

صادرات خشکبار گامی در راه‌هایی از اقتصاد تک محصولی

نگاهی ویژه به وضعیت تولید و صادرات پسته

• جمشید رهبری

هلو و قیسی، بادام، گردو، مغز گردو، فندق، انجیر، خرما، آلو و شلیل خشک شده که در این میان پسته به عنوان معروفترین خشکبار ایرانی یکی از پرارزترین محصولات صادراتی کشور محسوب می‌گردد.

هدف اصلی از نوشتار این مطلب انجام بررسی اجمالی و کوتاهی در خصوص پسته و جایگاه آن در تولید ناخالص ملی، صادرات و کاربرد آموزش در جهت بهبود کار کاشت، داشت و برداشت تولید کنندگان می‌باشد.

تنوع و ارزش بالای غذایی مواد مستحکمه پسته، این میوه کویری را به طعمی مقوی، خون ساز، حیات بخش، هوش‌افزا و در یک کلمه «غذایی کامل» تبدیل نموده است.

کشمش، بادام، پسته، گردو و فندق سهم بیشتری را دارا بودند که عمدتاً به کشورهای روسیه، هندوستان و انگلیس صادر می‌شده است.

در حال حاضر جمهوری اسلامی ایران یکی از بزرگترین تولیدکنندگان میوه در جهان است بطوری که سطح زیرکشت باغهای میوه کشور بیش از یک و نیم میلیون هکتار بوده و در حال حاضر بسیاری از فروشگاههای معتبر جهان مفتخرند که خشکبار ایرانی را به مشتریان خود عرضه می‌دارند.

در سی سال اخیر اقلام مختلف خشکبار بصورت مستمر و یا غیرمستمر به خارج از کشور صادر گردیده که عبارتند از پسته، مغز پسته، کشمش، مویز، برگه زردآلو،

امروزه ضرورت برنامه‌ریزی و تلاش، در جهت رهایی از اقتصاد تک محصولی «برپایه نفت» بیش از هر زمان دیگری مشهود است و مهمترین گام اساسی در جهت خروج از اقتصاد تک محصولی افزایش کمی و کیفی صادرات غیرنفتی است، و خشکبار از جمله اقلامی است که در این ارتباط سرمایه‌گذاری و همت بیشتری می‌طلبد. هرچند که سهم صادرات خشکبار در حال حاضر نسبت به مجموع درآمدهای ارزی کشورمان رقمی ناچیز است.

بر اساس آمار و اطلاعات موجود، صادرات میوه و خشکبار ایران قدمتی نزدیک به یک قرن دارد*، در آن زمان میوه‌های مختلف به صورت خشک بخش مهمی از صادرات کشورمان را تشکیل می‌داد که در میان آنها

در حال حاضر مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران با دو آزمایشگاه مجهز کنترل مواد غذایی اقدام به آزمایش میزان اقلات توکسین می‌نماید. مطابق مقررات بهداشتی، کشورهای صادرکننده بایستی گواهی بهداشتی معتبری به همراه هریک از محموله‌های پسته ارسال نمایند که در آن، گواهی شده باشد که مغزهای خوراکی ارسالی عاری از اقلات توکسین یا از حداکثر مجاز بیشتر نمی‌باشد و این در حالی است که در کشور وارد کننده یا مقصد نیز بر روی محموله ارسالی آزمایش مشابهی انجام می‌گیرد.



پسته غذایی ایده‌آل برای کسانی است که به طعام طبیعی، پرانرژی و کامل نیاز دارند و به همین دلیل در کنار مصرف سنتی آن به عنوان تنقلات، هر روزه در بین اقشار مختلف جامعه مصرف کنندگان بیشتری می‌یابد.

هر ۱۰۰ گرم پسته ۶۵۰ - ۶۰۰ کالری انرژی تولید کرده و به طور متوسط حاوی ۲۲ - ۲۰ گرم، پروتئین ۴۵ - ۴۰ گرم چربی، ۱۴ گرم کربوهیدرات، ۲ گرم فیبرگیاهی و ۲/۵ - ۲/۵ گرم انواع مواد معدنی (پتاسیم، کلسیم، منگنز، آهن، فسفر...) و انواع ویتامینها از جمله B₁، B₂ و ویتامین C می‌باشد.

