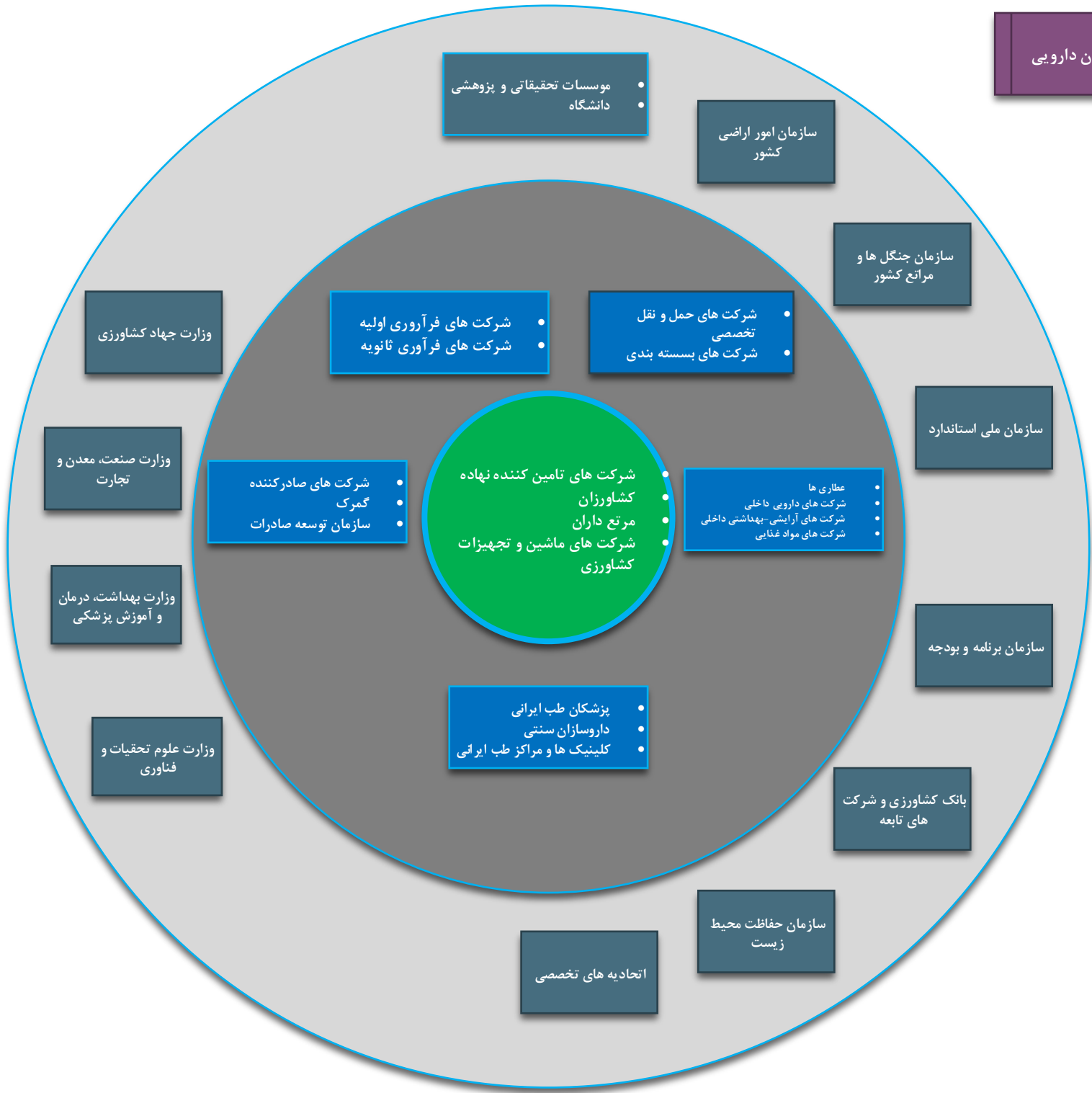




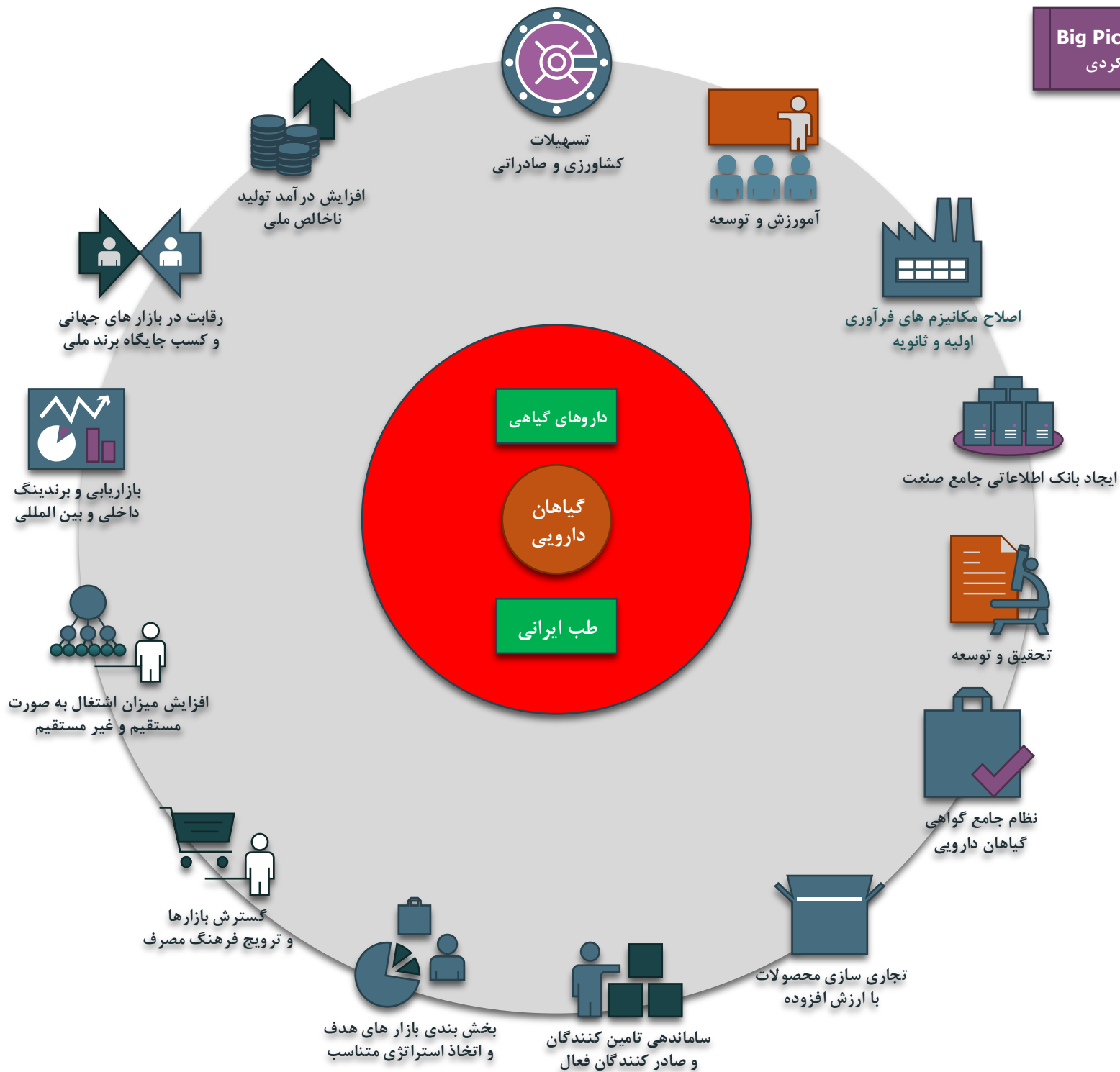
طرح جامع صنعت و بازار گیاهان دارویی کشور



مرکز ملی گیاهان دارویی وزارت جهاد کشاورزی



Big Picture of Herbal Industry
محیط صنعت و حوزه های عملکردی



صنعت گیاهان دارویی

نمودار ذینفعان

- آنچه در این شکل دیده می شود ذینفعان(نقش آفرینان) صنعت گیاهان دارویی در ایران است که در قالب سه حلقه ذینفعان ارائه شده است:
- حلقه اول ارکان پایه ای صنعت گیاهان دارویی می باشند که در حقیقت فعالیت های صورت گرفته توسط این حلقه زیر بنای فعالیت ها و عملکرد حلقه های دیگر می باشد.
 - حلقه دوم حلقه میانی که شامل نقش آفرینانی است که با استفاده از نتایج حاصل از فعالیت های بخش اول به خلق ارزش افزوده برای دیگر ذینفعان یا بازار هدف می پردازند.
 - حلقه سوم حلقه حمایتی که شامل نهادها و سازمان هایی است که تصمیمات ایشان بر روی صنعت گیاهان دارویی تاثیرگذار است.

