

۱- مروری اجمالی بر وضعیت انبارداری و سردخانه‌های کشور

مقدمه :

مردم، اصطلاح بازاریابی (بازارشناسی، بازاررسانی) را از جنبه‌های مختلف تعبیر و تفسیر می‌کنند. بدین معنی که این اصطلاح برای عده‌ای از بانوان خانه‌دار معنای "خرید ما یحتاج خانه"، از نظر کشا و رزان معنای "فروش محصولات" و از نظر عده‌ای از کارشناسان معنای "دستیابی به بازارهای خارجی برای فروش تولیدات کشور" میدهد. گروه دیگر، بازاریابی یا بازاررسانی را بمنزله فنی میدانند که بوسیله آن میتوان محصولات خود را بفروش رساند. کلیه این تعابیر، نمایانگر جنبه‌های گوناگون فرآیند بازاریابی یا بازاررسانی است، بهر حال با توجه به تعابیر فوق می‌توان تعاریف زیر را در مورد بازاریابی (بازارشناسی، بازاررسانی) مطرح کرد:

الف - بازاریابی یا بازارشناسی در موضوع جمع آوری و ثبت و تجزیه و تحلیل کلیه اطلاعات مربوط به انتقال و فروش کالا یا خدمتی از تولیدکننده به مصرف‌کننده بحث می‌نماید.^(۱)

ب - بازاریابی یا بازاررسانی، تمامی فعالیتهای مربوط به نقل و انتقال کالا و خدمات از تولید تا مصرف را شامل میشود.^(۲)

(۱) آرام، احمد. بازاریابی و بازارشناسی. (تهران: انتشارات دانشکده

علوم اداری و مدیریت بازرگانی، ۱۳۴۹)، ص ۲.

(۲) وزارت بازرگانی، سازمان مرکزی تعاون کشور، مشکلات بازاررسانی

و راه‌حل آنها (جلد اول) (تهران: سازمان تعاون کشور، ۱۳۵۸)، ص ۱۲.

ج - بازاریابی فرآیند عرضه کالاها یا خدمات مناسب در مکان مناسب با قیمت مناسب در مساعدترین موقعیت است. (۱)

د - اصطلاح بازاریابی همه اقداماتی را که به تغییر شکل محصول برای مصرف نهائی منجر میشود در برمی گیرد و از جمله این اقدامات میتوان مراحل انبار کردن محصولات، حمل و نقل، بسته بندی، تامین اعتبار، استاندارد محصول، بررسی بازار، تبلیغات و غیره را تا مرحله مصرف نام برد. (۲)

بهر حال اگر بازاریابی و بازاریارسانی را بصورت فرآیندی که فعل و انفعالات کالاهای خدمات از تولید تا مصرف را بعهده دارد و یا اینکه مجموعه فعالیت‌هایی (راهنمایی و شناسائی) که در جهت افزایش کمیت و کیفیت فروش کالا و خدمات با حداکثر مزایا و حداقل هزینه برای مصرف‌کننده صورت می‌پذیرد، تعریف کنیم و نقش و اهمیتی که بازاریابی و بازاریارسانی در جهان امروز پیدا کرده است، مورد توجه قرار دهیم، در آن صورت نقش این مهم در اقتصاد کشور بیش از پیش روشن می‌گردد. چرا که بازاریابی در شرایط کنونی جهان یکی از اصول اساسی صنعت و تجارت قلمداد می‌گردد و روزی نیست که گروه کثیری بازاریاب به اقصی نقاط جهان سفر نکنند و حتی فراتر از این می‌توان گفت که امروزه تا حدودی روابط سیاسی، ارتباطات تجاری، فرهنگی و حتی خدمات میان دولت‌ها متأثر از تضادهای اقتصادی و تلاش برای یافتن بازارهای جدید می‌باشد و

(۱): وزارت بازرگانی، مرکز توسعه صادرات ایران، آموزش مبانی صادرات.

(تهران: مرکز توسعه صادرات ایران، ۱۳۶۴)، ص ۳۸.

(۲): وزارت تعاون و امور روستاها، شرکتهای تعاونی بازاریابی در

کشورهای در حال توسعه، نشریه شماره ۹۱ (تهران: وزارت تعاون

و امور روستائی، ۱۳۵۲)، ص ۱۹.

نهایت اینکه همه تلاشها مصروف می گردد به اینکه کارها را در زمان و مکان مورد نظر به میزان و قیمت مناسب در دسترس مصرف کننده قرار گیرد .

