

تحلیل عرضه و تقاضای پسته در بازارهای جهانی

۳۰ سال اخیر اروپا و چین بوده اند. در مقاله پیش رو تحولات این دو بازار از دیدگاهی واحد که مجموع صادرات ایران و آمریکا را مدنظر قرار داده تحلیل شده است. برای تحلیل از این دیدگاه، یک تولید کننده مجازی که به عنوان تنها عرضه کننده پسته در بازار جهانی حضور دارد در نظر گرفته شده است. تولید کننده مجازی در این پژوهش «امیر» نام دارد که از دید تولید، انبارداری و مصرف داخل و صادرات، مجموع آمار ایران و آمریکا را در بر می گیرد. به عنوان مثال، مصرف داخلی «امیر» از محصول سال ۱۳۹۳ عدد ۱۰۰ هزار و ۵۰۰ تن است که این عدد جمع مصرف داخلی ایران و آمریکا در سال فروش محصول ۱۳۹۳ است.

مهدی آگاه، ابوالفضل زارع نظری

یکی از ویژگی های خاص پسته در بین مغزیات آجیلی این است که عرضه آن در بازار بین المللی فقط توسط دو کشور ایران و آمریکا انجام می شود. کشورهای دیگر نظیر ترکیه، سوریه، یونان، افغانستان، استرالیا، ایتالیا، شیلی، آرژانتین، مکزیک و تونس، پسته یا مغز پسته را به میزان های مختلف، جهت پوشش بخشی از مصرف داخلی شان عرضه می کنند. این در حالی است که صادرات در خور اهمیتی از این کشورها صورت نمی گیرد. اگر از دیدگاه ایران و آمریکا بطور جداگانه به بازارهای عمده مصرف پسته توجه شود نتیجه ای که بدست می آید به اندازه کافی گویا نیست؛ چون سهم بازار برحسب شرایط بین دو بازار مهم مصرف پسته در دنیا، یعنی چین و کشورهای عضو اتحادیه اروپا در سال های مختلف متغیر است. بزرگترین کشورهای مصرف کننده پسته ایران و آمریکا در

۴- صادرات با مقصد چین اشاره به صادرات به کشور خلق چین بعلاوه صادرات به هنگ کن و ویتنام است. به این معنی که پسته از هنگ کنگ و ویتنام به چین صادرات مجدد می شود.

۵- در کلیه آمار عدد معادل پسته خشک در نظر گرفته شده است. لذا در بخش صادرات و مصرف داخل، آنچه بصورت مغز مصرف می شود باید پوست جدا شده آن را به عنوان اُفت در نظر گرفت. این موضوع در آمار انجمن و کمیته اجرایی پسته آمریکا منعکس است. در پسته تولید آمریکا قسمتی از اُفت مربوط به اُفت انباری ناشی از کاهش رطوبت در سیلوهای هوادهی در طول سال می باشد. برای تولید کننده مجازی امیر همه این اُفت ها زیر یک سرفصل جمع شده است.

۶- منابع همه این آمار از انجمن پسته ایران و کمیته اجرایی پسته کالیفرنیا است.

۷- شایان ذکر است که حجم پسته صادراتی به اروپا با پسته وارد شده به این کشورها اندکی اختلاف دارد؛ چون بخشی از پسته صادراتی در گمرکات این کشورها به دلیل مشکلات مربوط به آلودگی افلاتوکسین مردود و به کشور سوم صادرات مجدد می شود.

در این بررسی برخی اصطلاحات به کار رفته بدین شرح می باشند:

