

بهرام آگاه
تاجر پسته

بهرام آگاه، تاجر پسته تشریح کرد

وضع بازار جهانی پسته ایران و چشم‌انداز آینده

■ مصاحبه‌کننده: سحر نخعی



وضعیت صادرات پسته ایرانی و تقاضای جهانی برای آن طی سال‌های اخیر دستخوش تغییرات کند و آرام و بعضاً سریع و شدیدی از طرف عرضه، تقاضا و قیمت شده‌است. مخصوصاً در سال گذشته، بزرگیِ تکانهٔ به‌وقوع پیوسته به‌حدی بوده‌است که بهرام آگاه، تاجر پسته اذعان کرد: «اتفاق‌های سال محصولی قبل روی‌هم‌رفته یکی از بزرگ‌ترین فجایعی بود که احتمالاً تاریخ صد ساله صنعت پسته ما با آن مواجه شده‌است». خبر خوشی نیست، اما واقعیتی است که کنکاش در ریشه‌ها شاید درس‌های قابل توجهی داشته‌باشد و درک روندهای پیش‌روی صنعت پسته به سوگیری‌های منطقی در آینده کمک کند.

در ادامه، شما را به خواندن این گفت‌وگوی خواندنی و مفصل که در سه بخش: ۱- تحلیل وضعیت بازار در نیمه اول سال تجاری قبل ۲- تحلیل وضعیت بازار در نیمه دوم سال تجاری قبل ۳- وضعیت امروز و چشم‌انداز روندها تنظیم شده‌است، دعوت می‌کنم.

تحلیل نیمه اول سال تجاری ۱۴۰۱

شهریور ۱۴۰۰ تا فروردین ۱۴۰۱

؟ آقای آگاه! برای تحلیل وضعیت عرضه و تقاضا و قیمت‌ها در سال محصولی ۱۴۰۰/۱۴۰۱، نگاهتان به دوازده ماهی که گذشت چگونه است؟

اگر آمارهای طولانی مدت صادرات پسته را نگاه کنید، به‌طور متوسط و به‌استثنای سال‌های خیلی خاص، عموماً دو سوم حجم صادرات در شش ماه اول سال، یعنی از مهر تا پایان اسفند و یک سوم صادرات در شش ماه دوم سال یعنی از فروردین تا پایان شهریور اتفاق می‌افتد. البته در سال‌های اخیر به‌خاطر تغییراتی که در کانال‌های عرضه کالا و زنجیره تأمین مواد غذایی در بازارها در حال وقوع است، به‌تدریج تغییراتی دارد در این الگو رخ می‌دهد، ولی کم و بیش اگر متوسط صادرات پسته ایرانی را در طولانی مدت نگاه کنید از چنین روندی پیروی می‌کرده‌است. بنابراین، این تفکیک شش‌ماهه تا حدی ناشی از منطق آمار است، ولی قداست و فرمول ثابتی ندارد، چون به‌هرحال مسائلی وجوددارد که می‌تواند روی این الگو اثر بگذارد و آن را تغییر دهد. مثلاً شرایط خاص در بازارهای خاص؛ مثل ماه رمضان که روی کشش تقاضا، حجم مصرف، زمان و نوع خرید در بازارهای خاورمیانه و کشورهای مسلمان اثر می‌گذارد. یا مثلاً سال نوی چینی‌ها که زمان آن نسبت به تقویم ما هر سال متغیر است. در مورد جشن دیوالی در هند هم وضع به‌همین منوال است. مراسم دیوالی هندی‌ها سال دیگر نسبت به تقویم ما عقب‌تر خواهدبود. به‌هرحال تغییرات اینچنینی وجوددارد که در بازارهای خاص روی روند خرید و فروش کالا و مصرف کالای ما اثر می‌گذارد.

؟ اگر بخواهیم از مهرماه سال ۱۴۰۰ یعنی آغاز سال محصولی قبل شروع کنیم، شرایط بازار پسته در آن زمان چگونه بود؟

فکر می‌کنم بهتر است از اینجا شروع کنم که با توجه به مسائل صادرات و مشکلاتی که وجودداشت، از اول سال معلوم بود که هر صادرکننده‌ای قرار نیست با جان و دل وارد بازار پسته شود. از لحاظ متوسط قیمت پسته، حتی در شروع سال گذشته قیمت‌های بالایی در بازار بود؛ پسته فندقی نزدیک ۸ دلار بود، اگر اشتباه نکنم بازار محصول جدید که راه افتاد برای فندقی صحبت از ۷٫۷ دلار شد، اما مشخص بود که قیمت در حال پایین آمدن است. قیمت احمدآقایی و سایر پسته‌های کشیده ۹ دلار به بالا بود که آن هم در حال پایین آمدن بود. برای بقیه پسته‌های لوکس و گران هم مثل اکبری و کله‌قوچی که در بازارهای خاورمیانه مصرف دارند، حدوداً بین ۹ تا ۱۰ دلار مشتری وجودداشت. این وضعِ قیمتِ پسته ایران در آستانه سال تجاری ۱۴۰۰ بود. از سوی دیگر، قطعی بود که آمریکا حجم محصول غیرعادی بزرگی دارد. شرایط کرونا هم در حال تغییر بود و کسی نمی‌دانست تکلیف مصرف پسته در خیلی از بازارها چه خواهدبود. اتفاقی که شاید برای اولین بار رخ داد کمبود شدید مغز پسته آمریکایی بود. قیمت مغز پسته آمریکا در همان شروع فصل محصول تا نزدیک ۱۸، ۱۹ دلار رفت، چرا که اساساً دو تا از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان اصلی آمریکا فروشنده مغز نبودند. اما برای پسته خشک در پوست دقیقاً وضع پسته آمریکایی برعکس مغز پسته بود؛ از یک طرف حجم تولید زیاد بود، از طرف دیگر به‌خاطر تغییراتی که در آمریکا اتفاق افتاده‌بود تولیدکنندگان و فروشندگان جدید وارد بازار شده‌بودند و بازار آمریکا آن استحکام و انسجام قبلی را نداشت. در آن‌زمان شرایط اقتصادی دنیا هم جوری نبود که همه به‌طور قطعی بدانند وضع مصرف پسته چه خواهدبود.

؟ لطفاً از وضعیت قیمت‌های اول فصل پسته آمریکایی بگویید.

سال گذشته اتفاقی در آمریکا افتاد که شاید تا آن زمان سابقه نداشت؛ شرکت واندرفول قیمت‌های اول فصل را اعلام کرد، اما بقیه تأمین‌کنندگان آمریکایی توانستند عملاً زیر آن قیمت محصول خود را بفروشند. درحالی‌که معمولاً شرایط به‌نحوی بوده که قیمت اعلامی واندرفول در شروع فصل محصول جدید به‌عنوان قیمت کف، بازار را نگه می‌داشته‌است. اما سال گذشته برای اولین بار زمانی که واندرفول قیمت‌ها را اعلام کرد، ظرف ۲۴ ساعت اول، سایر عرضه‌کنندگان پسته آمریکایی که حجم تولید نسبتاً خوبی هم داشتند و تعدادی از شرکت‌های آمریکایی مستقل شروع کردند به پیشنهاددادن پسته در بازارهای متفرقه زیر قیمت‌های شرکت واندرفول و به نسبت خودشان در احجام بزرگ پیشنهاد می‌دادند. اگر اشتباه نکنم قیمت رسمی واندرفول برای هر کیلو پسته درجه یک اونس ۲۵-۲۱ حدود ۸٫۰۳ دلار اعلام شد، اما بقیه آمریکایی‌ها قیمت ۷٫۹۲ دلار و حتی در مواردی قیمت ۷٫۸۱ دلار را هم پیشنهاد می‌دادند. همان‌طور که می‌دانیم عمدهٔ معاملات پسته آمریکایی معمولاً ظرف یک هفته بعد از اعلام قیمت اول فصل واندرفول اتفاق می‌افتد که حجم بسیار زیادی از تجارت پسته آمریکایی به‌صورت قراردادهای بلندمدت طی همین چند روز انجام می‌شود؛ عمده این معاملات در قیمت‌های بین ۷٫۷۰ تا ۷٫۹۲ دلار منعقد شد. اینجا بود که برای اولین بار خود شرکت واندرفول هم مجبور شد فروش‌های بزرگ و پرحجمش را در بازارهای مختلف، چه شرق دور و چه اروپا زیر قیمت رسمی خود انجام دهد.

