واسطه، لنگر بازار است





سیدمحمود ابطحی
رئیس هیئت امنای انجمن پسته و فعال بازار

وقتی دو نفر بخواهند معامله‌ای انجام دهند، هر یک به دنبال این هستند که نفع خودشان را حداکثر کنند؛ فروشنده تلاش می‌کند که با بیشترین قیمت بفروشد و خریدار سعی دارد با کمترین قیمت بخرد. بنابراین، تا جایی که امکان داشته‌باشد و صدمه‌ای به معامله نخورد، عموماً طرفین به دنبال این هستند که نفع خودشان را حداکثر کنند. این رفتار در اقتصاد امری طبیعی است.
اگر ما این موضوع را که پایه علم اقتصاد است قبول نداشته‌باشیم، اصلاً اقتصاد را نمی‌فهمیم. همین‌طور اگر این امر در مبادلات اقتصادی لحاظ نشود، قطعاً آن کار غیرعلمی است، به نتیجه نمی‌رسد و قطعاً بادوام نخواهدبود؛ مثل تصمیماتی که دولتی‌ها از بالا می‌گیرند و در قیمت‌گذاری دخالت می‌کنند. مآلاً این قبیل کارها نتیجه درستی در پی ندارند و باعث توسعه و افزایش سطح رفاه و اقتصاد نخواهندشد. بعضی اوقات گفته می‌شود که قیمت در حال بالا رفتن است و باید آن را کنترل کرد، در حالی که قیمت را خریدار و فروشنده و نهایتاً عرضه و تقاضا تعیین می‌کند.

وقتی که خریدار و فروشنده، هریک در تلاشند تا سود خودشان را در معامله حداکثر کنند، نمی‌توانند ذهنیتشان را مستقیماً به یکدیگر بگویند، چون به این صورت معامله انجام نمی‌شود. اما دلال کسی است که با خریدار و فروشنده صحبت می‌کند و از ذهنیت آنها باخبر می‌شود و سعی می‌کند این ذهنیت‌ها را به هم نزدیک کند. به‌طورکلی، کلمه دلال به معنای راهنما است. در همه معاملات اگر دلال حضور داشته‌باشد، معامله خوب انجام می‌شود. در غیراین‌صورت معامله انجام نمی‌شود یا اگر انجام شود ممکن است بعداً با اشکال و ایراد روبه‌رو گردد. دلال در این کار تجربه دارد و می‌تواند این کار را درست انجام دهد.

مواردی وجوددارد که فرد به‌خاطر اینکه پول به دلال ندهد، شخصاً اقدام به فروش ماشینش کرده و متضرر شده‌است. درصورتی که اگر این شخص به یک بنگاه معاملات ماشین رفته‌بود و قولنامه‌ای تنظیم کرده‌بود، این اتفاق نمی‌افتاد. همین افرادی که امروز اعتقاد دارند که وجود دلال خیلی بد است، آیا حاضرند یک ماشین را از فردی غریبه و بدون وجود دلال بخرند؟!

به‌همین نحو، در بازار پسته تعدادی از افراد به‌عنوان دلال فعال هستند که محل ثابتی ندارند، بین خریدار و فروشند واسطه می‌شوند و پسته را معامله می‌کنند. معمولاً تولیدکننده‌های پسته با دلالان طرف نیستند، بلکه دلالان در معاملات بین تجار پسته نقش دارند. به‌طورکلی، دلالان پسته واسطه معاملات در درون گروه تجار داخلی و همچنین بین تجار داخلی و صادرکنندگان هستند. این افراد تعدادشان خیلی زیاد نیست و به‌ندرت بعضی از تولیدکنندگان پسته‌شان را به دلال می‌دهند.



در بازار تهران دلالان نقش پررنگ‌تری دارند و تقریباً هیچ معامله‌ای بدون واسطه انجام نمی‌شود.