ارقام علمی فوق الذکر، در کنار روی آوردن جهان امروز به سوی تغذیه طبیعی یکی از علل توسعه بازار پسته بوده، به طوری که تولید جهانی همچنان در حال گسترش می‌باشد.

جهانی پسته در حال حاضر بیش از ۳۵۰ هزار تن می‌باشد که از این میزان ۱۸۰ هزار تن محصول ایران، ۷۰ هزار تن محصول آمریکا و مابقی محصول کشورهای ترکیه، سوریه، یونان، ایتالیا، قبرس، اردن و تونس می‌باشد.

این میزان تولید جوابگوی تقاضای جهانی نیست چرا که اگر ۳۵۰ هزار تن پسته تولید شده را بر ۵ میلیارد جمعیت جهان تقسیم کنیم مصرف سرانه هر انسان ۷۰ گرم در سال خواهد بود.

بر اساس آخرین آمار استخراج شده سطح زیرکشت پسته کشورمان در حال حاضر حدود ۲۹۰ هزار هکتار می‌باشد که ۸۳٪ آن متعلق به استان زرخیز کرمان است که از آن بیش از ۱۶۰ هزار تن پسته برداشت می‌شود.

تولید پسته در ایران، ترکیه، سوریه، یونان و تاحدودی ایتالیا دارای تاریخی طولانی

است بخصوص کشور ایران که سابقه‌ای به قدمت تاریخ در تولید پسته دارد. به روایت منابع باستانی «ضحاک» ایرانیان را پارسیان پسته‌خوار خطاب نموده و حکیم فردوسی روایت می‌کند که پادشاه ساسانی به انبار کردن پسته در انبار دژهای خراسان فرمان می‌دهد و صائب در واکنش به شاعران، نویسندگان عصر خود در عهد تیموریان که برای تحریک ذهن و اندیشه به تریاک روی آورده‌اند چنین می‌گوید:

همچو صائب بامفرح سرکن و سرسبز باش
هیچ‌زهری بهر اهل فکر چون تریاک نیست
از نشاط اهل دل ظاهر پرستان غافلند
پسته دایم در میان پوست خندان می‌شود
و اما سابقه ایالات متحده آمریکا در تولید

پسته از محدوده قرن حاضر هم تجاوز نمی‌کند. کشور آمریکا که تا ۲۰ سال قبل صرفاً وارد کننده پسته بود، با عرضه محصول پسته ایالت کالیفرنیا با نام تجاری «کرمان» با کیفیتی قابل رقابت و با بکارگیری امکانات خود، همراه با بسته‌بندی عالی، تبلیغات وسیع و بازاریابی بازاریابی حساب شده توانسته است جای پای محکمی برای خود در بازارهای بین‌المللی باز کند. اولین محموله پسته آمریکا در سال ۱۹۷۸ وارد بازار جهانی شد و این کشور در اهداف تبلیغاتی خود ضمن مطرح نمودن پسته کالیفرنیا تأکید خاصی در راه کنار زدن تدریجی ایران از بازارهای مصرف پسته نمود ضمن اینکه آمریکا از امکانات چندی برای رقابت با پسته ایران برخوردار

است، بدین معنی که:

- صادرات پسته کالیفرنیا از پشتیبانی و سازماندهی لازم همراه با تشکیلات منظم و دارای برنامه است

- استفاده مطلوب از نتایج تحقیقات در تولید پسته

- صادرات پسته آمریکا از پشتوانه تجربی از لحاظ مسایل قیمت‌گذاری، بسته بندی و بازاریابی و تبلیغات برخوردار می‌باشد.

