

پرونـــده ویـــژه بازار

روایت یکســـاله صادرات پســـته

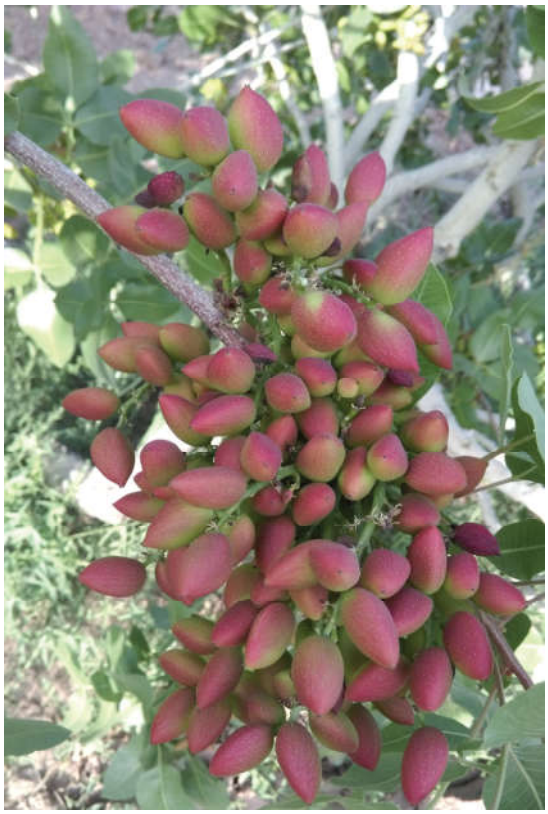
سحر نخعی
دبیر کمیته بازرگانی

طـی سـال‌های اخیـر بـازار پسـته ایـران تحـول کم‌سـابقه‌ای را از طـرف عرضـه بـه خـود دیـده کـه به‌زعـم بسـیاری از صاحب‌نظـران از دسـت‌رفتن بازارهـای صادراتـی را در پی‌داشته‌اسـت. دلیـل روی دادن ایـن واقعـه، نشـانه‌ها و عـوارض آن بحـث دیگـری اسـت کـه در ایـن پرونـده سـعی کرده‌ایـم بـه آن بپردازیم. همچنین، در خـلال تحلیل‌ها، راه‌حل‌هـا و پیشـنهادات برون‌رفـت از وضـع موجـود و ترسـیم آینده‌ای بهتـر را نیـز پیگیـری کردیم.

در مسـیر جمع‌آوری اطلاعات در خصوص ارزیابی وضعیت بازار پسـته، بـا پیشکسـوتان و صاحب‌نظـران بـازار گفت‌وگـو کردیـم و نظـر آنها را جویـا شـدیم. سـیدمحمود ابطحـی و همـکان وی، محمدرضـا رنجبر و حمیـده شـریفی، در قالب یک یادداشـت بـه تحلیل وضعیـت صادرات پسـته در شـش مـاه اول سـال ۱۴۰۱ و چرایـی بـد کارکـردن موتـور صادرات پسـته ایـران پرداخته‌اند. امیرعلی عسـگراولادی و محسـن جلال‌پـور نیـز ضمـن بازخوانـی آنچـه بـر عرضـه و صـادرات پسـته ایـران رفته‌اسـت، تـلاش کرده‌انـد پیش‌بینـی کوتاهـی از آینـده بـازار ارائـه دهنـد. هرچنـد کـه آنهـا اذعـان داشـتند کـه از بـرآورد وضعیت پیـش‌رو باتوجه به خیـل عوامل موثـر و غیرمترقبـه ناتوان هسـتند.

در شـماره آتی ماهنامه دنیای پسـته، اطلاعات جمع‌آوری شـده در ایـن زمینـه از حسـین نظـری و بهـرام آگاه کـه هـر دو جـزو صادرکننـدگان نام آشـنای انجمن پسـته ایران هسـتند منتشـر خواهدشد.





صادرات شش ماهه اول سال ۱۴۰۱

چرا بازار پسته را از دست دادیم؟



سیدمحمود ابطحی



محمدرضا رنجبر



حمیده شریفی

دلیل نوشتن این متن مقایسه آمار صادرات ماهانه پسته در چند سال اخیر است و پاسخ به این سوال که چرا صادرات پسته از ایران در شش ماهه اول سال ۱۴۰۱ در مقایسه با ۵ سال گذشته، طی همین دورهٔ شش ماهه، کمترین مقدار بوده‌است؟ با سرمازدگی که در ابتدای سال ۱۴۰۱ اتفاق افتاد، مشخص شد که در مهرماه این سال تولید پسته کم خواهدبود. پس از آن طبیعی بود که قیمت پستهٔ موجود افزایش پیدا کند و همین‌طور هم شد. اما به‌شرحی که در ادامه خواهدآمد این افزایش تشدید شد و به‌حدی رسید که با آن قیمت در بازار جهانی تقاضا وجودنداشت. انتظار می‌رفت حداقل با حضور پررنگ در زمان‌های حساس بازار، خلاء کمبود پسته تا حدی جبران شود، اما برخلاف آن، شاهد روند دیگری بودیم. سرمازدگی از طریق اثری که بر تولیدکنندگان، تجار و کمپین‌ها گذاشت باعث شد که علاوه بر تولید، بازار هم به‌نوعی دچار سرمازدگی بشود! امری که تا امروز هم که محصول اندک سال ۱۴۰۱ برداشت‌شده، دست‌اندرکاران پسته درگیر آن هستند.

