

سپند

ماهنامه داخلی انجمن پسته ایران



سال هشتم - ویژه نامه آذرماه ۱۳۹۴ - شماره ۱۱۱



www.iran-pistachio.com

**We are grower, producer and exporter of
HIGH QUALITY IRANIAN PISTACHIO FOR
MANY YEARS**

Central Office : No.699, Imamreza Blvd, Sirjan, IRAN

Factory Add : 12th km Of Sirjan - Tehran Road Sirjan IRAN

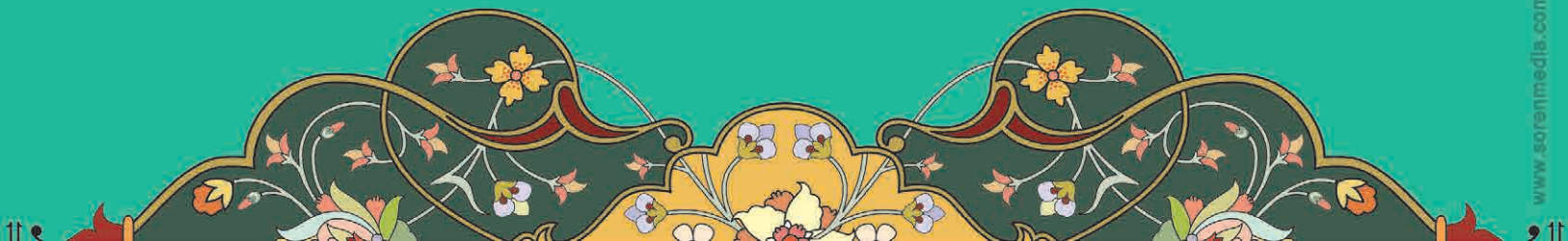
E-mail: info@iran-pistachio.com

Tell: 0098 - 34 - 42246593

skype id : padideh.pistachio



OUR QUALITY , YOUR BENEFIT





سپاهان رویش

یار امیلا کمپلکس

یارامیلا کمپلکس دارای تعادل موثری از عناصر غذایی در هر دانه می باشد. شما با کاربرد این کود علاوه بر عناصر نیتروژن، فسفر و پتاسیم که ضروری ترین عناصر مورد نیاز گیاه هستند عناصر غذایی ثانویه (منیزیم - سولفور) و ریز مغذی های (منگنز و روی) را تأمین می کنید.



یار لیوا کلسینیت

یارا لیوا کلسینیت، نترات کلسیم کاملاً قابل حل در آب می باشد. تاثیر این کود بسیار سریع و با ماندگاری طولانی از لحاظ تأمین نیتروژن و کلسیم مورد نیاز بویژه در شرایط دشوار شوری خاک می باشد.



اولتراسول مگنوم پی ۴۴

محصول منحصر به فرد اسیدی به فرم کریستالی است که دارای نسبت بهینه ازت و فسفر می باشد. ویژگی اسیدی قوی که pH آب و خاک را کاهش داده و آن را مناسب استفاده در شرایط آهکی و قلیایی می سازد.



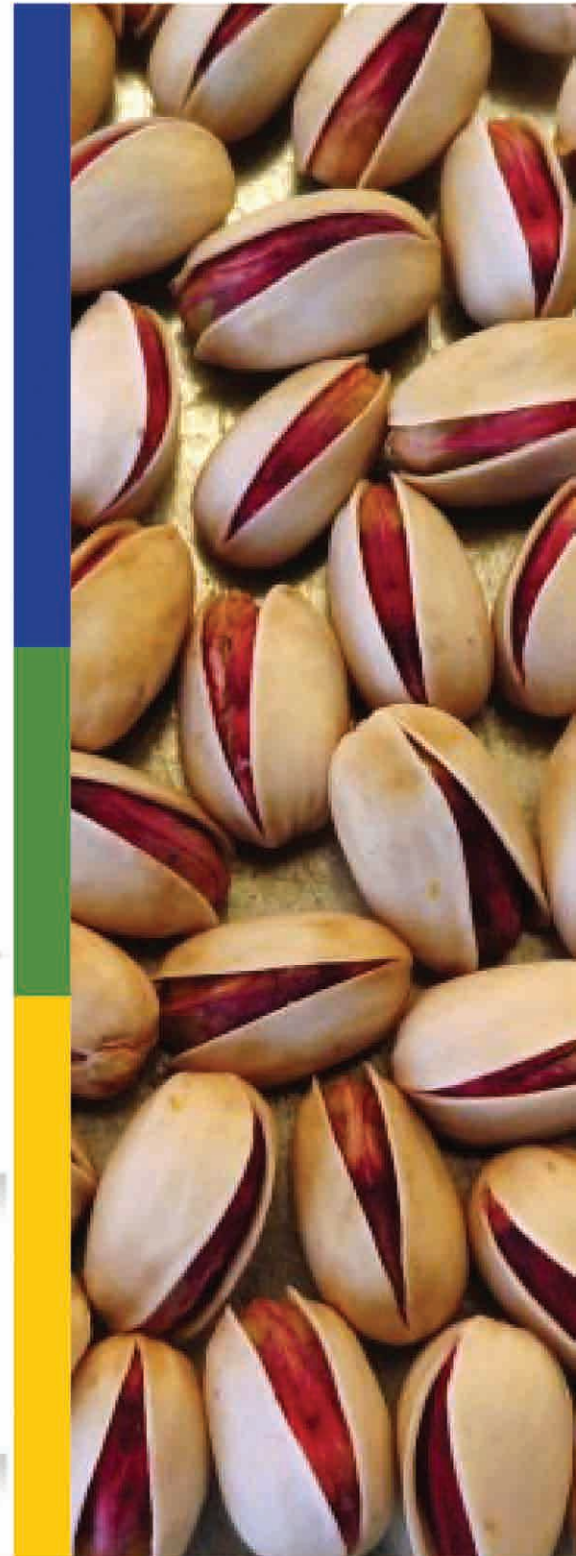
هیومیستار

مایع غلیظ شده هیومیک و فولویک اسید به منظور اصلاح و بهبود ویژگی های فیزیکی، شیمیایی و بیولوژیکی خاک می باشد که برای خاک های فاقد مواد آلی و مناطق خشک ایده آل است.



کوکتل انیکس

ترکیب بهینه ی عناصر ریزمغذی به همراه گلابسین بتابین که برای تأمین نیاز عمومی پسته به ریز مغذی ها فرموله شده است. عناصر ریز مغذی کلات شده با EDTA دارای بیشترین اثربخشی می باشد، که باعث افزایش بهره وری و کاهش هزینه می شود.





شرکت کارا کرمان

اولین طراح و سازنده دستگاه های فرآوری پسته



خطوط کامل فرآوری پسته با ظرفیت ۳ تا ۱۰ تن در ساعت

بزرگترین شبکه خدمات پس از فروش

آدرس: کرمان ، جاده چوپار ، شهرک صنعتی شماره یک

تلفن کارخانه: ۰۳۴) ۳۳۲ ۱۴۰۰۰

همراه: ۰۹۱۳۱۴۳۰۹۹۷



شرکت برافزا کشاورزی پارس

مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمان

ارائه دهنده خدمات کشاورزی، بازدهی مزرعه ای

تولید کننده کودهای ارگانیک و شیمیایی

(مخصوص باغ های پسته، باغ های میوه، گیاهان زراعی و گلخانه ها)

SABZ PISTAK سبز پستاک

Poly Amino Chelate Of manganese

Poly Amino Chelate Of Copper

Poly Amino Chelate Of phosphor

Poly Amino Chelate Of Iron

Poly Amino Chelate Of zinc

Poly Amino Chelate Of potassium

Poly Amino Chelate Of Calcium

SEVEN PISTAK سون پستاک
WITH SEVEN MIRACLE EFFECTS با هفت اثر معجزه آسا

SAHER ساهر

GOLBAR گلبار

سبزینه

برطرف کننده ویتری (قرمو) رنگ پریدگی (زردی) اندرختان پسته

www.parspistak.com

NET WEIGHT: 1 kg پروانه بهره برداری: ۱۳۸۳ ساخت ایران



GREEN LEAF

N-P-K + FULVIC ACID
8-42-5 + % 10

- WATER SOLUBLE 100%
- HIGH PURITY
- HIGH ABSORPTION

NET WEIGHT: 10 KG

GREEN LEAF

N-P-K + FULVIC ACID
5-2-42 + % 10

- WATER SOLUBLE 100%
- HIGH PURITY
- HIGH ABSORPTION

NET WEIGHT: 10 KG

آدرس: کرمان، خیابان اقبال، ساختمان پارک علم و فن آوری، طبقه سوم، واحد ۵

کارخانه: رفسنجان، منطقه ویژه اقتصادی

تلفن: ۰۹۱۳۱۹۷۸۱۴۲

تلفن: ۰۳۴-۳۲۴۳۶۵۸۶



1973

طوس الماس دانه

۴۰ سال تجربه در صادرات پسته
صادرکننده برتر استان خراسان
تنها شرکت خراسانی مورد تایید
INC (اتحادیه جهانی خشکبار)

UNICERT
ISO 9001:2008

UNICERT
ISO 10002:2004

UNICERT
ISO 22000:2005

UNICERT
OHSAS 18001:2007

UNICERT
OHSAS 14001:2004

UNICERT
HACCP



مشهد

خیابان خسروی نو ، برج تجاری خاوران، واحد ۲۰۵
تلفن: ۰۵۱ - ۳۲۲۱۷۷۰۱

تهران

خیابان انقلاب - خیابان بهار جنوبی - برج بهار
طبقه اول اداری - واحد ۵۰۹
تلفن: ۰۲۱ - ۷۷۶۱۵۸۷۵ - ۷۶

رفسنجان

رفسنجان - اول جاده زرند - روبروی پمپ بنزین
انبار شرکت الماس دانه طوس
تلفن: ۰۳۴ - ۳۴۲۶۷۳۹۰

فیض آباد

میدان امام رضا ابتدای جادهی مهنه
انبار شرکت الماس دانه طوس
تلفن: ۰۵۱ - ۵۶۷۲۸۲۴۱

www.almasdanehtos.com
info@almasdanehtos.com

t a s t e
c l a s s i c

محصول خوب آب خوب میخواهد.

سیستم های آب شیرین کن

RO MED MSF VC MD UF

تأمینده انحصاری هولدینگ پلاکن هلند

• ۷۰٪ بازدهی • مصرف پائین برق

• تکنولوژی روز تولید • ۱۰ ماه ضمانت

• مناسب برای آب های آب شور سطحی و زیر سطحی



GLOBAL TECH GROUP
TECHNICAL & COMMERCIAL

TNO innovation
for life

 **HATENBOER**
Water Treatment


BELADON
Water Treatment

تعاونی نگارستان مهر رضوان

صادر کننده نمونه سال ۹۲ و ۹۳
تعاونی برتر سال ۹۳



خرید قطعی پسته



بالاترین قیمت بهترین شرایط



* مشاوره رایگان هفتگی کشاورزی و باغداری
* توسط یکی از بهترین مهندسان کشاورزی استان در محل شرکت
* بازدید و مشاوره رایگان سالیانه از باغات کشاورزان همکار
* با بهترین کیفیت و شرایط فروش



همراه: ۰۹۱۲ ۲۱۳۰۰۱۸

تلفن: ۰۳۴۳۷۶۳۱۸-۹

تلفن دفتر مرکزی (تهران): ۰۲۱ ۲۲۶۸۰۰۱۵-۱۶

آدرس: رفسنجان - روستای عرب آباد - خیابان امام مسن مجتبی ۲ - جنب مدرسه



- ۱۰ سرمقاله
- ۱۱ قربانیان نرخ غیرواقعی دلار
- ۱۲ درس هایی از دوره بازاریابی بین المللی انجمن در سیرجان
- ۱۶ آمار نهایی تولید و مصرف محصول ۱۳۹۳ پسته ایران
- ۱۷ بازبینی تخمین محصول کشور در سال ۱۳۹۴
- ۱۸ وضعیت تولید پسته در ایتالیا
- ۱۹ وضعیت تولید پسته در اسپانیا
- ۲۰ ریشه مشکلات اقتصاد کشور چیست؟
- ۲۳ تصویر اقتصاد ایران در پس از تحریم
- ۲۷ کمیوست، حافظ منافع باغداران و طبیعت
- ۳۱ شوری خاک و روش های مقابله با آن
- ۳۲ لزوم توافق بر سر استاندارد جهانی حدود مجاز باقیمانده سموم
- ۳۳ گزارش تور نمایشگاه آنوگا ۲۰۱۵
- ۳۶ گزارش نشست یوروفینز در حاشیه نمایشگاه آنوگا
- ۳۷ گزارش ماه اکتبر شرکت پرایمکس از پسته آمریکا
- ۳۸ گزارش نیکولز از وضعیت بازار پسته آمریکا
- ۳۹ نقد وبررسی وضعیت آبیاری باغات پسته در استان کرمان
- ۴۰ عوامل مهم در تعیین قیمت پسته در بازارهای جهانی
- ۴۳ هرس درختان پسته
- ۴۵ آفت سوسک سرشاخه خوار درختان پسته

ماهنامه داخلی انجمن پسته ایران

*** دفتر مشهد**

نمبر: ۰۵۱-۳۲۲۱۵۶۱۰

تلفن: ۰۵۱-۳۲۲۳۷۱۹۷-۸

نمبر: ۰۳۴-۳۲۵۳۵۲۶۹

تلفن: ۰۳۴-۳۲۵۳۵۲۶۶-۸

*** دفتر دامغان**

نمبر: ۰۲۳-۳۵۲۴۹۰۱۰

تلفن: ۰۲۳-۳۵۲۴۹۰۱۰

نمبر: ۰۲۱-۸۸۹۴۷۳۸۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۴۷۳۰۰-۴۰۰

*** دفتر کرمان**

*** دفتر تهران**

www.iranpistachio.org

سایت:

info@iranpistachio.org

پست الکترونیکی:

انجمن پسته ایران در قبال صحت و سقم ادعاهای مطرح شده در آگهی ها، هیچگونه مسئولیتی ندارد. استفاده از مطالب با ذکر مأخذ مجاز است.

سال هشتم - ویژه نامه آذرماه ۱۳۹۴ - شماره ۱۱۱

سرمقاله

انجمن پسته ایران از آغاز تأسیس همواره دخالت سهمگین دولت در بازار ارز را نکوهش کرده است. از سال ۱۳۵۲ به این طرف افزایش بهای بین المللی نفت و گاز نسبت به هزینه استخراج آن موجب برداشت بی رویه از این ثروت فرانسلی و ادغام درآمد حاصل از فروش آن در بودجه دولتی اعم از جاری و عمرانی گشته است. ارز حاصل از بخش صادراتی نفت و گاز که به دلار دریافت می شود به بانک مرکزی فروخته و در مقابل آن دولت برای تأمین بودجه، ریال دریافت می کند. بانک مرکزی به نوبه خود ناچار است این حجم عظیم دلار را به وارد کنندگان کالا به قیمت نازل بفروشد. نتیجه آنکه کالاهای وارداتی با نرخی ارزانتر از کالاهای مشابه تولیدی داخل در بازار عرضه می شوند. افزایش تولید نفت و گاز در پی فن آوریهای جدید در آمریکا هم قیمت نفت و هم تقاضا برای نفت ایران را کاهش داده است. در مجموع این کاهش تولید و کاهش قیمت نفت برای نخستین بار در چهل سال اخیر زمینه را برای توسعه اقتصاد ملی و اشتغال، از طریق ایجاد تقاضا برای ارز حاصل از صادرات غیر نفتی، فراهم ساخته است. خوشبختانه رییس هیئت مدیره انجمن پسته ایران در ده سال گذشته به عنوان سخنگوی انجمن همواره در محافل اقتصادی لزوم دفاع از ارز حاصل از تولید ملی و اشتغال داخلی در تقابل با ارز ناشی از فروش ثروت فرانسلی کشور را متذکر بوده است. شاید در شرایط جدید، همین موضوع موتور محرکه ارتقاء آقای جلالپور به رفیع ترین جایگاه بخش خصوصی ایران شده باشد. همین شرایط جدید اقتصادی زمینه را برای حضور بارز اقتصاد دانان غیر دولتی در محافل مطبوعاتی فراهم کرده است. همسویی روزافزون سرمقاله های روزنامه وزین دنیای اقتصاد با مواضع دیرینه انجمن پسته ایران کاملاً محسوس است. در سرمقاله روزنامه دنیای اقتصاد مورخ چهارشنبه ۱۳۹۴/۹/۱۸ آقای دکتر پویا ناظران، خطرات اقتصاد دستوری و تثبیت نرخ ارز در شرایط تورمی را به گونه ای موجز، شفاف و شیوا گوشزد می کند.

در اینجا به تأسی از گفته حکیم فردوسی:

« به گفتار دانندگان راه جوی

به گیتی بپوی و به هر کس بگوی »

خوانندگان نشریه انجمن و عموم دولتمردان را به تأملی بر مقاله فوق الذکر با عنوان « قربانیان نرخ غیر واقعی دلار » توصیه می کنیم.

سید محمود ابطحی

نایب رئیس هیات مدیره



قربانیان نرخ غیرواقعی دلار (به قلم دکتر پویا ناظران)

تورم کاهش ارزش پول است. طبیعتاً اگر دو ارز کاهش ارزش متفاوتی تجربه کنند، نرخ برابری ایشان باید فرق کند. مثلاً اگر دلار ۳۰۰۰ تومان است و تورم آمریکا یک درصد ولی تورم ایران شانزده درصد، یعنی تومان ۱۵ درصد بیش از دلار کاهش ارزش داشته. خوب این باید در نرخ برابری خود را نشان دهد و دلار از ۳۰۰۰ تومان باید به $۳۰۰۰ * ۱.۱۵ = ۳۴۵۰$ برود. اگر نرخ اسمی بازار در حد ۳۰۰۰ تومان ماند، یعنی به ازای هر دلار معامله شده، فروشنده ۴۵۰ تومان سوپسید داده. فروشنده انحصاری دلار در ایران البته دولت است اما دولت هزینه را به بخش خصوصی منتقل می کند، آنهم ضعیفترینهای بخش خصوصی. آن ۴۵۰ تومان سوپسید از جیب کشاورز و صنعت گر در می آید. وقتی گوجه فرنگی گران می شود و همه فریاد می زنند و با دلار ارزان گوجه فرنگی وارد می شود تا شما بخورید حال کنید، کشاورز ضرر کرده. وقتی قیمت مرغ باب میلان نیست و متولی بازرگانی را به جنگ مرغدار می فرستید تا با دلار ارزان مرغ خارجی روانه بازار کند، یک کارآفرین ایرانی سوپسید ۴۵۰ تومانی شما را داده. اگر دلار ۴۰۰۰ تومان بود که مرغ وارداتی ارزانتز از مرغ ایرانی نمی بود. دلار ارزان نگه داشته می شود تا مرغ و گوجه شهر نشینان را ارزان کند.

فروردین ۹۲، به گزارش اداره آمار بانک مرکزی، دلار ۳۵۰۳ تومان بود. از آن موقع تا مهر ۹۴ تورم کالاهای مصرفی ۴۱٪ درصد و تورم تولید کننده ۳۹٪ درصد بوده. پس بر مبنای کالاهای مصرفی دلار باید حدود ۴۹۵۰ تومان و بر مبنای تورم تولید کننده باید حدود ۴۸۸۰ تومان باشد. بر مبنای این محاسبه سوپسیدی که بزور از کشاورز ایرانی می گیرید بیش از ۱۵۰۰ تومان است. اما می توانید یک انتقاد به این محاسبه وارد کنید. می توانید بگویید فروردین ۹۳ دلار ۳۰۹۹ تومان بود و از فروردین ۹۳ تا مهر ۹۴ تورم مصرف کننده ۲۰ درصد و تورم تولید کننده ۱۲ درصد بوده، پس دلار باید حدوداً بین ۳۵۰۰ تا ۳۷۰۰ تومان باشد. انتقاد شما وارد نیست علتش هم ساده است، آن قیمت ۳۰۹۹ در فروردین ۹۳ واقعی نبود.

چرا واقعی نبود؟ تورم صادر کننده از فروردین ۹۲ تا مهر ۹۴ منفی ۲۲٪ درصد بوده. خاطرتان هست سخنگوی دولت رفت نماز جمعه و گفت کاهش تورم به معنی ارزانی نیست بلکه به معنی کاهش سرعت گرانی است؟ ایشان درست می گفتند و مقصودشان کالاهای مصرفی بود. اما در این دو سه ساله کالاهای صادراتی به معنی واقعی ارزان شده اند! خوب پس چرا ما این ارزانی را نمی بینیم؟ کو کجاست؟ صادراتی است! ارزان صادر می شود!

آن سوپسید ۱۵۰۰ تومانی که از جیب کشاورز و صنعتگر می رود، بخشی به جیب مصرف کننده شهری و بخش بیشتری به جیب خارجیها می رود، هم تولید کننده خارجی و هم مصرف کننده خارجی. اگر آن قیمت ۳۰۹۹ تومانی منعکس کننده ارزش حقیقی دلار بود، صادر کننده ایرانی چنین متضرر نمی شد.

پس سیاست ارزی ما بر مبنای سوپسید دادن به خارجیها از جیب نیازمندترین اقشار جامعه مان است؟ بله! باغات سرسبز و مزارع پر بار می خواهید یا زاغه نشینی در حومه شهر؟ کارآفرینی و شغل برای کارگر و مهندس ایرانی می خواهید، یا کارگاههای ورشکسته داخلی و رفاه خارجی ها را؟

در شرایط ایده آل دلار باید تا نزدیکی ۵۰۰۰ تومان افزایش یافته و پس از آن در بازار آزادانه قیمت گذاری شود. از آنجا که به چنین ایده آلی دست نخواهیم یافت، دست کم دلار باید از مرز ۴۰۰۰ تومان عبور کند و پس از آن هر ماه متناسب با تفاضل تورم ایران و آمریکا افزایش یابد. رای دهنده شهر نشین هم باید توقعاتش را واقع گرایانه کند. همه ما، از کارمند و کشاورز تا کارآفرین و تاجر در یک کشتی هستیم، کشتی ای به نام ایران. این کشتی اگر کج شود، چپ شده و همه را غرق می کند. امروز دلار ارزان تعادل این کشتی را برهم زده.

دلار بالای ۴۰۰۰ خواهد رفت چرا که جیب سوپسید دهنده دلار بی انتها نیست. اما دو سوال بی پاسخ می ماند. یکی اینکه تا چه مدت دیگر فشار به کشاورز و صنعتگر را ادامه می دهیم، قبل از افزایش دلار؟ سوال دوم این است که آنگاه که دلار جهید، درس می گیریم و ارزش دلار را ماهانه و متناسب با تورم افزایش می دهیم یا خیر؟



درس هایی از دوره بازاریابی بین المللی انجمن در سیرجان



به عنوان مثال، دندانپزشک تجربی و دندانپزشک حرفه ای هر دو دندان می کشند؛ ولی اگر مجبور نباشیم، آیا راضی می شویم که برویم زیر دست یک دندانپزشک تجربی؟ این روزها دیگر هنر و تجربه به تنهایی کفایت نمی کند علم اش هم باید کسب شود.

نقش علم و هنر در شناخت نیاز مشتری

بازاریابی علم و هنر شناخت نیازهای مشتری است. یعنی نیاز مشتری را بشناسیم و بتوانیم پاسخگویش باشیم و در نهایت به نتیجه برد-برد برسیم. در بسیاری از موارد، قراردادی منعقد شده است و کار انجام شده ولی در نهایت مشتری باخته است یا بالعکس؛ ولی این روش ها استمرار پیدا نمی کند. در بازاریابی باید نیاز مشتری را بشناسیم، بفهمیم و درک کنیم. آقای فیلیپ کاتلر (Philip Kotler) می گوید: من توت فرنگی و خامه دوست دارم؛ اما ماهی ها کرم دوست دارند؛ به همین دلیل وقتی به ماهیگیری می روم به این فکر نمی کنم که من چه می خواهم، به این فکر می کنم که ماهی ها چی می خواهند. این بازاریاب حرفه ای می گوید: ما در کسب و کار بعضی مواقع مثل ماهیگیری عمل می کنیم، سر قلابمان توت فرنگی و خامه می گذاریم چون خودمان دوست داریم و بعد می گوئیم چرا نمی توانم ماهی صید کنم؟ بنابراین باید آن چیزی که ماهی دوست دارد انجام شود؛ به این معنی که محصول مطابق با نیازهای مشتری باشد نه آن چیزی که خودمان فکر می کنیم. مثلاً بسته بندی

مثل هم هستند و هیچ فرقی ندارند، فرقی در جزئیاتشان است. تفاوت اصلی در جزئیات فعالیت ها و رفتارها است. یکی از بزرگان بازاریابی می گوید: باید مثل جنگ خودمان را به ادوات مجهز کنیم، تبلیغات شدید انجام دهیم، مثل ژنرال های جنگ صحبت کنیم و تفکرات جنگ را در کار پیاده کنیم. آمریکایی ها می گویند، همانطوری که در جنگ اگر به کوچکترین نکته بی توجهی نشان داده شود از همانجا ضربه می خوریم در کسب و کار هم همین طور است.

گاهی اوقات چیزهای جزئی از دید ما، در نظر مشتری بسیار مهم اند. به عنوان مثال، من یک زمانی به اروپا پارچه صادر می کردم. اروپایی ها حتی برای پارچه آستری که برای جیب استفاده می شود، ویژگی تعریف کرده بودند. همان چیزی که ما فکر می کنیم خیلی جزئی و بی اهمیت است، برای آن ها مهم بود و برایش ویژگی تعریف کردند. راه کسب و کار موفق از توجه به جزئیات می گذرد.

تلفیق علم و هنر در بازاریابی

بازاریابی، علم و هنر شناخت نیازهای مشتری است. یعنی هم باید راجع به آن مطالعه شود و هم باید مایه-اش وجود داشته باشد.

می گویند چینی ها ژن کسب و کار دارند؛ باید توجه داشت که چینی ها سال ها است که از نظر مطالعاتی در حال پیشرفت هستند. ما در این زمینه ضعیف هستیم و مطالعاتمان کم است. کم کاری کرده ایم و هر جا می رویم تجربی عمل می کنیم.

دوره آموزشی بازاریابی، اولین دوره ای است که انجمن پسته ایران به طور اختصاصی برای تجار سیرجانی برگزار کرده است. این دوره در تاریخ ۲۱ تیرماه سال جاری، در سالن آمفی تئاتر دانشکده پردیس دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان، به درخواست اعضای انجمن برگزار شد. مشارکت تجار سیرجانی و عوامل اجرایی اتاق بازرگانی سیرجان در برگزاری این دوره در خور تقدیر بود. انجمن پسته ایران دکتر محمود محمدیان که عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی تهران و هیات موسس انجمن علمی بازاریابی است را جهت تدریس این دوره برگزید. در ذیل بخش هایی از مباحث تدریس شده در این دوره بطور خلاصه بازگو شده است.

بازاریابی؛ جنگی متمدانه و حرفه ای

تعریف آمریکایی ها که سلطان بازاریابی و موفق ترین بازاریابان در دنیا هستند از بازار یابی اینگونه است؛ بازاریابی یک جنگ متمدانه است که برتری در اکثر منازعات سهم کسی است که صاحب کلمات و ایده های بهتر و تفکر منضبط باشد. بطور خلاصه بازاریابی؛ جنگ برای سهم بازار و موفقیت است.

افزایش توان رقابتی با توجه به جزئیات رفتاری

فرق بین یک بازاریاب قوی و یک بازاریاب ضعیف در کلیات نیست بلکه در جزئیات است. به عنوان مثال، پیراهنی که تن اکثر ما است و قیمت اش ۴۰ یا ۵۰ هزار تومان است با یک پیراهن مارک دار که قیمتش چند صد هزار تومان است در کلیات

فروشنده‌گان صنعت نساجی در کشور ترکیه برگزار کرد. بعضی از شرکت های ایرانی که شرکت کرده بودند نسبت به کسی که از کشورهای کم سابقه در این صنعت آمده بود، اطلاعات کمتری داشتند. برای حضور در بعضی از عرصه ها اطلاعات ما کم است. آنچه که در خصوص طرز فکر ما وجود دارد این است که نباید هیچ وقت برند ایرانی را به تمسخر

بین می رود، اگر در کسب و کار به بعضی از معضلات توجه نکنیم، آن معضل بزرگ می شود و دقیقاً از همانجا لطمه می خوریم و آسیب می بینیم و کسب و کارمان نابود می شود. بی توجهی به پنجره های شکسته که شاید موارد کوچکی باشند، باعث میشود که کسب و کار تحت الشعاع قرار بگیرد. در کسب و کار موفق نباید اجازه دهیم که پنجره ای بشکند

مطابق با نیازهای مشتری باشد نه آن چیزی که خودم دوست دارم.

