



نشست تخصصی
تجارت پسته

روابط عمومی انجمن پسته ایران

نشست تخصصی تجارت پسته با محوریت صادرات و سرمایه‌گذاری در دانش‌بنیان در روز جمعه ۱۱ آبان ۱۴۰۳ به مدیریت منصور منصوری باغدار پسته و کارآفرین دامغانی و با حضور باغداران و فعالین صنعت پسته در محل سالن کنفرانس دانشگاه دامغان برگزار شد. آنچه در ادامه می‌خوانید بخشی از موضوعات مطرح‌شده در این جلسه است.

منصور منصوری باغدار پیشرو پسته، وضعیت پسته سال جاری دامغان را علی‌رغم مسائل و مشکلات موجود، خوب عنوان کرد. وی قیمت تمام شده بالای محصول پسته، قوانین و مقررات دست‌وپاگیر صادرات و تحریم را از جمله چالش‌های صنعت پسته برشمرد: «اقتصاد ما سال‌هاست به بیماری هلندی مبتلاست، تحریم هم مزید بر علت شده است.» او افزود: «برگزاری این جلسات، هم‌اندیشی و تلاش جمعی همیشه نتیجه خوب خواهد داشت؛ قدری باید صبوری کنیم؛ پسته کارها همه صبورند، هفت تا ده سال صبر می‌کنند تا چند خوشه پسته برسد و بچینند و لذت ببرند. شاید اگر این اجبار در رفع تعهد ارزی از طرف دولت به صادرکنندگان وارد نمی‌شد بسیاری از مسائل به‌راحتی حل می‌شد.» در ادامه جلسه علی نظری باغدار پیشرو و عضو پیوسته انجمن پسته ایران، ضمن اشاره به اینکه حجم عمده پسته ایران صادر می‌شود، صادرات و بازار پسته را منبع مشترک و ارزشمند برای فعالین صنعت برشمرد و تصریح کرد: «بازار این محصول یک منبع مشترک است، اگر خرابش کنیم بقیه هم ضرر می‌کنند؛ وقتی پسته بی‌کیفیت به بازارهای صادراتی فرستاده می‌شود برند پسته ایران از بین می‌رود، ازبین‌رفتن برند پسته ایران به همه صنعت ضربه می‌زند. پسته ایران یک برند است خیلی اهمیت دارد این برند به‌عنوان یک محصول باکیفیت در دنیا شناخته شود. به هر طریقی که اعتبار این برند از بین برود، هرکدام از



باتوجه‌به میزان تولید پسته در دنیا و شرایط رقابتی در بازار جهانی ما باید به سمت نیچ‌مارکتینگ برویم؛ یعنی باید بازارهای کوچکی در دنیا برای خودمان پیدا کنیم.

ما فعالین صنعت به‌نوعی زیان می‌بینیم. در دنیا بحث منبع مشترک بسیار مهم است؛ برای حفظ آن قانون می‌گذارند؛ دولت‌ها کمک می‌کنند تا انجمن‌ها بیایند و در حفظ منبع مشترک نقش ایفا کنند. تا این منبع از بین نرود.»

نظری با بیان اینکه میزان تولید جهانی پسته هرساله روبه‌افزایش است، به لزوم سازماندهی جهت تداوم و پایداری حضور در بازار بین‌المللی تأکید کرد. وی همچنین به ایجاد رابطه پایدار و دو سر برد بین باغدار و تاجر اشاره کرد: «در کشور ما به واسطه سازماندهی غلط، منافع باغدار با تاجر همسو نیست و بین تاجر و باغدار تضاد منافع وجود دارد که این برای صنعت خسارت‌زا است. یک تاجر هر چه بتواند پسته را ارزان‌تر از باغدار بخرد برد کرده است و این ضد منفعت همه هست. متأسفانه در کشور ما این حل نشده و انجمن‌ها هم به این موضوع کم توجه کرده‌اند؛ درحالی‌که سیاست فروش آمریکا طوری سازماندهی شده که تاجری می‌تواند پسته بخرد که بیشترین سود را به باغدار رسانده باشد؛ به این نحو که تاجر می‌گوید من پسته را به قیمت پایین می‌خرم بعد می‌فروشم یک یا دو درصد سهم خودم را برمی‌دارم؛ بقیه‌اش را هر چقدر بیشتر فروختم به باغدار برمی‌گردانم. در نتیجه سال بعد باغدار به کسی که به بهترین قیمت خریده و بیشترین پول را به او داده است پسته می‌فروشد؛ در نتیجه پسته یواش‌یواش به سمت کسی می‌رود که بهترین برگشت و بهترین فروش را دارد.