تولیدکنندگان (باغداران) **اولاً** با توجه به کاهش برداشت و افزایش هزینه‌ها خواهان افزایش قیمت بودند. **ثانیاً**، همزمان در ماه‌های اول سال ۱۴۰۱ قیمت همه کالاها به‌شدت بالارفته‌بود و وقتی باغداران می‌دیدند همه چیز گران شده انتظار داشتند قیمت پسته هم مثل سایر کالاها بالا برود. **ثالثاً**، در این شرایط ذهن باغدار آمادگی داشت هر توجیه، یا هر دلیل درست یا نادرستی را که نتیجه آن افزایش قیمت باشد را به‌راحتی بپذیرد. علاوه بر اینها، به‌طورکلی وقتی قیمت در حال بالارفتن است، فروشنده می‌بیند که اگر کالای خود را دیروز فروخته بود، دریافتی او کمتر از امروز بود، بنابراین به این فکر می‌کند اگر کالای خود را فردا بفروشد می‌تواند دریافتی بیشتر از امروز داشته‌باشد. از سوی دیگر، تجربه سرمازدگی دو سال اخیر و از بین رفتن محصول باعث نگرانی کشاورزان در مورد محصول سال آینده شد. بنابراین، پسته‌داران در مدیریت تبدیل پسته به نقدینگی با احتیاط بیشتری رفتار کرده و این عامل هم در به تأخیر انداختن فروش پسته، حداقل تا ابتدای سال تولیدی جدید اثرگذار بوده‌است. مجموعه این عوامل باعث شدند باغداران عرضه پسته را کم کنند و به تعویق بیاندازند.

خریداران پسته به‌طور عمده تجار محلی بودند و با این ذهنیت که تولید کم خواهدبود شروع به خرید پسته کردند. به‌همان دلایلی که در مورد باغداران گفته شد اینها هم انتظار گران‌تر شدن قیمت را داشتند، حتی در مقاطعی در بالا بردن قیمت با هم رقابت می‌کردند و روی دست هم بلند می‌شدند؛ همه تحلیل‌گر بازار شده‌بودند. آنها دلایل تحلیلی می‌آوردند که قیمت بالا خواهدرفت. اگر از زاویه طنز نگاه کنیم، آنها تا آنجا پیش رفتند که می‌گفتند امسال جام جهانی در قطر برگزار می‌شود و قطر هم نزدیک ایران است و این امر باعث افزایش قیمت خواهدشد. طوری می‌گفتند قطر، انگار جام جهانی در منطقه کشکوییهٔ

> چرا صادرات پسته از ایران در شش ماهه اول سال ۱۴۰۱ در مقایسه با ۵ سال گذشته، کمترین مقدار بوده‌است؟ سرمازدگی از طریق اثری که بر تولیدکنندگان، تجار و کمپین‌ها گذاشت باعث شد که علاوه بر تولید، بازار هم به‌نوعی دچار سرمازدگی بشود!

رفسنجان برگزار می‌شود و در مسابقات هم، تمام کار مردم پسته خوردن است!

علاوه بر این، اصولاً تاجر کالایی را می‌خرد به امید آنکه با فروش آن سود ببرد. بنابراین، تا آنجا که بتواند نسبت به قیمت خرید، ارزان‌تر نمی‌فروشد. اینان از راه‌های مختلف سعی داشتند گران‌تر بفروشند و تا آنجا که توانستند پسته عرضه نکردند.

کمپین‌ها- امروزه با افزایش دسترسی به اینترنت، امکان تبادل ایده و اطلاعات افزایش پیدا کرده‌است. اگر قبلاً هر فرد برای مشورت در مورد فروش پسته خود با چند نفر مورد اعتماد خود صحبت می‌کرد، امروزه امکان شنیدن نظرات همه، چه صاحب‌نظر و با تجربه و چه افرادی که در حال بیان نظرات و علایق شخصی خود هستند، برای همه فراهم شده‌است و به نوعی با بمباران اطلاعات مواجه هستیم.