بهر حال برای رسیدن به اهداف بازاریابی و عرضه کارها را در زمان مناسب مورد نیاز، لازم است عوامل موثر و اصلی در بازاریابی و بازاریابی - رسانی (شناخت کارها، بازارها، مکانها و مشکلات) مورد کنکاش قرار گیرد .

از این رو سعی میشود در این مقاله تا آنجائی که امکانات اجازه میدهد یک شناخت اجمالی از بعضی عوامل موثر در بازاریابی و بازاریابی منجمله انبارداری و سردخانه های کشور داده شود، بدان امید که این مختصر بتواند زمینه تصمیم گیری های اصولی در سطح مسئولان ذیربط را فراهم سازد. انشاء الله . . .

انبارداری در کشور :

.....

انبارداری در جهان و ایران سابقه ای بس طولانی دارد و همزمان با ظهور کشتا و ریزی و کشت و زرع، تولیدکنندگان برای نگهداری محصولات کشتا و ریزی خود، در مزارع یا خانه های خود محلی را اختصاص به انبار میدادند که عمدتاً "نقش خصوصی (شخصی) داشت . ولی با آغاز فعالیت های اقتصادی (تجاری) و رشد و توسعه آن، در سیستم بازاریابی، انبار کردن یک عمل ضروری و لازم تلقی گردید . بدین صورت که هدف از انبارداری این بود و هست که زمان و مکان تولید با زمان و مکان مصرف هماهنگ گردد و جریان داخل بازاریابا احتیاجات مصرف کننده مطابقت نماید و احتیاجات کارائی کارها را اساسی کشور را در خلال سال بدون توجه به قیمت یا دسترسی به سایر کارها تقریباً " ثابت نگهدارد و یا اینکه ضمن جلوگیری

ارضا یعات ،مخصوصاً "درکالاهای فاسدشدنی ،بهافزایش بازدهتولید کمک نماید .

بهرحال باتوجهباهمیتانبارداری دراقتصادکشور فقط به بررسی نگهداری کالاهای وزارتبازرگانی وسازمانهای تابعه اکتفا خواهدشدوبعلتعدم دسترسی بهآماروارقا مواطلاعات لازم انبارهای اختصاصی سازمانهای دولتی وبخش خصوصی وهمچنین سراها ،کاروان – سراها و دیگر اماکن تجمع کالادراین بررسی ملحوظ نخواهدشد .

۱-۱- روندسیلوسازی درکشور :

oooooooooooooooooooooooooooooooooooo

درکشورمانبارداری بصورت علمی وفنی مصطلح ، باتشکیل شرکت سهامی ثبیت غله درسال ۱۳۱۴ هجری شمسی شروع میشود وهدف ازتشکیل آن ، دردرجه اول تامین وجلوگیری ازتوسانات غیرعادی بهای غله در سطح کشور وحمايت از منافع تولیدکننده ومصرف کننده عنوان شده است . ازاین رودرسال مذکور ، در راستای اهداف فوق ، مقدمات احداث هفت واحد سیلوفرآهم گردید . لکن تکمیل این ۷ واحد تا سال (۲) ۱۳۳۶ به طول انجامید و ازاین سال به بعد باتوجه به نیاز کشور به احداث سیلو ، روند گسترش سیلوسازی درکشور ادامیه افت ودر نهایت درسال ۱۳۵۲ تعداد سیلوهابه ۴۴ واحد ، با ظرفیت ۵۹۰ هزار تن رسیدوتسا پیروزی انقلاب اسلامی ایران ، سیلوهای کشور به همان تعداد و ظرفیت محدود گردید .

- (۱) : وزارت بازرگانی ، سازمان کل غله کشور ، عملکرد سازمان غله درسال ۶۰ ، (تهران : وزارت بازرگانی ، سازمان غله کشور ، ۱۳۶۱) ، ص ۴-۶ .
- (۲) : همان منبع صص ۴-۶ .

پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران تلاشهای مؤثر و گام‌های بلندی در زمینه افزایش تعداد سیلوها و بالابردن ظرفیت آنها برداشته شد، بطوریکه در سال ۱۳۶۳ تعداد آنها به ۵۳ واحد با ظرفیت ۱۱۴۸ هزار تن رسید. بسخن دیگر، تعداد و ظرفیت سیلوها نسبت به سال ۱۳۵۲ به ترتیب بیش از ۲۰ درصد و حدود ۹۵ درصد افزایش یافت. (جدول شماره ۱)

جدول شماره ۱- مقایسه ظرفیت و تعداد سیلوها بین سالهای ۱۳۶۳ و ۱۳۵۲
واحد: باب / هزار تن

درصد تغییرات	۱۳۶۳	۱۳۵۲	سال / مشخصات
۲۰/۵	۵۳	۴۴	تعداد سیلوها
۹۵/۰	۱۱۴۸	۵۹۰	ظرفیت سیلوها

ماخذ: سازمان غله کشور.