نظریه پنجره شکسته

نظریه‌ای به نام پنجره‌ی شکسته در بین جرم‌شناسان رایج است.

آن‌ها می‌گویند که اگر در یک کوچه، پنجره‌ی یک



بگیریم، اگر این کار را انجام دهیم در واقع داریم خودمان را مسخره می‌کنیم.

و اگر پنجره ای شکسته شد باید به سرعت ترمیم شود.

خانه شکسته باشد و ساکنین خانه به این پنجره‌ی شکسته توجه نکنند و ترمیم اش نکنند، کسانی که از آن کوچه عبور می‌کنند وقتی این پنجره شکسته را می‌بینند احتمال اینکه سنگ بردارند و پنجره های دیگر را هم بشکنند زیاد است. وقتی پنجره ها را شکستند نوبت به درب خانه می‌رسد و بعد دیوار خانه را تخریب می‌کنند و وقتی که این خانه کاملاً تخریب شد سراغ خانه های دیگر می‌روند. این اتفاق از یک پنجره‌ی شکسته شروع شد. پنجره‌ی شکسته‌ای که صاحبان این خانه آن را ترمیم نکردند و همان پنجره‌ی شکسته باعث شد که این خانه از بین برود. به این ترتیب این پتانسیل ایجاد می‌شود که آن محل به یک محله جرم‌خیز تبدیل شود و مجرم‌ها در آنجا بیشتر تردد کنند. ربط این بحث به موضوع بازاریابی این است که همانطور که توجه نکردن به یک پنجره‌ی شکسته موجب جرم‌خیزی در یک محل می‌شود و در نهایت کل آن خانه از

اصل انضباط سخت

به عقیده بازاریابان حرفه‌ای؛ کسی که در بازرگانی بین الملل وارد می‌شود باید تابع یک نظم و انضباط سخت باشد. در کشور ما بی‌نظمی و بی‌انضباطی یک حقیقت است. با نظم و انضباط، اعتماد مشتری جلب می‌شود؛ چرا که آدم منظم و منضبط نسبت به تعهدات خود پایبند خواهد بود. کسب و کار در سطح بین‌المللی، نظم و انضباط آهنی می‌خواهد تا دیگران بتوانند روی حرف آدم حساب کنند. برقراری نظم و انضباط در ابتدا سخت است چون عادت است و تغییر عادت هم سخت است. مثل پرواز عقاب است که ابتدا سخت است ولی در نهایت به نقطه‌ای می‌رسد که دیگر نیاز به بال زدن ندارد و پرواز می‌کند. کشورهای توسعه یافته به این

پنجره شکسته های چهارگانه

ما چهار دسته پنجره‌ی شکسته داریم: عادات، طرز فکر، کمبود اطلاعات و دانش. بعضی از پنجره های شکسته ما در صادرات به عادت ها و طرز فکرمان ربط دارد. به عنوان مثال، در نظر بسیاری از ما رقیب کسی است که باید او را از بین ببریم، ولی از دید تجاری آمریکایی ها رقیب کسی است که باعث ایجاد تلاش و فعالیت بیشتری می‌شود. نگاه دیگر به رقابت این است که می‌گوید؛ با رقیب رقابت جوانمردانه می‌کنم و اگر موفق نشدم، تلاش می‌کنم که به او ملحق شوم و تصمیمات مشترک بگیرم.

به عنوان مثال، اکو (سازمان همکاری‌های اقتصادی) چندین سال پیش نشست‌ی برای خریداران و

در رشته مدیریت به انتخاب می‌گوییم استراتژی، کسی که انتخاب‌های خوب دارد می‌گوییم استراتژی خوبی دارد و کسی که انتخاب‌هایش بد است می‌گوییم استراتژی بدی دارد.

اصل توجه به تغییرات رفتار مصرف کننده

نیازهای مصرف کننده و رفتار مصرف کننده در طول زمان تغییر می‌کند بنابراین ممکن است پدر شما در این کسب و کار بوده و تا چند سال پیش آن را می‌چرخانده و در آن زمان مصرف کننده یکسری نیازها داشته است. اما الان آن نیازها تغییر کرده‌اند. تا ده، پانزده سال پیش مهارت معلم براساس گچی که روی لباس و دستش بود سنجیده می‌شد ولی الان اگر یک معلم برود سر کلاس و کل دستش که هیچ، اگر کل لباسش هم گچی شود هیچکس نمی‌گوید که آدم ماهری است. خواهند گفت که قدیمی و سنتی است، دانش‌اش به درد الان نمی‌خورد. چرا؟ چون ما به عنوان مصرف کننده تغییر کرده ایم و خریداران ما هم در طول زمان تغییر می‌کنند.

اصل مدرنیزه شدن روش‌ها

ما نمی‌توانیم بگوییم که صادرکننده‌ای امروزی هستیم ولی روش‌هایمان روش‌های قدیمی باشد. کسی که به ما نگاه می‌کند از روش‌هایمان و از حرف‌هایی که می‌زنیم متوجه می‌شود که ما یک آدم امروزی هستیم یا یک نگاه سنتی داریم. یکسری موارد را نام می‌برم که ساده ولی مهم‌اند. اولین و ساده‌ترین چیزی که همه‌ی ما نیاز داریم یک کارت ویزیت است. بهتر است سعی شود که یک کارت ویزیت ساده و حرفه‌ای طراحی کنیم. دومین اقلام تبلیغاتی ما کاتالوگ‌ها و بروشورهایمان هستند. اقلام تبلیغاتی که استفاده می‌کنید باید حرفه‌ای تنظیم شده باشند. کسانی باید برایتان طراحی کنند که با سلیقه باشند، در این گونه موارد صرفه جویی نکنید از بهترین افراد در طراحی اقلام تبلیغاتی‌تان استفاده کنید. خیلی خوب است فیلمی از مجموعه، امکانات، محصولات، کارکنان و مشتریان در حدود هفت تا هشت دقیقه تهیه شود. مورد سوم حضور در فضای مجازی است. داشتن سایت به تنهایی هنر نیست؛ هنر این است که وقتی در فضای مجازی پسته ایرانی یا کلمات مرتبط با پسته جستجو می‌شود شرکت شما در صفحه اول گوگل بیاید.

باید اطلاعات به زبان انگلیسی در فضای مجازی راجع به پسته زیاد باشد و راجع به شرکت و فعالیت

از آن مشتری بگذریم. در زمان تعهد دادن اغلب ما طوری تعهد می‌دهیم که انگار همه کارها را می‌توانیم انجام دهیم بعد موقعی که زمان اجرای تعهدات می‌شود عمل نمی‌کنیم. کسی که نتواند به تعهداتش عمل کند در بلندمدت بازنده‌ی این بازی خواهد بود.

اصل داشتن هدف و برنامه

در دنیا فرهنگ‌ها را به دو دسته تقسیم می‌کنند؛ فرهنگ شفاهی، فرهنگ کتبی. فرهنگ شفاهی یعنی اینکه مردم این جامعه زیاد اهل خواندن و نوشتن نیستند و بیشتر اطلاعات را با گفتن و شنیدن تبادل می‌کنند؛ مثل فرهنگ خودمان. در یک کشور اروپای غربی مثل آلمان فرهنگ کتبی است. مثلاً در مترو پیرزن و پیرمرد کتاب مطالعه می‌کند، ما با هم حرف می‌زنیم و این لزوماً بد نیست، فرهنگ‌مان این است. حال زمانی که ما بخواهیم با هم وارد معامله دچار مشکل می‌شویم. در فرهنگ کتبی تا چیزی روی کاغذ نیاید و امضا نشود موجودیت پیدا نمی‌کند. ما فرهنگ شفاهی داریم، بنابراین در مملکت مان برنامه ریزی نداریم، چون برنامه ریزی محصول فرهنگ کتبی است. آمریکایی‌ها می‌گویند اهداف را بنویس و بگذار پیش رویت تا هر روز ببینی که باید به آن‌ها برسی با برنامه ریزی ذهن نظم پیدا می‌کند. آدم‌های موفق اهداف و برنامه‌های خودشان را می‌نویسند.

اصل انتخاب

در آمریکا مطالعه‌ای انجام شد که آدم‌های موفق چه باورهای اساسی دارند؟ بر اثر این مطالعه یک اصطلاحی به وجود آمد به نام کانون کنترل، گفتند آدم‌هایی که روی این کره خاکی دارند زندگی می‌کنند دو دسته‌اند. بعضی کانون کنترل‌شان بیرونی و بعضی کانون کنترل‌شان درونی است. کانون کنترل بیرونی به کسی اطلاق می‌شود که اعتقاد دارد بر سرنوشت خودش حاکم نیست و این عوامل بیرونی هستند که سرنوشت‌اش را شکل می‌دهند، خانواده، پدر، مادر، نهادها، دولت و غیره از جمله عوامل بیرونی هستند. کانون کنترل درونی به کسی اطلاق می‌شود که معتقد است بر سرنوشت خودش حاکم است و خودش سرنوشتش را رقم می‌زند، خودش مسئول موفقیت یا شکست کسب و کارش است.

موضوع توجه می‌کنند. اگر نظم و انضباط را رعایت نکردید انتظار نداشته باشید که دیگران قائل به آن باشند. قوی‌ترین مربی‌های خارجی را که به ایران می‌آوریم به خاطر دانش‌شان نیست که تیم ما را در یک جایی قهرمان می‌کنند به خاطر برقراری نظم و انضباط است.

اصل نگاه از دید مشتری

سلیقه، علاقه، نیاز، خواست مشتری، هر اصطلاحی که اسمش را بگذاریم در بازاریابی به عنوان یک اصل است؛ اصلی که ساده به نظر می‌رسد اما در عمل سخت است، یعنی سهل‌ممتنع است. باید دید مشتری چه می‌خواهد و سلیقه مشتری چیست؟ غالباً ما کسب و کار را از منظر خودمان می‌بینیم. مثلاً می‌گوییم: من پسته را می‌شناسم، من پسته را می‌فهمم، من با پسته بزرگ شده‌ام، جد اندر جد من پسته را می‌شناسند و تویی که در تهران پسته را می‌خوری چه چیز پسته را می‌شناسی؟ در این شرایط ما از منظر خودمان به قضیه نگاه کرده ایم. وقتی مشتری در تهران می‌خواهد پسته بخرد، یکسری از نیازها و سلیق دارد که ممکن است با سلیقه شما همخوانی نداشته باشد؛ اگر سلیقه مشتری با سلیقه شما همخوانی نداشته باشد خرید نمی‌کند. برای موفقیت در مذاکرات و کسب و کارها در سطح بین‌المللی باید نیاز مشتری درک شود.

اصل صداقت و اعتماد

ریشه اعتماد در حرفه‌ای بودن است، یعنی حرفه‌ای عمل کنیم و بتوانیم اعتماد طرف مقابل را جلب کنیم. بعضی‌ها در این کار ضعیف هستند. حتی جایی که با زبان مادری صحبت می‌کنند هم نمی‌توانند اعتماد طرف مقابل را جلب کنند. باید دلیل‌اش را پیدا کنیم، آیا به پوشش ما بستگی دارد و پوشش ما مناسب این فضا نیست که نمی‌توانیم اعتماد طرف مقابل را جلب کنیم، آیا به نحوه صحبت کردن ما بستگی دارد، آیا وقتی که داریم صحبت می‌کنیم به چشم مشتری نگاه نمی‌کنیم و ارتباط برقرار نمی‌کنیم، این‌ها موضوعات ظریفی است. صداقت و اعتماد در حرف‌هایی که می‌زنیم و در قول‌هایی که می‌دهیم، در تعهداتی که ایجاد می‌کنیم خیلی مهم است. اگر طرف غربی یک دروغ از آدم ببیند تقریباً برگرداندن نظرش خیلی کار سخت و دشواری است. زمانی که داریم تعهدی می‌دهیم باید با مشتریمان منطقی صحبت کنیم و در صورت عدم توانایی در تأمین خواسته‌ی مشتری و یا تحویل در زمان مقرر،



محقق کردیم دیگر ارتباط مان با مشتری قطع نمی شود. فروش، آغاز یک رابطه با مشتری است تا جایی که می توانید کاری کنید که مشتری شما نتواند حضور رقبایتان را احساس کند.

مدام با او در ارتباط باشید، فروش خاتمه رابطه تان نباشد. آمریکایی ها یک اصطلاح دارند می گویند ما بعد از فروش همیشه باید با مشتریمان یک تماس بگیریم؛ می گویند باید (هیی کال) داشته باشیم. برای اینکه با مشتری ارتباطتان را حفظ کنید در تمام طول سال به طرق مختلف با مشتریانتان ارتباط داشته باشید. این امر می تواند از طریق تلفن، فاکس یا ایمیل به بهانه ها و تبریکات مختلف باشد.

اصل تصمیم گیری بر اساس حقایق

اطلاعات ما چگونه به دست می آید؟ بعضی اطلاعات جسته و گریخته از بازار به دست می آیند که معمولاً این اطلاعات مبنای تصمیم گیری قرار می گیرند. البته این بد نیست، مثل کاری است که یک لنگه کفش در بیابان می کند.

اما یک تاجر مدرن به این حد اطلاعات نباید اتکا کند. اگر شما در خصوص جاهایی که می خواهید فروشتان را محقق کنید اطلاعات را می گیرید و تجربه می کنید، خیلی موفق هستید اما اگر شما به اطلاعاتی که در نمایشگاه ها و بر اساس یک تلفن و به طور جسته و گریخته به دست آورده اید، بسنده کردید خیلی بد است.

اگر در هر مذاکره و خرید و فروش با اطلاعات کامل پای میز مذاکره بنشینید و راجع به فرهنگ و آداب تجاری طرف مقابل اطلاعات کافی را به دست آورید، در مذاکره موفق تر خواهید بود.

باشیم. بعضی از اصطلاحات ایرانی ها در قدیم خیلی کاربردی بودند، می گفتند: سرم را بشکن، قیمتت را نشکن. چرا؟ چون می گویند وقتی که شکستن قیمت شروع شد، ممکن است کار به جایی برسد که تمام افراد صنعت بازنده شوند. گاهی اوقات می شود از یک مشتری گذشت و محصول را به قیمت ارزان عرضه نکرد. رقیب کسی نیست که همیشه ما او را له کنیم. گاهی اوقات می توانیم با رقیبمان یک شبکه قدرتمند تشکیل دهیم و از این شبکه قدرت استفاده کنیم. در دنیای امروزی می گویند؛ شبکه ها هستند که تعیین کننده بازار هستند.

اصل تقویت سیستم ارتباطی

یکی از مهمترین مهارت هایی که در موفقیت نقش بسزایی دارد مهارت و توان ارتباطی است. بعضی از افراد در ایجاد ارتباط، ضعیف هستند برای همین است که نمی توانند از یک مشتری بالقوه یک مشتری بالفعل بسازند. انسان موجودی است که محتاج ارتباطات است اما ضمن اینکه احتیاج به ارتباطات دارد لزوماً همه انسانها قدرت ارتباطی شان با هم برابر نیست.

ممکن است شما یک تولیدکننده قوی باشید، ولی یک مذاکره کننده و فروشنده و ارتباط برقرارکننده قوی نباشید، برای همین است که آمریکایی ها می گویند باید بتوانید خوب حرف بزنید تا بتوانید خوب آدم ها را جذب کنید. در بازاریابی امروز به این می گوئیم بازاریابی ارتباطی، می گوئیم تا ارتباط حاصل نشود بازاریابی شکل نمی گیرد.

سیستم ارتباطی یک سیستم خیلی پیچیده و مهم است. اگر بتوانیم یک سیستم ارتباطی قوی با مشتری ایجاد کنیم وقتی فروشمان را با مشتری

های شما در فضای مجازی داده زیاد باشد. مورد آخر این که یک بانک اطلاعاتی از مشتریان واقعی و مشتریان بالقوه تهیه کنید. اگر شما بتوانید چند تا از مشتریان بالقوه تان را به مشتریان بالفعل تبدیل کنید آنموقع هست که شما موفقید. همه این ها ابزارهایی است که شما دارید فضای کارتان را مدرن می کنید. بدانید که هر چقدر در این خصوص هزینه کنید هزینه اش برخواهد گشت.

اصل فهم صحیح رقابت

ما در فضای داخلی چگونه با هم رقابت می کنیم؟ ما معمولاً بدترین نوع رقابت را با هم انتخاب می کنیم و آن رقابت قیمتی است. سخیف ترین نوع رقابت، رقابت بر سر قیمت است. در فضای داخل وقتی با هم رقابت می کنیم، بدترین نوع رقابت را انتخاب می کنیم که با این رقابت هم خودمان و هم رقیبمان را از بازار بیرون می کنیم؛ وقتی فهم ما از رقابت ناقص باشد، این نوع رقابت انتخاب می شود. اگر توجه شود، در فضای کسب و کار سنتی ایران به رقیب می گفتند همچراغی، همچراغی یعنی اگر چراغ او خاموش شود چراغ من هم خاموش می شود. منظور این نیست که ما غصه و غم رقبایمان را بخوریم، چون بازاریابی یک جنگ متمدنانه است. در جنگ هم باید مبارزه کنیم. اما مبارزه راه و رسمی دارد، نباید به گونه ای باشد که همزمان ما بازنده این بازی باشنیم. چرا آمریکایی ها دچار مشکل نمی شوند؟ چون می گویند هر موقع که تعداد مشتریانشان محدود است، باید روش سندیکایی داشته باشیم، یعنی بین خودمان تفاهماتی را ایجاد کنیم، به تعبیر امروزی خط قرمزهایی را ایجاد کنیم، مرامنامه ای را تدوین کنیم و به آن پایبند



آمار نهایی تولید و مصرف محصول ۱۳۹۳ پسته ایران

گزارش تولید و مصرف محصول پسته سال ۹۳ ایران تُن	
موجودی اول دوره	۴,۴۰۰
تولید سال ۹۳	۲۳۰,۰۰۰
موجودی در دسترس	۲۳۴,۴۰۰
مصرف داخل	۴۶,۰۰۰
صادرات	۱۶۳,۶۸۰
پوست مغز و مغز سبز صادراتی	۲۰,۷۲۰
مصرف کل	۲۳۰,۴۰۰
موجودی پایان دوره	۴,۰۰۰

پس از اعمال ضرایب اصلاحی برای تبدیل وزن مغز و مغز سبز به وزن پسته خشک در پوست، صادرات پسته ایران برای سال محصولی ۹۳ جمعاً معادل ۱۸۴,۴۰۰ تُن پسته خشک در پوست برآورد میشود. بر اساس روال سال های قبل، میزان مصرف داخل پسته، معادل ۲۰ درصد تولید؛ یعنی حدود ۴۶,۰۰۰ تُن برآورد شده است.

با احتساب مقدار ۴,۴۰۰ تُن تخمین موجودی انبار اول دوره بر اساس جدول جمع بندی آمار تولید و مصرف محصول ۹۲، موجودی پایان دوره، مطابق جدول حاضر، معادل ۴,۰۰۰ تُن پسته خشک در پوست بدست خواهد آمد. از آنجا که این مقدار موجودی پایان دوره با گزارشات دریافتی و آمار شهودی از مراکز اصلی نگهداری پسته کشور در شهریورماه مطابقت دارد، پس به نظر می رسد تخمین تولید ۲۳۰,۰۰۰ تُن محصول پسته سال ۹۳ کشور که در آبان ماه سال ۹۳ برآورد شده بود، دقیق بوده است.

چهل و یکمین جلسه کمیته باغبانی انجمن پسته ایران در تاریخ ۲۵ آبان ماه سال جاری در محل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان با حضور اعضای کمیته و همچنین برخی فرآوری کنندگان عضو انجمن برگزار شد. در بخش اول این جلسه، تخمین تولید محصول سال ۹۳ پسته کشور که توسط کمیته باغبانی در پاییز سال گذشته برآورد شده بود، مورد بازبینی قرار گرفت.

بر اساس روش اجرایی به کار رفته توسط انجمن پسته ایران از بدو تأسیس تاکنون، هر ساله پس از انتشار آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران از صادرات پسته در شهریورماه و مشخص شدن میزان صادرات دوازده ماهه محصولی منتهی به شهریورماه، تخمین پاییزه سال قبل این انجمن از محصول پسته کشور مورد بازنگری و راستی آزمایی قرار می گیرد. مطابق آمار گمرک، صادرات دوازده ماهه پسته در سال محصولی ۹۳ منتهی به شهریور ۹۴ شامل انواع پسته اعم از خندان، ناخندان، مکانیک خندان، مغز و مغزسبز، ۱۶۳,۶۸۰ تُن گزارش شده است.



بازبینی تخمین محصول کشور در سال ۱۳۹۴



ردیف	منطقه	پیش بینی تولید (تن)
۱	رفسنجان و انار	۵۰,۰۰۰
۲	سیرجان	۲۰,۰۰۰
۳	کرمان	۱۵۰,۰۰۰
۴	زرنند	۱۲۰,۰۰۰
۵	شهریابک	۸۰,۰۰۰
۶	زاور	۵۰,۰۰۰
۷	راین	۱۵,۰۰۰
۸	سایر	۵,۰۰۰
۹	جمع استان کرمان	۱۱۲,۰۰۰
۱۰	خراسان رضوی	۳۵,۰۰۰
۱۱	خراسان جنوبی	۱۰,۰۰۰
۱۲	یزد	۲۴,۰۰۰
۱۳	فارس	۸۰,۰۰۰
۱۴	سمنان	۴,۰۰۰
۱۵	سیستان و بلوچستان	۲,۵۰۰
۱۶	مرکزی	۲,۵۰۰
۱۷	قزوین	۲,۰۰۰
۱۸	اصفهان	۲,۰۰۰
۱۹	قم	۲,۰۰۰
۲۰	تهران	۵,۰۰۰
۲۱	سایر	۱۵,۰۰۰
۲۲	جمع سایر استان ها	۹۸,۰۰۰
۲۳	جمع کل کشور	۲۱۰,۰۰۰

۹۸۰۰۰ تن برآورد می‌شود. پیش بینی می‌شود با احتساب سهم تقریباً ۸۰ درصدی صادرات از حجم کل تولید، در سال محصولی جاری ۱۶۸ هزار تن از میزان محصول پیش بینی شده قابل صدور باشد. میزان پیش بینی تولید پسته در سال محصولی ۹۴ به تفکیک استان‌ها و مناطق مختلف پسته خیز استان کرمان به شرح ذیل ارائه شده است. در رابطه با جدول تفکیکی تولید پسته سال ۱۳۹۴ ذکر نکات ذیل ضروری است:

- هر ساله مقداری از پسته تر صرف ترخوری بصورت میوه تازه می‌شود که در مقادیر مندرج در جدول فوق منظور نشده است.
- برآورد فوق بر اساس آمارگیری نمونه ای از واحد های فراوری و باغداران مناطق مختلف کشور راجع به محصول سال جاری نسبت به محصول سالهای ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ بدست آمده است.
- این تخمین صرفاً نمایانگر میزان پیش بینی کمیسیون باغبانی انجمن پسته ایران بوده و احتمال خطا نسبت به مقدار واقعی محصول سال ۹۴ وجود دارد. دبیرخانه انجمن پسته ایران با استقبال از انتقادات، آماده دریافت نظرات و پیشنهادات فعالان صنعت پسته جهت بهبود روش تخمین محصول پسته کشور می‌باشد.

دبیرخانه انجمن پسته ایران

بخش دوم چهل و یکمین جلسه کمیته باغبانی انجمن پسته ایران که در تاریخ ۲۵ آبان ماه سال جاری برگزار شد به بازبینی تخمین بهاره تولید محصول پسته در سال ۹۴ کشور اختصاص داشت. بازبینی تخمین اولیه به منظور حصول اطمینان از محقق شدن میزان اعلام شده تولید محصول پسته در سال محصولی جاری صورت می‌گیرد. بر این اساس کمیته باغبانی، طبق رویه هر ساله پس از فصل برداشت اقدام به جمع آوری اطلاعات مربوط به تولید پسته از کارگاه های فراوری، نمایندگان و معتمدین انجمن از سراسر کشور می‌کند. در این راستا پس از بحث و تبادل نظر اعضا، حاضر در جلسه و بررسی شواهد و گزارشات موجود میزان تولید محصول پسته خشک در پوست برای سال محصولی جاری با کاهش ۴,۵ درصدی نسبت به پیش بینی اولیه، ۲۱۰ هزار تن تخمین زده شد. شایان ذکر است پیش بینی مقدماتی انجمن حاکی از تولید ۲۲۰ هزار تن پسته خشک در سال جاری داشت که به نظر می‌رسد دلیل اصلی این مساله، کاهش نسبی میزان محصول در برخی مناطق پسته خیز مانند شهرستان کرمان و سیرجان و همچنین استان خراسان رضوی باشد. بر اساس گزارش نهایی کمیته میزان تولید پسته در استان کرمان ۱۱۲۰۰۰ تن و میزان تولید در سایر مناطق پسته خیز کشور

وضعیت تولید پسته در ایتالیا

مترجم: الهام نوذری

اکثر باغ‌های پسته ایتالیا در شرق جزیره سیسیل خصوصاً در دامنه‌های غربی کوه اتنا (Etna) در منطقه برونته (Bronte) واقع شده‌اند. ارتفاع از سطح دریا در این منطقه حفاظت شده که شامل نواحی برونته (Bronte)، راگالنا (Ragalna)، آدرانو (Adrano) و بیانکاوایلا (Biancavilla) است بین ۳۰۰ تا ۹۰۰ متر متغیر می‌باشد. بیش از ۹۰ درصد تولید پسته ایتالیا از این نواحی می‌باشد. در جزیره سیسیل بطور تقریبی در حدود هزارباغدار پسته وجود دارد که اکثر آنها صاحب زمینهای کوچک با مساحت کمتر از یک هکتار می‌باشند. این منطقه دارای آب و هوای مدیترانه‌ای با میانگین بارندگی سالیانه ۵۵۰ میلی‌متر است. کمترین میانگین دمای ماهانه در بهمن ماه برابر ۶ درجه سانتیگراد و بیشترین میانگین دمای ماهانه در مردادماه برابر ۳۲٫۶ درجه سانتیگراد است.

خاک این مناطق عمدتاً از قرن‌ها فعالیت آتشفشانی کوه اتنا بدست آمده است. به دلیل این شرایط تقریباً می‌توان گفت که هیچ جایگزین دیگری غیر از پسته برای این مناطق وجود ندارد. رقم غالب پسته این مناطق گونه‌ای اهلی با نام برونته است و پایه رایج و بومی در ایتالیا درخت پسته وحشی گونه تربینتوس (*Pistacia terebinthus*) است که با خاکهای خشک و کم آب این منطقه سازگاری بالایی دارد. بدلیل سنتی بودن شیوه کشت پسته در این منطقه، و دلیل شرایط آب و هوایی و خاک نامناسب، توکاری درختان برای جایگزینی درختان خشکیده و افزایش تراکم باغ رایج است. پایه‌ها در گلخانه‌های کوچک محلی تولید و سپس در باغ پیوند زده می‌شوند. برای رقم نر عمدتاً از درختان نر

گونه تربینتوس استفاده می‌شود؛ هرچند که بطور محدود ارقام نر پسته اهلی نیز وجود دارد. نسبت تراکم درختان نر به ماده تقریباً ۱ به ۲۰ است؛ اما با این نسبت نیز مشکل گرده افشانی وجود دارد.



گونه‌های مختلف پسته موجود در خاورمیانه است. شاید علت این امر خاک آتشفشانی باشد که در آن رشد کرده‌اند. بیش از ۸۰ درصد از پسته‌های سیسیل به فرانسه، آلمان، سوئیس، آمریکا و ژاپن صادر می‌شود. ۲۰ درصد باقیمانده در بخش صنعت داخلی مصرف می‌شود که از این مقدار ۵۵ درصد در صنایع غذایی سوسیسی و کالباس، ۳۰ درصد در صنعت شیرینی پزی و ۱۵ درصد باقیمانده در صنعت بستنی سازی ایتالیا استفاده می‌شود.

سایر کشورهای مدیترانه‌ای مثل اسپانیا و یونان با رقم‌های مشابه و کاهش هزینه‌های تولید به سرعت در حال تبدیل شدن به رقبای قوی برای پسته سیسیل هستند.