به‌طورکلی، بعضی از باغداران این بحث را مطرح می‌کنند که تولیدکنندگان (باغداران) کمترین سهم را از زحمات خود به‌دست می‌آورند. آنها با مقایسه تفاوت قیمت مصرف‌کننده و قیمتی که از فروش پسته به‌دست می‌آید به اشتباه این‌طور نتیجه می‌گیرند که واسطه‌های سودجو حاصل زحمات باغداران را به یغما می‌برند. این‌طور فکرکردن بر مبنای تئوری‌های سوسیالیستی بنا شده‌است. این نگاه در سال‌های اخیر در فضای مجازی و با کمپین‌ها رواج زیادی یافته‌است. گردانندگان این کمپین‌ها معمولاً اشخاص بی‌غرضی هستند. به‌طورکلی، نیت اصلی آنها به‌دست آوردن نفع مادی نیست. انگیزه آنها از این کار مطرح شدن، محبوبیت و ارضای امیال روانی است. اقتصاد نمی‌دانند، در مورد بازار دانش ندارند و ایده‌های عوامانه و پوپولیستی مطرح می‌کنند. در شرایطی که امسال ایجاد شده‌بود ذهنیت آنها در میان تولیدکنندگان و تجار قبول عام یافت و به عرضه نکردن پسته و افزایش قیمت آن دامن زد و به آن شدت داد.

اساساً نگاه به رفتار این سه گروه یکی از نظریات اقتصاد رفتاری را در ذهن تداعی می‌کند. رفتار یا حرکت گروهی/قبیله‌ای/توده‌وار (herd behavior) که به وضعیتی اشاره دارد که در آن افراد به گروه پیوسته و اعمال دیگران را بدون فکر و برنامه‌ریزی قبلی، تنها با این فرض که آنان در مسیر درستی حرکت می‌کنند، دنبال می‌کنند. این رفتار در همه جنبه‌های جامعه از جمله در بخش مالی رایج است. رفتار گروهی در بازارهای مالی سبب بروز حباب قیمتی می‌شود، به این معنی که قیمت یک کالا از ارزش ذاتی آن بیشتر شده یا به زبان ساده‌تر تفاوت قیمت خرید و فروش کالا به‌شکل غیرواقعی افزایش پیدا می‌کند.

نظریه رفتار گروهی ریشه در مطالعات کینز دارد که بر انگیزه‌های تقلید و پیروی از جمع تمرکز داشت. او رفتار گروهی را پاسخی به عدم قطعیت و درک افراد از ناآگاهی خود می‌دانست. انسان ذاتاً موجودی اجتماعی است، بسیاری از افراد تمایل دارند تا همسو با جمع حرکت کنند و در غیر این‌صورت احساس ناخوشایندی پیدا خواهندکرد. در نتیجه، برخی اشخاص بدون تحلیل و بررسی، از الگویی که گروه بزرگ‌تری از مردم آن را انتخاب کرده‌اند پیروی می‌کنند. یکی دیگر از نیروهای محرک رفتار گروهی، تمایل به جستجوی رهبر است. به‌ویژه در مواقع عدم اطمینان، افراد به‌وجود رهبران نیاز دارند تا رفتارشان را مدیریت کنند. همچنین افراد زمانی که فکر کنند دیگران سودی را شناسایی کرده‌اند به این شیوه رفتار می‌کنند. در این حالت افراد لزوماً سودجو نیستند و خوش‌بینی بی‌دلیل به افزایش قیمت، رفتار آنها را شکل می‌دهد. بنابراین، علت بروز این رفتار در افراد را می‌توان ریسک‌گریزی، ترس از تنها ماندن و تمایل به تحمل زیان به‌شکل دسته جمعی در نظر گرفت.

در چنین شرایطی بود که بازار در فروردین ۱۴۰۱ با حدود ۲۰۰ هزار تومان (برای هر کیلو پسته فندقی) باز شد. عرضه محدود بود و همان‌طور که در نمودار (۱) ملاحظه می‌فرمایید قیمت تا پایان خردادماه با رشد زیادی بالا رفت و به حدود ۳۰۰ هزار تومان رسید و از آن تاریخ به بعد روند کاهشی پیدا کرد. طی این مدت، صادرات در هر ماه از سال‌های گذشته کمتر بوده‌است (جدول ۱).

اگر مقدار صادرات شش ماه اول امسال (۲۳ هزار و ۵۲۵ تن) را با میانگین مقدار صادرات پنج سال گذشته در ماه‌های مشابه (۳۶ هزار و ۹۰۷ تن) مقایسه کنیم، ملاحظه می‌شود که حدوداً ۱۵ هزارتن از بازار را از دست داده‌ایم؛ یعنی بالقوه بازار کشش داشت که ما این مقدار پسته، بیشتر بفروشیم. شوربختانه با قیمت بالایی که در بازار جهانی عرضه کردیم، اگرچه خودمان نتوانستیم پسته‌ای بفروشیم، اما در عوض باعث شدیم آمریکایی‌ها بتوانند راحت‌تر پسته بفروشند! به‌عبارتی، ما چتری شدیم برای پستهٔ آمریکا. علاوه بر این، برآورد می‌شود تا امروز تجار مبلغی در حدود ۳۰۰ میلیارد تومان از کاهش قیمت متضرر شده‌باشند. توجه بفرمایید، باغدار، پسته را از باغ خود برداشت می‌کند، ولی تاجر پسته را می‌خرد و بنابراین با کاهش قیمت صدمه ملموس‌تری متوجه او می‌شود. البته برای جلوگیری و یا کاهش این ضرر تاجر راه ساده‌ای دارد. تاجر در مواقعی که پسته صادر نمی‌شود، باید بیشتر مراقب کار خود باشد و با جابه‌جا شدن پسته از این انبار به آن انبار دچار توهم (جوّگیر) نشود.