۱-۲- وضعیت انبارهای در حال بهره‌برداری کشور؛

.....

در گذشته سیاست انبارداری این بوده است که انبارها فقط در جهت واردات کالا ایجا دگردند و از این رودر زمینه صادرات غیر نفتی و توزیع عادلانه انبارها در مناطق جغرافیائی کشور، تلاش چندانی صورت نگرفته بود. حال چنانچه سیاست دولت افزایش حجم صادرات غیر نفتی کشور و رفع کمبودیافقدان انبارها در برخی از مناطق باشد، لازم است به تنگناهای فعلی در مورد انبارداری توجه لازم می‌ذول گردد و سرمایه‌گذاریهایی لازم در این زمینه چه از طریق بخش دولتی و چه از طریق بخشهای تعاونی و خصوصی صورت پذیرد، تا بدینوسیله از ظرفیتهای کمبودیای

فقدان انبارها در برخی از مناطق کشور، موجبات اختلال در جریان صادرات غیر نفتی را فراهم نسا زد و از طرف دیگر مشکل ضایعات و خسارات ناشی از کمبود و فقدان انبار رفع گردد.

آمار موجود نیز در مورد تعداد انبارهایی که در اختیار وزارت بازرگانی و سازمانهای تابعه آن قرار دارد گواه بر مدعای فوق است. چنانچه جدول ۲ نشان می دهد انبارها اغلب در اختیار واردات قرار دارند. در حال حاضر از تعداد ۳۸۳ باب انباری که در اختیار وزارت بازرگانی و سازمانهای تابعه آن قرار داد، عمدتاً " برای ذخیره سازی یا انبار کردن کالاهایی نظیر گندم، قند و شکر، برنج، مواد غذایی، کاغذ و چوب، مواد شیمیایی، فلزات و منسوجات استفاده میشود. بهر حال از این تعداد ۴۸ درصد در اختیار سازمان قند و شکر، ۳۱ درصد در اختیار شرکت سهامی گسترش خدمات بازرگانی (۲۹ درصد مخصوص برنج) ۱۶ درصد در اختیار سازمان غله و ۵ درصد در اختیار مراکز تهیه و توزیع قرار دارند.

جدول شماره ۲- تعداد و ظرفیت انبارهای مورد بهره برداری وزارت بازرگانی و سازمانهای تابعه در سال ۱۳۴۳

نوع استفاده	ظرفیت به هزار تن	درصد	تعداد	سایر مشخصات انبار متعلق به:
-	۱۲۵۱	۱۰۰	۳۸۳	جمع
گندم	۴۴۳	۱۶	۶۲	- انبارهای سازمان غله
قند و شکر	۳۵۳	۲۸	۱۸۲	- انبارهای سازمان قند و شکر
برنج	۴۵۴	۲۹	۱۱۰	- انبارهای تحت پوشش شرکت سهامی گسترش خدمات: - انبارهای برنج
+++	۰۰۰	۲	۷	- سایر انبارها
مواد غذایی، کاغذ چوب، مواد شیمیایی	۰۰۰	۵	۲۰	- مراکز تهیه و توزیع کالا

ماخذ: وزارت بازرگانی.

۰۰۰: در دسترس نیست.

+++ : نوع مورد استفاده مشخص نیست.

۱-۳- توزیع جغرافیائی سیلوها و نبارهای مورد بهره‌برداری کشور؛

در این بررسی مبنای تقسیم‌بندی با توجه به تقسیمات کشوری، پنج منطقه را شامل می‌شود که عبارتند از:

- ۱ - منطقه شمال و شمال غربی (شامل استانهای آذربایجان شرقی ، آذربایجان غربی، گیلان ، مازندران و زنجان)
- ۲ - منطقه مرکزی (شامل استانهای تهران، مرکزی، اصفهان ، یزد و سمنان)
- ۳ - منطقه غرب (شامل استانهای کردستان ، باختران ، همدان ، لرستان و ایلام)
- ۴ - منطقه شرق (شامل استانهای خراسان و سیستان و بلوچستان)
- ۵ - منطقه جنوب و جنوب غربی (شامل استانهای خوزستان ، کهگیلویه و بویراحمد ، چهارمحال بختیاری ، فارس ، بوشهر ، کرمان و هرمزگان)

