



اطلاعاتی در مورد
ساختار صنعت
پسته آمریکا

سال سوم - نیمه دوم خرداد ۱۳۹۰ - شماره ۵۵

عبور از دیوار

گزارش سفر اعضای انجمن به کشور چین

به دنبال هماهنگی های انجام یافته، هیأتی ۲۰ نفره متشکل از باغداران، فرآوری کنندگان و بازرگانان عضو انجمن به کشور چین عزیمت نمود. این هیأت در فاصله هشتم تا بیستم خرداد ماه ۱۳۹۰ ضمن بازدید از شهرهای پکن و گوانگجو با پتانسیل ها و پیشرفت های کشاورزی و تجاری کشور چین در زمینه پسته آشنا شدند.

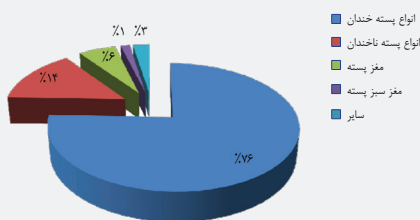
برخی اهداف این سفر عبارت بودند از:

معرفی انجمن پسته ایران و اهداف آن و چگونگی تولید پسته در ایران، آشنایی با وضعیت تولید پسته در چین، آشنایی با آخرین دستاوردهای تحقیقاتی و دانشگاهی این کشور در زمینه پسته، آشنایی با جدیدترین روش های باغداری و دانش تولید محصولات باغی و تبادل اطلاعات و دانش فنی با محققین و اساتید دانشگاهی، بازاریابی و گسترش تجارت پسته و صادرات مستقیم محصول تولیدی ایران به چین و ملاقات و مذاکره با بازرگانان و دست اندرکاران تجارت پسته با توجه به پتانسیل توسعه بازار و روند رو به رشد مصرف پسته در چین. بر این اساس در طی سفر، برنامه بازدیدها و ملاقات ها به منظور دستیابی به اهداف پیش بینی شده تنظیم و اجرا گردید که گزارش مربوطه و نظرات برخی اعضای هیأت اعزامی در صفحات ۲ تا ۹ تقدیم می گردد.

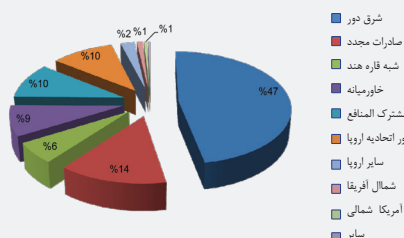


آمار صادرات پسته ایران در اردیبهشت ماه ۱۳۹۰

آمار صادرات انواع پسته ایران در هشت ماهه اول سال محصولی ۸۹-۹۰ (مهر تا اردیبهشت)



مهمترین مقاصد صادرات پسته ایران در هشت ماهه اول سال محصولی ۸۹-۹۰ (مهر تا اردیبهشت)



و ۳۱۹۳ تن نیز دیگر انواع پسته صادر شده است. بررسی مقاصد صادراتی پسته ایران در دوره هشت ماهه مورد بررسی مطابق نمودار شماره ۲ نشان می دهد که کشورهای شرق دور با ۵۷۸۵۵ تن و اختصاص ۴۷ درصد از کل صادرات به خود، مهمترین مقصد صادراتی پسته ایران بوده اند. بازارهای صادرات مجدد (ترکیه و امارات متحده عربی) با ۱۶۵۷۳ تن و ۱۵ کشور اصلی عضو اتحادیه اروپا با ۱۲۷۳۳ تن و اختصاص ۱۳/۵ و ۱۰/۴ درصد از کل صادرات پسته ایران به خود در مراتب دوم و سوم قرار دارند. کشورهای مشترک المنافع با ۱۲۵۴۹ تن و کشورهای خاورمیانه نیز با ۱۰۷۲۲ تن به ترتیب ۸/۷ و ۱۰/۲ درصد از کل پسته صادراتی ایران را دریافت نموده اند. برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت انجمن پسته ایران مراجعه فرمایید.

آمار منتشره گمرک جمهوری اسلامی ایران نشان می دهد که در اردیبهشت ۱۳۹۰، میزان ۸۹۷۴ تن انواع پسته صادر گردیده که نسبت به اردیبهشت ۱۳۸۹ (با صادرات ۷۷۴۴ تن) ۱۵ درصد رشد داشته است. جمع صادرات پسته ایران در دوره ۸ ماهه اول سال محصولی ۸۹ - ۹۰ (مهر تا اردیبهشت) برابر با ۱۲۲۷۹۵ تن بوده که نسبت به دوره مشابه سال قبل (با ۹۹۵۵۴ تن) ۲۳ درصد رشد نشان می دهد. صادرات اردیبهشت ماه ۷/۳ درصد از کل صادرات دوره هشت ماهه فوق الذکر را به خود اختصاص داده است. همانگونه که در نمودار مشاهده می گردد در دوره هشت ماهه مورد بحث ۹۲۸۳۵ تن (معادل ۷۶ درصد) پسته خندان، ۱۷۸۱۷ تن (معادل ۱۴ درصد) پسته ناخندان، ۷۲۱۰ تن (معادل ۶ درصد) مغز پسته، ۱۷۳۹ تن (معادل ۱/۴ درصد) مغز سبز پسته

گزارش سفر اعضای انجمن به کشور چین



پسته کالیفرنیا با نام تجاری شرکت پارامونت (wonderful) و نام تجاری چینی (گوشه سمت چپ تصویر) (pistachio)

ایران تشریح شد و کاتالوگ های معرفی مزیت های پسته ایران و فهرست اسامی اعضای انجمن و اعضای هیأت اعزامی و نوع فعالیت آنها در اختیار حضار قرا گرفت. طرف چینی نیز ضمن تشریح بازار پسته چین، نسبت به واردات مستقیم پسته از ایران (و نه از طریق هنگ کنگ) اظهار علاقه نمودند.

برخی شرکتهای چینی حاضر در جلسات مایل به واردات پسته برشته از ایران بودند. متأسفانه این ایده که پسته آمریکایی کیفیت بهتری داراست، از سوی برخی شرکتهای طرف مذاکره مطرح شد که هیأت ایرانی ضمن ارائه نمونه های با کیفیت پسته به تشریح مزایای بی رقیب پسته ایران پرداختند. به نظر می رسد علیرغم حضور نسبتاً طولانی مدت پسته ایران در بازار چین و فعالیت تعداد قابل توجهی از تجار ایرانی در هنگ کنگ، متأسفانه تلاش کمتری برای تبلیغات هدفمند و معرفی مزیت های عمومی پسته ایران انجام پذیرفته است.

در ادامه جلسه، بازرگانان ایرانی عضو هیأت اعزامی، در جلسات خصوصی تر با شرکت های منفرد چینی به مبادله اطلاعات تجاری پرداختند. متأسفانه یکی از ضعف های هیأت اعزامی عدم حضور بازرگانان مطرح پسته ایران در بازار چین بود که می توانست منجر به حصول نتیجه عملی در صادرات مستقیم پسته به چین گردد. با این وجود بازرگانان عضو هیأت با ایجاد ارتباط مستقیم با

پسته ایران ظهور کرد که می تواند در آینده ای نزدیک برخی از صادرکنندگان ایرانی را که بدون توجه به شاخص های کیفی اقدام به صادرات هر نوع پسته بی کیفیتی می نمایند، دچار مشکل کند.

در بازدیدها و ملاقات های هیأت اعزامی انجمن با تجار چینی و مدیران شرکت های تهیه و توزیع پسته، تأکید آنها بر موضوع کیفیت و تقاضای آنها برای دریافت محموله های با کیفیت بالا، بسیار جلب توجه میکرد. باید دانست که حفظ و ادامه حضور موفق پسته ایران در بازار رو به رشد چین تنها با احترام به تقاضای مصرف کنندگان برای دریافت محصول با کیفیت بالا، عملی خواهد بود.

نکته حائز اهمیت در مورد صادرات پسته ایران به کشور چین، آن است که بخش عمده این صادرات از طریق هنگ کنگ انجام می شود که دلیل آن استفاده از شرایط و مقررات بازار آزاد هنگ کنگ و اجتناب صادرکنندگان از پرداخت ۵ درصد تعرفه بنادر اصلی کشور چین می باشد.

