع در این قسم از افزایش قیمت، این دولت است که وظیفه خود در مدیریت پارامترهای کلان اقتصاد از جمله نرخ تورم، رشد اقتصادی، میزان نقدینگی و نرخ برابری ارز را به درستی انجام نمی دهد که به افزایش هزینه تولید انجام میده است.

هیچ تردیدی نیست که نمیتوان کنترل متغیرهای اصلی اقتصاد کلان کشور را از تولید کنندگان انتظار داشت. در واقع در اینجا افزایش قیمت علت نیست بلکه، معلول است و تولیدکننده خود قربانی افزایش هزینه های تولید است.

همانطور که اشاره شد دلیل دیگر افزایش قیمت را باید در عدم تعادل عرضه و تقاضا جست. ممکن است به دلایل مختلف از جمله کمبود تولید، افزایش تقاضای فصلی و خشکسالی، بازار با کمبود کالایی مواجه شود که به ناچار با افزایش قیمت مواجه می شویم. وظیفه حاکمیت جهت کنترل بازار در این شرایط نمود پیدا می کند. حاکمیت باید با اجازه واردات با نرخ ارز یکسان که تولیدکننده داخلی بر اساس آن کالا تولید ممکن و با تعریفه منطقی که حمایت از تولیدکننده داخلی را هم در بر بگیرد، اجازه واردات کالا را بدهد تا افزایش قیمت محصول به دلیل کمبود آن رخ ندهد.

شرط اصلی و اساسی چنین راهکاری در یکسان بودن نرخ ارز است چراکه در غیر این صورت دولت با اینکا به نرخ ارزان ارز ترجیحی میتواند نسبت به واردات کالا با قیمت ارزان اقدام کند و باعث عدم صرفه تولید داخلی گردد در حالی که تامین کالا توسط تولیدکننده داخلی و واردات از خارج با نرخ ارز یکسان و با تعریفه منطقی واردات نه تنها باعث رقابت منطقی و افزایش کیفیت میشود، بلکه باعث تنظیم بازار به نفع مصرف کننده نیز خواهد شد.

اما آنچه هم اکنون در بازار شاهد آن هستیم آن است که قیمت برخی از کالاهای از قیمت های جهانی آن با ارز آزاد پیشی گرفته است. این در حالی است که تولید کننده داخلی حداقل بخشی از قیمت تمام شده

را با ارز ترجیحی پایین تر از نرخ ارز آزاد تهیه می کند. مثال واضح و آشکار و ملموس چنین وضعیتی را میتوان در بازار خودرو داخلی دید.

چند دلیل را در رابطه با چرایی بالا بودن قیمت برخی کالاهای نسبت به بازار جهانی میتوان برشمرد:

۱ - کمبود عرضه در بازار به دلیل کمبود تولید و یا تقاضای بیشتر (کمبودهای فصلی محصولات کشاورزی)

۲ - عدم توجیه اقتصادی تولید داخلی کالای مورد نظر حتی به قیمت های معادل ارز آزاد در رقابت با بازار جهانی

۳ - قیمت گذاری دستوری و یا خرید تضمینی بعضی از مواد اولیه و یا کالاهای خاص، بیش از قیمت در بازارهای جهانی با ارز آزاد (قیمت گندم در سال جاری مثال بارزی در این ارتباط است)

دولت به عنوان وظیفه تنظیم گری خود در ارتباط با بند یک با تسهیل واردات باید نسبت به رفع عدم تعادل در عرضه و تقاضاً اقدام کند تا قیمت‌ها به نفع مصرف کننده اصلاح شود. ایجاد موافع صادراتی غیر تعریفهای تنها به بازارهای صادراتی که با زحمت فراوان به دست آمده است، لطمه وارد کرده و باعث عدم اطمینان و اعتماد برای خریداران خارجی خواهد شد. لذا عدم وجود یک بازار آزاد و متصل به بازار جهانی مانع جدی برای عدم تعادل در عرضه و تقاضاً است.

در ارتباط با بند دو دولت می‌تواند با حمایت کوتاه مدت از تولید کننده داخلی با شرط تولید کافی و رفع عدم تعادل در عرضه و تقاضاً و با رعایت همه جوانب اقتصاد کلان، مدت زمان مشخصی را برای اصلاح روش تولید و کاهش قیمت تمام شده و به تبع آن کاهش قیمت فروش اعلام کند و اگر تولید کننده نتواند کالای خود را به قیمت منطقی قابل رقابت با واردات عرضه کند، دولت باید نسبت به واردات با تعریفه منطقی جهت تنظیم بازار اقدام کند.

در ارتباط با بند سوم دولت نمی‌باشد هزینه تصمیمات خود را به دوش تولیدکننده بیاندازد و تولیدکننده را با رقابتی نابرابر با تولیدکننده خارجی هم در عرصه واردات و هم در عرصه صادرات وادار کند. دولت باید در ارتباط با این موضوع خرید با قیمت تضمینی را به دو بخش قیمت واقعی و یارانه تولید تقسیم کرده و قیمت واقعی توسط تولیدکننده و یارانه تولید توسط دولت پرداخت شود تا امکان رقابت برابر برای تولید داخلی و واردات ایجاد شود.

اما آنچه در سالهای اخیر دیده‌ایم کنترل بازار با سرکوب قیمت

تولید کننده است که نه تنها به کنترل و تنظیم قیمت بازار کمکی نکرده بلکه به کاهش تولید انجامیده و متأسفانه در مواردی که وظیفه خود را در این ارتباط (واردادات جهت تنظیم بازار) انجام داده با نرخ ارز ترجیحی بوده است که ممکن است به رانت و فساد هم دچار شده باشد که مجدداً تولید کننده را تحت فشار گذاشته است و گرچه در کوتاه مدت باعث کاهش قیمت شده، ولی منجر به حذف تولیدکننده در میان مدت و بلند مدت و عدم تعادل بیشتر در عرضه و تقاضا شده است.

حال به ابتدای بحث بازگردیم؛ گفتیم که دلیل اصلی عدم حل موضوع تورم و افزایش سراسام آور قیمت‌ها را باید در تن ندادن نظام سیاست گذاری اقتصادی کشور به الزامات اقتصاد بازار و دوری از نگاه دستوری در تعادل بخشی به نظام عرضه و تقاضا به خصوص با دخالت‌های غیر ضروری دولت جست. همه مواردی که در بالا ذکر شد، یا اعمال ممنوعیت غیر تعریفهای و یا تعریفه غیر متعارف بر واردات یا صادرات، تا تن ندادن به نرخ ارز یکسان و نیز نگاه کنترلی و دستوری در عرضه و تقاضا، همه و همه موید این نکته است که نظام سیاست گذاری اقتصادی کشور تمایل به پذیرش منطق بازار و پذیرش قاعده عرضه و تقاضا ندارد. به همین دلیل است که چرخه‌ای متواتر از سیاست‌های غلط منجر به تداوم افزایش قیمت‌ها در تولید کالا و عرضه خدمات شده است.

در سایه یک اقتصاد شفاف با نرخ ارز واحد و آزاد بودن واردات و صادرات با تعریفه‌های معقول، برندهای تولیدی که سرمایه اجتماعی کشور هستند بی‌دلیل آماج اتهام‌های غیر موجه نخواهند شد و محدود افرادی که می‌خواهند از شکاف عرضه و تقاضا دست به گرانفروشی بزنند، نخواهند توانست از این نمد کلاهی برای خود تهیه کنند.

و نکته آخر اینکه مصرف کننده نهایی متضرر اصلی سیاست‌های اشتباه در تنظیم بازار و کنترل قیمت است. اگر دولت سیاست‌های خود را اصلاح کند ضمن شفافیت بخشی به اقتصاد و قیمت‌ها، می‌تواند با سیاست‌های حمایتی خود اقشار آسیب پذیر را از گزند تورم خودساخته در امان نگهداورد و با رقابت پذیر کردن اقتصاد، امکان کاهش واقعی قیمت‌ها را ایجاد کند. /ایسنا

یادداشت/ پیشنهاد جایگزینی دانه سویا با کنجاله سویا در فهرست تها تر نفت به قلم مهدی کریمی تفرشی



به قلم دکتر مهدی کریمی تفرشی

رئیس هیئت مدیره مجتمع صنایع غذایی گلها

اخیرا نامه ای از طرف انجمن غلات ایران خطاب به وزیر جهاد کشاورزی ارسال شده مبنی بر اینکه: با توجه به اینکه چرخه تولید کنجاله سویا در کشور دچار تزلزل شده است، پیشنهاد شده که برای حمایت از تولید داخل و کارخانجات روغنکشی، دانه سویا در فهرست تها تر نفت قرار گیرد تا موجب افزایش استغلال و بالندگی صنعت شود.

با توجه به مشکلات ارزی و تاخیر در تخصیص و انتقال ارز کالاهای اساسی، تامین بسیاری از کالاهای اساسی در کشور با چالش مواجه شده است. اما خوشبختانه مسیر تها تر نفت با کالاهای اساسی که به تازگی با درایت دولت در حال انجام است، تاثیر مثبتی در روند تامین کالاهای اساسی به کشور به وجود آورده است.

در سالهای گذشته در جهت رونق تولید کارخانجات روغنکشی با بیش از

۵ میلیون تن طرفیت، دولت تعرفه‌های حمایتی برای تولیدات این کارخانجات برای واردات روغن خام در نظر گرفته بود . حذف این تعرفه‌ها در دولت جدید و همچنین عدم تخصیص به موقع ارز به دانه‌های روغنی به عنوان ماده اولیه این کارخانجات چرخه تولید کنجاله در کشور را دچار تزلزل نموده است.

در همین راستا انجمن غلات ایران از وزارت جهاد کشاورزی درخواست کرده است در جهت حمایت از تولید این کالا و حمایت از تولید کننده‌های داخلی و کارخانجات روغن کشی، دانه سویا در فهرست تهاتر نفت قرار گیرد تا موجب افزایش اشتغال و رونق مجدد این صنعت و خروج از رکود شود.

از طرف دیگر در حال حاضر کیفیت کنجاله سویا استحصالی از کارخانجات روغن‌کشی داخلی، مطلوب نیست در حالی که امروز کارخانجات روغن‌کشی دنیا با بهره‌برداری از نسل پنج تکنولوژی این کارخانجات، اقدام به تولید می‌کنند، تکنولوژی کارخانجات روغن‌کشی ما نسل دو است و این باعث تولید کنجاله‌هایی با درصد رطوبت بالاتر و پرتوئین پایین‌تر شده است. بدیهی است افت کیفیت کنجاله سویا می‌تواند به وجهه جهانی ما در این صنعت آسیب بزند.