طبق جدول ۳ از مجموع ۵۳ باب سیلو بظرفیت ۱۱۴۸ هزار تن ، تعداد ۱۵ باب در منطقه شمال و شمال غرب وجود دارد که ۲۴/۹ درصد از ظرفیت کل و ۲۸/۳ درصد از تعداد کل سیلوها را به خود اختصاص داده است. منطقه مرکزی هرچند که از نظر تعداد در ردیف چهارم قرار دارد ولی بسا اختصاص ۲۴/۸ درصد از ظرفیت کل در مقام دوم جای می‌گیرد. مناطق غرب ، جنوب و جنوب غربی و شرق به ترتیب با اختصاص ۱۷/۸ درصد، ۱۷/۶ درصد و ۱۴/۹ درصد از ظرفیت کل ، در مقامهای سوم تا پنجم قرار دارند ، از نظر تعداد در میان مناطق کمترین سهم را منطقه شرق با ۱۳/۲ درصد به خود اختصاص داده است .

از مجموع ۳۸۳ انبار که ظرفیت ۳۵۶ باب آنها ۱۲۵۱ هزار تن است، بیشترین و کمترین سهم را از لحاظ ظرفیت، به ترتیب مناطق مرکزی با ۳۶/۷ درصد و شرق با ۶/۳ درصد به خود اختصاص داده اند. مناطق شمال و شمال غربی، جنوب و جنوب غربی و غرب به ترتیب با اختصاص ۲۳/۸ درصد و ۱۹/۶ درصد و ۱۳/۶ از ظرفیت کل انبارها، در مقامهای دوم، سوم و چهارم جای گرفته اند. با توجه به مطالب ذکر شده میتوان گفت با اینکه در حال حاضر:

از مجموع، ظرفیت نگهداری گندم توسط سازمان غله کشور، ۱۵۹۲ هزار تن میباشد بالغ بر ۷۲ درصد نگهداری گندم در سیلوها و حدود ۲۸ درصد نگهداری و ذخیره سازی در انبارها صورت می گیرد و هر چند تلاشهایی در جهت بالابردن ظرفیت ذخیره سازی گندم پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران صورت پذیرفته است، لکن با توجه به وسعت کشور، حجم مصرف (با توجه به نرخ رشد جمعیت) و پراکندگی مناطق تولید گندم از یک طرف و عدم تکافوی سیلوها و انبارهای در حال بهره برداری جهت ذخیره سازی یکساله از طرف دیگر، ضرورت توسعه و گسترش و ایجاد سیلوها و انبارها بیش از پیش، مخصوصاً "در مناطق تولید گندم آشکار می گردد.

در مورد ظرفیت انبارهای برنج نیز باید گفت، با اینکه مناطق شمالی بطور عمده و برخی از مناطق جنوبی کشور از مناطق تولید برنج بشمار می روند لکن تعداد و ظرفیت انبارهای آنها نسبت به سایر مناطق کشور، مخصوصاً "منطقه مرکزی"، از درصد و سهم کمتری برخوردار است. یا

* : لازم به تذکر است که ظرفیت ۲۷ باب انبار در دسترس نبود و لذا در محاسبات لحاظ نگردید.

جدول شماره ۳- توزیع جغرافیای سطلوها و نیاهای مورد بهره‌برداری کشور بر حسب مناطق واحد وزارت صنایع

شماره استان	توزیع نیاهای رها بر حسب مورد استفاده								نیاهای مورد بهره‌برداری								سیاه					سایر			
	فقدان		برای		گندم		درصد	ظرفیت	درصد	تعداد	درصد	ظرفیت	درصد	تعداد	ظرفیت	تعداد	ظرفیت	تعداد	ظرفیت	تعداد	ظرفیت	مناطق	مناطق		
	ظرفیت	تعداد	ظرفیت	تعداد	ظرفیت	تعداد																		ظرفیت	تعداد
۲۰	۲۵۳	۱۸۲	۲۵۳	۱۱۵	۴۴۴	۶۲	۱۰۰	۱۲۵/۱	۱۰۰	۳۷۶	۱۰۰/۰	۱۱۴۸/۵	۱۰۰/۵	۵۳	جمع										
۲	۸۹	۵۱	۴۳	۲۱	۱۶۶	۲۶	۲۳/۸	۲۱۸	۲۷/۱	۱۰۲	۲۲/۹	۲۸۶/۵	۲۸/۳	۱۵	منطقه شمال و شمال غربی										
۱۴	۱۰۹	۳۸	۳۰۰	۳۰	۵۰	۳	۳۶/۷	۴۵۹	۲۲/۶	۸۵	۲۲/۸	۲۸۲/۵	۱۷/۰	۹	منطقه مرکزی										
-	۳۲	۱۸	۲۰	۱۸	۱۱۸	۲۳	۱۳/۶	۱۷۰	۱۵/۷	۵۹	۱۷/۸	۲۰۴/۵	۲۳/۶	۱۲	منطقه غرب										
-	۴۶	۲۳	۱۳	۷	۲۰	۱	۶/۳	۷۹	۸/۵	۳۲	۱۴/۹	۱۷۱/۵	۱۳/۲	۷	منطقه شرق										
۲	۷۷	۵۳	۷۸	۳۴	۹۵	۹	۱۹/۶	۴۲۵	۲۴/۱	۹۸	۱۷/۶	۲۰۲/۵	۱۸/۹	۱۵	منطقه جنوب و جنوب غربی										