سرمایه‌گذاری در پسته سیسیل طی سالهای اخیر بسیار کم بوده که از دلایل آن می‌توان به دوره بازگشت طولانی سرمایه در باغریزی پسته اشاره کرد؛ چرا که رسیدن به نقطه سر به سر در تولید پسته در ناحیه برونته معمولاً ۱۲ تا ۱۳ سال به طول می‌انجامد. از دیگر موانع عمده رشد در آینده منطقه می‌توان به عدم تحقیقات کافی روی پایه‌های جایگزین، عدم دسترسی به ارقامی که سال آوری کمتری دارند و همچنین نبود یک تشکل صنفی برای حمایت از باغداران و فرآوری کنندگان اشاره کرد.

منبع:

<http://www.researchgate.net/publication/237021582>

سطح زیرکشت باغات پسته در منطقه سیسیل در سال ۲۰۱۳ حدود ۳۵۰۰ هکتار اعلام شده که به طور متوسط عملکرد آنها در هر هکتار حدود ۱ تن پسته خشک بوده است. این حجم محصول برای اقتصاد سیسیل حدود ۲۰ میلیون یورو ارزش دارد و قریب ۱ درصد تولید پسته جهانی را تشکیل می‌دهد. قیمت میانگین هرکیلو پسته خشک در پوست حدود ۵٫۷ یورو است. محدوده قیمت برای رقم سفید پسته برونته (Bronte's Bianca) بین ۵ تا ۷ یورو در هر کیلوگرم متغیر بوده و قیمت هرکیلوگرم مغز حدود ۱۲ تا ۱۵ یورو است.

پسته سیسیل به طور معمول با تجهیزات ابتدایی و با ظرفیت حدود ۴۰۰ تا ۵۰۰ کیلوگرم در روز پوست گیری می‌شود.

پس از پوستگیری به مدت ۳ تا ۴ روز در برابر آفتاب خشک شده و سپس جهت فرآوری ثانویه به واحدهای فرآوری پسته خشک فروخته می‌شود.

شکل پسته سیسیل کمی بلندتر و باریک‌تر از پسته‌های تولید شده در کشورهای خاورمیانه است. درصد پسته‌های خندان به طور معمول



وضعیت تولید پسته در اسپانیا

مترجم: الهام نودری

شرایط اقلیمی برای کاشت پسته در بسیاری از مناطق اسپانیا مانند کاستیل لمانچا (Castile-La Mancha)، اندلس (Andalusia)، اکسترمادورا (Extremadura) و مادرید (Madrid) وجود دارد. در حال حاضر، سطح زیر کشت پسته در این مناطق بیش از ۶۰۰۰ هکتار تخمین زده می شود. مواردی همچون عدم اطمینان از آینده محصولات بومی این مناطق (مانند زیتون، غلات، بادام و انگور)، افزایش روز افزون تقاضا و همچنین قیمت مناسب پسته موجب شده طی دهه گذشته کاشت پسته افزایش پیدا کند. علاوه بر موارد ذکر شده، پسته نسبت به دیگر گیاهان بومی این مناطق مزایایی همچون ریسک پایین سرمایه گذاری، طول عمر زیاد، تنوع در نوع مصرف (مصرف به صورت تازه خوری، خشکبار آجیلی، صنایع شیرینی پزی و همچنین صنایع مواد آرایشی) دارد. از موانع توسعه کاشت پسته در اسپانیا می توان به دوره بازگشت سرمایه بسیار طولانی و قیمت بالای نهال و پیوند اشاره کرد. شایان ذکر است یک نهال پیوند شده در اسپانیا حداقل قیمتی بین ۱۰ تا ۱۲ یورو دارد؛ حال آنکه بسیاری از کشاورزان باید تا ۵۰ یورو برای آن پرداخت کنند. قسمت عمده باغات پسته اسپانیا

در منطقه کاستیل-لامانچا واقع شده است. پسته در این مناطق عمدتاً بصورت دیم و ارگانیک تولید می شود. طبق اطلاعات ارائه شده از اداره کشاورزی کاستیل-لامانچا در سال ۲۰۱۴، این منطقه دارای ۴۰۰۰ هکتار باغ پسته، ۳۰۰ تولیدکننده پسته و ۱۰۰۰ تن برداشت محصول خشک در پوست است. این حجم تولید پسته، علیرغم خشکسالی موجود در منطقه بی سابقه بوده است. اکثر باغریزی های این منطقه در دهه ۹۰ انجام شده. متوسط عملکرد باغات دیم نزدیک به ۸۰۰ کیلو پسته خشک در هکتار و در باغات ۸ تا ۱۰ ساله که آبیاری می شوند به ۱۵۰۰ کیلو در هکتار می رسد. توسعه کاشت پسته در این منطقه مرهون وجود دو تعاونی تولید و سه مرکز فراوری پسته است. اولین باغات احداث شده در کاستیل-لامانچا ۱۵ تا ۱۸ سال سن دارند؛ هر چند ۱۰ سال است که کاشت پسته رو به گسترش گذاشته است. به اعتقاد خوزه آنتونیو گاریدو (José Antonio Garrido) - کارشناس کشاورزی، توسعه کاشت پسته، علیرغم اینکه باغداران باید بین ۷ تا ۸ سال منتظر ثمردهی درختانشان بمانند، ادامه پیدا خواهد کرد.

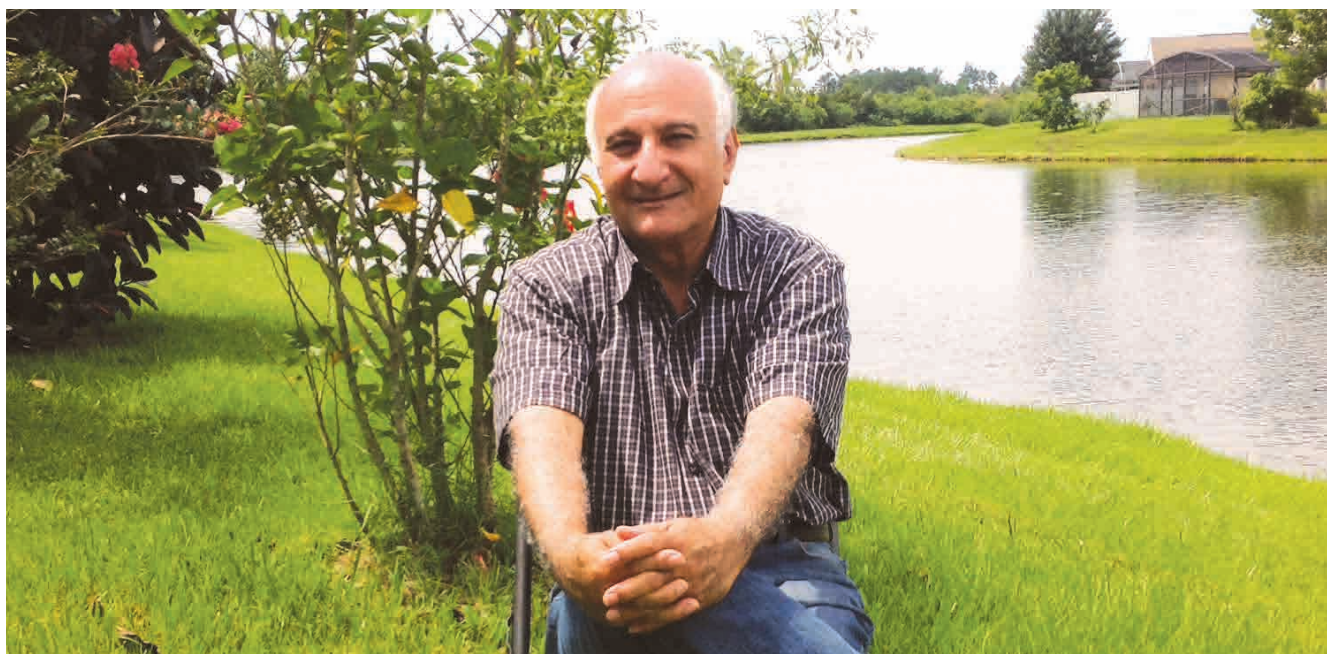
آقای گاریدو معتقد است که استفاده از پیوند رقم کرمان (Kerman)، به دلیل سازگاری خوبی که با شرایط آب و هوایی منطقه داشته و اندازه درشت دانه و طعم مناسب متداول شده است. به گفته وی تولید پسته در اسپانیا، تقاضای بازار پسته را پوشش نمی دهد (واردات پسته در اسپانیا بیش از ۱۲۰۰۰ تن در سال است) و مطمئناً دغدغهای از بابت تقاضا وجود ندارد. به اعتقاد تولیدکنندگان، پسته در میان مدت و بلندمدت بازدهی مناسبی دارد؛ مساله ای که در سایر محصولات کشاورزی از قبیل انگور، زیتون و غلات دور از دسترس است. به همین دلیل، شورای کشاورزی، محیط زیست و اداره توسعه روستایی کاستیل-لامانچا برای افزایش تولید پسته از کشاورزان حمایت می کند. برداشت پسته اسپانیا معمولاً از اواسط ماه سپتامبر شروع می شود و اوایل ماه اکتبر پایان می یابد. در سال ۲۰۱۴ قیمت پرداخت شده به باغدار برای هر کیلو پسته خشک پوست گیری شده بسته به کیفیت در بازه ۴٫۵ تا ۸٫۸ یورو بوده است.

منبع:

<http://www.freshplaza.com/article/118578>



ریشه مشکلات اقتصاد کشور چیست؟



هم شرکت‌داری یک سرمایه‌گذار مالی، یعنی کسی که به چند و چون کارکرد بخش‌های اقتصاد کاری ندارد و در درجه اول ملاحظه و خواسته او افزایش قیمت دارایی‌های کاغذی مانند سهام است. به این نکته هم ظاهراً توجه نمی‌شود که رونق اقتصاد منجر به رونق بورس می‌شود، ولی رونق دادن به بازار سهام عامل رونق اقتصادی نبوده، بلکه عامل ایجاد یک بازار مخدوش مالی است. این نامه خود در واقع شرح مبسوطی است.

پس از این کنش‌ها و واکنش‌ها در دولت که جزئیات آن بر ناظران بیرونی پوشیده است، دولت با یک بسته سیاستی به میدان آمده است همان بسته قدیمی که در گذشته نیز باز کردن آن جز تورم و آشفتگی حالی اقتصاد نتیجه دیگری نداشته است. یکی اینکه به جای توجه به مشکلات طرف عرضه، تحریک تقاضا مورد توجه است، آن هم از طریق اقداماتی از قبیل اعتبارات بانکی، هزینه‌های بودجه‌ای و کمک مالی به صادرات و مانند آن که عدم توفیق این شیوه‌ها به دفعات آزمون شده است. به‌طور خلاصه باید گفت که وجود تورم موجود، خود نشان‌دهنده عدم پاسخگویی عرضه به تقاضا است؛ یعنی نشان از وجود مازاد تقاضا است و تحریک بیشتر تقاضا نیز به جز تورم بیشتر نتیجه‌ای به‌دست نخواهد داد.

اخیراً مطالبی در نشریات پیرامون سیاست اعتباری

طرف عرضه باید حل شود. برخی افراد این نکته را تحت‌عنوان بهبود فضای کسب‌وکار مطرح کرده‌اند که بخشی از همان بحث کلی ضرورت حل مشکلات طرف عرضه بخش‌های اقتصادی است لیکن مسوولان اقتصادی حتی شنیدن این بحث را نیز تایید نمی‌کنند چه رسد به اینکه حداقل بگویند این مسائل وجود دارد، اما به هر دلیل ما راه چاره را نمی‌دانیم یا می‌دانیم و به دلایلی دستمان بسته است و مشابه این نوع توجیه‌ها. علائمی که از اخبار رایج دیده می‌شود، بیان‌کننده برخی واقعیت‌ها است که برای یک ناظر بیرونی پرسش‌برانگیز به نظر می‌رسد.

برای مثال به نامه چهار وزیر دولت می‌توان توجه کرد. یک واقعیت اینکه طبق قانون اساسی هر وزیر عالی‌ترین مدیر اجرائی بخش مربوط است. رئیس‌جمهور وظیفه اداره هیات دولت را به عهده دارد. حال مشاهده می‌شود به جای اینکه رئیس‌جمهور از وزرا در مورد مشکلات بخش تحت مدیریت آنان و احیاناً چرائی عدم پیشرفت امور بازخواست کند، وزیر اجرایی از رئیس‌جمهور می‌خواهد که مشکلات بخش او حل شود! آن هم نه اینکه راه چاره‌ای برای مشکلات اندیشیده شود بلکه مشخصاً هدف اصلی مورد نظر، رونق در بازار سهام از طریق تزریق نقدینگی است! تصویری که ترسیم می‌شود نقش شرکت‌داری این مسوولان است و آن

دکتر محمد طبیبیان- بسیاری از صاحب‌نظران و اندیشمندان به دفعات این پرسش را مطرح کرده‌اند که ریشه مشکلات اقتصاد کشور چیست؟ بسیاری بر این باورند که بهره‌جویی یک مشکل اساسی است. علاوه بر آن بسیاری مسائل دیگر نیز مطرح می‌شود که نیازمند توجه هستند. در اینجا به برخی از آنان اشاره می‌شود.

به‌طور کلی می‌توان گفت که از نظر تولید پایدار، اقتصاد کشور ما هنوز یک اقتصاد کشاورزی است، آن هم یک بخش کشاورزی در کشوری که با بحران آب روبه‌رو است. سایر بخش‌ها عمدتاً مانند یک خیمه بادی هستند که اگر از طریق درآمد نفت به داخل آنان دمیده نشود آثار فرو نشستن آنها هر آینه ظاهر می‌شود و دولت‌ها در مقاطعی که درآمد نفت مکفی نبوده دمیدن نقدینگی را چاره امر دیده‌اند که آن نیز یک اثر حقیقی کوتاه‌مدت و در مقابل آن تورم بلندمدت ایجاد کرده است.

به جز برخی از مسوولان دولتی از قبل انقلاب تاکنون هیچ فرد مطلع اقتصادی منکر این واقعیت که تزریق نقدینگی تورم‌زا است، نبوده است. در ارتباط با مسوولان اقتصادی گرانقدر دولت فعلی نیز یک بی‌توجهی شگفت‌انگیز خود را آشکار می‌کند. از اول شروع به کار دولت، فعالان بخش خصوصی و اقتصاددانان طیف‌های مختلف تذکر داده‌اند که مشکل اقتصاد کشور در حیطه تولید و اشتغال از

ناشی از ابهام در قیمت کالاها و در نتیجه ابهام در ارزش پول کشور است. چون اگر قیمت‌ها مخدوش نمی‌بود و ارزش پول نیز شفاف می‌بود کافی بود که کمک‌های دولتی بر حسب ریال انجام می‌شد و دریافت‌کننده نیز خود به خرید می‌توانست؛ بنابراین ریال در برابر برنج دولتی دارای یک ارزش و در مقابل همان برنج در بازار، دارای ارزشی متفاوت است. یک نمونه دیگر اقدامات شهرداری‌ها است که جزئی از بخش عمومی تلقی می‌شوند.

این مطلب بارها شنیده شده که به‌عنوان پرداخت، مثلا به پیمانکاران، شهرداری تراکم واگذار کرده است. به این معنی که به افرادی اجازه داده به‌عنوان مابه‌ازای کالا یا خدمت ارائه شده به شهرداری، فرد دریافت‌کننده تراکم قواعد محدودیت ساختمانی را زیر پا گذاشته و از طریق تعدی به حقوق مردم اقدام به ساختمان‌سازی کند که قاعدتا در آن حد ساخت‌ساز برای دیگران غیرمجاز بوده است.

در این مواقع نیز دریافت‌کنندگان این امتیازها در استفاده از آن پروایی به خرج نمی‌دهند و حدی برای خود نمی‌شناسند و نمونه آن نیز در یکی از مناطق غرب تهران رخ داد که به‌دلیل گودبرداری، بخش بزرگی از ساختمان‌های محل در آستانه تخریب قرار دارد. رسمیت یافتن مبادله اجازه تخلف به جای پول یعنی تبدیل کردن اجازه تخلف به یک واحد مبادله در مقابل دریافت کالا یا خدمت، خود پدیده بسیار عجیبی است که نمونه آن کمتر یافت می‌شود. این ساز و کار چنان ضایعه بار است که حتی قیمت تمام شده پروژه انجام شده از طریق واگذاری تخلف مشخص نیست و خود تخلف هم قربانی نامشخص بودن قیمت است؛ زیرا کسانی که نهایتا آن را به ساخت‌وساز تبدیل می‌کنند باید منتظر بمانند تا این‌به تمام رسانده و فروخته شود. بگذریم از هزینه‌های صدها سال آتی که این ساخت‌وسازهای تخلف بنیاد بر زیست بوم شهر وارد می‌کنند. یا یک نمونه دیگر اینکه به فلان بخش یا نهاد یا صندوق و سازمان ... در مقابل «رد دیون» کارخانه‌ها و شرکتهای دولتی واگذار شده است. این نیز ایجاد ابهام در ارزش دارایی‌های عمومی و ایجاد ابهام در جریان‌پذیری و قابلیت مبادله شفاف واحد پول کشور است.

روش اصولی این است که اگر قرار است دارایی بخش عمومی به فروش رود باید از طریق مزایده به فروش برسد و مابه‌ازای آن با پول رسمی دریافت و اگر قرار است دیون دولتی پرداخت شود باید بر اساس پول رسمی محاسبه و پرداخت شود. این نوع اقدامات در نظام‌هایی که دارای سابقه مدیریت کارآمد هستند

ویژگی‌های سیاست‌گذاری اقتصادی در کشور اقتصاد ایران تا آنجا که به کارکرد بخش عمومی مربوط بوده است، هنوز یک اقتصاد پولی کامل نیست. در گذشته‌های دور جوامع از طریق معامله کالایی به دادوستد می‌پرداخته‌اند تا اینکه پول به‌عنوان وسیله مبادله ایجاد شد و نقش مهمی یافت.

اقتصادهای پیشرفته توجه خاصی به پول خود معطوف می‌دارند تا آن را یک واحد ارزش و مبادله قابل اعتماد با ثبات و شفاف نگه دارند. در واقع این اتفاقی است که در کشور ما هرگز رخ نداده است. نه اینکه اصولا ما سیاست پولی نداشته‌ایم (چون نقدینگی پیوسته با روند نمایی رشد کرده و عملی شدن این پدیده نیز سیاست پولی تلقی نمی‌شود و اصولا ابزارهای سیاست پولی هم به جز نسبت ذخیره قانونی وجود نداشته است)؛ بلکه پولی شدن اقتصاد به‌صورت کامل رخ نداده و این امر موجب خسران و ناکارآمدی وسیع بوده است؛ به این معنی که دولت‌ها خود به اقداماتی دست زده‌اند که به زبان شفافیت و اعتبار پول کشور تمام شده است. برای مثال تهیه بودجه ارزی و واگذاری سهمیه ارزی و مانند آن. باتوجه به اینکه واحد پول کشور ریال است همه معاملات بخش عمومی باید بر حسب ریال ثبت و قابل اجرا باشد، به این معنی که منطقا باید بودجه بر حسب ریال به بخش‌ها تخصیص یافته و اگر دلار یا ارز خارجی دیگر لازم می‌شود آن بخش برای خرید ارز مورد نیاز خود از بازار رقابتی، با پرداخت ریال اقدام کند. تدارک بودجه ارزی یا سهمیه‌بندی ارزی نیز ناشی از نرخ‌های متفاوت ارز بوده و تخصیص ارز نشان برخورد ترجیحی با دریافت‌کنندگان ارز رسمی بوده است.

این اقدام خود عامل ابهام بارز در ارزش پول می‌شود؛ یعنی اگر به دو بخش هر کدام صد ریال بودجه تخصیص داده شده و اولی اجازه داشته باشد که معادل ۵۰ ریال ارز سهمیه خریداری کند و دومی چنین اجازه‌ای نداشته باشد. صد ریال برای این دو بخش به یک معنی نیست زیرا صد ریال اولی بیش از صد ریال دومی است و معنی صد ریال دچار ایراد. به‌عنوان مثال دیگر، دولت‌ها و موسسات سهمیه کالا مانند روغن نباتی و برنج و شکر به کارکنان و کارگران ارائه می‌کنند (از طریق تعاونی ادارات، سهمیه و اعانه در مناسبت‌های مختلف و بن کارمندی و کارگری، بسته کالای حمایتی...) و این اقدام را به‌عنوان کمک به جامعه یا کارکنان معرفی می‌کنند.

در صورتی که این اقدامات علاوه بر اینکه پرهزینه و ناکارآمد و ضایعه آفرین است فایده ظاهری آن نیز

فروش خودرو مطرح شده است. سابقه امر نیز چنین است که طی سال‌های اخیر مردم از خرید خودروی نو داخلی اجتناب می‌کرده‌اند. دلیل آن نیز گرانی خودروهای کم کیفیت بوده است. طی همین مدت برخی مطالب در مورد ضرورت کاهش قیمت خودرو در محافل دولتی مطرح شده که با مقاومت صاحب نسق‌های مربوطه مواجه شده و بی‌اثر می‌مانده است. گفته شده که صد هزار خودرو در انبارهای تولیدکنندگان انبار شده و روی دست آنان مانده است. از نظریه اقتصاد می‌دانیم که مردم حاضرند برای خرید کالای خوب قیمت کالای خوب و برای خرید کالای بد قیمت کالای بد را بپردازند، لیکن حاضر نیستند قیمت کالای خوب را در مقابل دریافت کالای بد بپردازند! ریشه مساله فروش نرفتن خودروها هم همین بوده است.

بر حسب آنچه در نشریات آمده است، اخیرا تمهیدی اندیشیده شده و آن هم پرداخت ۲۵ میلیون تومان (تا ۸۰ درصد قیمت خودرو) وام با نرخ ۱۶ درصد به خریداران است. اگر تعداد خودروهای مورد نظر ۱۰۰ هزار باشد این معادل اعتبار ۲۵۰۰ میلیارد تومانی است که بانک مرکزی قرار است تامین کند (بخوانید از طریق افزایش نقدینگی).

در حالی که بانک‌ها نرخ‌هایی در حد ۲۰ تا ۲۲ درصد برای سپرده‌های یک ساله پرداخت می‌کنند و نرخ ضمنی سود اوراق خزانه که در ماه‌های اخیر منتشر شد نیز ۲۳ درصد محاسبه شده است. پرداخت این وام به انتقال رانت قابل‌ملاحظه‌ای به خریداران و فروشندگان خودرو منجر می‌شود.

مشخصا اگر بازپرداخت وام را پنج سال در نظر بگیریم برای نرخ ۲۰ تا ۲۳ درصد سود، ارزش حال رانت انتقالی معادل ۱۴۰ تا ۲۴۰ میلیارد تومان است. اینکه بالاخره مردم خودروها را ارزان‌تر خریدند (از طریق وام ارزان قیمت) نشان می‌دهد که مصرف‌کننده حرف خود را به کرسی نشاند است. اینکه خودروسازها هم خودروها را به قیمت دلخواه فروخته‌اند نشان می‌دهد که آنان نیز حرف خود را به کرسی نشاندند.

لیکن هر دو اینها با هزینه عمومی که به‌صورت تورم و سایر هزینه‌های محیط زیستی و تداوم ناکارایی به جامعه تحمیل می‌شود و این نیز داستان تکراری است؛ یعنی کسانی که طی دهه‌ها سال سیاست صنعتی کشور را بر اساس همین رویه‌های تزریق منابع پی گرفته‌اند و همین شاکله صنعتی را ایجاد کرده‌اند باز هم موفق به ادامه آن، بدون کوچک‌ترین تلاش برای اصلاح در ساختارها شده و به‌دنبال همان چاره‌های قدیمی با همان آثار قدیمی رفته‌اند.





نگارنده بیشترین تاثیر منفی را در شکل‌دهی بخش تولید ناکارآمد ایفا کرده در سال‌های پس از انقلاب نیز تشدید شده و در برخی مقاطع ابعاد وسیعی را در بر گرفته و روش‌های تنبیه کارآفرینان و کسبه به حیطه تعزیرات تسری داده شده است. بسیاری از کارآفرینان با ارزش و خدمتگزار کشور سال‌ها وقت خود را صرف پیگیری پرونده‌هایی کرده‌اند که برخی افراد اداری برای آنان ساخته‌اند و البته این افراد نیز واجد انتقاد نیستند؛ زیرا بر اساس قوانینی کار می‌کنند که به‌رغم نیت تهیه‌کنندگان آن، در تضاد با تولید، سرمایه‌گذاری و کارآفرینی قرار دارند. این گونه اقدامات که در مقاطع زمانی مختلف با شدت و ضعف بیشتر یا کمتر انجام شده به سادگی مراحل تولید ارزش را مخدوش و غبارآلود می‌کند و این ضرورت را که فراگردهای تولید کالاها بر اساس میزان ارزشی که تولید می‌کنند ارزیابی شوند، عملاً غیرممکن ساخته و امکان اینکه بخش‌ها و بنگاه‌ها براساس ارزش خلق شده رشد یابند را منتفی می‌کند. اینکه به پول کشور منزلت یک واحد مبادله و ارزش قابل اعتبار با ثبات و شفاف بخشیده شود و فراگرد ایجاد قیمت‌های اقتصادی برای علامت‌دهی صحیح بسامان شود و همچنین جایگاه خلق ارزش در اقتصاد به رسمیت شناخته شده و ارزش تولید شده در اختیار تولیدکنندگان آن قرار گیرد یک گام اولیه است (عدل چه بود؟ آب ده اشجار را/ ظلم چه بود؟ آب دادن خار را). همچنین ضروری است تصحیح اختلال‌های تاریخی در این موارد مورد عنایت قرار گیرد و آن اقدامات اولیه‌ای که قرن‌ها است اقتصاد کشور نیازمند و منتظر تحقق آن باقی مانده و جز از عبور از این مرحله راهی برای ایجاد رشد پایدار در کشور قابل تصور نیست، یک بار با جدیت مورد توجه قرار داده شود.

