

◀ سرمقاله

بلوغ تشکل‌گرایی

در انجمن جوان واردکنندگان برنج ایران

■ عباس توکلی
رئیس انجمن واردکنندگان برنج ایران

در نگاهی به تاریخ اقتصادی ایران، تشکل‌های اقتصادی جزء اولین نهادهای مدنی بودند که به واسطه تجارت و بازرگانان ایرانی ایجاد و همان‌ها پایه گذار نهاد بازار به مفهوم امروزی آن بودند.

در گذر زمان و همگام با توسعه تمدن، اقتصاد نیز مسیر تحول را طی کرد و متعاقب آن تشکل‌ها نیز به بلوغ رسیدند و امروز در قریب به اکثریت کشورها، تشکل‌ها متصدی مدیریت اقتصاد هستند و اگرچه ایرانی‌ها در ایجاد تشکل‌های اقتصادی پیشگام بودند، اما به دلایلی در عصر صنعتی شدن نتوانستند همپای تشکل‌ها در دیگر کشورها حرکت کرده و نقش اول میدان اقتصاد باشند.

با این وجود در دهه گذشته تشکل‌ها از نظر کمی و کیفی در کشورمان رشد قابل توجهی داشته‌اند و اگرچه بدنه دولت نسبت به واگذاری امور تصدی‌گری به تشکل‌ها مقاومت می‌کند، اما این روند اجتناب‌ناپذیر است.

علاوه بر این بخش خصوصی کشورمان نیز از دوره بی‌تفاوتی گذر کرده و امروز در مرحله بلوغ تشکل‌گرایی قرار گرفته است که نشانه‌های آن را می‌توان در بسیاری از تشکل‌ها مشاهده کرد که با حمایت و همراهی اعضا، در جایگاهی مناسب قرار گرفته‌اند.

گذشته از تشکل‌های صنفی و تعاونی‌ها که ذاتاً بخشی از امور تصدی‌گری را بر عهده دارند، انجمن‌ها که زیرمجموعه اتاق بازرگانی قرار می‌گیرند تا یک دهه پیش، پرنفوذترین نقشی که بر عهده داشتند، ارائه مشاوره به سازمان‌ها و نهادهای دولتی بوده است.

اما در سال‌های اخیر به تدریج انجمن‌ها با ایفای نقش مؤثر توانستند جایگاه خود را تثبیت کرده و مدیران ارشد دولت را مجاب کنند که بیش از پیش از مشاوره ایشان استفاده کنند و حتی در مواردی بخشی از امور تصدی‌گری را به ایشان واگذار کنند.

در جمع انجمن‌های متعددی که در زیرمجموعه اتاق بازرگانی ایران ثبت شده و فعالیت می‌کنند، انجمن واردکنندگان برنج ایران به عنوان یکی از جوانترین تشکل‌های فعال، پیش از رسیدن به تولد ده سالگی به واسطه عملکرد موفق و مؤثری که داشته در زمره تشکل‌های شاخص قرار گرفته است.

آنچه امروز انجمن واردکنندگان برنج ایران را در مقامی قرار داده است که به عنوان تنها تشکل ملی در حوزه محصول برنج، به عنوان مرجعی توانمند طرف مشورت مسئولان قرارگیرد و به عنوان منبعی صادق مورد توجه رسانه‌ها باشد؛ همراهی، اتحاد و همدلی همه اعضا بدون در نظر گرفتن جایگاه حقوقی در انجمن است.

اعضای انجمن واردکنندگان برنج ایران اثبات کردند که علی‌رغم رقابت در بازار می‌توان دوستی و اتحاد را حفظ کرد و هر آنجا که می‌شد از میانبر و کج‌راه به منفعت رسید، چشم بر منافع شخصی بستند.

اعضای انجمن در عرصه منافع ملی نیز اثبات کردند که برخلاف آنچه بسیاری مطرح می‌کنند که واردکنندگان فقط منافع خود را در نظر می‌گیرند، منافع ملی برای ایشان در اولویت قرار دارد و هیچگاه قدمی برای تخریب تولید و بازار برنج ایرانی برنداشتند و هر آنجا که می‌توانستند نقشی در بهبود وضعیت برنج ایرانی داشته باشند دریغ نکردند. امروز اقتصاد کشور در شرایطی قرار گرفته است که قطعاً نقش بخش خصوصی پرنفوذتر و نقش‌آفرینی تشکل‌ها مؤثرتر خواهد شد و در این شرایط انجمن واردکنندگان برنج ایران به پشتوانه اعضای فهیم، توانمند و باتجربه خود این توان را دارد که دومین محصول غذایی پر مصرف کشور را تأمین کند.

به عنوان عضوی از این خانواده که از ابتدای تأسیس انجمن واردکنندگان برنج ایران، در تمامی ادوار در هیأت مدیره حضور داشته‌ام، از همدلی و همراهی اعضای انجمن قدردانی کرده و ایمان دارم که این انجمن جوان و اعضایش در حوزه تشکل‌گرایی به بلوغ رسیده‌اند و حضور و وجودشان مایه مباحثات است.

رئیس انجمن واردکنندگان برنج ایران:

آمارهای نادرست تولید و مصرف،
سیاستگذاران بازار برنج را گمراه می‌کند

۴

تعارف فصلی واردات برنج
راهکار تحقق امنیت غذایی
و حمایت از تولید داخلیاصل افتخار آمیز در جازدن فرصتی
برای دولت‌ها و تهدیدی
برای بخش خصوصی

۵

همراهی رسانه‌ها نشانه تعامل انجمن
واردکنندگان برنج
با اصحاب قلم

۳

ارتقاء جایگاه انجمن واردکنندگان
برنج ایران در رتبه‌بندی تشکل‌های
زیرمجموعه اتاق بازرگانیتوجه و سرمایه‌گذاری انجمن
واردکنندگان برنج ایران
در حوزه اطلاعات و ارتباطات

۸



۶



۳

اصل افتخار آمیز در جازدن فرصتی برای دولت ها و تهدیدی برای بخش خصوصی



■ مسیح کشاورز

دبیر انجمن واردکنندگان برنج ایران
انجمن واردکنندگان برنج ایران به عنوان یکی از عالی‌ترین و قدرتمندترین اعضای بخش خصوصی کشور، سومین دولت را در کارنامه خود با انتخاب رئیس‌جمهور جدید تجربه می‌کند، تجربه دیگر این انجمن دو تغییر ساختاری عمده انتقال مسئولیت فعالیت‌های بازرگانی محصولات کشاورزی تحت عنوان قانون انتزاع از وزارت صنعت، معدن و تجارت به وزارت جهاد کشاورزی بوده است.

ایمن تجربه‌ها تلخ‌ترین تجربیاتی است که به طور مستقیم درگیر آن شده ایم. تغییر مدیران در سایر حوزه‌های مرتبط، مانند سازمان ملی استاندارد ایران، سازمان غذا و دارو نیز از تجربیاتی است که ثمره آن چیزی جز درجا زدن را به اذهان القاء نمی‌کند.