تأخذ : بنابر استفاده از آمار و اطلاعات شرکت سهامی کشتی‌رسانی خراسان، سازمان خلیه
 * : تعداد ۱۷ نیاهای رها شده، مشخص نبودن توزیع جغرافیایی آنها باعث این تعداد، به مجموعاً نیاهای کشور ۲۸۳ باقی می‌ماند.
 ** : ظرفیت ۲۷ نیاهای رها شده در مجموع به ۲۵۶ نیاهای رها شده، این تعداد، به مجموعاً نیاهای کشور ۲۸۳ باقی می‌ماند.

به سخسن دیگر منطقه مرکزی سهم عمده‌ای از ظرفیت انبارها (بیش از ۶۶ درصد) به خود اختصاص داده است .

در ضمن منطقه شرق نیز که از جمعیت نسبتاً " قابل ملاحظه‌ای برخوردار است فقط ۲/۹ درصد ظرفیت انبارهای برنج را به خود اختصاص داده است .

یعنی اگر ظرفیت انبارهای مورد بهره‌برداری برنج را در ارتباط با مناطق تولید، وسعت کشور، حجم و مصرف (با توجه به نرخ رشد جمعیت) در نظر بگیریم عدم توزیع اصولی در انبارهای برنج نیز صادق می‌باشد . در مورد انبارهای قند و شکر نیز باید گفت که با اینکه مناطق شمال غربی، غرب و شرق و جنوب کشور از تولیدکنندگان عمده مواد اولیه برای تهیه قند و شکر بشمار می‌روند لکن در مقایسه با منطقه مرکزی از سهم کمتری برخوردار هستند . بطوریکه استان تهران در منطقه مرکزی به تنهایی با ۱۲/۷۴ درصد از ظرفیت کل ، بالاترین سهم و استان ایلام در منطقه غرب با ۵/۰۳ درصد از ظرفیت کل کمترین میزان را به خود اختصاص داده اند . (جدول شماره ۳)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

۲- صنعت سردخانه در ایران؛ نال جامع علوم انسانی

مقدمه :

یکی از روشهای مهم در حفظ و نگهداری مواد خوراکی بسیار کیفیت کم و بیش مطلوب، استفاده از سرما می باشد. این روش بسیار پیشرفت تکنولوژی در سطح وسیعی گسترش یافته و بتدریج از مشکلات آن کاسته شده است و کاربرد صحیح و اصولی آن در حال حاضر موجب کاهش ضایعات و خسارات وارده به کالا شده است. بطوریکه با این روش مواد

خوراکی در تمام فصول سال در دسترس عموم مردم قرار می گیرد و ما زاد تولید بر مصرف یک ناحیه یا فصلی از سال برای مصرف ساکنان دیگر مناطق و یا دیگر فصول حفظ می گردد. در ضمن در تجارت جهانی دنیا امروز نگهداری کالبا استانداردهای بین المللی و با وسایل پیشرفته جهت عرضه محصول خوب آنچنان از پیشرفتهای عظیمی برخوردار شده است که صنعت سردخانه را جایگاه ویژه ای در بازارهای بومی بخشیده است، بطوریکه صادرکنندگان کالاسعی می کنند در جهت حفظ بازاریهای فروش خود در زمینه صنعت سردخانه سرمایه گذاریهای عظیمی را صرف کنند تا از این طریق بتوانند کالاهای خود را متناسب با خواسته های مصرف کنندگان عرضه نمایند.