- برقراری بیش از ۳۰٪ تعرفه گمرکی توسط آمریکا بر روی واردات پسته ایران - توسعه بازار مذاکره اتحادیه پسته کاران آمریکا با مسئولان تجاری کشورهای وارد کننده پسته در خصوص برقراری تعرفه گمرکی برای سایر کشورهای تولید کننده پسته

- پسته کالیفرنیا از لحاظ کیفیت با پسته صادراتی ایران برابر و قابل رقابت است.

بخشی از موقعیت تثبیت شده و قدرتمند کشورهایایی که در بازارهای جهانی خشکبار حضور فعال دارند، مرهون سازماندهی و برنامه‌ریزی‌هایی است که به طرق مختلف جریان و نحوه عرضه خشکبار صادراتی این کشورها را به بازارهای فروش در خارج از کشور هدایت نموده و به نظم در می‌آورد.

در آمریکا برای برنامه‌ریزی و توسعه صادرات اقلام مختلف خشکبار سازمانهای جداگانه‌ای فعالیت دارند مثل انجمن چانه‌زنی کشمش یا کمیسیون پسته کالیفرنیا که بودجه آنها از محل حق عضویت تولید کنندگان تأمین می‌شود.

البته مزه، رنگ و بوی پسته ایران در جهان هواخواهان و متقاضیان ویژه خود را دارد بطوری که در سال ۱۳۷۵ نزدیک به ۱۴۰ هزار تن پسته از ایران به خارج از کشور، عمدتاً به کشورهای اروپایی و خاور دور

صادر شد، ضمن اینکه نزدیک به ۹۷٪ نیاز پسته اروپا و در کل ۷۰٪ بازار جهانی پسته تا قبل از «اعلام تحریم پسته ایران از طرف اتحادیه اروپا» در اختیار ایران بود. ولی رقبای تولید پسته ایران با برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک توانسته‌اند تا حدودی نقش بنگاه شبه انحصاری ایران را در بازار جهانی کاهش دهند.

گرچه ترکیه سومین تولید کننده بزرگ پسته دنیا می‌باشد ولی مقدار تولید این کشور در سال حداکثر ۳۰ هزار تن است که نمی‌تواند با کشور ما رقابت کند بلکه رقیب پسته ایران آمریکا است.

آمریکاییان پسته تولیدی خود از ایالت کالیفرنیا را با انواع تبلیغات در جهان مطرح می‌کنند و حتی آن را به رنگ سفید درآورده و در تبلیغات وسیع، پسته خود را به عنوان بهترین‌ها معرفی و پسته ایران را به عنوان پسته آلوده به افلاتوکسین بیش از حد مجاز مطرح می‌کنند که در رساندن آسیب و خلل‌های جدی به صادرات پسته کشورمان بخصوص در چند سال اخیر نیز موفق بوده‌اند که در این ارتباط دلالان و سودجویانی که مبادرت به جمع‌آوری محصول پسته بدون رعایت مسایل بهداشتی و سایر استانداردهای لازم نموده و اقدام به صدور پسته از مجاری غیرقانونی می‌نمایند نیز در افزایش میزان آلودگی برخی محموله‌های صادراتی به افلاتوکسین نقش بسزایی داشته‌اند که بهانه لازم را به دست رقیبان می‌دهند که جا دارد مسئولان، تولیدکنندگان، کنترل کنندگان و صادرکنندگان پسته مسئله افلاتوکسین را جدی گرفته تا از صدمه بیشتر بر تجارت بین‌المللی کشورمان جلوگیری به عمل آید. پسته تا قبل از برداشت تا حد زیادی توسط

پوسته سختش از هجوم میکروارگانیزم‌ها محفوظ می‌ماند، پس از برداشت مکانیسم دفاعی محصول در برابر قارچها تضعیف گردیده و بدنبال آن جمعیت قارچها از جمله افلاتوکسین در مراحل پوست کنی، خشک کردن، انبارداری و فرآیند افزایش می‌یابد. برای اولین بار در سال ۱۳۵۰ چندین محموله پسته ایران در بندر نیویورک به علت آلودگی به سم افلاتوکسین توقیف گردید و در سال ۱۳۶۰ نیز محموله‌هایی از پسته ایران در مرحله ورود به ژاپن آلوده تشخیص داده شد که بدلیل تبلیغات وسیعی که در آن زمان از طرف رقبای صورت پذیرفت لطمه شدیدی به صادرات پسته ایران وارد شد.