بنا براین پیشنهاد جایگزینی دانه سویا به جای کنجاله سویا در فهرست تهاتر نفت نه تنها می‌تواند به رونق این صنعت که دچار رکود شده و حمایت از تولید کنندگان داخلی این صنعت کمک کند، بلکه مسئله افت کیفیت کنجاله سویا و عواقبی که تهاتر این محصول با کیفیت پایین برای وجهه تولیدات ایرانی در بازارهای جهانی دارد را نیز می‌تواند به نوعی حل کند و جایگزین مناسبی برای کنجاله سویا باشد.

شکوفایی صنایع داخلی با واردات قا نوی



علیرضا مناقبینوایی/رئیس مجمع عالی واردات

سیاست‌های ترجیح مواد اولیه از گمرک هرچند به تازگی تسهیل شده، اما همچنان دچار چالش‌هایی است. البته این چالش صرفاً مربوط به صنعت غذا نیست و یک اپیدمی عمومی است که نباید اسم آن را مشکل گمرکی بگذاریم.

در واقع کالایی که وارد کشور می‌شود، الزامات بسیاری دارد تا به گمرک برسد. گمرک یک سازمان دستورگیر است، نه یک نهاد قانونگذار. به سازمان گمرک فقط دستور می‌دهند که طبق قوانین عمل کند. بخشی از قوانین توسط مجلس شورای اسلامی به گمرک ابلاغ می‌شود و یکسری قوانین و ضوابط هم از سوی قوه مجریه، وزارت صنعت، معدن و تجارت و هیات دولت به این سازمان ابلاغ می‌شود که باید آنها را اجرایی کند. بنا براین اگر کالا به اینجا برسد و تامین ارز آن انجام نشده باشد یا منشأ ارز مشخص نباشد، ربطی به گمرک و حتی تولیدکننده و واردکننده ندارد. ما گرفتار یکسری از بوروکراسی‌های اداری هستیم که در پیج و خم اداری نهادهای تصمیم‌گیر هنوز نتوانسته‌ایم آنها را حل کنیم. امروز وقتی کالا یا مواد اولیه در گمرک به دلیل گرفتن مجوزهای متعدد متوقف می‌شود، گرفتاری ایجاد می‌شود که در نتیجه این گرفتاری، درنهایت بخش تولید مشکل پیدا می‌کند و از همه مهم‌تر، آحاد مردم که مصرف‌کننده نهایی هستند، دچار مشکل می‌شوند.

چراکه قطعاً کالا دیر به دست آنها می‌رسد و به دلیل دیر رسیدن کالا، بازار از کالا تخلیه شده و کالا گران‌تر می‌شود. به طور نمونه در بخش

لوازم خانگی، اگر مردم زمانی یخچال فریزر داخلی را حداکثر با قیمت ۱۰ میلیون تومان و اجنبی خارجی را حداکثر با قیمت ۲۵ میلیون تومان خریداری میکردند، هم اکنون برای کالاهای داخلی باید ۳۰ تا ۱۰۰ میلیون تومان و برای کالاهای خارجی باید بیش از ۱۰۰ میلیون تومان بپردازند. در صنعت غذا سوال ما این است که فرضاً کدام شکلات خارجی امروز در فروشگاه‌ها عرضه نمی‌شود؟ به عبارتی، تا روزی که درهای واردات شیرینی و شکلات به کشور ما باز نشده بود، ما یک سیستم تولیدی شیرینی و شکلات قدیمی را در کشور شاهد بودیم. اما از روزی که واردات این کالاهای به کشور آزاد شد، پویایی این صنعت را مشاهده کردیم؛ تا جایی که امروز محصولات ما به قلب کشورها بی صادر نمی‌شود که پیشتر تولید شکلات در دنیا هستند و شکلات ایرانی در این کشورها مصرف‌کننده دارد.

این در حالی است که آمار واردات این کالاهای رقم قابل توجهی نیست، اما درواقع همین رقم ناچیز موجب شده که پویایی در صنعت شیرینی و شکلات کشور ما ایجاد شود و صرف نظر از رقابتی که شکل گرفت، این صنعت یکمرتبه شکوفا شد. امروز ما کارخانه‌هایی را در صنعت شیرینی و شکلات داریم که قابل مطرح شدن و عرضه کردن محصولات خود هستند، اما از سوی دیگر می‌بینیم از روزی که این فضای رقابتی را گرفتند و ممنوعیت واردات ایجاد شد، میزان رقابت‌پذیری و صادرات در حد قابل توجهی کاوش پیدا کرد. یا درخصوص یکسری از تولیدات داخلی که به اندازه نیاز جامعه و با قیمت مناسب (که البته به تولیدکننده فشار وارد می‌کند، اما به دلیل فضای رقابتی اقدام به تولید و عرضه این محصول می‌کنند) به مردم عرضه می‌شوند، هیچ واردکننده‌ای به خود اجازه نمی‌دهد که آن کالاهای را وارد کند، چون بازاری ندارند. به طور نمونه امروز اگر کالایی مانند آبمیوه به صورت قانونی وارد کشور شود که البته به صورت قاچاق وارد می‌شود، مسلماً مصرف‌کننده‌ای نخواهد داشت. چراکه مصرف‌کنندگان نیازی نمی‌بینند وقتی که مواد غذایی به اندازه نیاز و کافی در داخل کشور تولید می‌شود، کالای خارجی را با قیمت بالاتری خریداری کنند. چون قیمت کالای داخلی مناسب‌تر است و انتظار مصرف‌کننده را از بابت دارا بودن حداقلها برآورده می‌سازد.

یادداشت/ مصرفکننده، فراتر از خریدار به قلم ابوالحسن خلیلی



ابوالحسن خلیلی، رئیس کمیسیون صنایع غذایی اتاق ایران در یادداشتی به مناسبت روز حمایت از حقوق مصرفکنندگان تأکید دارد مفهوم مصرفکننده محدود به خریداران نیست و باید آن را وسیع‌تر بنگریم.

نهم اسفند ماه روز گرامیداشت حمایت از حقوق مصرفکنندگان نام گرفته است. اختصاص یک روز از سال و تعیین مراجع دولتی برای جبران خسارت‌های مصرفکنندگان و مبارزه با متخلفان به باور نویسنده اندکی محدودسازی کلمه مصرفکنندگان به خریداران کالا و خدمات است، در صورتی که از عنوان بسیط کلمه مصرفکننده استفاده کنیم دایره آن وسیع‌تر و بحث و تبادل نظر جدی‌تری را باید در این خصوص داشته باشیم.

بیشک اولین مصرفکنندگان در فضای کسب‌وکار قوه مجریه، مدیران و مسئولان نظام هستند، آن‌ها بزرگ‌ترین مصرفکنندگان قوانین، طرح‌ها و لواحی به شمار می‌آیند که در مجلس شورای اسلامی تصویب و برای اجرا به دولت ابلاغ می‌شود، هرچه قوانین، لواحی و طرح‌های مجلس دقیق، شفاف و آینده محور باشد، مدیران اجرایی در اجرای آن کمتر با تفسیر و آرای شخص مواجه و با اجرای صحیح قوانین، جامعه مترقی و آبادتری را راهبری می‌کنند.

در حلقه دوم مصرفکنندگان، واحدهای تولیدی، تجار، کسبه و متولیان خدمات در جامعه هستند که برای فعالیت در فضای اقتصادی نیازمند دستورالعملها و بخشنامه‌های شفاف و دقیق مدیران قوه مجریه هستند.

هر چقدر بروکراسی اداری شفافتر و عدالت مرتبط با پیاده‌سازی قوانین گسترده‌تر باشد، فضای کسبوکار در سلامت بیشتر و دغدغه فعالان اقتصادی کمتر و بساط رانت و فساد جمع‌تر خواهد بود.

در آخرین حلقه، مردم به عنوان مصرفکنندگان کالاهای تولیدی و خدماتی قرار دارند که در نهایت هر آنچه در حلقه اول و دوم روی می‌دهد در کام مردم، شیرین یا تلخ جلوه خواهد کرد.

بنا براین معتقدم روز ملی حمایت از حقوق مصرفکننده باید با بسط بیشتری مورد نظر و مدافعت فرار گیرد، از این‌رو با نگاه جامع‌تری به سراغ آموزه‌های دینی و فرهنگی خود معرویم تا رویکرد آیات قرآنی و خطابه‌های فرهنگی خود را به موضوع حقوق مصرفکننده به روشنی درک کنیم.

۱- در آیه ۱۳۶ سوره نسا داریم که:

﴿ يَـآ أَيُّهـا الـّـذـينـ آمـنـوا، آمـنـوا ﴾

ای کسانی که ایمان آورده‌اید (به زبان) به حقیقت و از دل هم به خدا و رسول و کتابی که فرستاده ایمان آورید.

به عبارتی خدا می‌فرماید که برای تحقق عملی شعارها نیازمند گامی فراتر هستید و در عمل هم باید به آنچه می‌اندیشیم پایبند باشیم.

خروجی قوانین دستورالعملها و کالا و خدمات جلوه تمام نمای عبارت "آمـنـوا" در آیه فوق است.

۲_ آیه ۲۷۹ سوره بقره می‌فرماید:

﴿ لـ تـظـلـمـونـ وـ لـ تـظـلـمـونـ ﴾

نه ستم می‌کنید و نه بر شما ستم وارد می‌شود

به عبارتی آنچه به عنوان محتوا و خروجی هر سیستم باید مدنظر قرار گیرد باید شاخصه جلوگیری از خسaran را برای مصرفکننده به دنبال داشته باشد.

موضوعی که امروز به عنوان CSR (corporate social responsibility) در شرکت‌های بزرگ مورد توجه قرار گرفته و هر یک به نوعی پیاده‌سازی آن را برای خود فرض واجب می‌دانند.

برخی دیگر پا را فراتر نهاده و مدل خلق ارزش مشترک CSV (Create shared value) را در سازمان‌های خود پیاده‌سازی کردند.

ارزش مشترک یعنی اینکه آن ارزش فقط برای سهامداران، کارکنان و مدیران نیست، بلکه کلیه ذینفعان زنجیره یک شرکت را اعم از جامعه، مشتریان و تامین‌کنندگان باید بتوانیم خلق ارزش کنیم.