(۱)

تاریخ سردخانه در جهان به هزاران سال قبل میرسد. یونانیها و رومیها با استفاده از روش فشردن برفها و نگهداشتن آنها در زیرزمین و یا پوشاندن روی برفهای فشرده شده با علف و خاک و پهن، اجناس و کالاهای فاسدشدنی را نگهداری می کردند.

هندیها و مصریها نیز برای خنک کردن آب از ظروف سفالی استفاده می کردند.

در ایران، هر چند روشهای سنتی و ابتدایی نگهداری مواد غذایی، سابقه طولانی دارد و در مکانهای مختلف با توجه به وضعیت جغرافیایی و فرهنگ هر منطقه روشهای مختلفی وجود داشته و بعضی از این روشها تا به امروز نیز در برخی مناطق مخصوصاً "در جامعه روستایی متداوم"

(۱): وزارت صنایع، معاونت غذایی و قند، دفتر مهندسی و نسوآوری، تاریخچه صنایع غذایی، (تهران: وزارت صنایع، ۱۳۶۳)،

(۱)

باقی مانده است. برای مثال در زمان هخامنشیان از زیرزمینها برای ذخیره مواد غذایی استفاده می کردند و یا برای خنک کردن آشامیدنیها، ظروف سفالی را مورد استفاده قرار می گرفت و یا اینکه تا قبل از حمله مغول در آذربایجان نگهداری پنیر در زاغه ها و انبارها متداول بوده و در حال حاضر نیز در اغلب روستاها و بعضی از شهرهای کوچک ایسن روش مورد استفاده قرار می گیرد و روش نگهداری پنیر بدین صورت بوده و هست که در فصل زمستان یخ استخرها جمع آوری شده و در انبارها و زاغه ها ریخته می شود تا در فصل تابستان (فصل گرما) مورد استفاده قرار گیرد. لکن اولین مطالعات علمی جهت احداث سردخانه در ایران را با یستی در رابطه با احداث اولین سردخانه ارتش در سال ۱۲۹۵ هجری شمسی دانست و از این سال به بعد است که مفهوم صنعتی سردخانه در ایران پایه گذاری می گردد.

با توجه به نیاز جامعه به این صنعت، روز بروز دامنه آن گسترش پیدا می کند و در نهایت اینکه تعداد سردخانه های کشور از یک واحد در سال ۱۳۳۹ به ۲۴۲ واحد در سال ۱۳۶۳ افزایش پیدا میکند.

با اینکه این صنعت در گذشته توسعه و گسترش یافته بود ولی ایجاد و گسترش آن هیچگاه بر اساس برنامه ریزی صحیح و جامع نبوده است چرا که اولاً " این صنعت عمدتاً جهت نگهداری میوه و عرضه آن در فصول مناسب در دست بخش خصوصی بوده است. دوم، اینکه بعلت عدم وجود آگاهی های فنی لازم، موجب از بین رفتن مقدار قابل توجهی

(۱): همان ماخذ، صص ۱۵۲-۱۵۶.

(۲): اسوه ایران، مهندسین مشا و صنعتی، گزارش تفصیلی بررسی بازار و تکنولوژی صنایع غذایی (تهران: اسوه ایران، بی تا) ص ۱.

(۳): همان ماخذ.

کالا شده است و نهایت اینکه عدم سرمایه‌گذاریهای بخش دولتی در این زمینه، راههای سوء استفاده برای بخش خصوصی را هموار کرده است. بهر حال باید اذعان کرد که عوامل فوق همه دست‌به‌دست هم داده و ضررهای جبران‌ناپذیری را به اقتصاد کشور وارد آورده‌اند. برای مثال، طبق آمار اخذ شده از وزارت کشاورزی، تولیدات سیب استان‌های آذربایجان غربی، خراسان و اصفهان در سال ۱۳۵۹ به ترتیب ۱۲۳ هزار تن، ۸۵ هزار تن، و ۲۸۰ هزار تن بوده است و حال آنکه مجموع ظرفیت سردخانه‌های در حال بهره‌برداری استانهای مذکور در همان سال به ترتیب حدود ۲۲۸۹ تن برای آذربایجان غربی، حدود ۷۵۳ تن برای استان خراسان و ۱۳۴۷۵ تن برای استان اصفهان بوده است.