لذا سرعت ثبت سفارش‌ها کند شد. از نظر تعیین ارزش که سال‌ها، انجمن مرجع معتبر و قابل استناد بوده‌است، کنار گذاشته شد و تصمیماتی اتخاذ شد که عملاً با کاهش واردات پس از دوره ممنوعیت روبرو شدیم. ابزار و جایگاه مهم تنظیم بازار که برای هماهنگی سایر دستگاه‌ها به وجود آمده بود، به ورطه فراموش سپرده شده و علت آن را هم این گونه بیان کردند که هر دستگاهی باید مسئولیت خودش را انجام دهد و...

فرست انتصاب افراد جدید و جابجایی، زمان آموزش و عدم آشنایی با وظایف و قوانین در هر دولتی، تهدید جبران ناپذیر برای بخش خصوصی است، که متأسفانه عالی‌ترین نهاد بخش خصوصی یعنی اتاق بازرگانی ایران هم نمی‌تواند نقشی برای بهبودی آن داشته باشد. فرصت‌سوزی، تحریم داخلی، هدر دادن وقت و انرژی و... نشان از نبود زیرساخت و یا بی‌اعتمادی به زیرساخت‌های از پیش ایجاد شده دارد و با وجود برنامه‌های بلند مدت ملی، بخش خصوصی باید سود و زیان و هزینه تغییر و تحول در دولت‌ها را آسیب‌شناسی و اعلام کند تا شاید آیندگان راه بهتری را ترسیم و انتخاب کنند، البته ذکر این نکته لازم است که ضرر بخش خصوصی مساوی است با ضرر عموم مردم کشور، که عدم توجه به آن عواقب جبران ناپذیری دارد.

انجمن واردکنندگان برنج ایران از بدو تأسیس همواره بر وجود رابطه شفاف میان اعضاء با هیأت‌مدیره و دبیرخانه تأکید داشته‌است و برای تحقق این هدف از ابزارهای موجود از قبیل رسانه‌های عمومی، نشریه داخلی، سایت اختصاصی انجمن و پیام‌رسان‌ها بهره گرفته است.

در این خصوص مهسا خدابخشی مدیر روابط عمومی انجمن با بیان اینکه، قطعاً می‌توان مدعی شد که شفافیت در تمامی امور از جمله اطلاع‌رسانی یکی از نقاط مثبت و قابل توجه انجمن است، افزود: در نگاهی به ادوار گذشته فعالیت هیأت مدیره همواره بخش روابط عمومی، رسانه و سایت انجمن در تعامل با اعضاء، نهادها و سازمان‌های دولتی و خصوصی و رسانه‌ها تعامل بالایی داشته است. وی گفت: ایجاد و به روزرسانی سایت، انتشار نشریه و انتشار اخبار و گزارش‌ها در رسانه‌های جمعی نشان دهنده آشنایی هیأت مدیره و دبیرخانه انجمن با ارزش‌های رسانه‌ای است.

مدیر روابط عمومی انجمن با اشاره به تقویت بخش روابط عمومی، رسانه و سایت انجمن در سال ۱۴۰۰، توضیح داد: رویکرد مدیریت و دبیرخانه انجمن در سال ۱۴۰۰ براین مبنا است که با تقویت ابزارهای ارتباطی، جریان اطلاعات و ارتباطات دو سویه میان انجمن با ذینفعان و همچنین مخاطبین تقویت شود.

وی خاطر نشان کرد: از آنجاییکه برنج دومین محصول غذایی پرمصرف کشور است و برنج‌های وارداتی جایگاه ویژه‌ای در سبد مصرف خانوار دارند، هرچه اطلاع‌رسانی درخصوص این محصول به عنوان حوزه فعالیت اعضاء بهتر و شفاف‌تر باشد، به تسهیل شرایط فعالیت ایشان و همچنین رفع دغدغه‌ها و سؤال‌های مصرف کنندگان کمک می‌کند.

خدابخشی در پایان با تأکید بر اهمیت اطلاعات در تجارت امروز دنیا، اظهار داشت: با این رویکرد انجمن توجهی ویژه به حوزه اطلاعات و ارتباطات دارد و برای توسعه توان خود در این بخش سرمایه‌گذاری کرده است.

ارتقاء و توسعه سایت انجمن

در میان ابزارهایی که برای اطلاع رسانی مورد استفاده قرار گرفته است، برای سایت به عنوان ارگان رسانه‌ای انجمن واردکنندگان برنج ایران، وظایف و اهدافی تدوین و تصویب

مدیر روابط عمومی انجمن واردکنندگان برنج ایران تأکید کرد:

توجه و سرمایه‌گذاری انجمن واردکنندگان برنج ایران در حوزه اطلاعات و ارتباطات



و انتشار مقالات تخصصی، تولید و انتشار پادکست و گردآوری و انتشار قیمت برنج در بازارهای جهانی و قیمت خردفروشی بازار داخلی اشاره کرد. همچنین برای سایت انجمن، اهداف بلند مدتی نیز پیش‌بینی شده است که از آن جمله می‌توان به دو زیانه شدن سایت اشاره کرد که با تحقق این مهم، این سایت می‌تواند برای مخاطبین خارج از کشور نیز قابل استناد باشد. از دیگر برنامه‌هایی که در اهداف کوتاه مدت و میان مدت مورد توجه قرار گرفته است تا با محوریت سایت انجمن ایجاد و تقویت شود، داشتن صفحه‌ای اختصاصی در پیام‌رسان‌های داخلی و بین‌المللی است.

تقویت حوزه روابط عمومی و رسانه

یکی دیگر از تحولات انجمن واردکنندگان برنج ایران در سال ۱۴۰۰، تقویت بخش روابط عمومی دبیرخانه است، چنانکه تا پیش از این روابط عمومی در قالب یکی از مأموریت‌های دبیرخانه مدیریت می‌شد و با این تغییر به عنوان یکی از بازوان دبیرخانه و در قالب واحد مستقل فعالیت می‌کند. دبیرخانه انجمن به منظور توسعه روابط درون سازمانی، بسط و گسترش ارتباط با اعضای انجمن و همچنین ایجاد رابطه مستمر و مؤثر با سازمان‌ها و نهادهای دولتی، اتاق‌های بازرگانی و تشکلهای دیگر، همچنین تقویت و پشتیبانی بخش‌های دیگر انجمن بالاخص سایت، نشریه و رسانه‌ها و جراید عمومی و تخصصی و در نهایت پیگیری دیگر وظایف تبیین شده برای بخش روابط عمومی، در صدد ایجاد روابط عمومی مستقل برآمده است. از طرفی با توجه به این مهم که اعضای انجمن واردکنندگان برنج ایران به واسطه نوع فعالیت به صورت مستمر با تولیدکنندگان و تجار برنج دیگر کشورها در ارتباط هستند، یکی از اهداف میان مدت تبیین شده برای واحد روابط عمومی، تمرکز بر بخش روابط بین‌الملل به منظور تسهیل شرایط برای اعضاء است.