رهبری بازار، دیگر با پسته ایران نیست

شکی نیست هر چه پسته به قیمت بالاتر به فروش برود نه تنها به نفع همه دست‌اندرکاران پسته، بلکه به نفع همه مردم مناطق پسته‌خیز است. اما هر کاری که در این مورد می‌خواهیم بکنیم، باید حداقل این نکات را در نظر داشته‌باشیم:

۱. پسته کالایی است که حدود ۸۰ درصد از آن در بازار جهانی مصرف می‌شود، بنابراین قیمت آن در بازار جهانی تعیین می‌شود و رهبری بازار، دیگر با پسته ایران نیست. ما رقیب قدرتمندی به نام صنعت پسته آمریکا داریم که هم بیشتر از ما عرضه می‌کند و هم چون بهره‌وری بیشتری در تولید دارد با قیمت تمام‌شدهٔ کمتری نسبت به ما تولید می‌کند.

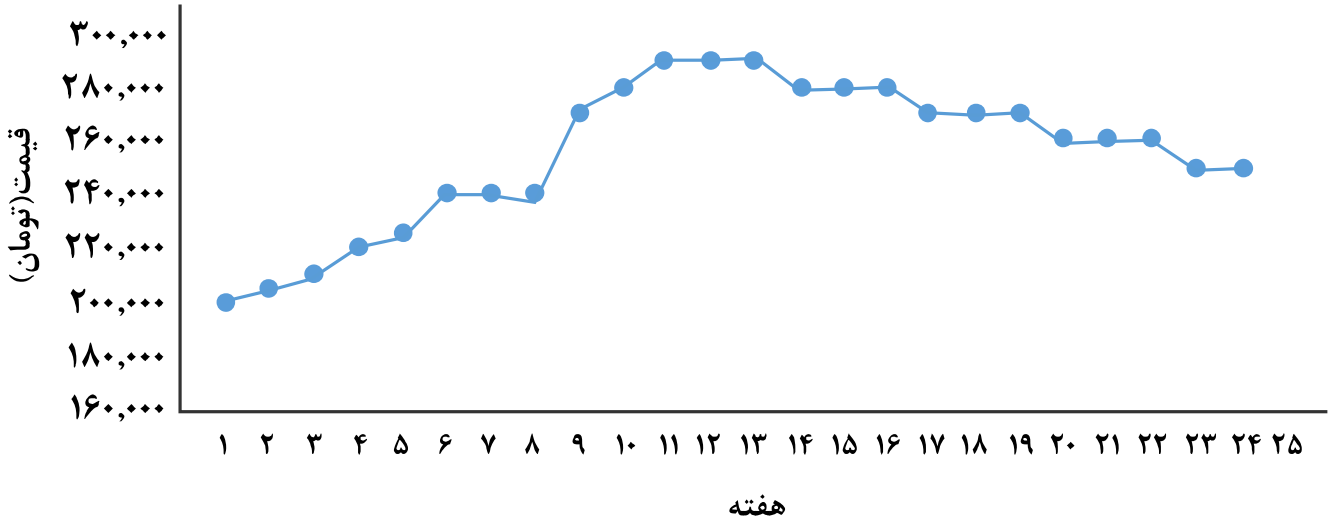
۲. درست است که پسته کالای خوبی است و تا امروز تقاضا برای آن وجود داشته‌است، اما ماهیتِ آن، طوری است که برای مصرف‌کننده اینقدر ارجحیت ندارد که اگر مصرف‌کننده به مرکز خرید برود و پسته موجود نباشد، خرید خود را به زمان موجود بودن کالا موکول کند؛ یعنی هر زمانی که ما در بازار نباشیم آن مدت را از دست داده‌ایم.

۳. بدون اطلاعات کافی و دانش اظهارنظر نکنیم؛ زیرا نتیجهٔ آن از دست دادن قسمتی از بازار جهانی، ضررعده‌ای از تجار داخلی و نهایتاً ضررکشاورزان در حال و آینده خواهدبود.