؟ این اتفاق چه اثری روی بازار جهانی پسته داشت؟

خب این جَوی که برای فروش پسته آمریکایی ایجاد شده‌بود یک مقدار بر بازار پسته دنیا سایه انداخت؛ از یک‌طرف، قراردادهای عمده اول فصل بسته شده‌بود؛ از طرف دیگر هنوز حجم قابل توجهی از پسته آمریکاییِ فروش‌نرفته مانده‌بود؛ قیمت پسته آمریکاییِ بعد از فروش‌های اول فصل بالا که

بهرام آگاه، تاجر پسته:

عمده بازارهای صنعتی که قیمت در آنها مهم است (چه اروپا، چه چین)، لزوماً در کل بازهٔ شش ماهه روی خوشی به پسته ایران نشان ندادند، جز در مواردی که به‌خصوص در ابتدای محصول به‌خاطر دیرکرد در حمل از کالیفرنیا کمبود پیش آمده‌بود و به کالای قابل دریافت سریع احتیاج داشتند.

نرفت هیچ، حتی یک سستی بیشتری هم به مرور پیدا کرد. با وضعیت قیمت‌ها و سایر توضیحاتی که دادم، لزوماً کشش قیمتی و هجمهٔ جدی در هیچ‌کدام از بازارهای پسته ایرانی وجودنداشت. اگر آمارهای صادراتی سال محصولی قبل را نگاه کنید پسته ایران در بازارهایی که به‌خصوص رقابت با پسته آمریکایی در آنها کمتر بود، توانست یک قدمِ بهتر بردارد، اما این بهتر قدم برداشتن با اُفتِ قیمت دلاری همراه شد، چرا که همزمان با شروع محصول پارسال یک تنظیم قیمت دلاری نیز در حال وقوع بود. اتفاقی که افتاد این بود که قیمت‌های دلاری پسته ایران شروع کرد به‌تدریج پایین آمدن. مثال پسته فندقی را می‌زنم؛ چینی‌ها شروع به خرید پسته فندقی در قیمت‌های بین کیلویی ۷٫۵ تا ۷٫۷ دلار کردند، اما هرچه جلوتر می‌رفتیم قیمت‌ها به ۷٫۴ دلار و حتی در کف هم فکر می‌کنم تا نزدیک ۷٫۲ و ۷٫۱ نیز رسید.

اشاره کردید که وضعیت بازار مغز کاملاً متفاوت بود، در این مورد بیشتر توضیح می‌دهید؟

شرایط بازار مغز پسته آمریکا کاملاً برعکس پسته خشک در پوست بود؛ قیمت مغز آمریکایی خیلی بالا بود، این باعث شد بازار مغز پسته ایرانی، برعکسِ پسته خشک در پوست ایرانی، حسابی رونق پیدا کند. بنابراین، مصرف مغز پسته کف قیمتی بازار را تعیین کرد و جلوی اُفت بیشتر قیمت‌ها را گرفت؛ قیمت پسته فندقی به کیلویی حدود ۷٫۱۰ دلار کاهش پیدا کرده‌بود، اما چینی‌ها علی‌رغم اُفت قیمت شروع به خرید حجم زیاد نکردند، چرا که زمان حمل بار به چین طولانی شده‌بود و مسائل پولی و بانکی هم طبق معمول وجودداشت؛ جمع تمام مسائل داخلی هم از جمله پیچیدگی‌های قانونی- نیمایی روی میز بود، سال چینی‌ها هم جلو بود که خود این موضوع باعث شد چینی‌ها به‌هرحال حتی بعد از اینکه قیمت اُفت کرد باز هم لزوماً حجم زیادی پسته از ایران نخرند. چینی‌ها جدا از اینکه داشتند پسته آمریکایی ارزان هم می‌خریدند؛ قیمت پسته آمریکایی در یک بازه سه ماهه بعد از آغاز فصل محصول جدید از کیلویی ۸ دلار که قیمت رسمی اعلام شده‌بود، عملاً در قیمت‌های ۷٫۷۰ تا ۷٫۶۰ دلار معامله شد و حتی در مواردی به ۷٫۲۰ تا ۷٫۱۰ دلار هم رسید که خود این باعث شده بود چینی‌ها حتی بعد از اُفت قیمت هم لزوماً پسته ایرانیِ خیلی پر حجم نخرند.

از آن‌طرف، داستان مغز پسته روی قیمت فندقی کف گذاشت و قیمت پسته فندقی بیش از آن اُفت نکرد. اگر اشتباه نکنم قیمت ریالی فندقی در کف خود تا حدود ۱۹۰ هزار تومان رسید. البته مطمئن نیستم در این قیمت چقدر معامله شد، ولی یک مقداری خرید فندقی در قیمت‌های حدوداً ۱۹۰ تا ۲۰۰ هزار تومان در بازار داخل جهت دست‌شکن کردن برای مغز اتفاق افتاد که این کار جلوی اُفت بیشتر قیمت فندقی را گرفت.

این وضعیت تا چه زمانی ادامه داشت؟

عملاً تا پایان اسفندماه بازار کم و بیش از این کف قیمتی خارج شد؛ برای مثال پسته فندقی که در کف قیمتی‌اش بین ۷ تا ۷٫۱۰ دلار رسیده‌بود، در آخر اسفند به حدود ۷٫۶۰ تا ۷٫۷۰ دلار برگشت. پسته احمدآقایی ۳۰-۲۸ هم شبیه همین روندی که عرض کردم را تجربه‌کرد؛ در ابتدای فصل از بالای ۹ دلار شروع شد و تا حدود زیر ۸ دلار هم پایین آمد، اما در آن قیمت در حجم خیلی کم معامله شد. در آخر اسفند بین ۸ تا ۸٫۳۰ دلار از ایران به کشورهای هند و خاورمیانه پیشنهاد می‌شد.

بنابراین، در طول این بازه شش ماهه، از کف بازار یک فروش‌هایی اتفاق افتاد که آمار صادرات نشان می‌دهد به کدام کشورها و چه مقدار رفته، ولی بازار هیچ‌وقت بازار جان‌دار و پُرتقاضایی به آن معنا نبود. برای همین هم این سیر اُفت تدریجی قیمت دلاری در تمام ردیف کالاها اتفاق افتاد. به پایان اسفند هم که رسیدیم به نسبت نیازی که در بازارهای جهانی وجودداشت و عرضهٔ موجود در بازار داخل، قیمت‌های ارقام مختلف از کف خود یک مقداری بالا برگشتند، ولی این بالا برگشتن خیلی محدود بود. خب این کم و بیش روند بازار پسته در شش ماه اول سال محصولی قبل بود.