توجه به تغییر ارزش‌های تجاری

در نگاهی به ساختار اقتصاد جهانی مشخص می‌شود که داده یا همان اطلاعات با سرعت چشمگیر و طی کردن نمودار صعودی با شیب تند، به زودی در رتبه نخست بالاترین گردش مالی جهانی قرار می‌گیرد. به واقع در آینده نزدیک، اطلاعات ارزشمندترین داشته هر بنگاه است، فارغ از اینکه در چه حوزه‌ای فعالیت می‌کند. انجمن واردکنندگان برنج ایران به عنوان تشکلی جوان طی کمتر از یک دهه فعالیت، از بدو تأسیس در گروه تشکلهایی قرار گرفته است که به رسانه و گردش آزاد اطلاعات توجه ویژه داشته است و داشتن نشریه داخلی، سایت اختصاصی و تعامل مداوم و مستمر و البته سازنده با رسانه‌ها، سندی برای اثبات این ادعا است. ارتقاء کمی و کیفی سایت که آخرین دوره آن در سال ۱۴۰۰ رقم خورد و همچنین ایجاد واحد روابط عمومی مستقل در این سال، نشان دهنده توجه و پویایی این انجمن به حوزه ارزشمند اطلاعات و ارتباطات است. در نهایت باید اذعان داشت، انجمن واردکنندگان برنج ایران، با تمرکز و سرمایه‌گذاری در حوزه رسانه، اطلاعات و ارتباطات در مسیری حرکت می‌کند که در آینده نزدیک، به پشتوانه تقویت این حوزه‌ها بتواند به اعضایش خدمات ارائه دهد.

رئیس انجمن واردکنندگان برنج ایران:

آمارهای نادرست تولید و مصرف، سیاستگذاران بازار برنج را گمراه می کند



بارش‌های جوی، میزان تولید برنج در کشور کاهش یافته و از سویی به دلیل افزایش هزینه‌ها، قیمت تمام شده تولید نیز روندی صعودی داشته و تجمع این عوامل، شیب افزایش قیمت برنج ایرانی را تندتر کرده است. توکلی با بیان اینکه تحلیل‌ها از وضعیت بازار برنج، مبین این واقعیت است که در ماه‌های پیش رو و سال آینده، تقاضا برای برنج وارداتی افزایش خواهد یافت، توضیح داد: کاهش تقاضا برای محصول داخلی اتفاق ناخوشایندی است که می بایست برای آن تمهیداتی اندیشیده شود، اما در کوتاه مدت راهکار مدیریت بازار، پاسخ دادن به تقاضای بازار از مسیر تأمین برنج از محل واردات است. وی گفت: به دولت و مصرف‌کنندگان این اطمینان خاطر را می‌دهیم که تجار واردکننده برنج، اجازه نخواهند داد با کمبود برنج در بازار برای دولت و مصرف‌کنندگان مشکل ایجاد شود.

رئیس انجمن واردکنندگان برنج ایران با اشاره به اینکه منفعت اقتصادی یک روی سکه فعالیت اقتصادی بازرگانان است و روی دیگر آن تأمین مایحتاج عمومی با بالاترین کیفیت و مناسب‌ترین قیمت است، متذکر شد: اعضای انجمن واردکنندگان برنج ایران پیش از این نیز اثبات کرده‌اند که در مقاطع مختلف هر زمان که بازار با مشکل روبرو شده، تمامی توان خود را به کار گرفته اند که برنج مورد نیاز مصرف‌کنندگان را تأمین کنند و همچنان به رسالت خود پایبند هستند.

وی اظهارداشت: متأسفانه تولید داخلی برنج ضعف‌هایی دارد که باید رفع شود که از آن جمله می‌توان به کوچک بودن زمین‌های شالیکاری اشاره کرد که مانع تولید مکانیزه، افزایش بهره‌وری و حجم تولید شده و با پایین آمدن هزینه تولید، قطعاً قیمت نهایی برنج ایران برای مصرف‌کنندگان کاهش خواهد یافت.

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران اصلاح بذر و مدیریت تولید را از دیگر گزینه‌هایی دانست که باید برای بهبود شرایط تولید برنج داخلی مورد توجه قرار گیرند و افزود: اما نباید فراموش کنیم این اقدامات برای هدف گذاری میان مدت و بلند مدت اثرگذار خواهد بود و در کوتاه مدت تنها گزینه روی میز برای تأمین مایه‌التفاوت تولید و مصرف، واردات است. وی خاطرنشان کرد: قطعاً برای واردکنندگان این موضوع خوشایند است که روزی بتوانند صادرکننده برنج ایرانی باشند، اما در حال حاضر خدمتی که از دستشان بر می‌آید تلاش برای تأمین دومین محصول غذایی پرمصرف کشور و ممانعت از خالی شدن سفره هموطنانشان است.

برنج به عنوان یک محصول غذایی پرمصرف، بعد از نان رتبه دوم بالاترین سرانه مصرف در سبد کالای خانوار ایرانی را به خود اختصاص داده است.

برنج در حالی در سفره خانوار ایرانی جای دارد که قریب به نیمی از مصرف کشور از مسیر واردات تأمین می‌شود و به دلایل مختلف این توازن در حال به هم خوردن است و پیش‌بینی کارشناسان این است که به دلیل کاهش تولید و افزایش قیمت برنج ایرانی، در ماه‌های آتی تقاضا برای برنج خارجی افزایش یابد.

پیش از این نیز با روند صعودی که قیمت برنج داخلی پشت سر گذاشته است، به تدریج سهم برنج ایرانی در سبد مصرف خانوارهای کم بضاعت کمتر و کمتر شد، اما همچنان گروهی از فعالان بازار معتقد بودند که سهم برنج وارداتی از کل مصرف کشور ۴۰ و نهایتاً ۵۰ درصد بوده است.

اما در یک سال اخیر قیمت برنج تولید داخل از یک سو به دلیل کاهش تولید و از طرف دیگر متأثر از تورم عمومی قیمت‌ها، در جهش‌های چندباره به جایی رسید که از دسترس بسیاری خانواده‌ها دور شد.

در این خصوص عباس توکلی رئیس انجمن واردکنندگان برنج ایران با تأکید براینکه برای همه تجار گذشته از آنکه چه کالایی وارد می‌کنند، حمایت از تولید داخل در اولویت قرار دارد، افزود: در حوزه واردات اقلام به دو گروه محصولات لوکس و کالاهای اساسی و اولویت‌دار تقسیم‌بندی می‌شوند، که محصولاتی چون مواد غذایی و خوراکی، دارو و مواد اولیه در گروه دوم قرار دارند.

وی گفت: تجاری که در شرایط سخت تحریم، با همه تهدیداتی که ممکن است، سرمایه ایشان را به خطر بیندازد، به فعالیت خود ادامه می‌دهند تا نیازهای اولیه کشور را تهیه کنند، قطعاً به آسیب دیدن تولید داخلی رضایت نمی‌دهند.