۲-۱- توزیع جغرافیائی سردخانه‌های موجود کشور بر حسب نوع مالکیت ومناطق :

اصولاً "برای نگهداری مواد غذایی و کالاهای فاسدشدنی، سه نوع سردخانه با مشخصات فنی متفاوت وجود دارد. عبارت دیگر انواع سردخانه‌ها به سه گروه عمده زیر تقسیم بندی میشوند:

الف- سردخانه‌های زیرزمینی :

در این نوع سردخانه فرآورده‌های دامی، ماهی و گلاب "مواد غذایی که احتیاج به نگهداری طولانی بصورت یخ زده دارند، نگهداری میشوند.

ب- سردخانه‌های بالای سطح :

این نوع تاسیسات برای نگهداری میوه و سبزیجات برای مدت معین بوجود آمده است و کلاً در درجه حرارت ۲ تا ۳ درجه بالای صفر بصورت تازه حفظ می‌نماید.

ج- سردخانه‌های دومداره :

این سردخانه ترکیبی از نوع الف و ب بوده و بسته به کالایی است که با یستی در آن نگهداری شود و لذا درجات آن طوری تعبیه شده‌اند که بدلخواه با توجه به نوع کالای نگهداری شده تنظیم می‌گردد.

تا پایان سال ۱۳۶۳، سردخانه موجود کشور ۲۴۲ سردخانه با ظرفیت ۷۲۱ هزار تن بوده است، که از این حجم، ظرفیت انواع سردخانه‌های زیر صفر، بالای صفر و دومداره به ترتیب ۲۴۱ هزار تن، ۲۵۱ هزار تن و با لآخره ۲۲۹ هزار تن میباشد.

در ضمن از این تعداد سردخانه، ۶۲ سردخانه در مالیکت دولت ۱۲۸ سردخانه در مالیکت بخش خصوصی، ۶ سردخانه در مالیکت بنیاد مستضعفان، ۸ سردخانه مشمول بند "ج" (۱) ۳۰ سردخانه مشمول بند "ب" (۲) و با لآخره تعداد ۸ سردخانه مشمول لایحه "۶۷۳۸" میباشد.

(۱): سردخانه‌های مشمول بند "ج" سردخانه‌هایی هستند که صاحبان آن و امهایی برای احداث یا توسعه از بانکها دریافت کرده‌اند و اگر بدهی آنها از دارایی خالص آنها بیشتر باشد، متعلق به دولت است و بقیه بدهی شان بعنوان طلب دولت و مردم به صورتی که مقتضی باشد وصول شده و میشود، در صورتیکه دارایی این واحدها بیشتر از مطالبات بانکها و مردم باشد، دولت به نیابت مالک بانکها و نسبت به مطالبات خود و مردم در مالیکت آن واحد سهیم میشود.

(۲): سردخانه‌های مشمول بند "ب" سردخانه‌هایی هستند که سهام آنها به تملک دولت درآمده و هرگونه رسیدگی مالی و فنی سردخانه‌های مذکور در اختیار دولت است.

(۳): سردخانه‌های مشمول لایحه "۶۷۳۸" سردخانه‌هایی هستند که یـا صاحبان آنها فراری هستند و یا اینکه صاحبان آنها در اداره امور سردخانه‌ها اظهار ناتوانی کرده‌اند و در این صورت دولت (ادامه‌ها ورقی در صفحه بعد)

اگر تعداد ۳۰ سردخانه مشمول بند "ب" را نیز به تعداد ۶۲ سردخانه که در مالکیت دولت هستند اضافه کنیم، با زهم ملاحظه می‌کنیم که سه تعداد سردخانه‌های دولتی به سطح تعداد سردخانه‌های بخش خصوصی نمی‌رسد.

این امر حاکی از آن است که تا بحال دولت در زمینه ایجاد و توسعه سردخانه‌ها سرمایه‌گذارهای لازم را با توجه به نیازهای کشور نکرده است. لذا اغلب این سردخانه‌ها در مالکیت بخش خصوصی قرار دارند، که بالطبع مالکین خصوصی نیز همیشه منافع خود را بر منافع جامعه ترجیح می‌دهند و در مرحله اول آن‌ها کارهای را در سردخانه‌ها نگهداری می‌کنند که سوددهی شان بیشتر است و اغلب در این گونه سردخانه‌ها نگهداری کارها بر اساس نیاز جامعه و اولویت صورت نمی‌پذیرد و نهایتاً اینک چنین روندی خود عامل موثری است در عدم توزیع بهتر کارهای مورد نیاز مردم در مواقع و فصول مناسب.

نگاهی اجمالی به جدول ۴ نشان می‌دهد که منطقه مرکزی ۳۲/۶ درصد از تعداد کل و حدود ۴۲ درصد از ظرفیت کل سردخانه‌های موجود کشور را به خود اختصاص داده است و این امر خود نشان می‌دهد که قسمت اعظم سردخانه‌ها در این منطقه متمرکز شده است.