این بدان معناست که سازمان‌های پیشرو در بستر آیه شریفه که ستم را روا نمیدارد و ستم‌پذیری را نمی‌ستاید به دنبال بسترسازی مناسب برای ارتقا و بهره‌مندی همه ذینفعان خود هستند.

۳_آیه ۱ سوره مطافیین

وَ يَلْ لِتْ مُطَفَّفِينَ

وای بر کم‌فروشان آنانی که در هنگام خرید حق خود را به طور کامل می‌گیرند و به هنگام فروش از کیل و وزن آن کم می‌گذارند.

در دنیای امروز شبکه‌های اجتماعی و راه‌های ارتباطی بر بستر اینترنت فضای تعاملی و کنترلی را برای جلوگیری از تحقق کم فروشی (وزن، کیفیت، قیمت، خدمات و ...) فراهم آورده و سازمان‌های پیشرو خود به استقبال انعکاس عیوب کالا و خدمات خود هستند...

امام صادق فرد کم فروش را کافر نام نهاده است، اگرچه در ادامه اشاره می‌دارد که فرد کم فروش کافر به رزاقیت خداوند است.

از همین روست که تولیدکنندگان با همت و تلاش خود و با بهره‌گیری از ابزار تکنولوژی، کالاهای خود را در شرایط رقابتی وارد بازار کرده و با امید به رزاقیت خداوند بهبودی فعالیت خود را امیدوارانه دنبال می‌کنند، اما شاخصهای یک تولیدکننده کارآفرین تاجر و ارائه دهنده خدمات در قرآن کریم:

۱_ بر این باورند که ارتقای خدمات از لحاظ کیفی و کمی، ارائه در شرایط رقابتی، نمود عینی آیه ۷ سوره اسراء است:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لَا نَفْسٌ كِمْ

اگر احسان کردید در حق خود خوبی کردید
از همین روست که همه به دنبال ارتقای کیفیت کالا یا خدمات برای
جذب مشتری بیشتر هستند تا از قبل آن به سود بیشتر در کسبوکار خود
دست یابند.

۲_ در آیه ۲ و ۳ سوره بقره خدا می‌فرماید:

وَالْمُذْكُونَ يَؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيَقِيمُونَ الصَّلَاةَ
وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ ينفِقُونَ

در کنار ایمان به غیب و به پا داشتن نماز اهل انفاق و در اندیشه
احسان و خدمت به دیگران نیز هستند.

به عبارتی خداوند انفاق از مال (توسعه کسبوکار) و داشتن
اندیشه‌های پاک را برابر ایمان به خدا و به پا داشتن نماز می‌داند
و چه تشبیه‌ای از این بالاتر و بهتر برای تولیدکنندگان.

۳_ تولید کنندگان و کارآفرینان به خوبی و به شایستگی این حدیث
پیامبر اسلام را عینیت بخشدند:

مردم، خانواده خدا هستند و محبوب‌ترین انسان‌ها نزد خدا کسانی
هستند که به خانواده خدا نفع و سود بررسانند.

آنچه یک سازمان بزرگ و پیشو ا به آن فکر می‌کند رضایت گروه بزرگی
از جامعه از تولیدات و خدمات آنان است که تفسیر حدیث فوق بوده که
مردم خانواده خدا هستند.

سعدی علیه الرحمه می‌فرماید:

بنی آدم اعضای یکدیگرند // که در آفرینش ز یک گوهرند
چو عضوی به درد آورد روزگار// دگر عضوها را نماند قرار
و چه زیبا یک تولیدکننده با رعایت همه قوانین و الزامات در
پیاده‌سازی این دو بیت شعر برای جامعه ذینفعان خود از تأمین تا
کارمندان و زنجیره توزیع تا مصرفکنندگان تلاش می‌کند.

تحريم‌های ظالمانه، کم لطفی‌های فراوان مدیران و مسئولان، سختی‌های
تولید، روند شتابان تورم، معصل بزرگ مهاجرت نسل جوان و فعال و ...
همه و همه سختی کار را دوچندان کرده؛ اما ما نیز همچو حافظ

شیرازی معتقد بیم:

چو غنچه گرچه فروبستگی است کار جهان // تو همچو باد بهاری گره‌گشا
باش

از همین روست که به رغم همه سختی‌ها، شکوفایی تولید و رشد آن را
همواره در کشور شاهدیم.

اگرچه معتقدم روحیه یک تولیدکننده یا فعال اقتصادی که عاشق مردم
و میهن و نظام خود است، همچون حکایت زیر از جبران خلیل جبران
است:

خوش زنبور در گرو آوردن نوش گل‌هاست و خوش گل در سپردن نوش خود
به زنبور.

منبع: اتاق بازرگانی ایران

یادداشت/ هوای سرد و تغذیه مناسب به قلم علی زند اکبری



علی زند اکبری

کارشناس بهداشت مواد غذایی و عضو سازمان نظام مهندسی و نظام دامپزشکی

بدن انسان در کلیه فصول و شرایط هوائی به هر پنج گروه غذائی نیاز دارد اما با تغییر شرایط هوائی در نحوه تقدم و تأخیر استفاده از این گروه‌ها و تنظیم مناسب آنها جهت استفاده از طیف گوناگون مواد غذائی باید دقت نمود. با فرا رسیدن فصل سرما متابولیسم بدن نیز همگام با تغییر فضای محیطی، واکنش‌های دفاعی و ساختاری خود را خواهد داشت. کم شدن دمای هوا، ورزش باد سرد و افزایش رطوبت، زمینه مناسبی برای رشد و انتشار ویروسها و میکروبها را به وجود می‌آورد و مژک‌های مجاری تنفسی مقداری از توانایی خود را از دست می‌دهند و در مواجه با عوامل بیماری زا مقاومت لازم را نداشته و از دفع آنها عاجز می‌مانند برای همین در محیط‌های بسته که در روزهای سرد و برای حفظ گرمای هر محل تعدادشان نیز افزایش می‌یابد، امکان آسودگی بین فردی از یک فرد آلوده به دیگران بالا می‌رود. از اینرو تغییر برنامه غذائی امری اجتناب ناپذیر برای محافظت و ارتقاء سطح سلامتی هر فرد است که استفاده از مواد غذائی با کالری مناسب و ویتامین‌های مورد نیاز بدن در فصل سرما را ضروری می‌نماید.

معمولًا پائین بودن و یا بالا رفتن درجه حرارت بدن در روزهای سرد، همگام با پائین رفتن سطح مقاومت بدن است که نشانی از برهم خوردن شرایط عادی پیکره انسانی ماست. بی‌شک دقت در حفظ درجه حرارت طبیعی بدن با رعایت تغذیه مناسب و استراحت طبیعی بهترین شاخص در توازن شرایط طبیعی جسم در فصل سرما است. باید اذعان داشت تغذیه سالم همراه با تنوع مناسب آن یکی از شرایط لازم برای حفاظت از سیستم ایمنی بدن است که با استفاده از ویتامین‌ها و عناصر لازم میسر می‌گردد.

نکته مهم : موازنیت از مصرف آب

معمولًا به خاطر بارشها در فصول سرد این ذهنیت اشتباه در عموم به وجود می‌آید که تشنگی کمتر و در نتیجه کاهش مصرف آب نیز در فصل سرما طبیعی است. در حالیکه بدن برای تنظیم درجه حرارت خود همواره به مقدار آب آشامیدنی مناسب برای هر شخص نیازمند است، حال اگر شخص به علت روش یا شرایط زندگی خود باید مصرف آب خود را کنترل نماید، این مقدار نیز افزایش می‌یابد مثلاً به صورت طبیعی افراد

ورزشکار به مصرف آب بیشتری طی روز احتیاج دارند. با خوردن میوه‌ها، آب میوه‌های طبیعی، شیر و ... نیز بخشی از آب بدن تأمین می‌شود اما بعضی از آنها دفع آب را نیز زیاد می‌نمایند مثل قهوه، چای پررنگ و نوشابه‌های کولا دار.

ویتامین‌های تقویت کننده سیستم ایمنی

بدون هیچ شک ویتامین‌ها در حفظ سلامت و تشکیل ساختارهای جزئی و کلی بدن نقش ویژه‌ای دارند اما یکی از مهم‌ترین وظائف آنها حفظ سیستم ایمنی بدن است از این‌رو به تعدادی از مهمترین آنها در این خصوص می‌پردازیم:

c

امروزه کمتر کسی است که به اهمیت ویتامین‌سی در تقویت سیستم ایمنی واقف نباشد. این ویتامین از بدن در برابر التهابات ناشی از سوم حفاظت می‌کند برای همین یک آنتی اکسیدان موثرتلقی می‌شود. بدن ما نمی‌تواند ویتامین‌سی تولید کند و یا آنرا ذخیره نموده و در موقع نیاز مصرف نماید لذا باید این ویتامین مهم را به طور مرتب از موادغذائی دریافت کند.

ویتامین‌سی در انواع میوه‌جات و سبزیجات موجود است به خصوص در مركبات نارنجی همچون پرتقال. از جمله مواد غذائی حاوی ویتامین‌سی می‌توان به گریپ فرود، توت فرنگی، کیوی، فلفل، انواع کلم (بروکلی، بروکسل)، نارنگی و... اشاره نمود.

B6

ویتامین بی شش، در ساخت گلبولهای سفید و سلولهای تن در بدن نقش داشته و همچنین در انجام فرآیندهای بیوشیمیائی در سیستم ایمنی بدن لازم می‌باشد. ویتامین بی شش در خوراکی‌هایی همچون انواع غلات، نخود، گوشت و جگر گاو، ماهی‌هایی همچون سالمون و تن، بلغور، پنیر، بو قلمون، سیب زمینی، سینه مرغ، موز و... وجود دارد.

B1

تبدیل گلوکز به انرژی و متابولیسم اسیدهای آمینه بدون حضور این ویتامین امکان پذیر نیست. ضمن آنکه برای حفاظت از سیستم عصبی و افزایش عملکرد ذهن و حافظه نقش اصلی را ایفا می‌کند.

غذاهای دریائی، انواع گوشت، انواع غلات و میوه‌ها سرشار از این ویتامین هستند.

B12

انواع غذاهای دریائی، گوشت قرمز، لبنیات، ماهی، کله پاچه و... دارای این ویتامین هستند ویتامینی که در تولید انرژی داخل سلولی، و فعالیت مناسب سیستم عصبی نقش مهمی ایفا می‌کند.