رئیس انجمن واردکنندگان برنج ایران با اشاره به اینکه بازار برنج کشور همواره در خصوص سهم تولید داخل و واردات دچار ابهامات بوده است، توضیح داد: در دسترس نبودن آمار دقیق از میزان تولید و همچنین اختلاف نظر در مورد سرانه مصرف، به رغم شفاف بودن میزان واردات، همچنان میزان نیاز کشور به برنج را به معادله‌ای دو مجهولی تبدیل کرده است.

وی ادامه داد: متأسفانه سوءاستفاده برخی منفعت‌طلبان از جریان رسانه و ارائه آمار نادرست از میزان تولید و مصرف، دولت به عنوان سیاست‌گذار را گمراه می‌کند و در ادوار مختلف شاهد بودیم که با محدود کردن واردات براساس همین آمار نادرست، کشور با کمبود برنج روبه رو شده و در نهایت رشد کاذب قیمت، منفعت‌طلبان را منتفع کرده است.

توکلی با بیان اینکه یکی از گزینه‌هایی که بعضاً نهادهای متولی بازار به آن توجه نمی‌کنند، سبد مصرف خانوار است که مستقل از میزان تولید و واردات، به توان خرید مصرف‌کنندگان بستگی دارد، اظهارداشت: متولیان بازار در زمان سیاست‌گذاری باید به این نکته توجه کنند که میزان تقاضا در بازار، موضوعی است چند بعدی که برای مدیریت آن باید همه جوانب را در نظر داشت.

وی گفت: میزان تولید برنج داخلی را نمی‌توان به تنهایی معیاری برای مدیریت بازار دانست، چراکه برای بخشی از مصرف‌کنندگان، قیمت در اولویت قرار دارد و باتوجه به تفاوت قیمت محصولات داخلی با انواع برنج وارداتی، ایشان گزینه‌ای را انتخاب می‌کنند که با بضاعت مالی آنها همخوانی داشته باشد.

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران با یادآوری این مهم که در چند یک دهه گذشته روند افزایش قیمت برنج ایرانی به گونه‌ای بوده که تفاوت معنی داری با محصولات وارداتی پیدا کرده است، این روند موجب شده تا به تدریج جمعیت بیشتری از مصرف‌کنندگان برنج وارداتی را در سبد مصرف خود جای دهند. وی ادامه داد:

در چند سال اخیر شاهد بودیم که متأسفانه به دلیل کاهش

خزانه‌دار انجمن واردکنندگان برنج ایران:

تعرفه فصلی واردات برنج راهکار تحقق امنیت غذایی و حمایت از تولید داخلی



یکی از اصلی‌ترین ابزارهای مدیریت و تنظیم بازار توجه به سلیقه و ذائقه مصرف‌کننده است، این خصوصیت اگرچه کاملاً شخصی و اختیاری است، اما در برخی موارد، اجبارهایی چون کاهش یا توقف عرضه یک کالا و یا گران شدن قیمت، این اختیار را از مصرف‌کننده سلب و تغییر رفتار مصرف را بر او تحمیل می‌کند.

بازار برنج ایران مصداق بارز این جریان است، اگرچه تفاوت قیمت میان برنج‌های تولید داخل و وارداتی همیشه وجود داشته است، اما روند صعود قیمت محصولات داخلی در یک سال گذشته، موجب شد تا توازن بازار برهم خورده و تقاضا برای محصولات وارداتی افزایش قابل توجهی را تجربه کند.

در این خصوص کریم اخوان اکبری خزانه‌دار و عضو هیات مدیره انجمن واردکنندگان برنج ایران معتقد است: برنج به عنوان دومین کالای اساسی کشور نقش ویژه‌ای در سبد غذایی خانوار ایرانی ایفا می‌کند.

وی با بیان اینکه با استناد به آمارهای ارائه شده از طرف مرکز آمار کشور سرانه مصرف حدود ۳۴ الی ۳۶ کیلو گرم تعیین شده است، افزود: ۶ دهک پایین جامعه با توجه به شرایط اقتصادی خانوار و توان مالی به علت پایین‌تر بودن قیمت، برنج وارداتی مصرف می‌کنند و برنج ایرانی عمدتاً در سبد مصرف طبقات متوسط به بالا قرار می‌گیرد.

اخوان اکبری ادامه‌داد: متأسفانه در چند سال اخیر به علت تورم حاکم بر کشور که به گرانی برنج ایرانی منتج شده است، بسیاری از خانواده‌های طبقه متوسط جامعه هم، به مصرف برنج وارداتی روی آورده‌اند.

وی با بیان اینکه گرانی مضاعف برنج ایرانی موجب شده تا مصرف برنج وارداتی افزایش یافته و سهم بالایی از بازار کشور را به خود اختصاص دهد، گفت: در صورت ادامه روند کنونی پیش‌بینی می‌شود مقدار مصرف برنج وارداتی و سهم آن در سرانه مصرف کشور روند افزایشی را ادامه دهد. عضو هیات مدیره انجمن اظهارداشت: نظری اجمالی به آمار مصرف نشان از این دارد که برنج ایرانی حدود ۳۹ درصد مصرف را به خود اختصاص داده است و این در مقایسه با ۶۱ درصد مصرف برنج وارداتی در خانوارهای شهری و روستایی، هشدار است مبنی براینکه تأمین امنیت غذایی کشور توجه ویژه‌ای را می‌طلبد.

وی با اشاره به اینکه اگر ۳۶ کیلوگرم را برای مصرف سرانه برنج کشور ملاک قرار دهیم در مقابل مصرف ۱۴ کیلوگرم برنج ایرانی ۲۲کیلو برنج خارجی مصرف می‌شود، تصریح کرد: طبق گزارش مرکز آمار مصرف برنج خارجی در سبد مصرف خانوارهای روستایی ۱/۶ برابر مصرف خانوارهای شهری است و این آمار در کنار کمبود آب و مشکلات خاک که بخش کشاورزی کشور با آن روبرو است، اهمیت تأمین به موقع برنج وارداتی برای تعدیل بازار و تنظیم قیمت را تشدید می‌کند.

خزانه‌دار انجمن خاطرنشان کرد: تاخیر در انجام ثبت سفارش و واردات برنج از آسیب‌هایی است که بازار را

دچار چالش قیمت و کمبود برنج خواهد کرد، چراکه به‌رغم پذیرش این موضوع که به علت تفاوت توان مالی افراد جامعه طبقات مصرف‌کننده برنج ایرانی و خارجی منفک شده است، با این حال آنچه در حوزه واردات اتفاق می‌افتد، قیمت برنج ایرانی را هم کنترل می‌کند.

وی گفت: در این خصوص وزارتخانه تخصصی برنج که وزارت جهاد کشاورزی است، باید مراقبت کند، هیچ تأخیر زمانی در ثبت سفارش پیش نیاید و از طرفی ممنوعیت فصلی واردات که چند سالی است به بهانه حمایت از تولید داخلی انجام می‌شود، جای خود را به اعمال تعرفه فصلی بدهد.