نمودار حوزه های عملکردی

این شکل نشان دهنده حوزه های عملکردی صنعت گیاهان دارویی است که نیازمند تفکر، برنامه ریزی، اجرا و کنترل استراتژی های لازم می باشد. با رویکرد متناسب در هر یک از این حوزه های عملکردی میتوان با توجه به شاخص های هر یک از آنها میزان موفقیت در دستیابی به اهداف و کارایی فعالیت های صنعت گیاهان دارویی را مورد ارزیابی قرار داد. همان طور که قابل مشاهده است در مرکز تمام این فعالیت ها گیاهان دارویی قرار دارد که به عنوان هسته اصلی این صنعت می باشد. در حلقه بعدی داروهای گیاهی و طب ایرانی به منزله دو بال اوج گیری این صنعت می باشند.

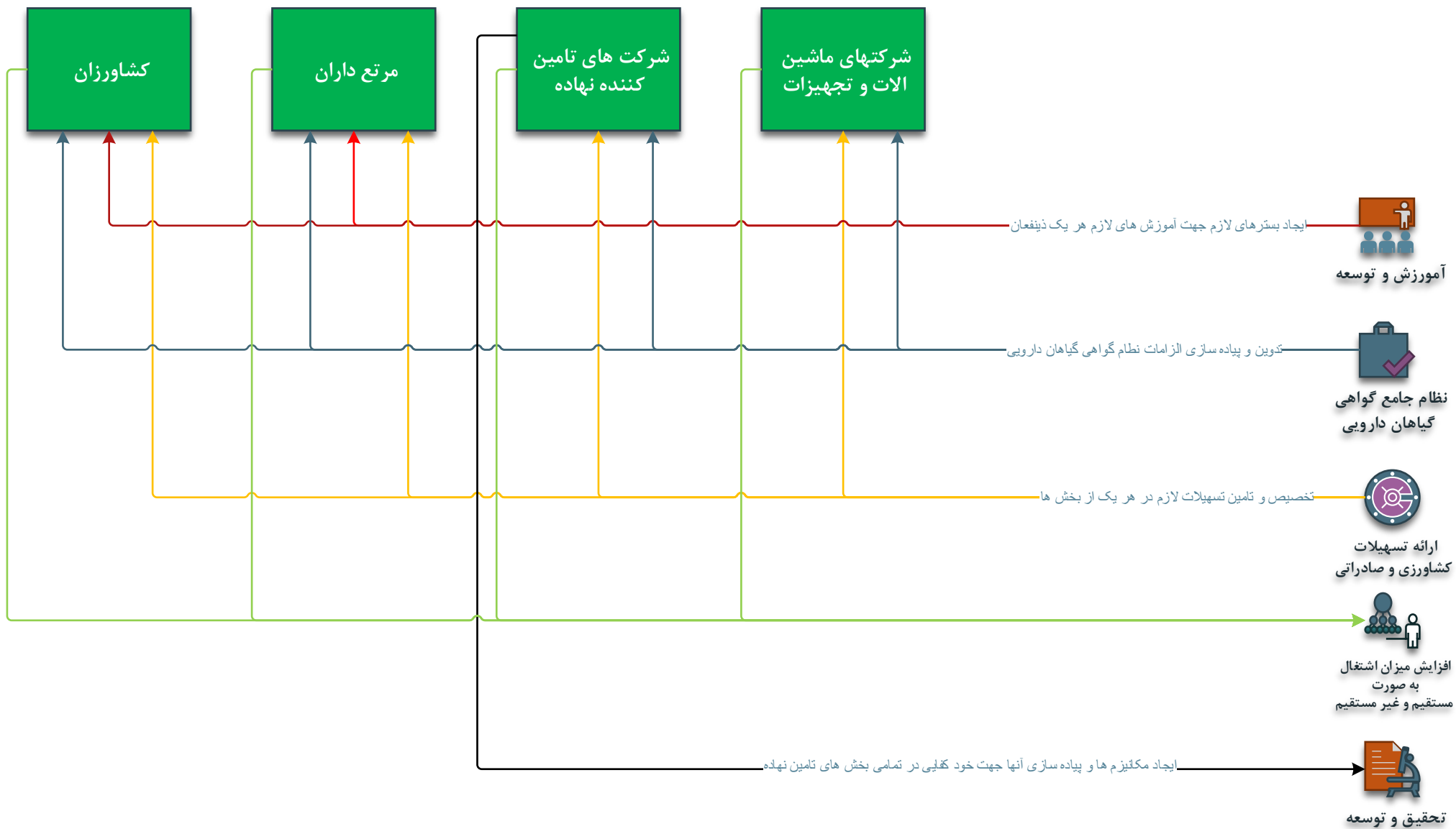
کیفیت و کمیت عملکردهای کلان و جزئی در هر یک حوزه های فوق الذکر به طور مستقیم (غیر مستقیم) اثرات خود را بر گیاهان دارویی و طب ایرانی خواهد گذاشت . در ادامه به بررسی نوع و ماهیت ارتباط هر یک ذینفعان با حوزه های عملکردی خواهیم پرداخت.

مثال: رابطه سازمان ملی استاندارد با سه حوزه ی عملکردی صنعت گیاهان دارویی(به طور مختصر)

