



وزارت جهاد کشاورزی
سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی
موسسه تحقیقات علوم باغبانی
پژوهشکده پسته

عوامل مؤثر بر مصرف در بازار داخلی پسته ایران

نگارنده:

رضا صداقت
عضو هیأت علمی پژوهشکده پسته

۱۳۹۴

نشریه شماره ۸۶



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وزارت جهاد کشاورزی
سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی
موسسه تحقیقات علوم باغبانی
پژوهشکده پسته

عوامل مؤثر بر مصرف در بازار داخلی پسته ایران

نگارنده:

رضا صداقت

عضو هیات علمی پژوهشکده پسته

۱۳۹۵

نام نشریه: عوامل مؤثر بر مصرف در بازار داخلی پسته ایران

نویسندگان: رضا صداقت

ناشر: شورای انتشارات پژوهشکده پسته

ویراستاران علمی: علی تاج آبادی پور، احمد شاکر اردکانی، ناصر صداقتی، محمد

عبدالهی عزت آبادی

ویراستار ادبی: محمد عبدالهی عزت آبادی

چاپ اول: ۱۳۹۵

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

امور فنی: فاطمه کاظمی

مسئولیت صحت مطالب با نویسنده است.

شماره ثبت در مرکز اطلاعات و مدارک علمی کشاورزی ۴۹۹۶۵ به

تاریخ ۹۵/۵/۱۲ می باشد.

قیمت:

نشانی: رفسنجان، میدان شهید حسینی، پژوهشکده پسته

صندوق پستی: ۷۷۱۷۵-۴۳۵

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵	مقدمه
۷	عوامل مؤثر بر مصرف پسته در بازار داخلی استان کرمان
۸	آماره های توصیفی مربوط به قیمت و مصرف پسته، محصولات جانبی، کالاهای جانشین و مکمل آن
۱۶	برآورد کشش قیمتی تقاضا برای انواع پسته و فرآورده های آن، کالاهای جانشین و مکمل پسته در استان کرمان
۱۷	برآورد ضرایب همبستگی بین مصرف پسته و متغیرهای دیگر تحقیق در استان کرمان
۱۹	دیدگاه مصرف کنندگان پسته در خصوص محصولات جانبی قابل ارائه از پسته، مشکلات مصرف و راهکارهای افزایش مصرف در بازار داخلی پسته در استان کرمان
۲۲	تفاوت ها و تشابه ها بین دو استان کرمان (قطب تولیدپسته) با تهران (قطب مصرف پسته) از نظر برخی متغیرهای کلیدی تحقیق
۱۳	نتیجه گیری نهایی
۲۵	پیشنهادات
۲۶	منابع
۲۷	ضمایم

مقدمه

میزان مصرف پسته در بازار داخلی حدود ۲۰ درصد از کل تولید آن طی یک دهه اخیر بوده است. به عبارت دیگر، حدود ۸۰ درصد از تولید پسته ایران هر ساله به خارج از کشور صادر می شود (ابطحی، ۱۳۹۱). قیمت پسته در بازار داخلی معمولاً از قیمت های صادراتی پسته بالاتر بوده است که یکی از مهم ترین دلایل آن عرضه کم محصول در بازار داخلی (عمدتاً ناشی از سستی بودن سیستم عرضه بازار داخلی) و عدم شناخت از میزان واقعی تقاضا می باشد. عامل دیگر که نقش بسیار مهمی را در این جهت ایفا می نماید، حاشیه بالای بازار داخلی در نتیجه تعدد واسطه ها است (صداقت، ۱۳۸۶). تحقیقات انجام شده در پژوهشکده پسته نشان می دهد که میانگین تقاضای جهانی صادرات طی سال های گذشته رشد داشته است، به طوری که از دوره اول (۲۰۰۶-۲۰۱۰) به دوره دوم (۲۰۱۱-۲۰۱۵) به میزان ۱۲/۵ درصد رشد نموده است. در حالی که میانگین عرضه جهانی از دوره اول به دوره دوم ۳۶/۷ درصد افزایش پیدا کرده است. میزان رشد مصرف داخلی پسته در کشور های تولید کننده پسته از دوره اول به دوره دوم نیز به میزان ۷۴/۴ درصد بوده است (صداقت، ۱۳۸۸).

صداقت (۱۳۸۶) مطالعه ای تحت عنوان بررسی اقتصادی حاشیه بازار و کارآیی بازاریابی پسته ایران، مقایسه بخش خصوصی و تعاونی، انجام داده است. نتایج نشان داد که بخش تعاونی به طور نسبی کارایی بالاتری نسبت به بخش خصوصی در بازار پسته داشته است. عبداللهی عزت آبادی (۱۳۸۸) مطالعه ای تحت عنوان بررسی کارایی بازار و سود آوری تجارت در بازار داخلی پسته ایران انجام داد. تایید نشان داد که مشکلات فنی و مالی، نیاز به تامین نقدینگی و جو بی اعتمادی باعث شده است تا عرضه محصول بعد از فصل برداشت بسیار بالا و به صورت نقدی یا دوره کوتاه مدت باشد. همین عوامل باعث شده است تا با نادیده گرفتن سود بالاتر، کشاورزان ارتباط مستقیم با صادرکنندگان را رها کرده و محصول خود را به واسطه ها و دلال های محلی بفروشند. عبداللهی عزت آبادی (۱۳۸۸) مطالعه ای تحت عنوان بررسی عوامل موثر بر ایجاد انحصار در بازار داخلی پسته ایران انجام داده است. نتایج نشان داد که وجود رفتار انحصاری در بازار پسته ناشی از ۴ عامل مشکلات مالی، جو بی اعتمادی، جو روانی و دامنه گسترده کیفیت محصول پسته می باشد. اردستانی و موذنی (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان بررسی بازار و بازاریابی پسته در استان کرمان به بررسی کارایی بازار داخلی پسته پرداختند. نتایج مطالعه بازاریابی داخلی، حاکی از بالا

بودن حاشیه بازاریابی و روند صعودی آن، کاهش سهم باغ دار از قیمت نهایی و افزایش سهم عمده فروشان و خرده فروشان، بالابودن ضریب هزینه بازاریابی و رشد سهم حاشیه عمده فروشی و سود خالص عملیات بازاریابی عمده فروش و نقش بازار عمده فروشان در میزان ناکارایی بازار این محصول است. نتایج بدست آمده نشان داد که به ازای هر یک ریال هزینه خدمات بازاریابی، ۱۶/۲ ریال حاشیه در بازار ایجاد شده است. بدین ترتیب، ۹۴ درصد حاشیه کل بازار ناشی از حضور عوامل غیر ضروری در مسیر بازار رسانی محصول بوده است و تنها ۶ درصد آن صرف هزینه خدمات بازاریابی شده است. همچنین در این تحقیق گزارش شده است که در آمریکا، پسته اغلب به مصرف داخلی می رسد. مغز پسته بیشتر به مصرف دسرها، شیرینی و بستنی می رسد. پسته کالائی لوکس است و بنابراین بیشترین تلاش ها بر بسته بندی جذاب آن متمرکز شده است. امیری عقدایی (۲۰۰۹) در تحقیقی، عوامل مؤثر بر صادرات پسته ایران را مورد بررسی قرار داد. ایشان بدین منظور از تحلیل توصیفی و آزمون های فرض استفاده نمود. نتایج این تحقیق نشان داد که مقررات صادراتی، آفلاتوکسین و بسته بندی سه عاملی هستند که بیشترین تأثیر را بر صادرات پسته ایران دارند.