و آخرین بار کشور هلند در آزمایش محموله چندین کانتینر که توسط بخش خصوصی صادر گردیده بود اعلام به آلودگی و غیربهداشتی بودن پسته ایران نمود که نهایتاً در تاریخ ۱۹۹۷/۹/۸ کمیسیون مواد غذایی اتحادیه اروپا اعلام به آلودگی پسته ایران به افلاتوکسین نوع B₁ و نهایتاً مبادرت به تصویب پیشنهاد «منع ورود پسته ایران به اروپا» نمود که تصمیمی غیرمنصفانه بود و در آن ردپای جنبه‌های سیاسی قضیه دیده می‌شد. از آن تاریخ به بعد در چندین نوبت هیئت‌های مختلفی از اتحادیه اروپا ضمن سفر به استان کرمان از باغات، مراحل و مراکز مختلف برداشت، ترمینالهای ضبط، انبارها، آزمایشگاه و مراکز بسته‌بندی و... بازدید نمودند.

گزارش مقدماتی منتشر شده توسط آخرین هیئت اعزامی اتحادیه اروپا نشان از رضایت آنها دارد و پیش‌بینی می‌شود انتشار گزارش نهایی باعث کاهش سختگیری و افزایش میزان صادرات پسته

گزارش مقدماتی منتشر شده توسط آفرین هیئت اعزامی اتمادیه اروپا نشان از رضایت آنها دارد و پیش‌بینی می‌شود انتشار گزارش نهایی باعث کاهش سفتگیری و افزایش میزان صادرات پسته کشورمان گردد.

مصرف محصولات کشاورزی منجمله خشکبار مانند پسته، فندق، بادام، بادام زمینی آلوده به افلاتوکسین علاوه بر عوارض و مسمومیت‌های مزمن و حاد، موجب بروز یرقان، خونریزی معده و روده مصرف کننده شده و در پاره‌ای موارد نیز لکه‌های هیستوپاتولوژیکی روی کسب، تحلیل چربیها، نکروزوس، فیبروزوس بافتها و تورم شدید مجاری صفراوی مصرف کننده می‌شود.

از این رو ضرورت ایجاب می‌کند که مسئولان صنعت پسته کشور توجه خاصی به پیشگیری از آلودگی به این زهرآبه خطرناک بنمایند، در این راستا شناخت خصوصیاتمانند تغییر رنگ دانه‌های آلوده، مشخصات پوست دانه‌ها، خصوصیات ساختار میوه‌ها، رعایت بهداشت باغات، بهره‌گیری صحیح از سیستم خشککن و... می‌تواند به پیشگیری از آلودگی کمک کند.

در ایران چندین نوع پسته تولید می‌شود، برخی از این انواع عبارتند از پسته اوحدی (فندق‌شکل) سفید پسته نوق (بادامی) کله قوچی ممتاز، اکبری، خنجری و... حدود ۵۰٪ پسته استان کرمان از نوع اوحدی است که واریته‌ای صادراتی و ۸۰٪ آن خندان می‌باشد بطور کلی پسته‌های صادراتی ایران از نظر شکل ظاهری به سه گروه بادامی، خنجری و فندق‌شکل تقسیم می‌شوند و از لحاظ اندازه، مهمترین نوع پسته صادراتی ایران نوع (۲۸ - ۲۶) است یعنی نوعی که هر ۲۶ الی ۲۸ عدد آن برابر یک اونس می‌شود.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بدلیل محدودیت یا جلوگیری از خروج بی‌رویه ارز، اخذ پیمان ارزی از صادرات کالا و عدم تحرک صادرات از کانالهای قانونی، قاچاق