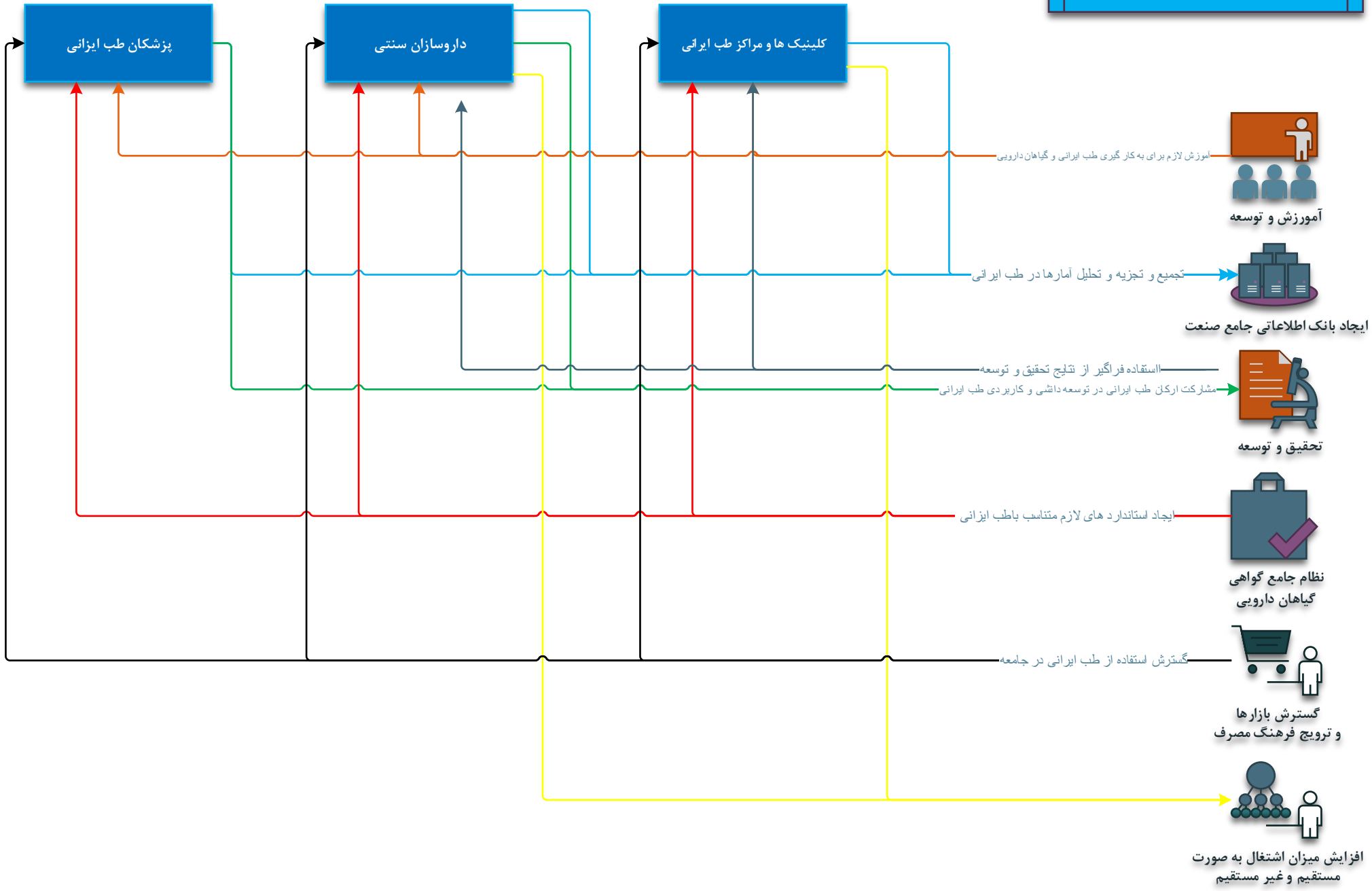


• اگر جهت فلش به سمت بیرون از کادر ذینفعان باشد به معنی تاثیرگذاری تصمیمات ذینفع مذکور بر آن حوزه عملکردی است.

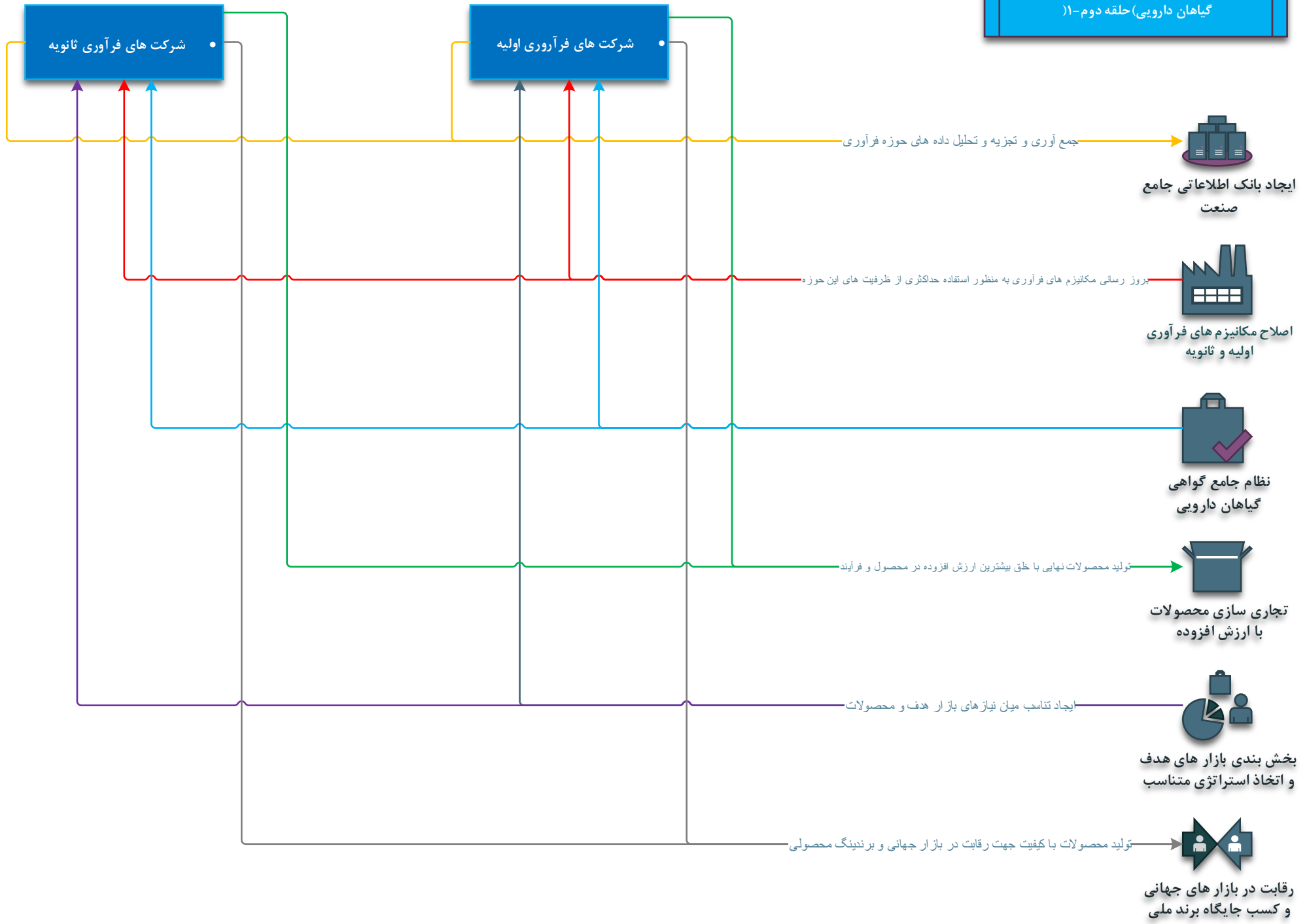
• گر جهت فلش به سمت داخل کادر ذینفعان باشد به معنی تاثیر پذیری ذینفع مذکور از عملکرد، فعالیت ها و تصمیمات اتخاذ شده در حوزه عملکردی می باشد.



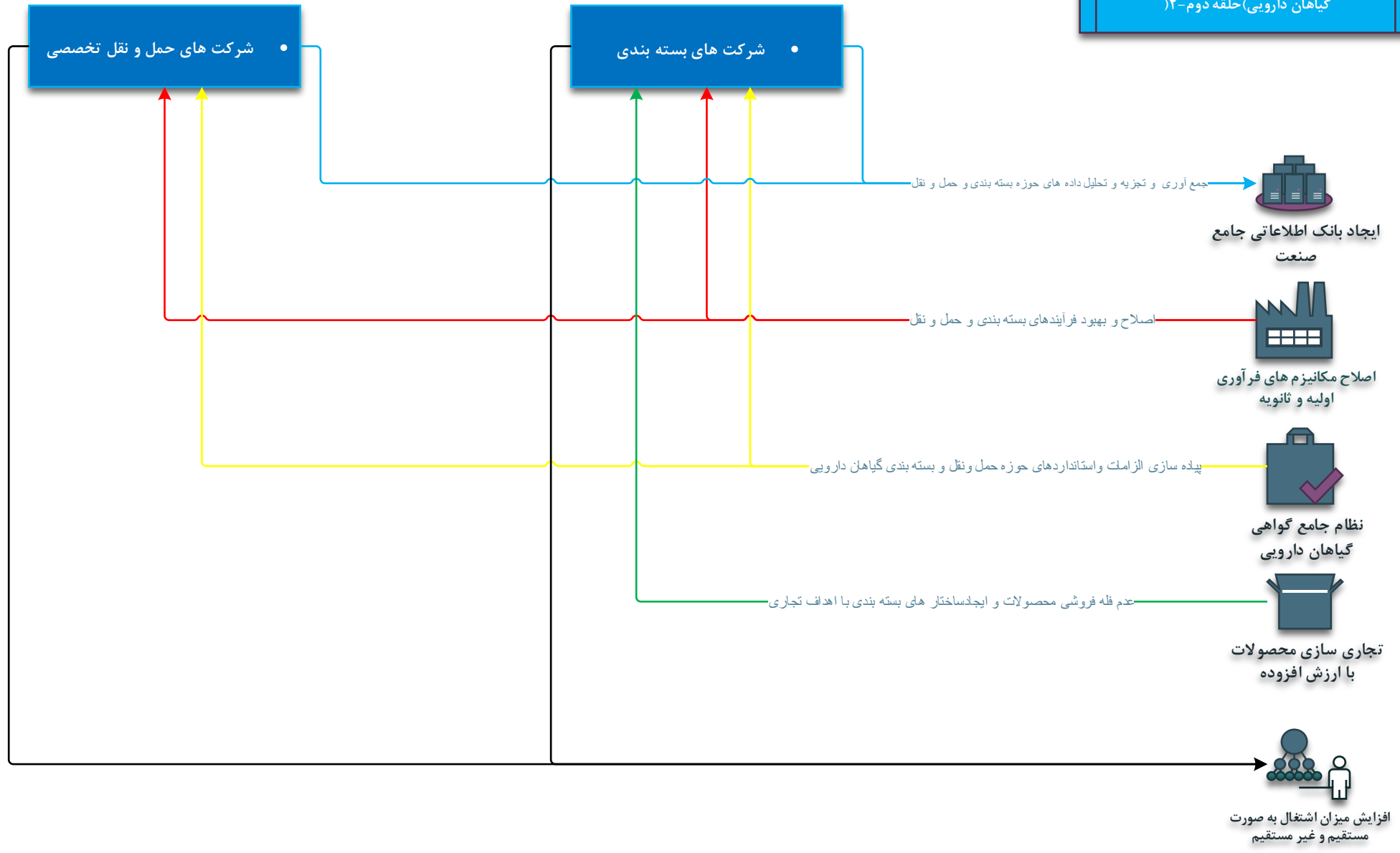
برهم کنش ذینفعان و حوزه های عملکردی صنعت گیاهان دارویی (حلقه دوم-۵)