ملاقات با اعضای اتاق بازرگانی پکن

در این سفر، اعضای هیأت اعزامی انجمن پسته ایران با اعضای اتاق بازرگانی پکن در محل هتل محل اقامت (هتل ماریوت پکن) دیدار و ملاقات نمودند. در این جلسه که با حضور بیش از ۲۰ نفر تجار عضو اتاق بازرگانی پکن انجام شد، پس از معارفه هیأت اعزامی و انجمن پسته ایران، قابلیت های تجاری و کیفی پسته

چین بزرگترین بازار صادراتی پسته ایران

در حال حاضر بازار چین بزرگترین بازار صادراتی پسته ایران محسوب می گردد. در دوره پنجساله گذشته به طور متوسط سالانه ۴۴ هزار تن از پسته ایران عموماً از طریق هنگ کنگ به این کشور صادر شده است. در هشت ماهه اول سال محصول ۹۰ - ۸۹ (مهر تا اردیبهشت) بیش از ۴۷ درصد صادرات پسته ایران با هدف ارسال نهایی به این بازار بارگیری شده است.

رشد اقتصادی سریع کشور چین در سال های اخیر، افزایش قدرت خرید مردم و ظهور طبقه ای از مصرف کنندگان مرفه، چشم انداز مصرف پسته به عنوان یک کالای لوکس را در این کشور بسیار امید بخش نموده است. بنابه گزارش رایزن بازرگانی سفارت ایران در چین، بررسی ها و تحلیل ها، رشد ۵۰۰ درصدی مصرف پسته در ۵ سال آینده در بازار چین را نوید می دهند.

اگر چه این بازار توسط رقیب اصلی پسته ایران یعنی آمریکا ایجاد شد، اما امروز ایران حاکم قدرتمند بازار پسته چین است و رقیب سهم کمتری از این بازار را در دست دارد.

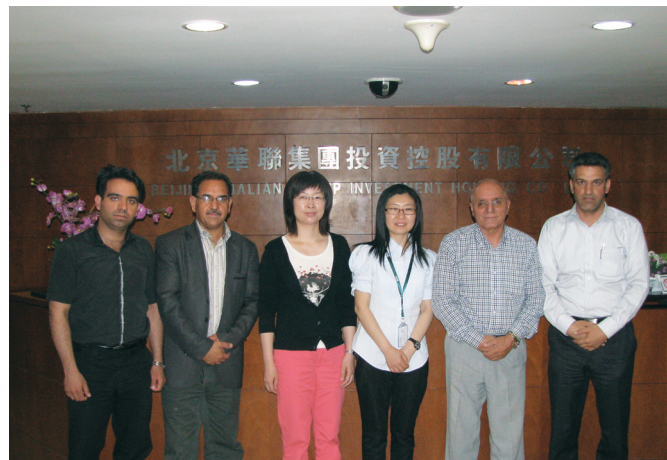
با این وجود نباید مغرور شد و آینده را نیز متعلق به پسته ایران دانست چراکه طبقه نوظهور پردرآمد چینی به تدریج خواهان محصول با کیفیت بهتر شده اند و در سال گذشته نشانه هایی از افزایش توقعات کیفی خریداران و تجار چینی واردکننده



انواع بسته بندی پسته در فروشگاه های زنجیره ای چین



کارخانه فرآوری و بسته بندی خشکبار در شمال پکن



جلسه کاری با مسئولین شرکت BHG

اعلام نموده است. این موضوع می تواند استراتژی شرکت پارامونت در نفوذ به بازارهای مهم پسته و از جمله چین را از طریق معرفی برند اختصاصی خود روشن نماید. تأکید بر ویژگی های کیفی که به تدریج حساسیت نسبت به آنها در مصرف کنندگان رو به افزایش است نیز از دیگر روش های اتخاذ شده این شرکت می باشد.

محصول پسته آمریکا تحت عنوان «پسته کالیفرنیا» با نام های تجاری دیگری چون «orchard peasani» نیز در بازار وجود داشت.

به طور کلی محصول عرضه شده در بازارهای مصرف از کیفیت پایینی برخوردار بودند.

بازدید از شرکت فرآوری و بسته بندی پسته در شهرک بادالین پکن

با هماهنگی های انجام شده، هیأت اعزامی از کارخانه فرآوری و بسته بندی تحت نام orchard peasani در شمال پکن بازدید نمود. این کارخانه با رعایت کامل اصول بهداشتی ساخت (GMP) و اصول بهداشتی تولید (GHP) تأسیس شده و بهره برداری می گردید. رعایت دقیق اصول و موازین بهداشت غذا در تمامی قسمت های ساختمان و تأسیسات و در تمام مراحل تولید مورد توجه اعضای هیأت قرار گرفت.

مذاکره با شرکت های تهیه و توزیع پسته BHG و COFCO

گروه های معینی از تجار عضو هیأت اعزامی در جلسات جداگانه با مدیران و مسئولین تجاری شرکتهای تهیه و توزیع مواد غذایی BHG و COFCO دیدار نمودند. این دو شرکت از بزرگترین شرکتهای تأمین، بسته بندی و توزیع مواد غذایی در چین می باشند که با دارا بودن فروشگاه های زنجیره ای در تمام نقاط چین و در شهرهای مختلف، شبکه گسترده ای برای فروش و عرضه مواد غذایی در چین ایجاد نموده اند.

اغلب محصول عرضه شده پس از بلیچ کردن (سفید کردن با استفاده از مواد شیمیایی) بسته بندی و به فروش می رسد.

قیمت محصول بسته بندی تقریباً هر کیلو ۴۰ هزار تومان است.

شرکت آمریکایی پارامونت محصول پسته را با برند اختصاصی خود (wonderful pistachio) در بسته بندی های شکل در فروشگاه های زنجیره ای عرضه می کند. نکته حائز اهمیت آن است که در روی این بسته ها قید شده که «پسته طبیعی کالیفرنیا بدون هر گونه بلیچ و سایر افزودنی ها» و در ادامه مشخصات پسته بدون بلیچ را شامل پوست شاخی کرم رنگ، مغز سبز روشن و پوست بنفش روی مغز

تجار چینی، زمینه ادامه همکاری ها را در آینده فراهم نمودند که امید است منجر به گشایش مسیر جدیدی برای صادرات به چین گردد.

بازدید از فروشگاه های زنجیره ای عرضه کننده پسته

هیأت اعزامی در دومین روز سفر از دو فروشگاه زنجیره ای عرضه کننده پسته در شهر پکن (فروشگاه زنجیره ای کفور Carrefour و BHG) بازدید نمودند. در این بازدید انواع پسته های موجود در بازار چین و انواع بسته بندی محصول، مورد توجه اعضا قرار گرفت. مهمترین یافته های این بازدید به شرح زیر بود:

محصول پسته در بسته های ۱۰۰ تا ۶۰۰ گرمی در دو فروشگاه مزبور عرضه می شد.



جلسه کاری با مسئولین شرکت COFCO



حضور هیأت در دانشگاه کشاورزی و جنگلداری پکن

پسته در چین را می توان به صورت زیر خلاصه نمود:
(۱) سابقه کشت پسته در چین به ده سال پیش باز می گردد.

(۲) در چین در سه منطقه پسته کاشت می شود و دانشکده کشاورزی پکن در این سه منطقه آزمایشاتی را انجام داده است که این سه منطقه عبارتند از:

الف. در مرکز چین منطقه ای به نام گن گو GANGU که بهترین برداشت را در این منطقه داشته اند. در این ناحیه هوا مساعد است و هوای خشک دارد و آب فراوان هم دارند چون نزدیک رودخانه زردچین می باشد در گذشته این ناحیه مرکز تولید برنج در چین بوده است. در این ناحیه ۱۵ هکتار باغ پسته به صورت آزمایشی توسط دانشگاه پکن احداث شده و در مجاورت آن، ۱۰۰ هکتار هم به صورت خصوصی باغ ایجاد شده است که پسته های آن ۵ ساله به بار می نشینند. از این ۱۱۵ هکتار در سالهای آور حدود ۵۰ تن و در سال های نیاور ۲۰ تن پسته خشک تولید می کنند.

ب. دومین ناحیه، به نام SHUFU در غرب چین و در ایالت سینگ کیانگ قرار دارد.

پ. سومین ناحیه در شرق چین و در منطقه HEBEI است.

دو ناحیه اخیر به دلیل مشکلات متعدد، در تولید پسته موفق نبوده اند.

(۳) از پایه پیستاجیوچینسیس استفاده می کنند که پایه ی بومی چین می باشد و بهترین برداشت را از آن کرده اند. پایه های دیگری مثل یوسی بی وان و آتلانتیکا هم جواب نداده است.