ارزش تولید شده در بخش ساختمان از بخش‌های تولیدی دیگر به این بخش منتقل شده است. به این نحو بخش‌های مزبور به‌دلیل تولید ارزش و عدم دریافت آن ضعیف‌تر از آن چیزی مانده‌اند که باید باشند و بخش ساختمان شهری پررونق‌تر از آن چیزی است که ارزش‌آفرینی آن اجازه می‌دهد است. به‌عنوان نمونه دیگر مواردی وجود داشته که از هر واحد محصول یک بخش خاص مبالغ ثابتی دریافت می‌شود که این دریافت بر قیمت آن کالا منعکس می‌شود و قیمت تمام شده آن را بالاتر از چیزی که واقعا هست نشان می‌دهد. این منابع در اختیار تولید کالایی دیگر قرار می‌گیرد (تحت عنوان کالای ضروری) که به‌دلیل همین انتقال در آمدی، این کالا، بر اساس روش‌های دستوری به قیمتی پایین‌تر از آنچه می‌توانست داشته باشد بر خریدار عرضه می‌شود. به‌عنوان نمونه دیگر مخدوش شدن ارزش، به شرایط محصولات کشاورزی داخلی می‌توان توجه کرد. واردات حجیم با ارز دولتی و قیمت‌گذاری اداری و خرید اجباری برخی محصولات از کشاورزان که از ده‌ها سال قبل از انقلاب مرسوم بوده و ادامه یافته، زیان‌های گسترده‌ای به بخش کشاورزی کشور وارد آورده است؛ زیرا ارزش تولید شده در این بخش را به مصرف‌کنندگان و سایر بخش‌هایی که از این محصول به‌عنوان نهاده استفاده کرده‌اند، منتقل کرده است. یکی از یافته‌های شناخته شده علم اقتصاد نقش علامت‌دهی قیمت‌ها در تخصیص منابع است، چه در تولید یا توزیع. در کشور ما از قبل از انقلاب روش قیمت‌گذاری اداری بر اساس روش‌های حسابداری و ملاحظات سیاسی و تنبیه کارآفرینان به علت تخطی از این قیمت‌های اداری مرسوم بوده و این امر که به نظر

عواقب قضایی و سیاسی گسترده دارد لیکن در کشور ما متأسفانه روش‌های عادی و مرسوم است و شاید نیازمند بازنگری. یک اثر دیگر مخدوش کردن قیمت‌ها مخدوش شدن تعیین خلق ارزش در نظام اقتصادی است. به این مثال توجه می‌کنیم. یک بخش خاص محصول خود (مثلاً گاز طبیعی) که نهاده ورودی به یک بخش دیگر است را به قیمتی به مراتب کمتر از قیمت بین‌المللی برای بخش دیگری تامین کرده است. بخش دوم (مثلاً صنایع پتروشیمی) با استفاده از این نهاده ارزان، کالایی تولید کرده که در مجموع بعضاً به قیمت‌های آزاد فروخته است و سود نشان داده است. پرسشی که مطرح می‌شود این است که این سود در حقیقت به کدام بخش تعلق دارد و اگر ارزشی ایجاد شود این ارزش را کدام بخش ایجاد کرده است؟ منطقی به اندازه اختلاف ارزش اسمی و ارزش دستوری نهاده، ارزش در حقیقت توسط بخش اول تولید شده و به‌دلیل تصمیم اداری فقط به بخش دوم منتقل شده است. اگر بخشی از این ارزش که به بخش دوم انتقال یافته، به‌عنوان سهم سود سهامدار و سهم سود مدیران توزیع شده باشد، برای انتقال این درآمدها مبنای منطقی وجود ندارد؛ زیرا این بخش تولیدکننده آن ارزش نبوده است. برای ده‌ها سال برداشت عمومی چنین بوده است که کار ساخت‌وساز شهری کاری پرسود است و در واقع نیز چنین بوده است. پرسش این است که آیا آنچه به نظر می‌رسد ارزش تولید شده در این فعالیت است توسط همین بخش تولید شده است؟ و پاسخ نیز این است که به‌دلیل کنترل اداری بر قیمت مصالح ساختمانی مانند سیمان و فولاد و سایر مصالح ساختمانی، در واقع بخشی از

رییس پارلمان بخش خصوصی تصویر اقتصاد ایران در پس از تحریم را بررسی کرد



مرحله عبور کنند؟
برای بررسی دوران گذشته و به خصوص ۱۰ سال گذشته باید سه زاویه را مدنظر داشته باشیم؛ زاویه اول، رکود جهانی است که قطعاً تاثیر جدی بر اقتصاد ما داشت حتی اگر ما در آستانه و در زمان ظهور آن خود را متاثر ندیدیم اما بعدها این اثرات را در بخش‌های مختلف اقتصادی شاهد بودیم. هر چند در آن زمان این بحث مطرح بود که ما به اقتصاد جهانی وصل نیستیم و این رکود تاثیری بر ما نخواهد داشت اما اثرات رکود جهانی را بعدها در اقتصادمان دیدیم.
بحث دوم مربوط به تحریم‌ها و قطعنامه‌هایی است که علیه ایران تصویب شدند که امیدواریم این بحث

به اعتقاد محسن جلال پور در حالی بخش خصوصی برای ارتقای صادرات و ارزآوری تلاش می‌کند که راهبردها و افزایش صادرات کشور با ورود برندهای خارجی نیازمند برنامه‌ریزی مدون و همراهی دولت با بخش خصوصی است. رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در آستانه روز ملی صادرات از چالش‌ها و موانع توسعه صادرات کشور سخن گفت؛ صادراتی که به‌زعم وی در اولویت دولت قرار ندارد و نیازمند توجه ویژه است.
با توجه به رشد اقتصادی منفی سال‌های گذشته و رکود موجود به نظر می‌رسد بنگاه‌های اقتصادی توانایی رقابت خود را در عرصه‌های بین‌المللی از دست داده‌اند، تولیدکنندگان چطور می‌توانند از این

اعظم شریفی: پارلمان بخش خصوصی امسال را پرکار آغاز کرده و با میزبانی از هیات‌های تجاری و اقتصادی کشورهای مختلف دنیا در تلاش برای زمینه‌سازی شروع دوباره و افزایش مراودات کشور است.
مذاکرات فشرده‌ای صورت گرفته که به نظر می‌رسد در وهله اول به منظور رایزنی و ارزیابی طرفین باشد و با برداشتن تحریم‌ها وارد مرحله اجرایی شود. به‌رغم برخی نگرانی‌ها از افزایش واردات بعد از تحریم‌ها، رییس پارلمان بخش خصوصی معتقد است با ایجاد شرکت‌های مشترک این امر نه تنها رخ نمی‌دهد بلکه افزایش صادرات را خواهیم داشت.

می‌کند که در تعیین مسیر پیش رو دقت لازم را داشته باشیم تا مسیر درست را برویم.

سرنوشت و مسیر صادرات در این دو رویکرد چگونه خواهد بود؟

در بحث صادرات با این دو نگاه متفاوت، دو نوع دید در پیش رو داریم؛ با رفع تحریم‌ها و سوء تدبیرها از یک سو و کم‌رنگ شدن رکود اقتصاد جهانی از سوی دیگر مسلماً ما دوباره در یک روندی قرار می‌گیریم که تعرفه‌ها، یارانه‌ها، کنترل بازار از سوی نرخ ارز را در دستور کار قرار می‌دهیم.

با این ابزارها، امکان توسعه صادرات در سال‌های پس از تحریم ایجاد خواهد شد و چه بسا به اهدافی که داریم مثل صادرات ۷۰

میلیارد دلاری خیلی سریع برسیم. این مساله به صورت مقطعی ممکن است کاهش درآمدهای کشور و مشکلات تولید را حل کند اما اگر به این سمت و سویی که گفتم برویم همه ظرفیت‌های کشور به کار گرفته شده و طبق یک روند برنامه‌ریزی شده و برنامه ۱۲ ساله می‌توانیم به WTO بپیوندیم. به این ترتیب خارج از مسکن‌ها و اجبارهای حمایت و پشتیبانی و بدون نیاز به هر آنچه که برای کنترل و نظارت بازار نیاز داریم در یک عرصه بین‌المللی، یک بازار رقابت‌پذیر و اقتصاد رقابت‌پذیر خواهیم داشت. در این شرایط مطمئنیم سطح صادرات و توان صادراتی ما بعد از زمانی که این موضوع عملیاتی و اجرایی شود، به نقطه مطلوب می‌رسد و به شدت و سرعت رشد جهشی خواهد داشت.

با توجه به اینکه از ابتدای امسال روند صادرات کاهش یافته است، به نظر شما آیا تا پایان سال می‌توانیم شاهد جریان این موضوع و رسیدن به صادرات ۷۰ میلیارد دلاری باشیم؟
چه پیش‌شرط‌هایی برای جهش صادراتی در سال ۹۵ لازم است؟

سرمایه‌گذاری‌های ما وابسته به این نرخ‌ها می‌شود، هر زمانی که بخواهیم قیمت حامل‌های انرژی را به قیمت‌های جهانی برسانیم، شاهد تغییر جدی در روند سرمایه‌گذاری خواهیم بود. سرمایه‌گذاری‌ای که بر مبنای قیمت‌های غیرواقعی انجام شود عملاً نمی‌تواند پایدار و مستحکم باشد. از سوی دیگر پرداخت یارانه روی ارز هم در سال‌های قبل و بعد از انقلاب انجام دادیم. حتی در همان زمان به دلیل بیماری هلندی و به دلیل درآمد سرشار ما دچار تورم دو رقمی بودیم نیز نرخ ارز را ثابت نگه می‌داشتیم در بعد از انقلاب هم شاهد پرداخت یارانه در

حامل‌های انرژی و ارز، آب، گندم ... بودیم که مهم‌ترین این موارد حامل‌های انرژی و ارز بود که در حمل و نقل و تولید اثر بسیار دارد. به نظر می‌رسد شرایط تغییر در این پارادایم و رفتن به سمت و سوی اقتصاد واقعی در این سالها فراهم نشده است.

اینکه آیا ما در دوران پساتحریم فقط می‌خواهیم به رفع معضلاتی که در سالهای اخیر به سه دلیلی که ذکر کردم، بپردازیم و یا اینکه می‌خواهیم برای واقعی کردن شرایط اقتصادی، اتصال به شبکه اقتصاد جهانی و رفتن به سمت و سوی یک اقتصاد رقابتی بخش خصوصی قدم برداریم، دو روند متفاوت است؛ در هر کدام از

آنها رویکردها و نتایج متفاوتی خواهیم داشت. اما مهم این است که اگر روند درستی را در پیش بگیریم، در درازمدت شرایط پایدار و مستحکم خواهد بود و با نگاه درون‌زا به منابع به خصوص منابع غیر زیرزمینی عملاً می‌توانیم از منابع‌مان بهتر استفاده کنیم و درآمدها و سرمایه‌های کشور را بهتر مدیریت کنیم، اما ادامه روند قبل از این ۱۰ سال و رفع کردن موارد مقطعی موجب توسعه پایدار نخواهد شد. همه حرف ما با مسوولان این است که شرایط امروز کشور ایجاب

ماه‌های آینده روند معکوس بگیرد و شاهد باز شدن درهای بین‌المللی به سوی ایران باشیم. زاویه سوم هم کارهای غیرکارشناسی در دولت‌های نهم و دهم بود که به دلیل اقدامات خلق‌الساعه که اثر جدی روی اقتصاد و بنگاه‌های ما داشت، زیان‌های سنگینی را رقم زد.

البته هنوز از رکود جهانی خارج نشدیم اما وضع بهتر شده و در بعضی کشورها رشد بیشتری را شاهد هستیم؛ در بحث تحریم‌ها امیدواریم بعد از اجرایی شدن «برجام» به اقتصاد جهانی بپیوندیم و در شرایط اقتصادی مساوی با کشورهای دیگر قرار

بگیریم. در بحث سوء تدبیر و تصمیمات خلق‌الساعه هر چند از آن دوره گذشتیم اما زمان می‌برد تا آثار این تصمیمات کاملاً حل شود. از این سه زاویه دوران پساتحریم بسیار بهتر از گذشته خواهد بود. غیر از این موارد، مساله جدی دیگری داریم و آن این است که اقتصاد ما در

سال‌های گذشته و حتی دوران قبل از انقلاب روند شفاف، همگام و هم‌نوا با اقتصاد دنیا نداشته است. دقیقاً از ۸۰ سال گذشته که به اقتصاد کشورمان نگاه می‌کنیم با سده‌های گذشته خودمان را فاصله دادیم؛ درآمد نفتی پیدا کردیم و متأسفانه به جای اینکه درآمدهای ناشی از نفت صرف توسعه بخش خصوصی شود، صرف توسعه بخش دولتی و فربه شدن دولت شد تا روز به روز گرفتار مسائل جدی‌تر شویم.

مهم‌ترین اتفاقی که در این سال‌ها رخ داده این است که ما از فضای شفاف و واقعی اقتصادی خود فاصله گرفتیم. دلایل آن نیز بسیار است: اولاً، عدم نیاز به درآمدهای بخش خصوصی برای توسعه به دلیل داشتن درآمدهای سرشار نفتی ثانیاً، ایجاد یک فضای حمایتی و یارانه‌ای بدون برنامه و نهایتاً فضای مبهمی که

در آن سرمایه‌گذاری بستگی به شرایطی دارد که هر از گاهی تغییر می‌کند. وقتی از قبل از انقلاب در حامل‌های انرژی یارانه‌های سنگین می‌پردازیم و

* متأسفانه به جای

اینکه درآمدهای ناشی از نفت صرف توسعه بخش خصوصی شود، صرف توسعه بخش دولتی و فربه شدن دولت شد.

* اگر روند درستی

را در پیش بگیریم، در درازمدت شرایط پایدار و مستحکم خواهد بود و با نگاه درون‌زا به منابع به خصوص منابع غیر زیرزمینی عملاً می‌توانیم از منابع‌مان بهتر استفاده کنیم و درآمدها و سرمایه‌های کشور را بهتر مدیریت کنیم.

* سرمایه‌گذاری‌ای

که بر مبنای قیمت‌های غیرواقعی انجام شود عملاً نمی‌تواند پایدار و مستحکم باشد.



مسئولان و تصمیم‌گیران ادعا می‌شود، اولویت لازم برای بخش خصوصی در همه زمینه‌ها از جمله صادرات حداقل در دوره قبل دیده نشده است یعنی ما همیشه تحت‌الشعاع تصمیمات و آنچه که در فضای سیاسی کشور و فعالیت‌های غیر اقتصادی کشور از جمله مسائل اجتماعی و فرهنگی رخ داده است، قرار گرفتیم. به این معنی که اولویت کشور عبور از فضای سیاسی و در کنار آن مسائل و مشکلات اجتماعی بوده است و اگر نیاز آنها ایجاد کرده به مسائل اقتصادی پرداخت شده است. در سال‌های تحریم تمام بخش خصوصی ما متضرر شده است و وضعیتی رخ داد که بخش خصوصی نه توان حضور در بازارهای جهانی را داشت و نه هیچ‌گونه امکان دسترسی به تجهیزات و تکنولوژی، توسعه و بهره‌وری و تسهیلات بانکی داشت اما هیچ‌گاه کار حمایتی در این مقطع خاص که مقطع تحمیلی به بخش خصوصی بود، اتفاق نیفتاد.

به عبارتی سنگین‌ترین سایه تحریم‌ها بر بنگاه‌های اقتصادی بود اما هیچ‌گاه در سال‌های گذشته نمی‌بینیم از بابت تحریم‌ها به بخش خصوصی بابت جبران این هزینه‌های تحمیلی غرامتی داده شود. به دلیل تحریم‌ها تمام گشایش‌های اعتباری و ارتباطات بانکی بنگاه‌ها با کشورهای دیگر قطع شد، هزینه این اتفاقات نه تنها پرداخت نشد بلکه بخش خصوصی هزینه مضاعفی را برای عبور از این بحران متحمل شد. گشایش اعتبار در زمان قبل و جهش قیمت ارز بعد از تحریم‌ها از جمله این موارد است. پس می‌خواهم بگویم که هیچ زمانی بحث این نبوده که بنگاه‌های خصوصی دیده شوند، هیچ‌گاه این موضوع مورد توجه قرار نگرفته که بنگاه‌های اقتصادی ما سرمایه‌های ملی ما هستند؛ مجموعه‌هایی هستند که در سال‌های مختلف با هزینه‌های زیادی سر پا مانده‌اند. در حال حاضر در دنیا معتقدند برای پابرجا شدن و ماندن هر بنگاهی حدود ۱۳ سال به طور متوسط زمان لازم است، بنگاه‌های ما در دهه‌متمادی با پرداخت هزینه‌های مختلف پا پابرجا ماندند و الان سرمایه ملی هستند که حفظ آنها از وظایف حاکمیت است اما می‌بینیم در حال حاضر بنگاه‌های ما یکی یکی رو به ضعف می‌گذارند. بحث

مثبت وجود دارد و وقتی وضعیت بهتر را در کشور شاهد باشیم، افت قیمت ارز خواهیم داشت و به همین دلیل انگیزه‌ای برای تولید کالا و صادرات وجود ندارد. در سال ۹۴ عملاً دچار گرفتاری و نامشخص بودن وضعیت صادرکنندگان و تولیدکنندگان بود.

از یک سو سیاست انقباضی که برای جلوگیری از افزایش تورم در کشور وجود داشته و از طرف دیگر بحث امیدواری به رفع تحریم‌ها و شرایطی که با ورود به جریان جهانی رخ می‌دهد، موضوعات مهمی هستند که ممکن است تغییر در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی را شاهد باشیم.

در شرایط کنونی برای بخش خصوصی هیچ شفاف‌سازی صورت نگرفته که توضیح کامل و جامعی از شرایط مختلف داشته باشد بنابراین با توجه به نگرانی و شرایط زبان‌آور تحریم‌ها، تولیدکنندگان ریسک نمی‌کنند و به تولید و صادرات نمی‌پردازند و اگر شرایط را بعد از «برجام» روشن‌تر ببینند، تصمیم‌گیری خواهند کرد. در این سال‌ها عدم شفافیت و ابهام در بازار، عدم رقابت‌پذیری، نوسانات

ارز، تورم، نحیف شدن بنگاه‌های ما را در پی داشته است. با اجرایی شدن «برجام» و روشن شدن شرایط اقتصادی و از ابهام درآمدن تصمیمات بعدی حتماً فضایی برای صادرات به وجود می‌آید که افزایش صادرات را داشته باشیم اما مهم این است که با چه سمت و سویی در سال ۹۵ و بعد از جریان رفع تحریم‌ها حرکت کنیم و این موضوع چقدر می‌تواند پایدار و درازمدت باشد.

با توجه به مواردی که گفتید صادرات در اولویت چندم تصمیم‌گیران و دولت قرار دارد؟ من به عنوان نماینده بخش خصوصی فکر می‌کنم برخلاف تمام آنچه که گفته می‌شود و از طرف

باید به دلایل روند کاهش صادرات خصوصاً در سال ۹۴ پرداخت؛ از نظر من اصلی‌ترین دلیل آن عدم ایجاد امکان رقابت برای کالاهای صادراتی بوده است. وقتی کشور تحویل دولت یازدهم شد، در ۲۲ مرداد ۱۳۹۲ نرخ ارز ۳۵۸۰ تومان بود و تورم ۴۰ درصدی را شاهد بودیم؛ تا پایان سال ۹۲ تورم تا ۲۵ درصد کاهش یافته و در پایان سال ۹۳ زیر ۲۰ درصد شد. اگر جمع این ارقام را حساب کنیم طی این سه سال ۵۰ تا ۶۰ درصد افزایش قیمت‌ها را بعد از گذشت حد ۲۵ ماه از این زمان داشتیم اما قیمت ارز در حال حاضر نسبت به سال ۹۲ حدود ۵ درصد کاهش یافته است. مقایسه این موضوع که در تولید چه افزایش قیمتی داشتیم و تورم را شاهد بودیم و ارز چه افت قیمتی داشته، نشان می‌دهد در دو سال گذشته چقدر قدرت رقابت ما در صادرات کاهش پیدا کرده است؛ پس اصلی‌ترین مطلب در قدرت رقابت‌پذیری کالای ما است. تورم داخلی قیمت کالاهای تولیدی ما را افزایش می‌دهد ولی نرخ ارز افت پیدا می‌کند که عملاً بازار ما را برای واردات و شرایط وارداتی مهیا می‌کند و قدرت رقابتی را در صادرات کاهش می‌دهد.

از سوی دیگر در سال ۹۴ در رکود جدی قرار گرفتیم و بخش عمده‌ای از آنچه ما به عنوان صادرات و واردات داشتیم، تحت الشعاع رکود قرار گرفت. بنگاه‌های ما هم از نظر کارایی و میزان تولید افت کردند و هم از جهت انگیزه برای انجام کار شرایط لازم را نداشتند؛ وقتی نمی‌دانیم با اجرایی شدن «برجام» قیمت ارز چه می‌شود یعنی یک شرایط مبهمی در پیش رو وجود دارد، بنابراین به سمت تولید حرکت نمی‌شود تا به صادرات برسیم. تجربه گذشته ما نشان می‌دهد وقتی شرایط این چنینی و پیش‌بینی رخدادهای

* تورم داخلی قیمت

کالاهای تولیدی ما را افزایش می‌دهد ولی نرخ ارز افت پیدا می‌کند که عملاً بازار ما را برای واردات و شرایط وارداتی مهیا می‌کند و قدرت رقابتی را در صادرات کاهش می‌دهد.

* روزی این مساله

تغییر می‌کند که نگاه ما به سمت توسعه بنگاه‌ها و بخش خصوصی و ایجاد در آمد و به تبع آن گرفتن مالیات و اداره کشور از طریق این مالیات باشد

* اولویت کشور

عبور از فضای سیاسی و در کنار آن مسائل و مشکلات اجتماعی بوده است و اگر نیاز آنها ایجاد کرده به مسائل اقتصادی پرداخت شده است.



ما این است که در ۱۰ سال گذشته که به خصوص دلایل متعدد و فشارهای جدی روی بنگاه‌ها بوده ما هیچ‌وقت اولویت اصلی‌مان بنگاه‌های اقتصادی نبوده است. البته در حرف شنیده‌ایم ولی وقتی بحث هدفمندی مطرح شد بنگاه‌ها هیچ بهره‌ای نمی‌برند و حمایتی از بنگاه‌های ما صورت نگرفت.

در بحث اجرا و تصویب قوانین هم این روند وجود دارد؛ در تصویب و اجرای یک شبه قوانین که فشار زیادی را به بنگاه‌های ما متحمل می‌کنند هیچ جایی برای این بخش خصوصی در نظر گرفته نمی‌شود اما باید مدت‌ها و سال‌ها برای برطرف کردن فشار ناشی از این قوانین که موانع جدی را برای رشد و توسعه ایجاد می‌کند، صرف شود.

بنابراین به نظر می‌رسد مسائل اقتصادی ما اولویت نیست حتی وقتی شرایط خاصی در شرکت‌ها پیش می‌آید که پرداخت حقوق کارکنان به تعویق بیفتد باز هم به دلیل جلوگیری از بروز مسائل و مشکلات ناشی از عدم پرداخت حقوق کارکنان، بنگاه‌ها را مجبور به حفظ نیروها و پرداخت حقوق می‌کنند.

چطور می‌توان این فضا را تغییر داد و چگونه شرایط برای صادرات مهیا می‌شود؟

متأسفانه هیچ‌گونه نگاهی هم که نگاه غالب ما به عنوان اولویت مسائل اقتصادی در کشور باشد دیده نمی‌شود و عملاً به سمتی می‌رویم که وضعیت سابق بوده که بودجه‌هایی را در هزینه‌های جاری و عمرانی صرف می‌کنند.

روزی این مساله تغییر می‌کند که نگاه ما به سمت توسعه بنگاه‌ها و بخش خصوصی و ایجاد درآمد و به تبع آن گرفتن مالیات و اداره کشور از طریق این مالیات باشد؛ این روند با مسیری که امروز هست ۱۰۰ درصد متفاوت خواهد بود. امروز ما مالیات می‌گیریم که حقوق کارمندان را بدهیم و کارمندان در فضای دولت بزرگ ما به دلیل ازدیاد نیرو یک بوروکراسی پیچیده را ایجاد می‌کنند که همین مالیات‌دهنده‌ها را گرفتار کنند. در حالی که ما باید مالیات بگیریم تا صرف بهبود فضای کسب و کار و امور زیربنایی کشور کنیم تا این امور زیربنایی فضا را برای گسترش بخش خصوصی ایجاد کند؛ بنابراین

دو بحث کاملاً متفاوت است. با رویکرد اقتصادی و استفاده از آن امکان تغییر در فضای فعلی را داریم و اگر این مسیر را برویم شرایط به سمت و سویی می‌رود که اقتصاد کاملاً رقابتی و یک فضای صادراتی داشته باشیم. امروز در حالی نگاه به سمت صادرات داریم که زیرساخت‌ها و پیش‌نیازها را در مجموع نداریم.

ورود هیات‌های تجاری با واکنش‌های زیادی همراه بوده و برخی این اقدام را زمینه‌ساز واردات بیشتر و کم‌رنگ شدن تولیدکنندگان داخلی می‌دانند. دیدگاه شما در این خصوص چیست؟ این هیات‌ها چگونه می‌توانند در فضای اقتصادی ما رونق‌بخش باشند؟

همیشه سه مطلب را به هیات‌ها و اعضای اتاق اعلام می‌کنم و روند ورود هیات‌ها و ملاقات‌ها و رفت و آمدهای ما براساس این سه اصل است.

اول، مرادوات تجاری را به مرادوات اقتصادی تبدیل کنیم، بنابراین نباید به دنبال واردات کالا باشیم. بلکه باید به سمتی برویم که تجهیزات و تکنولوژی را وارد کرده و ایران را برای ۴۰۰ میلیون جمعیتی که در منطقه ما هستند به هاب منطقه‌ای تبدیل کنیم. شرایط خوبی برای توزیع و کالاهایی که در ایران تولید می‌شود وجود دارد و کشورهای دیگر می‌توانند از این امنیت، ثبات و موقعیتی که ایران دارد برای بازار ۴۰۰ میلیونی استفاده شود.

دوم، بنگاه‌ها و فعالان اقتصادی ما باید خود را برای این شرایط و مشارکت‌ها آماده کنند و به هیچ عنوان نباید به دنبال اخذ نمایندگی و فروش کالا باشند بلکه باید برندها و شرکت‌های مشترک با کشورهای دیگر ایجاد کنند. لازمه این امر آن است که بنگاه‌های اقتصادی ما خودشان را شفاف کنند، صورت‌های مالی بین‌المللی ارائه کنند، مشاوران حقوقی لازم را داشته باشند و وضعیت خود را با شرایط بین‌المللی و اقتصاد روز دنیا تطبیق دهند.

سوم، در تحریم‌ها آموختیم و وضعیت اقتصاد نفتی این مطلب را گوشزد می‌کند که نمی‌توانیم در آینده کشوری باشیم که مصرف‌کننده است. بلکه باید اقتصاد ما و اقتصاد کشورهای دنیا در هم آمیخته شود که اگر تحریمی اتفاق افتاد همه کسانی که در

تحریم شریک هستند، یعنی تحریم‌کنندگان متضرر شوند. در مسائل اقتصادی باید به دنبال سهم خود باشیم، حضور طولانی کشورهای دیگر در اقتصاد ایران، امنیت ما را بالا می‌برد. وقتی خودشان حضور دارند دیگر دم از تحریم و ... نخواهند زد. حضور ما در کشورهای دیگر عملاً پیوستن به سازمان جهانی تجارت (WTO) است؛ ما چاره‌ای نداریم جز اینکه مثل هند برنامه ۱۲ ساله داشته باشیم چون ما یارانه‌ای هستیم باید مثل هند برنامه ۱۲ ساله را اجرا کنیم. ترکیه این راه را ۵ ساله و مالزی ۳ ساله طی کردند.

باید از ظرفیت‌ها برای وصل شدن به دنیا استفاده کنیم به عنوان مثال در حال حاضر شرکت‌های خدمات فنی و مهندسی ما در دنیا حرف‌های زیادی برای گفتن دارند؛ عراق، افغانستان و سوریه از جمله کشورهای هستند که باید در سال‌های آینده ساخته شوند و بیشترین کار عمرانی در آنها باید بشود، هیچ کدام از کشورهای اروپایی و آمریکایی امکاناتی که ما در منطقه داریم را ندارند چون امنیت برای آنها فراهم نیست.

اگر شرکت‌های مشترک تعریف کنیم که جایگاه ما در آن لحاظ شود به همراه تکنولوژی و سرمایه‌گذاری شرکت‌های معتبر اروپایی و آمریکایی کار مشترک سه‌جانبه‌ای با کشورهای منطقه تعریف می‌شود که برای هر سه طرف بسیار پرمفعت خواهد بود.

به عنوان رییس اتاق به هیچ عنوان به دنبال مصرف، واردات و حضور صرفاً وارداتی خارجی‌ها نیستیم.

از روز اول عرض کردم نگرانی اصلی ما این است که کسانی که در طول این سال‌ها با زحمت مانده‌اند، عمر و زحمت و دارایی خود را گذاشته‌اند تا در کشور ریشه بدوانند باید در بعد از تحریم‌ها بیشترین دستاورد و بیشترین برد را داشته باشند. اصلاً به دنبال آن نیستیم که عده جدیدی براساس ارتباطات خاص از بیرون بیایند و فضا را به سمت خود ببرند. در برنامه‌های ورود هیات‌های تجاری، موقعیت‌های موردنظر کشور که مناسب برای جوینت‌شدن هستند را باید شناسایی کرد و از این فضا و امکان برای تبدیل ایران به یک کشور صنعتی استفاده می‌کنیم.

کمپوست، حافظ منافع باغداران و طبیعت



برای کمپوست جمع می شود. همچنین پسماند آشپزخانه (پسماندهای ارگانیک مثل پوست میوه، پوست پیاز، میوه‌های خراب شده و ...) را نیز می توان استفاده نمود.

- برگ های خشک درخت های پسته و پوست نرم و خشک پسته مواد خوبی برای کمپوست هستند. حتی علوفه ای که بلااستفاده می ماند و یا کودی که در گاوداری تولید می شود می تواند ماده اولیه کمپوست باشد.

- شاخه و برگي که از باغ‌های پسته هرس می‌شود ماده خوبی است به شرط آنکه خرد شود و به صورت طولی برش داده شود (تراشیده شود).

- یکسری مواد معدنی از قبیل سنگ بازالت یا سنگ سیلیس در صورتی که آسیاب شوند می توانند برای استفاده در تولید کمپوست مورد استفاده قرار گیرند. سنگ سیلیس برای جذب نور و تقویت خاک خیلی موثر است.