قیمت پسته آمریکایی تا اسفند چه روندی را طی کرده بود؟

قیمت پسته آمریکایی هم صرفا پایین آمده‌بود و تا حدود عید نوروز تغییر محسوسی جز این پایین آمدن نکرد، یعنی برعکسِ پسته ایران که به کف قیمتی خود رسید و بعد حدود ۵ درصد برگشت بالا، قیمت پسته آمریکایی بالا نرفت؛ در این شرایط در ترکیب عرضه‌کننده‌های پسته کالیفرنیا تفاوت ایجاد شد، ولی خیلی از آنها مسائل پولی داشتند، حجم پسته هم در کالیفرنیا خیلی زیاد بود. من شنیدم کیلویی ۷٫۲۶ تا ۷٫۰۴ دلار هم در چین و سایر بازارها پیشنهاد می‌دادند و توانستند مقداری هم بفروشند. طبیعتاً عمده بازارهای صنعتی که قیمت در آنها مهم است (چه اروپا، چه چین)، لزوماً در کل بازهٔ شش ماهه روی خوشی به پسته ایران نشان ندادند، جز در مواردی که به‌خصوص در ابتدای محصول به‌خاطر دیرکرد در حمل از کالیفرنیا کمبود پیش آمده‌بود و به کالای قابل دریافت سریع احتیاج داشتند. لازم به یادآوری است که در شروع محصول سال قبل مسائل حاد لجستیکی ناشی از خروج اقتصاد دنیا از شرایط «کووید» باعث شد که آمریکایی‌ها عموماً نتوانند محصول آماده‌شدهٔ خود را که فروش هم رفته بود، به بازارهای شرقی بار کنند.

تحلیل نیمه دوم سال تجاری ۱۴۰۱

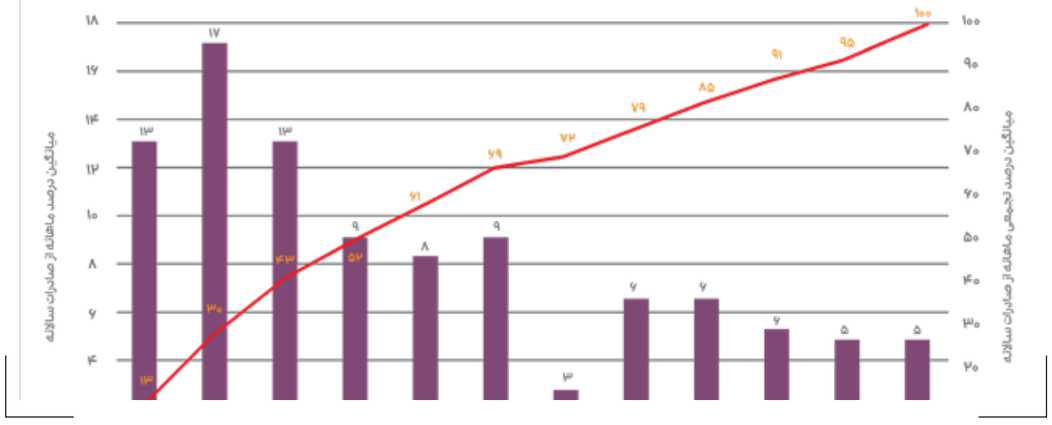
فروردین ۱۴۰۱ تا مهر ۱۴۰۱

به فروردین ماه، یعنی آغاز نیمه دوم سال محصولی قبل می‌رسیم. اوضاع بازار پسته ایرانی در آن‌زمان چطور بود؟

در تعطیلی‌های سال نو خبر سرمازدگی محصول جدید را شنیدیم. جدای از بحث سرمازدگی محصول، چند اتفاق داخلی هم افتاد که تجارت پسته را از یک طرف سخت‌تر کرد و از طرف دیگر انگیزه کشاورزان و تجار داخلی برای عرضه پسته حتی خارج از بحث‌های سرمازدگی را کم می‌کرد. وارد جزئیات آن نمی‌شوم، فقط اشاره می‌کنم که بیشتر به مسائل اقتصادیِ داخلی ربط داشت؛ جمع مسائلی از قبیل تورم شدید مزمن و ثبات نسبی نرخ ارز باعث شده‌بود که کشاورزان و حتی بعضی از تجار بیش از آنکه شرایط بازار بین‌المللی پسته را بسنجند، برخی از تصمیم‌گیری‌های عرضه و تقاضایی خود را از زاویه مسائل کلی‌تر اقتصاد داخلی می‌گرفتند؛ یعنی فرض کنید اگر یک باغدار در اواخر بهمن ماه و اوایل اسفندماه به این فکر می‌کرد که پسته‌اش را بفروشد یا نفروشد، حتی در همان زمان بیش از اینکه وضعیت تقاضای پسته در بازارهای بین‌المللی را بررسی کند، بیشتر نگاهش به این بود که چقدر تورم داشتیم؟ قیمت دلار چقدر بالا رفته؟ و رابطه بین این دو چگونه است؟ یا اینکه از خود می‌پرسیده هزینه‌های باغی من چه تغییری کرده‌است؟

طبیعتاً در تعطیلی‌های نوروز که نه خرید آنی انجام می‌شد نه فروش آنی، اتفاق خاصی در بازارها طی این مدت نمی‌توانست بیافتد. به‌طورکلی در فروردین‌ماهِ هیچ سالی خیلی تجارت پسته نمی‌شود کرد. معمولاً آمارهای صادرات پسته در فروردین‌ماه هیچ‌وقت بیش از ۳-۲ هزار تن نبوده‌است. ناگفته نماند بعضی از این معاملاتی که قبلاً شده‌بود لزوماً به حمل اسفند نرسید و در فروردین‌ماه حمل شد؛ اگر شما آمار فروردین ۱۴۰۱ را نگاه کنید، نسبت به اتفاقاتی که آن‌زمان در بازار افتاد عدد صادرات فروردین (۳ هزار تن) تازه خوب هم بود و باطناً مقداری از آن مربوط به حمل معاملات ماه اسفند بود. خب دیدیم که سرمازدگی پیش آمد که در شدت وقوع آن انواع و اقسام بحث‌ها طبیعتاً مثل همیشه جاری بود. خیلی‌ها حتی نگران این بودند که شاید به محصول سال ۱۴۰۲ هم آسیب زده‌باشد، در ایران هم به‌خاطر خردبودن مالکیت و پخش بودن جغرافیایی فعلی باغ و تولید پسته، هیچ‌کس نمی‌تواند سریع به یک نتیجه واقع‌بینانه برسد. منتهی از یک طرف این حرف و حدیث‌ها راجع به شدت سرمازدگی زیاد بود، از یک طرف حداقل در یک ماه آخر سال

سهم ماهانه صادرات پسته ایران - میانگین طی سال های ۱۳۸۱ - ۱۴۰۰



بهرام آگاه، تاجر پسته:

نگاه به آمار صادرات سال گذشته در بازه فروردین تا شهریورماه نشان می‌دهد که در هر ماه بین ۲ تا ۳ هزار تن پسته بیشتر صادر نشده. فراموش نکنیم حجم قابل توجهی از همان ۳-۲ هزار تن هم پسته آجیلی نبوده، بلکه صادرات مغز و مغز سبز پسته بوده‌است.