(۴) دو سال بعد از برداشت پیوند می زنند و سه سال بعد از پیوند محصول می دهد.

در خصوص وضعیت کشاورزی چین و فعالیت های تحقیقاتی دانشگاه ارائه نمودند. در ادامه در جلسه مشترک با محققین و متخصصین پسته دانشگاه، آقای نوید ارجمند به عنوان رئیس هیأت در خصوص صنعت پسته ایران و انجمن پسته و فعالیت های آن سخنرانی نمودند و پس از آن آقای دکتر Leng گزارشی از وضعیت پسته در چین و مشکلات توسعه آن در مناطق مختلف ارائه نمودند.

در این رابطه، مهمترین اطلاعات دریافتی در خصوص

پسته نیز از جمله محصولاتی است که توسط این دو شرکت و در بسته بندی های متنوع در بازار چین عرضه می گردد. این مسأله در بازدیدهای انجام یافته از فروشگاه های زنجیره ای نیز کاملاً مشهود بود. در مذاکرات فی مابین، نماینده انجمن پسته ایران ضمن تشریح مزیت های تجاری پسته ایران و پتانسیل های همکاری فی مابین این شرکت ها با اعضای انجمن، چهار ویژگی ممتاز پسته ایران یعنی طعم بی نظیر، درصد بالای مغز، قابلیت برشته گی در دمای بالا و تنوع در واریته، سایز و مزه که وجه تمایز پسته ایران با پسته دیگر کشورهاست را تشریح نمود و در ادامه اعضای منتخب هیأت اعزامی نیز فعالیت های خود در زمینه تولید و تجارت پسته را تشریح نمودند. در این جلسات کاتالوگ اسامی اعضای انجمن و نمونه های تجاری پسته به طرف چینی ارائه و از آنها برای بازدید از شرکتهای تجاری و صنعت پسته ایران دعوت به عمل آمد. نکته حائز اهمیت تأکید و تمایل این دو شرکت برای دریافت مستقیم و بدون واسطه پسته با کیفیت ایران بود.

برگزاری نشست های علمی در دانشگاه پکن

بر اساس برنامه ریزی های انجام یافته، هیأت ایرانی در سوم جون ۲۰۱۱ مطابق با ۱۳ خرداد ماه ۱۳۹۰ از دانشگاه کشاورزی و جنگلداری چین بازدید نمود. هماهنگی این ملاقاتها از طریق آقای پروفیسور لنگ (Leng)، که محقق اصلی پسته دانشگاه می باشد انجام پذیرفته بود. در ابتدای ورود، هیأت با پروفیسور «دو زیائولین» معاون دانشگاه دیدار نمودند که ضمن خوشامدگویی به اعضای انجمن پسته ایران توضیحاتی



گلخانه مدرن پرورش نهال محصولات باغی

ضرورت دارد این مراودات به صورت متقابل ادامه یابد و با دعوت از تجار چینی زمینه آشنایی بیشتر آنها با صنعت پسته ایران فراهم گردد.

به نظر می رسد که محققین و دانشمندان چینی، مهمترین و سخت ترین مرحله توسعه پسته در چین را پشت سر گذاشته اند و باشناسایی منطقه مستعد و پایه مناسب، در سال های آتی باید منتظر سرمایه گذاری های بیشتر در توسعه باغ های پسته باشیم. بدیهی است تولید چین در کوتاه و میان مدت نمی تواند تقاضای بازار این کشور را تأمین نماید اما باید بدانیم که این کشور کارنامه خوبی در توسعه سریع و برق آسا دارد.

بازار پسته چینی در چند سال آینده بازاری کیفیت محور خواهد بود که هر کالایی را نمی پذیرد. تجار ایرانی بایستی از هم اکنون استراتژی خود را برای ماندگاری در این بازار تعریف نمایند.

توصیه می گردد که در چند ماه آینده و به ویژه در ابتدای فصل محصولی ۹۰-۹۱ (در ماه های اکتبر و نوامبر) هیأتی صرفاً بازرگانی برای تمرکز بیشتر بر بازار پسته چین و با حضور تجار مطرح ایرانی به این کشور سفر نمایند. حضور سفیر علاقمند و وابسته بازرگانی فعال ایران در پکن، فرصت مناسبی برای هماهنگی دیدارهای کاری فراهم نموده است. در پایان لازم می داند از حضور پرشور اعضای انجمن در این سفر و صبر آنها در مواجهه با کمبودهای تور، تلاش های آقای کمالی اردکانی رایزن محترم بازرگانی و راهنمایی های آقای دکتر جوانشاه محقق محترم مؤسسه تحقیقات پسته تشرک و قدردانی نماییم. در ادامه نظرات اعضای هیأت را درخصوص سفر ملاحظه می فرمایید.

متأسفانه به دلیل فشردگی برنامه های طراحی شده در پکن، هیأت اعزامی در روز آخر نمایشگاه در آنجا حضور یافت که با توجه به مسافت طولانی از پکن به گوانگجو منجر به خستگی اعضا گردید. با این وجود اعضا ضمن بازدید از غرفه های مختلف نمایشگاه نسبت به کسب اطلاعات تجاری شرکت های حاضر در نمایشگاه اقدام نمودند.

از نکات جالب توجه، حضور یک شرکت یونانی به نام Gikas Pistachio Farm و

عرضه پسته یونان در نمایشگاه بود که با توجه به تولید محدود پسته یونان جای تأمل دارد چرا که متأسفانه هیچ شرکت تولیدی یا صادراتی پسته از ایران در این نمایشگاه حضور نداشت. این مسأله اهمیت بازار پر جاذبه چین را در نزد دیگر کشورها به خوبی نمایان می سازد.

بحث و نتیجه گیری

سفر اعضای انجمن به چین فرصت مغتنمی بود که در صورت حضور تجار مطرح ایرانی در بازار چین، می توانست نتایج ملموس و سریع تری در تثبیت و گسترش بازار پسته ایران در چین داشته باشد.

تشریح مزایای بی نظیر پسته ایران توسط انجمن پسته ایران و اعضای هیأت تأثیر مثبتی در طرف های چینی باقی گذاشت.



نمایشگاه مواد غذایی گوانگجو

(۵) نوع پیوند، رقم کرمان (یک واریته آمریکایی) است.

(۶) مشکلات تولید

امراض قارچی از گروه برگری و ریشه ای و از جمله گموز که هم در ناحیه شرقی و هم در ناحیه غربی شیوع گسترده دارد و تولید را محدود کرده است. در این دو ناحیه به نظر خودشان اصلاً موفق نبوده اند.

در ناحیه شرق رطوبت زیاد و در ناحیه غرب سرمای زیاد از محدودیت های گسترش پسته محسوب می گردد.

مشکلات اقتصاد محلی و از جمله فقدان امنیت در منطقه غرب و فعالیت بسیار کم بخش خصوصی در هر دو ناحیه شرقی و غربی مانع گسترش پسته شده است.

(۷) مهمترین بیماریهای پسته در چین عبارتند از Anthracnose, Septoria leaf spot, Verticillium wilt, Root and crown rot, Leafedge withered - salt harm

(۸) بنا به اظهار محققین دانشگاه عملکرد باغات در منطقه مرکزی (GANGU) ۱۵۰۰ تا ۳۵۰۰ کیلوگرم در هکتار می باشد. در مجموع بهترین ناحیه در مرکز چین قرار دارد که منطقه ای پسته خیز و در حال گسترش بوده و خیلی هم وسعت دارد و با توجه به مباحث مطرح شده در آینده سرمایه گذاری فقط در این منطقه انجام می گیرد و لذا به نظر می رسد با توجه به موفقیت آنها در انتخاب پایه سازگار به شرایط منطقه، باید در آینده مراقب تولید پسته چین بود.

در ادامه پس از صرف نهار هیأت از گلخانه مدرن تولید نهال محصولات باغی بازدید نمود. وسعت این گلخانه، تنوع و رشد بسیار مطلوب نهال های مختلف و تکنولوژی و تجهیزات موجود مورد توجه هیأت قرار گرفت.