مقدار صادرات ماهانه سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱

سال / ماه	فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	جمع
۱۴۰۱	۲،۹۰۱	۲،۴۰۸	۳،۲۶۶	۲،۸۵۸	۲،۶۸۷	۲،۶۵۶	۱۶،۷۷۶
۱۴۰۰	۷،۲۰۷	۱۰،۴۵۰	۱۲،۲۸۰	۱۴،۰۱۵	۷،۹۵۸	۸،۸۸۶	۶۰،۷۹۶
۱۳۹۹	۲،۶۴۲	۹،۲۰۹	۹،۸۴۱	۱۳،۱۶۴	۹،۸۴۱	۱۰،۳۳۶	۵۵،۰۳۳
۱۳۹۸	۱،۶۱۹	۵،۷۹۰	۴،۲۰۰	۴،۹۷۰	۴،۲۰۰	۳،۱۹۲	۲۳،۹۷۱
۱۳۹۷	۳،۸۲۶	۵،۸۱۸	۴،۳۹۰	۵،۵۹۰	۴،۳۹۰	۳،۹۴۶	۲۷،۹۶۰
۱۳۹۶	۲،۸۱۸	۶،۱۲۸	۴،۸۸۰	۲،۷۳۰	۴،۸۸۰	۲،۰۸۹	۲۳،۵۲۵

تغییرات هفتگی قیمت پسته از فروردین تا شهریور ۱۴۰۱





امیرعلی عسگراولادی صادرکننده پسته پیش‌بینی کرد

زمستانی سرد برای بازار جهانی پسته ایران



صادرات پسته ایران در ۶ ماه نخست سال ۱۴۰۱ افت چشمگیری را تجربه کرد. از امیرعلی عسگراولادی دلایل این کاهش را جویا شدیم. عسگراولادی همچنین پیش‌بینی کرد که احتمالاً صادرات پسته امسال بسیار کمتر از سال گذشته باشد و بازارِ گرمی نداشته‌باشیم و بازار جهانی پسته ایران زمستان سردی پیش‌روی خود خواهد داشت.

آقای عسگراولادی! عرضه و تقاضای پسته در سال محصولی ۱۴۰۰/۱۴۰۱ در مقایسه با سال‌های قبل چگونه بود؟

تولید محصول زراعی ۱۴۰۰ حدوداً نصف تولید محصول زراعی ۱۳۹۹ بود و لذا انتظار ما بر اساس قیمتی که عرضه و تقاضا به خود می‌گرفت این بود که صادرات محصول زراعی ۱۴۰۰ تقریباً نصف محصول زراعی ۱۳۹۹ باشد. این اتفاق در شش ماهه اول محصول ۱۴۰۰ افتاد و بازار نسبتاً خوب بود. یعنی صادرات مهر تا اسفند ۱۴۰۰ نصف صادرات مهر تا اسفند ۱۳۹۹ بود. اما متأسفانه این اتفاق در نیمه دوم محصول ۱۴۰۰ نسبت به نیمه دوم محصول ۱۳۹۹ نیفتاد و صادرات ما به‌جای نصف به ربع کاهش پیدا کرد؛ یعنی صادرات فروردین تا شهریور ۱۴۰۱ ربع صادرات فروردین تا شهریور ۱۴۰۰ بود.

صادرات پسته ایران در شش ماهه اول سال تقویمی ۱۴۰۱ به ربع صادرات در شش ماهه اول سال شمسی ۱۴۰۰ کاهش یافت و دلیل اصلی آن گرانی بیش از اندازه قیمت پسته ایرانی بود

چه عواملی باعث این کاهش صادرات شدند؟

صادرات پسته ایران در شش ماهه اول سال تقویمی ۱۴۰۱ به ربع صادرات در شش ماهه اول سال شمسی ۱۴۰۰ کاهش یافت و دلیل اصلی آن گرانی بیش از اندازه قیمت پسته ایرانی بود. این گرانی رقابت‌پذیری محصول ایران را نسبت به محصول آمریکا بسیار دشوار کرد.

عامل اولیه گرانی امسال پسته، سرمازدگی شدید محصول زراعی ۱۴۰۱ در فروردین امسال بود. عامل ثانویه، تورم شدیدی که در کشور و من جمله صنعت پسته جاری بوده و هست و عامل سوم وجود تعهدات ارزی صادرکنندگان با قیمت‌های دستوری بانک مرکزی با فاصله زیاد از ارز آزاد است. نکته سوم را اینگونه توضیح بدهم که قیمت پسته به‌دنبال افزایش قیمت دلار در بازار آزاد می‌رود، اما بانک مرکزی قیمت دلار در بازار آزاد را به رسمیت نمی‌شناسد و صادرکنندگان را اجبار می‌کند که ارز حاصل از صادرات را به قیمت دستوری بفروشند و این موضوع صادرکننده را متضرر می‌کند و لذا صادرات کاهش می‌یابد.