اخوان اکبری با اشاره به اینکه راهکار تعرفه فصلی بر این محور بنا نهاده می‌شود که در فصل تولید برنج داخلی تعرفه ورودی برنج وارداتی با فصل غیرتولید متفاوت و بیشتر است، افزود: راهکار دیگر این است که زمان ممنوعیت فصلی را از چهار ماه به دو ماه کاهش داد، چراکه ممنوعیت فصلی به شکل کنونی، تبعات منفی زیادی را به همراه دارد.

وی با اشاره به اینکه ممنوعیت فصلی که در حال حاضر اجرا می‌شود در دو بعد تبعات منفی دارد، توضیح داد: از یک طرف موجب افزایش قیمت برنج، در داخل می‌شود و از سویی به علت اینکه تأمین از کشورهای مبدا از حالت معمول خارج می‌شود، تأمین‌کنندگان خارجی به دلیل تقاضای مشتری جهت انبار کردن محصول، قیمت‌های افزایشی را پیشنهاد می‌دهند که در نهایت ارزش بیشتری از کشور خارج می‌شود و مصرف‌کننده نهایی بیشتری می‌پردازد.

عضو هیات مدیره انجمن ادامه داد: به دلیل اینکه ثبت سفارش از طرف وزارتخانه های مسئول یک الی دو ماه بعد از برداشت محصول در کشور مبدا اتفاق می‌افتد تأمین به موقع برنج در اول فصل با قیمت مناسب از اختیار واردکنندگان خارج می‌شود و در نهایت کشور و مصرف‌کنندگان متضرر می‌شوند.

وی تأکید کرد: جایگزینی تعرفه فصلی به جای ممنوعیت، هم به لحاظ قیمت و مقدار، تولید برنج داخلی را تحت‌الشعاع قرار نمی‌دهد و همچنین باعث عطش مضاعف واردات در ماه های قبل از شروع ممنوعیت فصلی نخواهد شد.

اخوان اکبری در پایان گفت: حمایت از تولید داخل اصلی است که همه بر آن تأکید داریم اما باید واقعیت‌های حاکم بر بازار و توان اقتصادی مصرف‌کنندگان را هم مورد توجه قرار دهیم، تا امنیت غذایی کشور و خانواده‌های کم‌برخوردار آسیب نبینند.



گزارش معاون دبیر انجمن در خصوص عملکرد دو ساله؛

ارتقاء جایگاه انجمن واردکنندگان برنج ایران در رتبه‌بندی شکل‌های زیر مجموعه اتاق بازرگانی



انجمن واردکنندگان برنج ایران در زمره تشکل‌هایی است که از بدو تأسیس همواره مسیر رو به جلو را پیش گرفته و در اجرای برنامه‌های توسعه‌ای موفق عمل کرده است.

ساختار این انجمن نیز همانند دیگر تشکل‌های زیرمجموعه اتاق بازرگانی ایران دارای دو رکن هیأت مدیره و دبیرخانه است، که رکن اول نقش سیاست‌گذاری را برعهده دارد و رکن دوم مجری تصمیمات اتخاذ شده و مأموریت‌هایی است که در وهله اول اساسنامه و در رتبه دوم هیأت مدیره به آن محول می‌کنند.

در این خصوص شیرین مختاری معاون دبیر انجمن با بیان اینکه انجمن واردکنندگان برنج ایران طی قریب به یک دهه فعالیت، تلاش کرده با ایجاد و توسعه ابزار خدمت‌رسانی، بهترین خدمات را به اعضای خود ارائه کند، افزود: بی‌شک کم و کاستی‌هایی وجود داشته و ممکن است در آینده به وجود بیاید، اما دبیرخانه انجمن تلاش می‌کند ضمن شناسایی نقاط ضعف آنها را ترمیم و نقاط قوت را تقویت کند.

وی گفت: با توجه به اینکه در تمامی ادوار هیأت مدیره انجمن، بر ارائه خدمت درخور و در شأن اعضا تأکید داشته است، از این رو همواره از آنچه به عنوان ابزار خدمت‌رسانی در دبیرخانه تعریف شده است، حمایت کرده و با رهنمودهای خود تقویت و توسعه آنها را مد نظر داشته است.

مختاری با اشاره به اینکه در سال ۱۴۰۰ بنا بر مأموریت محوله از سوی هیأت مدیره، توسعه ساختار اداری دبیرخانه در دستور کار قرار گرفت، توضیح داد: در حالیکه تا پیش از این امور مربوط به بخش‌هایی چون اداری و مالی و همچنین روابط عمومی، در دبیرخانه پیگیری می‌شد، امسال با ایجاد واحد اداری و مالی و همچنین روابط عمومی، ساختار دبیرخانه قدرتمندتر شده است. وی در پایان بر روند رو به جلو و پیشرفت انجمن تأکید کرد و اظهارداشت: حمایت اعضا، هیأت مدیره و دبیر انجمن از برنامه‌های دبیرخانه موجب شد تا بتوانیم در رتبه‌بندی تشکل‌های زیرمجموعه اتاق بازرگانی ایران، جایگاه انجمن را از رتبه **C** به رتبه **B** ارتقاء دهیم و با ادامه همین روند امیدواریم که در سال آینده بتوانیم به عالی‌ترین رتبه تشکل‌ها یعنی درجه **A** ارتقاء پیدا کنیم که هم اکنون تنها یک تشکل در این جایگاه قرار دارد.

گزارش عملکرد انجمن در سال ۱۳۹۹

گزارش عملکرد انجمن در سال ۱۳۹۹ در چهار بخش شامل مکاتبات و مرسولات، روابط عمومی، عملکرد اجرایی و اداری و در نهایت نشست‌ها و جلسات قابل بررسی است.

۱- مکاتبات و مرسولات

طی سال ۱۳۹۹ مجموعاً ۳۴۲ عدد نامه از طرف انجمن برای ارگان‌های دولتی از جمله ریاست جمهوری، وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی، صنعت، معدن و تجارت و بهداشت و درمان،

فوق العاده (۱۳۹۸) و بررسی روند اجراء استاندارد ۱۲۷ برنج، ویژگی‌ها و روش آزمون توسط دبیرخانه تهیه و منتشر شد، همچنین به روز رسانی آمار واردات به صورت ماهیانه انجام و دو جلسه کمیته تدوین و نظارت ارزی انجمن نیز برگزار شد.

همچنین چاپ کاتالوگ معرفی انجمن، چاپ گواهی و کارت عضویت برای اعضا و برگزاری جلسات با شرکت‌های رتبه‌بندی جهت اطلاع رسانی خدمات به اعضا از دیگر اقدامات انجام شده در سال ۱۳۹۹ بوده است.

