



ارتقای کارایی بازار داخلی و صادراتی پسته ایران

رضا صداقت

عضو هیات علمی پژوهشکده پسته، موسسه تحقیقات علوم باغبانی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی

چکیده

کشور ما در تولید و صادرات پسته تا سال ۲۰۱۰ میلادی مقام اول دنیا را داشت ولی متأسفانه از آن سال به بعد جایگاه اول نصیب کشور رقیب یعنی آمریکا گردید. بیم آن می رود تا در صورت عدم برنامه ریزی برای تولید و صادرات و نیز عدم توجه به بازار داخلی و صادراتی پسته، در سال‌های آینده مقام دوم را نیز به سایر کشورهای تولیدکننده پسته واگذار نماییم و با گذشت زمان از بازار جهانی این محصول ارزشمند حذف شویم. بنابراین برنامه ریزی برای توسعه و تقویت بازار داخلی و بازار صادراتی محصول بایستی در اولویت باشد.

مقدمه

در حال حاضر قریب به ۸۰ درصد از تولید پسته کشور ما در بازارهای جهانی و حدود ۲۰ درصد آن در بازار داخلی عرضه می گردد. با توجه به اینکه تولید پسته در دنیا رو به افزایش است و تسلط ایران بر بازار جهانی پسته رو به کاهش می رود، این خطر وجود دارد تا رقبای ایران در بازار جهانی پسته برای حذف ایران از بازار این محصول موانع بیشتری را ایجاد نمایند. این موانع می تواند موانع اقتصادی مانند تحریم، عرضه محصول رقبا با قیمت های بسیار پایین (دامپینگ)، اعمال تعرفه های بالا بر صادرات پسته ایران و یا موانع بهداشتی از قبیل سخت گیری بیش از حد در تست های مربوطه در مبادی ورودی کشورهای وارد کننده باشد. ضمن اینکه افزایش شدید هزینه های تولید در کشور ما و افزایش بهای تمام شده محصول پسته از یک طرف و عدم افزایش عملکرد در هکتار و قیمت فروش صادراتی متناسب با افزایش هزینه های تولید، خود به عنوان یک مانع اصلی در سال های آتی بر سر راه صادرات پسته ایران خواهد بود.

یافته‌ها و توصیه‌های کاربردی

- قیمت‌گذاری پسته توسط خریداران و صادر کنندگان بایستی بر مبنای کیفیت و به‌ویژه سلامت محصول متناسب با استانداردهای کیفیت و سلامت در بازارهای جهانی پسته باشد. در این صورت محصولات سالم‌تر و با کیفیت‌تر با قیمت بالاتر خریداری می‌شوند و زمینه برای تولید سالم نیز توسط باغ‌داران فراهم می‌گردد.
- باغ‌داران پسته‌کار به گونه‌ای محصول خود را به بازار عرضه کنند تا به صورت هدفمند و تدریجی در طول سال باشد که در نتیجه آن اثرگذاری آنها بر قیمت داخلی و صادراتی پسته بیشتر شده و می‌توانند محصول خود را با قیمت بهتری بفروشند و درآمد بیشتری کسب کنند. عرضه تدریجی پسته توسط باغ‌داران به بازار سبب می‌شود تا تجار و صادرکنندگان هم بتوانند برنامه‌ریزی بهتری در طول سال برای فروش داخلی و صادرات پسته داشته باشند و در نتیجه کارایی بازار داخلی و صادراتی پسته ایران بیشتر می‌گردد.
- بایستی برنامه‌ریزی علمی برای کاهش بهای تمام شده محصول پسته بعمل آید. برای این منظور کنترل تورم در سطح کلان کشور بایستی انجام شود و در صنعت پسته نیز بایستی اقدامات متنوعی توسط باغ‌داران و مدیران بخش کشاورزی مورد اهتمام قرار گیرد که از جمله آنها افزایش عملکرد در هکتار و مدیریت هزینه‌های تولید می‌باشند.
- بایستی برنامه‌ریزی برای افزایش سهم مصرف در بازار داخلی پسته از طریق روش‌های متنوع مانند فرهنگ‌سازی و تبلیغات با هدف معرفی خواص ارزشمند پسته به مصرف‌کنندگان داخلی، اصلاح شبکه توزیع پسته در بازار داخلی به طوری که قیمت پسته و فرآورده‌های جانبی و مکمل آن در بازار داخلی کاهش یافته و در نهایت توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی پسته بعمل آید.