باغات، بخصوص گل آذین نر و میوه‌های نارس ریخته شده روی زمین اشاره کرد. میزان سطح قابل قبول آلودگی محصولات کشاورزی از جمله پسته در کشورهای مختلف جهان فرق می‌کند. جدول ذیل حداکثر مجاز آلودگی قابل پذیرش را در پاره‌ای از کشورها نشان می‌دهد:

نام کشور	حداکثر مجاز آلودگی	B ₁	B ₂
فرانسه	۱	-	-
المان	۲	-	-
اسپانیا	۲	-	-
امارات	۵	۵	-
یونان	۱۰	۵	-
ژاپن	۱۰	-	-
تونس	۱۵	۵	۱۰
تایوان	۲۰	۵	-
هنگ کنگ	۲۰	۵	-
ترکیه	۲۰	۵	-



کشورمان گردد. در حال حاضر مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران با دو آزمایشگاه مجهز کنترل مواد غذایی اقدام به آزمایش میزان احتمالی افلاتوکسین می‌نماید. طبق مقررات بهداشتی، کشورهای صادرکننده ایستی گواهی بهداشتی معتبری به همراه هر یک از محموله‌های پسته ارسال نماید که در آن، گواهی شده باشد که مغزهای خوراکی ارسالی عاری از افلاتوکسین یا از حداکثر مجاز بیشتر نمی‌باشد و این در حالی است که در کشور وارد کننده یا مقصد نیز بر روی محموله ارسالی آزمایش مشابهی انجام می‌گیرد.

آلودگی محموله‌های صادراتی، مشکلی اساسی برای کشورهای تولید کننده صادر کننده و مصرف کننده پسته در جهان است و علت آن مسمومیت‌های خطرناک ناشی از مصرف افلاتوکسین در پسته‌های آلوده می‌باشد که عمدتاً توسط گونه *A. parasiticus* که سم B₁ و G₁ و گونه *Flavus* ۸۰ سم B₁ را تولید می‌کند. B₁ و G₁ از سموم خطرناک بوده و اثر سرطان زایی دارند، سموم B₂ و G₂ نیز از B₁ و G₁ مشتق می‌شوند.

از بین ۱۸ نوع افلاتوکسین شناخته شده نوع B₁ از لحاظ درجه مسمومیت بسیار خطرناک است و انواع G₁ و M₁ در درجات بعدی اهمیت قرار دارند.

از جمله عوامل کمک کننده به تولید، گسترش و افزایش افلاتوکسین می‌توان به تأخیر در برداشت خندان شدن زودرس پسته روی درخت، آلودگی درخت به حشرات، وجود باقیمانده درختان آلوده در

کالاهای قابل تبدیل به ارز رو به افزایش گذاشت و به لحاظ افزایش تفاوت بین نرخ رسمی ارز و نرخ آزاد آن اقلام مختلف خشکبار مخصوصاً پسته راه خود را به سوی خروج غیرقانونی از مرزهای کشور باز نمودند که پیامدهایی در پی داشت. پیامدهای قاچاق پسته را می‌توان در موارد ذیل خلاصه نمود:

- هدر رفتن بخشی از درآمدهای ارزی کشور

- ورود پسته غیربهداشتی (بعضاً با آلودگی افلاتوکسین بیش از حد مجاز) و غیر استاندارد ایرانی به بازارهای خارجی و ایجاد جو عدم اطمینان نسبت به کیفیت پسته ایران

- شکستن قیمت‌ها یا فروش زیر قیمت که هرکدام عوارض جبران ناپذیری را در پی خواهند داشت.