A

اگر ویتامین آی را به عنوان "ویتامین خط مقدم" معرفی کنیم پربیراه نرفته ایم این ویتامین برای سلامت کلیه لایه‌های پوستی و غشاء‌های مخاطی در بدن همچون چشم، مجاری تنفسی و ادراری و البته روده‌ها که در خط اول مبارزه با باکتری‌ها و ویروس‌ها هستند حیاتی می‌باشد.

سرما همواره پوست و مخاط‌ها را در معرض خطر خشکی و سختی قرار می‌دهد، لذا رسیدن ویتامین آی در زمان مناسب و به مقدار کافی بسیار مهم می‌باشد. این ویتامین در گیاهان و به صورت بتاکاروتین در آنها وجود دارد در میوه‌هایی همچون زرد آلو، گرمک، آنبه، هندوانه و... ویتامین آی به وفور یافت می‌شود و البته در سبزیجاتی همچون هویج و اسفناج. از موادغذائی حیوانی همچون زردده تخم مرغ، کره، جگر و روغن ماهی نیز این ویتامین را می‌توان دریافت نمود.

E

یکی از مهمترین ویتامین‌هایی که سطح ایمنی بدن را بالا می‌برد ویتامین ؓی است. آنتی اکسیدانی قوی که از بدن ما در برابر میکروب‌ها و عفونت‌ها محافظت می‌کند. ویتامین ؓی نقش موثری بر عملکرد سلول‌های تی بدن داردند.

یکی از مسائل مهم در خصوص ویتامین ؓی آن است که این ویتامین را نباید به مقدار زیاد و از طریق مکمل‌های آن به بدن رساند چراکه بر طبق تحقیقات جدید نه تنها مقدار ویتامین ؓی دریافتی از این مکمل‌ها چندان قابل توجه نیستند بلکه ممکن است مضراتی نیز داشته باشند لذا بهتر است این ویتامین را به صورت طبیعی دریافت نمائیم. ویتامین ؓی در کیوی، آنبه، گوجه فرنگی، اسفناج، بروکلی، روغن جوانه گندم به مقدار کافی وجود دارد. انواع آجیل مانند کره آجیل،

بادام، فندق، بادام زمینی و انواع دانه ها همچون تخمه آفتابگردان نیز حاوی مقادیر قابل توجه ویتامین ئی هستند.

K

ویتامین کا نقش مهمی در استخوان و همچنین انعقاد خون دارد. وجود این ویتامین تاحدی الزام آور است که سلامت ریه ها به خصوص در فصل سرما به وجود این ویتامین ارتباط مستقیم دارد، چراکه بر بیماری آسم و بیماری های انسدادی تأثیر حیاتی داشته و کمبود این ویتامین در بدن باعث کاهش توانائی تنفسی می گردد.

ویتامین کا به دو دسته کا ۱ و کا ۲، تقسیم می گردد. که ویتامین کا ۱ در خوراکیهای گیاهی همچون جعفری، کلم پیچ، اسفناج، دانه های سویا و چای سبز و... وجود داشته و ویتامین کا ۲ که در خوراکیهای حیوانی مانند دل و جگر و انواع گوشت ها و... یافت می گردد.

D

در فصل هائی مثل تابستان که خورشید تا بش مناسبی دارد انسان با قرار گرفتن در معرض این تابش ها به مدت زمان هشت تا ده دقیقه مقدار ویتامین دی مورد احتیاج خود را تأمین می کند اما در فصول سرد که سطح تابش مایل بوده و دسترسی بدن برای تأمین ویتامین دی بدن پائین می آید باید از غذاهای دریائی خصوصاً ماهی ها، زرده تخم مرغ، آب پرتغال، غلات کامل، گوشت قرمز، پنیر و... استفاده نمود.

ویتامین دی به جذب کلسیم و فسفر کمک نموده و موجب استحکام استخوان ها می شود علاوه بر آن عملکرد مغز را بهتر نموده و موجب کاهش التهابات مختلف می شود. اما باید به یاد داشت که مصرف زیاد این ویتامین موجب بروز علائم خطرناک ناشی از مسمومیت همچون خستگی، ضعف، استفراغ، درد، یبوست و... شود.

عناصر مهم در تغذیه زمستانی

آهن

آدنوزین تری فسفات اولین منبع انرژی بدن است که برای ساخت به آهن وابسته است. آهن برای جلوگیری از سردردها، سرگیجه ها، خستگی و به خصوص در زنان باردار و بانوان جوان که کم خونی ناشی از کمبود آهن شیوع بیشتری دارد... به شدت به کار بدن می آید. این نکته

ضروری است که بدانیم بدن نمی‌تواند آهن تولید کند و نیاز به دریافت آن از طریق مواد خوراکی دارد. آهن در گوشت بوقلمون، حبوبات، گوشت قرمز، انواع غذاهای دریائی، کله پاچه و ... یافت می‌شود.

روی

نقش روی در کاهش شدت بیماریهای همچون سرماخوردگی و آنفولانزا و حتی پیشگیری از آنها اثبات شده است. این عنصر یک مند التهاب و آنتی اکسیدان قوی نیز هست.

روی که با نام زینک نیز شناخته شده است در تمام سلولهای بدن وجود دارد. روی در مواد غذائی همچون عدس، کنجد، شیر، ماست یونانی، پنیر چدار، گوشت گاو، صدف، میگو، ماهی ساردين کنسرو شده، سینه بوقلمون و جگر گوساله یافت می‌شود.

سلنیوم

سلنیوم در بالا بردن سیستم ایمنی بدن نقش عمده‌ای دارد که این مهم در پیشگیری از بیماریهای ویروسی و میکروبی بدن حائز اهمیت است این عنصر یکی از آنتی اکسیدان‌های قوی نیز می‌باشد از اینرو با توجه به سوخت و ساز بدن در ایام زمستان، مصرف سلنیوم به طور مستقیم بر عملکرد سیستم اعصاب تأثیر گذاشته و موجب افسردگی، اضطراب، فراموشی و خلق و خوی بد افراد می‌گردد از اینرو همواره باید به تأمین این عنصر در بدن توجه کافی مبذول گردد. انواع کلم خصوصاً کلم بروکلی، سیر و پیاز، آجیل، گردو، اسفناج، کاهو، کرفس، گریپ فرود و همینطور موز، هللو، هندوانه، خربزه، کنجاله‌ها، غلات(گندم و جو) و همچنین غذاهای همچون ماهی تن، برنج قهوه ای پخته شده، تخم مرغ و نان سفید تن حاوی مقادیر کافی سلنیوم می‌باشند.

تغذیه مناسب و ساده برای کودکان در فصل سرما

مادران بهتر است در فصل سرما پنج ماده غذائی را در برنامه غذائی کودکان خود در نظر گیرند.

-سبزیجات ریشه دار، بلغور، جوی دو سر-

- انواع ماهی ها، خصوصاً ماهی سلامون
- انواع قارچ ها که مملو از مواد معدنی و ویتامین هائی همچون ویتامین بی پنج، نیاسین، پتاسیم، فسفر، مس و سلنیوم و ... می باشد.
- کدو حلواهی که مملو از ویتامین ها می باشد.
- گل کلم و کلم بروکلی که خاصیت ضد سرطانی و ضد التهابی دارند.

تغذیه مناسب و ساده برای بزرگسالان در فصل سرما

بزرگسالان بالطبع هوای سرد به خارج شدن از محیط های بسته علاقه ندارند و همین امر موجب می شود که به علت مجاورت در برابر یکدیگر به میکروب ها و بیماری های مختلف مبتلا گردند. تغذیه مناسب در این مقطع موجبات جلوگیری از بسیاری از این بیماری ها می شود. از اینرو مواد غذائی ذیل در این خصوص توصیه می شود:

- استفاده از انواع آجیل
- استفاده از انواع غذاهای دریائی خصوصاً ماهی ها
- استفاده از چای سبز
- مصرف رازیانه، سیب زمینی، سیر
- مصرف انواع میوه های خشک
- استفاده از زنجبل
- استفاده از ماست در وعده های غذائی

توصیه برای استفاده از گروه های خاصی از مواد غذائی

اکثر مواد غذائی به صورت طبیعی دارای خواص منحصر به فرد خود هستند اما بعضی از مواد همچون مواد غذائی ذیل در فصل زمستان کارآئی بیشتری دارند:

مواد غذائی غنی از آهن:

آهن نقش اصلی در انتقال اکسیژن به سراسر بدن دارد به همین دلیل کمبود آن در بدن موجب سرد شدن دست و پاها می‌گردد لذا توصیه می‌گردد برای رفع کمبود آهن از گوشت قرمز، مرغ، غلات، لوبیا سیاه، عدس و... استفاده گردد.

استفاده از ادویه جات:

از جمله ادویه‌هایی که می‌توان در زمستان به استفاده از آنها توصیه نمود دارچین، زیره، فلفل، زردچوبه و دانه کنجد است.

دارچین متابولیسم بدن را افزایش داده و باعث گرم شدن بدن می‌گردد. ضمن آنکه می‌توان آنرا به موادغذائی مختلف افزود. فلفل از بروز شدید آنفولانزای زمستانی جلوگیری می‌کند و کنجد نیز از بروز بیماری‌هایی همچون برونشیت، آسم و یا ذات الریه ممانعت به عمل می‌ورد.

سبزیجات ریشه دار:

سبزیجات ریشه دار مانند تربچه، لبو، سیب زمینی، شلغم و... موجب پدیده ای به نام ترموزنر می‌گردند. در این پدیده مواد غذائی هضم طولانی داشته و بدین سبب باعث بالا رفتن متابولیسم و سوخت و ساز بدن شده لذا به گرم شدن طولانی بدن کمک می‌نمایند.

کربوهیدرات‌های پیچیده:

کربوهیدرات‌های پیچیده با هضم طولانی خود باعث ایجاد گرما در بدن می‌گردند این کربوهیدراتها در غلات سبوس دار، سیب زمینی، عدس، بلغور، جو دوسر وجود دارند. به یاد داشته باشید چون هوا سرد است احساس گرسنگی با فواصل کوتاه به سراغتان می‌آید در این حال ممکن است ترجیح دهید از میان وعده‌های کوچک همچون اسنک، بیسکوئیت، شکلات و یا کیک استفاده کنید که کربوهیدرات ساده داشته و سریع هضم می‌گردند و در فصل زمستان چندان برایتان موثر نیستند.