در ایران برعکس است. تاجر به هر نحوی که می‌تواند پسته را می‌خرد و هرچه سود کرد مال خودش است و باغدار در سود تاجر سهیم نیست؛ در نتیجه بین درآمد باغدار و درآمد تاجر تضاد منافع است و این یک نقطه‌ضعف ماست.»

او افزود: «متأسفانه در بحث تجارت پسته ایران، دولت قوانین و مقرراتی می‌گذارد که به منافع تولیدکننده هم بی‌توجه است. فرض کنید هر کیلو پسته رقم فندقی ۳۲-۳۰ به قیمت هفت دلار یا هفت و نیم دلار صادر می‌شود دولت به صادرکننده می‌گوید باید به ازای هر کیلو پسته هشت و نیم دلار به مملکت برگردانید. در اینجا تاجر باید یک دلار بیشتر از قیمتی که پسته را فروخته ارز برگرداند و از سوی دیگر می‌گوید دلار پسته فروخته شده را به جای قیمت بازار آزاد به نرخ نیمایی باید به دولت بفروشید. در چنین وضعیتی من تاجر باید پسته را به نرخ دلار بازار آزاد از باغدار بخرم، یک دلار دیگر هم اضافه کنم و تحویل بانک مرکزی دهم تا صادرکننده خوب شوم. اگر چنین کاری نکنم طبق قوانین فعلی بانک مرکزی قاچاق‌فروش هستم؛ عملاً دولت با این سیاست‌های غلط در بحث صادرات مانع بزرگی ایجاد کرده است.»

علی نظری در ادامه صحبت‌های خود ضمن اشاره به شرایط رقابتی حاکم بر بازار بین‌المللی پسته و همچنین مهارت بازاریابی آمریکا افزود: «باتوجه‌به میزان تولید پسته در دنیا و شرایط رقابتی در بازار جهانی ما باید به سمت نیچ‌مارکتینگ برویم؛ یعنی باید بازارهای کوچکی در دنیا برای خودمان پیدا کنیم.» وی تنوع رقم، کیفیت و طعم مغز پسته ایرانی را از جمله مزیت‌هایی عنوان کرد که می‌تواند بازارهای خاصی را برای پسته ایران حفظ کند. نظری مغز سبز پسته ایران را نیز مزیت دیگر برشمرد که چنانچه مسئله باقیمانده سموم در آن مسئله‌ساز نشود شاید بتواند در بازه زمانی دهساله به‌عنوان محصول منحصربه‌فرد ایران در نیچ مارکتینگ رقابت کند.

او همچنین به اهمیت زمان عرضه پسته در بازار جهانی اشاره کرد و گفت: «ما به‌عنوان باغدار باید حواسمان باشد که زمان‌های مصرف عمده پسته در دنیا چهار، پنج زمان طلایی است؛ یکی برای مصرف ژانویه است که پسته مصرف عمده دارد؛ زمان دیگر مخصوصاً در کشور خاورمیانه، در ایام ماه

رمضان است، چینی‌ها در زمان عید چینی و هندی‌های در جشن دیوالی بیشترین مصرف پسته را دارند. اگر در این وقتهایی که بیشترین تبادل‌های پسته در دنیا صورت می‌پذیرد ما به‌عنوان باغدار، به هر دلیلی نتوانیم این عرضه را انجام دهیم بلافاصله آمریکایی‌ها و غیره جای ما را پر می‌کنند. وقتی پسته را زمانی که تقاضای شدید در بازار نیست عرضه کنیم آن‌وقت مجبوریم قیمت را پایین بیاوریم. بنابراین ما خیلی محتاج هستیم به کار جمعی، محتاج به اینکه منافعمان را با یکدیگر همسو کنیم، صنعت پسته یک کار جمعی است. این با هم بودن وظیفه ما در انجمن‌هاست؛ باید پشتیبانی کنیم؛ باید حضور داشته باشیم و همه کمک کنیم. آمریکایی‌ها یک تا دو درصد درآمد پسته را به انجمن‌هایشان می‌دهند.»