اکثر تولیدکننده‌ها پسته‌شان را به تاجران داخلی می‌فروشند. تعداد این تجار زیاد است؛ در رفسنجان شاید حدود هزار نفر باشند و در کل کشور تعدادشان بین ۲ هزار و ۵۰۰ تا ۳ هزار نفر است. اینها کسانی هستند که پسته را از تولیدکننده می‌خرند، بین خودشان معامله می‌کنند، مقداری به صادرکنندگان در استان کرمان می‌فروشند و مقداری از پسته را به بُنَکداران، آجیل فروش‌ها و صادرکنندگان در تهران می‌فروشند. چرا تعداد تجار داخلی زیاد است؟ طبیعتاً به‌خاطر زیاد بودن تعداد تولیدکنندگان، تعداد فعالان این حوزه نیز زیاد است. باغدار پسته محصولش را به کسی می‌دهد که به او اعتماد کند و اطمینان داشته‌باشد که آن شخص درست کار می‌کند.

بعضی از باغداران بزرگ محصولشان را مستقیماً برای حق‌العملکاران در تهران و یا صادرکنندگان نیز می‌فرستند. بنابراین، تولیدکنندگان کاملاً دستشان باز است که هر جور دوست داشته باشند کار کنند.

از سوی دیگر، یکی از دغدغه‌های تولیدکنندگان این است که آیا بعد از فروش محصولشان می‌توانند پول آن را بگیرند یا خیر؟ و غیر از اینکه خواستار فروش پسته‌شان با بیشترین قیمت هستند، می‌خواهند اطمینان داشته‌باشند که پولشان سوخت نمی‌شود، از بین نمی‌رود و حین نمونه‌برداری و قیمت‌زدن کلاه سرشان نمی‌رود.

در طول پنجاه سال گذشته که من به یاد دارم، دلالان جزو اقشاری در

صنعت پسته بوده‌اند که نسبت به آنها دید مثبتی وجودنداشته و هر کسی که در دولت مشغول به کار می‌شده، یکی از ایده‌هایش این بوده که دست دلالان سودجو و واسطه‌ها را باید کوتاه کرد. اما به‌نظر من، اینها قشری هستند که سرمایه در این کار گذاشته‌اند و کسی کمک‌شان نکرده‌است؛ تقریباً مال کسی را نخوردند و یا کم خوردند؛ ضامن یکدیگر شدند و یا وام‌هایی را از بانک‌ها گرفتند و پول بانک‌ها را هم پس دادند؛ پسته‌ای را معامله کردند و سودی بردند. این‌طور نیست که فکر کنیم اگر اینها نبودند وضع بازار پسته بهتر می‌شد. به‌نظرمن، اینها در صنعت پسته به‌عنوان لنگر بازار بوده‌اند و بازار را نگه داشته‌اند؛ چرا؟ به‌خاطر این که در زمان نوسان قیمت پسته و در پایین آمدن قیمت آن که ممکن است تولیدکننده پسته‌اش را به‌راحتی بفروشد، این افراد اگر جنسشان را گران خریده باشند، آن را به‌راحتی نمی‌فروشند. تولیدکننده با ارزان‌فروشی ضرر می‌کند، ولی ضرر محسوسی نمی‌کند. واسطه‌ای که پسته را کیلویی ۱۰۰ هزار تومان خریده باشد، اگر قرار باشد به‌خاطر پایین آمدن بازار، آن را کیلویی هزار یا ۲ هزار تومان ارزان‌تر بفروشد، مقاومت می‌کند. بنابراین، اینها قیمت بازار را نگه می‌دارند.

متأسفانه، من در جلساتی شنیده‌ام که می‌گویند اینها محتکرین پسته هستند! اینها چه احتکاری روی پسته کردند، غیر از اینکه آمدند با سرمایه، وقت و انرژی خودشان قیمت پسته را تا حدی نگه داشتند؟! این افراد ممکن است در بعضی از مقاطع زمانی به‌دلیل پایین آمدن بازار پسته، محصول را نفروشند و صادرکنندگان به آنها



محتکر بگویند، اما فکر نمی‌کنم تولیدکننده‌ها از این امر ناراحت باشند، چون اگر ناراحت بودند به اینها پسته نمی‌فروختند.

بازار پسته یک بازار رقابت کامل است و خریدار و فروشنده همیشه به هم دسترسی دارند. در این بازار رقابت زیاد است و چون تعداد زیاد است، حاشیه سود پایین است؛ مثلاً کمیسیون حق العملکارهای بازار پسته در تهران ۲ درصد و دلال یک درصد است. حاشیه سود کارهای خرید و فروش پسته نیز حدود ۲ درصد است. فعالان بازار پسته در یک اقتصاد رقابتی کار می‌کنند و اگر سودشان بیشتر بود، تعداد افراد شاغل نیز بیشتر می‌شد.