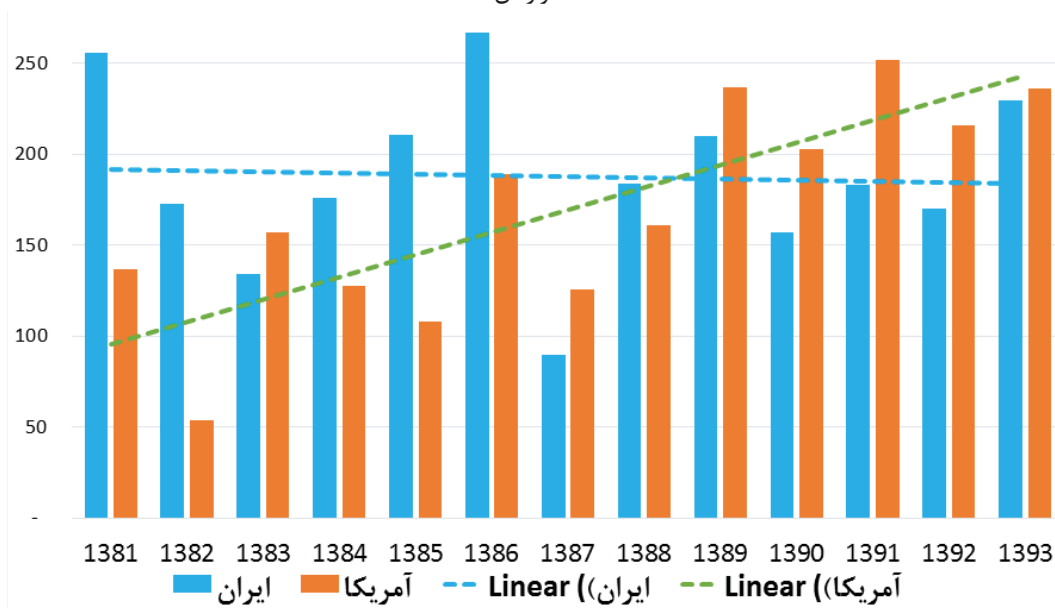
۱- سال فروش محصول: از برداشت محصول مهر (سپتامبر) شروع و در شهریور (اگوست) سال تقویمی بعد خاتمه می یابد. به عنوان مثال: هم اکنون که اسفند سال ۱۳۹۴ است در سال فروش محصول سال ۹۴ هستیم. که این سال با فرض برداشت محصول در مهرماه ۱۳۹۴ آغاز و با انتقال مانده محصول ۱۳۹۴ در روز ۳۱ شهریور ۱۳۹۵ خاتمه می یابد. سال فروش در آمریکا از اول سپتامبر آغاز و انتهای ماه اگوست پایان می پذیرد. این درحالی است که سال فروش در ایران و آمریکا به اندازه ۲۰ روز عدم انطباق دارد. نظر به این که آمار تحلیل شده در این گزارش بصورت سالانه مقایسه شده اند، این مغایرت تأثیر ناچیزی بر آمار دارد.

۲- پسته در دسترس در آغاز سال فروش محصول: جمع باقیمانده در انبار در پایان سال فروش محصول قبل بعلاوه تولید در سال جاری است.

۳- در این گزارش بازار اروپا شامل کلیه کشورهای اروپایی به جز روسیه است.

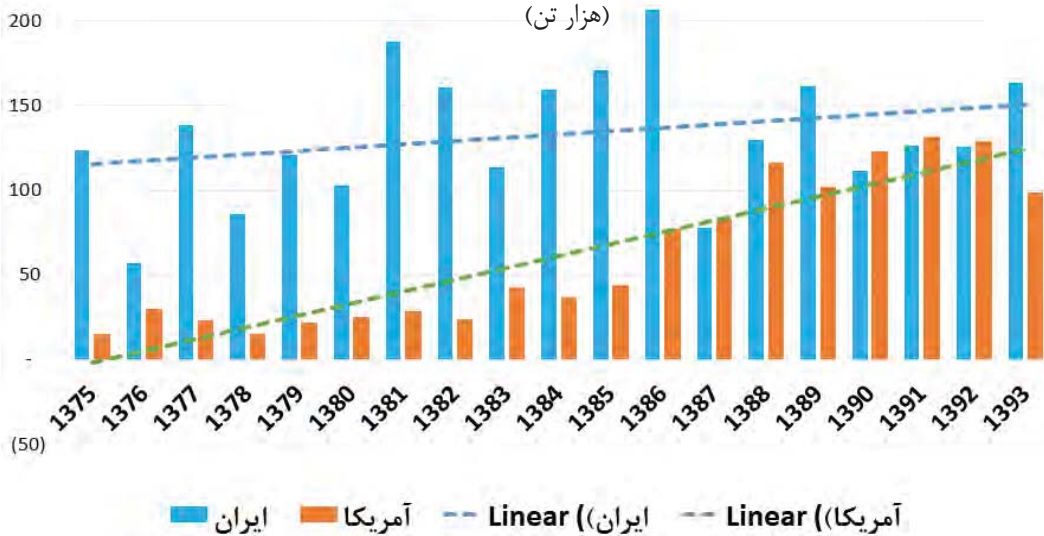
آمار کلی تولید، صادرات و مصرف داخل برای ایران و آمریکا بصورت نمودارهای جداگانه ارائه می شود:

تولید پسته ایران و آمریکا از سال ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۳ (هزار تن)



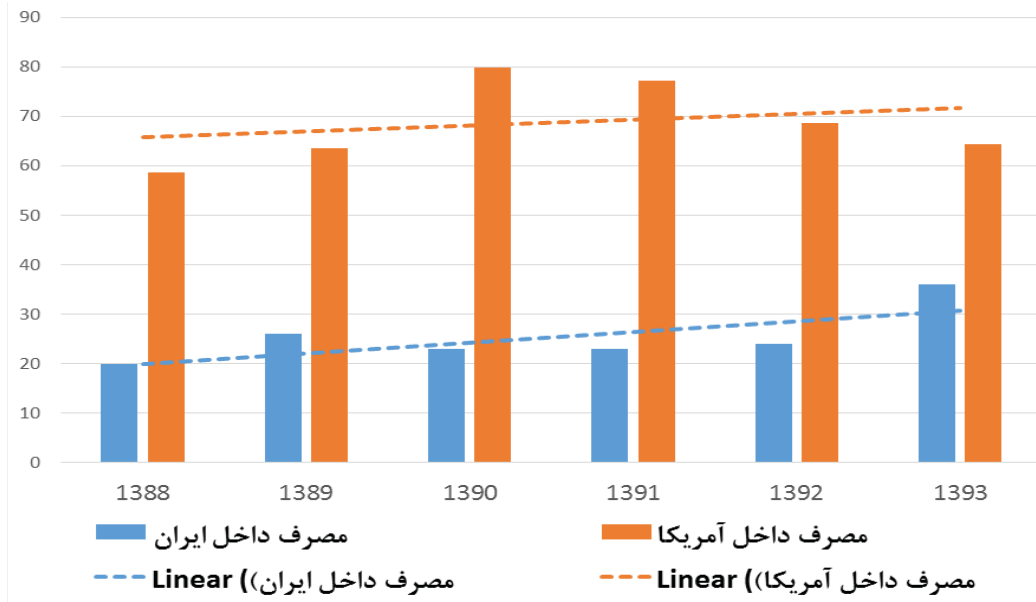
نمودار ۱- مقایسه روند تولید پسته ایران و آمریکا طی دوره ۱۳ ساله

صادرات از ایران و آمریکا از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۳ (هزار تن)



نمودار ۲- مقایسه روند صادرات پسته از ایران و آمریکا طی دوره ۱۹ ساله

مصرف داخل ایران و آمریکا از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ (هزارتن)



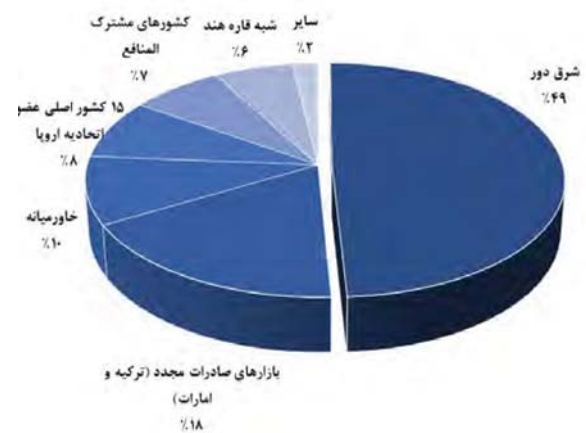
نمودار ۳- مقایسه روند مصرف پسته در داخل ایران و آمریکا طی ۶ سال اخیر

مقاصد صادراتی پسته آمریکا از محصول ۱۳۹۳ (۲۰۱۴)



نمودار ۵- سهم مقاصد صادراتی پسته آمریکا از محصول ۱۳۹۳ (۲۰۱۴)