زیجوآن و همکاران (۲۰۱۲) مطالعه ای با عنوان مهمترین عوامل مؤثر بر تقاضای صادراتی پسته در آمریکا انجام دادند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که تولید کنندگان پسته در آمریکا بایستی از مزیت تکنولوژی پیشرفته بهره ببرند و به استاندارد های بالای امنیت غذایی توجه نمایند تا بتوانند سهم خود در بازار جهانی را افزایش دهند. بر این اساس، هماهنگ شدن با قوانین بازاریابی، توسعه امنیت غذایی و تنوع محصول نیازهای مهم برای یک استراتژی موفق بازاریابی می باشند. پی و زیگنگ (۲۰۱۴) مطالعه میدانی در کشور چین، با هدف بررسی تمایل به پرداخت مصرف کنندگان برای پسته چین، کالیفرنیا و ترکیه انجام دادند. نتایج نشان داد که مصرف کنندگان چینی تمایل به پرداخت بیشتری برای پسته تولید چین و کالیفرنیا نسبت به پسته تولید ترکیه داشته اند. نتایج همچنین نشان داد که مصرف کنندگان با درآمد بیشتر تمایل بیشتری برای خرید پسته تولید کالیفرنیا داشته اند و با افزایش ۱ درصدی درآمد، احتمال خرید پسته کالیفرنیا ۱/۲ درصد بیشتر شده است. لیکن خرید پسته تولید چین، ارتباطی با سطح درآمدی مصرف کنندگان نداشته است.

در این نشریه عوامل موثر بر مصرف پسته در بازار داخلی دو استان مصرف کننده و تولید کننده پسته ارایه و با هم مقایسه شده است. برای این منظور، کرمان به عنوان استان تولید کننده و تهران به عنوان استان مصرف کننده پسته در نظر گرفته شده است. آمار توصیفی مربوط به قیمت و مصرف پسته، محصولا جانبی پسته، کالاهای جانشین و مکمل پسته ارائه شد و کشش قیمتی تقاضا برای پسته و محصولات مرتبط با آن محاسبه و ارائه گردید. ضریب همبستگی بین مصرف پسته با سایر متغیرهای مهم مرتبط با آن محاسبه و ارائه شد. دیدگاه مصرف کنندگان پسته در ارتباط با محصولات جانبی قابل ارائه از پسته، مشکلات سر راه مصرف آن و راهکارهای مناسب برای افزایش میزان مصرف مورد بررسی قرار گرفته و اولویت بندی شد. در ادامه بین استان کرمان به عنوان قطب اصلی تولید با استان تهران به عنوان قطب اصلی مصرف از نظر متغیرهای کلیدی مرتبط با مصرف پسته مقایسه و تحلیل انجام شد. در پایان نتیجه گیری نهایی ارائه شده و پیشنهادات کاربردی ارائه گردید.

عوامل مؤثر بر مصرف پسته در بازار داخلی استان کرمان

مطالب ارایه شده در این قسمت، از نتایج پروژه تحقیقاتی است که بدین منظور در پژوهشکده پسته اجرا شده است (صداقت و مشایخی، ۱۳۹۴). مدل تخمین زده شده در ضمیمه ۱ آمده است. بررسی بازار داخلی پسته در استان کرمان نشان می دهد که با افزایش یک واحد میانگین قیمت کالاهای جانشین پسته (فندق، گردو و ...)، به اندازه $0/33$ واحد مصرف پسته خام افزایش می یابد. به عبارت دیگر، یکی از عوامل موثر بر مصرف پسته در بازار داخلی یک منطقه تولید کننده این محصول، قیمت کالاهای جانشین می باشد. در این صورت، می توان با بررسی روند حرکت قیمت کالاهای جانشین پسته به این نتیجه رسید که آیا مصرف پسته در بازار داخلی چنین مناطقی با چه روندی روبه رو خواهد شد. با توجه به اینکه آهنگ حرکت قیمت کالاهای جانشین پسته، همواره افزایشی بوده و به احتمال زیاد در آینده نیز این آهنگ ادامه خواهد یافت، بنابر این پیش بینی می شود که میزان مصرف پسته در بازار داخلی پسته ایران و از جمله مناطق تولید کننده این محصول افزایش یابد. از جمله عوامل دیگر موثر بر مصرف پسته و به ویژه پسته خام، هزینه های خانوار می باشد. در این خصوص، بررسی ها نشان می دهد که با افزایش یک واحد هزینه سالیانه خانوارها، به

اندازه ۰/۱۴ واحد مصرف پسته خام افزایش می یابد. همچنین می توان گفت که بسته بندی تأثیر معنی دار بر افزایش مصرف پسته خام در بازار داخلی استان کرمان دارد.

مطالعه صداقت و مشایخی (۱۳۹۴) علاوه بر بررسی عوامل موثر بر مصرف پسته خام در استان کرمان، عوامل موثر بر مصرف کل مصرف پسته در این استان را نیز مورد مطالعه قرار داده است. مدل تخمین زده شده در ضمیمه ۲ آمده است. نتایج حاصل از برآورد ضرایب معنی دار شده نشان می دهد که با افزایش یک درصد هزینه سالیانه خانوار، به اندازه ۰/۱۳ درصد مصرف کل پسته افزایش می یابد. با افزایش یک درصد آشنایی با ارقام مختلف پسته و درجه و کیفیت، به اندازه ۰/۲۶ درصد مصرف کل پسته افزایش می یابد و بسته بندی تأثیر معنی دار بر افزایش مصرف کل پسته در بازار داخلی استان کرمان دارد.

مقایسه میانگین بین افرادی که تولید کننده پسته هستند با آن هایی که تولید کننده پسته نمی باشند نشان می دهد که افرادی که تولید کننده پسته می باشند، از نظر سن، درآمد ماهیانه شغل اصلی، متوسط هزینه سالیانه خانوار، تأثیر دسترسی به بازار مصرف، سرانه مصرف شخصی پسته خام و سرانه مصرف شخصی انواع پسته در سطح بالاتری قرار گرفته اند. افرادی که تولید کننده پسته نیستند، از نظر میزان تحصیلات، کافی بودن تبلیغات برای خواص پسته، قیمت خرید پسته خام و میانگین وزنی قیمت انواع پسته در سطح بالاتری قرار دارند.

آماره های توصیفی مربوط به قیمت و مصرف پسته، محصولات جانبی، کالاهای جانشین و مکمل آن

نتایج بررسی برخی از مهمترین آماره های توصیفی مربوط به قیمت و مصرف پسته در استان کرمان در جدول آمده است.

جدول ۱: آماره های توصیفی مربوط به متغیرهای قیمت و مصرف پسته (خام، برشته و شور و...) در استان کرمان

متغیر	آماره توصیفی	واحد	کمترین	بیشترین	میانگین
کل مصرف پسته خام	کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۹۰۰	۱۸/۲۳	
قیمت خرید متوسط هر کیلو پسته خام	تومان	۳۰۰۰	۴۵۰۰۰	۱۷۷۳۸/۰۵	
تاریخ خرید پسته خام	فصل	۱	۴	۲/۵	
میزان رضایت از مصرف پسته خام	درصد	۶۰	۱۰۰	۸۶/۹۳	
کل مصرف پسته برشته و شور	کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۳۰۰	۲/۴۶	
قیمت خرید متوسط هر کیلو پسته برشته و شور	تومان	۲۰۰۰	۳۵۰۰۰	۱۸۶۹۵/۹۵	
تاریخ خرید پسته برشته و شور	فصل	۱	۴	۲/۶۷	
میزان رضایت از مصرف پسته برشته و شور	درصد	۸۰	۱۰۰	۸۸/۱۶	
کل مصرف مغز پسته خام	کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۶۰۰	۷/۰۳	
قیمت خرید متوسط هر کیلو مغز پسته خام	تومان	۸۰۰۰	۵۰۰۰۰	۲۲۰۰۰	
تاریخ خرید مغز پسته خام	فصل	۱	۴	۲/۳۸	
میزان رضایت از مصرف مغز پسته خام	درصد	۷۰	۹۰	۸۲/۸۳	
کل مصرف مغز پسته برشته و شور	کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۱۰	۰/۰۷	
قیمت خرید متوسط هر کیلو مغز پسته برشته و شور	تومان	۱۰۰۰۰	۵۰۰۰۰	۳۵۰۰۰	
تاریخ خرید مغز پسته برشته و شور	فصل	۱	۱	۱	
میزان رضایت از مصرف مغز پسته برشته و شور	درصد	۸۰	۹۵	۹۰	
کل مصرف خلال و پودر پسته	کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۱۵۰	۱/۷۱	
قیمت خرید متوسط هر کیلو خلال و پودر پسته	تومان	۲۰۰۰	۸۰۰۰۰	۲۴۷۳۳/۳۳	
تاریخ خرید خلال و پودر پسته	فصل	۱	۴	۲/۷۲	
میزان رضایت از مصرف خلال و پودر پسته	درصد	۸۰	۱۰۰	۸۶/۶۷	

در جدول فوق کدهای مربوط به متغیرهای کیفی به شرح زیر می باشد.