برخی از افراد استدلال می‌کنند کشاورز زحمت بسیار زیادی می‌کشد و باید سود بیشتری ببرد، اما این سوال را نیز باید پرسید، آیا کارگری که زمین را می‌کَنَد بیشتر کار می‌کند یا مالک؟! بنابراین، مبنای کسب سودِ بیشتر زحمت‌کشی و کار فیزیکی نیست. مسئله این است که قیمت را عرضه و تقاضا در بازار تعیین می‌کند و این واقعیت اقتصاد است. همچنین، در تمام دنیا کسانی بیشترین سود را در زنجیره تولید ارزش می‌برند که سرمایه‌گذاری بیشتری کرده‌باشند. چه کسانی بیشترین میزان سرمایه‌گذاری را در پسته کرده‌اند؟ یکی تولیدکننده و دیگری توزیع‌کننده نهایی. بنابراین، بیشترین سود را این



دو بخش می‌برند. پسته به هر قیمتی که باشد حدود ۲۵ تا ۳۰ درصد از قیمت فروشِ کالا به مصرف کنندهٔ نهایی، نصیب توزیع کنندهٔ نهایی می‌شود و بیش از ۵۰ درصد به تولیدکننده می‌رسد. باید توجه داشت که وجود همه این گروه‌های شغلی برای بازار، انجام معامله و روان شدن معاملات لازم بوده‌است؛ و اگر غیر از این بود این شغل‌ها ایجاد نمی‌شدند. ما باید به شعور آدم‌ها اعتماد کنیم و بدانیم در این کار نفعی وجوداردکه طرفین این کار را می‌کنند. اگر با عینک غیراقتصادی نگاه کنیم و بگوییم ما دلواپس پسته هستیم و قصدمان صرفاً خدمت است، به بیراهه رفته‌ایم.

محورهای مهم

۱ تصمیماتی که دولتی‌ها از بالا می‌گیرند و در قیمت‌گذاری دخالت می‌کنند، نتیجه درستی در پی نداشته و باعث توسعه و افزایش سطح رفاه و اقتصاد نخواهندشد

۲ دلال کسی است که با خریدار و فروشنده صحبت می‌کند و از ذهنیت آنها باخبر می‌شود و سعی می‌کند این ذهنیت‌ها را به هم نزدیک کند

۳ دلالان پسته واسطه معاملات در درون گروه تجار داخلی و همچنین بین تجار داخلی و صادرکنندگان هستند؛ این افراد تعدادشان خیلی زیاد نیست و به‌ندرت بعضی از تولیدکنندگان پسته‌شان را به دلال می‌دهند

۴ دلالان جزو اقشاری در صنعت پسته بوده‌اند که نسبت به آنها دید مثبتی وجودنداشته و هر کسی که در دولت مشغول به کار می‌شده، یکی از ایده‌هایش این بوده که دست دلالان سودجو و واسطه‌ها را باید کوتاه کرد

۵ دلالان در صنعت پسته به‌عنوان لنگر بازار بوده‌اند و بازار را نگه داشته‌اند؛ چرا؟ به‌خاطر این که در زمان نوسان قیمت پسته و در پایین آمدن قیمت آن که ممکن است تولیدکننده پسته‌اش را به‌راحتی بفروشد، این افراد اگر جنسشان را گران خریده باشند، آن را به‌راحتی نمی‌فروشند

۶ برخی از افراد استدلال می‌کنند کشاورز زحمت بسیار زیادی می‌کشد و باید سود بیشتری ببرد، اما این سوال را نیز باید پرسید، آیا کارگری که زمین را می‌کَند بیشتر کار می‌کند یا مالک؟! بنابراین، مبنای کسب سودِ بیشتر زحمت‌کشی و کار فیزیکی نیست

۷ در تمام دنیا کسانی بیشترین سود را در زنجیره تولید ارزش می‌برند که سرمایه‌گذاری بیشتری کرده‌باشند