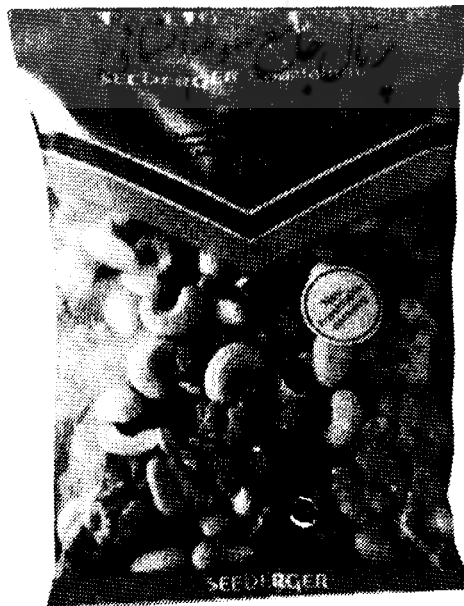
بطور کلی کشورهایی که تولید کننده برتر اقلام خشکبار باشند می‌توانند به طرق مختلف بر روی حجم صادرات خود و سایر کشورها تأثیر بگذارند. در مورد پسته، این کشور ایران است که در موقعیت برتر قرار دارد. البته بهره‌گیری از این موقعیت برتر مستلزم رفع پاره‌های اشکالات و حرکت به سوی سیاست‌گذاری‌های هماهنگ در داخل کشور می‌باشد.

در این راستا یک برنامه‌ریزی صادراتی صحیح و قیمت‌گذاری هماهنگ با آن می‌تواند حائز اهمیت باشد، ضمن اینکه وجود یک نظام بازاریابی و بازاریارسانی کارا و هماهنگ ضروری است، چرا که صادرات موفق محصولات کشاورزی، کشور را از نظام تک محصولی «نفت» رها می‌سازد لذا آموزش تولید کنندگان و صادر کنندگان در مسائل تولید و بازاریابی محصول کامی مؤثر و اساسی

در جهت بهتر شدن وضعیت تولید خواهد بود. زیرا در دنیای پرتحول و پیچیده کنونی که تغییرات شگرفی در تمام شئون اقتصاد، اجتماعی، تکنیکی، سیاسی و فرهنگی بشریت به وقوع پیوسته و هر روز تکامل بیشتری می‌یابد هم‌آهنگی و همگامی با این تغییر و تحولات ضروری است و صادر کنندگان خشکبار بخصوص پسته بایستی یا را فراتر نهاده و با استفاده از دانش تجارت الکترونیک، خود را با نیاز استانداردهای بین‌المللی و مسائل روز تجارت جهانی تطبیق دهند تا موجبات رشد و اعتلای هرچه بیشتر صادرات پسته از لحاظ کمی و کیفی فراهم گردد.

البته عامل کیفیت یک عامل ذاتی است اما عوامل دیگری را که ارزش افزوده ایجاد می‌کنند نبایستی نادیده گرفته شوند و قیمت مهمترین اهرم در بازار جهانی است، در کنار اهرم قیمت اهرم‌های حمایت کننده فرعی نیز مثل بسته‌بندی محصول، کیفیت و مرغوبیت جنس، برنامه‌های بازاریابی و تبلیغات و سرعت، انتظام بخشیدن به عرضه کالا وجود دارند که در جهت فروش محصول مورد استفاده قرار می‌گیرند.