بازدید از نمایشگاه مواد غذایی گوانگجو

هیأت اعزامی انجمن پسته در ادامه سفر از نمایشگاه مواد غذایی گوانگجو بازدید نمود. این نمایشگاه از تاریخ ۲ تا ۴ جون ۲۰۱۱ مطابق با ۱۲ تا ۱۴ خرداد ماه برپا بود که



دیدار اعضای هیأت اعزامی انجمن با سفیر و کارکنان سفارت جمهوری اسلامی ایران در پکن

تحلیل بازار چین

مسعود کمالی اردکانی، رایزن بازرگانی ایران در چین



بسته‌بندی و سلیقه چینی‌ها آشنایی خوبی پیدا کردند. همچنین یکی از دستاورهای خوب این سفر، معرفی

پسته ایران به خریداران بزرگ پسته در چین بود بطوریکه در پایان جلساتی که با شرکت‌های مزبور برگزار شد، همگی از اطلاعات مفید و آگاهی بخش اعضای هیأت در زمینه پسته ابراز خشنودی نمودند و بر ضرورت افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان چینی در این خصوص تأکید داشتند.

لازمه افزایش سهم بازار ایران در چین، حضور مستمر، ایجاد ارتباطات مداوم و همکاری جمعی برای حضور در بازار است و توجه به قشر مرفه جامعه چین و ارائه پسته با کیفیت در این بازار منافاتی با تجارت مرسوم و سنتی پسته ایران در چین ندارد.

انتظار می‌رود انجمن پسته ایران بعنوان تشکل شناخته شده و تأثیرگذار، راهبری‌های لازم در این خصوص را مبذول دارد. این رایزنی نیز در راستای مأموریت‌های محوله از هیچ گونه تلاشی در جهت توسعه صادرات به این کشور دریغ نورزیده و خود را پشتیبان و خدمت‌گذار همه فعالین اقتصادی و صادرکنندگان ایرانی می‌داند و امید دارد با مجموعه تلاش‌های جمعی صورت گرفته، زمینه حضور محصولات با کیفیت ایرانی در بازار چین بیش از پیش فراهم گردد.

پلاستیکی تشکیل می‌دهد. این درحالی است که در میان نیازمندی‌های وارداتی این کشور اقلام بسیاری ازجمله محصولات غذایی و مصرفی وجود دارد که ایران نیز می‌تواند به صادرات آن اقدام نماید. این رایزنی نیز تلاش نموده است با ایجاد ارتباطات تجاری بین نهادهای بنگاه‌های تجاری دو کشور زمینه معرفی محصولات با کیفیت ایرانی به جامعه بازرگانان چینی را فراهم نماید.

در همین راستا با هماهنگی انجمن پسته ایران، هیأتی ۲۰ نفره از صادرکنندگان، باغداران و فرآوری کنندگان پسته ایران در خرداد ماه سال جاری به چین سفر نمودند و با مجموع بازدیدها و ملاقات‌های صورت گرفته با شرکت‌ها و نهادهای تجاری چینی در شهر یکن و همچنین حضور و بازدید از نمایشگاه مواد غذایی گوانجو آشنایی بالنسبه مناسبی با پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های بازار چین بدست آوردند.

از آنجا که ایران یکی از تأمین‌کنندگان اصلی پسته چین از طریق هنگ کنگ و سرزمین اصلی چین می‌باشد و تاکنون عمدتاً پسته‌های درجه سه و با کیفیت نازل در این بازار عرضه می‌شده است، مهمترین هدف این رایزنی، معرفی پتانسیل‌های جدید بازار چین به اعضای هیأت و امکان صادرات پسته با کیفیت در این بازار بود که به نظر می‌رسد به یاری خدا این هدف محقق گردید. بازدید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ در چین شناخت بالنسبه خوبی از وضعیت بازار پسته به اعضای هیأت داد و اعضای هیأت با شیوه

کشور چین در سال ۲۰۰۹ پس از آمریکا و ژاپن به سومین قدرت بزرگ اقتصادی و در سال ۲۰۱۰ با پشت سر گذاردن ژاپن به دومین اقتصاد بزرگ جهان از لحاظ میزان تولید ناخالص داخلی تبدیل شده است. رتبه این کشور از نظر حجم مبادلات تجاری نیز پس از آمریکا قرار دارد. همچنین برخلاف رشد منفی اقتصادی بسیاری از کشورها در شرایط بحران مالی جهانی، این کشور در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ به ترتیب با رشد ۹/۵ و ۸/۷ درصد بالاترین رشد اقتصادی جهان را کسب نمود. وسعت بازار، رشد مستمر اقتصادی و نیازهای روز افزون و درحال رشد مصرف‌کنندگان در طبقات مختلف درآمدی، بازار چین را به یک بازار جذاب و پرتانسیل تبدیل نموده است. رشد بالای اقتصادی چین طی سال‌های اخیر منجر به ایجاد قشر ثروتمندی در جامعه چین گردیده است که جمعیتی بالغ بر ۱۵۰ میلیون نفر یعنی دو برابر جمعیت ایران را در برمی‌گیرد. طبقه جدید از هر کالا بدنال بهترین کیفیت و با برندهای جهانی می‌باشد. تا سال ۲۰۱۲ چینی‌ها با پشت سر گذاردن ژاپنی‌ها به بزرگترین مصرف‌کنندگان کالاهای لوکس جهان تبدیل خواهند شد.

در حالی که این کشور در سال ۲۰۱۰ حدود ۱۴۰۰ میلیارد دلار واردات داشته و به دومین کشور واردکننده جهان تبدیل شده است، متأسفانه نگاه ما به بازار چین نگاه عمدتاً خریدار بوده است و عمده صادرات ایران به این کشور را نیز محصولات پتروشیمی و مواد معدنی و



انواع بسته‌بندی پسته در فروشگاه‌های زنجیره‌ای چین



پسته بلیچ شده (سفید شده) در بازار چین

محمدرضا رنجبر زینلی

عضو انجمن پسته ایران



سفر خود را از ساختمان شماره ۲۱۲ انجمن پسته ایران با آشنایی با اعضای گروه به سمت کشور چین آغاز کردیم، به امید تغییر دیدگاه و شناخت بازار و دست آوردی جدید. انتظار زیادی نداشتیم، فکر میکردم با عده ای به توری در کشور چین می رویم اما پس از ارتباطات اولیه متوجه شدم بعضی از اعضای گروه از لحاظ علمی و تجربی با توجه به تخصص خود جایگاه ویژه ای در صنعت پسته ایران دارند و این همراهی و هم اندیشی برایم بسیار گرانقدر بود. وارد کشور چین شدیم. به فروشگاهها و سوپرمارکتها کوچک و بزرگ سرزدیم، بی اختیار دنبال پسته می گشتیم. خوشبختانه همه جا پسته بود. از یک طرف مایه خوشحالی بود که پسته بالاخره به کوچکترین سوپرمارکتها راه یافته از طرف دیگر اینکه هیچ برند ایرانی دیده نمی شد جای بسی تاسف بود. به همراه تعدادی از اعضای گروه و رایزن اقتصادی سفارت جمهوری اسلامی ایران در چین به کارخانه های فرآوری، بسته بندی و توزیع محصولات غذایی خصوصاً پسته سرزدیم؛ دست اندرکاران فرآوری و توزیع مواد غذایی چین می گفتند شما اگر محصول با کیفیت در بسته بندی خودتان هم به ما بدهید قیمتش مناسب باشد آنرا توزیع خواهیم کرد.

نکته بسیار مهم دیگری که در این سفر دیدگاهم را کلاً عوض کرد تغییر سیاست اقتصادی چین بود. در برنامه پنج ساله دوازدهم چین دو رویکرد و دو تغییر بسیار مهم نسبت به برنامه های قبلی دیده می شود. اول: در برنامه های قبل تاکید اصلی روی صادرات بود و کمتر به واردات توجه می شد. ولی در این برنامه قرار است سهم مصرف را در GDP افزایش دهند، نظرشان این است که در همه زمینه ها مصرف را روز به روز افزایش دهند، این فرصت بزرگی است و ما باید سهم خودمان را از این بازار بگیریم. دوم: تا امروز به دنبال جذب سرمایه گذاری دیگران در آن کشور بودند اما در این برنامه قصد سرمایه فرستی به کشورهای دیگر دارند. می توان از این فرصت استفاده کرد و با مشارکت چینی ها در امر بسته بندی کار کرد.

