

همزمان یا نخستین همایش «حلال» سازی صنوف و مشاغل تصریح شد:

ترویج استاندارد حلال، مزیت اقتصادی ایران است



سائز مردانیان

«نخستین همایش پژوهش در استاندارد حلال و نقش فراگیر جهانی آن» روز گذشته در دانشگاه الزهرا برگزار شد. «حلال» نام برندی است که در زمینه‌های مختلف صنوف، از آرایشی و بهداشتی، تا خوراکی و مواد دارویی را شامل شده و نه تنها در ایران، بلکه در سطح جهان طرفداران بسیاری دارد. این برند بر تولید و آرایه محصولات گوناگون، به‌هشکلی که با شرع اسلام تضادی نداشته باشد، نظارت دارد. همایش دیروز نیز در راستای تشویق دانشگاه‌های ایران و آشنایی دانشجویان با این برند برگزار شده بود.

دکتر عبدالحمین فخاری، دبیر کل موسسه حلالا جهانی در ایران، در این نشست با اشاره به ابعاد گسترده استاندارد حلال گفت: حجم تجارت حلال در صنعت غذا ۲ هزار میلیارد دلار و در صنایع دیگر ۵ هزار میلیارد دلار است. بسیاری از کارخانجات دارویی، آرایشی و بهداشتی تقاضای گواهینامه حلال دارند.

به گفته فخاری، گردشگری حلال یکی از بخش‌های استاندارد حلالا است که در اقتصاد گردشگری تأثیرگذار خواهد بود. با ترویج گردشگری حلال، بسیاری از مسافران مسلمان می‌توانند هنگام سفر به کشورهای غیراسلامی از امکانات یک فرد مسلمان برخوردار باشند که می‌تواند بر شمار گردشگران بیفزاید. وی در ادامه توجه به «بیمه حلال» را یک ضرورت دانست و گفت: بیمه، درآمدی است

که بین بیمه‌گزار و بیمه‌گر منعقد می‌شود که بر اساس آن خدمات آرایه‌می‌شود. طبیعی است که در آرایه این خدمات نباید ابهامی وجود داشته باشد. بیمه حلال آن چیزی است که امروزه در بسیاری از کشورهای عربی به عنوان «بیمه تکافل» رواج دارد و با توجه به تلاش‌های انجام گرفته در کشور تا کنون بی‌نتیجه مانده است. دبیر کل موسسه حلال جهانی با اشاره به «حمل

و نقل حلال» آن را از مواردی دانست که با توجه به واردات کالا به‌ویژه مواد غذایی توسط کشتی از کشورهای اروپایی و آمریکایی یا سایر وسایط حمل و نقل آنها باید مورد بررسی قرار گرفته شده و گواهینامه حلال کسب کنند. «خدمات هنری حلال» بخشی دیگری از مواردی بود که فخاری درباره آن گفت: ما غافل از تأثیرات فیلم و سریال‌ها بر روح‌هستیم و عدم



توجه به این موضوع در زندگی اجتماعی تأثیرات منفی را در پی دارد که پیامد آن نابسانی روابط زناشویی و اجتماعی میان افراد است که موسسه حلالا جهانی در نظر دارد در آینده نزدیک به‌سبب بیشتر خدمات هنری حلال در جامعه بپردازد. دبیر کل موسسه حلالا جهانی در بخش بعدی گفته‌های خویش با بیان اینکه ابعاد تأثیر اقتصادی حلال بسیار کارآمد و رونق اقتصادی

سود سرشار اصناف غیر کتابی از نمایشگاه کتاب تهران

گرفتن عده‌ای پسر و دختر جوان و پوشاندن لباس‌هایی با رنگ لوگوی خود بر تن آنها به دنبال تکرار همان شیوه‌های قدیمی بود. **غوغای شرکت های ارائه خدمات اینترنت** شرکت‌های ارائه دهنده خدمات اینترنت تا همان «ای اس بی‌ها» از پرسر و صداترین

غرفه‌های جانبی هر نمایشگاهی هستند. در نمایشگاه کتاب امسال هم این شرکت‌ها که معمولاً در لایه‌های سوم و چهارم ارائه خدمات اینترنتی فعال هستند به‌هر ترفندی متوسل شده اند تا بازدیدکنندگان را متقاعد کنند چند گیگ حجم دانلود و پلود اینترنتی از آنها خریداری کنند. مروری بر نام این شرکت‌ها نشان می‌دهد تقریباً در سایر مواقع و در عرصه فروش خدمات اینترنتی نمی‌توان نشانی از آن‌ها پیدا کرد. ظاهراً فعالیت‌های این شرکت‌ها کاملاً فصلی و محدود به نمایشگاه‌های هر طرقدار است. این شرکت‌ها در واقع از فروشندگان اینترنتی غیرتجاری غیررسمی می‌گیرند و برای آنها در نمایشگاه‌هایی مانند نمایشگاه کتاب بازاریابی می‌کنند.