* کدهای متغیر تاریخ خرید شامل: ۱- بهار؛ ۲- تابستان؛ ۳- پاییز؛ ۴- زمستان

نتایج بررسی برخی از مهمترین آماره های توصیفی مربوط به قیمت و مصرف محصولات جانبی پسته در استان کرمان در جدول (۲) آمده است.

جدول ۲: آماره های توصیفی مربوط به متغیرهای قیمت و مصرف محصولات جانبی پسته در استان کرمان

توصیفی متغیر	آماره	واحد	کمترین	بیشترین	میانگین
میزان مصرف قاووت پسته		کیلوگرم برای هر خانوار در سال	۰	۵۰۰	۴/۲۲
قیمت خرید بازار هر کیلو قاووت پسته		تومان	۵۰۰۰	۲۰۰۰۰	۹۶۹۰/۱۴
تاریخ خرید قاووت پسته		فصل	۱	۴	۲/۶۵
میزان رضایت از مصرف قاووت پسته		درصد	۶۰	۱۰۰	۸۴/۲۱
میزان مصرف معجون پسته		کیلوگرم برای هر خانوار در سال	۰	۴	۰/۱۷
قیمت خرید بازار هر کیلو معجون پسته		تومان	۱۰۰۰	۲۰۰۰۰	۶۸۸۴/۶۲
تاریخ خرید معجون پسته		فصل	۲	۴	۲/۶۷
میزان رضایت از مصرف معجون پسته		درصد	۸۰	۱۰۰	۹۰
میزان مصرف حلوای ارده (شکری) پسته		کیلوگرم برای هر خانوار در سال	۰	۵	۰/۰۴
قیمت خرید بازار هر کیلو حلوای پسته		تومان	۱۰۰۰۰	۵۰۰۰۰	۲۶۵۶۰
تاریخ خرید حلوای پسته		فصل	۱	۲	۱/۲۵
میزان رضایت از مصرف حلوای پسته		درصد	۷۰	۹۰	۸۰
میزان مصرف کره پسته		کیلوگرم برای هر خانوار در سال	۰	۳	۰/۱۱
قیمت خرید بازار هر کیلو کره پسته		تومان	۴۰۰۰	۶۰۰۰۰	۱۸۸۵۸/۸۲
تاریخ خرید کره پسته		فصل	۱	۴	۲/۵
میزان رضایت از مصرف کره پسته		درصد	۷۰	۹۵	۸۵/۹۱
میزان مصرف سایر محصولات جانبی پسته		کیلوگرم برای هر خانوار در سال	۰	۱۰	۰/۰۷
قیمت خرید بازار سایر محصولات جانبی پسته		تومان	۶۰۰۰	۴۵۰۰۰	۱۵۳۹۸
تاریخ خرید سایر محصولات جانبی پسته		فصل	۱	۲	۱/۲
میزان رضایت از مصرف سایر محصولات جانبی پسته		درصد	۰	۱۰۰	۹۲

در جدول فوق کدهای مربوط به متغیرهای کیفی به شرح زیر می باشد.

* کدهای متغیر تاریخ خرید شامل: ۱- بهار؛ ۲- تابستان؛ ۳- پاییز؛ ۴- زمستان

توضیحاتی در خصوص برخی فرآورده های پسته (محصولات جانبی) آمده در جدول فوق:
قاووت پسته: مخلوط مغز پسته بو داده شده با شکر آسیاب می شود و میزان پسته آن حدود ۲۰-۳۰ درصد است.

معجون پسته: مخلوطی از پودر مغز پسته با شیر، خرما و مغز گردو می باشد که مصرف آن به صورت آب میوه است و درصد پسته آن حدود ۱۵-۱۰ درصد می باشد.

حلوای ارده (شکری) پسته: حدود ۵-۲ درصد مغز پسته به عنوان تزئین و یا داخل فرمول حلوای ارده استفاده می گردد.

کره پسته: شامل ۹۰ درصد مغز پسته آسیاب شده و ۱۰ درصد شیرین کننده (شکر) می باشد.

شیر پسته: شامل شیر گاو و حدود ۵ درصد پودر پسته می باشد.

نتایج بررسی برخی از مهمترین آماره های توصیفی مربوط به متغیرهای آگاهی، رضایت از خرید و تأثیر برخی خدمات بازار بر مصرف پسته در استان کرمان در جدول (۳) آمده است.

جدول ۳: آماره های توصیفی مربوط به متغیرهای آگاهی، رضایت از خرید و تأثیر برخی خدمات بازار بر مصرف پسته در استان کرمان.

متغیر	آماره توصیفی	کمترین	بیشترین	میانگین
آشنایی با ارقام مختلف پسته و درجه و کیفیت	۳/۲۱	۱	۵	۳/۲۱
توجه به نوع و درجه و کیفیت پسته	۳/۵۸	۱	۵	۳/۵۸
رضایت از کیفیت انواع پسته	۳/۳۳	۱	۵	۳/۳۳
آگاهی از قیمت ارقام مختلف پسته	۳/۱۵	۱	۵	۳/۱۵
تأثیر قیمت در خرید پسته	۳/۵۴	۱	۵	۳/۵۴
رضایت از قیمت انواع پسته	۲/۷۲	۱	۵	۲/۷۲
اطلاع از اشکال مختلف بسته بندی	۲/۲۸	۱	۴	۲/۲۸

ادامه جدول ۳: آماره های توصیفی مربوط به متغیرهای آگاهی ، رضایت از خرید و تاثیر برخی خدمات بازار بر مصرف پسته در استان کرمان.

۱/۶۶	۵	۱	تأثیر شکل بسته بندی موقع خرید
۲/۶۱	۵	۱	رضایت از بسته بندی
۳/۲۲	۵	۱	آشنایی با بازارهای مختلف عرضه پسته
۲/۹۴	۵	۱	تأثیر دسترسی به بازار خرید روی مصرف
۳/۳۳	۵	۱	رضایت از عرضه و دردسترس بودن انواع پسته در بازار
۲/۶۷	۵	۱	میزان آگاهی از خواص پسته
۱/۶۰	۴	۱	کافی بودن تبلیغات در زمینه ی اطلاع رسانی خواص پسته
۳/۵۹	۵	۱	اثر مثبت تبلیغات در زمینه ی خواص پسته بر روی مصرف
۱/۵۶	۵	۱	عوارض منفی مصرف پسته

* کدهای متغیرهای این جدول به صورت زیر می باشد .

۱- خیلی کم ؛ ۲- کم ؛ ۳- متوسط ؛ ۴- زیاد ؛ ۵- خیلی زیاد

نتایج بررسی برخی از مهمترین آماره های توصیفی مربوط به قیمت و مصرف کالاهای جانشین پسته در استان کرمان در جدول (۴) آمده است.