در پایان به این نکته اشاره کنم که ما گرچه در بازار هنگ کنگ و چین حضور داریم و سالانه صادرات خوبی به این کشورها داریم و تا امکان دارد بایستی این روند را با شدت بیشتری ادامه دهیم اما نایبستی اتفاقی که در چین در حال رخ دادن است را فراموش نکنیم، این کشور و مردمش دارند پولدار می شوند، افراد پولدار دنبال رفاه بیشتر می روند وقتی که رفاه آمد قطعاً جنس و کالای باکیفیت تری را هم طلب می کنند و اینجاست که جای پسته با کیفیت ایران در آن بازارها کاملاً خالی است. و ناگفته نماند که براساس اطلاعات دریافتی از این سفر، کشور چین در حال تاسیس آزمایشگاههای مواد غذایی مجهز در مبادی ورودی کشورش می باشد تا از ورود مواد غذایی بی کیفیت جلوگیری کند. پس قبل از اینکه آنها بر ما سخت بگیرند ما خودمان را اصلاح و با صدور پسته با کیفیت و برندهای شناخته شده ایرانی وارد بازارشان شویم.

نوید ارجمند

عضو هیأت امناء انجمن پسته ایران و سرپرست هیأت اعزامی



سفر هیأت اعزامی انجمن پسته ایران به کشور چین و دیدار با مقامات و اساتید دانشگاه پکن، اعضای اتاق بازرگانی چین و بازدید از نمایشگاه مواد غذایی گوانگجو فرصت بی نظیری را در اختیار اعضای انجمن قرار داد تا از نزدیک با شرایط و وضعیت پسته در این کشور و بزرگترین بازار مصرفی دنیا آشنا شوند. پیشنهاد می گردد در سفرهای آتی به چین و به منظور بهره برداری بیشتر و بهتر از چنین فرصتهایی، به نکات زیر توجه گردد:

۱. در سفرهای آتی همراهی تجار باتجربه و قدرتمند پسته ایران در بازار چین، در کنار تجار تازه کار یک امر ضروری و الزامی است. در دیدار با اعضای اتاق بازرگانی چین که اتفاقاً بسیار قدرتمند حضور یافته بودند، این کم تجربهگی بازرگانان ایرانی مشهود بود.
۲. متأسفانه به دلیل فشردگی برنامه ها، وقت محدودی (یک روز) برای بازدید از نمایشگاه مواد غذایی گوانگجو اختصاص یافته بود که عملاً علیرغم هزینه های بالای سفر از پکن به گوانگجو، فرصت کافی برای بهره برداری از این بازدید فراهم نشد. انتظار می رود در سفرهای بعدی برای بازدید از نمایشگاههای تجاری فرصت بیشتری لحاظ گردد.
۳. پیشنهاد می گردد در سفر بعدی به چین حتماً یکی از افراد مطلع این هیأت، گروه اعزامی راهبردی نمایند تا تجربیات با ارزش و بی نظیر این سفر به گروه بعدی منتقل و اهداف انجمن پسته از چنین سفرهایی زودتر تحقق یابد.

حسین سبزی

عضو پیوسته انجمن پسته ایران



چین پرجمعیت ترین کشور جهان و بزرگترین تولید کننده به شمار می آید که در عین حال بزرگترین مصرف کننده محصولات کشاورزی نیز می باشد. شناساندن محصولات صادراتی مانند پسته با فن آوریهای نوین بسته بندی در بازار بزرگ چین که در سالهای نزدیک پیش رو به بزرگترین مصرف کننده کالاهای نهایی تبدیل خواهد شد و افزایش قدرت خرید مردم، گرایش به مصرف کالای لوکس مانند پسته را دو چندان خواهد نمود. چین به همان میزان که صادرکننده قوی به حساب می آید به همان اندازه نیز واردکننده خوبی به شمار می رود. برای حضور بیشتر در بازار چین موارد زیر پیشنهاد می گردد:

۱. تشکیل شرکت های هولدینگ با برندهای معتبر جهانی با قدرت مناسب، ۲. آشنایی کامل به قوانین صادرات و واردات آن کشور، ۳. حضور مداوم در نمایشگاههای معتبر کشور مقصد با تبلیغات مناسب، ۴. ایجاد شبکه های توزیع مناسب، ۵. دعوت از عوامل واردکننده کشور چین در مناسبت های مختلف جهت آشنایی با محصولات قابل عرضه و بستر سازی مناسب جهت تعامل بیشتر، ۶. حمایت دولت از صادرکنندگان معتبر و صاحب نام و دارای برند تجاری خوب و در نهایت باید باور کرد که صادرات صرفاً یک فرآیند مکانیکی نیست بلکه در محیطی کاملاً پویا و مبتنی بر دانش و اطلاعات درست تحقق می یابد.

حسین و علی اکبر نام آور

اعضای پیوسته انجمن از شهرستان فیض آباد خراسان



اینجانبان در تور علمی و فنی به کشور چین به مدت ۹ روز شرکت داشتیم. در اول گزارش لازم می دانیم از سفیر محترم ایران و کارکنان سفارتخانه کمال تشکر و قدردانی را داشته باشیم چون نهایت همکاری و راهنمایی لازم را ما داشتند. در این مدت سفر ملاقات هایی داشتیم با تجار و بازرگانان چینی و بازدید از کارخانه بسته بندی پسته در پکن و همچنین بازدید از فروشگاه های زنجیره ای توزیع پسته در پکن و بازدید از دانشگاه که کلاً برای تمام اعضای تور مفید و علمی بود. البته در تولید پسته و بسته کاری به علت تغییرات آب و هوایی موفق نبودند. در خاتمه بازدید داشتیم از شهر گوانگجو و نمایشگاه مواد غذایی که متأسفانه چون وقت خیلی کم و یک روزه بود نتیجه مطلوب حاصل نشد و فقط خستگی راه را تجربه کردیم. ان شاء الله در سفرهای بعدی با برنامه ریزی بهتری شرکت نماییم. روی هم رفته سفری مفید و ارزشمند برای ما کشاورزان و تجار پسته بود.

حمید رضایی لری

عضو پیوسته انجمن پسته ایران



کشور چین با جمعیتی در حدود یک میلیارد و چهار صد میلیون نفر و با داشتن حدوداً شصت میلیون نفر توریست در سال، بازار خوبی برای محصولات ایران مانند پسته، خرما و فرش می باشد. این کشور با داشتن مردمانی سخت کوش توانسته یک سوم از اقتصاد دنیا را در دست بگیرد. و همین امر باعث شده قدرت مالی کشور و

همچنین قدرت خرید مردم بالا رود. اگر اتاق بازرگانی یا انجمن پسته یا شرکتهای تعاونی بتوانند نمایشگاه دائمی در چند شهر کشور چین دایر کنند و محصولاتمان مانند فرش و پسته و خرما ارائه دهند مردم این کشور محصولات ایران را بهتر شناخته و تمایل بیشتری برای خرید نشان خواهند داد. به دلیل بالا بودن هزینه های تولید اگر دولت حمایت جدی خود را از تجار و صادرکننده بالا ببرد یعنی هم از تجار و هم از صادرکننده حمایت شده و هم از محصول ملی و هم از کشاورز، ایران می تواند در چین با پسته آمریکا رقابتی تنگاتنگ را نشان دهد.

سعید علیپور مقدم

عضو پیوسته انجمن پسته ایران



چین سرزمینی با اساطیر اژدها است که روزی بدلیل فقری که داشتند می گفتند هرچیزی که پشت به آفتاب بکند را می توان خورد ولی اکنون یکی از مدعیان اقتصادی دنیا هستند.

بر اساس امار ارائه شده توسط رایزن بازرگانی ایران در چین میزان واردات پسته چین از دنیا حدود ۲۰۰ میلیون دلار و از کشورهای ایران، آمریکا و استرالیا می باشد. پسته ایران سهم قابل توجهی از این بازار را دارد که بیشتر از طریق هنگ کنگ صادر می شود. دلیل آن عدم وجود تعرفه واردات در هنگ کنگ است. به دلیل رشد جمعیت شهرنشینی و افزایش مصرف کالاهایی که ارزش غذایی بالای دارند، در سالهای آتی تقاضای مصرف پسته نیز روبه افزایش است که برآورد میزان جمعیت ۵۰۰ میلیون نفر شهرنشین که مصرف کننده این گونه کالاها هستند چندان دور از انتظار نیست. لذا برنامه ریزی اصولی و بلند مدت جهت حضور بیشتر پسته ایران بنام ایران با برند ایران در سید کالای مصرفی مردم چین لازم و ضروری می باشد.

رهاورد سفر چین

سفر انجمن پسته به چین با توجه به اینکه توسط سفارت ایران در چین برنامه ریزی شده بود از پتانسیل بالایی برخوردار بود و فرصت مناسبی برای تجار و کشاورزان در دستیابی به اهداف و توسعه دیدگاه های کاری ایجاد نمود.