■ **صنوف جدید** در نمایشگاه کتاب امسال پدیده عجیبی را شاهد بودیم؛ در میان غرفه‌های محوطه، تعدادی غرفه فروش کتاب نیز مشاهده می‌شد؛ با وجود اینکه قاعداً باید عرضه کتاب آن شده باشد اما این منطقه‌ها به‌باید در محوطه‌های اصلی انجام‌گیرد ولی در نمایشگاه امسال برخی غرفه‌های محوطه بیرونی در اختیار

برای کسب درآمد از حاشیه نمایشگاه تبدیل شده‌است، اما گشت و گذاری کوتاه در نمایشگاه کتاب امسال نشان می‌دهد که در نمایشگاه در حوزه فرهنگ و هنر سراغ گرفت که تبادلات اقتصادی یکی از مسافران اصلی آن نباشد. از حراج‌های شناخته‌شده آثار هنری گرفته

تا مراسم رونمایی از فیلم‌ها، مجسمه‌ها، نقاشی‌ها و حتی کتاب‌ها. در همه این‌گونه رخدادها حتما ردپایی واضح از اقتصاد و تلاش عده‌ای برای کسب درآمد از جوشای اتفاق اصلی به چشم می‌خورد.

در کشور ما نیز کم و بیش شاهد همین رویه هستیم؛ یکی از پررنگ‌ترین این موارد برگزاری سالانه نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران است. نمایشگاه بیست و هشتم کتاب در فضایی حدود ۱۳۰ هزار متر مربع و با حضور بیش از ۳۴۰۰ ناشر داخلی برگزار شد. امسال در این نمایشگاه از حدود ۳ هزار ناشر از ۲۸ کشور دیگر دنیا نیز شرکت کردند. همین هم افزایش فرهنگی باعث شده است که نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران ر کورد پر مخاطب‌ترین نمایشگاه کتاب دنیا را به خود اختصاص دهد.

به گزارش خبر آنلاین، حضور پر تعداد مشاغل و صنوف مختلف در محوطه بیرونی و در حاشیه سالن‌های اصلی نمایگاه کتاب، مسئله‌ای است که تقریباً به یک قاعده تبدیل شده‌است و هر سال نیز پررنگ تر می‌شود.

اگرچه حضور غرفه‌های فروش غذا به سمبلی

حسین مهاجران، رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و تره‌بار اظهار داشت: میوه‌های قاچاق به بازار داخلی سرزایر شده‌است. تنها میوه قاچاق نیز برتقال نیست بلکه زردآلو، لیموترش، شنبلیله و گلابی چسبی به‌صورت قاچاق و با قیمت‌های بسیار بالا به بازار داخلی وارد شده است.

رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و تره‌بار در رابطه با قیمت برتقال‌های قاچاقی اظهار داشت: این میوه با قیمت ۷ هزار تومان در بازار عرضه می‌شود، در صورتی که اگر به‌صورت آزاد وارد بازار می‌شد قیمت آن ۲۵۰۰ تومان بود.

وی ادامه داد: جولان برتقال‌های قاچاق در بازار نتیجه نه گفتن دولت به ماست. قبل از عید ما

هفتاد درصد بازار پوشاک در اختیار قاچاقی‌ها

دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران گفت: پوشاک هم به‌صورت قاچاق به کشور وارد می‌شود. سهم بیشتری از تولیدات داخلی دارد. به گزارش تسنیم، مهدی یکتا گفت: تولیدکنندگان پوشاک ایرانی در بهترن حالت ۳۰ درصد از مصرف مردم به این امل صصری یا تامین می‌کنند و مابقی آن از کشورهای دیگر و عمدتاً از طریق قاچاق در اختیار مصرف کنندگان قرار می‌گیرد.