۱۴۰۰ قیمت پسته یک نوع روند صعودی، هرچند خیلی محدود داشت و هم مسائل اقتصادی خیلی تشدید شد؛ در اسفندماه گزارش بانک مرکزی از آمار رسمی تورم نشان می‌داد که تورم از ۴۰ درصد بالاتر رفته‌است. این دقیقاً مسئله‌ای بود که حس و حال باغداران را متشنج‌تر هم می‌کرد، چون طبیعتاً هزینه‌های باغی آنها خیلی بیشتر از افزایش تورم داشت بالا می‌رفت و اگر به بازه دو، سه سال گذشته نگاه کنیم، نرخ دلار هم در آن زمان به نسبت بالا رفتن هزینه‌ها و تورم، افزایش جدی نداشت.

این جَو چه اثری روی بازار پسته داشت؟

جمع این داستان‌ها منجر به قطع شدن ضربه‌ای و شدید عرضه پسته در بازار ایران شد. این را هم یادآوری کنم مقدار زیادی از پسته‌هایی که از ایران به بازارهای جهانی، از جمله چین، اروپا، هند و امارات صادر شده‌بود، در آن‌زمان هنوز به‌طور کامل مصرف نشده‌بود. در چند روز آخر فروردین ماه واقعاً هیچ‌کس نمی‌دانست چه جنسی را و به چه نحوی باید قیمت بزند، چون طبیعتاً نوع عدم عرضه و تنش قیمتی در حدی بود که در بازارهای مصرف هم عملاً یک ایست کامل اتفاق افتاد؛ هرکس که از قبل پسته ایرانی خریده‌بود و در انبارهایش نگه داشته‌بود از قیمت‌های عجیب و غریب بازار ایران اطلاع داشت و سعی می‌کرد جنسش را نگه دارد و منتظر بماند تا ببیند برای قیمت‌ها چه اتفاقی می‌افتد. بنابراین، خرید و فروش خاصی در این بازه زمانی انجام نمی‌شد. جمع این داستان‌ها و جَوی که در ایران ایجاد شده‌بود، خارج از دلایل پسته‌ای یا اقتصادی، بازار پسته ما را تحت‌الشعاع قرارداد. یک پدیده فکری و روانی در جوامع وجوددارد که به آن یادگیری مشاهده‌ای یا تأثیر زنجیره‌ای می‌گویند. به موجب آن، افراد دنباله‌رو افراد دیگر شده و هر کاری که گروهی از مردم انجام می‌دهند، گروهی دیگر فارغ از باور و اعتقاد خود، در عمل آن را دنبال می‌کنند. به‌نظرمن، این تأثیر دسته‌ای یا زنجیره‌ای در رفتار فعالین بازار خیلی دقیق فرهنگ تصمیم‌گیری صنعت پسته ما را نشان می‌دهد و چه در بین باغداران و چه در بین تجار به‌خوبی دیده می‌شد.

اگر به روند ۱۰ سال گذشته نیز نگاه کنید می‌بینید خارج از اینکه منطق عرضه، تقاضا، قیمت یا حتی جمع مسائل اقتصادی غیرپسته‌ای چیست، اگر بازار به‌طرف جَوی برود که عرضه پسته در آن کم شود، جدا از اینکه قیمت بین‌المللی چه تغییراتی می‌کند، تصمیم‌گیرها این جو را تشدید می‌کنند و به‌شدت به آن دامن می‌زنند؛ این داستان از فروردین‌ماه تا حتی مردادماه ادامه‌داشت.

یعنی طی این مدت هیچ معامله‌ای انجام نمی‌شد؟

البته مقداری پسته داخلی معامله می‌شد که حجم آن خیلی زیاد نبود، ولی در حدی بود که هم روی روح و روان تولیدکننده‌ها اثر بگذارد و هم روی تجار و لزوماً در هیچ‌جای دنیا بر اساس آن قیمت‌ها عموماً جنسی معامله نمی‌شد. ولی به دلایل مختلف از جمله تأثیر زنجیره‌ای که توضیح دادم، این اتفاق‌ها و این وضع خودش را تشدید کرد. خلاصه اینکه، سابقه نداشته که در بازهٔ شش‌ماهه فروردین تا شهریور، با توجه به موجودی نسبتاً مناسب پسته در داخل ایران، پسته خشک در پوست در بازار ایران نه یک کم، بلکه به‌شدت بالای قیمتی که پسته ایرانی در عموم مقاصد بین‌المللی داشت، قیمت بخورد.

در شش ماهه دوم سال محصولی قبل اوضاع به چه شکل بود؟

نگاه به آمار صادرات سال گذشته در بازه فروردین تا شهریورماه نشان می‌دهد که در هر ماه بین ۲ تا ۳ هزار تن پسته بیشتر صادر نشده که این از همه لحاظ نشان می‌دهد در آن دوره در بازار چه اتفاقی افتاده‌است. فراموش نکنیم حجم قابل توجهی از همان ۳-۲ هزار تن هم پسته آجیلی نبوده، بلکه صادرات مغز و مغز سبز پسته بوده‌است. جدای از این، بخشی از همان حجم کم صادرشدهٔ هر ماه می‌توانسته مربوط به تعهدات قبلی صادرکنندگان بوده‌باشد.

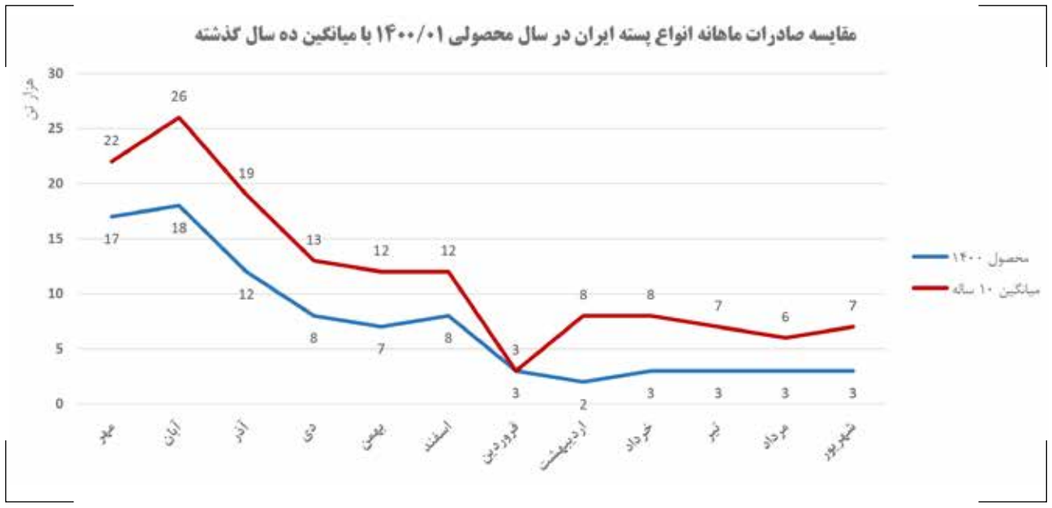
در این شش ماه اتفاق دیگری که افتاد این بود که حجم زیادی از پسته‌های ایرانی که در بازارهای مختلف موجودبود، اما مصرف نشده‌بود، شروع شد به معامله‌شدن بین بازارها؛ مثلاً اگر یک شرکت اروپایی پسته احمدآقایی خریده‌بود و نگه‌داشته‌بود شروع کردن به فروختن آن در بازار هند که ارزش بیشتری برای این واریته قائل است. با تنش‌هایی که در طول شش ماه دوم سال در حمل و تجارت پسته ایران پیش آمد، به نسبت قیمتی که خریداران در هر کدام از بازارهای مقصد پسته ایرانی را سه ماه قبل خریده‌بودند، خیلی از این کالاها افزایش قیمت بسیار بالایی داشت. بیشتر پسته ایرانی خارج از ایران بین بازارهای مختلف معامله می‌شد تا از مبدأ ایران؛ دلیلش هم واضح بود، چون کسانی که این پسته‌ها را قبلاً خریده بودند روی فروش آنها در بازارهای ثانویه سود زیادی می‌کردند، حال آنکه اگر کسی می‌خواست در ایران پسته بخرد و صادر کند، عموماً اگر ضرر نمی‌کرد سودی هم در کار نبود. تجار اروپایی همان مقدار محدود پسته‌های ایرانی که خریده‌بودند را داشتند پیشنهاد فروش می‌دادند. تجار چینی از یک جایی به بعد (اواخر تیر، اوایل مرداد) داشتند پسته‌های ایرانی که خریده‌بودند را برای فروش در بازارهای ثانویه به تجار ایرانی پیشنهاد می‌دادند. به‌هرحال، موجودی‌هایی که در کشورهای خاورمیانه بود هم زیر قیمت‌هایی بود که در بازار داخل ایران داشت معامله می‌شد. طبیعتاً اثر این موضوع را می‌توانید در آمارهای صادراتی ببینید؛ با توجه به حجم پسته‌ای که موجود بوده، حجم محدودی در شش ماه دوم سال صادر شد و طبق برآورد انجمن در پایان سال ۱۵ هزار تن مانده انبارها بود که البته شخصاً فکر می‌کنم این عدد یک مقدار محافظه‌کارانه باشد. من حتی فکر می‌کنم مانده پایان سال محصولی قبل یک مقدار بیش از تخمین انجمن بوده‌باشد. هرچند خیلی فرقی نمی‌کند. به هر حال این حجم از پسته ماند. در دوره شش ماهه دوم سال خارج از روندی که برایتان توصیف کردم اتفاق خاصی نیافتاد. عموم تجار تعطیل یا نیمه‌تعطیل بودند؛ در بازار داخل مقدار کمی پسته خرید و فروش می‌شد؛ استنباط من این است جمع خرید و فروشی که داشت در بازار داخل انجام می‌شد، بیش از مصرف صادراتی بود. خلاصه مطلب اینکه، بازار پسته از لحاظ قیمتی تا اواخر مرداد تا حدی خودش را در بازار داخل نگه داشت، ولی لزوماً حجم جدی پسته صادر نشد.

