



تحلیل وضعیت بازار پسته ایران

نشست تجاری انجمن پسته ایران
۱۰ تیرماه ۱۴۰۵



گزارش نشست تجاری

«تحلیل وضعیت بازار پسته ایران»

عصر چهارشنبه، دهم تیرماه ۱۴۰۵، نشست تخصصی کمیته بازرگانی انجمن پسته ایران، با عنوان «تحلیل وضعیت بازار پسته ایران» در اتاق بازرگانی کرمان برگزار شد. در این رویداد که با استقبال ۲۵۰ نفری (حضور و آنلاین) اعضای انجمن و علاقمندان همراه بود، پنی متشکل از امیرعلی عسگراولادی، مرتضی کارگر، محسن خندان و محسن صالحی، با مدیریت حسین مهرابی، به بررسی آخرین تحولات بازارهای صادراتی، روند تقاضا و مصرف جهانی پسته، چالش‌های پیش روی صادرات پسته ایران و چشم‌انداز قیمت و بازار پسته پرداخت. در ادامه، گزارشی از مباحث مطرح شده در این نشست را بخوانید.



وضعیت بازار جهانی پسته

بر اساس نموداری که در اجلاس سالانه اخیر شورای جهانی خشکبار ارائه شده بود، از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۶ کاربرد پسته در صنایع غذایی به طور قابل توجهی گسترش یافته است.

در مقایسه با گردو و بادام، رشد بازار پسته طی این دوره بسیار بیشتر بوده و جایگاه آن در بازار جهانی با سرعت بالایی ارتقا یافته است.

پسته همه جا هست...



Source: INC (Google Trends). Interest values represent search interest relative to the highest point on the chart for the given region and time. A value of 100 is the peak popularity for the term. A value of 50 means that the term is half as popular. A score of 0 means there was not enough data for this term.

بازار اتحادیه اروپا



حسین مهرابی با اشاره به آمار ارائه شده در اجلاس شورای جهانی خشکبار بیان کرد که با وجود تخمین مصرف حدود ۲۰۰ هزار تن پسته در اروپا تا پایان سال تجاری فعلی، سهم پسته ایران از این بازار به حدود ۵ درصد محدود شده است؛ در حالی که ایران در دهه ۹۰ میلادی حتی تا حدود ۹۰ هزار تن پسته به این بازار صادر می کرد.

این پرسش مطرح شد که آیا بازار اروپا برای ایران ازدست رفته است یا امکان بازگشت به آن وجود دارد.

امیرعلی عسگراولادی در پاسخ، مهم ترین موانع حضور پسته ایران در اتحادیه اروپا را در دو بخش «بهداشتی» و «تجاری» دسته بندی کرد. به گفته وی، سه چالش اصلی بهداشتی عبارتند از:

- آفات توکسین؛
- باقی مانده سموم؛
- آلودگی های میکروبی.

وی اظهار کرد امکان توسعه سهم ایران در بازار اروپا منوط به بهبود قابل توجه ریسک های بهداشتی پسته ایران است. او همچنین افزود که از نظر تجاری نیز واردکنندگان اروپایی معمولاً قراردادهای بلندمدت حجم دار با قیمت و کیفیت ثابت منعقد می کنند، در حالی که ارائه چنین شرایطی از سوی صادرکنندگان ایرانی بسیار دشوار است.

بازار چین



حسین مهرابی با اشاره به کاهش سهم صادرات ایران به چین از ۲۲ درصد طی نُه ماه سال تجاری قبل به ۷ درصد در دوره مشابه امسال، درباره دلایل این کاهش و همچنین اُفت مصرف پسته در چین سؤال کرد.

محسن صالحی علت این موضوع را افزایش قیمت پسته ایران، کاهش عرضه در ادامه فصل و رقابت با پسته آمریکایی دانست. به گفته وی، بازار چین بسیار به قیمت حساس بوده و داغ شدن بازار مغز در دنیا باعث گران تر شدن پسته ایرانی نسبت به رقیب کالیفرنایی در انس مشابه شده است. بنابراین، اختلاف قیمت میان پسته ایران و آمریکا باعث شده اغلب خریداران چینی به سمت خرید این محصول بروند.

وی همچنین از تغییر سریع الگوی مصرف در چین و تمایل کارخانه‌های چینی بیش از گذشته به خرید مغز پسته برای تولید محصولات فرآوری شده خبر داد.

محسن خندان نیز بازار چین را بازاری قیمت‌محور توصیف کرد و گفت در سال‌هایی که قیمت پسته افزایش پیدا می‌کند، میزان مصرف کاهش می‌یابد. وی توضیح داد که بخش مهمی از مصرف پسته در چین در بسته‌های هدیه انجام می‌شود و با افزایش قیمت، سهم پسته در این بسته‌ها کاهش یافته و با سایر خشکبار جایگزین می‌شود.