مهدی یکتا ادامه داد: بازار مصرف پوشاک در کشور ۷ میلیارد دلار و آمار واردات پوشاک قاچاق به کشور حدود ۵ میلیون دلار است. بر این اساس می‌توان برآورد کرد که مابقی این میزان توسط تولید کنندگان داخلی تامین شده‌است. وی اضافه کرد: واردات قانونی پوشاک نیز حدود ۵ میلیون دلار است یعنی واردات غیر قانونی این محصول هزار برابر واردات قانونی است. یکتا اظهار داشت: با توجه به گسترده بودن تولیدات زیرپله‌ای پوشاک، آمار دقیقی از تولید این محصول در کشور وجود ندارد و تنها برآوردهای مربوط به پوشاک قابل استناد است. وی تصریح کرد: به دلیل علاقه مردم به کالاهای خارجی، تولیدات زیر پله‌ای ما که بخش غالب از تولیدات را نیز تشکیل



می‌دهند محصولات خود را با کارهای غیر واقعی و خارجی به فروش می‌رسانند. دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران خاطر نشان کرد: تعداد واحدهای سنتی تولید پوشاک که از وزارت صنعت مجوز گرفته‌اند، کمتر از ۱۰۰ واحد هستند و مابقی واحدهای تولیدی پوشاک صنفی هستند. وی در باره تأثیرات ایجاد ترفه تریجی در صنعت پوشاک کشور تأکید کرد: برقرار ترفه تریجی هیچ تأثیری در صنعت پوشاک کشور و کاهش واردات کالای قاچاق نداشته‌است؛ زیرا قاچاق محصولات تریکه‌ای برای وارد کنندگان به‌صرفه نبوده و پایین آوردن چنددر صدی تعرفه‌ها ترغیب کننده نیست.

میوه‌های گران قاچاق، بازار داخلی را خراب می‌کنند

است. سبب زمینی تازه و پیاز تازه دو هفته‌ای است به ۸۰۰ تومان رسیده است. وی در پایان از ۳ هزار تومان گران‌تر شد از آنها استفاده شده و به بازار توزیع شود. باقیمانده را نیز بعد از عید به صورت آزاد دست مردم بدهیم.

وی با بیان این مطلب که در حال حاضر قاچاق در بازار داخلی بیاد می‌کند، افزود: اگر این برتقال‌ها را ذخیره کرده بودیم الان قیمت مناسب‌تر بود، هم دست قاچاق از بازار داخلی کوتاه می‌شد. ما تذکر داده بودیم که از اردیبهشت تا شهریور در کشور برتقال داخلی تولید ندارد، اما متأسفانه به تذکره‌ای از سوی ما اهمیتی نداد شده.

مهاجران گفت: قیمت زردآلو پایین آمده و به کیلو۵ هزار۱۴ هزار تومان رسیده

نوع محصول باغی به کشور ممنوع است، اظهار داشت: اگر میوه‌ای به شکل قاچاق وارد کشور شده، این کار به شکل واردات پيله وری از مرزهای مشترک انجام شده است.

وی اضافه کرد: معمولاً زمانی که واردات پيله وری در منطقه‌ای انجام می‌شود فقط برای نیازهای در بازار داخلی است و باید در محمولاتی که توزیع شوند نه در سایر نقاط.

بیابانی تصریح کرد: وقتی انگور، گلابی و مرکبات مرغوب در کشور داریم نباید این محصولات به کشور وارد شود، ضمن اینکه راه مقابله با محصولاتی که به‌شکل قاچاق وارد شده بسیار آسان است و زمانی که ما کالای قاچاق را در کشور مان

مشاهده می‌کنیم باید آن را معدوم کنیم، بیابانی تأکید کرد: این موضوع ششوی نیست

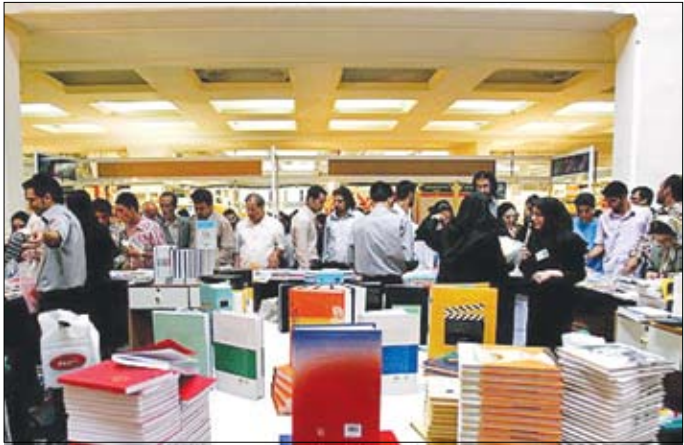
رادیی دارد اظهار داشت: ترویج استاندارد حلال در ایران یکی از مزیت‌های اقتصادی است چرا که ۹۹ درصد ایرانی‌ها مسلمان بوده و درصد قابل توجهی از کالاهای تولیدی ایران دارای استاندارد حلال است، از این رو صادرات کالاهای ایرانی ضمن رونق اقتصادی، اشتغال‌زایی را در پی خواهند داشت. بنابراین باید تولید کنندگان را به سمت صادرات سوق داد.