جدول ۴: آماره های توصیفی مربوط به متغیرهای قیمت و مصرف کالاهای جانشین در استان

کرمان

توصیفی متغیر	آماره	واحد	کمترین	بیشترین	میانگین
میزان مصرف گردو		کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۲۰۰۰	۲۸/۳۵
قیمت خرید هر کیلو گردو		تومان	۲۰۰۰	۴۸۰۰۰	۱۵۰۱۳/۲۷
تاریخ خرید گردو		فصل	۱	۴	۲/۳۵
میزان رضایت از مصرف گردو		درصد	۵۰	۱۰۰	۸۵/۷۵
میزان مصرف بادام		کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۱۰۰۰	۲۰/۲۲

توصیفی متغیر	آماره	واحد	کمترین	بیشترین	میانگین
قیمت خرید هر کیلو بادام		تومان	۲۰۰۰	۳۵۰۰۰	۷۷۵۶/۴۵
تاریخ خرید بادام		فصل	۱	۴	۲/۲۸
میزان رضایت از مصرف بادام		درصد	۵۰	۱۰۰	۸۱/۳۸
میزان مصرف فندق		کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۵۰۰	۴/۶۵
قیمت خرید هر کیلو فندق		تومان	۳۰۰۰	۳۰۰۰۰	۱۳۶۵۱/۶۹
تاریخ خرید فندق		فصل	۱	۴	۲/۲۳
میزان رضایت از مصرف فندق		درصد	۵۰	۱۰۰	۸۱/۴۱
میزان مصرف بادام زمینی		کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۸۰۰	۱۴/۶۵
قیمت خرید هر کیلو بادام زمینی		تومان	۱۰۰۰	۱۵۰۰۰	۶۰۸۱/۶۳
تاریخ خرید بادام زمینی		فصل	۱	۴	۲/۴۲
میزان رضایت از مصرف بادام زمینی		درصد	۵۰	۱۰۰	۸۰/۷۵
میزان مصرف آجیل بدون پوسته		کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۱۰۰۰	۱۱/۵۷
قیمت خرید آجیل بدون پوسته		تومان	۴۰۰۰	۶۰۰۰۰	۸۶۹۳/۷۵
تاریخ خرید آجیل بدون پوسته		فصل	۱	۴	۲/۲۸
میزان رضایت از مصرف آجیل بدون پوسته		درصد	۵۰	۱۰۰	۷۸/۴۴
میزان مصرف سایر خشکبار جانشین پوسته		کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۲۰	۰/۱۶
قیمت خرید هر کیلو خشکبار جانشین پوسته		تومان	۴۰۰۰	۳۵۰۰۰	۱۸۰۰۰
تاریخ خرید سایر خشکبار جانشین پوسته		فصل	۱	۴	۳/۱۷
میزان رضایت از مصرف سایر خشکبار جانشین پوسته		درصد	۵۰	۱۰۰	۸۳/۳۳

در جدول فوق کدهای مربوط به متغیرهای کیفی به شرح زیر می باشد.

* کدهای متغیر تاریخ خرید شامل: ۱- بهار؛ ۲- تابستان؛ ۳- پاییز؛ ۴- زمستان

نتایج بررسی برخی از مهمترین آماره های توصیفی مربوط به قیمت و مصرف کالاهای مکمل پسته در استان کرمان در جدول (۵) آمده است.

جدول ۵: آماره های توصیفی مربوط به متغیرهای قیمت و مصرف کالاهای مکمل در استان

کرمان

متغیر	آماره توصیفی	واحد	کمترین	بیشترین	میانگین
میزان پنیر مصرفی با پسته	کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۵۰۰	۱۴/۳۰	
قیمت خرید هر کیلو پنیر	تومان	۳۰۰۰	۲۰۰۰۰	۷۱۹۱/۲۷	
میزان رضایت از مصرف پنیر با پسته	درصد	۶۰	۱۰۰	۸۶/۳۶	
میزان مصرف آجیل با پسته	کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۱۰۰۰	۹/۷۴	
قیمت خرید هر کیلو آجیل با پسته	تومان	۸۰۰۰	۳۵۰۰۰	۱۳۵۱۹/۳۸	
میزان رضایت از مصرف آجیل با پسته	درصد	۶۵	۱۰۰	۸۲/۵۰	
میزان مصرف شیرینیجات پسته ای	کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۵۰	۴/۹۰	
قیمت خرید هر کیلو شیرینیجات پسته ای	تومان	۴۶۰۰	۳۰۰۰۰	۱۱۶۷۱/۷۴	
میزان رضایت از مصرف شیرینیجات پسته ای	درصد	۶۰	۱۰۰	۸۲/۹۸	
میزان مصرف بستنی با مغز پسته	کیلو گرم برای هر خانوار در سال	۰	۱۰	۱/۰۷	
قیمت خرید هر کیلو بستنی با مغز پسته	تومان	۳۰۰۰	۱۵۰۰۰	۸۸۳۱/۴۰	

ادامه جدول ۵: آماره های توصیفی مربوط به متغیرهای قیمت و مصرف کالاهای مکمل در استان

کرمان

۸۰	۹۰	۷۰	درصد	میزان رضایت بستنی با مغز پسته
۶/۰۳	۶۰	۰	مرتبۀ درسال	میزان مصرف غذاهای همراه با پسته
۱۷۱۵۷/۸۹	۴۰۰۰۰	۳۰۰۰	تومان	قیمت خرید هر وعده غذای همراه با پسته
۹۰	۱۰۰	۸۰	درصد	میزان رضایت از مصرف غذاهای همراه با پسته
۰/۰۸	۲۰	۰	کیلو گرم برای هر خانوار در سال	میزان مصرف سایر کالاهای مکمل پسته
۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	تومان	قیمت خرید هر کیلو کالای مکمل پسته

توضیحاتی در خصوص برخی محصولات مکمل پسته آمده در جدول فوق:
شیرینی جات پسته ای:

1- نان پسته ای: مخلوطی از شکر، آرد سفید و مغز پسته آسیاب می گردد و میزان پسته آن حدود ۲۰ درصد است.

2- باقلوای پسته: مخلوطی از مغز پسته، شکر و هل می باشد. برای تهیه خمیر روی باقلوا از ترکیب آرد سفید و روغن مایع استفاده می گردد. بعد از پختن باقلوا به آن مقداری شیر شکر افزوده می شود. میزان مغز پسته آن حدود ۲۰-۳۰ درصد است.

3- گز پسته ای: تکه هایی از مغز پسته را با گز تولید شده مخلوط می کنند و میزان پسته آن حدود ۱۰-۲۰ درصد است.

4- تکه هایی از مغز پسته را با سوهان تولید شده مخلوط می نمایند و میزان پسته آن حدود ۵-۲ درصد است.

بستنی پسته ای: مقداری پودر مغز پسته به بستنی اضافه می گردد. میزان پسته آن حدود ۵-۲ درصد است.

غذاهای همراه پسته:

1- کشک مغز پسته: مقداری مغز پودر شده پسته به کشک رقیق شده اضافه می گردد. گاهی قبل از اضافه کردن پودر پسته به کشک رقیق شده، پودر پسته با مقداری روغن و سیر و زردچوبه و پیاز تفت داده می شود. حدود ۲۰-۳۰ درصد از کشک رقیق شده پودر مغز پسته می باشد.

2- شله زرد همراه با پسته: حدود ۱-۵ درصد خلال پسته به شله زرد آماده شده اضافه می گردد.

3- فسنجان پسته ای: حدود ۲۰-۳۰ درصد از خورشت فسنجان را مغز پودر شده پسته تشکیل می دهد.

برآورد کشش قیمتی تقاضا برای انواع پسته و فرآورده های آن، کالاهای جانشین و مکمل پسته در استان کرمان

نتایج برآورد کشش قیمتی تقاضا برای انواع پسته و فرآورده های آن، کالاهای جانشین و مکمل پسته در استان کرمان در جدول (۶) آمده است.