نوشیدنی‌های کافئین دار و چای زنجبلی:

چای و قهوه با دارا بودن کافئین موجب بالا رفتن سوخت و ساز بدن گشته و بدن را گرم نگه می‌دارند که از اثر کافئین موجود در آنها بر بدن است. ممکن است بعضی افراد به علت محدودیت غذائی امکان

استفاده از نوشیدنی های کافئین دار را نداشته باشند که استفاده از چای زنجبل به آنها توصیه می گردد.

زنجبیل متابولیسم را تقویت کرده، به هضم غذا کمک می کند و باعث افزایش جریان خون می گردد که باعث گرم شدن دست و پا می گردد.

میوه ها و آجیل های خشک:

آجیل ها و میوه های خشک پدیده ترموزنر را در حد بالائی موجب می شوند از اینرو در بدن تولید حرارت نموده و با متابولیسم طولانی خود بدن را در مدت زمان طولانی تری گرم نگه می دارند ضمن آنکه استفاده مناسب از آنها باعث تأمین آهن مورد نیاز بدن نیز می شود. از جمله آجیل های مناسب بادام هندی، بادام، فندق، گردو، پسته و ... و میوه های خشک همچون کشمش، کیوی، موز، پرتغال و... می باشد.

تخم مرغ:

استفاده از تخم مرغ به عنوان یک منبع سرشار از انرژی همواره توصیه می گردد، این منبع انرژی از به وجود آمدن عفونتها و یا از بین بردن آنها بسیار موثر است و در عین حال مملو از پروتئین ها و ویتامین ها هستند و موجب افزایش حرارت بدن نیز می گردند.

عسل:

یکی از تضامین قوی ماندن سیستم ایمنی بدن حل نمودن یک قاشق عسل در آب گرم و نوشدن آن است. عسل ماهیتی گرم دارد لذا استفاده از آن باعث گرم نگه داشتن بدن می گردد. این ماده غذائی سنتی و طبیعی دارای خواص زیادی است از جمله آنکه با فعالیت های خود میکروب ها و ویروس های سطحی را به سرعت از بین برده و از سرماخوردگی و سرفه جلوگیری می نماید.

موز:

میوه های طبیعی برحسب آفرینش خود دارای خواص مخصوص به خود نیز هستند. میوه موز اثر مطلوبی بر غدد فوق کلیوی و تیروئید دارد چراکه با منیزیم و ویتامین بی موجود در خود موجبات عملکرد مطلوب این غدد را فراهم می آورد.

در این یادداشت سعی بر این شد تا به حداقل موادغذائی مناسب انسان در فصل زمستان پرداخته شود. اما قطعاً موادغذائی مناسب دیگری برای

این فصل زیبای الهی وجود دارد که در این مطلب کوتاه نمی‌گنجد. در همی‌جا باید تأکید نمایم اصل بر سلامت بدن بر اساس استفاده از مواد طبیعی است و نه مواد غذائی اصلاح شده صنعتی.

یادداشت/ نگاهی به صنعت نما یشگاهی، صنعت مغفول اما کلیدی در دنیای مدرن به قلم علی زند اکبری



علی زند اکبری

مدیر و مدرس تشریفات و فعال صنعت
نما یشگاهی

سوم الی ششم اسفند ماه سال جاری سومین کنفرانس و نما یشگاه بین المللی صنعت نما یشگاهی در محل دائمی نما یشگاه های بین المللی

تهران برگزار می‌گردد. این صنعت پدیده‌ای چند لایه است که در هر کدام از سطوح خود تأثیری وسیع بر تعاملات اقتصادی، روابط اجتماعی و فرهنگی، روابط بین الملل و دیپلماتیک، علوم انسانی و... می‌گذارد.

هر کشور بنا بر قابلیتها و پتانسیلهای بالفعل و بالقوه خود با اقتدا به صنعت نمایشگاهی ویترینی از توانائی‌های مدیریتی خود را در قالب‌های مختلف به نمایش می‌گذارد. بالطبع نمایش این توانائیها با محتوای مناسب از سوی برگزارکنندگان نمایشگاهی برنامه‌ریزی گشته و به دست توانای غرفه سازان صنعت نمایشگاهی عینیت می‌یابد تا به بهترین نحو جلوه گردانی شود در یک سرزمین باشد.

در صنعت نمایشگاهی حوزه‌های مختلف کاری از طراح و گرافیست تا نقاش و نجار و برقکار و آهنگر و ... حضوری فعال دارند. ورود این صنعت به عصر دیجیتال و هوش مصنوعی نیز پیام آور تحولی نزدیک در این صنعت است.

صنعت نمایشگاهی و اقتصاد

مهمترین نقش صنعت نمایشگاهی کمک به رشد و پیشرفت اقتصادی است. جایی که متخصصین هر صنعت فرصتی دارند برای آشنایی و ملاقات‌های رو در رو در معرفی توانمندیهای حوزه فعالیتشان با یکدیگر، صنعت نمایشگاهی کانونی است برای گفتگو و مبادله اطلاعات به روز درخصوص مشکلات و موانع کاری، شناسایی و معرفی نقاط ضعف و قدرت صنعت مربوطه و تبیین سیاستهای کاری براساس روند حرکت اقتصاد جهانی. از سوی دیگر باید به این نکته مهم باور داشت که نمایشگاه‌ها برای معرفی قابلیتهای بومی یک محل، یک منطقه و یا یک کشور فرصت سازی می‌نمایند. برپایی بیش از سی و پنج هزار نمایشگاه مهم بین المللی در دنیا و گردش مالی بیش از هشتصد میلیارد دلار در سال به تنها یک مشخص کننده نقش پررنگ این صنعت در میان صنایع جهانی است.

نمایشگاه و اشتغال زایی

یکی از نقشهای مهم اقتصادی صنعت نمایشگاهی ایجاد اشتغال و به وجود آوردن فرصت‌های شغلی در هر نمایشگاه است که علاوه بر کاهش نرخ بیکاری، طیف گسترده‌ای از افراد یک جامعه را تحت پوشش خود قرار می‌دهد، از ساده ترین کارها که نیاز به تخصص کمتری داشته و تحصیلات چندانی را نمی‌طلبد (همچون خدمات پذیرائی و باربری) تا

امور تخصصی کارشناسان، متخصصان و صاحبان کسب و کار که تا رده های بالای دانشگاهی را نیز تجربه کرده اند.

نقش اجتماعی صنعت نما یشگاهی

همه می دانیم که تأثیر یک نما یشگاه موفق در جلب توجه و تبلیغات و اشاعه فرهنگی یک موضوع چه تحولاتی را می تواند در یک نما یشگاه ایجاد نماید. بطور مثال برگزاری سالانه نما یشگاه اکسپو برای نشان دادن توانائی های کشورهای مختلف بنابر انتخاب دفتر نما یشگاه های بین المللی، هر دو یا سه سال بر اساس یک موضوع، علاوه بر بخش های مختلف بیزینس به طراوت اجتماعی از طریق حضور مردم در رویدادهای متفاوت اجرا شده در آن نما یشگاه، کمک شایانی می نماید بطور مثال اکسپوی دبی در سال ۲۰۲۰ با شعار "پیوند ذهن ها - آفرینش آینده" برگزار شد و یا اکسپوی آرژانتین در سال ۲۰۲۳ با شعار "صنایع نوآور در همگرائی دیجیتال" برگزار گردید و نما یشگاه بعدی نیز با شعار "طراحی جامعه آینده برای زندگی های ما"، در سال ۲۰۲۵ و در شهر اوزاکا، در ژاپن برگزار خواهد شد.

به طور حتم برگزاری نما یشگاه های مهم علاوه بر دستاوردهای اقتصادی برای ارتقاء سطح دیدگاه افراد یک جامعه در مبحث آینده نگرانی و آمادگی برای تربیت نسلی چابک و پویا در جهت ساخت جامعه ای پیشرفته نقش ویژه ای دارد.

صنعت نما یشگاهی، کارگران و اتحادیه های صنفی و کارگری

در حوزه های اجتماعی نیز وجود همبستگی کاری جهت رسیدن به توان حداکثری و به منظور رفع مشکلات کارگران موجب تولد و رشد بسیاری از اتحادیه ها، انجمن ها و صنوف کاری قدرتمند در جهان گردیده است، کما اینکه بسیاری از اتحادیه های کارگری اولین جرقه های تشکیل خود را از صنعت نما یشگاهی زده اند و یا آنکه با بهره برداری از ویژه گی نما یشی نما یشگاه ها به معرفی توانائیهای خود پرداخته اند. به یاد داشته باشیم نقش کارگران در تولید، یکی از شاخصه حیاتی پویایی هر صنعت به شمار می رود.

صنعت نما يشگاهی، فرصتی برای معرفی محصولات و پیدا نمودن بازارهای جدید

حضور شرکت های بزرگ و کوچک در نما يشگاه های مختلف فرصتی مناسب است تا کسب و کارها ضمن آشنائی با محصولات جدید و به روز، با تعامل رو دررو با شرکت های حاضر، مشارکت کنندگان و بازدیدکنندگان داخلی و خارجی، بازار های جدیدی را برای فروش محصولات خود پیدا نمایند.

شاید هیچ فضای مناسب تر از فضای نما يشگاهی برای نشان دادن محصولات تازه و به صرفه به مشتریان وجود نداشته باشد لذا کسب و کارهای مختلف به طرقی نوآورانه از محصولات خود در نما يشگاه های اختصاصی رونمائی می نمایند.

صنعت نما يشگاهی و فرصت استثنائی برای برنده سازی

کسب و کارهای نوپا و یا کسب و کارهایی که خواهان تحول در رویه خود بوده و در حال گذر از سیستم های کوچک به تولیدات خاص و بزرگ هستند هیچ فضای مناسب نمایشگاهی برای نشان دادن جهش کاری خود مناسب نمی بینند. آنها با تعیین استراتژی های پیشرو و ساخت غرفه هایی که بیانگر قدرت تولید و یا خدمات آنها می باشند، پتانسیل های خود را به رخ بازار محصولات خود کشیده و کالای خود را به صورت محکم و علی‌بینی به مشتریان و رقبا معرفی می نمایند. بسیاری از کالاهای و محصولات با استفاده از فرصت فضای نما يشگاهی، ورودی هوشمندانه به فضای کسب و کار خود دارند. بنی‌شک امری بدیهی است که رویکرد مناسب در بخش برنده‌سازی محصول و یا کسب و کار موجبات فروش بهتر کالاهای را فراهم می نماید.