در ادامه نشست سید سعیدالرضا اسلامی رئیس دانشگاه دامغان، درباره نسبت همکاری دانشگاه دامغان با برگزاری یازدهمین جشنواره ملی پسته ایران، دامغان گفت: «نسبت ما در دانشگاه با پسته نسبت دانشگاه‌هاست با مزیت‌های سرزمین محیط پیرامونشان؛ دانشگاه‌ها اگر بخواهند ریشه‌دار و پایدار شوند می‌بایست محل ارتزاق خودشان را، (ارتزاق منظور ارتزاق فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه است) به سمت مزیت‌های سرزمینی که در آن هستند ببرند. برای شهرستان دامغان هم مثل استان کرمان، پسته یک مزیت بسیار برجسته است.» اسلامی با تأکید بر فرمایشات علی نظری افزود: «به منبع مشترکی که اشاره شد که شامل باغدار و تاجر است، اگر دانشگاه‌ها هم اضافه شوند، فکر می‌کنم هم بهره‌وری و هم اقتصاد مرتبط با این محصول و در نهایت آن سودی که کشور می‌تواند در فضای فعلی، در عرصه اقتصاد بین‌الملل ببرد، ارتقا پیدا خواهد کرد.»

مهدی صرفی مدیر ارتباط صنعت و مرکز نوآوری پسته دانشگاه دامغان، با بیان اینکه در ده سال گذشته و در بین بیست محصول صادراتی تنها یک محصول است که تولید پایدار دارد، تشریح کرد: «گاز، متانول، پلی‌اتیلن، اتیلن، اوره، فولاد بیشترین محصول صادراتی کشور است. تا کجا می‌خواهیم فولاد، منابع آهن و نفتمان را خالی کنیم، در بین اقلام صادراتی پسته جزو معدود کالاهایی است که اگر درست مدیریت شود یک توسعه پایدار و یک محصول صادراتی پایدار خواهد شد.» او افزود: «پسته برای ما تنها بعد اقتصادی ندارد؛ بلکه یک بعد فرهنگی است و میراث پدران ما است. در هر سفارتخانه‌ای که برویم حتماً پسته، فرش و زعفران ایرانی را می‌بینیم؛ این‌ها سه برند جهانی ایران هستند. پدران ما زحمت کشیدند این‌ها را برند کردند که میلیاردها دلار ارزش دارد. چقدر باید پول هزینه کنیم که یک محصولی را در دنیا برند کنیم، همین پسته تازه را هنوز نتوانستیم برند کنیم.»

در ادامه مدیر ارتباط صنعت و مرکز نوآوری پسته دانشگاه دامغان ضمن اشاره به اینکه میزان تولید پسته در هکتار باغات ما شرایط خوبی ندارد اذعان داشت: «راهکار افزایش تولید، افزایش سطح زیرکشت باغات نیست؛ بلکه باید میزان عملکرد در واحد سطح را افزایش دهیم». وی همچنین ایجاد مراکز تحقیقاتی، موزه و پارک پسته را از جمله فعالیت‌هایی که باید در جهت برندینگ پسته ایرانی انجام شود، عنوان کرد.

علی صرفی رئیس هیئت‌مدیره انجمن پسته سمنان، با تأکید بر تولید پسته به میزان حدود پنج برابر مصرف داخل، تنها راه نجات پسته ایران را برطرف‌شدن موانع صادرات دانست و تصریح کرد: «برای به‌دست‌آوردن بازار خوب پسته چه در داخل و چه در خارج از کشور، باید انواع مختلف محصولات پسته اعم از پسته تازه، پسته خشک در پوست، مغز سبز و محصولات فرآوری پسته مانند کره پسته را صادر کنیم.»

وی در ادامه صحبت‌های خود افزود: «در دامغان ۱۸ هزار هکتار باغ پسته و ۱۵ هزار بهره‌بردار داریم. باغداری دامغان یک باغداری معیشتی است؛ حدود ۹۵ درصد باغدارهای ما خرده مالک هستند و طبق آمار ۴۸ درصد درآمد کشاورزی استان از پسته حاصل می‌شود، در حالی که ۱۵ درصد منابع آب در باغات پسته مصرف می‌شود». رئیس هیئت مدیره انجمن پسته سمنان، در پایان سخنان خود، به ایجاد پیوند بین زنجیره‌های مختلف صنعت پسته و اتحاد آن‌ها در جهت پیش‌برد اهداف صنعت تأکید نمود.