جدول ۶: میانگین مصرف، قیمت فروش و کشش قیمتی تقاضا برای انواع پسته و فرآورده های آن، کالاهای جانشین و مکمل پسته در استان کرمان

متغیر	میانگین مصرف خانوار در سال (کیلوگرم)	میانگین قیمت فروش (تومان بر کیلوگرم)	کشش متغیر نسبت به ۲۰٪ کاهش قیمت	کشش متغیر نسبت به ۲۰٪ افزایش قیمت
کل مصرف پسته خام	۱۸/۲۳	۱۷۷۳۸/۱	-۰/۹۴	-۰/۶۹
کل مصرف پسته برشته و شور	۲/۴۶	۱۸۶۹۵/۹	-۱/۲۲	-۱/۱۰
کل مصرف مغز خام	۷/۰۳	۲۲۰۰۰	-۰/۵۳	-۰/۵۰
کل مصرف مغز برشته و شور	۰/۰۷	۳۵۰۰۰	-۰/۵۸	-۰/۵۵
کل مصرف خلال و پودر	۱/۷۱	۲۴۷۳۳/۳	-۱/۹۶	-۰/۷۰
میزان مصرف قاووت پسته	۴/۲۲	۹۶۹۰/۱	-۱/۹۶	-۰/۶۸
میزان مصرف معجون پسته	۰/۱۷	۶۸۸۴/۶	-۰/۲۹	-۰/۲۴

ادامه جدول ۶: میانگین مصرف، قیمت فروش و کشش قیمتی تقاضا برای انواع پسته و فرآورده های آن، کالاهای جانشین و مکمل پسته در استان کرمان

-۰/۵۲	-۰/۵	۲۶۵۶۰	۰/۰۴	میزان مصرف حلوائی پسته
-۰/۴۵	-۰/۴۵	۱۸۸۵۸/۸	۰/۱۱	میزان مصرف کره پسته
-۰/۷۱	-۰/۲۴	۱۵۳۹۸	۰/۰۷	میزان مصرف سایر محصولات جانی پسته
-۰/۷۲	-۰/۷۴	۱۵۰۱۳/۳	۲۸/۳۵	میزان مصرف گردو
-۰/۴۰	-۰/۵۵	۷۷۵۶/۴	۲۰/۲۲	میزان مصرف بادام
-۰/۲۶	-۰/۶۹	۱۳۶۵۱/۷	۴/۶۵	میزان مصرف فندق
-۰/۰۸	-۰/۰۹	۶۰۸۱/۶	۱۴/۶۵	میزان مصرف بادام زمینی
-۰/۵۰	-۰/۵۷	۸۶۹۳/۷	۱۱/۵۷	میزان مصرف آجیل بدون پسته
-۰/۲۹	-۰/۳۱	۱۸۰۰۰	۰/۱۶	میزان مصرف سایر خشکبار جانشین
-۰/۱۷	-۰/۱۷	۷۱۹۱/۳	۱۴/۳۰	میزان مصرف پنیر
-۰/۷۵	-۱/۰۳	۱۳۵۱۹/۴	۹/۷۴	میزان مصرف آجیل با پسته
-۰/۰۸	-۰/۲۴	۱۱۶۷۱/۷	۴/۹۰	میزان مصرف شیرینیجات پسته ای
-۰/۱۲	-۰/۱۴	۱۰۰۰۰	۰/۰۸	میزان مصرف بستنی با طعم یا مغز پسته
-۰/۱۲	-۰/۱۰	۱۷۱۵۷/۹	۶/۰۳	میزان مصرف غذاهای همراه با پسته
-۰/۲۳	-۰/۲۵	۸۸۳۱/۴	۱/۰۷	میزان مصرف سایر کالاهای مکمل

برآورد ضرائب همبستگی بین مصرف و متغیرهای دیگر تحقیق در استان کرمان
 نتایج برآورد ضریب همبستگی معنی دار شده بین مصرف سرانه پسته با سایر متغیرهای تحقیق در استان کرمان در جدول (۷) آمده است.

جدول ۷: ضریب همبستگی معنی دار بین سرانه مصرف پسته با سایر متغیرهای تحقیق در استان کرمان

سرانه مصرف پسته خام	سرانه مصرف کل پسته	سرانه مصرف سایر متغیرها
۰/۱۴ x	۰/۱۴ xx	درآمد ماهیانه شغل اصلی
۰/۲۱ xx	۰/۱۹ xx	متوسط هزینه ی سالیانه خانواده
۰/۲۰ xx	۰/۱۷ xx	قیمت خرید متوسط هر کیلو پسته خام
۰/۷۹ x	۰/۷۴ x	کل مصرف پسته برشته و شور
۰/۳۶ xx	ns	قیمت خرید متوسط هر کیلو پسته برشته و شور
۰/۷۸ xx	۰/۷۱ x	کل مصرف خلال و پودر پسته
۰/۸۶ xx	۰/۷۶ xx	میزان مصرف قاووت پسته
ns	۰/۱۴ xx	میزان مصرف کره پسته
۱/۰۰ x	۰/۹۹ xx	قیمت خرید بازار سایر محصولات جانبی پسته
۰/۱۸ xx	ns	میانگین وزنی قیمت پسته
۰/۹۰ x	ns	میزان مصرف گردو
۰/۷۳ x	۰/۸۲ xx	میزان مصرف بادام
۰/۹۳ xx	۰/۸۵ xx	میزان مصرف فندق
۰/۶۱ xx	۰/۷۶ xx	میزان مصرف بادام زمینی
۰/۵۹ xx	۰/۴۸ xx	میزان مصرف آجیل بدون پسته
-۰/۸۱ x	ns	میزان رضایت از مصرف سایر خشکبار جانشین پسته
۰/۲۹ xx	۰/۲۵ xx	میانگین وزنی متوسط قیمت کالاهای جانشین
۰/۳۰ x	۰/۳۱ xx	میزان پنیر مصرفی با پسته
۰/۲۰ xx	ns	قیمت خرید هر کیلو پنیر
۰/۸۶ xx	۰/۷۷ xx	میزان مصرف آجیل با پسته
۰/۱۷ x	ns	قیمت خرید هر کیلو آجیل با پسته
۰/۱۶ x	ns	آگاهی از قیمت ارقام مختلف پسته
۰/۲۱ xx	۰/۲۳ xx	اطلاع از اشکال مختلف بسته بندی
۰/۱۶ xx	۰/۱۷ xx	تأثیر شکل بسته بندی موقع خرید
ns	۰/۱۶ xx	رضایت از بسته بندی

سرانه مصرف پسته خام	سرانه مصرف کل پسته	سرانه مصرف	سایر متغیرها
۰/۲۲ x	۰/۲۵ xx		خرید بسته بندی
ns	۰/۱۵ xx		نوع مصرف

xx معنی دار در سطح ۱ درصد و x معنی دار در سطح ۵ درصد می باشند.

ns عدم معنی داری را نشان می دهد

دیدگاه مصرف کنندگان پسته در خصوص محصولات جانبی قابل ارائه از پسته، مشکلات مصرف و راهکارهای افزایش مصرف در بازار داخلی پسته در استان کرمان

دیدگاه مصرف کنندگان پسته در خصوص محصولات جانبی قابل ارائه از پسته، مشکلات مصرف در بازار داخلی و راهکارهای افزایش مصرف در بازار داخلی پسته، در استان کرمان، در جداول (۸، ۹ و ۱۰) آمده است.