- یکی از عناصر مهم تشکیل دهنده کمپوست، خاک است و نمی توان کمپوستی را بدون خاک ساخت و باید حداقل ده درصد از حجم کمپوست خاک باشد.

کمپوست کهنه یکی دیگر از مواد مورد مصرف در ساخت کمپوست است و بجای آن می شود از کمپوست استارتر استفاده کرد. به عبارت دیگر

سوپن کمپر می گوید: اگر باغ پسته بخواهد برای نسل آینده باقی بماند باید نگاه و بینش کشاورز عوض شود. کشاورزی مدرن در تمام دنیا، سخت مشغول خراب کردن محیط زیست، خاک و شاکله حیاتی جهان است و میزان هوموس و ماده آلی خاک به مرور دارد پایین و پایین تر می رود. این مشکل بزرگی است و به نابودی منتهی می شود. او با تاکید بر اینکه ما در برابر خاک، طبیعت و نسل های آینده مسئول هستیم، می گوید: نباید فقط به خودمان فکر کنیم. بلکه باید یک دیدگاه جهانی و کلی داشته باشیم و به منافع عموم فکر کنیم. این مشکلی است که به دست انسان ایجاد شده است. در ادامه این مقاله، گزیده ی از مطالب فنی ارائه شده در دوره آموزشی تهیه کمپوست حضور خوانندگان تقدیم می گردد.

مواد اولیه مورد نیاز برای تهیه کمپوست

- تمام پسماندهای ارگانیک (مواد اضافی از اجزای موجودات زنده) موجود در مزرعه، می توانند برای تهیه کمپوست استفاده شوند و هیچ کدام شان دور ریخته نشوند. هر چه مواد اولیه مورد استفاده از تنوع بیشتری برخوردار باشند، غنای کمپوست بیشتر خواهد بود.

- باقیمانده گیاهان و میوه ها می توانند به عنوان مواد اولیه به کار روند؛ با این رویکرد مواد زیادی

دوره آموزشی تهیه کمپوست جهت استفاده در باغات پسته بعنوان کود آلی، به دعوت انجمن پسته ایران در تاریخ ۲۸ مردادماه سال جاری در رفسنجان با حضور آقای هانس سوپن کمپر (HansSupenkaemper) - کارشناس کشاورزی ارگانیک - برگزار شد.

سوپن کمپر با تاکید بر اینکه وی فردی دانشمند و آکادمیک نیست و صرفاً چهل سال تجربه در زمینه کشاورزی ارگانیک دارد، می گوید: رؤیای من این است که در درازمدت یا کوتاه مدت در تمام مناطق پسته کاری ایران محل های تهیه کمپوست وجود داشته باشد. وی که مشاور شرکت گلاب زهرا در زمینه تولید گل محمدی ارگانیک می باشد با اشاره به اینکه سابقه تولید کمپوست به دهه ها پیش برمی گردد و موضوع جدیدی نیست، می افزاید: به شما پیشنهاد می دهم با شرایط ویژه ای که در ایران دارید، تحقیقات روی کمپوست را بومی کنید. او می گوید: اگر قرار باشد شما در یک هکتار از باغتان ده تن کمپوست استفاده کنید، امکان پذیر است؛ ولی وقتی سطح زیر کشت به ده ها یا صدها هکتار برسد، دیگر کار ساده ای نخواهد بود. وقتی سطح زیر کشت زیاد است و تهیه کمپوست برای همه مقدور نیست، پیشنهاد می کنم که از عصاره کمپوست استفاده کنید.



توجه داشت که به واسطه میکروارگانیسم‌هایی که در خاک وجود دارد، نیتروژن تغییر شکل می‌دهد و به صورت قابل جذب برای گیاه درمی‌آید و نهایتاً به هوموس یا ماده آلی خالص خاک تبدیل خواهد شد. بنابراین خاک در کمپوست به عنوان انبار ذخیره نیتروژن و سایر مواد غذایی و عناصر اصلی محسوب می‌شود.

معمولاً فرایند تهیه کمپوست با توجه به شرایط آب و هوایی منطقه یک دوره شش تا هشت هفته‌ای طول می‌کشد.

برای تهیه کمپوست اولین مرتبه که مایه کمپوست وجود ندارد می‌توان از ماده استارتر یا (CMC)

جادوی فرایند کمپوست‌سازی این است که تمام ترکیبات مضر اعم از سموم، آفت‌کش‌ها و کودهای شیمیایی که در پوست پسته وجود دارد شکسته میشوند و تغییر ماهیت می‌دهند.

ماده بعدی که باید به کمپوست اضافه شود خاک است و هیچ کمپوستی بدون خاک معنی ندارد. در شرایط کرمان شاید لازم باشد که ۳۰ تا ۴۰ درصد خاک اضافه شود. باید توجه داشت که تمام فرایندهای تغییر و تبدیل در تهیه کمپوست، در حضور نیتروژنی انجام می‌شود که در خاک است.

اگر از خاک استفاده نکنیم، نیتروژن فراری که در مواد اولیه وجود دارد از خاک خارج می‌شود. باید

کمپوستی که سال قبل تهیه شده است برای تهیه کمپوست جدید به کار می‌رود و حکم ماستی دارد که برای مایه ماست نگه می‌داریم.

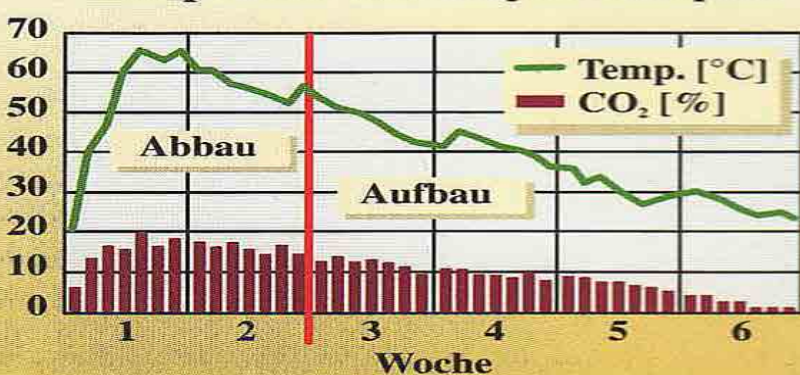
برای تهیه کمپوست همه این مواد باید مخلوط شوند اما این کار باید طبق محاسبات و برنامه صورت گیرد.

شاخص‌های مهم در تهیه کمپوست

برای کودها (حیوانی یا ارگانیک) شاخصی وجود دارد به نام نسبت C به N یعنی نسبت کربن به نیتروژن، که برای شروع کار کمپوست‌سازی این نسبت باید ۳۰ به ۱ باشد. به عبارت دیگر، کربن موجود در کمپوست باید ۳۰ برابر نیتروژن آن باشد. مشکل پوست نرم پسته این است که مقدار کربن و نیتروژن نزدیک به هم هستند و احتمالاً نسبت آن ۱۵ به ۱ باشد. اما برای رفع این مشکل هم راه حل وجود دارد.

جعبه‌های چوبی و شاخ و برگ خشک‌شده را تراشیده و خرد می‌کنند و در نهایت به ماده خیلی خوبی تبدیل می‌شود که نسبت کربن به ازت را اصلاح می‌کند. همه شاخه‌هایی که هرس و خرد شده‌اند برای کمپوست‌سازی بسیار عالی هستند. کود حیوانی اولین ماده‌ای است که به عنوان بنیان و پایه کمپوست استفاده می‌شود. در حالی که پوست نرم پسته منبع سرشاری از نیتروژن است.

Temperatur und CO₂ im Kompost



در آلمان تهیه می شود و یک نوع پلی اتیلن خاص است که کمپوست را با آن می پوشانند. در شرکت گلاب زهرا از گونی‌های کنفی روی کمپوست برای حفظ رطوبت استفاده می شود. در این فرآیند تا لحظه ای که از کمپوست استفاده می شود باید پوشش داشته باشد. در شرایطی که آفتاب به طور مداوم می تابد و کمپوست را خشک می کند باید روی کمپوست را پوشاند.

وقتی که کمپوست مستقیماً روی خاک ریخته شود و آفتاب هم به طور مداوم روی آن بتابد تمام میکروارگانیسم های کمپوست می میرند و این کمپوست عملاً بلااستفاده است. به همین خاطر لازم است به محض اینکه مواد اولیه کمپوست آماده

پوسیدن یا تجزیه شیمیایی مواد و دوم، فرآیند کمپوست شدن یا تثبیت شدن (پایدار شدن).

در کمپوست یکسری میکروارگانیسم هایی وجود دارد که فرآیند تهیه کمپوست را انجام می دهند. این موجودات ریز ذره‌بینی، هوازی هستند و برای زنده ماندن به حد معینی از اکسیژن احتیاج دارند. این میکروارگانیسم ها مثل تمام موجودات زنده دم و بازدم دارند و اکسیژن مصرف می کنند و دی اکسیدکربن پس می دهند. به همین خاطر باید دی اکسیدکربن موجود در کمپوست را با دستگاه سنجش دی اکسیدکربن بررسی نمود.

اگر این دستگاه میزان دی اکسیدکربن را از ۱۲ بیشتر نشان دهد نشان دهنده این است که اکسیژن

برای میکروارگانیسم ها کم است و باید با به هم زدن مواد، اکسیژن آنها تامین شود. اگر هوا به آنها نرسانیم مقدار دی اکسیدکربن به ۲۰ درصد می رسد و فرآیند پوسیدن هوازی مختل می شود و متعاقباً همه میکروارگانیسم های هوازی در کمپوست خواهند مرد. به همین دلیل لازم است که کمپوست را به طور مداوم هم بزنی و زیر و رو کنیم. رطوبت یا اضافه کردن آب به

کمپوست خیلی مهم است و در مراحل اولیه تولید کمپوست، رطوبت باید بین ۶۰ تا ۷۰ درصد باشد. همه موجودات زنده مثل ما انسان ها پوست دارند، کمپوست هم یک موجود زنده است که باید پوست و پوشش داشته باشد تا بتواند رطوبتش را حفظ کند. بهترین ماده برای پوشش، ماده ای است که

(Controlled Microbial Composting

استفاده کرد که ماده گرانی است. البته نیازی نیست که همیشه این ماده خریداری شود؛ احتمالاً دو سه سالی یک مرتبه نیاز است که از این ماده استفاده شود.

وقتی که سال اول از کمپوست استارتر استفاده شود، برای سال های بعد می توان از کمپوست باقیمانده از سال قبل استفاده کرد. این ماده ابتدا در آب حل و سپس با استفاده از نازل روی مواد اولیه کمپوست پاشیده می شود.

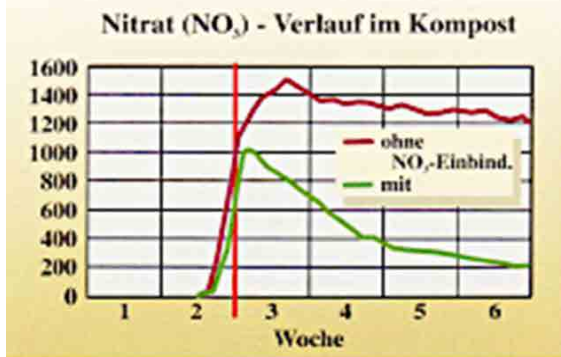
کنترل دما، دی اکسید کربن و رطوبت

بخاری که از توده کمپوست هنگام هم زدن آن بلند می شود، نشان می دهد که حرارت کمپوست بالا رفته و خیلی داغ است.

در دو هفته اول حرارت کمپوست به بالای ۶۵ درجه سانتی گراد هم می رسد.

دما باید به طور مداوم کنترل شود. در نمودار قبلی مشاهده می شود که در دو هفته اول دما به ۶۵ حتی ۷۰ درجه رسیده و بعد از هفته دوم دما پایین می آید. ستون های پایین نمودار، میزان دی اکسیدکربن موجود در کمپوست را نشان می دهد که به تدریج از هفته دوم کاهش پیدا می کند.

در نمودار قبلی محور عمودی نشان دهنده درجه حرارت و محور افقی نشان دهنده زمان است. منحنی سبز تغییرات درجه حرارت و ستون های قرمز تغییرات میزان دی اکسیدکربن را نمایش می دهند. در دو هفته اول، فرآیند پوسیدن رخ می دهد و چون مواد می پوسند دما بالا می رود. بعد از هفته سوم کمپوست تشکیل می شود. به عبارت دیگر در کمپوست سازی دو مرحله وجود دارد؛ اول، فرآیند



شد با خاک مخلوط گردد و رطوبت لازم هم تامین شود و در معرض تابش شدید آفتاب قرار نگیرد.

آزمون بررسی کیفیت کمپوست

بعد از شش تا هشت هفته کمپوست به یک ماده خاک مانند تبدیل می شود. وقتی که فرآیند کمپوست سازی تمام شد و اصطلاحاً کمپوست



مواجه می شود. مواد داخل این دستگاه حداقل به مدت هشت ساعت و گاهی اوقات به مدت ۲۴ ساعت باید به هم بخورد. قبل از آنکه کمپوست داخل این سطل یا این دستگاه ریخته شود، آب باید حداقل یک ساعت قبل با هم زدن مداوم هوادهی شود.

در یک ساعتی که قبل از آن آب به هم می خورد به اندازه کافی اکسیژن وارد آب می شود و زمانی که کمپوست وارد دستگاه می شود اکسیژن کافی در اختیار میکروارگانیسمها قرار می گیرد. در حالی که ماده کمپوست به هم می خورد، می توان یکسری مواد غذایی مثل ملاس چغندر قند اضافه نمود تا غذای مورد نیاز میکروارگانیسم های موجود در کمپوست تامین گردد.

وقتی که مایع آماده شد می توان آنرا محلول پاشی کرد. اما نکته ای که وجود دارد این است که دستگاه محلول پاش باید نو باشد و قبلا برای سم پاشی مورد استفاده قرار نگرفته باشد.

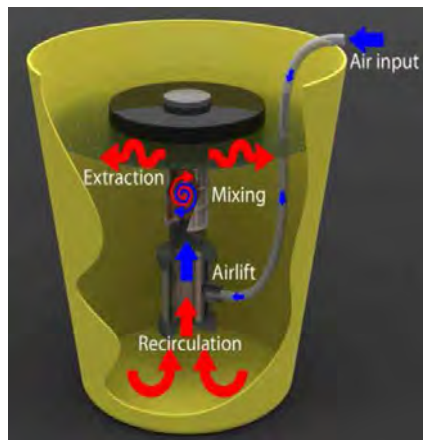
برای یک هکتار، صد لیتر عصاره کمپوست نیاز است. به ازای هر صد لیتر آب باید سه کیلو کمپوست حل شود، بنابراین برای هزار هکتار باغ سه تن کمپوست نیاز است.

اگر بخواهیم که هر دو هفته یک بار برای یک دوره ۷ ماهه این کار تکرار شود ۵۴ تن کمپوست برای هزار هکتار نیاز است. تهیه و مدیریت کردن این ۵۴ تن خیلی ساده است. لازم نیست که در همه باغها مورد استفاده قرار گیرد.

می توان ۶۰ درصدش را به طور خاکی استفاده نمود و ۴۰ درصدش را به صورت عصاره کمپوست به مصرف رساند.

توان کارهای زیادی انجام داد. اگر این کمپوست با آب مخلوط شود و غذای لازم برای میکروارگانیسم ها فراهم آید، میکروارگانیسم ها تکثیر می شوند و به حجم شگفت انگیزی می رسند که می توانند خیلی مفید باشند.

مایعی که به وجود می آید را می توان روی درختها اسپری نمود. اگر هر دو هفته یکبار این کار به روش صحیح انجام گیرد، دیگر لازم نیست از بسیاری مواد شیمیایی دیگر استفاده شود.



مشکل این است که خیلی از مردم کمپوست مرغوب و خوبی در اختیار ندارند که این کار را انجام دهند. اگر کمپوست از کیفیت لازم برخوردار نباشد، همین کمپوست می تواند مضر هم باشد.

تکنیک ها، دستگاه ها و ابزار متنوعی برای تهیه چای کمپوست یا عصاره کمپوست وجود دارد.

در این دستگاه هوا از طریق لوله به سمت مایع پمپاژ می شود و کمپوستی که داخل این دستگاه ریخته می شود با چرخش مداوم محوری که داخلش است

رسید، می توان آن را مورد آزمایش قرار داد. برای بررسی کیفیت کمپوست، مقداری از آن داخل شیشه ریخته می شود و سپس کمی آب و رطوبت به آن اضافه می گردد و در آن تخم شاتره می کارند، در صورتی که سبز نشود و یا زرد شود، نشان می دهد که کیفیت کمپوست بد است. این آزمون خیلی کوتاه است و طی سه یا چهار روز می توان کیفیت کمپوست را با این روش امتحان کرد.

طبق نمودار ۲ ابتدا میزان گاز نیترات در کمپوست بالا می رود و بعد پایین می آید؛ ولی در کمپوستی که فرآیندش به روش صحیح انجام نشود، میزان نیترات نه تنها پایین نمی آید بلکه ثابت می ماند.

در یک آزمایشگاه کوچک می توان pH، آمونیوم، سولفید یا گوگرد، نیترات و نیتريت را آزمایش کرد. pH کمپوست رسیده باید بین هفت تا هشت، سولفات صفر، نیتريت خیلی پایین و میزان آمونیاک هم خیلی پایین باشد. البته میزان ازت بین ۰/۸ تا ۱/۲ درصد خواهد بود. همچنین کمپوست رسیده، نزدیک ۴۰ درصد باید رطوبت داشته باشد.

چای کمپوست یا عصاره کمپوست

چون سطح باغات پسته خیلی وسیع است و تولید کمپوست برای این سطح وسیع ممکن است مقرون به صرفه نباشد، یک راه حل جدیدتر و موثرتر وجود دارد و آن استفاده از عصاره کمپوست است. این راه بسیار ارزانی است که در مزارع و باغها می تواند استفاده شود.

کمپوست یک ترکیب بسیار عالی از مواد آلی به اضافه میکروارگانیسمها و قارچهایی است که برای رشد گیاه مفید هستند.

در ترکیبهایی مثل کمپوست نیروهای حیاتبخش وجود دارد. با یک کمپوست سرشار از هوموس می



شوری خاک و روش‌های مقابله با آن

مترجم: سحر نخعی

خیلی از خاک‌های سطحی مناطق خشک به طور طبیعی حجم زیادی از نمک‌های محلول دارند؛ چرا که مقدار بارندگی طبیعی در این مناطق به اندازه‌ای نیست که فرآیند شستشوی املاح به اندازه کافی انجام شود. علاوه بر این، آب کشاورزی و کودها نیز که در باغات و مزارع این مناطق استفاده می‌شوند حاوی مقداری نمک هستند که به مشکل می‌افزاید. زهکشی ضعیف خاک به دلیل وجود لایه‌های کم‌نفوذ، بافت سنگین و رسی خاک و یا ترکیب شیمیایی آن ممکن است مانع نفوذ آب و تجمع املاح شود که انجام اقدامات جهت کنترل شوری خاک را دچار مشکل سازد.

خطر شکل‌گیری شوری در خاک همیشه در خاک‌های سنگین بیشتر از خاک‌های سبک است. دلیلش این است که خاک‌های شنی به طور طبیعی قدرت نفوذ بیشتری داشته، در نتیجه زهکشی آن‌ها سریع‌تر انجام می‌شود. اما خاک‌های رسی در نزدیکی خط ریشه باعث زهکشی ضعیف شده و این امر منجر به تجمع نمک در خاک می‌شود.

شوری خاک

شوری بر اساس هدایت الکتریکی آب کشاورزی (ECw) یا عصاره اشباع شده خاک (ECe) تعریف می‌شود. هدایت الکتریکی مستقیماً با غلظت نمک ارتباط دارد و با مقیاس دسی‌زیمنس در متر نشان داده می‌شود. ۱ دسی‌زیمنس در متر برابر با ۶۴۰ میلی‌گرم نمک محلول در هر کیلوگرم آب است. با آنکه برای اندازه‌گیری مجموع یون‌های نمکی محلول از هدایت الکتریکی استفاده می‌کنند، اما برای اندازه‌گیری غلظت هریک از آن‌ها بطور جداگانه در آب یا خاک کشاورزی از روش‌های دیگر استفاده می‌شود.

شوری آب کشاورزی در تعیین شوری خاک به ما کمک می‌کند. به عنوان یک قاعده کلی، هدایت الکتریکی خاک حداقل یک و نیم برابر بیشتر از هدایت الکتریکی آب است. البته خاک‌های با درصد بالای شن و یا خاک‌های با زهکشی ضعیف از این قاعده فاصله می‌گیرند.

اگر کیفیت آب کشاورزی خیلی بالا باشد (هدایت الکتریکی کمتر از ۰/۷۵ دسی‌زیمنس در متر) دیگر نگرانی برای تجمع نمک وجود نخواهد داشت. اما اگر آب حتی کمی شور باشد (هدایت الکتریکی

بین ۱ تا ۱/۵ دسی‌زیمنس در متر) باید به خطر تجمع نمک توجه کرد. مؤثرترین راه کنترل شوری خاک زهکشی کافی خاک است که باعث شستشوی املاح اضافی به زیر ناحیه ریشه می‌شود. فرآیند شستشوی املاح می‌تواند در طول فصل رشد از طریق افزایش نوبت آبیاری با آب اضافی و یا در فصل خواب به کمک بارندگی و یا آبیاری سنگین زمستانه انجام پذیرد. برای اطمینان از کنترل شوری خاک باید به صورت منظم از خاک نمونه‌برداری کرد.

مضرات شوری خاک

جدی‌ترین مشکل ناشی از شوری خاک کاهش پتانسیل اسمزی آب است که باعث کاهش مقدار آب در دسترس گیاه می‌شود. بنابراین، درختانی که در خاک‌های شور رشد می‌کنند زودتر از درختانی که در خاک‌های غیر شور هستند دچار تنش آبی می‌شوند. این مشکل باعث کاهش سرعت رشد درخت و حجم و کیفیت محصول می‌شود. علاوه بر این، خاک‌های شور ممکن است غلظت بالایی از یون‌های خاص نظیر سدیم، لیتیوم، بور و کلر را که ممکن است برای گیاه مسمومیت ایجاد کنند، در خود داشته باشند.

تشکیل خاک سدیمی

وجود سدیم در خاک‌های خشک که با استفاده از منابع آب زیرزمینی آبیاری می‌شوند بسیار معمول است. اگرچه سدیم، جزء تشکیل‌دهنده آب کشاورزی و نمک‌های خاک است، ولی باعث بروز مشکلات عدیده‌ای می‌شود. در حقیقت، یکی از دلایل اصلی نفوذپذیری پایین خاک، تأثیرات سدیم بر بافت خاک می‌باشد. به عنوان یونی با قابلیت جایگزینی در خاک‌های رس، وقتی سدیم جایگزین کلسیم و منیزیم شود مشکلاتی به وجود می‌آورد. هر خاکی که بیش از ۱۰ درصد سدیم قابل تبادل داشته باشد ممکن است مشکل نفوذپذیری پیدا کند. کلسیم و منیزیم باعث تجمع ذرات رس خاک و در نتیجه افزایش نفوذپذیری آن می‌شوند؛ در حالیکه بالا رفتن نسبت سدیم باعث می‌شود دانه‌های رس پراکنده شوند که این خود باعث تشدید کندی نفوذ آب می‌شود.

این خطر معمولاً توسط نسبت جذب سدیم (Sodium Adsorption Ratio) ارزیابی

می‌شود که میزان ۶ یا بالاتر از آن (بسته به بافت خاک) می‌تواند نشان‌دهنده مشکل جدی باشد. اندازه‌گیری SAR (نسبت جذب سدیم) در آب کشاورزی از آنجا که منبع اصلی سدیم در خاک است بسیار مهم است. معمولاً مشکلات سدیمی به کیفیت آب کشاورزی برمی‌گردند. خطر شکل‌گیری سدیم و در نتیجه نفوذپذیری پایین در خاک‌های ریزبافت بیشتر است.

عملیات خاک‌ورزی

زهکشی ضعیف خاک، نفوذ آب و شستشوی نمک‌ها را محدود می‌کند. اگر نفوذپذیری پایین به دلیل وجود لایه‌های نفوذناپذیر درون خاک مثل سارد باشد، عملیات خاک‌ورزی تنها راه مؤثر برای افزایش نفوذپذیری خاک است. اصلاح‌کننده‌ها به تنهایی نمی‌توانند این گونه مشکلات را حل کنند. ادوات بالقوه خاک‌ورزی عبارتند از زیرشکن یا ریپر، ترانسه یا بیل (بک‌هو) و خیش زدن یا گاوآهن. همانطور که لایه‌های نفوذناپذیر شکسته می‌شوند، قسمت‌های شنی با ذرات غیر قابل نفوذ مخلوط می‌شوند و این باعث افزایش نفوذپذیری خاک می‌شود.

اصلاح مشکلات ناشی از بالا بودن غلظت یون سدیم لایه‌های نفوذناپذیر خاک از قبیل سارد، فقط با عملیات خاک‌ورزی قابل اصلاح هستند. اما مشکلات سدیمی با استفاده صحیح از اصلاح‌کننده‌های خاک یا آب کشاورزی قابل کنترل و اصلاحند. فرآیند شستشوی املاح برای پیشگیری یا اصلاح مشکلات سدیمی به تنهایی کافی نیست. لازم به ذکر است که معمولاً پیشگیری ارزان‌تر و کاربردی‌تر از اصلاح است. برای پیشگیری از مشکلات سدیمی، یا آب کشاورزی باید به نوعی اصلاح شود که میزان SAR آن کاهش یابد یا اینکه اصلاح‌کننده‌ها مستقیماً به خاک اضافه شوند. این اصلاح‌کننده‌ها یا می‌توانند خود دارای کلسیم (مثل سنگ گچ) باشند، یا اصلاح‌کننده‌هایی که با تجزیه خاک‌های آهکی (دارای کربنات) کلسیم آزاد می‌کنند.

اصلاح‌کننده‌های کنترل سدیم

دو نوع شیوه اصلاح برای کنترل سدیم وجود دارد. اصلاح‌کننده‌های کلسیمی و اصلاح‌کننده‌های اسیدی. تا کنون معمول‌ترین شیوه اصلاح کلسیمی سنگ گچ بوده است که ارزان، فراوان و غیر سمی است و می‌تواند هم به خاک و هم به آب اضافه شود.



راه امن‌تری است و به عنوان یک کود نیتروژنی می‌توان به راحتی در سیستم‌های آبیاری قطره‌ای یا آبیاری خودکار و یا جهت جلوگیری از گرفتگی خطوط آبیاری از آن استفاده کرد.

در بیشتر موارد، هزینه این اصلاح‌کننده‌های اسیدی بیشتر از گچ یا اسیدسولفوریک است. همچنین بعضی از منابع تولید محصول نشان می‌دهند که کاربرد این اصلاح‌کننده‌ها برای بعضی از مشکلات سدیمی چندان موثر واقع نشده است.

بنابراین بهتر است بر اساس استفاده همزمان به عنوان اصلاح‌کننده و کود از آن‌ها بهره جست. توصیه می‌شود که جهت تعیین مقدار مناسب این اصلاح‌کننده‌ها با مرکز ترویج یا دیگر افراد متخصص مشورت کرد.

منبع:

<http://cals.arizona.edu/pubs/diseases/az1411.pdf>

اسیدسولفوریک آن‌ها را نیز خنثی می‌کند. در خاک‌های گرم و مرطوب حدود ۴ تا ۶ هفته طول می‌کشد تا گوگرد کاملاً به اسیدسولفوریک تبدیل شود؛ در خاک‌های سرد و خشک این واکنش ممکن است حتی بیشتر زمان ببرد.

اصلاح‌کننده‌های اسیدی دیگری نیز در اختیار کشاورزان قرار دارد. خیلی از آن‌ها حاوی نیتروژن هستند (N) که به عنوان کود هم استفاده می‌شوند. در سایر کشورها از کودهایی مثل پلی سولفیدآمونیم و تیوسولفات آمونیم استفاده می‌شود که به ترتیب حاوی ۴۵ و ۲۶ درصد گوگرد هستند و بعد از اکسیداسیون میکروبی اسید آزاد می‌کنند. در بعضی از نمونه‌ها کاربرد این مواد سرعت نفوذ آب را افزایش داده است. N-phuric به عنوان ترکیبی از اوره و اسیدسولفوریک حاوی ۱۰ تا ۲۸ درصد نیتروژن و ۹ تا ۱۸ درصد گوگرد است. این اصلاح‌کننده نیز که اسید آزاد می‌کند برای استفاده از اسیدسولفوریک

میزان کاربرد گچ معمولاً از ۲٫۵ تا ۲۵ تن در هر هکتار است که بستگی به کیفیت آب و خاک دارد. گچ اصلاح‌کننده‌ای خنثی محسوب می‌شود، بنابراین تاثیر مستقیم بر pH خاک ندارد اما در صورت اضافه شدن به خاک‌های به شدت سدیمی می‌تواند کمی pH را پایین آورد.