وی همچنین علت کاهش خرید چین از ایران را شیوه فروش دانست و اظهار کرد که صادرکنندگان آمریکایی از ماه‌ها قبل قراردادهای بلندمدت با قیمت ثابت منعقد می‌کنند، در حالی که در ایران چنین رویه‌ای کمتر وجود دارد.

بازار هند

مرتضی کارگر بازار هند را بازاری کیفیت‌محور توصیف کرد و اظهار داشت که خریداران هندی اهمیت بسیار زیادی به کیفیت ظاهری پسته، از جمله رنگ و اندازه آن، می‌دهند.

به گفته وی، هند هنوز به ظرفیت واقعی مصرف پسته خود نرسیده و در صورت توسعه شبکه‌های توزیع و فروشگاه‌های زنجیره‌ای، امکان افزایش قابل توجه مصرف در این کشور وجود دارد.

وی همچنین تأکید کرد که ایران به تنهایی توان تأمین چنین بازاری را ندارد و حضور آمریکا در این بازار اجتناب‌ناپذیر است.

بازار روسیه

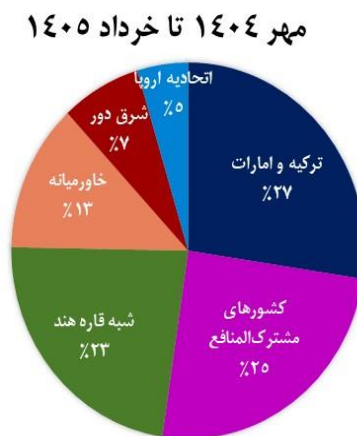
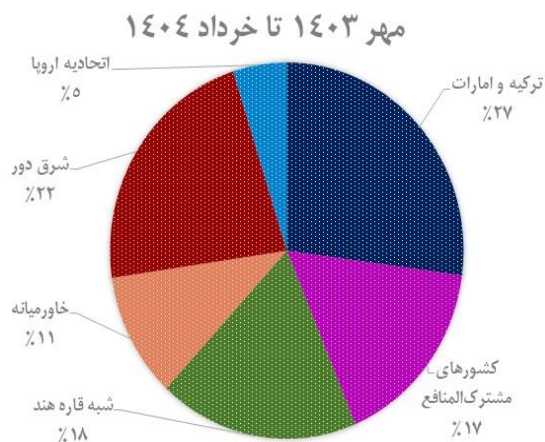
در ادامه نشست، موضوع رشد صادرات ایران به روسیه مطرح شد. محسن خندان توضیح داد که سخت‌گیری دولت روسیه نسبت به ورود کالا از مسیرهای غیرمستقیم (کشورهای مشترک‌المنافع) باعث کاهش تجارت غیررسمی و افزایش سهم صادرات مستقیم ایران به این بازار شده است.

ایران به دلیل امکان صادرات مستقیم و قانونی، در شرایط جدید موقعیت بهتری نسبت به صنعت پسته کالیفرنیا در این بازار پیدا کرده است.



بازارهای اصلی صادرات پسته ایران

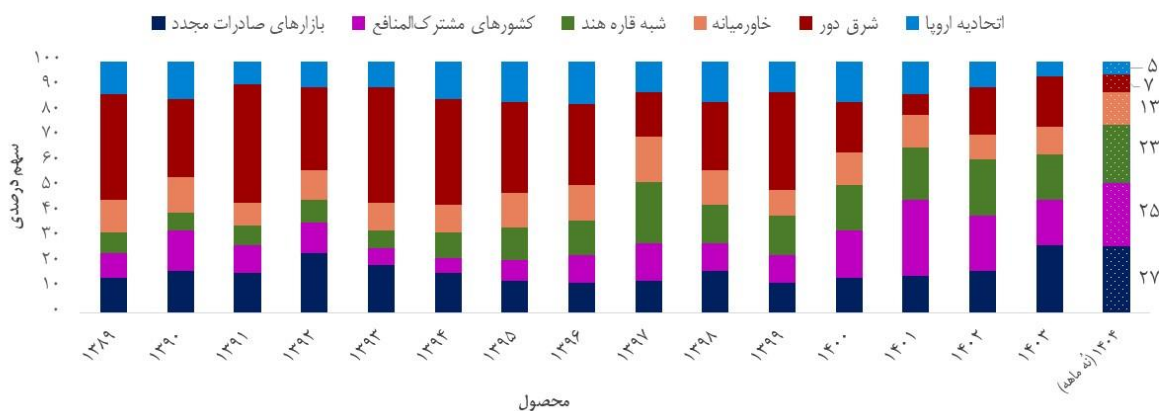
مقاصد اصلی صادراتی پسته ایران (معادل خشک در پوست)



منبع: انجمن پسته ایران

5

صادرات پسته ایران به تفکیک بازارهای اصلی



Source: Iran Pistachio Association

6



روند در حال رشد بازار مغز پسته

امیرعلی عسگراولادی برتری ایران در بازار جهانی مغز پسته را ناشی از چند عامل دانست؛ از جمله درصد بالاتر پسته دهان‌بست، تجربه بیشتر صنعت فرآوری و هزینه‌های پایین‌تر فرآوری در ایران.