علل گرانی محصول صادراتی پسته

- سرمازدگی شدید محصول زراعی ۱۴۰۱ در فروردین
- تورم شدید جاری در کشور و صنعت پسته
- وجود تعهدات ارزی صادرکنندگان با قیمت‌های دستوری بانک مرکزی با فاصله زیاد از ارز آزاد

با توجه به وضعیت امروز بازار، پیش‌بینی شما از روند عرضه و تقاضای پسته در ماه‌های آتی در بازار داخل و در بازارهای صادراتی چیست؟

متأسفانه پیش‌بینی مثبتی برای صادرات محصول زراعی ۱۴۰۱ نداریم، زیرا قیمت پستهٔ رقیب (پسته آمریکایی) بسیار ارزان‌تر از پسته ایرانی است و لذا بازار بین‌المللی متمایل به خرید پسته ایرانی نیست. راه اصلی متمایل کردن مشتریان خارجی به پسته ایرانی این است که قیمت ما نزدیک به قیمت پسته آمریکایی باشد. ولی به نظر نمی‌رسد که تورم کاهش پیدا کند و یا کشاورزان حمایتی شوند که بتوانند قیمت‌ها را تعدیل کنند و یا بانک مرکزی دست از قیمت‌های دستوری خود بردارد. لذا پیش‌بینی می‌کنم که صادرات پسته امسال بسیار کمتر از سال گذشته باشد و بازارِ گرمی نداشته باشیم؛ زمستان سردی در راه است.

پیش‌بینی مثبتی برای صادرات محصول زراعی ۱۴۰۱ نداریم، زیرا قیمت پستهٔ رقیب (پسته آمریکایی) بسیار ارزان‌تر از پسته ایرانی است و بازار بین‌المللی متمایل به خرید پسته ایرانی نیست.



گفت‌وگو با محسن جلال‌پور صادرکننده پسته ایران؛

می‌توانیم عرضه و تقاضا را متوازن کنیم



برای کسب آگاهی از آنچه در بازار پسته در سال قبل پیش‌آمد به‌سراغ محسن جلال‌پور از صادرکنندگان باتجربه رفتیم. وی تصریح کرد: «ما نباید زمان طلایی عرضه پسته به بازارهای جهانی که معمولاً چند ماهِ اولِ سالِ محصولی است و محصول جدید وارد بازار شده و نزدیک به ایام سال نوی چینی‌ها یا فستیوال دیوالی هندوها است را از دست بدهیم.» همچنین، جلال‌پور در مورد آینده بازار پسته توضیحاتی داد و پیشنهاداتی ارائه نمود. در ادامه، شما را به خواندن این گفت‌وگو دعوت می‌کنم.

آقای جلال‌پور! روند عرضه و تقاضای پسته در سال تجاری ۱۴۰۰ را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

روند کلی در طول سال تجاری ۱۴۰۰ یعنی از مهر ۱۴۰۰ تا پایان شهریور ۱۴۰۱ روند خوبی بوده و بازار عملاً آن میزان مصرف و تولیدی را که داشته با هم متوازن کرده‌است. با این حال فکر می‌کنم در بعضی از زمان‌ها می‌توانستیم بهتر عمل کنیم و محصول خود را در قیمت‌های بهتری بفروشیم، ولی آن زمان‌ها را از دست دادیم. به‌هرحال، در سال تجاری ۱۴۰۰ علی‌رغم کم بودن حجم محصول آن سال، شاید از زمانِ خوبِ عرضه که اول فصل بود، آن‌طور که باید و شاید استفاده‌نکردیم. باوجود بعضی از نواقص در عرضه پسته، در مجموع ۷۵ درصد از محصول در دسترس اول سال را صادر کردیم و تنها ۱۵ هزار تن پسته به سال جدید انتقال داده‌شد.

از نظر شما پارامترهای دخیل در وقایع تجاری سال قبل چه بودند و ارتباط آنها با عرضه و تقاضای پسته چیست؟

در بحث روند عرضه و تقاضای پسته در سال تجاری ۱۴۰۰ باید کمی عمیق‌تر وقایع را ببینیم. اصولاً پسته جزو معدود و یا تنها محصول کشاورزی صادراتی ما است که سالانه بیش از ۸۰ تا ۸۵ درصد از آن صادر می‌شود و کمتر از ۲۰ درصد از این محصول مصرف داخلی دارد. بنابراین، قیمت این محصول وابستگی جدی به قیمت ارز دارد و اصولاً با افزایش و کاهش قیمت ارز، این محصول هم از این افزایش و کاهش تأثیر مستقیم می‌پذیرد.

اما باید توجه داشت که بر خلاف بسیاری از کالاها که تورم نقش اصلی را در قیمت آنها دارد، قیمت پسته چندان ارتباطی با تورم ندارد و بیشتر با نوسانات قیمت ارز بالا و پایین می‌شود. برای مثال، در سال‌هایی که تورم بالایی نداشتیم، مثلاً بین سال‌های ۹۲ تا ۹۶، قیمت پسته افزایش پیدا کرده؛ چون به نسبتِ قیمتِ ارز تغییر کرده‌است.