اصلاح‌کننده‌های اسیدی در پیشگیری یا اصلاح مشکلات سدیمی در خاک‌های آهکی کاربرد دارند. قبل از استفاده از این نوع اصلاح‌کننده‌ها آگاهی از مقدار کربنات کلسیم خاک الزامی است. پرکاربردترین اصلاح‌کننده اسیدی، اسیدسولفوریک است. این اسید و بیشتر اسیدهای دیگر کربنات‌های خاک را تجزیه می‌کنند و کلسیم آزاد می‌کنند. می‌توان اسیدسولفوریک را به خاک یا آب اضافه کرد. میزان آن معمولاً ۲٫۵ تا ۸ تن در هکتار است. عوامل دیگری که تاثیر منفی بر نفوذ آب در خاک دارند کربنات‌ها و بی‌کربنات‌ها هستند، که

لزوم توافق بر سر

استاندارد جهانی حدود مجاز باقیمانده سموم

جلوگیری از تأخیر در پذیرش یا رد محموله‌های صادراتی به این کشورها لازم به نظر می‌رسد.

بنابراین استانداردهای ناهماهنگ حدود مجاز باقیمانده سموم، ریسک صادرکنندگان مواد غذایی را افزایش داده و این مسأله عامل محدود کننده ای در صادرات مواد غذایی محسوب می‌شود.

این گزارش در پایان می‌افزاید: نیاز است وزارت کشاورزی آمریکا، از طریق همکاری با آژانس حفاظت محیط زیست این کشور، تلاشی مضاعف جهت هماهنگ‌سازی استانداردهای بین‌المللی حدود مجاز باقیمانده سموم در کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی داشته باشد.

منبع:

www.federalproducepolicy.com

استانداردهای بازارهای اصلی واردکننده همچون اتحادیه اروپا یا آمریکا تطابق ندارند. ناهماهنگی استانداردها به طور بالقوه می‌تواند مشکلات پیچیده‌ای در تجارت بین‌المللی به وجود آورد و مانعی برای تجارت محسوب شود.

هماهنگ‌سازی استانداردهای حدود مجاز باقیمانده سموم در کشورهای مختلف باید مهم‌ترین اولویت برای سازمان‌های متولی این استاندارد در حوزه‌های داخلی و بین‌المللی باشد.

در این شرایط آگاهی تولیدکنندگان و صادرکنندگان از تغییرات اعمال شده بر استانداردهای جاری کشورهای وارد کننده مواد غذایی ضروری به نظر می‌رسد؛ چرا که برخی کشورها در حال تغییر ساختار تعیین حدود مجاز باقیمانده سموم به طور اساسی هستند و آگاهی از این تغییرات به منظور

به گزارش سازمان سیاستگذاری تولید مواد غذایی آمریکا، روند رو به گسترش بازرنگری در میزان حداکثر باقیمانده مجاز سموم (MRLS) در تعداد کثیری از کشورهای مقصد صادرات، موضوعی است که اخیراً نظر این سازمان و عمده صادرکنندگان آمریکایی را به خود جلب کرده است.

در گذشته مبنای بهداشتی مبادلات تجاری، استاندارد جهانی کدکس (Codex) بوده است؛ ولی در حال حاضر، برخی کشورها، در حال تدوین استانداردهای مستقل در مورد الزامات بهداشتی و ایمنی واردات مواد غذایی و احیاناً بازرنگری در استانداردهای موجود خود هستند.

مسأله از آنجایی شروع می‌شود که بسیاری از این استانداردهای حدود مجاز باقیمانده سموم، با استانداردهای جهانی از قبیل کدکس و یا حتی



گزارش تور نمایشگاه آنوگا ۲۰۱۵



TASTE THE FUTURE



ضمن برگزاری تور آموزشی به اعضای انجمن پسته ایران منتقل کند. در ادامه وی با اشاره به وضعیت تولید پسته کالیفرنیا در سال محصولی گذشته گفت: تولید پسته آمریکا در سال ۲۰۱۵ بسیار کمتر از آن چیزی بود که تخمین زده می‌شد و در صورتیکه تولیدکننده‌ها و صادرکننده‌های ایرانی به صورت منسجم کار کنند، این یک فرصت مناسب برای صنعت پسته ایران خواهد بود. در ادامه بازدید به غرفه شرکت کشاورزی ستان رفتیم. شرکت ستان یکی از چهار شرکت اصلی صنعت پسته آمریکا است که در ابتدای تاسیس در سال ۱۹۵۹ میلادی به عنوان یک شرکت نانوائی و شیرینی پزی در نیویورک شروع به کار کرد. به تدریج با فروش مغزجات و آجیل در کنار محصولات نانوائی وارد تجارت محصولات لوکس و با ارزشی مانند پسته شد. این شرکت در حال حاضر یکی از چهار شرکت گرداننده (Handlers) پسته آمریکا است. گروه پس از بازدید از محصولات این شرکت با مسئول فروش این شرکت به صحبت نشست. آقای ستان گفت که شرکت ستان تنها در زمینه پسته فعالیت دارد و در حدود ۱۷ درصد از کل محصول پسته آمریکا توسط این شرکت به بازارها عرضه می‌شود. وی اظهار داشت که در آمریکا در دست داشتن

قبلی با مدیران شرکت نیکولز که بواسطه حضور این شرکت در گردهمایی سالانه کیش انجمن در سال ۹۲ بوجود آمده بود، غرفه شرکت نیکولز در پائون آمریکا اولین مکانی بود که گروه بازدید کرد. شرکت نیکولز که تولیدکننده، فرآوری کننده و صادرکننده پسته در آمریکا است در حدود ۲۵ درصد کل محصول آمریکا را در دست دارد. این شرکت که زنجیره تولید و توزیع محصول را از باغ تا صادرات در اختیار دارد حضور فعالی در بازار بین المللی پسته دارد. گروه در بدو ورود با استقبال گرم آقای چاک نیکولز (Chuck Nichols) رئیس این شرکت مواجه شد. ضمن بازدید از این غرفه مباحث زیادی در خصوص همکاری‌های فی مابین انجمن و این شرکت در زمینه های آموزشی و اطلاعاتی مطرح شد. آقای نیکولز همچنین نسبت به همکاری برای برگزاری تور آموزشی بازدید از صنعت پسته کالیفرنیا برای اعضای انجمن پسته ایران ابراز تمایل کرد. وی با اذعان به اینکه با توجه به خشکسالی‌های اخیر کالیفرنیا، شرکت نیکولز به عنوان یک شرکت تاثیر گذار در صنعت پسته کالیفرنیا که تمهیدات زیادی برای استفاده بهینه از آب برای باغات پسته داشته است اعلام آمادگی کرد تا این تجربیات را

نوید ارجمند* - نمایشگاه آنوگا یکی از مهمترین و بزرگترین نمایشگاه های مواد غذایی دنیاست که در کشور آلمان در شهر کلن هر دو سال یکبار برگزار می‌شود. زیربنای این نمایشگاه حدود ۸ کیلومتر مربع و دارای یازده سالن است که در سال جاری این نمایشگاه از ۱۸ مهرماه (۱۰ اکتبر ۲۰۱۵) لغایت ۲۲ مهرماه (۱۴ اکتبر ۲۰۱۵) با حضور بیش از دو هزار شرکت از سراسر دنیا برگزار شد. بدلیل جایگاه ویژه این نمایشگاه در صنعت مواد غذایی، در سال جاری همانگونه که انتظار می‌رفت حضور فعالان صنعت پسته از نقاط مختلف دنیا خصوصاً ایران قابل توجه بود. انجمن پسته ایران امسال برای شرکت در این نمایشگاه تنها به حضور به عنوان بازدید کننده بسنده کرد و در قالب یک گروه کوچک در این رویداد بین المللی حضور پیدا کرد. روز شنبه ۱۸ مهرماه اولین روز برگزاری نمایشگاه گروه در ساعات ابتدایی افتتاحیه، بازدید خود را آغاز کرد. حضور رقبای ایران بسیار پرنگ بود و در پائون آمریکا شرکت‌هایی که در بازار آمریکا بخش مهمی از تولید را مدیریت می‌کنند مانند؛ شرکت نیکولز فارمز (Nichols Farms)، شرکت ستان (Setton Pistachio) و شرکت پرایمکس (Primex) حضور داشتند. بدلیل آشنایی





می تواند با استفاده از این موقعیت، پسته اش را در بازارهای متعدد و با حجم بیشتر و با قیمت های بالایی که پارامونت باز کرده ارائه کند. در پایان این نشست وی از گروه دعوت کرد که دیدار دوباره ای در محل غرفه پارامونت داشته باشند.

دیدار با آقای جوزی کالگانی که یکی از موسسین اتحادیه خشکبار جهانی است از دیگر برنامه های این روز بود. او ضمن خوش آمد گویی به گروه اظهار امیدواری کرد که اعضای تور حداکثر استفاده را از غرفه INC، آشنایی با اعضای INC و بطور کلی از شرکت در نمایشگاه آنوگا ببرند.

آشنایی با آقای آری (Arie Endendijk) نماینده شرکت اینترسناک (Inter-Snack) از کشور هلند که یکی از معتبرترین شرکت های واردکننده خشکبار به اتحادیه اروپا است از دیگر وقایع این روز بود. گروه ملاقات دیگری با نماینده شرکت بسانا آقای ریکاردو کالگانی داشت. که با وی هم در خصوص کیفیت پسته، قیمت ها و آینده پسته ایران در اروپا تبادل نظر صورت گرفت. از نکات قابل تامل و وجه مشترک تمامی این دیدارها، تمایل شدید شرکتهای اروپایی به وارد کردن پسته با کیفیت از ایران و با امنیت غذایی مناسب از نظر میزان

پسته ایران، از مواردی بود که مسئولین غرفه پارامونت در این نشست مطرح کردند که این مساله مورد استقبال گروه ایرانی قرار گرفت. در این ملاقات از مسئولین شرکت پارامونت قول همکاری برای فراهم کردن امکانات تور بازدید از صنعت پسته آمریکا و شرکت پارامونت گرفته شد.

در روز اول نمایشگاه اعضای هیات شرکت کننده در این نمایشگاه از انجمن پسته در ضیافت اتحادیه خشکبار جهانی (INC) حضور پیدا کرد و با اعضای اتحادیه خشکبار جهانی آشنا شد. گروه انجمن پسته ایران در این ضیافت نیز با آقای برت ستیر از شرکت پارامونت نشستی دوباره داشت. وی با استقبال از اعضای گروه ایرانی نسبت به برقراری ارتباط تجاری برای عرضه بادام آمریکایی در ایران ابراز تمایل کرد. وی در این دیدار ضمن معرفی موقعیت بازار پسته گفت که از الزامات حضور در بازار کنونی پسته در اختیار داشتن تمام زنجیره از تولید تا عرضه می باشد و با این کار است که قادر خواهید بود حداکثر بازده اقتصادی را به واحد اقتصادیتان برگردانید.

او در ادامه اظهار داشت که امسال پسته ایران یک موقعیت خیلی خاص دارد چون آمریکا پسته خیلی زیادی برای عرضه در بازار بین المللی ندارد و ایران

محصول مستلزم حضور در سه عرصه باغداری، فرآوری و فروش می باشد. در ادامه گروه به غرفه شرکت پرایمکس در پلویون آمریکا رفت. علیرغم اینکه شرکت پرایمکس تولید کننده و فرآوری کننده پسته در آمریکا است در این نمایشگاه بر خلاف شرکتهای رقیبی همچون نیکولز و پرایمکس تنها به عنوان یک شرکت بازرگانی حضور پیدا کرده بود.

هدف بعدی گروه غرفه شرکت پارامونت بود که خارج از پلویون آمریکا و در سالن محل پلویون ایران دقیقاً روبروی پلویون ایران قرار داشت. این شرکت که بزرگترین شرکت فعال در صنعت پسته در جهان است و حدود ۵۰ درصد تولید سالانه آمریکا را در اختیار دارد، در زمینه های دیگر کشاورزی از جمله بادام و انار نیز فعالیت می کند.

گروه در بازدید از غرفه شرکت پارامونت با نماینده اروپا و نماینده قاره آمریکای این شرکت نشستی داشت. از نکات قابل توجه در بازدید از غرفه شرکت پارامونت دیدار با آقای برت ستیر (Bert Steir) فرد دوم شرکت پارامونت از طرف شرکت هولدینگ رول (Roll Global) بود.

ابراز علاقه برای همکاری های دو جانبه با انجمن

آن گروه برای بازدید از مکانهای توریستی شهر بروکسل به این شهر عزیمت کرد. چهارمین روز تور مصادف با ۲۱ مهرماه (سیزدهم اکتبر) طبق برنامه به برنامه‌های سیاحتی و گردشگری در شهر کلن اختصاص داشت و گروه با همراهی راهنمای تور به مکانهای تاریخی و گردشگری شهر کلن عزیمت کرد. طبق قرار قبلی در بعد از ظهر این روز نشست یوروفینز در حاشیه نمایشگاه آنوگا برگزار می‌شد. از انجمن پسته ایران دعوت بعمل آمده بود تا در این نشست در رابطه با مسائل پسته ایران مطالبی را به علاقمندان ارائه دهد. این نشست در دو بخش

شرکت یوروفینز که یکی از بزرگترین آزمایشگاه‌های آنالیز کیفی و امنیت موادغذایی در آلمان و اروپا است بازدید کرد. در این غرفه با آقای یوخن رایبل (Jochen Riehle) مسوول آزمون آزمایشگاه یوروفینز ملاقات داشت. آقای رایبل مدیر آزمایشگاه‌های کنترل غذایی شرکت یوروفینز در آزمایشگاه هامبورگ آلمان این شرکت است. در ملاقات با وی در مورد مسائل باقیمانده سموم و آفلاتوکسین صحبت شد و تقاضا شد که با توجه به آزمایشهای انجام گرفته از پسته ایران در رابطه با باقیمانده سموم، آماری در مورد پرمصرف ترین سموم کنترل آفات در ایران به انجمن پسته ایران

آفلاتوکسین و باقیمانده سموم به اتحادیه اروپا بود. در ادامه این روز پر مشغله گروه با هدف آشنایی با فرآورده‌های جانبی پسته یونان از غرفه این کشور نیز بازدید داشت. کشور یونان از جمله کشورهایی است که در رابطه با محصولات جانبی پسته کار کرده‌اند. در این کشور محصولات جانبی از پسته همچون؛ مریای پوست پسته که در برخی کشورها جذابیت و ارزش بالایی دارد، صمغ پسته که در صنایع دارویی مربوط به سلامت سیستم گوارش و هاضمه و تولید آشامیدنی‌های مختلف با ارزش افزوده زیاد، کار کرده‌اند. دومین روز سفر آلمان نیز به بازدید از نمایشگاه اختصاص داشت. در این روز سعی شد به



برگزار گردید که بخش اول مربوط به اقدامات شرکت یوروفینز در همکاری با کشورهای پاکستان و کامبوج، برای تامین الزامات امنیت غذایی و کیفی برنج صادراتی این کشورها به اتحادیه اروپا بود. بخش دوم این نشست، به مسائل امنیت غذایی پسته بخصوص پسته ایران اختصاص داشت. در این بخش نماینده انجمن درباره شرایط تولید پسته ایران و امکان بهبود صادرات پسته ایران به کشورهای عضو اتحادیه اروپا مطالب خود را ارائه کرد. روز ۲۲ مهرماه (چهاردهم اکتبر) آخرین روز برگزاری تور بود. در این روز با توجه اینکه پرواز برگشت از شهر فرانکفورت هماهنگ شده بود گروه می‌بایست از شهر کلن به شهر فرانکفورت عزیمت کرده و از آنجا کشور آلمان را به مقصد فرودگاه امام ترک کند. *عضو پیوسته انجمن پسته ایران

ارائه کند. روز سوم تور تصمیم گرفته شد با توجه به فاصله نزدیک محل اقامت گروه انجمن پسته با شهر لوون (Leuven) در کشور بلژیک، بازدیدی از شرکت تومرا (Tomra) که در زمینه تولید دستگاه‌های جدا سازی مواد غذایی فعالیت دارد انجام شود. در بازدید از مرکز تولید و شرکت تومرا مسئول فروش این شرکت توضیحات مفصلي در مورد این شرکت و محصولاتشان ارائه داد. در ادامه اعضای گروه با انواع دستگاه‌های مختلف جداساز، نحوه کار آنها، دستگاه‌های مناسب برای انواع محصولات غذایی، ظرفیت و امکانات آنها آشنا شدند. بعد از آن گروه برای بازدید از کارگاه‌های تولید، آزمایشگاه و کارگاه آموزش کار با این دستگاه‌ها دعوت شد. و در طی بازدید توضیحات بسیار مفصلي از نظر فنی و کیفی به گروه ارائه شد. این بازدید تا حدود ساعت ۴ بعد از ظهر طول کشید و پس از

نیازهای خاصی که اعضای شرکت کننده در تور داشتند توجه شود و به بازدید از غرفه‌های مد نظر اعضا پرداخته شود. عمده برنامه‌های این روز به بازدید از غرفه‌های مربوط به بخش خشکبار در سالن‌های مربوط به ترکیه و واردکنندگان پسته به قبرس گذشت. در این روز طبق قرار قبلی، گروه ملاقات دیگری با آقای برت ستیر در غرفه شرکت پارامونت داشت و وی در این دیدار در مورد قیمت، آینده پسته در ایران و آمریکا صحبت کرد. وی در ادامه با اعضای انجمن به طور خاص در مورد امکانات تجاری بین اعضا انجمن و این شرکت صحبت کرد. از دیگر برنامه‌های روز دوم بازدید از پایون ایران و غرفه‌های مربوط به خشکبار ایران بود. در پایون ایران از غرفه‌های اعضای انجمن پسته ایران نیز بازدید به عمل آمد. گروه اعزامی از انجمن پسته ایران در انتهای روز دوم از غرفه

eurofins

گزارش نشست یوروفینز در حاشیه نمایشگاه آنوگا

عرضه کنند. نوید ارجمند در ادامه با تشریح مسائل پسته کالیفرنیا در سال جاری گفت؛ از نظر کیفی به علت خشکسالی های مداوم اخیر و کمبود آب در آمریکا ریسک آلودگی آفلاتوکسین در محصول امسال این کشور به احتمال زیاد افزایش پیدا می کند. و با توجه به حدود بسیار پایین آفلاتوکسین و باقیمانده سموم که در اتحادیه اروپا گذاشته شده، ایران و آمریکا هر دو در تامین حجم بالای کالای با کیفیت و ایمن پسته با مشکل مواجه خواهند شد. ارجمند اظهار داشت؛ حدودی که اتحادیه اروپا در رابطه با آفلاتوکسین و باقیمانده سموم تعیین کرده همخوانی خیلی نزدیک با آنچه که کدکس تعریف کرده است ندارد و این می تواند برای صادرکنندگان موجب سرگردانی و بلامتکلیفی شود. وی پیشنهاد داد که این امکان وجود دارد که اتحادیه اروپا حدودی را تعریف کند که در چارچوب کدکس باشد. ارجمند در ادامه اضافه کرد؛ این امکان وجود دارد که آزمایشگاه یوروفینز به عنوان یک آزمایشگاه مرجع نمونه برداری محصول را در داخل ایران انجام دهد. چرا که با توجه به تمهیدات آزمایشگاه یوروفینز برای نمونه برداری و آزمون کالای مورد تایید این آزمایشگاه، این نوع کالا به عنوان یک کالای خیلی ایمن و قابل اعتماد محسوب می شود. در انتهای این نشست خانم شراره تازی مرادی از کارمندان آزمایشگاه یوروفینز در خصوص مطلب کنترل مواد غذایی بخصوص پسته در مبدأ مطالب خود را ارائه دادند. اهمیت این موضوع بدین جهت است که کنترل محموله های صادراتی در کشورهای مبدأ می تواند تکرار کنترل در مقصد را کم کند. در صورتیکه این کنترل بتواند به کشور مبدأ، انتقال پیدا کند از جهات مختلف منافع صادرکنندگان، واردکننده های اروپایی و نفع مسوولین اتحادیه اروپا را به همراه خواهد داشت. چرا که این کار هزینه های صادرات را پایین می آورد و دقت کار را بالاتر می برد.

یا خوشبختانه بدلیل حجم پایین عرضه، بازارهای دیگری در دنیا وجود دارند که این کالا را با قیمت های بالا می پذیرند و احتمالاً عرضه کالای با کیفیت در این نوع سال ها به اروپا سخت تر خواهد بود. ارجمند گفت؛ علیرغم این واقعیت، بازار هدف برخی شرکتها در ایران و آمریکا بازار اروپا است و این شرکتها به هر حال سعی خواهند کرد پسته با کیفیت (با ریسک پایین آلودگی آفلاتوکسین و میزان باقیمانده سموم زیر حدود تعریف شده) به اتحادیه اروپا صادر کنند. ارجمند ضمن برشمردن برخی از اقدامات تولید کنندگان ایرانی در تولید محصول با کیفیت اظهار داشت؛ در حال حاضر اقدامات عملی بسیاری برای تولید پسته با کیفیت در ایران صورت می گیرد که از آن جمله می توان به اطلاع رسانی به تولیدکننده ها، فرآوری کننده ها و صادرکننده ها در خصوص مباحث تولید محصول سالم اشاره کرد.

وی ادامه داد؛ از دیگر اقدامات اجرایی در این خصوص می توان به اجرای سیستم های آبیاری تحت فشار که موجب کاهش تنش آبی در درختان شده که قدم مهمی در تولید یک کالای با کیفیت و امن است اشاره کرد.

وی گفت؛ تمهیداتی که برخی از صادرکننده های ما در اجرای سیستم هایی نظیر HACCP و ISO اتخاذ کرده اند، تفکیک کردن کالاهایشان به مقصد اتحادیه اروپا با مقاصد صادراتی دیگر، و سرمایه گذاری در بخش فرآوری و سورتینگ؛ همه نشان از عزم ایران در تولید محصول سالم برای بازار های جهانی دارد.

عضو هیات امنای انجمن پسته ایران با اشاره به محصول جانبی روغن پسته گفت؛ در حال حاضر علاقمندی زیادی در ایران برای تولید روغن پسته ایجاد شده که این شرکتها می توانند با جداسازی روغن پسته از پسته های با ریسک بالای آفلاتوکسین، نگرانی ها از بابت این نوع کالاها را به حداقل ممکن برسانند و روغن پسته را به صورت تجاری برای مصرف در اتحادیه اروپا و دیگر کشورها

در تاریخ ۲۱ مهرماه سال جاری در حاشیه نمایشگاه مواد غذایی آنوگا، شرکت آزمایشگاه های یوروفینز، یکی از آزمایشگاه های مرجع در سطح بین المللی و خصوصاً در اتحادیه اروپا - نشست را برگزار کرد. در این نشست که با هدف معرفی فعالیتهای آزمایشگاه یوروفینز در جهت تامین امنیت مواد غذایی در کالاهای صادراتی به کشورهای عضو اتحادیه اروپا برگزار می شد از نماینده انجمن پسته ایران دعوت بعمل آمده بود تا درباره شرایط تولید پسته ایران و امکان بهبود صادرات پسته ایران به کشورهای عضو اتحادیه اروپا با پیشرفت هایی که در صنعت پسته ایران بوده، مطالب خود را ارائه دهد.

در این رابطه آقای نوید ارجمند به نمایندگی از انجمن پسته ایران در این نشست حضور پیدا کرد و مطالب خود را پیرامون این موضوع ارائه داد. آنچه در ادامه می آید شرح مختصری از مطالب ارائه شده در این نشست است: قسمت اول این نشست به مسائل پیرامون صادرات برنج از پاکستان و کامبوج به کشورهای اتحادیه اروپا اختصاص داشت.

آقای ورنر نادر (Werner Nader) مدیر امور بین الملل آزمایشگاه یوروفینز مطالب خود را پیرامون نقش این آزمایشگاه در همکاری با تولیدکنندگان این کشورها برای تطبیق کالاهای تولیدی از نظر امنیت غذایی و کیفی با نیاز اتحادیه اروپا، قوانین و شرایط آن اتحادیه ارائه داد.

در بخش دوم که به مسائل پسته اختصاص داشت نوید ارجمند با اشاره به پیش بینی ها از حجم تولید پسته در سال جاری گفت؛ حجم تولید پسته در سال جاری بدلیل شرایط نامساعد آب و هوایی در زمستان سال گذشته در کالیفرنیا بسیار کمتر از آن چیزی است که مورد انتظار بود و این مساله بصورت مستقیم می تواند روی قیمت پسته و در نتیجه تقاضای آن تاثیر گذار باشد.

مسئول روابط بین الملل انجمن پسته ایران گفت: قواعد سخت امنیت غذایی اتحادیه اروپا در رابطه با مواد غذایی شرایط را برای شرکت های صادرکننده به این اتحادیه سخت تر می کند چرا که متأسفانه





گزارش ماه اکتبر شرکت پرایمکس از پسته آمریکا

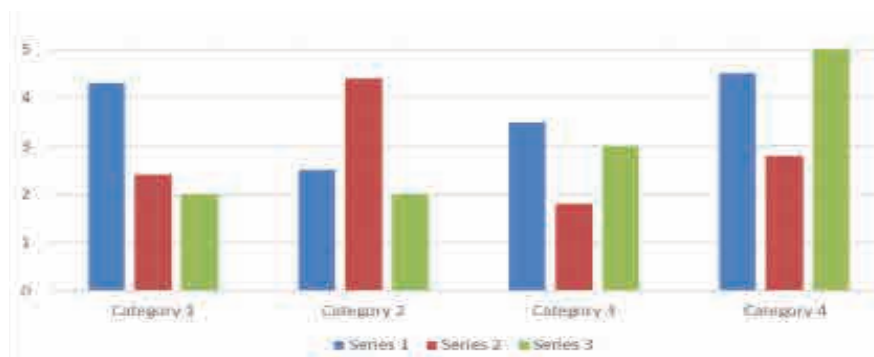


صادرات با ۵۶۶۹ تن (معادل ۲۶,۴ درصد) کاهش در مقایسه با سال گذشته روبرو شده است. پرایمکس به کاهش حدود ۳۲ درصدی مجموع بارگیری در ماه اکتبر در مقایسه با سال گذشته اشاره می‌کند. کاهش در این ماه را از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۲ بی‌سابقه می‌دانند. تقریباً صادرات به همه بازارها با کاهش روبرو بوده است. صادرات به غرب اروپا ۷ درصد کاهش و کشورهای آسیایی ۵۲ درصد کاهش را نشان می‌دهد. کاهش تقاضا در بازار با حجم کم معاملات همراه است. به نظر می‌رسد که قیمت‌ها تغییر زیادی نکنند و بنابراین با این حجم معاملات کم، پیش بینی آینده بازار دشوار است. پرایمکس جدول مربوط به قیمت پسته آمریکا را ارائه می‌دهد که در ذیل آورده شده است:

پسته خام (هر کیلوگرم)	از (دلار)	تا (دلار)
درجه یک انس ۲۰-۱۸	۱۲,۴۵	۱۲,۶۷
درجه یک انس ۲۵-۲۱	۱۱,۹۰	۱۲,۲۳
دهن بست	۱۰,۱۴	۱۰,۲۵

بطوری که بارگیری داخلی حدود ۱۵۴۲ تن کاهش (معادل ۲۲ درصد) و صادرات ۵۲۶۱ تن (معادل ۳۷,۶ درصد) کاهش، در مقایسه با سال گذشته داشته است. پرایمکس در خصوص حجم بارگیری‌ها

وضعیت صادرات پسته آمریکا در ماه اکتبر جاری میلادی به نقل از شرکت پرایمکس حاکی از کاهش بارگیری‌های داخلی و صادرات پسته آمریکا است. این گزارش در تاریخ ۱۸ نوامبر ۲۰۱۵ (۲۷)



از ابتدای سال جاری می‌افزاید: مجموع بارگیری‌ها از ابتدای سال تجاری جاری تا پایان ماه اکتبر، ۲۷ هزار و ۶۶۹ تن بوده است و در مجموع کاهشی معادل ۷۱۶۶ تن (معادل ۲۰,۶ درصد) در مقایسه با سال گذشته شاهد هستیم. به طوری که بارگیری داخلی با ۱۴۹۶ تن کاهش (معادل ۱۱,۴ درصد) و

آبان ماه) منتشر شده است که در ذیل با جزئیات آن آشنا می‌شوید. پرایمکس با اشاره به بارگیری ۱۴ هزار و ۵۱۴ تن پسته در ماه اکتبر می‌افزاید: مجموع بارگیری این ماه در مقایسه با ماه اکتبر سال گذشته، حدود ۶۸۴۹ تن معادل ۳۲,۳ درصد کاهش داشته است.