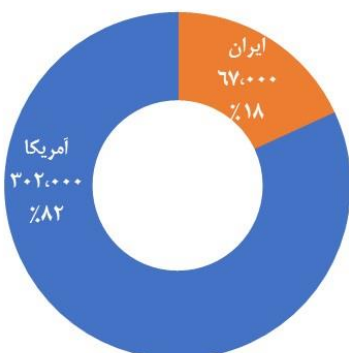
محسن صالحی نیز تغییر الگوی مصرف در چین و سایر کشورها را عامل اصلی افزایش تقاضا برای مغز پسته عنوان کرد و گفت کارخانه‌ها ترجیح می‌دهند به جای فروش پسته خندان، از مغز پسته در تولید بستنی، شکلات، شیرینی، مربا و سایر محصولات استفاده کنند.

یکی از محورهای اصلی نشست، رشد بازار جهانی مغز پسته بود.

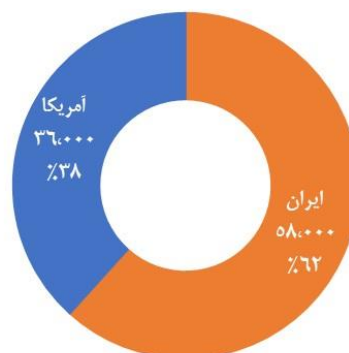
حسین مهرابی با اشاره به آمار صادرات بیان کرد که ایران ۶۲ درصد از صادرات جهانی مغز پسته را در اختیار دارد، درحالی‌که در بازار پسته خندان آمریکا پیشرو است و سهم آن به حدود ۸۲ درصد می‌رسد.

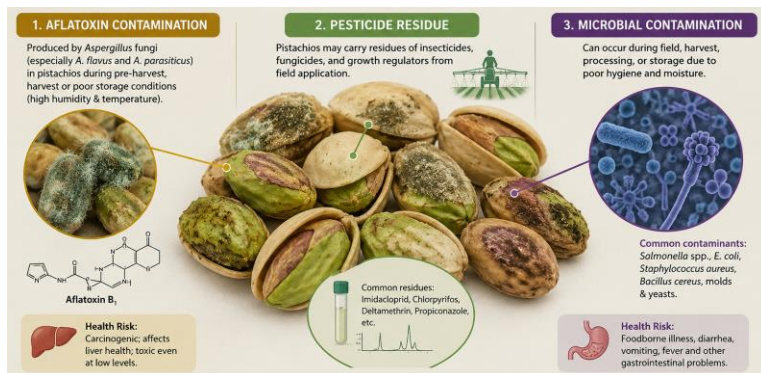
مقایسه سهم صادرات مغز پسته و پسته خندان ایران و آمریکا (مهر ۱۴۰۴ تا خرداد ۱۴۰۵ - معادل خشک در پوست)

پسته خندان



مغز پسته





مسائل بهداشتی

حسین مهرابی نیز با اشاره به حادثه ممنوعیت واردات پسته ایران به کانادا به علت آلودگی سالمونلا، هشدار داد که در صورت ادامه بی‌توجهی به کیفیت مغز پسته صادراتی، از آنجا که این محصول بر خلاف پسته خندان، در خیلی از موارد مصرف به صورت خام استفاده می‌شود، امکان بروز مشکلات مشابه در سایر بازارها نیز وجود دارد. به اعتقاد وی، این موضوع یکی از دغدغه‌های مهم پیش روی صنعت پسته ایران است.

محسن خندان نیز نمونه‌ای از برگشت خوردن یک محموله مغز پسته ایران در چین به دلیل بالا بودن میزان افلاتوکسین را بیان کرد.

بخش قابل‌توجهی از نشست به مسائل بهداشتی پسته ایران اختصاص داشت. امیرعلی عسگراولادی تأکید کرد که در بازار اروپا رعایت استانداردهای بهداشتی، به‌ویژه در زمینه افلاتوکسین، باقی‌مانده سموم و آلودگی‌های میکروبی، اهمیت بسیار زیادی دارد.

وی درعین‌حال اشاره کرد که در برخی کاربردهای غیرخوراکی، مانند صنایع آرایشی و بهداشتی، حساسیت نسبت به این موضوعات بسیار کمتر است.