وضعیت بازار پسته آمریکایی در شش ماهه دوم سال چگونه بود؟

آمریکایی‌ها از یک طرف می‌دانستند اینجا چه اتفاقی افتاده، منتهی خیلی متعجب بودند که چطور زمان می‌تواند همین‌طور بگذرد و پسته‌ای از ایران صادر نشود و باطناً قیمت‌ها هم پایین نیاید! درک این مطلب تا جایی که من متوجه شدم خیلی برای آمریکایی‌ها سخت بود، چون آنها عموماً به تصمیم‌گیری به‌عنوان یک مفهوم اقتصادی نگاه می‌کنند. حس و حال تاجر و کشاورز ما که خیلی وقت‌ها مجبور است بر اساس ندانستن شرایط اقتصادی یک تصمیمات یا قضاوت‌هایی بکند، خیلی با محیط فکری و فرهنگی آمریکایی‌ها نزدیک نیست و درک درستی از آن ندارند.در شش ماهه دوم سال علی‌رغم تمام فروش‌های آمریکایی‌ها، هنوز حجم پسته آمریکایی زیادی روی میز مانده بود. اما در آن دوره اتفاق ناخوشایندی که رخ داد و هنوز خیلی مانده تا ما عمق تبعاتش را درک کنیم، این بود که حتی خاص‌ترین مصارف پسته ایرانی که در فروش‌های لوکس خاورمیانه و مصارف مراسم دیوالی در هند است، عملاً از بازارهای بین‌المللی حذف شد و عمده این مصارف چرخید روی پسته آمریکا، چون در تمام آن دوره آمریکایی‌ها هنوز داشتند هر کیلو پسته آمریکایی درجه یک با کیفیت خوب در اونس ۲۵-۲۱ را زیر ۸ دلار می‌فروختند! اما همان زمان اگر حجمی از پسته فندقی در بازار داخل ایران در روز معامله می‌شد قیمتش بالاتر از ۹ دلار بود.

در مورد از دست دادن سهم بازار حتی برای مصارف خاص پسته ایرانی بیشتر توضیح می‌دهید؟

فاجعه‌ای که از دید من اتفاق افتاد و همان‌طور که گفتم ما هنوز عمق آن را در اینجا درک نکرده‌ایم، این است که قطع شدن اینچنینی پسته ایرانی از بازارهای مصرف باعث شد که حتی خاص‌ترین مشتری‌ها و مصارفی هم که در بعضی از بازارهای شرقی و خاورمیانه داشتیم هم به پسته آمریکایی روی بیاورند. برای مثال، من در خاورمیانه شرکتی را می‌شناسم که پسته آمریکایی خرید و آن را در امارات



توچین کرد، چون قیمت‌ها اینقدر غیرعادی بود که نمی‌توانست از ایران پسته توچین تهیه کند. حالا تبعات این موضوع چیست؟

متأسفانه باید بگویم ظرف دو، سه سال آینده خوب متوجه خواهیم شد، ولی الان عملاً دیگر نمی‌شود برایش کاری کرد، دیر است. این اتفاقی بود که در بازارهای بین‌المللی افتاد. از زاویه دید یک صادرکننده باید بگویم امروز دیگر واقعاً سخت است که کسی در دنیا ما را به‌عنوان تأمین‌کنندهٔ امن و با ثبات یک کالای غذایی، حداقل در سطح شرکت‌های بزرگ، جدی بگیرد. خود من هم ماندم که این موضوع چقدر تبعات برای صنعت پسته ایران خواهد داشت. ولی متأسفانه فکر می‌کنم اثراتش از آن چیزی که الان دارد در اینجا حس می‌شود یا دیده می‌شود، خیلی فراتر است. مقدار زیادی از بازارها را از دست دادیم، مقدار زیادی از بازارها را حتی اگر قبلاً می‌توانستیم در آنها پسته‌های خاص‌مان را بالای قیمت پسته آمریکایی بفروشیم از دست دادیم. پسته آمریکایی در خیلی از این بازارها سر باز کرده‌است. همان اتفاقی که در بازارهای صنعتی افتاد، الان در بازارهای غیرصنعتی هم تا حدی دارد می‌افتد.

آیا برای مثال بازار هند را باید یک بازار غیرصنعتی در نظر بگیریم؟

هند یک بازار نیست. همهٔ هند غیرصنعتی نیست. در قسمتی‌هایی از هند همان حالت‌های صنعتی شدنی که در اروپا اتفاق افتاده، در حال وقوع است. از چند سال پیش هم شروع شده و مربوط به الان نیست. خیلی از این مصارف هم چند ماه است که تکیه بر پسته آمریکایی دارد. برگرداندن همه این مصارف در قیمت بالاتر دوباره روی پسته احمدآقایی اصلاً کار آسانی نیست. اما بازار هند قسمت‌های دیگر هم دارد. قسمتی از بازار هند است که به آن معنا صنعتی نیست؛ ترجیحات خاص مزه‌ای و واریته‌ای دارد. هنوز هم بالای قیمت پسته آمریکا بابت پسته ایرانی پول پرداخت می‌شود، ولی موضوع مهم حجم این قسمت از بازار هند است که دارد دگرگون می‌شود.