گزارش نیکولز از وضعیت بازار پسته آمریکا

در خرده فروشی‌ها خواهیم بود. واکنش مشتریان نسبت به این موضوع نامشخص است. قیمت خرده فروشی بادام هندی ۲۰ درصد کمتر از قیمت پسته و قیمت بادام زمینی نیز ناچیز است. سال گذشته به عنوان یک واحد صنعتی کاهش در فروش را به دلیل افزایش قیمت‌های خرده فروشی دست کم گرفتیم. اما امسال حتی با قیمت‌های بالاتر، ما محصول کمتری برای فروش داشتیم. نسبت به افزایش قیمت‌ها در تمامی بازارهای خرده فروشی آمریکا تا پایان ماه ژانویه خوش‌بین هستیم. فعالیت‌های تبلیغاتی وسیله سنجش خوبی برای فروش است، هرچه تبلیغات در تابستان و بهار بیشتر باشد فروش بیشتری در سه ماهه اول سال ۲۰۱۶ وجود خواهد داشت.

به درخواست یکی از تولیدکنندگانمان نگاهی به جمع ساعات سرما در پدیده ال نینو سالهای قبل داشتیم. همانطور که همه اعم از خریدار، فروشنده، یا تولیدکننده خشکبار درختی می‌دانند در زمستان امسال پدیده ال نینو قوی تری در کالیفرنیا پیش رو است. ما هیچ ارتباطی بین پدیده ال نینو و جمع ساعات سرما نیافتیم. سرمای زود هنگام (قبل از اول دسامبر) هر چند کم بود، ولی امید برای تولید محصول بهتر را زنده نگه داشته است. همانطور که گفته شد سرما در کل مناطق کشاورزی کالیفرنیا از سال گذشته بیشتر می‌باشد هر چند ادامه این مسئله حتمی نیست اما روند خوبی است. میانگین بارندگی بالاتر از حد میانگین بارش در بسیاری از ایالت‌ها در طول نوامبر بوده است.

۲۰۱۴ است؛ در حالی که حجم پسته خندان در حدود ۳,۵٪ کمتر می‌باشد. بارگیری در ماه اکتبر امسال نسبت به سال گذشته به مقدار یک سوم کاهش پیدا کرد. از اول سال محصولی که از سپتامبر آغاز می‌شود، بارگیری‌ها نسبت به سال گذشته ۲۲ درصد کاهش داشته است.

پس از اعلام قیمت اولیه، قیمت‌ها مقدار کمی کاهش یافت؛ اما این روند کاهشی با توجه به خرید و فروش‌های محدود نتیجه گیری شده است و شاخص مناسبی برای ارزیابی نیست. قیمت هر کیلوگرم پسته خشک درجه یک (US extra) با انس ۲۵-۲۱ یا ۲۶-۲۱ حدود ۱۱,۹ دلار است که حدود ۲۲ سنت کمتر از ماه قبل است. عقیده داریم فرآوری کنندگان در مبدا مقدار زیادی محصول برای فروش ندارند؛ و اکثر مشتریان در حال فروش مانده انبارشان هستند و پس از اتمام موجودی، برحسب نیاز خرید می‌کنند یا قبلاً خرید خود را انجام داده‌اند. اطمینان داریم که بیشتر مشتریان صادراتی، تنها بخشی از احتیاجشان را پوشش داده‌اند و بعداً در طول سال بعنوان خریدار باز خواهند گشت؛ البته با این فرض که قیمت‌ها بالاتر نرود و قدرت دلار آمریکا بیشتر نشود.

قیمت‌های داخلی در خرده فروشی‌ها بطور متوسط تا ۲۲ دلار به ازای هر کیلوگرم پیش رفته است. اندازه بسته بندی‌ها هنوز در حال کوچکتر شدن است و قیمت‌ها روزانه در حال افزایش هستند. تا زمانیکه قیمت‌ها در بازار برای هر دو برند عمومی و خصوصی افزایش می‌یابد؛ شاهد افزایش قیمت

حدوداً دوماه از زمان درک ابعاد فاجعه محصول پسته سال ۲۰۱۵ آمریکا می‌گذرد. اول سال خرید و فروش‌های پیوسته و سریعی در بازار شکل گرفت اما اکنون بازار ساکت شده و این فعالیت‌ها کم شده‌اند. مشتریان صادراتی در کشورهای مقصد با دو موضوع مواجه شده‌اند، اول این که با توجه به قیمت‌های بالا باید برآوردی از میزان تقاضای مصرف کنندگان داشته باشند تا بیش از حد خرید نکنند و دوم این که دلار آمریکا در مقابل سایر ارزها قوی شده است. خرده فروشان داخل آمریکا که فکر می‌کردند آخرین افزایش قیمت را در سال ۲۰۱۴ دیده‌اند، در حال تطبیق قیمت‌های خرده فروشی با افزایش قیمتی که در ۳۰ روز گذشته اتفاق افتاده و تا ماه آینده ادامه خواهد داشت، هستند. بارگیری داخلی و صادرات در ماه اکتبر امسال بسیار مایوس کننده بوده‌اند، اما بنظر می‌رسد که خرید و فروش‌ها در ماه نوامبر افزایش پایداری دارند. در حال حاضر چشم انداز محصول سال ۲۰۱۶ نامشخص است اما میزان بارندگی و سرما در ابتدای فصل زمستان، طبیعی بوده است.

در طی ماه اکتبر، میزان محصول سال ۲۰۱۵ به عدد ۱۲۶ هزار و ۸۶۹ تن رسید که حدود هزار تن بیشتر از اکثر تخمین‌ها است؛ چون حجم محصولی که از ۲ بار برداشت به دست آمد مقداری بیشتر از حد انتظار بود. ممکن است تا پایان ماه نوامبر، مقدار محصول امسال مجدداً مورد بازنگری قرار گیرد ولی تفاوت معناداری با عدد اعلام شده نخواهد داشت. میزان پسته دهن بست ۱۳ درصد بیشتر از سال

نقد و بررسی وضعیت آبیاری باغات پسته در استان کرمان



روز بدتر نیز می‌شوند ضمن کاهش عملکرد باغات پسته برای کلیه باغداران محدودیت ایجاد کرده است.

- کاهش درآمد کشاورزان پسته کار بدلیل کاهش عملکرد باغات و افزایش هزینه‌ها به دلیل ثبات نرخ ارز.

- عدم اطمینان به آینده منابع آب و همچنین هزینه سرمایه گذاری زیاد باعث شده که کشاورزان همواره با ریسک عدم بازگشت سرمایه مواجه باشند.

- افزایش قیمت لوله‌ها و تجهیزات آبیاری در سالهای اخیر، علیرغم کاهش قیمت نفت و دریافت اقسام یارانه‌های پنهان و آشکار توسط شرکتهای تولید مواد پتروشیمی

- ضعف در تحقیق روی سیستم‌های آبیاری و معرفی مناسب‌ترین و کارآمدترین سیستم آبیاری به کشاورزان و حتی عدم تحقیق در خصوص ابداع سیستم‌های جدیدی که بتواند شامل مالکین اراضی خرد نیز شود.

حال باجمع‌بندی موارد یاد شده و اینکه دیگر فرصتی برای حفظ منابع آبی باقی نمانده، لزوم تسریع در تصمیم‌گیری و اعمال سیاست‌های مناسب در بخش آب در اولویت است.

امید داریم در شماره بعد نشریه انجمن به تشریح تعدادی از راهکارهای کارشناسی، بخصوص رفع محدودیت‌ها در بخش خرده مالکی با معرفی سیستم‌های جدید و مزایای آنها بپردازیم.

عضو پیوسته انجمن پسته ایران

روی کشاورزان جهت استفاده از یارانه‌های این بخش؛ به عنوان نمونه امروزه بخش عمده‌ای از باغات پسته استان فاقد سند بوده و یا وضعیت آنها از نظر منابع طبیعی نامشخص است؛ بنابراین کشاورز نمی‌تواند از ملک خود به عنوان مورد وثیقه استفاده کند.

- ضعف در ترویج و اطلاع‌رسانی مناسب راجع به سیستم‌های نوین آبیاری با توجه به اهمیت آب و بحرانی بودن آن؛ این موضوع به قدری اهمیت دارد که ورود رسانه‌های گروهی مثل صدا و سیما ضروری به نظر می‌رسید و انتظار کمک بیشتری از رسانه‌ها در موضوع فرهنگ سازی برای مصرف بهینه آب وجود داشت. لزوم آشنا کردن مردم با مصرف بهینه آب، حتی برای مصارف شرب و خانگی نیز یک ضرورت انکارناشدنی است.

- ضعف در طراحی و اجرای سیستم‌های آبیاری و کیفیت پایین لوازم در ابتدای امر موجب شکست تعدادی از طرحها شد و عدم پیگیری جهت اصلاح آنها باعث ایجاد تبلیغات منفی و بدبینی کشاورزان شد.

- خرده مالک بودن باغات که نقش بسیار مهمی در این زمینه داشته است. بدلیل دشواریها و ابعاد مختلف مساله در طراحی و همچنین عدم توافق خرده مالکین، راه حل ساده‌ای برای اجرای این طرحها در این باغات وجود ندارد و متأسفانه این گروه، بخش عمده‌ای از باغات پسته را به خود اختصاص داده‌اند. واقعیت این است که بین ۳۰ تا ۴۰ درصد از باغات به قدری کوچک و خرد هستند که امکان اجرای سیستم وجود ندارد.

- روند رو به افول کیفیت آبهای کشاورزی که هر

احمد یعقوبی* - با گذشت بیست سال از آغاز تجهیز باغات پسته استان به سیستم‌های نوین آبیاری، تنها ده درصد از کل باغات به این نوع سیستمها مجهز شده‌اند. با توجه به راندمان پایین آبیاری غرقابی (حدود ۵۰ درصد) و نظر به لوله کشی اکثر خطوط انتقال آب به باغات، می‌توان نتیجه گرفت که نیمی از آب مصرفی در کشاورزی در اثر تبخیر از سطح خاک یا نفوذ عمقی و یا عدم یکنواختی در پخش، به هدر می‌رود. این واقعیت که بخش کشاورزی، عمده مصرف‌کننده آب است؛ لزوم توجه به بهره‌وری بهینه از آب در این بخش را دو چندان می‌کند. حال این سوال به ذهن متبادر می‌شود که چرا با گذشت ۲۰ سال نتوانسته‌ایم تغییر عمده‌ای در روش آبیاری باغات استان ایجاد کنیم؟

برای پاسخ به این پرسش به اجمال برخی از عوامل موثر در بوجود آمدن وضعیت فعلی اشاره می‌شود: - بی ارزش یا کم ارزش بودن آب برای مصرف‌کننده؛ یعنی اگر در سه دهه قبل آب مصرفی قیمت و ارزش واقعی خود را داشت چه بسا بسیاری از فعالیتهای به ظاهر پر بازده ایجاد نمی‌شد و از طرفی ملاحظات اقتصادی، انگیزه کافی برای استفاده بهینه از آب ایجاد می‌کرد.

- ضعف در نظارت بر برداشت آب از منابع و عدم کنترل مقدار برداشت بطور دقیق؛ شاید اگر از ابتدا سخت‌گیری در برداشت از منابع آبی وجود داشت کشاورزان مجبور به استفاده از سیستم‌های نوین آبیاری و صرفه‌جویی در مصرف آب بودند.

- عدم کفایت منابع مالی و حمایتی دولت برای ترغیب کشاورزان به استفاده از سیستم‌های نوین آبیاری و همچنین مشکلات اداری و بانکی پیش

عوامل مهم در تعیین قیمت پسته در بازارهای جهانی



بازار پسته این روزها بازاری کم رونق است و وضع بسامانی ندارد. متوسط قیمت هر کیلو پسته صادر شده ایران در ابتدای سال کمی بیش از ۹/۵ دلار بود که اکنون به کمتر از ۸/۵ دلار رسیده است. این در حالی است که تنها رقیب پسته ایران در بازارهای جهانی آمریکا است که نه تنها قیمت محصول صادراتی خود را پایین نیاورده بلکه افزایش قیمت هم داده است. در جستجوی تعیین عوامل موثر بر قیمت پسته و تحلیل رفتار بازارهای فروش و مصرف آن پای صحبت های مهدی آگاه از مطلعین صنعت پسته نشستیم. در ذیل مشروح نظرات وی در این خصوص آورده شده است. ابوالفضل زارع نظری

سال به تدریج برای مصرف در بازار داخل و خارج عرضه کند. متأسفانه در ایران این ابزار موجود نیست. اگر هم هست، تناسبی با نیاز بازرگانی پسته ندارد و همان میزان اندک تسهیلات اغلب با بهره های بانکی نامتعارف همراه است. در سال های پرمحصول باتوجه به عرضه شدید در اول فصل و عدم کفاف نقدینگی، قیمت ها در مهر و آبان و آذر سقوط می کند. با توجه به آنکه مصرف پسته پر کشش است، این کاهش قیمت موجب افزایش قابل توجه مصرف و نتیجتاً افزایش تقاضا در بازار در ماه های پاییزی و زمستانی و تعطیلات نوروز می گردد. در این حالت گرچه ممکن است محصول به نظر بزرگ بیاید، اما افزایش مصرف ناشی از ارزانی، حجم وسیعی از محصول را تا پایان تعطیلات نوروز، چه در ایران و چه در بازارهای خارج، می بلعد. معمولاً در چنین سالهایی و با توجه به کشش عرضه اندک در پسته، محصول کافی از اردیبهشت ماه به بعد تا برداشت محصول جدید در دسترس نخواهد بود و قیمت ها در ماه های اردیبهشت تا شهریور و مخصوصاً با توجه به سال ناآوری که در پیش است، شروع به افزایش می کند. در طول چهل سال گذشته چنین پدیده ای را بارها ناظر بوده ام. متقابلاً در سالهایی که محصول پسته اندک است، در آغاز فصل باغدار برای محصول اندک خود قیمت های بالایی را در بازار مطالبه می کند. این قیمت های بالا به لحاظ کشش تقاضای بالای پسته، موجب کاهش شدید مصرف شده و از همان محصول سال ناآور مقدار بیشتری برای ماه های بعد از اردیبهشت باقی می ماند. در اردیبهشت ماه هم موجودی انبارها نسبتاً کافی است و هم سال آوری را در پیش رو داریم. بنابراین علیرغم محصول کم در چنین سالهایی، سال محصولی با افت قیمت پسته در نیمه دوم مواجه خواهد بود. این پدیده در سال محصولی ۱۳۸۳ که محصول فوق العاده کم بود، اتفاق افتاد و علیرغم انتظار باغداران همان محصول اندک هم به خاطر گرانی تماماً به فروش نرسید و مقدار قابل توجهی از آن همراه با کاهش قیمت در سال بعد یعنی سال ۱۳۸۴ به فروش رسید.

خیلی کالاها با محدودیت عوامل تولید از جمله زمان روبرو است. این مسئله در مورد محصولات کشاورزی به علت فاصله زمانی بین کاشت و برداشت به شدت محسوس است. پسته به زمان زیاد (حدود ۸ تا ۱۰ سال) از آغاز تصمیم گیری به تولید آن تا افزایش عرضه به بازار، نیاز دارد. کشش عرضه آن در کوتاه مدت بسیار ناچیز است. اگر قیمت پسته مثلاً به دلیل گرایش کشورهای جدید به مصرف پسته (مثل پیوستن طبقه متوسط در حال گسترش چین به مصرف) افزایش پیدا کند، این افزایش قیمت و سود دهی بیشتر، منجر به افزایش تولید تا سالها نخواهد شد. در نتیجه تولید کننده می تواند سالها در خوشی غلت بزند. در واقع برای افزایش تولید در کوتاه مدت چاره چندانی نیست. مثلاً سود دهی بیشتر می تواند موجب کود دهی و آبدهی باغات گردد و در یکی و دو سال بعد، اندکی به تولید و عرضه افزوده شود. به عبارت دیگر افزایش قیمت نمی تواند تا ۸ سال بعد منجر به افزایش کافی عرضه گردد و عملاً کشش عرضه پسته در کوتاه مدت صفر است. بنابراین آن افزایش قیمت می تواند برای سالها دوام پیدا کند. این امر در سالهای اخیر موجب سودآوری باغات مثمر پسته در کالیفرنیا تا بیش از ۲۰۰ درصد هزینه تولید گشته است. در واقع، تقریباً هیچ صنعتی در اقتصاد آمریکا نیست که سودآوری ایجاد باغ پسته را داشته باشد. این در حالی است که سایر صنایع آمریکا، سودی کمتر از ده درصد داشته اند. هیچگاه صنعتی در آمریکا نبوده که به مدت طولانی تا این حد سود داشته باشد. این سه ویژگی در مورد تعیین قیمت پسته در بازار اهمیت زیادی دارند. تولید پسته سال آوری دارد و در ایران عمدتاً در دست باغداران کوچک پراکنده است. از سویی دیگر ایران فاقد سیستم بانکی قوی و آزاد به معنای واقعی کلمه است. اگر چنین سیستم بانکی وجود می داشت، زمانی که عرضه محصول به بازار از سوی خرده مالکین و به طور هجومی صورت می گرفت، امکانات مالی در اختیار تجار قرار می دادند که بتوانند حجم زیاد پسته را خریداری و در طول

آقای آگاه! قیمت سالانه پسته پس از برداشت چگونه تعیین می شود و نوسانات فصلی آن تحت تأثیر چه عواملی است؟

پسته کالایی است که اگر دولت دخالت های خاص نکند به مانند هر کالای مصرفی دیگر قیمت آن نقطه تعادل عرضه و تقاضا در بازار است. اما قیمت پسته متأثر از سه ویژگی خاص است: ۱- صادراتی بودن این کالا؛ یعنی اینکه حدود ۸۰ درصد تولید پسته ایران به کشورهای دیگر صادر می شود. ۲- کشش تقاضای شدید این کالا؛ مفهوم کشش تقاضا (Elasticity of Demand) را با ذکر مثالی روشن میکنم. برخی از کالاهایی که مصرفشان در جامعه نسبتاً زیاد است، مانند گندم، اگر به میزان مثلاً ده درصد قیمتشان تغییر کند، تغییر چندانی در مصرفشان ایجاد نمی شود. در این حالت رابطه قیمت و تقاضا یک رابطه خطی نسبتاً کم شیب است. ارزان شدن گندم باعث نمی شود مصرف نان در جامعه افزایش چشمگیری پیدا کند. ممکن است در مقابل ۱۰ درصد ارزان شدن گندم، فقط ۳ درصد به مصرف نان اضافه شود. می گوئیم گندم کشش تقاضای اندکی دارد. اما برخی از کالاها، مانند گوشت یا تخم مرغ، اگر ارزان شوند تقاضا برایشان افزایش چشمگیری پیدا می کند. اینها کالاهایی هستند که مطلوبیت زیادی بین اقشار متوسط جامعه دارند اما به دلیل گرانی، تقاضا برای آنها محدود است. با کاهش ده درصدی قیمت این اقلام، اقشار وسیعی به جمع مصرف کنندگان آنها می پیوندند. میگوئیم کشش تقاضای گوشت یا تخم مرغ زیاد است. پسته جزو کالاهایی است که کشش تقاضای خیلی زیادی دارد. ۳- محدودیت کشش عرضه این کالا؛ مفهوم کشش عرضه (Elasticity of Supply) را با ذکر مثالی روشن می کنم. برخی کالاها نظیر نوشابه اگر به میزان ده درصد، قیمتشان افزایش پیدا کند با فاصله کوتاه و اضافه کردن یک شیفتر در کارخانه ها تولید و عرضه بسیار افزایش می یابد. اما معمولاً تولید مشکل تر از مصرف است و کشش عرضه در



آنچه که تا اینجا گفته شد مربوط به پسته ایران بود. در خصوص بازار پسته آمریکایی باید بگویم که در آنجا سیستم بانکی کارآمد وجود دارد و شرکتهای تجاری توانایی نگهداری ۵۰ تا ۱۰۰ هزار تن پسته را از سالی به سال دیگر با هزینه سود بانکی اندک دارند.

خیلی‌ها اول فصل منتظرند که ببینند شرکت‌های آمریکایی چه می‌گویند و چه قیمتی را تعیین می‌کنند؛ آیا قیمت پسته ایران متأثر از قیمت آمریکایی‌هاست؟

آمریکا حداکثر یک سوم پسته‌اش را در بازار داخل و ایران حدود ۲۰ درصد پسته‌اش را در بازار داخل می‌فروشد؛ بنابراین در مجموع حدود ۷۵ درصد پسته ایران و آمریکا در بازار جهانی فروخته می‌شود. یعنی اگر ایران و آمریکا را یک تولیدکننده حساب کنید ۲۵ درصد، مصرف داخل دارند و ۷۵ درصد پسته در بازار جهانی عرضه می‌شود. در نتیجه قیمت پسته تابع بازارهای مصرفی ایران و آمریکا نبوده بلکه بازارهای بزرگ وارداتی که ۷۵ درصد تولید جهانی را مصرف می‌کنند، طرف اصلی تقاضا بوده و در قیمت پسته بسیار تأثیر گذارند.

برای پسته مهم‌ترین بازارها در تعیین قیمت کدامند؟

عمدتاً و در اغلب سالها مهمترین عامل در تعیین قیمت پسته بازار بین‌المللی است که در طرف عرضه آن ایران و آمریکا و طرف مصرف آن چین و اروپا قرار دارند. اروپا زمانی مصرف کننده سالیانه ۹۰ هزار تن پسته ایرانی بود اما در حال حاضر مصرف پسته اروپا اعم از ایرانی و آمریکایی در حدود ۶۰ تا ۷۰ هزار تن در سال است. چین هم به تنهایی سالیانه حدود ۱۰۰ هزار تن واردات پسته از ایران و آمریکا دارد. در مجموع این دو بازار تقریباً نصف عرضه صادراتی پسته ایران و آمریکا را جذب میکنند. برای اطلاع از جزئیات، به آماری که در مقاله که در همین نشریه چاپ میشود، رجوع کنید.

میدانیم که در بازارهای مصرف خریداران متعدد وجود دارند. آیا در دو کشور اصلی تولیدکننده نیز رقابت کامل حکمفرماست؟

پرسش بسیار به جایی است. در بازارهای مصرف رقابت کامل حکمفرماست. اما در طرف عرضه، صادر کنندگان ایرانی متعدد بوده و هیچ شرکت صادراتی ایرانی در سالهای اخیر از انحصار در بازارهای صادراتی برخوردار نبوده است. این مطلب در رابطه با آمریکا صحت ندارد. تولید و عرضه کالا در آمریکا

متأثر از نقش تعیین کننده شرکتی به نام پارامونت (با تغییر نام اخیر به Wonderful) است. این شرکت کنترل تولید یک سوم پسته آمریکا و کنترل عرضه دو سوم پسته آمریکا را در دست دارد. به این معنا که حدود ۳۰ درصد را خودش تولید می‌کند و ۳۰ تا ۴۰ درصد پسته را هم به صورت تر از باغداران دیگر خریده و همراه با پسته‌های مزارع خود فرآوری میکند. پارامونت در آمریکا از نظر قیمت گذاری یک حالت انحصاری ایجاد کرده است. یعنی اینکه تعیین قیمت‌های خرید پسته تر از باغدار کالیفرنایی، همه ساله در گرو تصمیم شخصی صاحب این شرکت است. به عبارت دیگر رقبای تجاری وی در بازار نمی‌توانند به اتکاء ارزان خری از باغدار با وی رقابت مؤثر داشته باشند.

این شرکت به دلیل قدرت مالی بالا و بهره اندک بانکی برای تسهیلات دریافتی، می‌تواند محصول پسته و بادام خود را در مقیاسی که از نظر بازار تعیین کننده است، از سالی به سال دیگر در انبارهای خود نگه دارد. هم اکنون که محصول ۲۰۱۵ به تازگی وارد بازار شده است پارامونت قریب به پنجاه هزار تن از محصول ۲۰۱۴ را نیز در انبارهای خود ذخیره دارد، که با توجه به کاهش بیش از انتظار محصول ۲۰۱۵، حتی بیشتر از سالهای گذشته در کنترل عرضه پسته آمریکایی نقش دارد. این قدرت زیاد، عرضه پسته را از رقابتی بودن خارج کرده و میتواند در بلند مدت موجب اختلال در تعیین قیمت و کاهش مصرف پسته در بازار جهانی گردد. در دو سال محصولی ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ به نظر میرسد که این اتفاق آغاز شده باشد. با افزایش قیمت پسته در بازار از طریق کاهش عرضه، این شرکت عملاً در سالهای اخیر فضای کافی برای عرضه صادرات پسته ایران با قیمتهای مطلوب در بازارهای جهانی را فراهم ساخته است. در مجموع می‌توان گفت که این شرکت در رابطه با ایران تا کنون به رقابت قیمتی بر نخواست است. شرکت پارامونت بیشتر در بازارهایی که به لحاظ سخت گیریهایی بهداشتی، پسته ایران به هر حال با مشکل مواجه بوده، جایگزین پسته ایران شده بدون آنکه وارد رقابت قیمتی شود. از سوی دیگر با کمک امکانات مالی عظیم خود با ایجاد مارک تجاری واندرفول (Wonderful) و اختصاص ۲۹ میلیون دلار بودجه تبلیغاتی برای این مارک به عرضه مستقیم پسته در سوپرمارکتهای جهانی دسترسی یافته است.

این شرکت معمولاً نقش یک محترک خوب را ایفا

میکند. محترک در اقتصاد تولید انبوه نقش بسیار مفیدی دارد، مگر در کالاهایی که تجاری نباشند. اینکه ما کلمه محترک را خیلی بد می‌دانیم مربوط می‌شود به زمانی که گندم قابل نقل و انتقال نبوده و کالایی تجاری محسوب نمی‌شده است. اگر مثلاً در تبریز تولید مازاد گندم داشتید و در ناحیه یزد کمبود گندم، در یزد مردم با قحطی روبرو بودند و به هیچ وجه وسیله و امکان حمل گندم مازاد از تبریز به یزد وجود نداشت. در آن زمان افرادی بودند که در زمان کمبود، گندم را ذخیره و با پیش آوردن زمان قحطی به سود کلان دست می‌یافتند. این کار بسیار وحشتناکی بود و محترک هم بسیار منفور. اما برای کالاهایی که قابل نقل و انتقال بین‌المللی هستند محترک نقش متعادل کننده بازار را بازی می‌کند. در واقع محترک کسی است که زمانی که کالا ارزان است می‌خرد و زمانی که گران است می‌فروشد. اگر به رابطه عرضه، تقاضا و قیمت نگاه کنیم؛ می‌بینیم که محترک بزرگ‌ترین خدمت‌کننده در تعادل قیمت در بازار کالاهای قابل تجارت است. زیرا زمانی که قیمت پایین است و تقاضا کم، محترک به عنوان خریدار وارد بازار شده و از افت بیشتر قیمت که به زیان تولید کننده است پیشگیری می‌کند. متقابلاً در زمانی که تقاضای زیاد باعث افزایش قیمت شده، کالای انبار شده را برای کسب سود به بازار عرضه می‌کند و این از افزایش قیمت بیشتر کالا که به زیان مصرف کننده است پیشگیری میکند. با این استدلال است که احتکار پسته توسط پارامونت هم برای تولید کننده ایرانی و هم برای مصرف کننده چینی تبعات نیک به ارمغان می‌آورد.