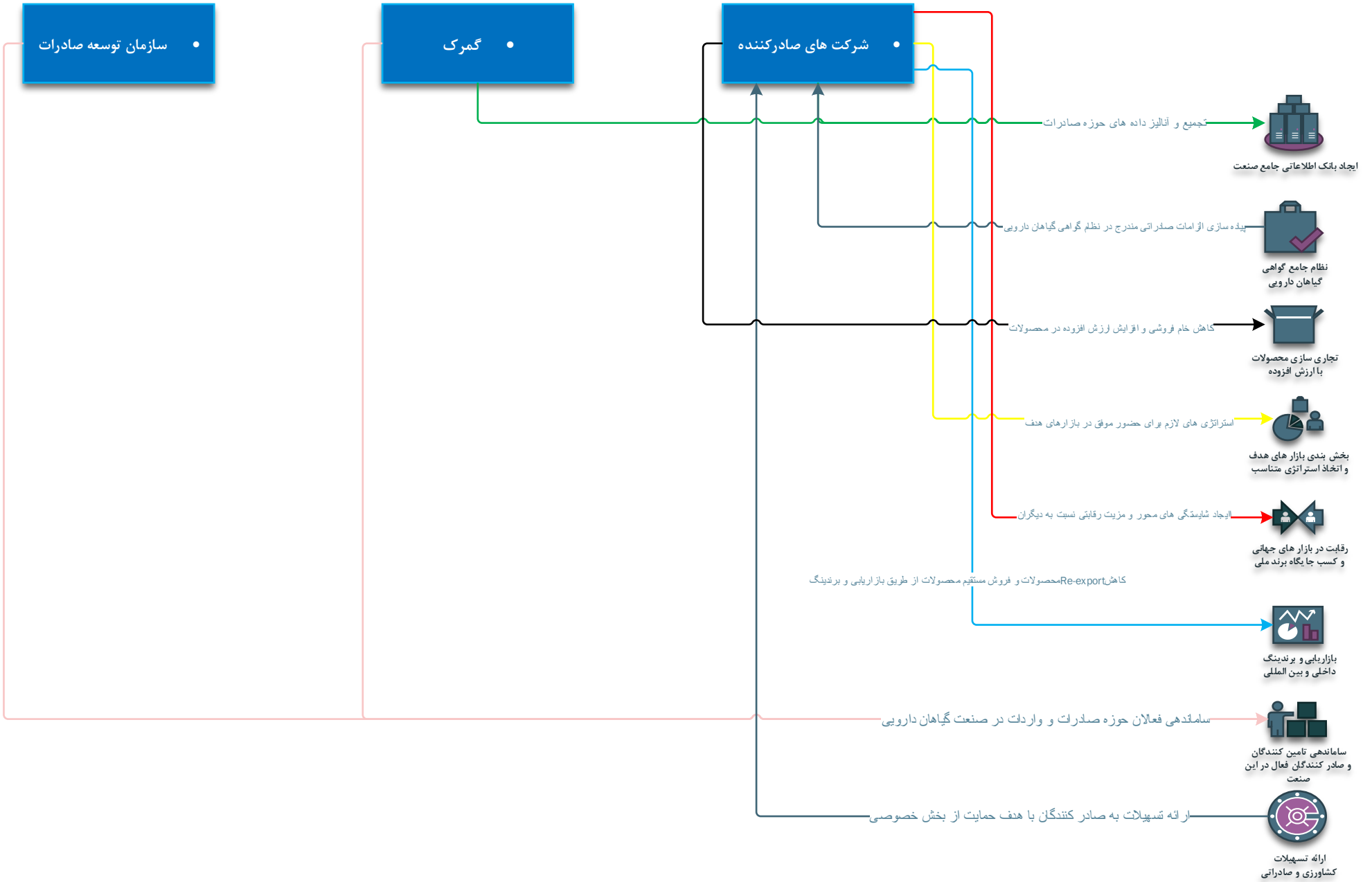
برهم کنش ذینفعان و حوزه های عملکردی صنعت گیاهان دارویی (حلقه دوم-1)



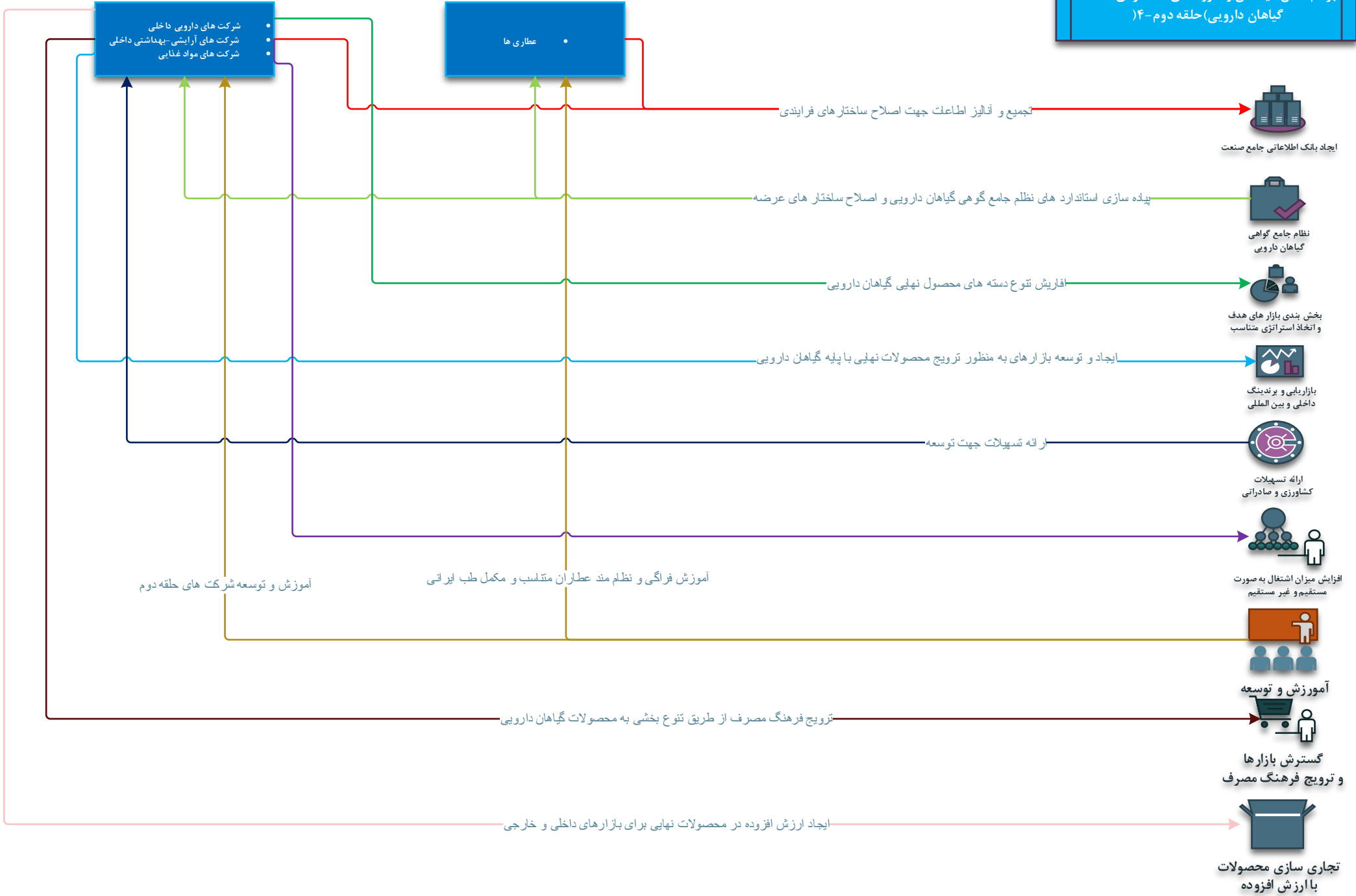
برهم کنش ذینفعان و حوزه های عملکردی صنعت گیاهان دارویی (حلقه دوم-۲)