صنعت نما يشگاهی مولد رویدادهای جانبی

وقتی نما يشگاهی برگزار می گردد، رویدادهای جانبی نیز در کنار آن تشکیل می گردد این رویدادها می توانند با موضوعی در خصوص شرایط حال، کنونی یا آینده آن صنعت باشد. بسیاری، کارگاه های آموزشی در خصوص نحوه استفاده از یک کالا برگزار می کنند. بعضی از نشست ها نیز مختص شرکت هایی هستند که به تشریح فعالیت های خود می پردازند و از این طریق علاوه بر معرفی کالاهای خود، مشتریان جدیدی نیز جذب

می نمایند. تعدادی از برگزارکنندگان برای جلب مخاطب نما يشگاهی برنامه های مخصوص به کودکان، نوجوانان و دانشجویان اجرا می نمایند و یا برای ایجاد فضای شاد کنسرت ها و یا مینی کنسرت هائی برای بازدیدکنندگان تدارک می بینند. تمامی این رویدادها در کنار رویداد اصلی نما يشگاه علاوه بر ایجاد استغالت برای قشر کثیری از مردم به پویائی اجتماعی جامعه نیز کمک شایانی می نمایند.

صنعت نما يشگاهی و عصر دیجیتال

نمایشگاه های مجازی یکی از اقسام جدید صنعت نما يشگاهی است. این نوع نما يشگاه با هزینه کمتر و عدم نیاز به سفر و طی مسافت های طولانی فرصتی عمومی را برای استفاده همه افراد به وجود آورده تا هم دانشجویان و هم افرادی که امکان سفر ندارند و هم اقسام کم درآمد اما علاقه مند به نما يشگاه ها، برنامه های نما يشگاهی مورد علاقه شان را نظاره گر باشند. این مهم به خصوص پس از بحران بیماری کرونا بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت و البته مورد استقبال نیز قرار گرفت.

در عین حال بسیاری از تبلیغات نما يشگاهی تحت تأثیر عصر دیجیتال به تبلیغات نوین و جذابی برای اثرباری بر مشتریان و جلب نظر آنها به فعالیت های نوآورانه ای همچون تابلوهای سه بعدی و یا بیلبوردهای حجمی و ماکتی بر اساس اسکن های چند لایه روی آورده اند. این نوع بیلبوردها در کنار طراحی های مکانیکی، قابلیتهای جذابی برای معرفی کالاهای در سطح نما يشگاهی دارند.

طراحی نرم افزارهای آموزشی و یا نرم افزارهای تبلیغاتی برای معرفی محصولات و یا شرح شیوه کار با یک نوع محصول برای اعلان کارآئی یک کالا نیز پدیده ای رایج در صنعت نما يشگاهی شده است که ایده های نوینی نیز برای آنها طراحی گردیده است.

سخن آخر

در جهان نوین قرن ۲۱ صنعت نما يشگاهی به عنوان پلی ارتباطی میان صنایع، فضاهای کاری و اجتماعی، تشویق رقابت سالم تخصصی بین کسب و کارها، نشان دادن قدرت تولید و ارائه خدمات مختلف در جامعه، فرآهم آوردن فرصت های شغلی، کمک به رشد اقتصادی، ایجاد نشاط اجتماعی، درآمدزایی و ارز آوری و... توانایی های ماضعی برای جامعه دارد، حال اینکه توجه در خوری به آن نمی شود.

با توجه به بستر مناسب رشد صنعت نمایشگاهی و تماشی فرصت هائی که از سوی این صنعت در اختیار کشور قرار می گیرد، امید آن می رود با ساخت سایت های قوی نمایشگاهی که دارای زیر ساخت های مناسبی نیز می باشند. بهره برداری مناسب از این صنعت کلیدی اما مورد غفلت واقع شده، در پنهانه کشور عزیزمان به وجود آید.

معرفی ۶ گونه جدید جنس زعفران از ایران



محققان بانک گیاهی مرکز ملی ذخایر ژنتیکی و زیستی ایران در یک پژوهش علمی تحقیقاتی، با همکاری پروفسور یا نیس روکسانس از بنیاد علوم لتوانی، وضعیت گیاه شناسی جنس زعفران را در ایران مورد بازنگری قرار دادند و ۶ گونه جدید از این سرده را به دنیا معرفی کردند.

به گزارش صنعت غذا و کشاورزی از روابط عمومی مرکز ملی ذخایر ژنتیکی و زیستی ایران وابسته به جهاد دانشگاهی، علیرضا دولتیاری عضو هیات علمی مرکز در خصوص این دستاورده گفت: زعفران یا همان کلاله گل گیاه زعفران زراعی از نظر وزنی گرانترین ادویه جهان است.

زعفران زراعی یکی از ۲۶۱ گونه جنس زعفران (*Crocus* L.) در دنیا است. زعفران جنسی مدیترانه‌ای محسوب می‌شود. آسیای صغیر و شبه جزیره بالکان مراکز اصلی تنوع و گونه زایی این جنس در دنیا هستند.

وی افزود: به غیر از گونه زعفران زراعی، ۲۳ گونه دیگر از این سرده در ایران وجود دارد که ۱۸ گونه از آنها انحصاری ایران و پنج گونه دیگر پراکنش محدود دارند. این پنج گونه فقط در ایران و کشورهای همسایه پراکنش دارند. غرب و شمال غرب ایران مسکن بیش از دو سوم گونه‌ها و مراکز اصلی تنوع گونه‌ای این جنس در ایران هستند. همچنین بنه یا کورم بعضی از گونه‌ها مثل زعفران جوقاسم (*C. damascenus*) مصرف خوراکی دارد. حدود یک سوم گونه‌های ایرانی جنس زعفران در پاییز و باقی گونه‌ها بهار گل ده هستند.

دولتیاری بیان کرد: اولین قدم در جهت حفاظت، اصلاح، استفاده دارویی و اقتصادی از ذخایر ژنتیکی، تعیین درست محدوده‌ها و روابط تاکسونومیکی است. ترسیم دقیق وضعیت فعلی این جنس در ایران نیازمند بررسی‌های میدانی وسیع و مرور منابع جامع بود. در نتیجه بیش از ۳۰ روز کار میدانی و همکاری با متخصصان بین‌المللی، در قدم اول بازنگری اساسی در وضعیت گیاه شناسی گونه‌های این جنس در ایران صورت گرفت.



معرفی شش گونه جدید جنس زعفران از ایران



به عنوان بخشی از دستاوردهای طرح جامع زعفران که در مرکز در دست اجراست، ۶ گونه جدید از این جنس، از ایران به دنیا معرفی شد؛ غالب اینکه یکی از این گونه ها توسط پروفسور روکسانس به افتخار دکتر دولتیاری *Crocus dolatyarii* نامگذاری شد. در این بازنگری علمی، برای اولین بار کلید شناسایی با استفاده از صفات تشخیصی، شرح گونه ها، نقشه پراکنش، تصاویر رنگی، وضعیت حفاظتی و اطلاعات جامعی درباره زیستگاه و زیست شناسی تولیدمثلى همه ۲۴ گونه ایران فراهم شد. به استثنای چهار گونه با پراکنش وسیع، وضعیت حفاظتی ۱۹ گونه دیگر در معرض خطر انقرض گزارش می شود و نیاز به توجه در برنامه های حفاظتی دارند.

جنبه های سیتوژنتیکی، پالینولوژیکی، مولکولی و فیتوشیمیایی این جنس در این مرکز در دست بررسی است و محققان مرکز امیدوارند نتایج این تحقیقات به روشن شدن روابط تبارشناسی و مکانیسم های موثر در تکامل این گونه ها کمک کند. تولید هیبریدهای بین گونه ای با ارزش زیستی از دیگر اهداف اجرای این طرح است. نهایتا با ادامه روند شکل گرفته، اضافه شدن ایران به عنوان یکی دیگر از مراکز اصلی تنوع و گونه زایی این جنس در دنیا دور از انتظار نیست.

نتایج این پژوهش در مجله بین المللی Nordic Journal of Botany

برای چاپ پذیرفته شده است.

یادداشت/ تحلیلی از سرمایه اصلی در اقتصاد بخش کشاورزی به قلم رامین امینی زارع



رامین امینی زارع دانش آموخته دانشگاه تهران

اگر براساس آن چه درشماری از منابع علم اقتصاد گفته شده، عوامل تولید را شامل چهار مقوله: نیروی کار، سرمایه، زمین و کارآفرینی فرض کنیم، به باور بسیاری از اندیشمندان، محوری ترین عامل از میان آن ها سرمایه انسانی است.

طبق تعریف؛ سرمایه^۱ انسانی موجودی شایستگی‌ها، دانش، ویژگی‌های اجتماعی و شخصیتی شامل خلاقیت، تجسم در توانایی برای انجام کاری جهت تولید ارزش اقتصادی است. سرمایه^۲ انسانی دید اقتصادی جامعی از انسان فعال در اقتصاد است، در حالی که تلاشی برای کسب پیچیدگی

بیولوژیکی، اجتماعی، روانشناسی و فرهنگی است به طوری که در اثرات متقابل اقتصادی یا صریح با هم تقابل دارند.

پیش ترها، گمان می‌شد که نظریه‌ها، زمینه‌ای را منعکس می‌کنند که در آن بخش ثانویهٔ اقتصاد نسبت به بخش سوم قادر به تولید زمان در بیشتر کشورهای است و در آن منبع مثلثی، همگن و قابل تعویض به سادگی به عنوان نیروی کار یا کار یکی از سه عوامل تولید است (دیگر موارد و ارزیابی‌های تبادل پذیر فرض پول و تجهیزات فیزیکی). فقط به عنوان این که زمین به عنوان سرمایهٔ طبیعی شناخته می‌شود و در خود ارزیابی می‌شود و عوامل انسانی تولید از این تحلیل مکانیکی ساده برای سرمایهٔ انسانی ناشی می‌شود. در تحلیل مالی فنی مدرن، اصطلاح رشد متعادل و هدف رشد مساوی قابلیت‌های انسانی و ارزیابی‌های فیزیکی اطلاق می‌شود که کالاهای و خدمات و محصولات کشاورزی را تولید می‌کند.

اهمیت فهم سرمایهٔ انسانی بخش کشاورزی، در ایجاد توسعهٔ اقتصادی بلند مدت ملل را نمی‌توان نادیدهٔ گرفت. انتظار می‌رود که سیاست‌های اقتصاد کلان همهٔ ملت‌ها به سمت توسعهٔ انسانی و توسعهٔ اقتصادی متمرکز می‌شود. سرمایهٔ انسانی ستون فقرات توسعهٔ انسانی و توسعهٔ اقتصادی در هر ملت است.

