

## هشتروند می‌تواند قطب تولید محصولات دامی و کشاورزی ارگانیک باشد

فرماندار هشتروند در جلسه کارگروه هماهنگی بازارچه دائمی محصولات روستایی و عشایری این شهرستان گفت: با توجه به کشت محصولات متنوع، هشتروند می‌تواند به عنوان قطب تولید محصولات دامی و کشاورزی ارگانیک معرفی شود.



امینیان پرسش از چرایی و هدف از ایجاد بازارچه دائمی را با توجه به بحث های توجیهی مفصل صورت گرفته در این خصوص تکراری خواند و گفت: طبیعی است که اگر خواهان آینده ای متفاوت با امروز و توسعه یافته برای شهرستان هستیم باید از کلیات طرح بازارچه دفاع کنیم.

وی با بیان اینکه لازمه تغییر در رفتار، تغییر در نگاه هاست اظهار داشت: تغییر لازمه توسعه است، از این رو ما باید به دنبال ایفای نقش در رقم زدن آینده و تعیین سرنوشت خود باشیم نه آن که نسبت به آینده بی تفاوت بوده و صرفاً دنباله رو باشیم.

امینیان افزود: باید در نظر داشته باشیم که به میزانی که نقش خود را در ساخت آینده افزایش دهیم به همان میزان می توانیم از مزایای تغییرات بوجود آمده بهره مند شویم.

فرماندار هشتروند تغییر علاقمندی مردم از مصرف محصولات صنعتی به محصولات ارگانیک را یک فرصت و امتیاز برای شهرستان هشتروند دانست که به دلیل وجود محصولات زراعی، باغی و همچنین وجود فرآورده های دامی با کیفیت، این شهرستان می تواند به عنوان قطب تولید محصولات کشاورزی و دامی ارگانیک در منطقه و کشور باشد.

وی افزود: به این منظور ایجاد محلی برای عرضه دائمی محصولات روستائی و عشایری می تواند در این امر بسیار موثر باشد.

وی گفت: این محل علاوه بر عرضه محصولات کشاورزی و صنایع بومی شهرستان می تواند در زمینه ارائه خدمات رفاهی و تفریحی و گردشگری نیز به شهروندان هشتروندی و همچنین توریست ها نقش بسزایی داشته باشد.

فرماندار هشتروند با بیان اینکه در طول ۱۰ - ۲۰ سال آینده گردشگری اولین و آخرین حرف را در دنیا خواهد زد گفت: پیش بینی می شود چیزی حدود ۷۰ درصد از نیاز مردم به اشتغال و درآمد از این حوزه تامین شود.

وی با پرسش از اینکه ما چه سهمی در گردشگری خواهیم داشت افزود: لازم است برنامه ریزی صحیح در شناساندن ظرفیت ها و پتانسیل های طبیعی و تاریخی هشتروند به سایر مردم استان، منطقه و کشور داشته باشیم.

وی این مسئله را ناکافی دانست و گفت: گردشگری ارتباط ظرفیتی با سایر حوزه ها دارد، به این منظور لازم و ضروری است که صنعت گردشگری خود را به سایر حوزه ها گره بزنیم، همچنان که کشوری مثل ترکیه توانسته به عنوان یک کشور نوظهور در توسعه اقتصادی دنیا از طریق شناساندن جاذبه های گردشگری خود موجب شود که صنعت پوشاک این کشور نیز به جهان معرفی شده، برندسازی شود و در حال حاضر سومین کشور به لحاظ تولید پوشاک در جهان باشد.

وی ادامه داد: این استدلال درست نیست که بگوئیم این محصولات در شهرستان های اطراف تولید می شوند بنابراین ایجاد بازار دائمی محصولات روستائی و عشایری توجیه اقتصادی ندارد. بلکه لازم است خود را مکلف به برنامه ریزی دقیق بکنیم تا بتوانیم در میان مدت و بلند مدت با شناساندن شهرستان به عنوان یک منطقه گردشگری و با ارائه محصولات باکیفیت و با قیمت مناسب در این بازار(کاهش و حذف واسطه ها) توازن بازار را به نفع خود تغییر دهیم.

امینیان گفت: عملیات اجرایی بازارچه را فازبندی شده، گام به گام و زیر نظر مشاوران و کارشناسان اقتصادی ، مالی و فنی پیش خواهیم برد وی به همین منظور از شهرداری و شورای شهر خواست تا در جلسه آینده مشاوران اقتصادی ، فنی و مالی طرح را بمنظور توجیه پذیری اجرای طرح در محل بازار هفتگی و سایر مسائل دعوت کنند.

در این جلسه مقرر شد بخشداری ها که مسئول شناسایی و معرفی غرفه دارن هستند اطلاعات دقیق و ریز در مورد غرفه داران و محصولاتی که قرار است ارائه شود داده و به تبیین مسئله برندسازی محصولات به روستائیان بپردازند.