دکتر فخاری در حاشیه این همایش، با بیان اینکه بدون دانش نمی‌توان استاندارد حلال را گسترش داد به‌خبرنگار «تجارت» گفت: با توجه به آنکه بسیاری از محصولات نیاز به تحقیقات دانشگاهی دارند تعامل و همکاری با دانشگاه‌ها می‌تواند در این پژوهش‌ها تسریع ببخشد و دانشگاه الزهرا نیز در این زمینه پیشگام بود.

وی با اشاره به تعریف ساده حلال در جامعه گفت: حلال جریان روان زندگی یک مسلمان است یعنی مسلمان همان‌گونه که به‌هوانیازمنداست نیازمند ایجاد فضای حلال در ابعاد گوناگون است.

فخاری با اشاره به آن‌میک به عنوان مرکز بین‌المللی و مجموعه همکاری‌های سازمان اسلامی تصریح کرد: این مرکز بین‌المللی در تلاش است تا استانداردهای جهان حلال را تدوین کند. خوشبختانه ایران نیز در این کمیته بسیار فعال است.

دبیر کل موسسه حلالا جهانی در پایان خاطرنشان کرد: امیدواریم در دویخش همکاری با دانشگاه‌هایی که دارای رشته صنایع غذایی هستند و رسانه‌های جمعی بتوانیم استاندارد حلال را پویا و بالنده کنیم.



داران از پرداخت این اجازه سنجین برای ده روز بسیار راضی بوده‌وم می‌گویند از حضور پر تعداد بازدیدکننده در این نمایشگاه سود خوبی داشته‌اند. در آمد حاصل از اجازه غرفه های بیرونی مستقیماً به یکی از شرک ت های تبلیغاتی که کار اختصاص این غرفه‌ها و تبلیغات محیطی نمایشگاه را به نمایندگی از

بررسی هانشان می‌دهد در نمایشگاه کتاب امسال حدوداً ۱۵۰ غرفه در محوطه نمایشگاه به صنوف مختلف اجازه داده شده است. اگرچه هیچ مقام مسئولی حاضر به پاسخگوی دقیق در این مورد نولی پرس و جوهای میدانی نشان داد این منطقه‌ها به‌باید در محوطه‌های ده‌روز نمایشگاه ۱۰ میلیون تومان اجازه داده شده‌است. این در حالی است که غرفه

و میلیاردها سرمایه‌گذاری مردم با این واردات رویه از بین خواهد رفت.

■ **تکذیب خبر واردات برتقال مسموم به کشور**

رئیس کل گمرک ایران با تکذیب واردات برتقال مسموم از طریق پوله‌ری درباره علت کاهش ۲۰ درصدی صادرات طی فروردین ماه توضیح داد. مسعود کرباسیان در حاشیه نشستی در اتاق بازرگانی با اشاره به اینکه هیچ برتقالی از طریق گمرک وارد کشور نشده است، اظهار کرد: پله‌ورها باید به گمرک اظهار نامه بدهند و این امر فقط برای اخذ عوارض نیست بلکه برای نظارت بر استاندارد و بهداشت واردات است. وی افزود: در طرف گمرک هیچ آماری مبنی بر واردات برتقال وجود ندارد.

دلیل گرانی نان آزاد و میوه از زبان رئیس اتاق اصناف ایران



بایات بازار است؛ البته شتب عبد نوساناتی در این بازار وجود داشت که در حال حاضر بسیار کم شده است.

وی گفت: البته برخی مغازه‌ها خارج از حدود تعیین شده میوه‌های خود را عرضه می‌کنند که محدودی این اتفاق اجتناب‌ناپذیر است.