چشم‌انداز قیمت پسته

در بخش پایانی نشست، اعضای پنل درباره روند تغییرات قیمت پسته دیدگاه‌های خود را مطرح کردند.

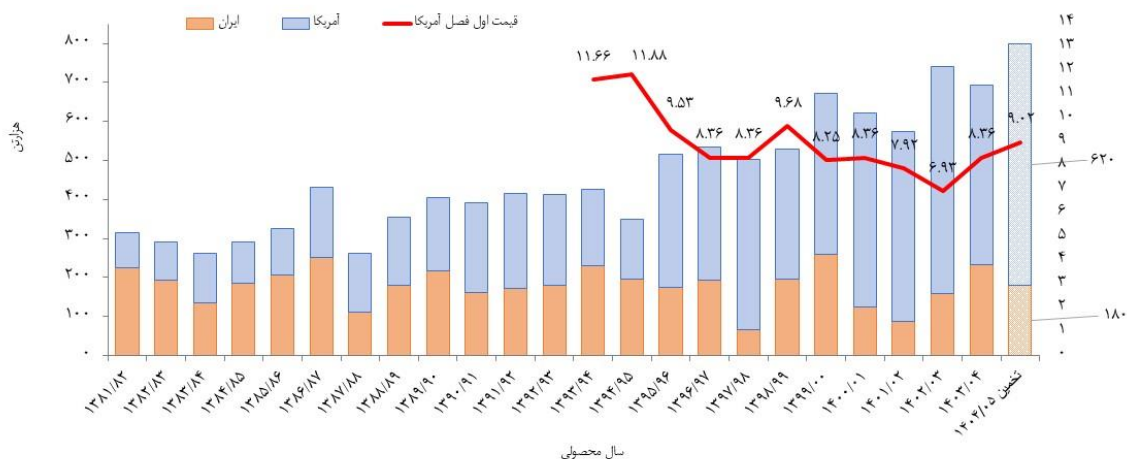
محسن خندان اظهار کرد که بازار، بخش عمده اثر کاهش تولید سال آینده را از چند ماه قبل در قیمت‌ها لحاظ کرده است و رفتار تولیدکنندگان بزرگ آمریکا نقش تعیین‌کننده‌ای در قیمت‌های جهانی خواهد داشت.

امیرعلی عسگراولادی نیز افزایش هزینه‌های تولید، تورم داخلی و تبدیل شدن پسته به کالایی سرمایه‌ای در ایران را از عوامل رشد بیش از انتظار قیمت در داخل دانست و پیش‌بینی کرد قیمت جهانی پسته در کوتاه‌مدت در محدوده ۹ تا ۱۰ دلار باقی بماند.

مرتضی کارگر نیز معتقد بود افزایش قیمت بسیاری از کالاهای کشاورزی و شرایط عمومی بازار، موجب شده پسته نیز از این روند تبعیت کند.

محسن صالحی درباره بازار چین پیش‌بینی کرد که احتمالاً خریداران چینی در ابتدای فصل برداشت محصول جدید، خرید خود را به تعویق خواهند انداخت، اما در صورت کاهش نیافتن قیمت، ناچار به خرید در ادامه فصل خواهند شد.

کل فروش پسته ایران و آمریکا (مصرف داخل + صادرات) معادل خشک در پوست



منبع: انجمن پسته ایران و کمیته اجرایی پسته آمریکا (ACP)

17



مشاهده در آپارات

از طریق اسکن کد کیوآر یا
لینک زیر به تماشای این
نشست بنشینید:



<https://www.aparat.com/v/mxk1876>

جمع بندی

در این نشست، مهم‌ترین موضوعات مورد بحث شامل وضعیت بازارهای صادراتی، روند رو به رشد صادرات مغز پسته ایران، مسائل بهداشتی و عوامل مؤثر بر قیمت بود. اعضای پنل ضمن بررسی کاهش سهم ایران در برخی بازارها مانند اتحادیه اروپا و چین، به فرصت‌های توسعه صادرات در بازارهایی مانند روسیه و هند پرداختند. همچنین بر مزیت‌های ایران در تولید و صادرات مغز پسته، تغییر الگوی مصرف و گسترش کاربردهای صنعتی آن تأکید شد. در بخش مسائل بهداشتی، دغدغه‌هایی مانند مایکوتوکسین‌ها، باقی‌مانده سموم و آلودگی‌های میکروبی و تأثیر احتمالی آن‌ها بر صادرات پسته ایران مطرح شد. در پایان نیز عوامل مؤثر بر قیمت بررسی شد و دیدگاه غالب پنل این بود که کاهش عرضه، عامل اصلی افزایش قیمت بوده و در کوتاه‌مدت انتظار کاهش قابل توجه قیمت دلاری وجود ندارد.