

تحولات اخیر در صنعت و بازار جهانی پسته



مهدی آگاه، عضو هیأت مدیره انجمن پسته ایران

۲. دوره بعدی که دیر یا زود فراخواهد رسید، مرحله اشباع بازار جهانی پسته و توازن عرضه و تقاضا می باشد. از دیدگاه نگارنده، به خاطر ظرفیت های مصرفی شبه قاره هند، چین، اندونزی و کشورهای آمریکای جنوبی، تارسیدن به اشباع بازار دست کم ده سال فرصت باقی است. بویژه آنکه، فعلاً تنها ایران و

آمریکا در بازار صادرات جهانی پسته حضور دارند و طی ده سال آینده صادرکننده جدیدی در افق دیده نمی شود. سیاست های شرکت پارامونت در این مرحله می تواند هر چه بیشتر به سمت رقابت با پسته ایران به منظور گرفتن سهم بیشتر از بازاری که دیگر در حال توسعه نیست معطوف گردد. در چنین شرایطی دیگر نمی توان با نقاط ضعف بزرگ به مصادف صنعت پسته آمریکا رفت. از دید صنعت پسته کشور، به دوش کشیدن بیماری هلندی در اقتصاد کلان، بازدهی پایین تولید و بجای ماندن در حل مسئله آفلاتوکسین، هر کدام به تنهایی در مرحله اشباع بازار برای نابودی صنعت پسته ایران کافی است.

نتیجه گیری

صعود شرکت پارامونت به قله صنعت پسته در جهان تاکنون موجب افزایش قیمت جهانی پسته و همگام با منافع باغدار ایرانی بوده است. این شرکت با صرف هزینه های کلان، در حال توسعه بازار جهانی پسته و حفظ جایگاه آن به عنوان یک آجیل ممتاز می باشد. تعیین قیمت بالا بر روی محصول باغداران کالیفرنیا، جلوی ارزان فروشی رقبای آمریکایی در بازارهای جهانی را گرفته است. در حال حاضر بیشترین سهم درآمد از صنعت پسته کالیفرنیا نصیب باغداران می گردد. همین واقعیت، موجب سرازیر شدن سرمایه های کلان در بخش باغداری پسته و توسعه سطح زیر کشت گشته است. این افزایش تولید، خود توسعه بازار را می طلبد که شرکت پارامونت به خوبی این مهم را به عهده گرفته است.

اما این دوران خوش، زمانی با اشباع بازار جهانی به سر خواهد رسید. از آن پس می توان تصور کرد که دست اندازی به سهم ایران از بازار جهانی تنها راه توسعه برای صنعت پسته آمریکا باشد. هر قدر که رقیب نسبت به ما دارای امتیازات بیشتر و نقاط ضعف کمتر باشد امکان پیروزی او بیشتر خواهد بود. آیا صنعت پسته ایران و دولتمردان ما درایت لازم برای حل معضلات پیش رو و پایه گذاری یک صنعت قوی برای آینده نه چندان دور را دارند؟ آیا گروه هایی که با تحلیل عمیق اقتصادی و اجتماعی، به دور از سیاست کاری های روزمره بتوانند برنامه راهبردی طولانی مدت را پایه ریزی کنند، در این شرایط امکان پیدایش و تعالی دارند؟ نقش انجمن پسته ایران در این میان چیست؟ ندای "هل من ناصر ینصرنی" را که پاسخ خواهد گفت؟

و دوره های پیش رو، توجه ویژه گردد. روند سیاستگذاری کنونی شرکت پارامونت و تغییرات احتمالی آن در آینده می تواند در دو دوره مختلف مورد موشکافی قرار گیرد:

۱. دوره فعلی که به نظر می رسد دست کم یک دهه به طول انجامد، مرحله فزونی تقاضا بر عرضه در بازار جهانی می باشد. در این مرحله به خاطر کاهش محصول استان کرمان و حداکثر جبران این کمبود در استانهای پسته خیز دیگر کشور، تولید ایران بین دویست هزار تا سیصد هزار تن در سال در نوسان خواهد بود. در این مرحله، قیمت های بالای جهانی پسته فضا را برای گسترش فعالیت شرکت پارامونت مهیا نموده و این شرکت به خاطر دستیابی به حداکثر سود می تواند قسمتی از درآمد هنگفت خود را صرف سرمایه گذاری و تبلیغ در کشورهای مصرف کننده و توسعه مصرف بنماید. این پدیده، طی سه سال اخیر در حال وقوع بوده و منجر به باز شدن و توسعه بازارهای جدید پسته گشته است. به عنوان مثال، تعداد کشورهای خریدار پسته ایران در سنوات اخیر به بیش از هفتاد کشور رسیده است که بسیاری از آنها مرهون بازار گشایی پارامونت می باشد. نگارنده بر این باور است تا زمانی که تقاضا بر عرضه پیشی داشته باشد، مرحله فعلی ادامه یافته و فعالیت های شرکت پارامونت، هم سو با منافع باغدار ایرانی و مجموعه صنعت پسته ایران خواهد بود.

در این مرحله، تخریب چهره پسته ایران در هر بازار می تواند، بدون آنکه آمریکا امکان جایگزینی آنرا داشته باشد، موجب کاهش مصرف پسته در آن بازار شود. در سال های اخیر، این روند دو مرتبه توسط آمریکا تجربه شده است: کاهش شدید مصرف پسته ایران در بازارهای اروپا و ژاپن و ناتوانی صنعت پسته آمریکا به پر کردن این فضای خالی.