واضح است سرمایهٔ انسانی متفاوت از سرمایهٔ ملموس پولی به علت خصوصیت فوق العادهٔ سرمایهٔ انسانی برای رشد انبوه حول دورهٔ طولانی زمانی است. رشد سرمایهٔ ملموس پولی به علت شوک‌های چرخهٔ کسب و کار همیشه خطی نیست. در طی دورهٔ موفقیت، سرمایهٔ پولی در نرخ نسبتاً بالاتری رشد می‌باید، در حالی که در طی دورهٔ بحران اقتصادی و تنزل، کاهش سرعت سرمایهٔ پولی وجود دارد. از طرفی دیگر، سرمایهٔ انسانی به‌طور یکسانی افزایش نرخ رشد در یک دورهٔ زمانی طولانی دارد، زیرا بنیان این سرمایهٔ انسانی توسط ورودی‌های آموزشی و سلامت بنا شده است.

نسل فعلی توسط ورودی‌های مؤثر آموزش و سلامت به‌طور کیفی توسعه یافته است. نسل آینده به وسیلهٔ تحقیق توسعه یافته تر در زمینهٔ آموزش و سلامت متعهد شده توسط نسل فعلی دارای مزیت بیشتری است. علاوه بر این، ورودی‌های آموزشی و سلامت اثرات سودمندی را در نسل آینده ایجاد می‌کند و نسل آینده ناظر بر نسل فعلی است. افزون بر این، میزان تشکیل سرمایهٔ انسانی در نسل آینده بیشتر از میزان تشکیل سرمایهٔ انسانی در نسل فعلی را می‌داند. این مورد رشد

انباشتهٔ تشکیل سرمايهٔ انسانی به وجود آمده توسط کیفیت ناظر نیروی انسانی در نسل موفق نسبت به نسل اسبق است.

پس از این نگاه کوتاه به مقوله بسیار مهم سرمايهٔ انسانی اگر به بخش کشاورزی باز گردیم درمی‌یابیم درکنار حدود ۴ میلیون نفر بهره بردار شایسته احترام که قریب به ۹۰ میلیون نفر برخوان پرمه‌ر آنان نشسته‌اند، مهم ترین سرمايهٔ بخش کشاورزی هستند که می‌توان با حضور کشاورزان جوان و ماهر این سرمايهٔ را تقویت کرد.

از دیگر سوی، سه سالانه دیگر نیز جمعی از بهترین فرزندان میهن را در برگرفته‌اند که عبارتند از مجموعه وزارت جهاد کشاورزی، با نک کشاورزی (که از بدء تاسیس در سال ۱۳۱۲ تاکنون برخوردار از بهترین کادر تخصصی فنی و مالی است) و سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی که پتانسیل مهم و توان بالقوه‌ای برای بهبود اوضاع پیچیده بخش کشاورزی دارند. سرمايهٔ انسانی که می‌تواند طرح‌های تحول آمیز (Transformational Projects) را با دانش اقتصاد و مهارت فنی و محاسباتی خود ایجاد و اداره کند، همین سرمايهٔ انسانی متخصص است که باید بیش از پیش قدر دانسته شود.

سخن آخر این که بازیگران و نقش آفرینان و به عبارتی افسران امنیت غذایی کشور، مسؤولیت بسیار مهم تامین و تحکیم پایه‌های امنیت غذایی را بر عهده دارند که خود مولفه اصلی و بنیادین امنیت ملی در هر کشور به شمار می‌آید.

مقاله/ ترندهای صنعت غذا؛ موضوع‌های برتر Convenience Food در سال ۲۰۲۳ و پیش‌بینی سال ۲۰۲۴



مهشید عسکری زاده

رئیس کنترل آمار و برنامه ریزی واحد تحقیق و توسعه شرکت ستاره
یخی آسیا (گروه تولیدی ب.آ)

واژه تِرِند (Trend) در لغت به معنای روند است. این اصلاح از دنیای مُد و فشن گرفته شده است و مدتی است وارد حوزه دیجیتال مارکتینگ شده است. ترند در دنیای مُد به معنای روند جدیدی است که در یک بازه زمانی خاص بسیار دیده شود. عمر ترند در دنیای مُد به نسبت فضای مجازی طولانی است و ممکن است یک فصل ادامه داشته باشد. ترند در فضای مجازی نیز به معنای فراگیر شدن است. به عنوان مثال موضوعی در یک بازه زمانی در اینستاگرام بسیار رواج پیدا می‌کند و به اصطلاح ترند می‌شود. در توییتر نیز به تؤییت‌ها یا موضوعاتی که در یک زمینه مشخص در یک بازه زمانی خاص مثلًاً یک روز با مشارکت زیاد کاربران همراه می‌شود ترند می‌گویند. ترندها در فضای مجازی به سرعت منقضی شده و جای خود را به ترند‌های دیگر می‌دهند. ترندهای غذایی به تغییرات در ترجیحات، رفتارها و الگوهای مصرف مربوط به غذا و نوشیدنی اشاره دارد. این روندها می‌توانند طیف گسترده‌ای از عوامل را شامل شود، از جمله مواد تشکیل دهنده، طعم‌ها، تکنیک‌های آشپزی، عادات غذایی و ملاحظات تغذیه‌ای، پیشرو بودن در صنعت غذا که نه تنها می‌تواند به مجموعه کمک کند نامی برای کسب و کار خود داشته باشد، بلکه می‌تواند مشتریانی را که به دنبال کسب و کارهای آینده نگر هستند جذب کند. در بخش اول به موضوع‌های ترند شده در سال ۲۰۲۳ برای صنعت غذای آماده و حتی رستوران می‌پردازیم.

۱. تلفیق جهانی[۱]: به عنوان یک مفهوم آشپزی، نشان دهندهٔ ادغام سنت‌های متنوع آشپزی برای ساخت غذاهای جدید است که منجر به تولید غذاهای ترکیبی و منحصر به فرد می‌شود. تلفیق‌آسیایی، تلفیق فرانسوی و ژاپنی چند نمونه از تلفیق‌ها هستند. تاکوهای کره‌ای یا غذاهای ژاپنی-پرویی (Nikkei) نیز جز این نمونه‌گذارها هستند. علت ترند شدن این مفهوم کنجکاوی مصرف کننده و مومنت‌های اینستاگرام، احترام و قدرانی فرهنگی که با ترکیب سنت‌های مختلف آشپزی، حس وحدت و میراث مشترک جهانی را ترویج می‌کند. نوآوری و تمایز، سازگاری و انعطاف‌پذیری اقتصادی می‌توانند چالشهای زنجیره تامین را به طور مؤثرتری حل کنند و در صورت لزوم بدون به خطر اندادختن ماهیت اصلی غذا، مواد اولیه را جایگزین کنند.

۲. کنجکاوی محیطی غذاخوری[۲]: غذاخوری آگاهانه محیطی، با تاکید بر شیوه‌های پایدار، منابع اخلاقی و مسئولیت زیست محیطی، نه تنها یک مد گذرا نیست، بلکه بازتابی از تغییر پارادایم جهانی است. با توجه به گزارش سایت Fourth، در ایالات متحده، حدود ۳۸٪ از مواد غذایی استفاده نشده در رستوران‌ها دور ریخته می‌شود، در حالی که تنها ۱۴٪ بازیافت و تنها ۱۴٪ اهدا می‌شود. تامین غذای پایدار، کاهش ضایعات مواد غذایی و تاکید بر کاهش وجود کربن چیزی بیش از یک شعار ساده است. دلیل ترند شدن این موضوع به آگاهی رو به رشد مصرف کننده محیط‌زیستی و مسئولیت اجتماعی، مزایای اقتصادی در صرفه جویی در هزینه در بلند مدت، انعطاف‌پذیری زنجیره تامین، تصویر یک برنده پیشرفته، آمادگی نظارتی و مشارکت جامعه اشاره کرد.

۳. غذاهای کاربردی[۳]: غذاهایی هستند که مزایای سلامتی را فراتر از تغذیه اولیه ارائه می‌کنند، با اولویت دادن فزاينده مصرف‌کنندگان به سلامت و تندرنستی، شتاب بیشتری به دست آورده‌اند. سبزیجاتی مانند یام بنفس[۴] و میوه یوزو[۵] نمونه‌های خوبی هستند. علت ترند شدن این موضوع بالا رفتن آگاهی سلامت محوری مصرف‌کنندگان، تمایز در بازار رقابتی، پتانسیل قیمت‌گذاری ممتاز، سازگاری، تصویر مثبت برنده و افزایش رونق کسب و کار است.

۴. غذای دیجیتال[۶]: تلفیقی از هنرهای آشپزی با فناوری، مرزی را نشان می‌دهد که در آن سنت با نوآوری روبرو می‌شود، فرصت‌های زیادی را برای صنعت غذا به ارمغان می‌آورد، از فناوری در تولید غذا، مانند غذاهای پرینت سه بعدی یا ظروف

طراحی شده از طریق هوش مصنوعی، برای ارائه شخصی‌سازی شده استفاده می‌کند. خلاقیت و تمايز، شخصی سازی تجربه غذا، کارایی و دقت بیشتر، جذب مخاطبان جوان، ثبات بیشتر، جمع آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل جهت خط مشی و فرصت های بیشتر دلایلی است که برای سال ۲۰۲۳ این موضوع پر بازدید شده است.

5. **غذاهای گیاهی**^[۷]: تغییر به سمت رژیم‌های غذاهای گیاهی همچنان ادامه دارد و صنعت فراتر از همبرگرهای گیاهی اولیه، به سمت غذاهای لذیذ گیاهی و پروتئین‌های جایگزین باید پیش رود. غذاهای لذیذ گیاهی بیش از یک روند آشپزی هستند. آنها منعکس کننده یک تغییر اجتماعی قابل توجه در نحوه درک و اولویت بندی مردم از غذا، سلامت و پایداری هستند. این جهش به علت رشد تقاضای مصرف کننده، فواید سلامتی، فرصت های خلاقانه آشپزی، تمرکز بر پایداری محیط زیست و گسترش مشتری می باشد.