صحبت از چه حجمی می‌کنیم؟

مطمئن نیستم. علی‌رغم اینکه الان پسته بهتری داریم و شرایط بازار یک جورهایی روان‌تر شده‌است، امروز که داریم صحبت می‌کنیم، من نسبت به بازار هند در ۷، ۸ ماه آینده روی هم رفته به نسبت سالیان پیش، خیلی بدبین هستم؛ چون فکر می‌کنم کل مصرف پسته حداقل با وضعی که در ۲، ۳ ماه بعد از محصول جدید طی کردیم خوب نیست. آمارهای صادرات پسته به هند را نگاه کنید. صادرات خیلی محدود است. جدای از اینکه بعضی از قسمت‌هایی که در هند و بقیه بازارها از دست دادیم به‌راحتی به پسته ایرانی برنمی‌گردند. یا باید یک مزیت خاص ایجاد کنیم، یا باید دوباره در اینجا شرایطی پیش بیاید که ما بتوانیم از لحاظ قیمتی با آمریکا رقابت کنیم و این کار از این به بعد کار آسانی نخواهد بود.

پیشتر گفتید بازار مغز پسته در سال محصولی قبل وضعیت کاملاً متفاوتی نسبت به پسته آجیلی داشت. در این مورد بیشتر توضیح می‌دهید؟

داستان مغز از پارسال شروع نشد، بلکه از دو سال قبل شروع شد؛ محصول پسته سال ۱۳۹۹ آمریکا هم از لحاظ حجم تولید وضعیت خیلی خوبی داشت، هم از لحاظ کیفیت محصول. میانگین درصد دهان بستی که در باغات کالیفرنیا برداشت شد به‌طور محسوس پایین آمده‌بود و حتی حجم ضایعاتی که عملاً تبدیل به مغز می‌شود هم به‌طور متوسط پایین بود. این وضعیت برای سال محصولی ۱۴۰۰ هم کم و بیش صدق می‌کرد. یعنی آمریکایی‌ها دو سال پشت سر هم تولید بسیار کمی از پسته دهان‌بست و ضایعات داشتند و می‌دانیم که عمده این کالاها تبدیل به مغز پسته می‌شوند.

از طرف دیگر، الان چند سال است که روند فروش مغز آجیلی شروع شده‌است. از موقعی که شرکت واندرفول شروع به فروش مغز پسته با طعم‌های گوناگون در بسته‌بندی و برند خود به‌عنوان یک آجیل در بازارهای مختلف دنیا و آمریکای شمالی کرد، فروش این محصول رشد ثابت خیلی خوبی تجربه کرده‌است. از زمانی که واندرفول شروع به عرضه این محصول کرد بقیه آمریکایی‌ها هم وارد صحنه شدند. در حال حاضر در اروپا به غیر از واندرفول و سایر تأمین‌کنندگان آمریکایی که مغز آجیلی می‌فروشند، حداقل دو، سه سال است که خود سوپرمارکت‌های زنجیره‌ای بزرگ هم شروع کرده‌اند به عرضه مغز طعم‌دارِ برشته یا حتی خام برای مصرف آجیلی.

نکته جالب قضیه این است که این دو اتفاق تقریباً همزمان رخ داد؛ یعنی از یک طرف آمریکایی‌ها بازاریابی عظیمی برای ترویج مصرف مغز آجیلی در آمریکا و کشورهای دیگر کردند و از طرف دیگر، بالا بودن کیفیت محصول پسته آمریکا و کم بودن درصد پسته‌های دهان‌بست در دو سال محصولی قبل، تولید مغز پسته این کشور را با کاهش شدید روبه‌رو کرد. اما وضعیت محصول ۱۴۰۱ آمریکایی‌ها داستان را تغییرداد؛ کیفیت تولید محصولشان خوب نبود در نتیجه مواد اولیه مغزی بیشتری دارند.

برمی‌گردم به وضعیت بازار مغز پسته در سال محصولی ۱۴۰۰؛ به‌دلیلی که گفتم در شروع فصل عرضه‌کنندگان بزرگ آمریکایی اصلاً در بازار مغز نبودند. مقدار بسیار کمی مغز داشتند که آن هم برای مصارف خودشان استفاده می‌کردند. حتی نگران بودند که از لحاظ موجودی مغز کم بیاورند؛ چون به‌خاطر بازاریابی‌هایی که برای مغز آجیلی کرده بودند تقاضای این کالا و مصرف در حال افزایش بود. بنابراین، آمریکایی‌ها از نظر حجم تجاری اصلاً مغز برای فروش نداشتند و پیشنهاد جدی مغز به کسی نمی‌توانستند بدهند. در آن‌زمان قیمت مغز پسته آمریکایی حدود ۱۷ تا ۱۸ دلار بود، اما در همان ابتدای فصل مشخص شد که دو تا از تأمین‌کنندگان اصلی آمریکایی فروشنده مغز نیستند و عرضه مغز آمریکایی بسیار محدود است. فراموش نکنیم تقاضاهای جانبی برای مغز آجیلی برای مثال در اروپا در حال افزایش بود. تقاضاهای مصارف صنعتی مغز نیز مثل همیشه در بازارهای بین‌المللی وجودداشت. در ضمن، چون مشتریان برای مصارف مغز پسته حساسیت‌های شدیدتری روی ماده خارجی، افلاتوکسین، باقیمانده سموم و خیلی مسائل دیگر دارند، به‌راحتی نمی‌توانستند از جایگزین مغز ایرانی یا ترکی استفاده کنند. جمع این عوامل قیمت هر کیلو مغز آمریکایی را ظرف مدت کوتاهی از شروع فصل سال محصولی قبل بین ۱۹ تا ۱۹،۵ دلار رساند. در آن مقطع زمانی مغز پسته ایرانی خیلی ارزان‌تر از مغز آمریکایی بود. اختلاف قیمت بین بعضی از مغزهای پسته ایرانی و آمریکایی حدوداً ۵ دلار بود. اما مقدار زیادی از مغز پسته ایرانی حتی در حالت خیلی ارزان‌تر از مغز آمریکایی به‌دلایل حساسیت‌های بهداشتی که گفتم، نمی‌توانست در خیلی از کانال‌های عرضه فروش برود. بنابراین، در شروع فصل یک دوگانگی قیمتی در بازار مغز اتفاق افتاد. هر کسی، در هر جای دنیا که اساساً مصرف‌کنندهٔ مغز آمریکایی بود مجبور می‌شد در احجام کم و قیمت‌های خیلی بالاتر مغزهای خاص ایرانی یا بعضاً ترکی که از تست باقیمانده سموم و افلاتوکسین سربلند بیرون آمده باشد تهیه کند، برای درست کردن سایز و از بین بردن مواد خارجی آن حسابی هزینه کند و سپس آن را به کانال‌های فروش برساند. ولی با تمام این اوصاف باز هم خرید مغز ایرانی به نسبت مغز آمریکایی برای آن خریدار مقرون به‌صرفه می‌شد. اتفاقی که افتاد این بود که مغز آمریکایی عملاً از بقیه بازار رقابتی بین‌المللی حذف شد. مغز ترکیه هم که می‌دانیم عموماً در ترکیه مصرف داخلی دارد که وارد جزئیات آن نمی‌شوم. اما یک حجم بسیار محدودی از آن در اروپا عرضه می‌شود و فروش می‌رود که سال گذشته در بازارهایی مثل امارات با مغز ایرانی یک مقداری رقابت کرد، ولی هیچ‌وقت حجم آن قابل توجه نبود.