جدول ۸: محصولات جانبی قابل ارائه از پسته بنا به دیدگاه مصرف کننده گان در استان کرمان

نوع محصول	اولویت	فراوانی	درصد فراوانی از کل
صنایع غذایی	۱	۸۹	۳۶/۷۷
شیرینیجات	۲	۵۹	۲۴/۳۸
شیر و مواد لبنی پسته	۳	۲۷	۱۱/۱۵
صنایع آرایشی و بهداشتی	۴	۱۸	۷/۴۴
روغن پسته	۵	۱۶	۶/۶۱
شکلات و آبنبات	۶	۱۵	۶/۲۰
بستنی پسته	۷	۵	۲/۰۷
صنایع دارویی با میزان آهن بالا	۷	۵	۲/۰۷
گز پسته	۸	۳	۱/۲۴
مربای پوست پسته	۸	۳	۱/۲۴
ترشی پسته	۹	۲	۰/۸۳
کل	-	۲۴۲	۱۰۰

بر اساس اطلاعات جدول فوق، از دیدگاه مصرف کنندگان، اولویت برای محصولات جانبی قابل ارائه از پسته به ترتیب شامل، صنایع غذایی، شیرینی جات و شیر و مواد لبنی حاصل از پسته می باشد.

جدول ۹: مشکلات موجود بر سر راه مصرف پسته در بازار داخلی پسته استان کرمان

نوع مشکل	اولویت	فراوانی	درصد فراوانی از کل
قیمت بالا	۱	۸۱	۳۳/۴۷
نداشتن قدرت خرید	۲	۴۵	۱۸/۵۹
عدم اطلاع رسانی کافی در خصوص مصرف پسته	۳	۳۱	۱۲/۸۱
نداشتن جایگاه در صنایع غذایی	۴	۲۲	۹/۰۹
لوکس بودن نه ضروری بودن	۵	۱۷	۷/۰۲
کیفیت پایین و نبودن نظارت بر کیفیت	۶	۸	۳/۳۰
کمبود محصولات جانبی	۷	۷	۲/۸۹
برنامه ریزی روی صادراتی بودن پسته تا مصرف داخلی آن	۸	۵	۲/۰۶
عرضه کم در سراسر کشور	۹	۴	۱/۶۵
عدم رعایت بهداشت در جمع آوری و نگهداری و فرآوری	۱۰	۳	۱/۲۶
واسطه گری و دلال بازی زیاد	۱۰	۳	۱/۲۶
بومی بودن تولید در استان کرمان که تمایل به مصرف کم شده	۱۰	۳	۱/۲۶
مخلوط بودن ارقام و درجه های مختلف پسته و نبود آگاهی از ارقام	۱۱	۲	۰/۸۴
نبود حمایت از کشاورز و بالا بودن هزینه های تولید	۱۱	۲	۰/۸۴
آب خندان کردن پسته	۱۱	۲	۰/۸۴
غیر ارگانیک بودن محصول پسته به دلیل آموزش غیر صحیح کشاورزان	۱۱	۲	۰/۸۴
ماندگاری نسبتاً پایین پسته	۱۲	۱	۰/۴۲
بسته بندی نامناسب	۱۲	۱	۰/۴۲
نداشتن تاریخ تولید	۱۲	۱	۰/۴۲
عرضه محصولات درجه ۴ و ۵ در بازار ایران	۱۲	۱	۰/۴۲
تبلیغات سوء در مورد آفلاتوکسین	۱۲	۱	۰/۴۲
کل	-	۲۴۲	۱۰۰

بر اساس اطلاعات جدول فوق، از دیدگاه مصرف کنندگان، قیمت بالای پسته، نداشتن قدرت خرید و عدم اطلاع رسانی کافی، به ترتیب از مهمترین مشکلات مصرف در بازار داخلی پسته می باشند.

جدول ۱۰: راهکارهایی به منظور افزایش مصرف پسته در بازار داخلی در استان کرمان.

درصد فراوانی	فراوانی	اولویت	نوع راهکار
۲۱/۹۰	۵۳	۱	فرهنگ سازی و تبلیغ برای مصرف پسته و محصولات جانبی آن
۲۰/۲۵	۴۹	۲	متعادل تر شدن قیمت
۱۴/۴۶	۳۵	۳	استفاده از مغز پسته در صنایع لبنی و غذایی
۷/۰۲	۱۷	۴	بالا بردن قدرت خرید مردم
۶/۶۱	۱۶	۵	عرضه بسته بندی های متنوع و ذکر خواص پسته روی آن
۳/۷۲	۹	۶	ترکیب پسته با سایر مواد غذایی برای پایین آوردن قیمت
۲/۸۹	۷	۷	افزایش کیفیت
۲/۸۹	۷	۷	ایجاد و حمایت از کارخانجات محصولات جانبی
۲/۰۶	۵	۸	دسترسی آسان به پسته در همه ی شهرهای کشور با راه اندازی مراکز فروش ویژه و تخصصی
۲/۰۶	۵	۸	حذف واسطه ها و دلال ها
۱/۶۵	۴	۹	رعایت بهداشت در جمع آوری و فرآوری و نگهداری و نظارت بر آن
۱/۶۵	۴	۹	استفاده از مغز پسته در صنایع بهداشتی و آرایشی
۱/۲۴	۳	۱۰	استفاده از مغز پسته در صنایع شیرینی سازی
۱/۲۴	۳	۱۰	استفاده از مغز پسته در صنایع دارویی
۱/۲۴	۳	۱۰	تهیه روغن خوراکی پسته
۱/۲۴	۳	۱۰	حمایت دولت از کشاورز برای کاهش هزینه و بهبود کیفیت
۱/۲۴	۳	۱۰	کمک دولت به اقشار فقیر و متوسط برای امکان سازی مصرف پسته
۰/۸۲	۲	۱۱	توزیع پسته در بسته های کوچک در پروازهای داخلی
۰/۸۲	۲	۱۱	توزیع در مدارس به صورت تغذیه رایگان
۰/۸۲	۲	۱۱	درجه بندی و سایز بندی و توجین کردن
۰/۴۱	۱	۱۲	افزایش دادن اعتماد مردم به بهداشت و کیفیت پسته

ادامه جدول ۱۰: راهکارهایی به منظور افزایش مصرف پسته در بازار داخلی در استان کرمان.

۰/۴۱	۱	۱۲	پسته در همان سالی که تولید می شود وارد بازار شود
۰/۴۱	۱	۱۲	مخلوط نکردن پسته های آب خندان و درختی در بازار
۰/۴۱	۱	۱۲	تولید ارگانیک پسته
۰/۴۱	۱	۱۲	حذف مواد غذایی غیر مفید مثل پفک و ... از سبد غذایی
۰/۴۱	۱	۱۲	استفاده از مغز پسته در صنایع ترشی جات
۰/۴۱	۱	۱۲	درست کردن مربا با پوست سبز پسته
۰/۴۱	۱	۱۲	نظارت روی بازار
۰/۴۱	۱	۱۲	عرضه مستقیم پسته در نمایشگاه های فصلی
۰/۴۱	۱	۱۲	فرهنگ سازی و اطلاع رسانی از طریق رسانه های عمومی
۱۰۰	۲۴۲	-	کل

بر اساس اطلاعات جدول فوق، از دیدگاه مصرف کنندگان فرهنگ سازی و تبلیغ برای مصرف پسته و محصولات جانبی آن، متعادل تر شدن قیمت پسته در بازار و استفاده از مغز پسته در صنایع غذایی و لبنی به ترتیب از مهمترین راهکارها برای افزایش مصرف در بازار داخلی پسته می باشند.