6. **احیای غذای های بومی**^[۸]: تلفیقی از سنت های آشپزی اجدادی، مواد اولیه محلی، روش ها و تکنیک های قدیمی پخت و پز آزمایش شده در زمان است. این روند نه تنها طعم‌های منحصر به فردی را ارائه می‌دهد، بلکه روایتهای فرهنگی عمیقتر و شیوه‌های پایدار را نیز به همراه دارد. دلایل مثل اصالت آشپزی، حفظ میراث، شیوه های پایدار، نمایه طعم های متنوع، ترویج فرهنگ های مختلف و حمایت از اقتصادی های محلی و کوچک موجب ترنند این عامل شده است.

7. **غذاهای قابل آشامیدن**^[۹]: غذاهای قابل نوشیدن یک همگرایی نوآورانه از راحتی، تغذیه، و تجربیات جدید آشپزی است. سوپ‌ها، آبگوشت‌ها، اسموتی‌ها و حتی دسرهای آشامیدنی به عنوان گزینه‌های رو به رشد محبوبیت پیدا می‌کنند که طعم یا ارزش غذاهای را به خطر نمی‌ندازند. در واقع، این غذاها راه خود را به زنجیره‌های فست فود باز می‌کنند و به نظر نمیرسد که سرعتشان کم شود. همانطور که نوشیدن‌ها به وعده‌های غذاهای و میان وعده‌های رضایت‌بخش به شکل مایع تبدیل می‌شوند، علاقه خاصی برای این نمونه غذا همه‌کاره وجود دارد. راحتی برای سبک زندگی در حین حرکت، تقویت تغذیه، خلاقیت آشپزی، سازگاری با نیازهای غذاهای و پایداری دلایلی برای توجه صاحبان صنعت به این موضوع است.

8. **غذاهای تقویت کننده روحیه** [۱۰] (خلق و خوی): با افزایش آگاهی از سلامت روان، تمرکز بر روی غذاهایی که می‌توانند خلق و خوی را تقویت کنند یا استرس را کاهش دهند، وجود دارد که اغلب حاوی موادی مانند شکلات تلح، زردچوبه یا غذاهای

تخمیر شده است. غذاهای تقویت کننده خلق و خو، بازتابی از افزايش آگاهی مصرف کننده از ارتباط ذهن و روده و تأثیر رژیم غذایی بر سلامت روان هستند. همانطور که مردم بیشتر با مزایای کلی غذا هماهنگ می شوند، این روند جذابیت بیشتری پیدا می کند.

9. **غذاخوری تعاملی**[۱۱]: در آن مشتریان نقش درگیرتری در تجربه غذاخوری خود دارند، به عنوان یک روند قابل توجه در دنیا آشپزی ظهور کرده است. این روند، مدل غذاخوری غیرفعال سنتی را به یک مدل فعال و تجربی تغییر شکل می‌دهد، جایی که مشتریان در آماده‌سازی غذا (انتخاب مواد اولیه، تهیه و حتی حضور در آماده کردن غذا) نقشی ایفا می‌کنند. به دلیل افزايش تعامل با مشتری، پیشنهادات فروش منحصر به فرد، سر و صدای رسانه های اجتماعی، جنبه های آموزشی و شخصی سازی غذا جز دلیل ترند شدن این موضوع در صنعت غذا است.

10. **جاگزین آرد و شکر**[۱۲]: آرد و قندهای جاگزین با افزايش آگاهی از ترجیحات غذایی، نگرانی‌های سلامتی و مسائل پایداری، محبوبیت بیشتری پیدا کرده‌اند. با تکامل نیازهای غذایی، صنعت غذا با آردهای جاگزین مانند بادام، نارگیل، یا نخود، پروتئین (مانند آرد عدس یا کینوا)، فیبر (مانند آرد جو دوسر) و شیرین کننده های طبیعی مانند میوه راهب (استویا) آزمایش می‌کنند. افزايش رژیم های گیاهخواری، پالئو، کتو و سایر رژیم های تخصصی، فواید تغذیه ای استقبال از جاگزین های آرد و شکر یک حرکت استراتژیک در سال ۲۰۲۳ است.

تبدیل مواد خام به محصولات غذایی قابل مصرف، هسته اصلی فرآوری مواد غذایی صنعت غذای آماده است. این عمل جزء جدایی ناپذیر حفظ، افزايش طعم و ایمنی غذاها را تضمین می‌کند. اخیرا، نوآوری‌ها مانند فرآوری فشار بالا، بسته‌بندی خلاء و فرآیند اولتراسونیک کیفیت، ایمنی و تنوع مواد غذایی فرآوری شده را افزايش داده‌اند. سایت StartUs insights با توجه به روند پیشرفت شرکت های استارت‌آپ ها پیش‌بینی موضوعات را در حوزه صنعت انعام می‌دهد، با توجه به توضیحات بالا آخرين پیش‌بینی موضوعات سایت StartUs insights برای سال ۲۰۲۴ در مورد فرآوری مواد غذایی، صنعت رستوران و ترندهای صنایع غذایی مطابق جداول زیر است.

سهم درصد تاثیر	موضوع	
25	فرآوری مواد غذایی سبز	ترندهای برتر فرآوری مواد غذایی
19	مدیریت پسماند مواد غذایی	
13	فرآوری گیاهان دارویی (شاهدانه)	
12	پروتئین های جایگزین	
11	ربات های فرآوری مواد غذایی	
6	غذای گیاهی	
5	هوش مصنوعی و تجزیه و تحلیل	
4	برچسب های تمیز	
4	چاپ سه بعدی غذا	
1	غنى سازی مواد غذایی	

سهم درصد تاثیر	موضوع	
25	سفرارش بدون تماس	ترندهای برتر صنعت رستوران
23	آشپزخانه های ابری	
21	مدیریت پسماند مواد غذایی	
6	ربات های تحویل دهنده	
6	ایمنی مواد غذایی	
9	تعامالت با مشتری مبتنی بر هوش مصنوعی	
5	سرآشپزهای رباتیک	
2	پیش بینی موجودی	
2	فناوری های فرآگیر چند جانبه	
1	ربات های خدمت رسانی	

سهم درصد تاثیر	موضوع	
26	پروتئین های جایگزین	ترندهای صنعت غذا
15	مواد مغذی	
14	تجارت الکترونیک	
13	ایمنی و شفافیت مواد غذایی	
9	تفذیه شخصی	
8	دیجیتالی کردن رستوران	
5	مدیریت دیجیتال غذا	
4	کاهش ضایعات مواد غذایی	
4	رباتیک	

منابع :

<https://www.upmenu.com/blog/food-trends>

<https://www.startus-insights.com/innovators-guide/food-process>

[/ing-industry-trends](https://www.startus-insights.com/innovators-guide/restaurant-industry-trends)

[https://www.startus-insights.com/innovators-guide/restaurant-i
/ndustry-trends](https://www.startus-insights.com/innovators-guide/restaurant-industry-trends)

[https://www.startus-insights.com/innovators-guide/top-10-food-
/technology-trends-innovations-in-2021](https://www.startus-insights.com/innovators-guide/top-10-food-technology-trends-innovations-in-2021)

Global Fusion [1]

Eco-Conscious Dining [2]

Functional food [3]

Purple yam [4]

Yuzu [5]

Digital Gastronomy [6]

Plant-Based Delicacies [7]

Revival of Indigenous Cuisines [8]

Drinkable Foods [9]

Mood-Boosting Foods [10]

Interactive Dining [11]

Alternative Flours and Sugars [12]

یادداشت/ بهترین فرصت برای تامین مالی بخش کشاورزی به قلم رامین امینی زارع



دکتر رامین امینی زارع
دانش آموخته دانشگاه تهران

در سیر تاریخی گفته می شود یکی از خواسته های به حق طبقه کشاورزان ایرانی، رهایی از سوداگری سلف خواران و داشتن صندوقی برای تامین مالی خویش بوده است؛ آرمانی که ۷۳ سال پس از عدل مظفر، با تاسیس بانک کشاورزی در سال ۱۳۱۲ خورشیدی جامه عمل پوشید.

در سیر تطور و تحول این بانک در آستانه عصر تجدد و اوایل سده بیستم تا پایان آن درمی یابیم این موجود زنده و پویا، همواره منشا اثر بوده است و علاوه بر کشاورزی خرد و معیشتی، جملگی طرح های بزرگ زراعی، با غبانی و دامپوری که با رعایت اصول فنی و اقتصادی در سپهر اقتصاد کشور نقش آفرین بوده اند؛ برخوان این بانک که متعلق به همه مردم ایران است نشسته اند.

نکته مهم درباره این بانک تخصصی و توسعه ای که از بهترین و کارآزموده ترین کادر متخصص در رشته های مختلف برخوردار است، منابع مالی مورد نیاز است که باید از بازارهای مالی گوناگون و متنوع کشور در قالب جذب سپرده و دیگر تکنیک های تجهیز منابع جمع

آوری و نهایتا در اختیار تولید غذا درکشور قرار گیرد تا نسبت کفايت سرمایه بانک (Capital Adequacy Ratio) افزون بر تصمیم اخير دولت، از طریق افزایش کمی منابع مالی مورد نیاز نیز تامین و فراهم گردد تا بانک از توان مضاعفی در پوشش ریسک های خود برخوردار باشد.
 $CAR = \frac{\text{Tier 1 capital} + \text{Tier 2 capital}}{\text{Risk weighted assets}}$

نکته دیگری که ضرورت دارد این است که با این پیش فرض که مهم است سپرده های مردم و حساب اشخاص حقوقی، در چه محلی صرف می شود؛ کلیه وجوده و حساب های مالی بخش کشاورزی نیز در این بانک که عمدتاً صرف تولید غذایی شود، متمرکز شود و امکان ارائه تسهیلات هدفمند بیشتری را فراهم آورد.

آن چه روش است؛ امنیت غذایی به عنوان مولفه اصلی و بنیادین امنیت ملی در همه کشورها به شمار می آید و تقویت یگانه نهاد مالی تخصصی و اصلی تامین مالی بخش کشاورزی از مهم ترین رسالت های مادی و معنوی دولت و مردم به شمار می آید؛ خاصه آن که کادر مدیریتی بانک نگاه دانش بنیان به تولید دارد و با مراکز علمی نیز در حال مراوده است. نقطه جالب تاریخی در نوامبر سال تاسیس بانک که متولد ۱۳۱۲ است پیمان اخیر بادانشگاه تهران متولد ۱۳۱۳ است که نگارنده این سطور از کوچک ترین دانش آموختگان آن است. بی شک تقویت این نهاد خوشنام، تقویت تولید غذا و سفره مردم خواهد بود.