بنابراین طبق توضیحاتی که دادید در دو سال گذشته در بازارهای بین‌المللی برای مغز پسته ایرانی یک پتانسیل خیلی خوب ایجاد شد. دقیقاً، چون عملاً تنها عرضه‌کننده پرحجم و ثابت مغز چه در کیفیت‌های خوب، چه در کیفیت پایین در این بازارها مغز پسته ایرانی بود. این موضوع اساساً باعث رونق شدید بازار مغز پسته ایرانی شد که ادامه‌دار بود. شاید امروز که داریم صحبت می‌کنیم با توجه به بهبود عرضهٔ مغز پسته آمریکایی مقداری آرام گرفته‌باشد. هرچند آمار صادرات ماه های مهر و آبان و آذر نشان می‌دهد که هنوز بازار مغز به نسبت بازار پسته به نظر فعال‌تر می‌آید. در کل، دو سال گذشته بازاری که تقریباً همیشه یک گردش و فعالیت باثبات و بهتری نسبت به پسته خشک در پوست ما داشته، بازار مغز پسته بوده‌است.

وضعیت امروز و چشم‌انداز روندها

گفتید در سال محصولی قبل مغز پسته کف قیمتی بازار را تعیین می‌کرد. امروز وضعیت چگونه است؟

امروز هم که داریم صحبت می‌کنیم از روی آمارها پیدا است و کاملاً آن را در بازار احساس می‌کنیم. حجم قابل توجهی از پسته فندقی به چین صادر نشده‌است. کف بازار فندقی را عملاً دوباره بازار مغز پسته گرفته، نه بازارهای چین یا بازارهای صادراتی که طرفدار این نوع پسته هستند. اگر جمع دو سال گذشته را نگاه کنیم، می‌بینیم که آن چیزی که کف بازار فندقی به‌عنوان آجیل را گرفته در زمان‌های زیادی طی دو سال گذشته باطناً بازار مغز بوده، نه بازار صادراتی خود پسته فندقی. این یکی از تغییرات جالبی است که دارد اتفاق می‌افتد. اینکه تا چه زمانی این مزیت نسبی

بهرام آگاه، تاجر پسته:

ماهیت تولید و مصرف پسته در دنیا در حال تغییر است؛ تولید پسته آمریکا همین الان به نسبت ما سرسام‌آور بالا رفته‌است و ظرف ۷، ۸ سال آینده نزدیک به دو برابر امروز خواهدشد. در بقیه کشورها مثل اسپانیا، ترکیه، یونان و آرژانتین هم می‌دانیم که دارد پسته کاری می‌شود.

ما در مغز پسته باقی بماند؟ اینکه تا چه زمانی حجم مصارف مغزی آمریکایی‌ها به حجم مغزی که در واقع برای عرضه دارند، می‌چربد؟ اینها سوالات مهمی هستند. طی دو سال گذشته آمریکایی‌ها به‌حدی کمبود مواد اولیه مغز داشتند که حتی در مواردی مجبور شدند مقداری پسته خندان کیفیت پایین‌تر را مغز کنند که البته این کار در آمریکا بسیار پرهزینه و پردردسر است.

گفتید وضع محصول ۱۴۰۱ آمریکا از لحاظ تولید مغز پسته بهتر از دو سال قبل است، اما امروز هم شرکت‌های بزرگ آمریکایی حجم چندانی از مغز عرضه نمی‌کنند و فروششان بسیار محدود است. علت چیست؟ حتی امسال با اینکه ماده اولیه مغز بیشتری دارند برای اینکه در سطح فروش مغز آجیلی حاشیه سودی که روی برندهای خودشان دارند حفظ کنند، مجبورند از این به بعد یک مقداری از مواد اولیه مغز را رزرو نگه‌دارند. دو تا از بزرگ‌ترین تأمین‌کنندگان آمریکایی، عرضه‌کننده عمدهٔ مغز آجیلی برنددار در بازار آمریکای شمالی هستند. وقتی شما دارید یک کالایی را برای مصرف‌کننده نهایی با این سرعت توسعه می‌دهید، خیلی شرایط بدی خواهیدداشت اگر ماده اولیه‌تان را نداشته‌باشید. بنابراین حتی در شرایطی که یک مقدار مازاد مغزی هم پیدا کنند به‌شدت انگیزه دارند که آن را نگه‌دارند. حداقل در چند ماه آینده هم فکر نمی‌کنم مغز زیاد آمریکایی به آن معنا عرضه شود، هر چند حجم نسبی بیشتر دهان‌بست و ضایعاتی که در چند ماه آینده با آن مواجه خواهندبود می‌تواند این حالت را به‌سرعت تغییردهد.

روند قیمتی پسته آمریکایی را چگونه می‌بینید؟

با تمام اتفاقات عجیب و غریبی که در یک‌سال گذشته برای پسته ایرانی اتفاق افتاده، بررسی روند قیمتی پسته آمریکایی جالب است. سال گذشته آمریکایی‌ها حدود ۲۰۰ هزار تن پسته به سال محصولی جاری انتقال دادند. این تازه بعد از آن بود که در شش ماه دوم سال محصولی قبل، به گفته خودشان، فروش‌های غیرعادی خوبی داشتند. معمولاً در شش ماه دوم هر سال محصولی، قسمتی از مصارف در بازارهای جهانی همیشه روی پسته ایرانی بوده‌است. پارسال اما استثنائاً عموم این مصارف توسط پسته آمریکایی تأمین شد. در شش ماه دوم سال فروش‌های پیش‌بینی نشدهٔ خیلی خوبی داشتند که جای ما را پر کردند. با این حال، نزدیک ۲۰۰ هزار تن پسته هم به امسال انتقال دادند. تخمین محصول سال ۱۴۰۱ پسته آمریکا ۴۰۳ هزار تن گزارش شد، ولی به قیمت پسته آمریکایی نگاه کنید که هنوز حدود ۸ دلار است، یعنی به‌خاطر حجم پسته‌ای که روی میز دارند، قیمت پسته آمریکایی جای افزایش زیادی ندارد. این روندِ کوتاه‌مدت است.

اگر یک مقدار طولانی‌مدت‌تر به دنیا نگاه کنیم، حتی مسائل خیلی حادتر هم می‌تواند اتفاق بیافتد. حجم تولید آمریکا ظرف ۶، ۷ سال آینده خیلی بیش از امروز خواهدبود. اینکه در این بازه تکلیف تولید ایران و ترکیه چه خواهدشد یا روند حجم مصرف در بازارهای بین‌المللی چگونه خواهدبود و خیلی مسائل دیگر، جای سوال دارد. برای همین اگر با یک زاویه دید طولانی‌مدت بخواهم به موضوع نگاه کنم، می‌توانم بگویم اتفاق‌های سال محصولی قبل روی‌هم‌رفته یکی از بزرگ‌ترین فجایعی بود که احتمالاً تاریخ صد ساله صنعت پسته ما با آن مواجه شده‌است. منتهی بعضی از تبعاتش را هنوز نمی‌توانیم ببینیم و حس کنیم. در آینده فکر می‌کنم بعضی از اثراتش را خیلی جدی‌تر خواهیم دید.

پیش‌بینی شما از روند مصرف پسته در آینده چیست؟

به‌طورکلی، من به بالارفتن مصرف بدبین نیستم. یکی از زمینه‌های خوش‌بینی من بیشتر در مورد خود مغز پسته است، نه پسته خشک در پوست. پیش‌بینی من این است که هم مصرف آجیلی مغز آنجوری که شروع شده به‌طور جدی بتواند رشد کند، هم مصارف صنعتی مغز برای صنایع غذایی؛ هر دوی این کالاها جای افزایش و رشد مصرف خیلی جدی دارد. یادآوری کنم تمام این رشدهای مصرف دارد در شرایطی اتفاق می‌افتد که قیمت مغز پسته (خواه ایرانی یا آمریکایی) به‌شدت در سالیان گذشته در بازارهای بین‌المللی نسبت به بقیه مغزجات درختی مثل مغز بادام بسیار گران‌تر بوده‌است، یعنی همین رشدهای محدود یا نیمه محدود را در حالی مغز پسته دارد سپری می‌کند که با بقیه مغزها اختلاف قیمت شدید دارد. مغز پسته تقریباً بدون رقابت قیمتی دارد این رشدها را در این مصارف نشان می‌دهد.

