

سر مقاله

برخاستن از خواب نوشین

خواب نوشین بامداد رحیل بازدارد پیاده را ز سبیل
(دیباچه گلستان سعدی)

بازار پسته در سال محصولی جاری برای بیشتر فعالان این صنعت تجربه جدیدی بوده است. تولیدکنندگان پسته کشور علیرغم افزایش مداوم هزینه های تولید ناشی از تورم دو رقمی، شاهد کاهش بیست درصدی قیمت فروش محصول خود نسبت به سه سال قبل بوده اند. تجار پسته هم که مشغول دست و پنجه نرم کردن با معضل تأمین منابع مالی در شرایط رکود اقتصادی حاکم بر این روزهای کشور و لاجرم پرداخت سوده های سنگین (حتی تا دو برابر نرخ تورم) می باشند، برای نخستین بار ناظر کاهش تقاضا در همگی بازارهای کشورهای وارد کننده پسته بودند. این در حالی است که از آغاز دهه هشتاد شمسی تا زمان برداشت محصول ۱۳۹۳، بر خلاف قاعده عمومی، افزایش مداوم قیمت تا سطح ۸ دلار برای هر کیلو پسته در بازارهای بین المللی، همواره با افزایش تقاضا همراه بود. با وجود این، با توجه به برداشت محصول بسیار کمتر از حد انتظار پسته کالیفرنیا و متعاقباً قیمت گذاری بالای آن در پاییز گذشته از یک سو و موجودی اندک پسته در کشورهای وارد کننده از سوی دیگر، صنعت پسته کشور دغدغه جدی برای فروش باقیمانده موجودی خود تا زمان برداشت محصول جدید نخواهد داشت. دغدغه اصلی صنعت پسته ایران در چند دهه ی اخیر همانا مقابله با موانع و مشکلات داخلی از قبیل سوء مدیریت منابع آب و سرکوب دولتی نرخ ارز در شرایط تورمی بوده است. در طول تمامی این سال ها، بجز در برهه های نادری مثل تحریم واردات پسته به اتحادیه اروپا در سال ۱۳۷۶ بخاطر مشکل افلاتوکسین، صنعت پسته کشور هیچگاه دغدغه فروش محصول خود را نداشته و حاشیه سود مناسب این محصول باعث رونق تولید، تجارت و خدمات وابسته به آن در کنار ارزآوری مناسب برای کشور شده است. در سالیان اخیر نیز با تبدیل شرکت آمریکایی پارامونت به مهمترین بازیگر بازار پسته بین الملل، سیاست های آن شرکت غالباً بطور عامدانه در راستای تضعیف رقبای کالیفرنایی و اروپایی خود و بطور ناخواسته همسو با منافع صنعت پسته ایران بوده است.

کاهش اخیر تقاضا در بازارهای جهانی پسته را شاید بتوان به شرایط و عوامل خاص و بعضاً گذرا نظیر تقویت جهانی نرخ برابری دلار بالاخص نسبت به یوان، یورو و روبل، انتظار شکستن رکورد تولید محصول کالیفرنیا در سال آینده، قیمت گذاری بالا (تا آن میزان که مغز بادام هندی مطلوبیت جایگزینی پسته را برای مصرف کننده ایجاد کرد) توسط شرکت پارامونت، سخت گیری گمرکی دولت چین در مسیر واردات پسته و نگرانی مشتریان چینی از تلاطم قیمت ها نسبت داد. اما آنچه که برای سالهای آینده و طولانی مدت باید مورد تأمل و توجه فعالان این صنعت قرار گیرد، جدی شدن رقابت در سمت تولید و عرضه است. افزایش چشمگیر سطح زیرکشت پسته در کالیفرنیا در سالیان اخیر و اخباری که از برنامه های کشورهای ترکیه برای ازدیاد سطح زیرکشت این محصول به گوش می رسد، اغلب صاحب نظران این رشته را متفق القول ساخته که علیرغم بازار مصرف رو به گسترش، بروز رقابت جدی بین کشورهای تولیدکننده پسته امری محتوم است. اختلاف کارشناسان بر سر پیش بینی بروز این پدیده نبوده و تنها بر سر زمان وقوع آن است. (رجوع کنید به مقاله «تحولات اخیر در صنعت و بازار جهانی پسته» نوشته مهدی آگاه در ویژه نامه مرداد ۱۳۹۰ و نقد ارزشمند مقاله مذکور تحت عنوان «دیدگاه» به قلم محمدحسین کریمی پور در ویژه نامه آذرماه همان سال).