برهم کنش ذینفعان و حوزه های عملکردی صنعت گیاهان دارویی (حلقه دوم-۳)



برهم کنش ذینفعان و حوزه های عملکردی صنعت گیاهان دارویی (حلقه دوم-۴)





ارائه تسهیلات کشاورزی و صادراتی

سیاست گذاری کلان توزیع تسهیلات در صنعت گیاهان دارویی

افزایش درآمد حاصل از گسترش صنعت گیاهان دارویی



افزایش در آمد تولید ناخالص ملی



آموزش و توسعه

سیاست گذاری آموزش و توسعه در تمامی سطوح صنعت

تدوین و اجرای سیاست های کلان در راستای ایجاد برند ملی در گیاهان دارویی در جهان



رقابت در بازار های جهانی و کسب جایگاه برند ملی



ایجاد بانک اطلاعاتی جامع صنعت

جمع آوری و در دسترس قرار دادن اطلاعات

تقویت برندهای ملی در گیاهان دارویی



بازاریابی و برندینگ داخلی و بین المللی



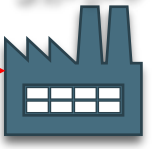
نظام جامع گواهی گیاهان دارویی

اجرای یکپارچه نظام جامع گواهی در تمامی سطوح صنعت

افزایش میزان شاغلین در تمامی زنجیره ارزش



افزایش میزان اشتغال به صورت مستقیم و غیر مستقیم



اصلاح مکانیزم های فرآوری اولیه و ثانویه

تدوین سیاست های کلان حوزه فرآوری محصولات کشاورزی

سیاست گذاری در حوزه گسترش بازار ها و مصرف گیاهان دارویی



گسترش بازارها و ترویج فرهنگ مصرف

مداخله در بخش های مختلف بازار با توجه به استراتژی های کلان

عدم خلم فروشی و حرکت به سمت فروش Finish Product



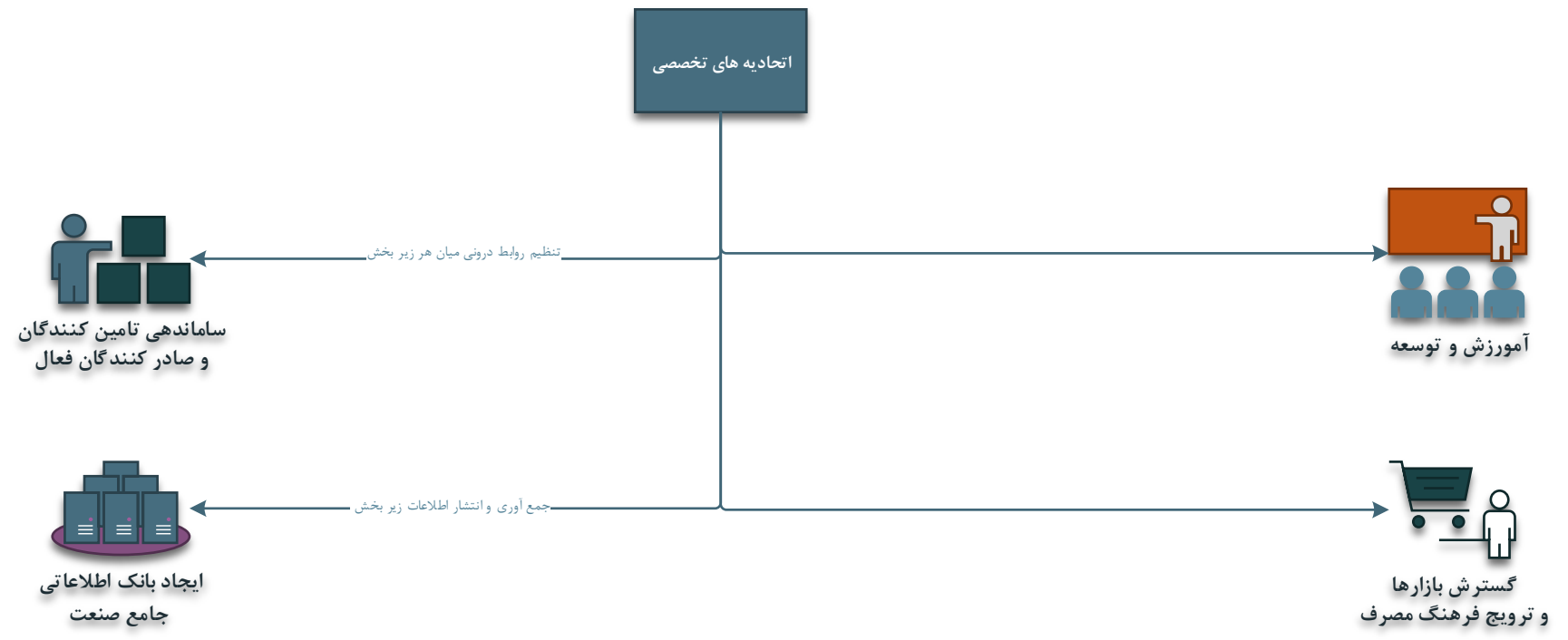
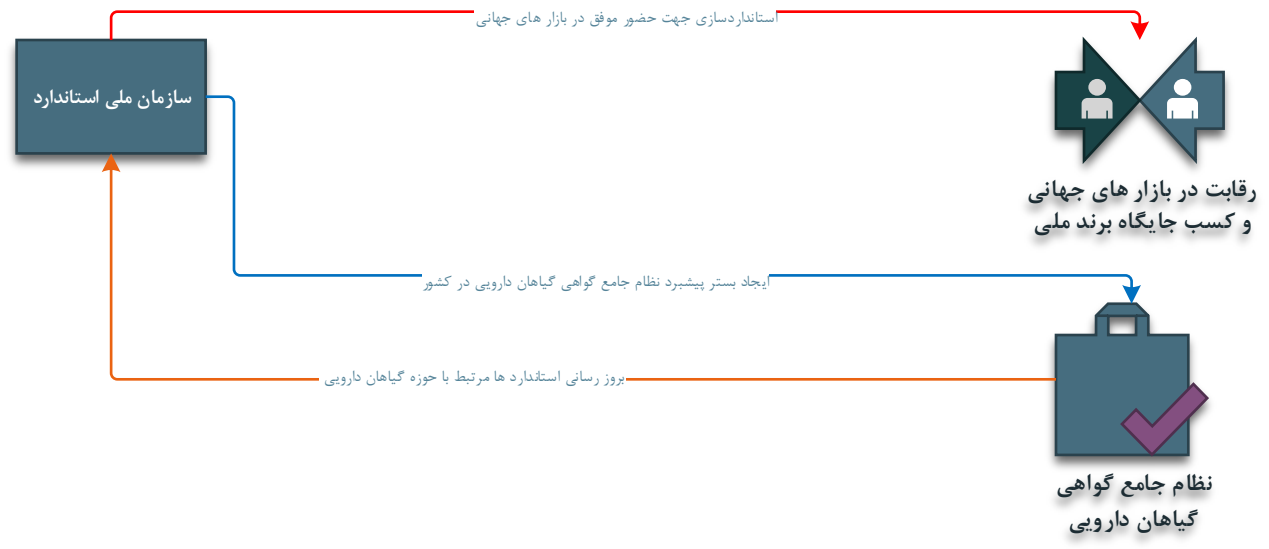
بخش بندی بازار های هدف و اتخاذ استراتژی متناسب