در سال ۱۳۹۹، مکاتبات موردی چون ارسال ارزش برنج‌های وارداتی برای گمرک، ۴ مورد مکاتبه با سفارتخانه‌ها جهت اخذ ویزا برای اعضا، ۵ مورد ارسال فهرست ارزی محموله‌های روسویی به وزارت صمت و ۸۰ مورد معرفی اعضا به شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران جهت فروش محموله‌هایی که ارز ۴۲۰۰ تومانی دریافت کرده بودند، انجام شده‌است.

۴- نشست‌ها و جلسات

در این حوزه در سال ۱۳۹۹ به دلیل شیوع ویروس کرونا جلسات هیأت مدیره در ۵ نوبت به صورت حضوری و در ۷ مورد به صورت آنلاین برگزار شد و همچنین در این سال پرونده در خواست عضویت ۱۵ شرکت در هیأت مدیره انجمن مورد بررسی قرار گرفت.

طی سال ۱۳۹۹ رئیس، اعضای هیأت رئیسه و دبیر انجمن مجموعاً در ۲۱۲ جلسه با نهادهای دولتی و بخش خصوصی حضور یافتند که از آن جمله حضور رئیس انجمن به عنوان عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران در ۷ جلسه هیأت نمایندگان این اتاق و همچنین نماینده‌ای از انجمن در ۵ جلسه برگزار شده در اتاق بازرگانی تهران حضور یافت.

در سال ۱۳۹۹، انجمن در ۱۵ جلسه وزارت جهاد کشاورزی، ۳۰ جلسه وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۱۰ جلسه ستاد تنظیم بازار وزارت صمت، یک جلسه در نهاد ریاست جمهوری و ۱۰ جلسه سازمان غذا و دارو حضور داشته است.

همچنین از دیگر جلساتی که یک یا چند نماینده از انجمن در آنها حضور داشته‌اند می‌توان به ۲۸ جلسه کمیته فنی به منظور حل مشکل اعضا، ۲۰ جلسه با گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۱۰ جلسه با سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان، ۴ جلسه همایش سفارت‌های هندوستان و پاکستان،

۶ جلسه با کمیسیون کشاورزی

مجلس شورای

۳- عملکرد اجرایی و اداری

عملکرد دبیرخانه انجمن در حوزه اجرایی و اداری در بخش‌های

مختلف قابل بررسی است، از آن جمله تهیه سه پاورپوینت با

موضوعات بررسی اجمالی میزان واردات برنج در یک

دهه، ارائه گزارش مجمع

عمومی عادی بطور

اسلامی، یک جلسه با

ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، ۳

جلسه با شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی

ایران، ۹ جلسه مجازی تدوین استاندارد ۱۲۷ برنج تجدید نظر

هفتم، ۴ جلسه با وزارت اطلاعات، یک جلسه با پلیس امنیت اقتصادی، ۵ جلسه

با اداره صمت شهرستان ری، یک جلسه با رئیس اتحادیه بنکداران مواد غذایی، ۲ جلسه با کانون

انجمن‌های مواد غذایی، ۵ جلسه با اداره امور مالیاتی و ۲ جلسه با وزارت امور خارجه اشاره کرد.

در چهارم اسفند ماه سال ۱۳۹۹ مجمع عمومی فوق العاده و مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مطابق با تشریفات قانونی دستورالعمل برگزاری مجامع اتاق بازرگانی ایران برگزار و در این جلسه اساسنامه پیشنهادی اتاق بازرگانی ایران و آئین نامه انضباطی انجمن واردکنندگان برنج که از پیش تدوین شده بود، به تصویب رسید.

گزارش عملکرد انجمن واردکنندگان برنج ایران سال ۱۴۰۰

گزارش عملکرد انجمن در سال ۱۴۰۰ در ۳ بخش شامل مکاتبات و مرسولات، عملکرد اجرایی و اداری و در نهایت نشست‌ها و جلسات قابل بررسی است.

۱- مکاتبات و مرسولات

طی سال ۱۴۰۰ مجموعاً ۳۰۱ عدد نامه از طرف انجمن برای ارگان‌های دولتی از جمله ریاست جمهوری، وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی، صنعت، معدن و تجارت و بهداشت و درمان، سازمان‌های استاندارد و غذا و دارو و گمرک جمهوری اسلامی، نهادهای بخش خصوصی مانند اتاق‌های بازرگانی ایران و تهران، ارسال شده است. همچنین در این مدت از مبادی مختلف وصول ۳۲۱ عدد نامه در دبیرخانه انجمن به ثبت رسیده است. دبیرخانه انجمن در سال ۱۴۰۰ استعلام قیمت برنج از منابع داخلی و خارجی در ماه‌های شمس و میلادی را گردآوری و ارزش‌های نهایی شده را به دفتر تعیین ارزش گمرک و وزارت جهاد کشاورزی ارسال کرده است که از آن جمله می‌توان به ۳ مورد مکاتبه انجمن به عنوان مرجع اعلام ارزش‌ها با گمرک در خصوص استعلام و به روزرسانی ارزش‌ها در TSC پتل گمرک اشاره کرد.

۲- عملکرد اجرایی و اداری

در این بخش می‌توان از صدور گواهی عضویت انجمن برای ۱۴ شرکت، ۱۲ مورد مکاتبه با شرکت بازرگانی دولتی ایران در خصوص معرفی اعضا به **GTC** به منظور فروش محموله‌هایی که با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد شده‌اند، مکاتبه و برگزاری جلسه با اتاق بازرگانی تهران در خصوص حذف دوره ممنوعیت با حضور وزیر جهاد کشاورزی، دو نوبت مکاتبه با سازمان حمایت در خصوص محاسبه قیمت‌های تمام شده جهت مقایسه و تحلیل، دو مورد مکاتبه با سفارتخانه‌ها جهت اخذ ویزا برای اعضا، حضور رئیس و دبیر انجمن در صدف چهل و یکمین جلسه تنظیم بازار با پیشنهاد عدم اعمال ممنوعیت فصلی واردات برنج و ارائه پاورپوینت، انجام ۲ مورد مکاتبه با سازمان غذا و دارو در خصوص حل مشکل آرسنیک و دانه گچی برنج‌های وارداتی و تعیین شرح وظایف برای پرسنل در راستای اهداف و ارتقاء ساختار تشکیلاتی انجمن نام برد.