تفاوتها و تشابهها بین دو استان کرمان (قطب تولید پسته) با تهران (قطب مصرف پسته) از نظر برخی متغیرهای کلیدی تحقیق

در این قسمت، برای جلوگیری از افزایش حجم نشریه، از پرداختن به جزئیات مطالب مربوط به تهران خود داری شده است. در اینجا تنها به تفاوتها و تشابهات دو استان مصرف کننده (تهران) و تولید کننده (کرمان) اشاره می شود. در این خصوص، نتایج نشان می دهد که از نظر درآمد ماهیانه شغل اصلی، درآمد ماهیانه شغل جانبی، هزینه سالانه خانوار و نیز اطلاع از اشکال پسته بندی و رضایت از بسته بندی بین استان های کرمان و تهران تفاوت معنی داری وجود ندارد، اما در مورد سایر متغیرهای تحقیق اختلاف معنی داری وجود دارد. نتایج همچنین نشان می دهد که در استان کرمان آشنایی با ارقام مختلف پسته و درجه و کیفیت آن و رضایت از کیفیت انواع پسته بیشتر است، اما در تهران بیشتر به نوع و درجه و کیفیت پسته توجه می شود. در استان کرمان با قیمت های ارقام مختلف آشناتر هستند و قیمت در هنگام خرید تأثیر بیشتری دارد، همچنین رضایت بیشتری از قیمت انواع پسته دارند. در تهران، شکل بسته بندی هنگام خرید تأثیر بیشتری

دارد. در استان کرمان مصرف کنندگان آشنایی بیشتری با بازارهای عرضه پسته دارند و همچنین رضایت از عرضه محصول بیشتر است. اما در تهران دسترسی به بازار عرضه روی مصرف تأثیر بیشتری دارد. قیمت پسته خام در استان کرمان پایین تر از تهران است و در نتیجه مصرف پسته خام در کرمان بیشتر است و همچنین رضایت از مصرف پسته خام در این استان بیشتر است.

در تهران تبلیغات مربوط به پسته بیشتر است و مردم از خواص پسته آگاه ترند. در استان کرمان تبلیغات اثر مثبت بیشتری در مصرف پسته دارد و عوارض منفی ناشی از مصرف پسته نسبت به تهران بیشتر است. سرانه مصرف پسته خام و سرانه مصرف کل پسته در استان کرمان بیشتر است. خرید بسته بندی در تهران بیشتر است و همچنین میانگین قیمت کل پسته و متوسط قیمت کالاهای جانشین پسته در تهران بیشتر است.

نتیجه گیری نهایی

در استان کرمان قیمت کالاهای جانشین پسته، بسته بندی، هزینه خانوار و آشنایی با ارقام مختلف پسته و درجه و کیفیت محصول تأثیر مثبت بر مصرف آن داشته اند. قدر مطلق کشش قیمتی تقاضا برای انواع پسته و کالاهای جانشین و مکمل آن، در حالتی که قیمت ۲۰ درصد افزایش پیدا کند، کمتر از حالتی است که قیمت ۲۰ درصد کاهش داشته باشد. میزان قدر مطلق کشش قیمتی در دو حالت قبل برای حلوای پسته، سایر محصولات جانبی پسته و غذاهای همراه با پسته بر عکس است، یعنی در حالتی که قیمت ۲۰ درصد افزایش می یابد بیشتر است. قدر مطلق کشش قیمتی محاسبه شده برای پسته برشته و شور، خلال و پودر پسته، قاووت پسته و آجیل پسته حداقل در یکی از موارد افزایش و یا کاهش قیمت بیشتر از یک بوده که موید با کشش بودن و یا لوکس بودن این محصولات برای مصرف کنندگان می باشد و در مورد سایر محصولات مورد مطالعه قدر مطلق کشش قیمتی کمتر از یک بوده که موید کم کشش بودن و یا نیمه ضروری بودن این محصولات است. ضریب همبستگی محاسبه شده بین مصرف سرانه پسته با سایر متغیرهای تحقیق مثبت است که خود نشان از روند مثبت افزایش مصرف در بازار داخلی می باشد. ضریب همبستگی تنها بین مصرف سرانه پسته و میزان رضایت مصرف کنندگان از مصرف سایر محصولات خشکبار جانشین پسته منفی است. افرادی که تولید کننده پسته می باشند، از نظر سن، درآمد ماهیانه شغل اصلی، متوسط هزینه سالیانه خانوار، تأثیر دسترسی به بازار روی مصرف، سرانه مصرف شخصی پسته خام و سرانه مصرف شخصی انواع پسته نسبت به افرادی که تولید کننده

پسته نمی باشند به طور میانگین در سطح بالاتری قرار گرفته اند. در حالی که افرادی که تولید کننده پسته نیستند، از نظر میزان تحصیلات، کافی بودن تبلیغات برای خواص پسته، قیمت خرید پسته خام و میانگین وزنی قیمت انواع پسته به طور میانگین در سطح بالاتری قرار دارند. از دیدگاه مصرف کنندگان، اولویت برای محصولات جانبی قابل ارائه از پسته به ترتیب شامل، صنایع غذایی، شیرینی جات و شیر و مواد لبنی حاصل از پسته می باشد، قیمت بالای پسته، نداشتن قدرت خرید و عدم اطلاع رسانی کافی، به ترتیب از مهمترین مشکلات مصرف در بازار داخلی پسته می باشند. فرهنگ سازی و تبلیغ برای مصرف پسته و محصولات جانبی آن، متعادل تر شدن قیمت پسته در بازار و استفاده از مغز پسته در صنایع غذایی و لبنی به ترتیب از مهمترین راهکارها برای افزایش مصرف در بازار داخلی پسته می باشند.

در استان تهران آشنایی با ارقام مختلف پسته و درجه و کیفیت آن‌ها، میانگین قیمت پسته و هزینه خانوار تأثیر مثبت بر مصرف پسته داشته اند. قدر مطلق کشش قیمتی محاسبه شده برای انواع پسته و فرآورده های آن و کالاهای جانشین و مکمل حد اقل در یکی از موارد افزایش و یا کاهش ۲۰ درصدی قیمت، بیشتر از یک بوده که موید با کشش بودن و یا لوکس بودن این محصولات برای مصرف کنندگان می باشد. تنها در مورد بستنی با طعم و یا مغز پسته و سایر کالاهای مکمل پسته، قدر مطلق کشش قیمتی کمتر از یک بوده که موید کم کشش بودن و یا نیمه ضروری بودن این محصولات است. ضریب همبستگی محاسبه شده بین مصرف سرانه پسته با سایر متغیرهای تحقیق مثبت است که خود نشان از روند مثبت افزایش مصرف در بازار داخلی می باشد. ضریب همبستگی تنها بین مصرف سرانه پسته و تعداد افراد تحت تکفل و درآمد حاصل از یارانه خانوار منفی است. از دیدگاه مصرف کنندگان، اولویت برای محصولات جانبی قابل ارائه از پسته به ترتیب شامل، صنایع غذایی، شیرینی جات و بستنی پسته می باشد. قیمت بالای پسته، نداشتن قدرت خرید و لوکس بودن پسته، به ترتیب از مهمترین مشکلات مصرف در بازار داخلی پسته می باشند.