به گفته فاضلی در حال حاضر دو نهاد رسمی به‌تصیرات و بازرسی اصناف برای رصد و کنترل کامل بازار میوه در نظر گرفته شده‌اند که این کنترل و نظارت را انجام دهند و هر چه به سمت ماه مبارک رمضان پیش رویم این کنترل تشدید خواهد شد.

۷

تجارت

چهارشنبه ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۴ ■ شماره ۴۲۶
Wed 20 May 2015

اصناف

پیشخوان

اتاق اصناف ایران متولی کمیسوین‌های تخصصی اتحادیه‌ها شد

عضو هیات رییسه اتاق اصناف ایران با بیان اینکه این اتاق متولی کمیسوین‌های تخصصی اتحادیه‌ها شده‌است، گفت: بر مبنای قانون جدید نظام صنفی، رسیدگی به مسئله کمیسوین‌های تخصصی به اتاق اصناف ایران محول شده است. مجتبی صفا‌بی با بیان اینکه با تصویب قانون جدید نظام صنفی، اتحادیه‌های کشوری منسوخ و کمیسوین‌های تخصصی اتحادیه‌ها جایگزین آنها شدند، افزود: کمیسوین‌های تخصصی به‌عنوان بازوی اجرایی برای رفع مشکلات خاص صنوف شکل گرفته‌اند. وی اضافه کرد: تخصصی شدن اتحادیه‌ها و نظارت اتاق اصناف ایران بر عملکرد آنها می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات صنوف باشد. صفا‌بی با بیان اینکه اتاق اصناف ایران بر حسب ضرورت اتحادیه‌ها اجازه تشکیل کمیسوین تخصصی را می‌دهد، افزود: اعضای اصلی کمیسوین از میان نخبگان همان صنف با نظارت اتاق اصناف ایران مشخص می‌شوند. عضو هیات رییسه اتاق اصناف ایران گفت: تاکنون کمیسوین تخصصی برای اتحادیه مشاوران املاک تشکیل شده‌است. صفا‌بی تصریح کرد: پیش‌نویس آیین‌نامه کمیسوین‌های تخصصی نوشته شده و مراحل تکمیل و ثبت را می‌گذراند تا در آینده نزدیک بعد از تکمیل مراحل، به امضای وزیر صنعت، معدن و تجارت برسد و در نهایت ابلاغ شود.

تخفیف ۱۵ درصدی لبنیات

در فروش فوق‌العاده ماه رمضان

رئیس اتحادیه لبنیات‌فروشان اعلام کرد: در فروش فوق‌العاده‌ای که ویژه ماه مبارک رمضان برگزار خواهد شد، بر مصرف‌ترین اقلام شامل شیر، پنیر و خرما با تخفیف پنج تا ۱۵ درصدی در واحدهای صنفی عرضه می‌شوند. به گزارش ایرنا، علی رجبی اظهار کرد: از ۲ روز پیش تبشنام اعضا برای شرکت در فروش فوق‌العاده طرح ضیافت ویژه ماه مبارک رمضان آغاز شد و واحدهای صنفی که تمایل دارند در این طرح شرکت کنند، می‌توانند اقدامات لازم را در این زمینه انجام دهند. وی گفت: واحدهای صنفی که در این ایام فروش فوق‌العاده دارند با نصب بنرهایی سر در مغازه‌های خود در این زمینه اطلاع‌رسانی می‌کنند و پنیر، شیر و خرما را بر اساس نرخ‌نامه‌ای که روی بنرها نصب شده به مردم عرضه می‌کنند. رجبی اظهار کرد: محدودیتی در زمینه تبشنام واحدهای صنفی نداریم و هر تعداد واحد صنفی که تمایل داشته باشند می‌توانند در این طرح شرکت کنند. رئیس اتحادیه لبنیات‌فروشان با اشاره به برگزاری نمایشگاه‌های طرح ضیافت در سال‌های گذشته تأکید کرد: قیمت بعضی از کالاهایی که در آن نمایشگاه‌ها برگزار می‌شد، تخفیفی نداشت و بعضاً نیز شاهد بودیم دل‌الان وارد مسائل جانبی برگزاری اینگونه نمایشگاه‌ها می‌شدند و فقط سود خود را می‌بردند. به گفته وی در فروش فوق‌العاده‌ای که امسال بر گزار می‌شود روند پهنری حاکم خواهد بود. وی در پایان از سخنان وزیر اقتصاد که گفته بود «هر ماست بندی باید برای فعالیتش مجوز بگیرد ولی هر کسی می‌تواند مجوز موسسه مالی و اعتباری را دریافت کند» انتقاد کرد و گفت: نباید مسئولان کشوری در سخنان خود با برای مثال زدن قفسر زخم‌کنشی مثل ماست بندها را زیر سوال ببرند. کسانی که ساعت‌ها پای دیگ نشسته و به کار خود مشغول می‌وززند و این بی‌انصافی است که اینگونه در موردشان اظهار نظر شود. طبق اعلام اتاق اصناف کشور امسال نمایشگاه طرح ضیافت ویژه ماه مبارک رمضان برگزار نمی‌شود و به جای آن فروش فوق‌العاده اقلام بر مصرف و کالاهای اساسی در واحدهای صنفی مربوطه در نظر گرفته شده است چرا که به گفته فاضلی، «رئیس اتاق اصناف از نمایشگاه‌های طرح ضیافت ماه مبارک رمضان سال گذشته استقبال چندانی ننشد و همچنین در بحث کالاهای اساسی که کمترین کاهش را می‌توانست تجربه کند، برگزاری نمایشگاه ضیافت در دستور کار قرار گرفته است. بر این اساس قرار است فروش فوق‌العاده از حدود ۱۰ روز قبل از ماه مبارک رمضان برای اقلام بر مصرف بر گزار و مواد غذایی، زولبیا، مابه و خرما و دیگر مواد بر مصرف در واحدهای صنفی مربوطه با نرخ مصوب فروخته شود.