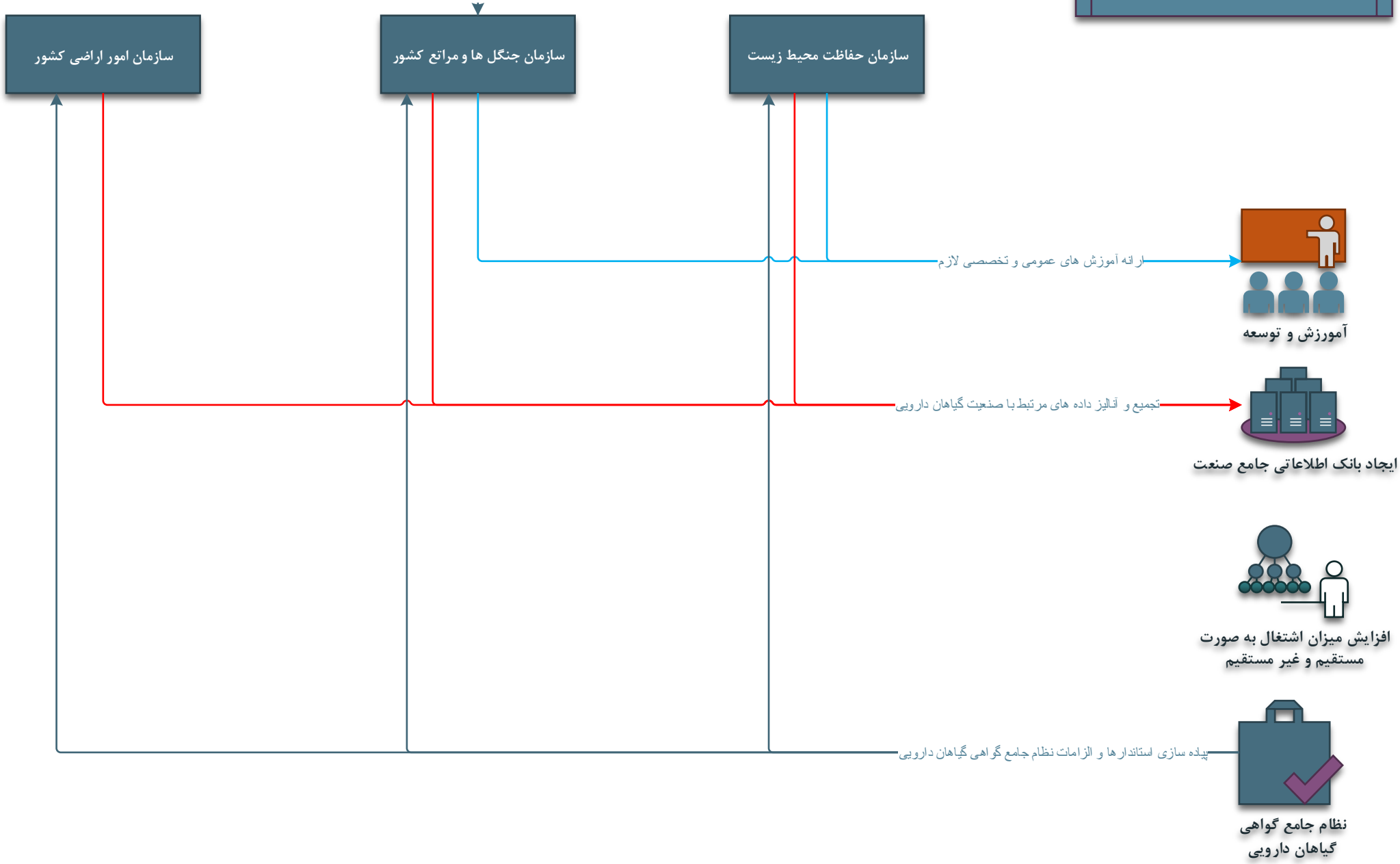


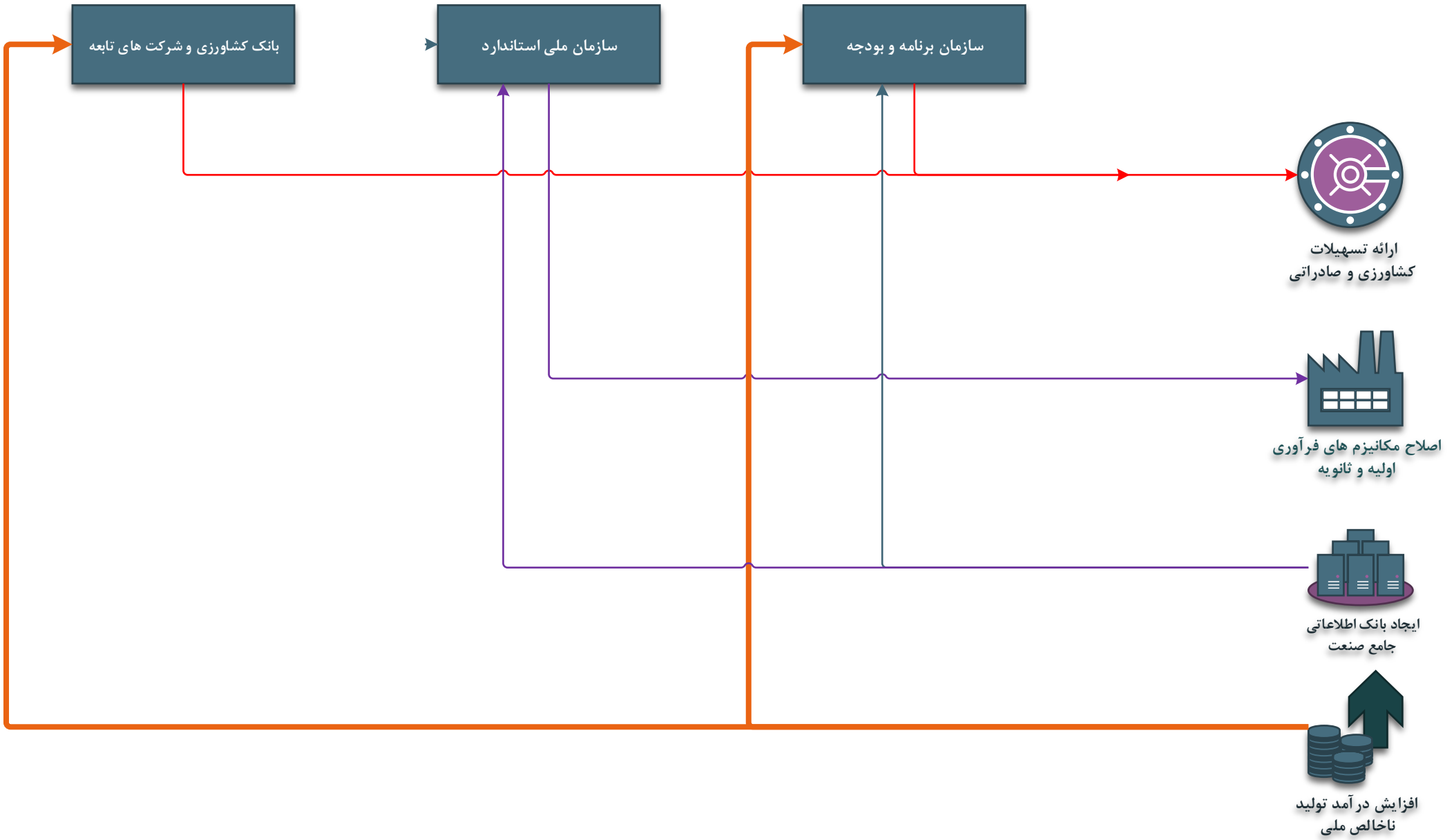
تجاری سازی محصولات با ارزش افزوده



ساماندهی تامین کنندگان و صادر کنندگان فعال در این صنعت