۳- نشست‌ها و جلسات

در این بخش از گزارش عملکرد انجمن به دلیل تداوم قرتنپینه متأثر از شیوع ویروس کرونا، ۴ جلسه هیأت مدیره به صورت



حضوری برگزار شد. از دیگر نشست‌هایی که

نمایندگانی از انجمن در آنها حضور داشته‌اند می‌توان به

حضور رئیس انجمن به عنوان عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران

در ۷ جلسه هیأت نمایندگان، حضور نماینده‌ای از انجمن در ۲ جلسه حضوری و

۳ جلسه مجازی اتاق بازرگانی ایران و همچنین یک جلسه حضوری و ۲ جلسه مجازی اتاق

بازرگانی تهران، شرکت در ۳ جلسه کمیسیون تدوین استاندارد ۱۲۷ برنج، تجدید نظر هفتم که بصورت مجازی برگزار شد، شرکت در ۴ جلسه دفتر تعیین ارزش و ۳ جلسه فنی و امور گمرکی، گمرک جمهوری اسلامی ایران، شرکت در ۲ جلسه کشتریانی در خصوص حل مشکلات ترخیص

و برگزاری ۵ جلسه با شرکت بازرگانی دولتی ایران اشاره کرد. برگزاری ۱۵ جلسه در خصوص حل مشکلات پیش آمده درصنعت واردات و بازار برنج پس از توزیع بیش از ۲۰۰ هزار تن برنج وارداتی توسط بخش دولتی، جلسه با سازمان غذا و دارو در خصوص مشکل صف طولانی نمونه برداری از کالاهای اساسی وارداتی و مشکلات ایجاد شده به دلیل شرایط بهداشتی کشور، برگزاری ۲ جلسه با رئیس کمیسیون کشاورزی مجلس درخصوص کاهش دوره ممنوعیت واردات برنج، ۳ جلسه هیئت مدیره انجمن با معاون وزیر صمت در خصوص طرح مشکلات بازار برنج و برگزاری ۳ جلسه انجمن با معاون وزیر جهادکشاورزی در خصوص تبادل اطلاعات و بررسی روند واردات با توجه به شرایط بازار برنج بخشی دیگر از عملکرد انجمن در حوزه برگزاری جلسات بوده است. همچنین می‌توان به برگزاری جلسه انجمن با قائم مقام وزیر جهاد کشاورزی با حضور معاون وزیر جهاد کشاورزی در خصوص برنامه ریزی و بررسی مشکلات بازار برنج، برگزاری ۲ جلسه هیئت مدیره انجمن با رئیس کمیسیون کشاورزی مجلس در خصوص تأمین کسری برنج کشور از محل واردات و پیشنهادات ارائه شده از سوی انجمن در خصوص بازار برنج توسط بخش خصوصی در سال ۱۴۰۱، دو جلسه مجازی کمیسیون فنی اصلاحیه استاندارد ۱۲۷ برنج، ۲ جلسه هیئت مدیره انجمن با وزیر جهادکشاورزی درخصوص به‌روزرسانی ارزش‌ها در **TSC** پتل گمرک و طرح مشکلات گمرکی اعضا، ۲ جلسه اجلاسبه ۱۸۴۷ کمیته ملی خوراک و فرآورده‌های کشاورزی با حضور رئیس، دبیر و مشاور عالی انجمن در خصوص مشکلات برنج‌های استیم، ۲ جلسه رئیس و دبیر انجمن با معاون بازرسی و نظارت بر کالاهای مصرفی سازمان حمایت در خصوص تعیین قیمت‌های برنج، ۳ جلسه با مدیر کل دفتر امور مالیاتی جهت اخذ گزارش رسیدگی مالیاتی و ارائه مدارک در خصوص عملکرد سال ۹۸ و ارائه مستندات سال مالی مربوطه، جلسه کمیسیون رسیدگی به اختلافات گمرکی گمرک برای حل مشکل اختلاف گمرکی اعضا، ۲ جلسه تعیین ارزش قیمت‌های ارسال شده به گمرک در دفتر رئیس انجمن با حضور دبیر و رئیس کمیته فنی انجمن، برگزاری ۴ جلسه با سازمان غذا و دارو در خصوص حل مشکل قطع بودن سیستم **IRC** و **GMP** و جلسه رئیس انجمن با سفیر پاکستان در خصوص بررسی و حل مشکلات صادرات برنج پاکستان به ایران، اشاره کرد. از دیگر جلسات برگزار شده می‌توان به جلسه خزانه‌دار انجمن با شرکت بازرگانی دولتی ایران در خصوص هماهنگی تأمین و تنظیم بازار اقلام اساسی و اعلام آمادگی اعضای انجمن جهت تأمین برنج

مورد نیاز فروشگاه‌های زنجیره‌ای، ۲۵ نشست حضوری اعضا با دبیر و مجموعه دبیرخانه در خصوص رفع مشکلات، جلسه کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران با حضور معاون دبیر انجمن جهت برگزاری مجمع عمومی فوق‌العاده، حضور در ۲ جلسه با اداره کل ثبت شرکت‌ها نام برد.

علاوه بر این دبیرانجمن نیز در نشستی با رئیس انجمن تعیین قیمت برنج‌های فروخته شده به بازرگانی دولتی را مورد بررسی قرار دادند، همچنین برگزاری سه جلسه دبیرانجمن با معاون وزیر صمت در خصوص ویرایش پرونده‌ها و ثبت سفارش‌ها در سامانه جامع تجارت، ۳ مورد جلسه دبیر انجمن با معاون وزیرجهاد کشاورزی در خصوص کاهش طول مدت دوره ممنوعیت به دو ماه، جلسه دبیرانجمن با نماینده ولی فقیه در وزارت جهاد کشاورزی جهت پیگیری مشکلات اعضای انجمن در خصوص واردات برنج در دوره ممنوعیت واردات، برگزاری ۲ جلسه دبیرانجمن با کمیته تأمین محصولات استراتژیک زراعی ستاد کارآمدسازی نظام پرداخت یارانه‌ای بخش کشاورزی و در نهایت برگزاری ۲جلسه دبیر انجمن با مدیرکل دفتر مقررات و استانداردهای بازرگانی وزارت جهاد کشاورزی در خصوص حل مشکل خروج نیسیای برنج، بخش دیگری از جلسات برگزار شده در سال ۱۴۰۰ است.

دوسال پر خبر برای انجمن واردکنندگان برنج

همراهی رسانه‌ها نشانه تعامل انجمن واردکنندگان برنج با اصحاب قلم



در اقتصاد امروز جهان همکاری و تعامل با رسانه‌ها امری بدیهی و پذیرفته شده است، موضوعی که در کشورمان همچنان با موانعی روبرو است و بسیاری از فعالان و مدیران اقتصادی، از همکاری با رسانه‌ها پرهیز می‌کنند.

با وجود چنین شرایطی، انجمن واردکنندگان برنج ایران از بدو تأسیس همواره تعامل نزدیکی با رسانه‌ها داشته است و سند این ادعا را می‌توان با نگاهی به موتور جستجوی گوگل و رکوردهای آماری که برای کلماتی چون انجمن واردکنندگان برنج ایران و واردات برنج ثبت شده است، مشاهده کرد.

در سال‌های ابتدایی تشکیل انجمن واردکنندگان برنج ایران و حتی سال‌های پیش از آن، باورهای اشتباه موجب شده بود که واردکنندگان برنج و برنج‌های وارداتی مورد هجمه رسانه‌ها باشند و اتهاماتی چون آلوده بودن برنج‌های وارداتی به آرسنیک و همچنین آسیب دیدن محصول داخلی با واردات برنج سرتیتر اخبار رسانه‌ها بود.