نماینده خوزستان در اتاق اصناف ایران: رسانه‌ها کالای ملی را تبلیغ کنند

نماینده خوزستان در اتاق اصناف ایران یکی از راه‌های حمایت رسانه‌ها از تولید ملی را تبلیغ آزان کالاهای ایرانی و بالا بردن هزینه برای تبلیغ کالاهای خارجی دانست. لطفاله اصلاحیان با بیان اینکه رسانه‌ها باید به مسئولیت‌های اجتماعی خود توجه داشته باشند، حمایت از تولیدکننده داخلی و کالای ایرانی را یک مسئولیت اجتماعی برای رسانه‌ها دانست. وی با بیان اینکه استفاده از کالای ایرانی باید به یک امر غالب در افکار عمومی ملت ایران تبدیل شود، ادامه داد: ما باید از رسانه‌ها و مطب استفاده از کالای ایرانی مدام باید در رسانه‌ها تبلیغ و تکرار شود، تا یک ارزش تلقی و در نهایت تبدیل به عادت زندگی مردم شود. این فعال صنفی اظهار کرد: تا زمانی که به موضوع حمایت از تولید ملی نگاه فرهنگی و تربیتی نشود، حمایت از تولیدات داخلی به‌شکل مشاغل باقی می‌ماند. وی تصریح کرد: البته موضوعی که باید در این خصوص مورد توجه قرار گیرد، معرفی کالاهای ایرانی و مقایسه‌ی آن با نمونه‌های خارجی‌ست، برای حمایت از تولیدات داخلی لازم است با ساخت آگهی‌های مردم‌پسند، آنان را با کالای ایرانی آشنا کرد تا عمل مقایسه‌ها ی کالای مشابه خارجی هم انجام گرفته و مشتری ایرانی، بداند که چرا باید بین دو محصول مشابه، جنس ایرانی را بخرد.

نوع میوه	قیمت هر کیلو (تومان)
سیب زرد	۴۵۰۰
سیب قرمز	۵۵۰۰-۵۵۰۰
برتقال وارداتی مصری	۶۵۰۰-۷۵۰۰
برتقال داخلی	در بازار موجود نیست
زردآلو وارداتی ترکیه	۳۵۰۰۰
زردآلو داخلی	۱۵۰۰۰
گوچه سبز	۴۰۰۰-۱۴۰۰۰
توت فرنگی	۳۰۰۰-۸۰۰۰
هندوانه	۱۰۰۰-۱۸۰۰
ملون و طالبی	۳۰۰۰-۲۵۰۰
موز	۴۵۰۰-۴۵۰۰
گوچه فرنگی	۷۰۰۰-۱۶۰۰۰
خیار	۱۵۰۰-۲۵۰۰
سیب زمینی	۸۰۰-۱۰۰۰
پیاز سفید	۱۰۰۰
پیاز زرد	۸۰۰