جلسات برگزار شده و تنظیم شده با تجار و شرکت های فعال در زمینه خشکبار آن کشور دیدگاه مناسبی از چین را برای تجار و شرکت های ایرانی گشود.

نشست صمیمی با گروه تجاری که از مکزیک در هتل اقامت داشتند و توسط آقای ارجمند تنظیم گردید حرکت مثبتی بود تا روش بازاریابی نوین و متفاوت را به طریق کاربردی مشاهده نماییم.

شناخت پتانسیلها و فعالیتهای انجام شده در جلسه دانشگاه ما را امیدوار کرد که کشور چین هنوز تا دستیابی به تولید پسته مناسب و انبوه فاصله دارد ولی با نحوه پیشرفت و فعالیت چینی ها، تولید

این محصول در آن کشور در آینده، دور از ذهن نیست.

نمایشگاه مواد غذایی

گوانگجو توانمندی بالایی نداشت که بتوان الگوی مناسبی از آن گرفت و محصولات کشور ما کیفیت بالاتری دارند ولی بدلیل پایین بودن هزینه های تولید در چین، رقابت با آن کشور خیلی سخت می باشد.

سطح کیفی خدمات سفر با تورهای دیگر متفاوت بود. زمان سفر نیز مقداری طولانی بود که می توان با برنامه ریزی بهتر و مدیریت زمان، بهره وری سفر را از لحاظ کاری و تفریحی افزایش داد.

پیشنهادهای

در سفرها توصیه می شود برای بهره وری بیشتر از جلسات، حتی الامکان یکی از اعضای اصلی هیأت مدیره انجمن به عنوان تاجر و یک نفر بعنوان باغدار حضور داشته باشند.

قبل از حضور افراد در جلسات، لازم است جلسات هماهنگی بین اعضا برگزار شده و مطالب قابل ارائه در جلسات انتخاب گردد. ضرورتی به حضور همه اعضای هیأت در همه جلسات نیست. بهتر است برای هر جلسه از بین افراد هیأت، نمایندگان مطلع و مرتبط انتخاب گردند.

آشنایی مدیران و مسئولین اجرایی تور با افراد بر اساس ارسال مشخصات فعالیت های افراد قبل از سفر، می تواند مدیران را در طول سفر راهنمایی کند. در پایان از آنجا که اینجانب سفر با تور انجمن را متمایز از سفرهای دیگر یافتم همراهی در این سفرها چه از نظر تجاری و چه از نظر توریستی را توصیه می نمایم. لازم به ذکر است که افراد باید قبل از سفر توانمندیهای خود و پتانسیلهای مقصد را مورد مطالعه و مد نظر قرار دهند.

محمد جباری ظهیر آبادی

فعال پسته



انجمن پسته ایران در راستای معرفی و شناخت هرچه بیشتر پسته ایران در جهان، سفری ترتیب داد تا جمعی از بازرگانان و کشاورزان پسته یکی از با ارزشترین محصولات دیارشان که همانا طلای سبز

باشد را در یکی از کهن ترین ممالک جهان عرضه و معرفی نمایند تا شاید این محصول سهم بیشتری از صادرات ایران به چین را شامل گردد.

در روز اول سفر و پس از دیدار با رایزن بازرگانی ایران در معیت ایشان برای بازدید از کارخانه بسته بندی خشکبار که یکی از محصولاتش پسته کالیفرنیا بود رهسپار شدیم. در آنجا پسته ایران را به صاحبان کارخانه ارائه نمودیم تا با قیاس این و آن تفاوت میان زر و سیم هویدا گردد و الحق محصولشان از نظر کیفی بسیار نازلتر از طلای سبز ایران می نمود. در روز بعد جلسه ای در محل اقامت هیأت بر پا شد که در آن شمار بسیاری از بازرگانان چین گرد آمدند تا مذاکراتی با اعضای هیأت داشته باشند. در این گردهمایی پس از معرفی و ارائه پسته ایران، ارتباطات و مراودات بسیاری صورت گرفت و ماحصل آن نشان دهنده میل و رغبت فراوان بازرگانان چینی به داشتن ارتباط هرچه بیشتر با طرفهای ایرانی بود. قبل از سفر شایعاتی مبنی بر کشت، داشت و برداشت پسته در چین ذهن اعضای هیأت را مشغول کرده بود. از این رو با هماهنگی های انجام شده به دانشگاه پکن رفتیم. تحقیقات و پیشرفتهای علمی و عملی آنها تشریح شد و آشکار شد که تا کنون در زمینه عملی و اجرایی بر خلاف زمینه تحقیقاتی، پیشرفت های ناچیزی صورت پذیرفته است. در آخرین روز برگزاری نمایشگاه مواد غذایی گوانگجو پس از طی سه ساعت مسافت هوایی از پکن به گوانگجو واستراحتی کوتاه به آنجا رفتیم که بر خلاف انتظار وسعت بسیار زیادی در کار نبود ولی برای فرصت نیم روزی هیأت کافی بود. صنایع بسته بندی، ماشین سازی و توزیع مواد غذایی اکثریت نمایشگاه را به خود اختصاص داده بود که هر یک به نحوی سعی در بازاریابی و گسترش بازار خود داشتند. شهر گوانگجو شهری زیبا و بندری با هوای بسیار مرطوب است که هیأت کمتر از یک روز در آن اقامت داشت و مجال بازدید بیش از نمایشگاه برای کسی مهیا نگشت. شاید تنها خورده ای که به برنامه ریزان این سفر روا می باشد این نکته است که زمان را برای بازدید از این شهر زیبا بسیار تنگ در نظر گرفتند تا افراد علاوه بر از دست دادن امکان بازدید از شهر، خستگی دوچندانی متحمل شوند. از مکانهای جذاب و تاریخی که جمع از آن بازدید نمود میتوان دیوار بزرگ چین، کارخانه مروارید، نمایش نقاب طلایی، آکروبات چینی، میدان بزرگ تیانانمن، شهر ممنوعه و مرکز طب سنتی یاد کرد که به حق همگی سرشار از سنت و فرهنگ غنی آن سرزمین کهن بود.

در آخرین روز سفر، سفیر ایران در چین همگی را جهت صرف نهار به سفارت خانه ایران دعوت نمود. در پایان لازم میدانم از یکایک کسانی که دلسوزانه کمر همت بستند تا خم به ابروی کسی ننشینند و رضایت خاطر همگان فراهم گردد کمال تشکر را داشته باشد.

مهدی امین زاده

عضو پیوسته انجمن پسته ایران



چین و تصویری که از اجناس چینی در خاطره اغلب مردم ما نقش بسته است، کشوری وسیع با جمعیت غالب روستایی و اجناسی با کیفیت پایین و اما آنچه در طول این سفر و بازدید های به عمل آمده حاصل گردید خلاف این تصورات است چراکه در چین به جز تولید و مصرف کالاهای معمولی، کالاهای لوکس و با کیفیت هم تولید و هم مصرف

می شود. وجود فروشگاه های زنجیره ای بزرگ و لوکس در سطح شهرها و گسترش روز افزون این گونه مراکز تجاری و حضور پرشور مشتریان چینی، نوید فرهنگی نو در این کشور را می دهد. با عنایت به مطالب عنوان شده فوق چنین به نظر می رسد که زمان آن فرارسیده که در خصوص صادرات پسته ایرانی به چین تجدید نظری جدی صورت گیرد نه آنچه متأسفانه تا به امروز اتفاق افتاده است، یعنی صادرات پسته هایی با کیفیت نازل و پایین.

به طور خلاصه نظر به توسعه روز افزون بازار مصرف چین به خصوص در زمینه کالاهای لوکس که پسته را هم شامل می شود، برای حضور باثبات و بیشتر ایران در زمینه صادرات پسته راهکارهای ذیل پیشنهاد می گردد:

۱. تحقیقات بیشتر و کاملتر پیرامون بازار هدف و همچنین کیفیت بسته بندی. که انجمن پسته ایران می تواند در این زمینه حرکت های مؤثری انجام دهد، ۲. کنترل صادرات پسته به این کشور از نظر کمیت، کیفیت و زمان تحویل. به نظر می رسد در این خصوص گمرکات و اداره تحقیقات و استاندارد می تواند نقش بسزایی ایفا نماید، ۳. دعوت از شرکتهای معتبر چینی در زمینه تهیه و توزیع و بسته بندی و همچنین مدیران فروشگاه های زنجیره ای بزرگ برای بازدید از باغات و نحوه فرآوری پسته ایران در فصل برداشت، ۴. حضور فعالتر شرکتهای تجاری ایرانی در نمایشگاه های مواد غذایی چین با ارائه بسته بندی های مرغوب و استاندارد. امید است با جهت گیری و راهکارهای مناسب بتوانیم از این فرصت طلایی استفاده کنیم.