در برخی از سال‌ها مشاهده می‌شود که تورم تا ۶۰ درصد هم افزایش یافته، ولی قیمت پسته ۱۰ تا ۱۵ درصد یا حتی کمتر افزایش یافته‌است؛ مثلاً از سال ۹۷ تا به امروز هر سال بیش از ۵۰ تا ۶۰ درصد تورم در کشور تجربه شده، ولی قیمت پسته به این اندازه افزایش پیدا نکرده‌است.

عده‌ای معتقدند انتظارات تورمی باغداران، عامل اصلی رکود بازار پسته و محدودیت عرضه پسته در سال قبل شد، نظر شما چیست؟

شاید این موضوع جریان مبهمی را در بازار پسته ایجاد کرده‌باشد. تولیدکننده با خودش می‌گوید من از سال گذشته تا امسال هر هزینه‌ای که بابت تولید پسته داشته‌ام افزایش پیدا کرده، ولی قیمت پسته اینقدر افزایش پیدا نکرده و من سال به سال از این جهت دچار ضرر بیشتری می‌شوم.

این مطلبی است که در اثر مسئلهٔ وابستگی مستقیم قیمت پسته به ارز به‌وجودمی‌آید. این ذهنیت باعث شده که عرضه‌کنندگان پسته که چندان با این جریان همراه، همدل و همسو نیستند در شرایط متفاوت، تصمیمات متفاوت و گاهاً نادرستی بگیرند. مثلاً اول سال که می‌شنوند تورم در کشور ۶۰-۵۰ درصد است، با این تصور که پسته نیز باید به نسبت افزایش تورم گران شود، پسته‌شان را در زمان مناسب عرضه نمی‌کنند. این باعث می‌شود ما زمان طلایی عرضه پسته به بازارهای جهانی که معمولاً چند ماه اول سال محصولی است و محصول جدید وارد بازار شده و نزدیک به ایام سال نوی چینی‌ها یا فستیوال دیوالی هندوها است را از دست بدهیم. به‌عبارت دیگر، همه انتظار می‌کشند که قیمت پسته خودش را با قیمت کالاهای دیگر و تورم هماهنگ کند، درحالی‌که این اتفاق نمی‌افتد.

بنابراین در مجموع، ما یک جریان متناقض و متفاوتی در قیمت پسته در بازار داریم که این باعث می‌شود عرضه و تقاضا همیشه دچار یک لَنگش و یک مشکل جدی باشد. بنابراین، زمانی‌که در بازار نیاز و تقاضا هست، عرضه اتفاق نمی‌افتد و زمانی که نیاز و تقاضایی هم نیست پسته‌ها می‌ماند. نهایتاً این موضوع باعث شده که طی سال‌های اخیر اُفت و خیز قیمتی و بسیاری از تنش‌ها را در صنعت پسته ایران شاهد باشیم.

سایر عوامل تأثیرگذار روی عرضه و تقاضای پسته کدامند؟

یکی از مهمترین پارامترها عرضه پسته آمریکایی است؛ در سال گذشته عرضه پسته آمریکایی در چین، ترکیه و سایر کشورها آنقدر زیاد بود که اصلاً سراغی از پسته ایران نگرفتند. در سال‌های اخیر میزان تولید پسته آمریکا، میزان مانده انتقالی آنها از یک سال به سال بعد و میزان کل موجودی در دسترس‌شان، تأثیر جدی روی عرضه پسته

به بازار داشته و به تبع آن تقاضا برای این محصول را کم یا زیاد کرده‌است.
مؤلفه تأثیرگذار دیگر بحث تحریم‌ها و گرفتاری‌های ناشی از آن است؛ مثلاً تحریم‌های آمریکا علیه روسیه بازاری داغ برای پسته ایران به‌وجودآورد. از سوی دیگر، تحریم‌های آمریکا علیه ایران برای ما محدودیت‌های زیادی ایجاد کرده و در عرضهٔ به‌موقع پسته ایرانی اثرگذار بوده‌است؛ از جمله محدودیت‌های مالی، بانکی و حمل‌ونقل. علاوه براین، هشدار به بسیاری از کشورها در صورت عقد قرارداد با ایرانی‌ها و مسائل دیگر بر بازار پسته تأثیر می‌گذارد.

دو ماه از سال تجاری ۱۴۰۱ با ثبت مجموع صادرات ۱۵ هزار تن پسته معادل خشک در پوست سپری شده‌است. این میزان صادرات نسبت به سال تجاری ۱۴۰۰، کاهشی ۵۸ درصدی تجربه کرده‌است. باتوجه به وضعیت امروز بازار، پیش‌بینی شما از روند عرضه و تقاضای پسته در ماه‌های آتی چیست ؟

با توجه به مانده ناچیز انتقالی از سال قبل و محصول کم امسال که طبق آخرین آمار انجمن ۱۰۵ هزار تن پسته بوده، به‌نظر نمی‌رسد امسال مشکلی برای فروش این حجم از محصول داشته‌باشیم. من فکر می‌کنم اصلاً نباید نگران صادرات محصول ۱۴۰۱ و روی زمین ماندن آن باشیم، چون اصلاً در آن اندازه‌ای نیست که بخواهیم نگرانی جدی در مورد آن داشته‌باشیم.