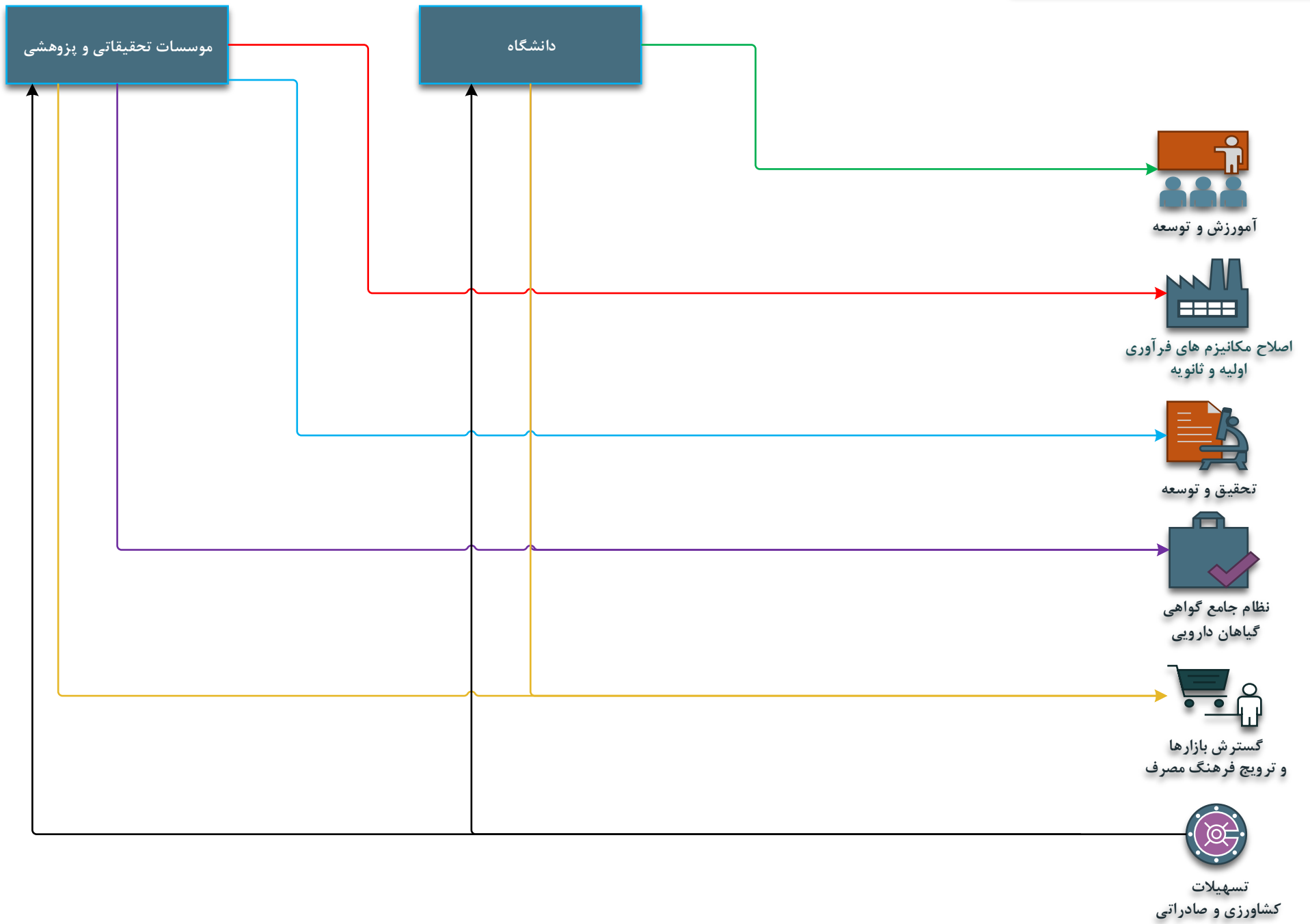


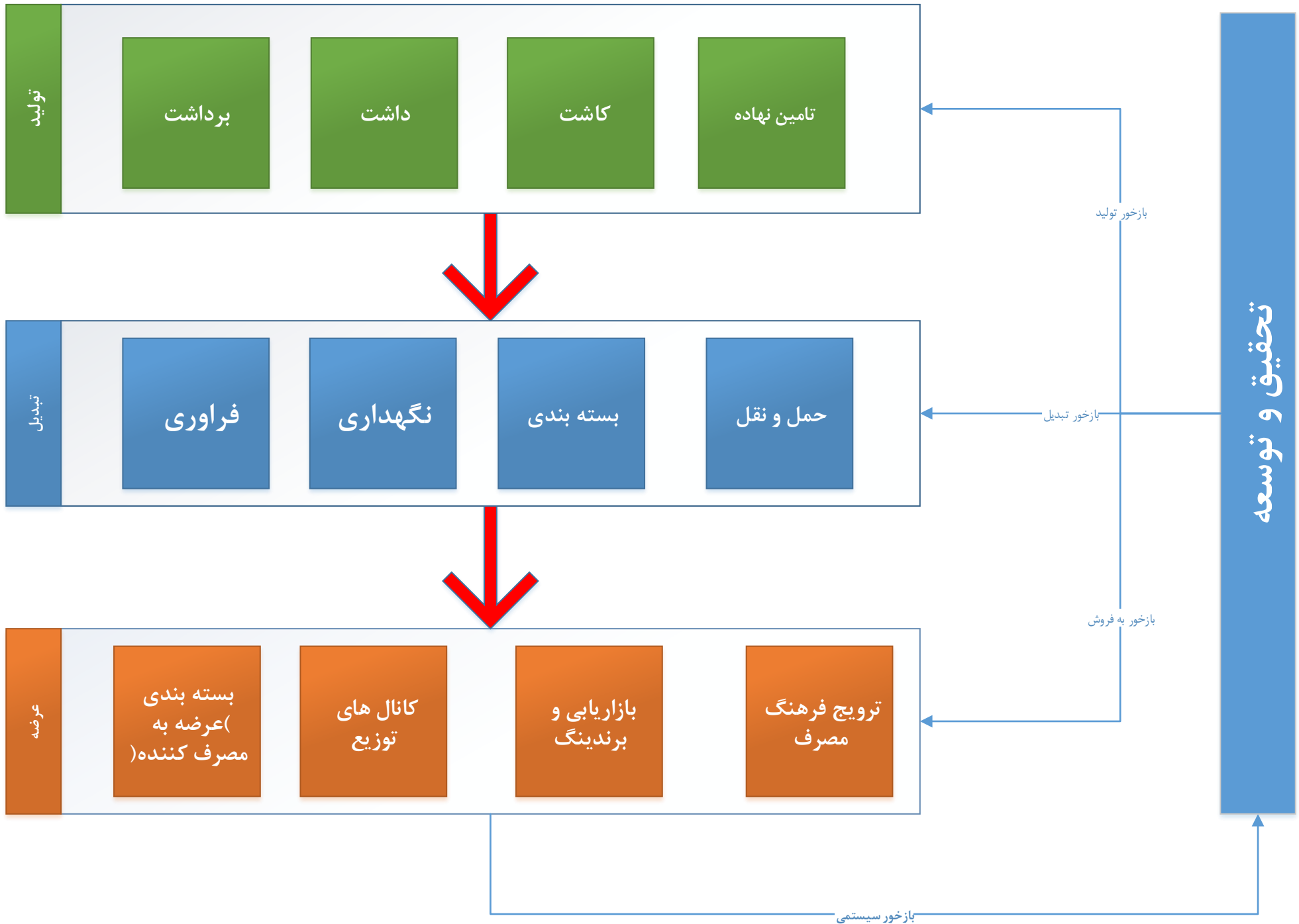




برهم کنش ذینفعان و حوزه های عملکردی صنعت گیاهان دارویی (حلقه سوم-۵)