اطلاعاتی در مورد ساختار صنعت پسته آمریکا

برگرفته از نامه مورخ ۳ مارس ۲۰۱۰ (۱۳ اسفند ۱۳۸۸) انجمن پسته غرب آمریکا (Western Pistachio Association) به اداره غذا و دارو (Food and Drug Administration)



و خارجی و ارائه مشاوره و نظر به نهادهای دولتی در ارتباط با پسته آمریکا می پردازد؛
 کمیته اجرایی پسته (Administrative Committee for Pistachios) که مسئول کنترل افلاتوکسین در پسته های به قصد مصرف در داخل آمریکا می باشد. حد مجاز افلاتوکسین برای پسته های ارائه شده در بازار داخل آمریکا ۱۵ ppb می باشد؛
 و شورای پسته کالیفرنیا (California Pistachio Board) که مسئول کنترل افلاتوکسین در پسته های صادراتی از آمریکا است.

می شود.
 ایا احتساب تولید قریب ۲۴۰ هزار تن پسته خشک در پوست در سال محصولی ۲۰۱۰ (معادل ۱۳۸۹) در آمریکا، متوسط تناژ فراوری هر یک از ۷ فراوری کننده بزرگ بالغ بر ۳۰ هزار تن بوده است.
 ۳- در صنعت پسته آمریکا، هم اکنون، ۳ انجمن صنفی وجود دارد:
 انجمن پسته غرب آمریکا (Western Pistachio Association) که انجمن صنفی باغداران بوده و به مسائل تحقیقاتی تغذیه و سلامتی، بازاریابی داخلی

۱- در آمریکا جمعاً حدود ۸۰۰ باغدار پسته وجود دارد. سطح زیر کشت متعلق به هر باغدار از چند هکتار تا چندین هزار هکتار متغیر است. [با احتساب سطح زیر کشت متمر بالغ بر ۵۵ هزار هکتار و سطح زیر کشت غیر متمر بالغ بر ۳۱ هزار هکتار، متوسط مالکیت هر باغدار بیش از ۱۰۰ هکتار می باشد.]
 ۲- کلاً ۱۴ فراوری کننده تمامی پسته آمریکا را فراوری و ضبط می نمایند. این در حالی است که ۹۵ درصد فراوری تنها توسط ۷ فراوری کننده انجام

فاجعه در پسته استرالیا

دیده اند. به عقیده پژوهشگران عامل گسترش این بیماری تنها شرایط آب و هوایی نیست، بلکه روشهای جدید تجاری می باشد که در آنها تنها یک واریته از یک محصول در یک منطقه کشت می گردند. باغات پسته استرالیا تقریباً از یک واریته در اوایل دهه هشتاد میلادی احداث گردیدند. که اگر چه از نظر طعم، رنگ زیبای مغز و پوست نرم رویی یک انتخاب مطلوب بود اما به دلیل تک کشتی، شرایط را برای رشد این بیماری فراهم نمود. در حال حاضر نگرانی از احتمال شیوع بیماری به کالیفرنیا نیز وجود دارد چرا که ترکیب روشهای تک کشتی و شرایط آب و هوایی می تواند چنین اپیدمی را ایجاد کند.

در سال ۲۰۰۱ و در ایالت نیوساوت ولز استرالیا است. یکسال بعد، این بیماری در یک باغ تجاری در کالیفرنیا گزارش شد.
 در دسامبر و ژانویه سال جاری (تابستان استرالیا - معادل با خرداد و تیرماه در ایران) مناطق پسته خیز، بارش های سیل آسای بی سابقه ای را تجربه کرد که در هیچیک از آمارهای تاریخی ثبت نشده بود این شرایط برای بیماریهای دوستدار رطوبت و از جمله آنتراکنوز بسیار مطلوب بود. پیش بینی می شود که باغداران بین ۴۰ تا ۱۰۰ درصد خسارت

بر اساس گزارش منتشره در سایت wired science (www.wired.com) در سال زراعی ۲۰۱۰-۲۰۱۱ (منتهی به مارس ۲۰۱۱ - آخر تابستان استرالیا) باغداران پسته استرالیا با بیماری قارچی جدیدی روبرو شدند که تا کنون در پسته سابقه نداشته است. مقصر یک بیماری قارچی به نام آنتراکنوز می باشد که قبلاً در انبه دیده شده است. این بیماری ۵۰ درصد از محصول پسته استرالیا را نابود و نیمی از ۵۰ درصد محصول باقیمانده را غیر قابل مصرف نمود. اولین گزارش در مورد مشاهده آنتراکنوز در پسته

برآورد مدیریت جهاد کشاورزی کرمان از تولید پسته در سال محصولی ۹۰-۸۹

مطمئن و قابل اتکایی را برای تخمین سطح زیر کشت ارائه ننموده‌اند.

بر این اساس انجمن به صورت ماهیانه با استفاده از آمار صادرات پسته کشور (به عنوان تنها آمار ثبتی) نسبت به بررسی مجدد برآوردها اقدام می نماید و لذا تا پایان شهریورماه جاری (پایان سال محصولی) برآورد نهایی تولید و میزان خطا نسبت به برآوردهای اولیه مشخص خواهد شد.

کارشناسان جهت همکاری در برآورد تولید پسته کشور در سال محصولی آینده، توجه شما را به جدول برآورد اعلام شده جلب می نماید.

انجمن پسته ایران ضمن استقبال از نقد و تحلیل برآوردهای تولید، اعتقاد دارد که یکی از دلایل پیش بینی اعداد مختلف تولید برای پسته کشور، اختلاف در سطح واقعی باغهای پسته میباشد که متأسفانه تا کنون مراجع رسمی، روش آماری

به دنبال چاپ برآورد انجمن پسته ایران از میزان تولید پسته در مناطق مختلف کشور و اعلام تولید ۱۰ هزار تن پسته خشک با پوست در شهرستان کرمان، جناب آقای مهندس بیژن افضلی معاون محترم جهاد کشاورزی شهرستان کرمان طی نامه ای برآورد مدیریت جهاد کشاورزی از میزان تولید پسته شهرستان کرمان را ۲۲ هزار تن اعلام کرد.

ضمن تشکر از مهندس افضلی و تقاضا از دیگر

بخش	سطح زیر کشت بارور (هکتار)	سطح باغات نمونه انتخابی (هکتار)	متوسط عملکرد در هکتار در باغات نمونه انتخابی (کیلوگرم در هکتار)	برآورد تولید (تن)
چترود	۱۵۴۹۰	۷۰۶	۵۰۰	۷۷۴۶
مرکزی (به جز باغین)	۱۸۴۱۳	۲۴۸/۵	۴۷۰	۸۶۵۴
باغین	۷۶۴۴	۷۳۰	۳۴۰	۲۵۹۸
راین	۲۴۴۱	۴۱	۶۷۰	۱۶۳۵
ماهان	۱۵۷۲	---	۷۰۰	۱۱۰۰
جمع کل شهرستان	۴۵۵۶۰	---	---	۲۱۷۳۳

تغییر سیاست ارزی بانک مرکزی

سیاست دولت در اجازه حرکت نرخ ارز به طرف نرخ واقعی تر و تلاش برای افزایش تدریجی و غیرجبهشی آن افق صادرات را امید بخش تر می کند.

حدود ۱۰ سال در فضای اقتصاد ایران ثبات مصنوعی نرخ ارز حاکم بود. گرچه برنامه چهارم تکلیف می کرد نرخ ارز به میزان تفاوت تورم داخلی و تورم بین المللی هر سال افزایش یابد، اما این تکلیف قانونی هیچ گاه جدی گرفته نشد. در کشوری که تورم دورقمی (حدود متوسط سالیانه ۱۵٪) بر اقتصاد ایران حاکم بود، افزایش متوسط کمتر از ۳٪ نرخ ارز سبب انباشت دهساله ثبات مصنوعی نرخ ارز شد. این سیاست به افزایش روز افزون جاذبه واردات و گران تر شدن تولید محلی انجامید.