با توجه به پاسختان به سوال قبل، برآورد شما از وضعیت قیمت‌ها در آینده چگونه است؟

نتیجه منطقی بعضی از حرف‌هایی که زدم این است که قیمت متوسط پسته احتمالاً برای سالیان آینده، به شرط اینکه اتفاق عجیب و غریبی در آمریکا نیافتد، پایین خواهدبود. اگر این موضوع باعث ایجاد بازار مغز ارزان رقابت‌پذیرتری نسبت به مغزیات دیگر برای یک دوره حداقل چند ساله بشود، خود این موضوع به روند افزایش این نوع مصارف مغزی می‌تواند خیلی سرعت دهد. از لحاظ حجم مصرف در آینده یکی از امیدواری‌های من روی این موضوع است. اگر مصرف آجیلی پسته در پوست آنقدر بالا برود که بتوانم بگویم این نگرانی‌های من بی‌مورد بوده که چه بهتر، ولی اگر معلوم شود این نگرانی‌ها خیلی هم بی‌مورد نیست، من حداقل به افزایش مصرف مغز هم به‌عنوان آجیل، هم در صنایع غذایی امیدوارم. به‌هرحال، توصیه من این است که تغییرات بازارهای جهانی را دنبال و درست درک کنیم، مسائل را با ریزبینی و حساسیت ببینیم و فقط از زاویه دید خاص و ناپایدار خودمان آنها را دنبال نکنیم. باید دید بلندمدت داشته‌باشیم. باید قبول کنیم که برای ادامه حضور و بقا در بازارهای بین‌المللی نیاز مبرم به رقابت صحیح، ثبات روابط تجاری، توجه به مسائل بهداشتی، ثبات کیفیت، دقت به تغییرات زنجیره تأمین در بازارهای جهانی و توانایی عقد قراردادهای بلندمدت داریم.

پیش‌بینی شما از روند عرضه و تقاضای پسته در آینده چیست؟

ماهیت تولید و مصرف پسته در دنیا در حال تغییر است؛ تولید پسته آمریکا همین الان به نسبت ما سرسام‌آور بالا رفته‌است و ظرف ۷، ۸ سال آینده نزدیک به دو برابر امروز خواهدشد. در بقیه کشورها مثل اسپانیا، ترکیه، یونان و آرژانتین هم می‌دانیم که دارد پسته‌کاری می‌شود. هرچند فکر می‌کنم از لحاظ حجمی اثرگذارترینِ آنها با اختلاف، ترکیه خواهد بود. به‌هرحال تولید پسته در ده سال آینده افزایش چشمگیر خواهدداشت. عیب ما این است که فقط خودمان را می‌بینیم. با اینکه باغریزی‌های جدید زیاد است حس می‌کنیم که به‌طور متوسط تولید پسته در ایران خیلی بالا نخواهدرفت، چون در مناطق قدیمی‌ترِ تولید پسته به‌خصوص استان کرمان تولید در حال اُفت است، در حالی که متوجه نیستیم یا حداقل شدت این موضوع را درک نمی‌کنیم که چقدر در سایر کشورهای دنیا تولید پسته قرار است بالا برود. این یک طرف قضیه است.

از طرف دیگر، در طول چند دهه گذشته چون بازارها در سطح بین‌المللی عمدتاً از پسته ایرانی تأمین می‌شده‌اند، اگر به هر دلیلی مثل سرمازدگی، تغییر قوانین یا تغییر مسائل اقتصادی در داخل ایران، اتفاقی برای پسته ایران می‌افتاده، بازارهای بین‌المللی چه از لحاظ کیفیت، چه از لحاظ قیمت، چه از لحاظ جمیع شرایط به‌هرحال مجبور بودند خودشان را با شرایط ما وفق دهند. احتمالاً تولید جهانی پسته ظرف ۱۰ سال آینده از مرز ۱ میلیون و ۲۰۰ هزار تن عبور کند. شخصاً فکر می‌کنم صنعت پسته ما در سطوح و بخش‌های مختلف، نسبت به این تغییرات حساسیت نشان نمی‌دهد و متوجه اهمیت این مطلب نیست. در تمام بازارهای جهانی به لحاظ مسائل بهداشتی، کیفی، قراردادی و جنبه‌های مختلف، پسته آمریکا تبدیل شده به رقیب خیلی جدی ما. این رقیب همیشه وجود دارد، استحکام بهتری دارد، ثبات بهتری دارد و با مزیت‌های خود (چه از لحاظ کیفی، بهداشتی، قراردادی و تجاری) بازارها را به‌طرف خودش می‌کشاند. باید قبول کنیم که ما دیگر آن احاطه‌ای که در گذشته روی بازار داشتیم نداریم. در گذشته که ما تنها تأمین‌کننده اصلی پسته تجاری بودیم، مشتری مجبور بود تا حدی شرایط ما را بپذیرد. اما امروز هیچ مشتری در هیچ‌جای دنیا آن نوع اتکا را به پسته ایران ندارد و نخواهدداشت.

اگر پسته ایرانی امروز ۱۰ دلار باشد به‌خاطر مسائل قیمتی در خیلی از کانال‌های صنعتیِ فروش، نمی‌تواند با پسته آمریکایی رقابت کند. از آن طرف، اگر قیمت پسته ایرانی همین امروز ۴ دلار هم باشد، باز هم در خیلی از کانال‌های صنعتی خریدار ندارد، چون فقط مسئله قیمت نیست. یادآوری می‌کنم سال‌هایی بوده که قیمت دلاری پسته ما به‌شدت کاهش داشته، مثل سه سال پیش که قیمت پسته فندقی ایرانی به زیر ۵ دلار رسید و مصرف پسته ایرانی در اروپا کمی بالارفت، ولی چرا ما در هیچ حالتی نمی‌توانیم سهم بزرگی از بازار اروپا را پس بگیریم؟ چون آن الزامات غیرقیمتی را نداریم. هیچ راهی نداریم که آن خلاءها را پر کنیم. در یک دهه اخیر، دنیای ما خیلی عوض شده و مسئله فقط قیمت نیست. برای دوام مجبوریم رقابت کنیم؛ اگر از لحاظ بهبود مسائل بهداشتی (افلاتوکسین، باقیمانده سموم)، عقد قراردادهای طولانی‌مدت، ثبات و انسجام کیفیت و خیلی مسائل تجاری دیگر وارد رقابت با آمریکایی‌ها نشویم و از لحاظ قیمتی هم نتوانیم با آنها رقابت کنیم، آن‌وقت سهم‌مان از بازارهای بین‌المللی روزبه‌روز کوچکتر خواهدشد. ما بالاخره حجم کوچکی از تولید را می‌توانیم بین بازار مغز و مصارف خاص پسته ایرانی برایش کاری انجام دهیم، ولی اگر قرار باشد سال دیگر ۲۰۰ هزار تن پسته داشته‌باشیم، با این اوضاع و شرایط چطور، با چه قیمتی و در کجا می‌خواهیم آن را بفروشیم؟