از فرصتی که این مرحله انشاءالله طولانی در اختیار صنعت پسته ایران می گذارد باید به نحو احسن استفاده نمود تا پایه باغداری و صنعت پسته ایران را به آن حد تقویت کرد که بتواند رقابت سهمگین مرحله بعد را به سرانجام رساند. حل چالش های فراروی صنعت پسته ایران یعنی بحران آب، آثار مخرب خرده مالکی و تقسیم باغات به قطعات کوچکتر غیراقتصادی، هزینه تمام شده بالا ناشی از کاهش بهره وری و از همه مهمتر معضل آلودگی به آفلاتوکسین، ضروری ترین برنامه هایی است که باید در این فرصت، مجدانه پیگیری گردد. توسعه کشت پسته در واحدهای بزرگ در مناطق مستعد و دارای آب کافی چه به صورت مالکیت فردی و چه به صورت مالکیت گروهی، می تواند اصلی ترین بخش روش حل این سه گرفتاری باشد.

معضل دیگری که تمام صادرات ایران را در حال حاضر تهدید می کند بیماری هلندی در اقتصاد ایران است؛ یعنی رقابت مخرب دلارهای کم هزینه نفتی و گازی با دلارهای پر هزینه بخش صادرات غیر نفتی. شاید این درد خود ساخته در دهه آینده به برکت کاهش تولید نفت بطور ناخواسته شفاف یافته و راه را برای توسعه کشاورزی، تولید و صادرات پسته مجدداً هموار سازد.

در چند سال اخیر دو واقعه تأثیر به سزایی بر بازار جهانی پسته داشته و اثرات آن بر بازار پسته ایران سایه افکنده است:

۱. کاشت باغات جدید پسته در ایالت کالیفرنیا و اخیراً در ایالت آریزونا بیش از پیش در حال توسعه بوده و تولید پسته آمریکا در حال پیشی گرفتن از تولید پسته ایران می باشد. حدود ۷۰ درصد این تولید روز افزون، تحت کنترل یا نفوذ یک شرکت با نام پارامونت قرار دارد. این شرکت، پسته را تولید، برداشت، فرآوری، برشته، بسته بندی و در فروشگاه های سراسر جهان تحت نام خود عرضه می نماید. در کنار این فعالیت، که تمام زنجیره ارزش را شامل است، شرکت پارامونت اقدام به خرید پسته تر از سایر باغداران، فرآوری آن و صادرات پسته خام فله نیز می نماید. این بخش از خرید که قریب ۳۰ درصد از تولید پسته آمریکا را تشکیل می دهد، در قیمت های بالا صورت گرفته و مانع آن می شود که سایر فرآوری کنندگان و صادرکنندگان بتوانند پسته را به قیمت ارزانتر از پارامونت عرضه کنند.

۲. بازار جهانی پسته، به خاطر رشد بی سابقه اقتصادی در کشورهای پرجمعیت در حال توسعه نظیر چین، روسیه، خاورمیانه، هند و آسیای میانه که همگی به خاطر سابقه ارتباط فرهنگی با ایران دارای شناخت تاریخی از پسته می باشند، شدیداً در حال رشد بوده و علائم پیشی گرفتن تقاضا بر عرضه کاملاً مشهود است. نباید فراموش کرد که افزایش عرضه در مقوله پسته، مستلزم یک فرآیند برنامه ریزی و سرمایه گذاری پانزده تا بیست ساله می باشد؛ در حالیکه مصرف در این بازارها سالانه در حال افزایش است. دلیل بر این مدعا، وضعیت تولید و مصرف در محصول سال ۱۳۸۹ می باشد که با وجود تولید جهانی بی سابقه بیش از ششصد هزار تن محصول در این سال، قیمت پسته در بالاترین حد رکورد تاریخی بوده و در سه ماهه آخر مانده به برداشت محصول ۱۳۹۰، بازار با کمبود عرضه و افزایش قیمت مضاعف روبرو بوده است. همچنین، محصول بی نظیر ایران در سال ۱۳۸۶ که متجاوز از دویست و هشتاد هزار تن بود طی همان سال محصولی مصرف شد و قبل از آغاز سال محصولی بعد، بازار با افزایش قیمت روبرو گشت.

روند تحولات

دو عامل تأثیرگذار فوق یعنی از یک سو اهمیت آمریکا در تولید جهانی پسته و هدایت این تولید توسط یک شرکت عظیم و معتبر و از سوی دیگر افزایش روز افزون مصرف و قیمت جهانی پسته، باعث سودآوری عظیم صنعت پسته آمریکا و بالاخص شرکت پارامونت گشته است. متأسفانه، علیرغم افزایش قیمت جهانی پسته، باغداران کشورمان به دلیل وجود بیماری هلندی در اقتصاد ایران و کاهش بهره وری باغات پسته کشور، نتوانسته اند روند سوددهی خود را یا به پای باغداران پسته کالیفرنیا حفظ کنند. در حال حاضر، این واقعیت در کنار سودآوری بی نظیر شرکت پارامونت، آن را به تأثیر گذارترین نهاد در صنعت و بازار جهانی پسته تبدیل کرده است. لازم است به این پدیده جدید و روند تأثیر آن بر بازار پسته ایران در مقطع فعلی