مزرعه

کاشت

• زمین
• نهاده

داشت

• آبیاری
• سم پاشی
• کود دهی

برداشت

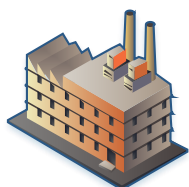
• صنعتی
• سنتی

حمل و نقل

• حفظ رطوبت
• استریل
• مدت زمان
• وسیله



انبار



تبدیل

فرآوری

• اولیه
• ثانویه

بسته بندی

• عمده و جزئی
• طراحی بسته بندی بازار هدف

نگهداری

• شرایط نگه داری پیش از بسته بندی

حمل و نقل

• شرایط انتقال و توزیع

بازار بایی

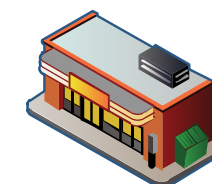
• تبلیغات
• بازار های جدید

کانال های توزیع

• خرده فروشی
• فروشگاه های زنجیره ای

بازار

• مقاصد تجاری
• تنوع و تمرکز



مصرف

کاشت

نهاده

انتخاب محصول

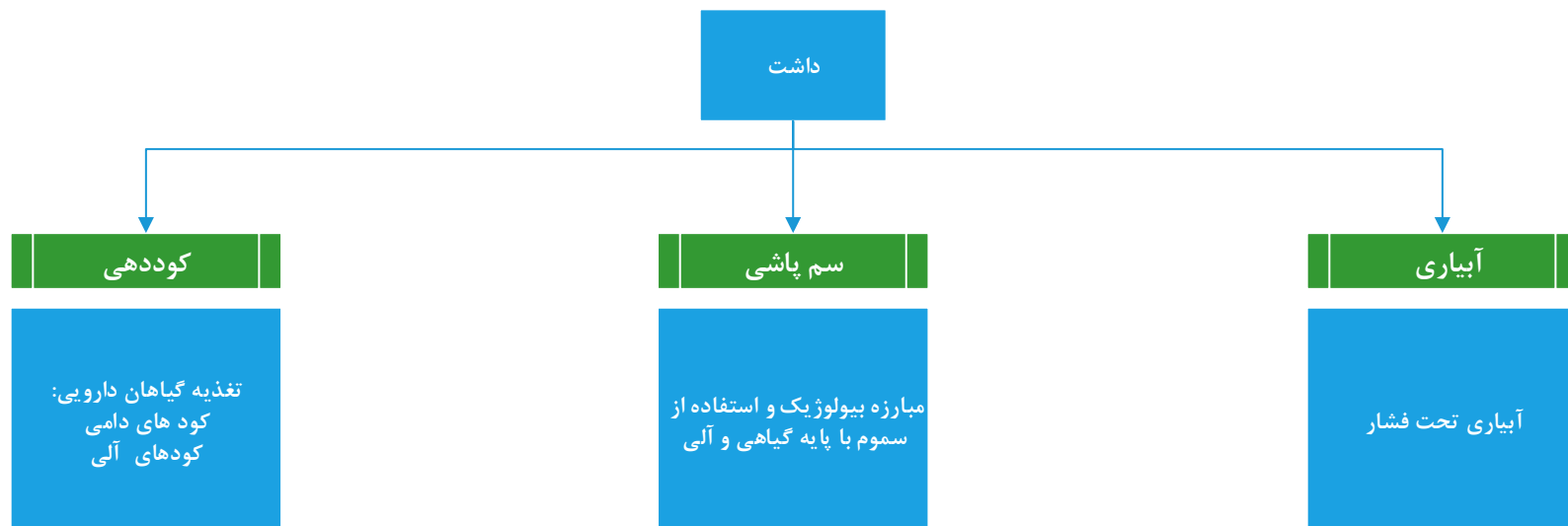
- نوع زمین
- اقلیم
- نیاز بازارهای هدف
- قیمت تمام شده تولید
- سطح کیفیت و استاندارد بازار هدف
- شناسایی پتانسیل و الویت های کشور

تهیه نهاده

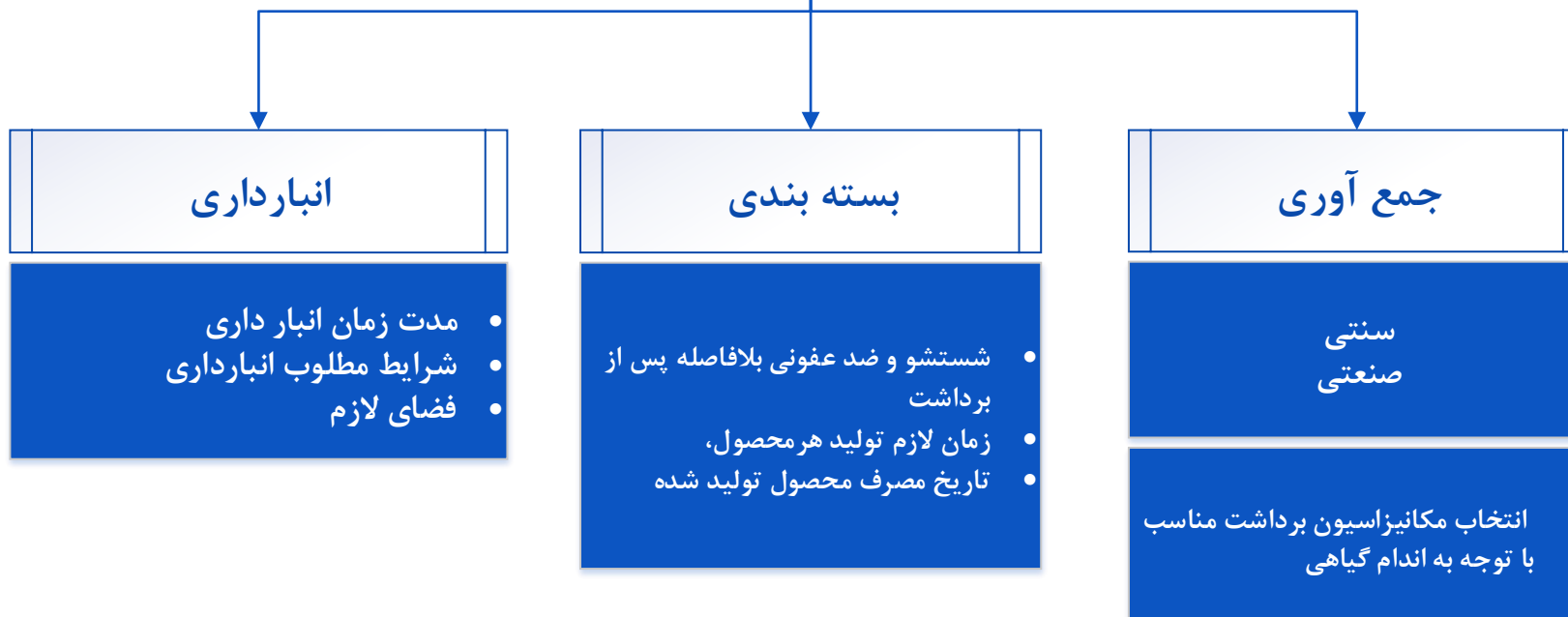
- بذر اصلاح شده وارداتی از کشورهای دیگر
- نهاده های کشت بافتی از مراکز بیوتکنولوژی معتبر داخلی و خارجی
- بذر اصلاح شده و مرغوب از شرکت های داخلی

زمین

- سطح اقتصادی مورد نیاز کشت
- سطح سبز مطلوب
- آزمایشات خاک
- گزارشات اقلیمی و هواشناسی
- قابلیت استفاده از ماشین الات
- شبکه مراقبت و مبارزه با آفات و علف های هرز



برداشت



تبدیل

فرآوری

فرآوری اولیه:

- خشک کردن
- فرآوری مکانیکی
- فرآوری گرمایی و شیمیایی

فرآوری ثانویه:

- تولید داروهای گیاهی
- تولید لوازم آرایشی و بهداشتی
- تولید حشره کش و علف کش
- تولید رنگ های صنعتی

بسته بندی

در صورتی که فرآوری بلافاصله پس از برداشت صورت نمی گیرد و محصول پس از فرآوری نیاز به بسته بندی مجدد دارد.

نگهداری

شرایط و الزامات نگهداری محصول پس از فرآوری و بسته بندی

حمل و نقل

شرایط و الزامات حمل و نقل محصول تمام شده

مصرف

بازاریابی

تحلیل بازار گیاهان دارویی

بخش بندی و هدف گذاری بازار هدف

تدوین استراتژی بازاریابی

محصول

ترویج

قیمت گذاری

کانال های توزیع

گمرک

مراحل صادرات گیاهان دارویی

توزیع در بازار مصرف داخلی

بازار

بازار داخلی:
• B2b
• B2C

بازار خارجی:
بازارهای هدف
بسته بندی
استانداردها

تعرفه گیاهان دارویی