قیمتی که در حال حاضر این شرکت تعیین کرده از ۱۲ دلار بیشتر است؛ آیا این قیمت خرید از باغدار است یا قیمت فروش؟

این قیمت فروش است؛ برای تحویل به صورت F.A.S. در بنادر کالیفرنیا یعنی کانتینر روی اسکله پای کشتی آماده برای بارگیری. تقریباً این معادل شرایط فوب (F.O.B.) است. تنها تفاوت این دو در هزینه بارگیری به کمک جرثقیل است. به خاطر خرید پسته تر توسط شرکتهای تجاری در آمریکا قیمت‌های فروش پسته توسط باغدار در آمریکا سهم کمتری از قیمت فروش صادراتی را تشکیل می‌دهد تا در ایران که باغدار معمولاً پسته فرآوری و تمیز شده خندان خشک را آماده صادرات به تاجر عرضه می‌کند. در ایران معمولاً باغدار ۹۵ درصد قیمت فوب بندر عباس را دریافت می‌کند در حالیکه در



داد و روی قیمتش هم پافشاری کرد و در نتیجه پسته‌هایی که مانده‌اند عمدتاً پسته‌هایی است که در انبارهای شرکت پارامونت وجود داشته‌اند.

ورود مغزیات دیگر به عرصه بازار پسته، منحنی کشش عرضه پسته را می‌شکند. اولین بار است که پارامونت با این وضع مواجه شده است. پارامونت در سال گذشته و سال جاری نتوانسته نفع خودش و نفع عموم را کاملاً حفظ کند. قیمت بالایی که الان گذاشته شده باعث می‌شود که پسته‌های آمریکایی در انبار بمانند و پسته ایرانی فروش برود.

سال آینده اگر اوضاع عادی باشد و سرمای کافی در زمستان وجود داشته باشد، آمریکا ظرفیت تولید ۴۰۰ هزار تن پسته را خواهد داشت. با این اوضاع یا باید قیمت‌ها را بسیار پایین بیاورد و بازار خودش را بشکند، و یا با عدم کشش تقاضا نسبت به این تناژ روبرو شود.

در خصوص قیمت‌گذاری داخل ایران روی هر کالایی، اینکه گفتید دولت و حکومت در قیمت‌گذاری دست می‌برند دلیلش چیست؟

چیزی جز کسب محبوبیت می‌تواند باشد؟
بله - دزدی هم؛ بزرگترین انگیزه دخالت‌کننده‌ها در قیمت، به وجود آوردن حاشیه برای سوء استفاده است. در ایران هر چه را که بازار، قیمتش را تعیین نمی‌کند و دولت تعیین می‌کند، در واقع دولت نه، افراد ذی نفوذ در دولت تعیین می‌کنند، قیمت همیشه زیر قیمت بازار تعیین و در نتیجه موجب ایجاد رانت می‌شود. کالا را به قیمتی می‌فروشند که هر کس بخرد سود می‌کند، پس برای خرید صاف به وجود می‌آید. در بین این صف خریدارها، شما یکی را انتخاب می‌کنی و به او می‌فروشید. مثلاً آن را که فرزندت را در مدرسه غیرانتفاعی‌اش قبول کند، یا آن که را انتخاب می‌کنی که هر روز میوه خیلی خوبی برایت بفرستد، به یکی سهمیه این کالا را می‌دهی چرا که یک کار خلاف شرعی برایت انجام دهد، از یکی هم که مطمئنی و واسطه داری، رشوه می‌گیری و به او امتیاز می‌دهی، علتش این است. شرم اجازه نمی‌دهد که انگیزه اصلی بیان شود؛ می‌گویند این کالا را ما ارزان می‌فروشیم که به مردم خدمت کنیم!! نمی‌گویند که این کالا مال کی بوده؟! شما دارید کالای مردم را می‌فروشید.

ارزانش می‌کنید که به آن‌ها خدمت کنید؟! این شیادی بزرگ را رسانه‌های ایران در مغز ما فرو کردند که: فروش اموال مردم ایران به قیمت پایین خدمت به مردم ایران است!

داشته؛ که از آن حاشیه سود می‌تواند امسال به نفع باغدار چشم پوشی کند. به این علت این کار را انجام می‌دهد که با افزایش قیمت باغدار، رقبای تجاری اش در آمریکا بیشتر ضربه می‌بینند. چون خودش باغدار هم هست، نیمی از این افزایش قیمت باغدار را در جیب دیگر خودش ریخته است.

آیا قیمت دلاری پسته قابل افزایش یا قابل نگهداری است یا ممکن است زبادی ترقی کرده باشد؟

قیمت پسته قبل از انقلاب حدود ۳ دلار برای هر کیلو بود و در تمام ۲۵ سال اول بعد از انقلاب تنها به کمتر از پنج دلار افزایش یافت. اما در سالهای اخیر، پارامونت قیمت پسته را به بالاتر از ۱۲ دلار رسانده است. به نظر حقیر، فزونی تقاضا نسبت به عرضه تا قیمت هر کیلو ۹ دلار، کشش کافی برای جذب کل محصول را به بازار می‌داد. اما با افزایش قیمت توسط پارامونت به بالاتر از ۱۰ دلار، بادام هندی را که به صورت مغز ارائه می‌شود به رقیبی برای پسته تبدیل کرد. در این حالت می‌توان قسمتی از تولید بادام هندی را جزئی از عرضه پسته تلقی کرد. به عبارتی در قیمت‌های بالای ده دلار مصرف‌کننده ترجیح می‌دهد که به جای پسته، بادام هندی مصرف کند. پیش بینی حقیر آن است در قیمت‌های جدید، فروش پسته آمریکایی کاهش یافته و دیر یا زود پارامونت با تحمل ضرر، پسته های انباشته خود را در قیمتی در حدود ده دلار به بازار روانه سازد.

تا به حال نفع پارامونت با نفع باغدار و با نفع بازار یکسان بود، یعنی پارامونت پسته‌ای را که در اول فصل، تقاضا برایش کم بود می‌خرد و این پسته را در زمان کمبود، عرضه می‌کرد و چون روی هم رفته تقاضا بیش از عرضه بود پارامونت سود می‌برد و موفق می‌شد. پارامونت امسال قیمت را به بالای ۱۲ دلار رساند. به نظر من از نظر منافع خودش اشتباه کرده و هر کس به منافع خودش ضرر بزند به بازار و دیگران هم ضرر می‌رساند.

سال گذشته این مورد را تجربه کردند، چرا امسال دوباره دارند همان کار را تکرار می‌کنند؟

امسال مطلب دیگری پیش آمد که استثنایی است و در تاریخ پسته آمریکا حداقل در سال‌های اخیر بی‌سابقه بوده است. امسال برداشت محصولشان در واحد هکتار به شدت افت کرده است. پارامونت در خصوص پسته سال قبل قیمت‌ها را بالا قرار

آمریکا باغدار سهمش چیزی در حدود ۷۰ درصد قیمت F.A.S است و هزینه فرآوری از جیب صادرکننده پرداخت می‌شود. هزینه های فرآوری به خاطر ماشین آلات گران در آمریکا بسیار از ایران بیشتر است.

شما اطلاعی از قیمت باغدار کالیفرنایی دارید؟

گاهی اوقات اطلاع می‌گیرم. می‌دانم که اوائل، قیمت‌ها از حدود ۱ دلار و ۲۰ سنت برای هر پوند شروع شد، که آن موقع هزینه باغی‌اش برای هر پوند ۹۰ تا ۹۵ سنت بود. در سال‌های اخیر قیمت زمین پسته‌ای ده‌ها برابر شده، قیمت باغ بالا رفته بنابراین هزینه استهلاک بیشتر می‌شود. اکنون که قیمت صادراتی به ۵ دلار و ۴۰ سنت افزایش یافته قیمت فروش باغدار به پارامونت چیزی در حدود ۳ دلار و ۷۰ سنت برای هر پوند است. می‌دانم که اختلاف زیاد است و مثل ایران نیست که در مقابل قیمت چین، باغدار ۹۵ درصد بگیرد. اتفاقاً مهمترین دلیلی که باغداران ما با وجود برداشت کمتر در هکتار، می‌توانند با باغداران کالیفرنیا رقابت کنند، این است که هزینه بخش تجاری برای باغداران ایرانی کم و برای سود خود به حجم صادرات زیاد متکی ولی به حاشیه سود اندک قانند.

آیا رابطه ای بین قیمت آمریکایی‌ها و قیمتی که تجار از کشاورز ما خریداری می‌کنند، وجود دارد؟

به طور مستقیم خیر. همانطور که گفتم بزرگ‌ترین بازار مصرف ما چین است و به طور متوسط ۹۵ درصد قیمت فروش، نصیب باغدار ایرانی می‌شود. ممکن است که در سال‌های اخیر سهم باغدار یکی، دو درصد کم شده باشد.

مخصوصاً به واسطه تحریم‌ها، آوردن پول به ایران هزینه‌بر بوده است. در آمریکا سهم باغدار چیزی حدود ۷۰ درصد قیمت صادراتی است. از این جهت که هر دو در بازار چین با هم رقابت می‌کنند، بین قیمت پسته ایرانی و آمریکایی رابطه وجود دارد.

سال گذشته که آمریکایی‌ها پسته‌شان را گران کردند، چین خریدش را از آمریکا نصف و خرید از ایران را دو برابر کرد. رابطه وجود دارد، اما نه بین قیمت باغدار ایرانی و باغدار کالیفرنایی. مثلاً ممکن است شرکت پسته و بادام و اندرفول (پارامونت) در بازار بین‌المللی، امسال قیمت را هشت درصد بالا برده باشد و به باغدار بیست درصد اضافه پول بدهد. چون یک حاشیه سود کلانی برای این شرکت وجود



هرس درختان پسته

حشرات).
زمان هرس
درخت پسته را همانند سایر درختان همه ساله در زمستان و هنگام خواب و بعد از خزان یا برگ‌ریزان هرس می‌نمایند. هرس زمستانه باعث ضعف کمتر و تقویت بیشتر جوانه‌های باقیمانده درخت می‌شود. عملیات هرس باید پس از ریزش برگ و قبل از تورم جوانه‌ها در اواخر زمستان انجام شود. اما هرس تابستانه اغلب در درختان جوان پسته قبل از باردهی صورت می‌گیرد. هرس در درختان بالغ جهت حذف شاخه‌های بیمار، معیوب و مانع در مسیر رفت و آمد باغ انجام می‌شود. جهت محدود نگه داشتن اندازه درخت، هرس سربرداری و تنک شاخه بصورت سالیانه الزامی است.

اهمیت هرس از بدو کاشت درخت
درختان پسته از همان نونهالی دارای رشد قطری کمی هستند، در نتیجه شاخه‌ها به راحتی در برابر باد خم می‌شوند و به هر سمتی می‌پیچند،

۲- کاهش و اصلاح رشد رویشی؛
۳- افزایش نفوذ نور خورشید و هوا به تاج درخت؛
۴- افزایش نفوذ سموم دفع آفات گیاهی و همچنین محلول پاشی مواد غذایی؛
۵- تربیت درخت با اسکلت‌بندی مناسب و مقاوم؛
۶- تحریک درخت جهت جوانه‌زنی و رشد مطلوب مخصوص در درختان مُسن؛
۷- اصلاح و برطرف کردن مشکلات ناشی از هرس نامناسب در طول سال‌های گذشته؛
۸- کاهش برخی هزینه‌ها از جمله سم‌پاشی، برداشت محصول و همچنین تسهیل در انجام عملیات مکانیزه؛
۹- کاهش قابل توجه نیاز آبی؛
۱۰- ایجاد فضای مناسب با حذف کامل درخت در تراکم‌های بالا؛

۱۱- کاهش سال‌آوری؛
۱۲- ایجاد فرم و شکل مناسب و سهولت در پیدا کردن شاخه‌های آلوده و عوامل خسارت‌زا (آفات و

رضا خلیج آزاد* - هرس درخت یکی از مهمترین هنرهای باغبانی است و از آن با عنوان قلب باغبانی یاد شده است. به کلیه عملیاتی که باعث قطع کامل و یا جزئی شاخه، ریشه، پوست، برگ، گل و یا میوه می‌گردد، هرس گفته می‌شود. هدف از این کار هدایت، تربیت، تاثیر بر نحوه رشد و باروری گیاه می‌باشد. هرس درخت همراه با سایر عملیات از قبیل آبیاری، کوددهی و تغذیه، کنترل آفات و بیماری‌ها، تولید میوه بهتر و بیشتری را تأمین و تضمین می‌کند. هرس اصولی باعث افزایش طول عمر اقتصادی درخت می‌شود.

البته باید به خاطر داشت که به همان میزان که هرس خوب می‌تواند برای درخت سودمند باشد؛ هرس بد می‌تواند زیان‌آور و خسارت‌زا باشد.

اهداف هرس

۱- حذف و قطع شاخه‌های آسیب دیده و شکسته، آلوده، رو به پایین، در هم گیر کرده، خشک و بلند یا شلاقی؛



شاخه‌های بارده و محدود کردن رشد عرضی در بین ردیف‌ها می‌باشد. از بین بردن و قطع پاجوش‌ها که دارای رشد عمودی هستند و

همچنین تنه‌جوشها ضروری است، زیرا این شاخه‌ها مصرف‌کننده و مکنده آب و مواد غذایی بوده و قطع آنها تأثیر مستقیمی در رشد و میزان میوه‌دهی خواهد داشت.

هرس درخت بارده

با انجام هرس فرم در دوران نونهالی و رسیدن درخت به بلوغ و شروع به تولید جوانه گل و باردهی، هرس درخت شروع می‌شود که این هرس در واقع تنک کردن شاخه، هرس سربرداری، هرس شاخه‌های مزاحم و خشک و آلوده و یا پاجوش‌ها می‌باشد.

سربرداری شاخه‌هایی که رشد زیادی دارند (شلاقی) ضروری می‌باشد.

افزایش تراکم شاخه در تاج درخت باعث کاهش نفوذ نور و تهویه هوا می‌شود که خود عامل مهمی در کاهش محصول، تولید رطوبت و تولید قارچ و باکتری می‌باشد.

اما دانستن اینکه کدام شاخه آلوده است نیاز به تجربه و مشاهده چند باره دارد تا در صورت هرس بتوان شاخه‌ها را پیدا کرد و قطع نمود. ولی متأسفانه مشاهده می‌شود که بیشتر باغداران و هرس‌کاران اطلاع چندانی از این موضوع ندارند و فقط به طور معمول با قیچی و یا اره چند شاخه را حذف می‌نمایند، که این کار درست نیست و هرس شمرده نمی‌شود.

نقش هرس درختان بارده (باغات پسته)

- داشتن فرم مناسب جامی باز (گلدانی)؛
 - تعادل تولید محصول در سال‌های مختلف؛
 - سهولت ورود به تمام قسمت‌های درخت و داشتن دید مناسب؛
 - افزایش میزان محصول تولیدشده؛
 - افزایش اندازه دانه و تعداد دانه در خوشه؛
 - افزایش درصد خندانی میوه؛
 - کاهش پوکی؛
 - سهولت در عملیات سم‌پاشی و برداشت محصول؛
 - فضای مناسب جهت انجام عملیات مکانیزه؛
 - تسهیل در کارهای دستی و یا عملیات سنتی در باغات خرده مالکین؛
 - جلوگیری و پیشگیری از رشد قارچ‌ها و باکتری‌ها؛
 - سهولت در نفوذ نور خورشید و هوا.
- * عضو وابسته انجمن پسته ایران



جلوگیری از سایه‌اندازی درخت، افزایش در رشد

بنابراین هرس درخت پسته از همان سال اول کاشت الزامی است. هدف از هرس درختان پسته از سال اول تا سوم، رشد مناسب و تک پایه و شاخه‌زایی جهت پیوند بعد از سربرداری می‌باشد. در دوره بلوغ به منظور یکنواختی و تعادل در تولید سالانه محصول، افزایش شاخه‌های میوه‌دهنده و همچنین فرم مناسب، کنترل دو پدیده سال‌آوری و غالبیت انتهایی درختان پسته می‌باشد.

انواع هرس

۱. هرس فرم (تربیت) ۲. هرس درخت بارده

هرس فرم (تربیت):

هدف از انجام هرس فرم، تربیت و پرورش درخت بعد از انجام عمل پیوند، ایجاد اسکلت محکم و پایدار، شکل و فرم مناسب (فرم جامی باز یا گلدانی)، تحریک رشد شاخه‌های مناسب جهت بوجود آمدن تاج موزون و هماهنگ و بالا بردن میزان رشد شاخه‌های باقی‌مانده و سالم می‌باشد. اجرای هرس فرم از همان سال اول شروع شده و اسکلت اولیه درخت شکل می‌گیرد، ولی باید بسته به نیاز هر ساله انجام هرس صورت گیرد. با توجه به عملیات مکانیزه در برداشت و سایر عملیات باغبانی و کاهش آلودگی شاخه‌ها و میوه در تماس با زمین، پرورش درختان تک پایه با فرم مناسب ضرورت دارد.

عوامل مهم هرس درختان بالغ

A- سال‌آوری: هرس سربرداری باعث تشدید شاخه‌زایی، شکل‌گیری جوانه گل و بوجود آمدن میوه می‌شود و انجام هرس تنک شاخه در فصل هرس باعث تعادل محصول در سال پر بار و کم‌بار می‌گردد و بدین صورت هرس باعث کاهش سال‌آوری می‌شود.

B- غالبیت انتهایی: پدیده‌ای است که در آن درخت رشد زیاد و قابل توجهی کرده و رشد شاخه‌ها بیش از حد بوده و به ۶۰-۵۰ سانتیمتر می‌رسد، لذا باید هرس سربرداری انجام شده و رشد اضافه درخت قطع گردد. هدف از این هرس جلوگیری از رشد طولی و بی‌رویه، تقویت و تولید شاخه‌های زایشی و جوانه گل است.

C- تنک شاخه: تنک کردن همان کم کردن تعداد شاخه‌ها در تاج درخت است که جهت کوچک کردن تاج درخت، افزایش و سهولت در نفوذ نور و هوا و

آفت سوسک سرشاخه خوار درختان پسته

زین العابدین خواجه پور* - سوسک سرشاخه خوار با نام علمی (*Hylesinus vestitus*) یکی آفات مهم در مناطق پسته کاری ایران است. این آفت با ایجاد سوراخ در بن جوانه‌ها و نفوذ در سرشاخه‌ها باعث خشک شدن جوانه‌ها، سرشاخه‌ها می‌شود. حشرات کامل این آفت به طول ۳-۴ ملیمتر به رنگ قهوه‌ای متمایل به سیاه می‌باشند. حشرات کامل از اوایل مهر ماه برای یافتن محل مناسب برای تخم گذاری در باغ‌ها به سمت درختان پسته ضعیف و صدمه دیده و درحال مرگ و سرشاخه‌های بریده و رها شده در باغ یا اطراف باغ پرواز می‌کنند. حشرات کامل

تکمیل رشد در انتها به شفیره تبدیل و سپس شفیره به حشره کامل تبدیل می‌شود. حشره کامل از اواخر فروردین از چوب بیرون آمده و روی درختان پسته تازه سبز شده مستقر می‌گردد

شدن سرشاخه‌ها می‌گردند. مبارزه:

مبارزه با این آفت با تله گذاری در پاییز و زمستان توسط چوبهای سرشاخه و شاخه های بالای دو سانتیمتر قطر به صورت دسته جات در باغ و اطراف آن و تعویض آنها هر یک ماه یکبار تا اسفند ماه و همچنین آویزان کردن قوطی های حاوی مواد نفتی در زیر درختان جهت فرار آفت و در نهایت مبارزه شیمیایی با فرمول: نفت ۱۰-۱۵ لیتر، صابون مایع ۳-۲,۵ لیتر، سم فنیتروتیون ۲-۱,۵ لیتر در هزار لیتر آب بصورتیکه نفت را کم کم در صابون مایع ریخته و بهم زده و سپس سم را در مقداری آب در تانکر ریخته و مخلوط نفت و صابون را به



آن اضافه می‌کنند و با آب به حجم می‌رسانند و سپس در حالیکه محلول فوق مرتب بهم می‌خورد اقدام به سم پاشی می‌کنند و در آخر مقدار بیست لیتر از محلول فوق در کف تانکر که از نفت بالایی برخوردار است دور ریخته می‌شود و سپس با صابون مایع پمپ شستشو می‌شود. * کارشناس ارشد حشره شناسی

و از محل زاویه میان سرشاخه و دمبرگ وارد جوانه های برگ و میوه می‌شود و تا دو سانتیمتر در چوب سرشاخه وارد شده و باعث تخریب جوانه و چوب سرشاخه می‌گردد. در نهایت تخریب جوانه‌ها باعث کاهش محصول سال آینده که از جوانه های سال قبل تولید می‌شود می‌گردند و از طرفی با تخریب سرشاخه‌ها باعث رشد شاخه های جانبی و جارویی

پس از استقرار روی بافت گیاه با جویدن پوست شاخه و سرشاخه‌ها به زیر پوست آنها نفوذ می‌کنند و با ایجاد کانالی موازی با طول شاخه و تنه (کانال مادری) تغذیه کرده و در دو طرف کانال به طور منظم تخم گذاری می‌کنند. پس از چند روز لاروها از تخم بیرون آمده در دو طرف کانال و عمود بر کانال مادری تغذیه کرده (کانال لاروی) و پس از



The logo features a stylized green leaf or pistachio shape with a small orange circle at the top, positioned to the left of the company name.

Nazari Co



info@nazari-pistachio.com

www.nazari-pistachio.com

آدرس: کرمان کیلومتر ۲ جاده
زنگی آباد شرکت پسته نظری

تلفن: ۰۳۴۳۲۷۱۹۹۵۹

فکس: ۰۳۴۳۲۷۱۹۹۵۶

ارگانی هیوم

نام آوران پیشرو کشاورزی آلی کریمان

[سهامی خاص]

100%
Organic

محصولی استثنایی
فرصتی طلایی

کشاورزان محترم؛ با محصولات ارگانی هیوم به افزایش محصول و کاهش هزینه دست یابید.

شرکت ارگانی هیوم با مشارکت بانک کشاورزی و ارائه تسهیلات به مشتریان خود فروش ویژه را آغاز نمود.



نوع تسهیلات به صورت اقساط ۱ تا ۳ ساله میباشد.

با مشارکت بانک کشاورزی

آدرس : کرمان - خیابان آبنوس، آبنوس ۸، برج آبنوس، بلوک B، طبقه ۸، واحد ۸۱

موبایل : ۰۹۱۳۶۶۶۴۲۵۲

تلفن : ۰۳۴-۳۲۴۶۹۰۳۹-۴۰

www.organihume.org

کالبنونیت

کود کلسیم دار و ضد شوری جدید

نحوه مصرف		
بعنوان کود	بعنوان اصلاح کننده خاکهای سدیک و آبشویی زمستانه	سیلوی کود
۵۰-۱۰۰ کیلوگرم در هکتار	۴۰۰-۱۰۰ کیلوگرم در هکتار	۵۰-۱۰۰ کیلوگرم به ازای ۱۰ تن کود دامی
زمان مصرف		
پسته : پس از برداشت - اسفند - اردیبهشت محصولات باغی و زراعی : طبق نظر کارشناس	بعد از خزان برگها و اوایل زمستان	زمان فراوری

مزایای کالبنونیت:

- ✓ شستشوی املاح مضر و کاهش شوری خاک
- ✓ افزایش پتاسیم قابل جذب توسط گیاه
- ✓ افزایش تحرک ریشه در ابتدای فصل
- ✓ افزایش ظرفیت بافری خاک
- ✓ کاهش اثر آنتاگونیسم با فسفر
- ✓ افزایش نفوذ پذیری خاک
- ✓ جلوگیری از عارضه لکه پوست استخوانی پسته، لکه تلخی سیب و پوسیدگی گلگاه گوجه فرنگی و ...
- ✓ تحرک سیستمیک بالای کلسیم در گیاه
- ✓ افزایش وزن میوه
- ✓ افزایش نسبت پتاسیم به منیزیم در برگ
- ✓ افزایش مقاومت گیاه در برابر آفات مکنده
- ✓ افزایش نسبت کلسیم به منیزیم در برگ

نحوه کاربرد : **حلالیت ۱۰۰٪**
 ✓ آبکود
 ✓ سیستم آبیاری
 ✓ با قابلیت کاربرد در سیستم هیدروپونیک

Guaranteed analysis

Cao	14 %
Polycarboxylate	16 %
N-total	4 %



باسکولهای دیجیتال جادهای پند



- مقاوم در برابر فرکانسهای رادیویی
- مقاوم در برابر شوکهای الکتریکی
- ضد آب
- مقاوم در برابر خوردگی و زنگ زدگی
- کاربرد مناسب در شرایط دمایی نامساعد

لودسل Loadcell

ISO 9002
CE
Ex

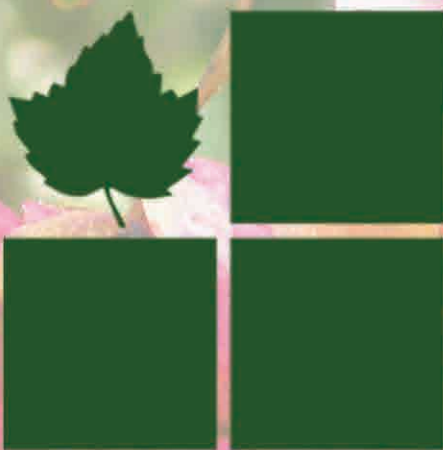
نمایشگر دیجیتالی PU850

حافظه نامحدود با دو نمایشگر مجزا

Ex
CE
IP65
OIML

باسکول بتن - فلز

- نصب سریع و آسان
- استحکام فوق العاده
- قیمت تمام شده پایین
- قابلیت نصب بصورت همسطح و برجسته
- دارای فریم فلزی (OPTIONAL)
- حداقل خاکی برداری جهت نصب باسکول
- فونداسیون پیش ساخته (شناژ ورودی و خروجی)
- مقاومت بالا در برابر بارهای دینامیکی و استاتیکی
- قابلیت جابجایی در کوتاهترین زمان ممکن
- دسترسی آسان به قسمتهای مختلف باسکول جهت تمیزکاری و تعمیرات
- مناسب برای شرایط آب و هوای سخت و محیطهای شیمیایی



بازارگان کالا

توسعه سرزمین مادری

Bazargan Kala

Developing Our Homeland

شرکت بازارگان کالا با بیش از دو دهه فعالیت در زمینه واردات نهاده های کشاورزی از معتبرترین شرکت های آمریکایی و اروپایی و تجارب ارزنده در زمینه مدیریت باغات پسته، خصوصا در زمینه تغذیه، مبارزه با آفات و بیماری ها و عملیات به زراعی و در راستای حقوق باغداران، آمادگی خود را جهت بازدید باغات پسته و ارائه خدمات مشاوره ای رایگان اعلام می دارد.

تهران، خیابان سنول، کوچه هفتم شرقی، پلاک ۱۰

تلفن: ۸۲-۸۸۲۱۰۶۷۸ / ۸۸۶۰۳۹۴۹

خط تلفن ویژه: ۰۲۱-۴۲۵۵۴ | دورنگار: ۸۸۲۱۰۶۸۳

www.bazargankala.com | info@bazargankala.com



طرح شراکتی امین پدیدار

با بیش از ۱۰ سال سابقه اجرا

راه حل مدیریت نوسانات قیمت پسته

باهداف

بالا بردن سرعت فرآوری
جلوگیری از ضرر و زیان اقتصادی باغداران و صادر کنندگان
اطمینان از فروش پسته و دریافت وجه آن
کاهش اضطراب ناشی از نوسانات بازار
افزایش امنیت نگهداری محصول



از شما دعوت می شود به ۲۵۰ باغداری بپیوندید که هم اکنون در این طرح مشارکت دارند

رفسنجان، خیابان مطهری، نبش مطهری ۵۲

همراه: ۰۹۱۳ ۱۹۱۲۱۲۱

فکس: ۰۳۴ ۳۴۳۲۲۲۸۶

تلفن: ۰۳۴ ۳۴۳۲۰۵۶۰

website: www.aminpadidar.com

email: a.alizadeh@aplgp.com



بازرگانے ابطحی و همکاران

-۹۱۳۳۹۱۳۱۴۵
-۹۱۳۳۹۲۳۱۲۵
-۹۱۳۳۹۱۲۵۹۸

سید محمود ابطحی
محمد رضا رنجبر
محمد رضا رجبی

خرید پسته



اصول کار ما :

دقت در قیمت گذاری

خرید به قیمت روز بازار

پرداخت در راس وعده

جلسه بررسی راه های افزایش تولید پسته (بهره وری)

عصر های سه شنبه در دفتر ما برگزار می شود

رفسنجان : اول جاده داوران (بلوار زائر) - نرسیده به میدان امام رضا

تلفن : ۰۳۴-۳۴۲۵۳۱۴۵ فکس : ۰۳۴-۳۴۲۶۳۱۴۵

www.abtahipistachio abtahipistachio@yahoo.com