هرچند که این عوامل نیز خود هزینه سازند



و در ساختار قیمت‌گذاری تأثیر می‌گذارد اما در عین حال عمده پسته صادراتی کشورمان به صورت فله به خارج از کشور توسط شرکت تعاونی تولیدکنندگان پسته رفسنجان صادر می‌شود. البته در سالهای اخیر بخش اندکی از پسته صادراتی در قوطی‌های فلزی یا سلوفان در وزنهای مختلف ۵۰، ۱۰۰، ۲۵۰، ۵۰۰، ۱۰۰۰ گرمی توسط شرکت تعاونی مزبور صادر گردیده است. با این وجود و علیرغم وجود کارخانه‌های مدرن و مجهز بسته‌بندی در کشور، متأسفانه به دلایل گوناگون استفاده بهینه‌ای صورت نپذیرفته و اکثر بسته‌بندی‌های حمل خشکبار صادراتی از کیفیت نامرغوب مواد اولیه بسته‌بندی و یا ضعف در طراحی برخوردارند. ضمن رفع این نقیصه‌های مهم اقدام به انجام تحقیق و بررسی‌های اقتصادی در زمینه مکانیزاسیون کشاورزی، بخصوص باغداری مدرن، بهداشتی و ایجاد تحول در ساختار صادرات خشکبار، با توجه به بازار تجارت جهانی بخصوص سازمان تعرفه و تجارت (GATT) از ضروریات است که مزایای شایان توجهی را در جهت کاهش هزینه‌های تولید، افزایش درآمد تولیدکنندگان و اشتغالزایی بیشتر در پی خواهد داشت و ضمن این که خشکبار ایران از حمایت تبلیغاتی نیز متأسفانه برخوردار نمی‌باشد، با توجه به اینکه تبلیغات به معنای اعم در حقیقت حلقه نهایی زنجیره به هم پیوسته و وابسته به بازاریارسانی است و کلیه کوششهایی که از لحاظ برنامه‌ریزی در حمل و نقل، بسته‌بندی و توزیع صورت می‌گیرد تا به انجام معامله و فروش بیانجامد لذا همراهی و حمایت تبلیغات می‌تواند اثرات بیشتری در جهت حضور قوی‌تر در بازار جهانی داشته باشد.

گذاری، پراکندگی در سازماندهی صادرات و... روبروست، تبلیغات نه تنها سازنده نیست بلکه ممکن است به لحاظ آشکار ساختن پاره‌ای از کمبودها و نارساییها دارای اثرات منفی نیز گردد.

ضمن اینکه بدلائل وجود تنگناها و نقاط ضعف فوق‌الذکر نمی‌توانیم تبلیغات منفی برخی کشورهای خارجی در مورد خشکبار کشورمان را از موضعی مناسب پاسخ داده و خنثی نماییم و ادامه چنین روندی موجب کاهش هرچه بیشتر سهم درآمدهای ناشی از صادرات غیرنفتی گردیده و نهایتاً به وارد آمدن صدمات جبران ناپذیری به اقتصاد کشورمان منجر می‌گردد.

به این امید که با انجام بررسی و تحقیقات همه جانبه و استفاده از تجارب، نظرات و پیشنهادات کارشناسان اقتصادی، کشاورزی و بازرگانی بتوانیم که همگام با دنیای امروز و تجارت جهانی از پسته که باارزش‌ترین گیاه باغبانی است و در سخت‌ترین شرایط اقلیمی هم به عمل می‌آید نهایت بهره‌وری را در راستای شکوفایی اقتصاد کشورمان ایجاد نماییم برنامه ریزی، هدایت و حمایت از تولیدکنندگان را از مسئولان ذیربط انتظار داریم چرا که بی‌شک پسته «طلای سبز» ایران است.

منابع:

شاهنامه فردوسی

دیوان صائب

گنج شایگان جمالزاده

آدرنامه استان سمنان ۱۳۷۰ لغایت ۱۳۷۶

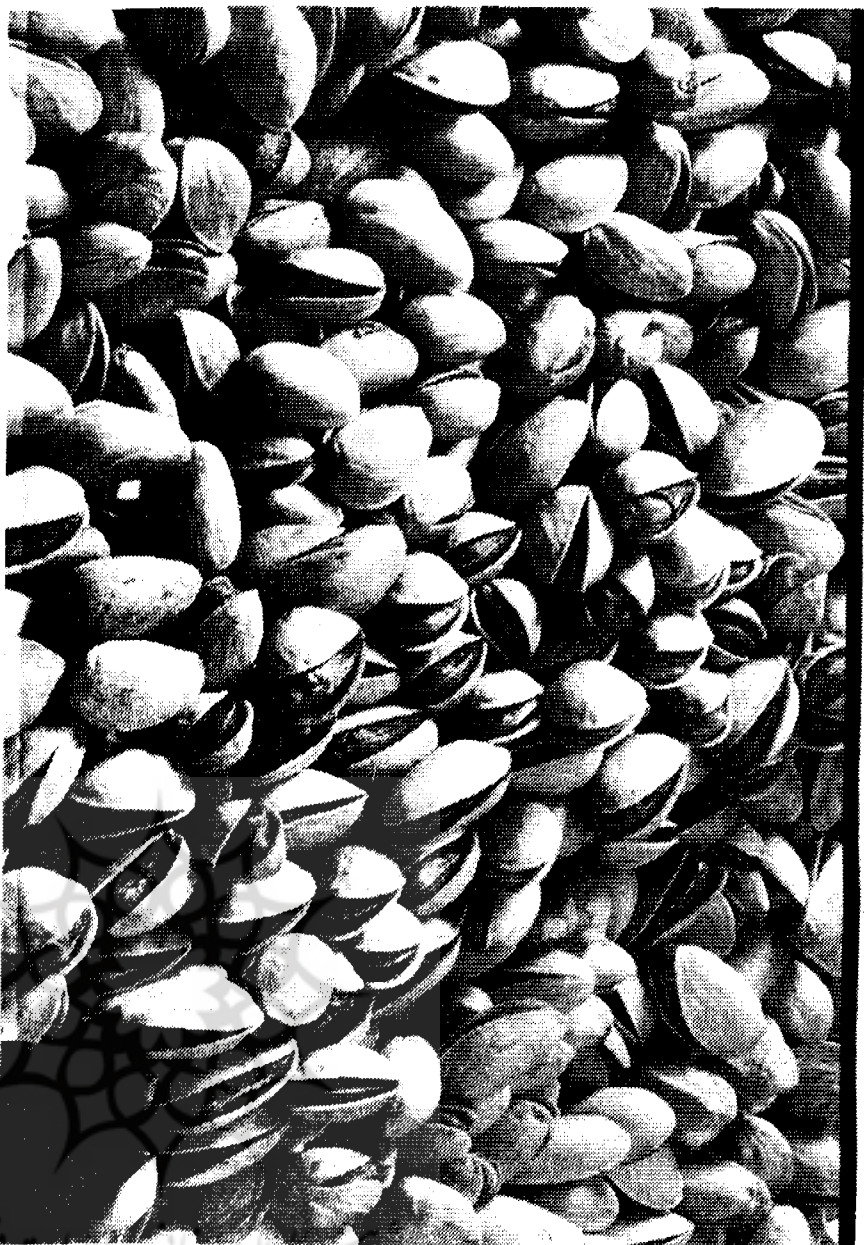
هفته نامه بانگ جرس

نشریات پسته ایران

نلاس ۱ و ۲

آلودگی پسته دکتر حبشید حیانی

آلودگی پسته دکتر شهیدی



صادراتی فعالیت‌های تبلیغاتی مثبت و سازنده و وسیع داشت بایستی به سازماندهی و برنامه‌ریزی در جنبه‌های دیگر اهتمام ورزید. در حالی‌که ساختار صادرات خشکبار با تنگناهایی از قبیل مشخص نبودن برنامه تولید، صادرات، فقدان آمار و اطلاعات از فعالیت‌های داخلی و خارجی مرتبط با خشکبار، بسته‌بندی نامناسب، کیفیت نامطلوب کالا، تأخیر در تحویل، ضوابط و قوانین دایم‌التغییر ناظر بر فعالیت‌های صادراتی، کانالهای متفاوت صدور کالا، مشکلات مربوط به قیمت

از آنچه گفته شد می‌توان دریافت که جریان صادرات خشکبار ایران فاقد یک سازماندهی و برنامه‌ریزی حساب شده تبلیغاتی در کنار خود می‌باشد.

فعالیت‌هایی که تاکنون در زمینه تبلیغاتی عمدتاً توسط شرکت تعاونی تولید کنندگان پسته رفسنجان و یا با هزینه‌های این شرکت تعاونی انجام گرفته، به دلایل مختلف از جمله پراکندگی و عدم انضباط و استمرار لازم نمی‌تواند دارای تأثیر قابل توجهی باشد.

البته قبل از آنکه بتوان در بازارهای