پس از این منطقه، مناطق شمال و شمال غربی و جنوب و جنوب غربی به ترتیب به اختصاص دادن ۲۷/۳ درصد و ۲۳/۵ درصد از تعداد کل و از ۲۹/۱ درصد و ۱۹ درصد از ظرفیت کل در مقام‌های دوم و سوم جای گرفته‌اند و بالاخره مناطق شرقی و غربی چه از نظر تعداد و چه از نظر

(ادامه‌ها ورقه صفحه قبل)

برای اداره آنها مدیران موقت تعیین می‌کند.

* : ظرفیت سردخانه‌ها به تفکیک نوع مالکیت در دسترس نبود.

واحد: هزار تن

جدول شماره ۴- توزیع جغرافیایی سرده‌های موجود در کشور بر اساس ظرفیت و نوع ماکلیت

ظرفیت بر حسب نوع و ماکلیت				نوع ماکلیت								سایر مشخصات						
ردم	بالای ماکلیت	زیر سطح	درصد	ظرفیت کل	لاجه ۶۷۲۸	بنتب	بنتج	بببببب	بببببب	بببببب	بببببب	بببببب	بببببب	بببببب	بببببب	بببببب	بببببب	بببببب
۲۲۹	۲۵۱	۲۴۱	۱۰۰/۰	۷۲۱	۸	۳۰	۸	۶	۱۷۸	۶۲	۱۰۰/۰	۲۴۲	جمع					
۳۱	۱۰۲	۷۷	۲۹/۱	۲۱۰	۶	۸	۲	۳	۲۰	۱۷	۲۷/۳	۶۶	شمال و شمال غربی					
۱۵۳	۷۷	۷۲	۴۱/۹	۳۰۲	۱	۱۱	۲	۳	۵۲	۱۰	۳۲/۶	۷۹	مرکزی					
۱	۱۳	۱۹	۶/۶	۳۳	-	۲	۱	-	۷	۳	۵/۴	۱۳	غرب					
۲	۲۳	۱۴	۵/۴	۳۹	-	۳	۱	-	۱۳	۱۰	۱۱/۲	۲۷	شرقی					
۴۲	۳۶	۵۹	۱۹/۰	۱۳۷	۱	۶	۳	-	۲۶	۲۲	۲۳/۵	۵۷	جنوب و جنوب غربی					

نات: با استناد به آرموسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، آمارهای آمجالی صادرات غیر نفتی کشور - (تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۶۵) اثرکرت سیاسی گسترش خدمات بازرگانی.

ظرفیت به ترتیب در رده‌های آخر قرار گرفته‌اند. (جدول شماره ۴)

منابع و مآخذ:

- ۱- آرام، احمد. بازاریابی و بازاریابی شناسی. تهران، انتشارات دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی، ۱۳۴۹.
- ۲- اسوه ایران، مهندسین مشاور صنعتی. گزارش تفصیلی بررسی بازاریابی و تکنولوژی صنایع غذایی. تهران: اسوه ایران، بی تا.
- ۳- موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، راههای مقدماتی صادرات غیرنفتی کشور. تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۶۳.
- ۴- وزارت بازرگانی، سازمان غله کشور. عملکرد سازمان غله در سال ۱۳۶۰. تهران: سازمان غله کشور، ۱۳۶۱.
- ۵- وزارت بازرگانی، سازمان مرکزی تعاون کشور. مشکلات بازاریابی و راه حل آنها (جلد اول). تهران: سازمان تعاون کشور، ۱۳۵۸.
- ۶- وزارت بازرگانی. مرکز توسعه صادرات ایران. آموزش میانگین صادرات. تهران: مرکز توسعه صادرات ایران ۱۳۶۴.
- ۷- وزارت تعاون و امور روستاها. شرکتهای تعاونی بازاریابی در کشورهای در حال توسعه. نشریه شماره ۹۱. تهران: وزارت تعاون و امور روستاها، ۱۳۵۲.
- ۸- وزارت صنایع، معاونت صنایع غذایی و قند، دفتر مهندسی و نوآوری تاریخچه صنایع غذایی. تهران: وزارت صنایع، ۱۳۶۳.
- ۹- آمار اطلاعات مستقیماً " اخذ شده از سازمانهای ذیل:
الف- سازمان غله کشور
ب- شرکت سهامی گسترش خدمات بازرگانی
ج- وزارت بازرگانی
د- وزارت کشاورزی