اینک، به نظر می‌رسد دوران جدیدی برای صنعت پسته کشور در حال شکل‌گیری است؛ دورانی که در آن باید علاوه بر مقابله با مشکلات داخلی، در اندیشه رقابت با رقبای بین‌المللی از طریق بازاریابی و بازاریابی خلاقانه تر جهت حفظ و گسترش بازار محصول پسته ایران و رایزنی و لابی‌گری در مجامع و سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای برای رفع موانع تجاری آن بود. شاید وقت آن رسیده باشد که صنعت پسته کشور از خواب نوشینی که برای سالیان طولانی در آن فرورفته بوده است، برخاسته، خود را برای مسابقه سخت و نفس‌گیر پیش رو آماده کند.

رقیب اصلی ایران چند سالی است مشغول آماده ساختن خود برای این رقابت می‌باشد. تبلیغات منفی بر علیه کیفیت پسته ایران در بازار چین و اعمال فشار سیاسی در راستای حذف مصرف پسته ایران در فلسطین اشغالی شواهدی از این امر می‌باشند. اخیراً نیز، وزارت کشاورزی ایالات متحده آمریکا، قریب یک میلیون و هشتصد هزار دلار کمک بلاعوض به منظور بازاریابی پسته کالیفرنیا برای سال ۲۰۱۶ میلادی در اختیار انجمن تولیدکنندگان پسته آمریکا قرار داده است.

تک‌تک فعالان صنعت پسته کشور به طور روزمره بدنبال ارتقاء وضعیت کاری خویش با خلق فرصت‌های جدید و رفع چالش‌های پیش‌رو می‌باشند. همین رویه تا به امروز این صنعت را به بزرگترین صنعت کشاورزی کشور و رتبه نخست کشور از حیث صادرات غیرمتکی به منابع هیدروکربنی بدل کرده است. منتها، شرکت در مسابقه و موفقیت در رقابت بین‌المللی مورد اشاره در بالا برای هر یک از فعالان صنعت پسته کشور به تنهایی غیرممکن به نظر می‌رسد. پیگیری منافع مشترک صنعت پسته ایران، تنها از طریق همسویی و تقویت همکاری جمیع فعالان کشوری این صنعت در قالب تشکل‌ها و انجمن‌های صنفی، از قبیل انجمن پسته ایران قابل دستیابی است.

سخن‌پایانی اینکه یقیناً تشکل‌های فراگیر صنفی هر بخش - نظیر انجمن پسته ایران - به منظور ارتقاء منافع صنعت خود، اطلاعات، تمرکز و تخصص بیشتری نسبت به سازمان‌های عریض و طویل دولتی و خصوصی که بدین منظور خلق شده‌اند - نظیر سازمان توسعه تجارت و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران - دارند. بنابراین، منطقی به نظر می‌رسد تا آن سازمان‌ها در راستای ایفای وظایف ذاتی خود با تنظیم آیین‌نامه و مقررات مناسب، راهکاری برای انتقال وجوه حاصل از عوارض و حقوق قانونی دریافتی از فعالان صنوف (نظیر بودجه‌های اعطایی به سازمان توسعه تجارت جهت توسعه صادرات غیرنفتی و اخذ یک در هزار فروش و سه در هزار سود از صادرکنندگان پسته در هنگام درخواست صدور یا تمدید کارت بازرگانی) به تشکل‌های صنفی تخصصی بیابند.

با توجه به وضعیت کنونی و پیش‌روی صنعت پسته کشور، قطعاً وقت آن فرا رسیده است تا انجمن پسته ایران و سایر تشکل‌های فعال در این صنعت، این خواسته‌ی به حق خود را مجدانه از دولت و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران مطالبه کنند.

فرهاد آگاه

عضو هیئت مدیره انجمن پسته ایران