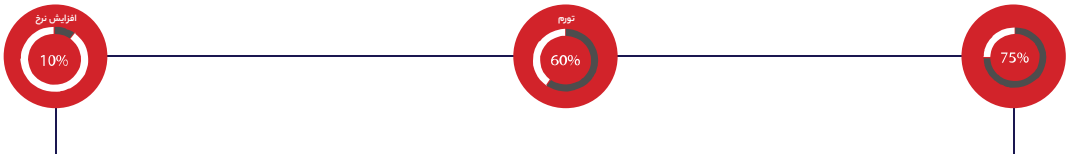
آنچه فکر می‌کنم که باید در موردش دقت کنیم این است که اگر انشاالله محصول سال ۱۴۰۲ محصول خوبی باشد و آمریکا هم میزان انتقالی قابل توجهی به سال محصولی آینده داشته‌باشد، شاید سال آینده برای فروش محصول در بازار با چالش روبه‌رو شویم؛ از این نظر که وفور عرضه و پیش افتادن عرضه از تقاضا اتفاق بیفتد. این مسائل را از امروز نمی‌توان پیش‌بینی کرد، خصوصاً در مورد پسته ایران که پنج سال اخیر نشان داده شرایطش واقعاً غیرقابل پیش‌بینی است و هر سال به‌دلایل مختلف با مشکلات جدیدی روبه‌رو می‌شویم.

در این شرایط غیرقابل پیش‌بینی چه توصیه‌ای دارید؟

در انجمن پسته ایران پیشنهاد ما همیشه این بوده که همه تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان نسبت به وقایع روز بازار پسته حساس باشند و با آگاهی از شرایط عرضه و تقاضای بازار، پسته را در طول سال، بسته به شرایط و نیاز بازارهای مختلف و به‌موقع عرضه کنند.
اگر مالکین بزرگ، محصول پسته سالشان را به سه قسمت تقسیم کنند، یک قسمت آن را در پاییز، یک قسمت را در زمستان و قسمت بعد را برای بهار سال آینده نگه‌دارند، مطمئناً ضرر نخواهندکرد. به این شکل پسته به‌موقع به بازار می‌آید و این باعث می‌شود ما در عرضه توازن داشته‌باشیم.

وضعیت خرده مالکین به چه صورت است؟

بسیاری از خرده مالکین نمی‌توانند پسته خود را در سه بازه زمانی که شرح دادم عرضه کنند و برای آن برنامه‌ریزی داشته‌باشند. آنها در همان فصل پاییز، بعد از برداشت، محصولشان را عرضه می‌کنند. بنابراین، در پاییز که بیشترین نیاز به عرضهٔ پسته وجوددارد و بیشترین تقاضا در بازار را داریم، عمدهٔ پستهٔ خرده مالکین وارد بازار می‌شود. اگر مالکین بزرگ چنان‌که پیشنهاد دادم یک بخش از محصول خود را در پاییز عرضه کنند، به کمک عرضهٔ خرده مالکین می‌آیند و به این ترتیب پسته مورد نیاز بازار تأمین می‌شود. در ماه‌های زمستانی و بهاری، با توجه به اینکه پسته‌های اکثر خرده مالکین رد شده و در فصل مورد نیاز به بازار عرضه شده، پسته مصرف کمتری در بازار دارد و پسته باقیماندهٔ عمده مالکین، جوابگوی تقاضای بازار است و بازار را متوازن می‌کند.
با این مدل عرضه، اگر قیمت‌ها در اول فصل پاییز باشد و در آخر فصل بالا، کسی ضرر نمی‌کند، برعکس‌اش هم همین‌طور است. البته شاید خرده مالکین از این جهت این امکان را نداشته‌باشند و در بعضی مواقع با افزایش قیمت در آخر سال حس خسران پیداکنند. ولی به هر حال خرده مالکین نیاز جدی به فروش پسته بلافاصله بعد از برداشت آن دارند و عمدتاً همان ابتدا محصول خود را به بازار عرضه می‌کنند و توصیه بیشتری نمی‌توان به آنها کرد. فکر می‌کنم اگر به این ترتیب عمل کنیم می‌توانیم عرضه و تقاضا را متوازن کنیم.



باوجود بعضی از نواقص عرضه، درمجموع ۷۵ درصد از محصول در دسترس اول سال، صادر شده است

در برخی از سال‌ها مشاهده می‌شود که تورم تا ۶۰ درصد هم افزایش یافته، ولی قیمت پسته ۱۰ تا ۱۵ درصد یا حتی کمتر افزایش یافته؛ از سال ۹۷ تا به امروز هر سال بیش از ۵۰ تا ۶۰ درصد تورم در کشور تجربه شده، ولی قیمت پسته به این اندازه افزایش پیدا نکرده‌است