در مجموع مهمترین عوامل موثر بر مصرف در بازار داخلی پسته را می توان آشنایی با ارقام مختلف و درجه و کیفیت آن‌ها، هزینه خانوار، بسته بندی و قیمت کالاهای جانشین دانست. از نظر درآمد ماهیانه شغل اصلی، درآمد ماهیانه شغل جانبی، هزینه سالانه خانوار و نیز اطلاع از اشکال بسته بندی و رضایت از بسته بندی بین استان های کرمان و تهران تفاوت معنی داری وجود

ندارد اما در مورد سایر متغیرهای تحقیق اختلاف معنی داری وجود دارد. نتایج حاصل نشان می دهد در استان کرمان آشنایی با ارقام مختلف پسته و درجه و کیفیت آن و رضایت از کیفیت انواع پسته بیشتر است، اما در تهران بیشتر به نوع و درجه و کیفیت پسته توجه می شود. در استان کرمان با قیمت های ارقام مختلف آشناتر هستند و قیمت در هنگام خرید تأثیر بیشتری دارد، همچنین رضایت بیشتری از قیمت انواع پسته دارند. در تهران شکل بسته بندی هنگام خرید تأثیر بیشتری دارد. در استان کرمان مصرف کنندگان آشنایی بیشتری با بازارهای عرضه پسته دارند و همچنین رضایت از عرضه محصول بیشتر است. اما در تهران دسترسی به بازار عرضه روی مصرف تأثیر بیشتری دارد. قیمت پسته خام در استان کرمان پایین تر از تهران است و در نتیجه مصرف پسته خام در کرمان بیشتر است و همچنین رضایت از مصرف پسته خام در این استان بیشتر است. در تهران تبلیغات مربوط به پسته بیشتر است و مردم از خواص پسته آگاه ترند. در استان کرمان تبلیغات اثر مثبت بیشتری در مصرف پسته دارد و از دیدگاه مصرف کنندگان عوارض منفی ناشی از مصرف نکردن پسته نسبت به تهران بیشتر است. سرانه مصرف پسته خام و سرانه مصرف کل پسته در استان کرمان بیشتر است. خرید بسته بندی در تهران بیشتر است و همچنین میانگین قیمت کل پسته و متوسط قیمت کالاهای جانشین پسته در تهران بیشتر است.

پیشنهادات

- 1- با توجه به اینکه بسته بندی محصول پسته تأثیر مثبتی بر افزایش مصرف در بازار داخلی پسته کشور و خصوصا در استان تهران دارد، لذا طراحی شکل های بسته بندی جدید و مورد پسند مصرف کنندگان توصیه می گردد.
- 2- با توجه به اینکه آشنایی با ارقام و کیفیت و درجه انواع پسته تأثیر مثبتی بر افزایش مصرف در بازار داخلی پسته کشور و خصوصا در استان تهران دارد، لذا اطلاع رسانی در این زمینه به مصرف کنندگان توصیه می گردد.
- 3- در استان کرمان، کشش قیمتی برخی فرآورده ها و محصولات مکمل پسته از جمله پسته برشته و شور، خلال و پودر پسته، قاووت و آجیل پسته بیشتر از یک است و نشان از لوکس بودن چنین محصولاتی از دیدگاه مصرف کنندگان آن ها دارد. پیشنهاد می گردد جهت افزایش قابل توجه مصرف چنین محصولاتی، شرایط برای کاهش قیمت آن ها تا حد امکان فراهم گردد.

4- در استان تهران، کشتش قیمتی انواع پسته فرآورده ها و محصولات مکمل آن بیشتر از یک است و نشان از لوکس بودن چنین محصولاتی برای مصرف کنندگان دارد. پیشنهاد می گردد برای افزایش قابل توجه مصرف پسته در بازار داخلی این استان، شرایط برای کاهش قیمت این محصولات فراهم گردد.

5- پیشنهاد می گردد برای افزایش مصرف در بازار داخلی پسته، فرهنگ سازی لازم از طریق روش های مختلف صورت پذیرد، با اصلاح شبکه توزیع پسته در بازار داخلی قیمت پسته و فرآورده های جانبی و مکمل آن کاهش یابد و برای توسعه صنایع تبدیلی و خصوصا صنایع غذایی و لبنی حاصل از پسته برنامه ریزی گردد.

منابع

- ابطحی، م. (۱۳۹۱). مصرف پسته در ایران چقدر است؟ انتشارات انجمن پسته ایران.
- اردستانی، م. و موذنی، س. (۱۳۹۰). بررسی بازاریابی پسته کرمان. موسسه پژوهش های برنامه ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستائی. وزارت جهاد کشاورزی.
- صداقت، ر. (۱۳۸۶). بررسی اقتصادی حاشیه بازار بر کارایی بازاریابی پسته ایران مقایسه بخش خصوصی و تعاونی. ششمین کنفرانس اقتصادی کشاورزی ایران.
- صداقت، ر. (۱۳۸۸). آینده نگری بازار جهانی پسته (عرضه، تقاضا و قیمت). هفتمین کنفرانس دو سالانه اقتصاد کشاورزی ایران.
- صداقت، رضا و مشایخی، سیامک. (۱۳۹۴). بررسی عوامل موثر بر مصرف در بازار داخلی پسته ایران. گزارش نهایی پژوهشکده پسته.
- عبدالهی عزت آبادی، م. (۱۳۸۸). بررسی کارایی بازار و سود آوری تجارت در بازار داخلی پسته ایران. مجله علمی پژوهشی اقتصاد کشاورزی، ۳(۱): ۱۱۵-۱۳۹.
- ۶- عبدالهی عزت آبادی، م. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد انحصار در بازار داخلی پسته ایران. هفتمین کنفرانس دو سالانه اقتصاد کشاورزی ایران.

- Amiri Aghdaie, S. F. (2009). Investigating effective factors on Iran's pistachio exportation. *International Journal of Marketing Studies*, 1(2): 35-40.
- Pei, X. and Zhigang, W. (2014). Country of origin and willingness to pay for Pistachio: A Chinese case. *Agricultural and food Economics*, 2(14).
- Zijuan, Z. Saghalian, S. and Michael, R. (2012). Factors affecting the export demand for Us Pistachios. *International Food and Agribusiness Review*, 15(3).

ضمایم

ضمیمه ۱: عوامل مؤثر بر مصرف پسته خام

برای این منظور از متغیرهای میانگین وزنی قیمت پسته خام P_x ؛ میانگین وزنی قیمت کالاهای جانشین P_{yi} ؛ متوسط هزینه سالانه خانوار TC ؛ نوع مصرف شامل خام، برشته و شور، خلال و پودر $C1$ ؛ خرید بسته بندی $C2$ ؛ آشنایی با ارقام مختلف پسته و درجه و کیفیت q استفاده شد. در نهایت متغیرهای میانگین وزنی قیمت کالاهای جانشین، نوع بسته بندی، متوسط هزینه سالانه خانوار و عرض از مبدا در سطح بالای ۹۵ درصد معنی دار شدند، که به جز عرض از مبدا همه متغیرها بر مصرف پسته خام (Qdx) اثر مثبت داشتند. تابع زیر از میان انواع فرمهای توابع تخمین زده شده به عنوان بهترین فرم تابع انتخاب گردید.

$$Qdx = - 31.56 + 0.33 P_{yi} + 0.17 C2 + 0.14 TC$$

$$F = 7.385$$

$$\text{Sig } F = 0.00$$

$$R^2 = 0.60$$

$$\text{SEE} = 2.64$$

ضمیمه ۲: عوامل مؤثر بر مصرف کل پسته شامل خام، برشته و شور، خلال و پودر

برای این منظور از متغیرهای میانگین وزنی قیمت کل پسته شامل خام، برشته و شور، خلال و پودر P_x ؛ میانگین وزنی قیمت کالاهای جانشین P_{yi} ؛ متوسط هزینه سالانه خانوار TC ؛ نوع مصرف شامل خام، برشته و شور، خلال و پودر $C1$ ؛ بسته بندی $C2$ ؛ آشنایی با ارقام مختلف پسته و درجه و کیفیت q استفاده شد. در نهایت متوسط هزینه سالانه خانوار، نوع بسته بندی و آشنایی با ارقام مختلف پسته و درجه و کیفیت، در سطح بالای ۹۵ درصد معنی دار شدند، که همه متغیرها بر مصرف کل پسته (Qdx) اثر مثبت داشتند. تابع زیر از میان انواع فرمهای توابع تخمین زده شده به عنوان بهترین فرم تابع انتخاب گردید.

$$\ln Qdx = 0.13 \ln TC + 0.24 \ln C2 + 0.26 \ln q$$

$$F = 9.865$$

$$\text{Sig } F = 0.00$$

$$R^2 = 0.61$$

$$\text{SEE} = 1.18$$

پروفیسر مسکاتہ پیسٹہ