انجمن پسته از رویکرد دولت در اصلاح تدریجی این سیاست غلط و اجازه به بازار برای اصلاح این انباشت ضد تولیدی استقبال می کند.

دستورالعمل روش نمونه برداری و آزمون تعیین درصد پوک

در کارگاههای فرآوری پسته تازه

کمیسیون باغبانی انجمن پسته ایران دستورالعمل «روش نمونه برداری و آزمون تعیین درصد پوک در کارگاههای فرآوری پسته تازه» را با استفاده از تجربیات برخی واحدهای فرآوری و کسب نظرات تعدادی از صاحبان پسته کشور تهیه نموده است. از آنجائیکه درصد پوک شاید مهمترین مشخصه کیفی هر بهر پسته برداشت شده در باغ و ورودی به کارگاههای فرآوری پسته تازه می باشد، لذا دانستن این مشخصه و نگهداری سابقه سالانه آن کمک بزرگی به باغداران جهت ارزیابی عملکرد باغبانی خود می نماید. بعلاوه، در بسیاری مواقع خرید و فروش پسته بر مبنای وزن تر آن صورت می گیرد که در چنین شرایطی عملاً تعیین مبلغ معامله مرضی الطرفین بدون دانستن میانگین درصد پوک غیرممکن است. از سوی دیگر، معمولاً تعیین وزن خشک پسته برای باغداران، فرآوری کنندگان و تجار تا پایان یافتن عملیات فرآوری خشک که ممکن است بعضاً حتی تا یکسال پس از برداشت محصول به درازا کشد میسر نیست. حال آنکه در صورت اطلاع از درصد پوک، به محض ورود بهر پسته به ترمینال، می توان با دقت خوبی وزن خشک آن را تخمین زد.

این روش، سازمان های صنفی پسته را نیز قادر خواهد ساخت تا پیش بینی های بهار خود از تناژ محصول پسته تولیدی هر منطقه برای سال پیش رو را با استفاده از اطلاعات دریافتی از کارگاههای فرآوری علاقمند و همکار، بلافاصله پس از شروع برداشت، مورد بازبینی و ویرایش دقیقتر قرار دهند. پیش بینی و تخمین دقیق محصول سالانه پسته، کمک شایانی در کاستن از مضرات التهاب و نوسانات شدید قیمتی بازار برای همه دست اندرکاران صنعت پسته خواهد نمود. این دستورالعمل جهت ارائه و یکسان سازی روال تعیین درصد پوک پسته تازه در کارگاه های فرآوری علاقمند تهیه شده است. روال پیشنهادی در این دستورالعمل و اعداد و ارقام ارائه شده، بر پایه تجربیات بدست آمده در تعداد اندکی از کارگاه های فرآوری تهیه شده است. با توجه به اینکه دستورالعمل حاضر اولین نسخه تهیه شده توسط کمیسیون باغبانی انجمن پسته ایران می باشد از کلیه صاحبان پسته و فرآوری کنندگان پسته کشور تقاضا دارد نظرات خود را به صورت مکتوب به انجمن پسته ایران در تهران به شماره فاکس ۰۲۱-۸۸۹۴۷۳۸۴ ارسال فرمایند. نسخه کامل دستورالعمل در سایت فارسی انجمن پسته ایران به آدرس www.pistachioassociation.com در دسترس می باشد.

انجمن پسته ایران برگزار می نماید تور علمی و فنی به کشور ایتالیا



به مدت ۸ شب و ۹ روز

- بازدید از باغ های پسته جزیره سیسیل
- بازدید از کارخانه فرآوری و بسته بندی پسته Besana در شهر ناپل
- بازدید از کارخانه فرآوری و بسته بندی Newfactor در شهر ریمینی
- بازدید از کارخانه فرآوری و بسته بندی پسته Eurocompany در شهر راونا
- بازدید از مراکز فرهنگی و توریستی در شهرهای رم و ونیز
- با توجه به محدودیت زمانی جهت آخذ ویزای شنگن، برای کسب اطلاعات بیشتر و ثبت نام تا تاریخ ۱۵ تیرماه جاری با دفتر انجمن در تهران به شماره های ۰۲۱-۸۸۹۴۷۳۰۰ و ۰۲۱-۸۸۹۴۷۴۰۰ تماس حاصل فرمایید.

انتشار ویژه نامه فصلی انجمن پسته ایران

به اطلاع اعضای محترم انجمن پسته ایران و دیگر فعالان صنعت پسته کشور می رساند که ویژه نامه فصلی انجمن پسته ایران با مطالب و تحلیل های متنوع علمی و فنی در آستانه فصل برداشت و فرآوری آتی، در آخر مرداد ماه ۹۰ منتشر خواهد شد. در این ویژه نامه امکان چاپ آگهی تبلیغاتی برای شرکتهای عرضه کننده کالا و خدمات فراهم گردیده است. علاقمندان می توانند برای کسب اطلاعات بیشتر با دفتر انجمن در تهران با شماره های ۰۲۱-۸۸۹۴۷۳۰۰ و ۰۲۱-۸۸۹۴۷۴۰۰ تماس حاصل فرمایند.

خدمات انجمن به اعضاء در نمایشگاه آنوگا

- به اطلاع اعضای محترم انجمن می رساند که انجمن پسته ایران در حال برنامه ریزی جهت حضور در نمایشگاه آنوگا در کلن آلمان در روزهای ۸ تا ۱۲ اکتبر ۲۰۱۱ (مطابق با ۱۶ تا ۲۰ مهر ماه ۹۰) می باشد و به منظور معرفی پسته ایران و اعضای انجمن پسته ایران به شرکت کنندگان در نمایشگاه، اقداماتی به شرح زیر را در دستور کار دارد:
- اجاره غرفه اختصاصی انجمن پسته ایران
 - اختصاص مکان مناسب در غرفه انجمن به عنوان اتاق مذاکره برای اعضای انجمن. در این محل امکان برگزاری جلسات خصوصی اعضاء و شرکت های عضو انجمن با طرف های خارجی فراهم می باشد
 - تهیه کاتالوگ معرفی اعضای انجمن و درج اطلاعات اعضاء
 - توزیع بروشور و کاتالوگ اختصاصی اعضاء. انجمن پسته ایران آمادگی دارد که در صورت تقاضای هر یک از اعضاء نسبت به طراحی و چاپ بروشور اختصاصی اقدام نماید.
 - ارائه خدمات فوق الذکر تنها به اعضای پیوسته انجمن که فاقد هر گونه بدهی مالی به انجمن باشند امکان پذیر می باشد.
 - لذا خواهشمند است در صورت تمایل به استفاده از خدمات فوق با شماره های ۰۲۱-۸۸۹۴۷۳۰۰ و ۰۲۱-۸۸۹۴۷۴۰۰ تماس حاصل فرمایید.

قیمت پسته خشک (محصول سال زراعی جاری) معامله شده

در هفته های سوم (منتهی به ۹۰/۳/۱۹)، چهارم (منتهی به ۹۰/۳/۲۶) خردادماه

رقم	درجه پسته	بازار تهران (ماه و ۱۰ روز)		بازار رفسنجان (نقدی)	
		هفته سوم	هفته چهارم	هفته سوم	هفته چهارم
فندق خندان	۳۰-۳۲ استاندارد (معروف به اروپایی)	۸۵۰۰	۸۶۰۰	۷۷۰۰	۷۸۰۰
فندق دهن بست	۳۰-۳۲ (کیل ۵۰)	۶۶۵۰	۶۸۰۰	۶۱۰۰	۶۱۰۰

توجه: قیمت ها هر کیلو به تومان، در بازار تهران غیر نقدی ۴ ماه و ۱۰ روز و در بازار رفسنجان نقدی است.



نشریه خبری تحلیلی انجمن پسته ایران

* دفتر کرمان

تلفن: ۰۳۴۱-۲۵۱۹۹۹۵

پست الکترونیکی: KERMAN@PISTACHIOASSOCIATION.COM

* دفتر تهران

تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۴۷۳۰۰، ۰۲۱-۸۸۹۴۷۴۰۰، ۰۲۱-۸۸۹۴۷۳۸۴

سایت فارسی انجمن: WWW.PISTACHIOASSOCIATION.COM

سایت انگلیسی انجمن: WWW.IRANPISTACHIO.ORG

پست الکترونیکی: TEHRAN@PISTACHIOASSOCIATION.COM

INFO@PISTACHIOASSOCIATION.COM