با شکل‌گیری انجمن و آغاز تعامل با رسانه‌ها، مواردی در دستور کار تیم روابط عمومی و رسانه انجمن قرار گرفت، که در رأس آنها می‌توان به شفاف‌سازی در خصوص آلوده بودن برنج‌های وارداتی به آرسنیک اشاره کرد.

به واقع در کنار اقدامات دیگر انجمن مانند جلوگیری از ورود برنج‌های آلوده به کشور، شفاف‌سازی و اطلاع‌رسانی نیز مورد توجه قرار گرفت.

روند تعامل با رسانه‌ها در سال‌های بعد هم ادامه پیدا کرد و می‌توان مدعی شد، دستاورد انجمن در همه سال‌های فعالیت در حوزه رسانه، تعامل حداکثری با اصحاب قلم و ارباب جراند است، تا جاییکه امروز اگر موضوعی مطرح شود که به نوعی انجمن یا واردات برنج را هدف قرار داده باشد، بسیاری رسانه‌ها در اقدامی خودجوش وارد میدان شده و از حق و حقوق واردکنندگان صیانت می‌کنند و قطعاً این میزان تعامل رسانه‌ها با یک تشکل بخش خصوصی نقطه عطفی در عملکرد انجمن واردکنندگان برنج ایران است.

بر همین اساس بخشی از گزارش عملکرد رسانه‌ای انجمن در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ در ادامه ارائه می‌شود.

گزارش عملکرد رسانه‌ای سال ۱۳۹۹

در بهار سال ۱۳۹۹، به دلیل مشکلات پیش آمده ناشی از توقف محصولات در مبادی ورودی و تغییر ارز اختصاص داده شده به واردات برنج و پیگیری رسانه‌ها برای حل این مشکلات در مجموع، ۲۶۱ عنوان خبر از ۵ فروردین تا ۳۱ خرداد ماه منتشر شد که باز نشر این اخبار در مجموع رکورد ۷۳۱ خبر با موضوع رفع مشکل ترخیص و تغییر ارز تخصیصی را برای سه ماه اول سال به ثبت رساند.

در فصل تابستان محور اصلی اخبار منتشر شده پیرامون برنج، با اولویت اول حذف یا تعویق زمان ممنوعیت فصلی واردات بود و اولویت بعدی اخبار منتشر شده، موضوع حذف ارز ترجیحی و تبعات آن را پیگیری کرده بودند که مجموعاً ۱۰۳ عنوان خبر با باز نشر ۴۶۶ عنوان، عملکرد سه ماهه دوم بود.

در پاییز ۱۳۹۹ مباحث مطرح شده در خصوص واردات برنج با موضوعاتی چون از سرگیری واردات پس از پایان ممنوعیت فصلی و تعدیل قیمت با آزادسازی واردات بوده است و در

نهایت ۹۵ عنوان خبر با باز نشر ۳۱۷ خبر، برای پاییز سال ۹۹ ثبت شد.

زمستان سال ۱۳۹۹، مباحث اصلی مطرح شده در خصوص واردات برنج در رسانه‌ها، تعدیل قیمت، تأمین نیاز شب عید و همچنین تأمین برنج ماه مبارک رمضان بوده است، که در نهایت ۷۴ عنوان خبر با باز نشر ۲۰۹ خبر، در این سه ماه ثبت و پرونده رسانه‌ای انجمن در سال ۱۳۹۹ بسته شد.

گزارش عملکرد رسانه‌ای سال ۱۴۰۰

سال ۱۴۰۰ اخبار مرتبط با برنج‌های وارداتی با موضوع قیمت و افزایش آن آغاز شد و در ادامه خبرهایی در خصوص متوقف شدن بخشی از برنج‌های وارد شده در گمرکات مطرح شد و در نهایت با نزدیک شدن به روزهای پایانی خردادماه و نزدیک شدن به زمان اعمال محدودیت فصلی خبرها به این موضوع سمت و سو گرفت و در نهایت فصل بهار ۱۴۰۰، با انتشار ۱۳۵ عنوان خبر و باز نشر ۴۷۱ خبر به پایان رسید.

با آغاز فصل تابستان و افزایش قیمت انواع برنج، لغو ممنوعیت فصلی به عنوان اصلی‌ترین خبر در رسانه‌ها مطرح و موضوع دوم که تیتیر رسانه‌ها بود روند صعودی قیمت‌ها بود. این روند موجب شد تا نامه رئیس انجمن واردکنندگان برنج ایران به وزیر جهاد کشاورزی مورد توجه رسانه‌ها قرار گیرد. پس از آن نشست خبری رییس انجمن با رسانه‌ها که به صورت آنلاین برگزار شد، توجه عموم رسانه‌ها را به خود جلب کرد.

موضوع آزادسازی برنج‌های دیو شده در گمرکات کشور و تأثیر ترخیص آنها در گفتگو با رئیس و دبیر انجمن، تیتیر دیگری بود که در ماه پایانی تابستان رسانه‌ها به آن پرداختند. همچنان در روزهای پایانی شهریور ماه که گرمای هوا رو به خنکی می‌گذاشت، انتشار نامه رئیس انجمن به رئیس جمهور در خصوص مشکلات بازار برنج و واردات این محصول، تنور اخبار پیرامون واردات را داغ نگه داشته بود.

در نهایت تابستان ۱۴۰۰، فصلی خبرساز برای واردات برنج بود و مجموعاً ۳۵۱ عنوان خبر با باز نشر ۸۹۴ خبر، حاصل

عملکرد رسانه‌ای انجمن در این فصل بود.

در نهایت فصل پاییز با خبر پافشاری وزارت جهاد کشاورزی بر ممنوعیت واردات تا پایان فصل برداشت و انتقادات رسانه‌ها آغاز شد.

با ورود برنج‌های ذخیره احتیاطی شرکت مادر تخصصی بازرگانی، موج انتقادات رسانه‌ها بیشتر شد و در گفتگو با دبیر انجمن این انتقاد به دولت‌مدان منعکس شد.

روند انتقادات از وضعیت واردات، دیو برنج‌های بخش خصوصی تا روزهای پایانی آبان‌ماه ادامه داشت و با از سرگیری واردات برنج از ابتدای آذرماه خبرهای واردات برنج و احتمال تعدیل قیمت‌ها جای خود را به جریان خبری منتقد عملکرد وزارت جهاد کشاورزی داد. پاییز ۱۴۰۰، مجموعاً ۱۷۵ عنوان خبر با باز نشر ۳۹۱ خبر در پرونده رسانه‌ای انجمن ثبت و بسته شد.



نشریه داخلی انجمن واردکنندگان برنج ایران
زیر نظر شورای سیاست‌گذاری
شماره دوازدهم - زمستان ۱۴۰۰

صاحب امتیاز: انجمن واردکنندگان برنج ایران

مدیر مسئول: عباس توکلی

شورای سیاست‌گذاری: عباس توکلی،

کریم اخوان اکبری، مسیح کشاورز

سر دبیر: علی شفائی

مدیر هنری: عطیه نوبخت