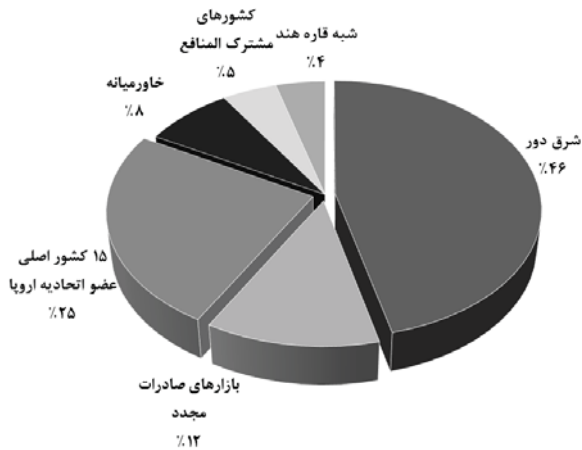
مقاصد صادراتی پسته ایران از محصول ۱۳۹۳



نمودار ۴- سهم مقاصد صادراتی پسته ایران از محصول ۱۳۹۳

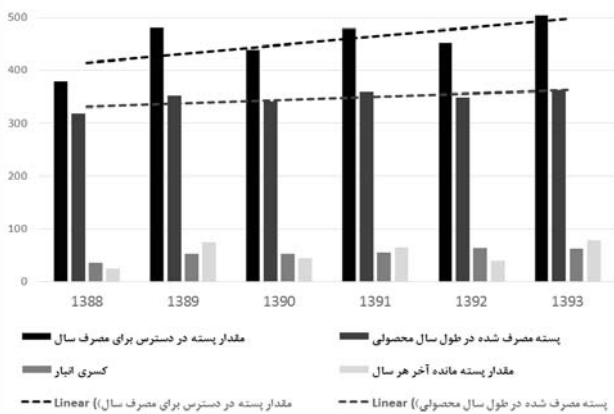
آمار ادغام شده تولید و صادر کننده مجازی امیر

مقاصد صادراتی از صادرکننده مجازی امیر از محصول ۱۳۹۳ (۲۰۱۴)

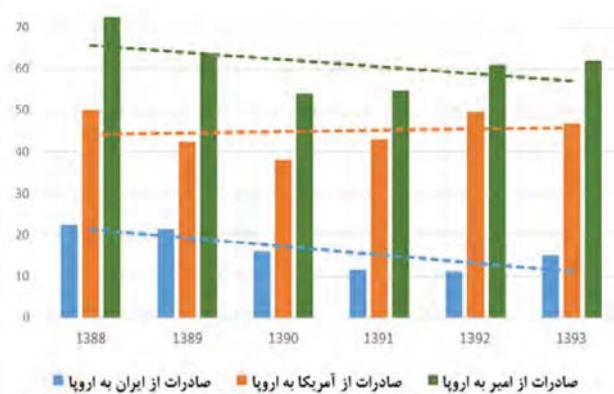


نمودار ۷- سهم مقاصد صادراتی پسته «امیر» از محصول ۱۳۹۳ (۲۰۱۴)

مقدار پسته در دسترس، مصرف شده، کسری انبار و مانده تولید کننده مجازی امیر در زمان برداشت محصول سالانه برحسب هزارتن

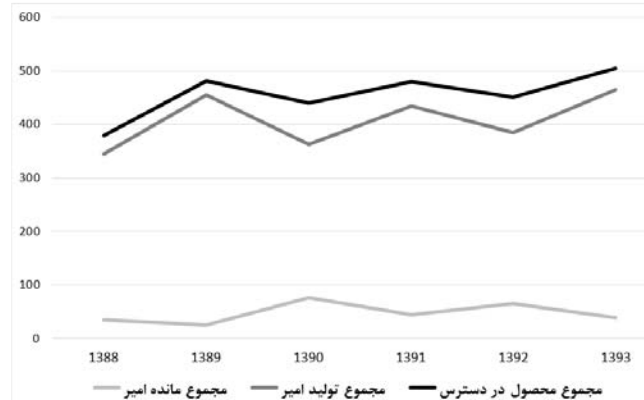


نمودار ۸- مقدار محصول در دسترس، مصرف، مانده آخر سال و کسری انبار طی ۶ سال اخیر



نمودار ۹- پسته صادر شده از «امیر»، آمریکا و ایران به کشورهای عضو اتحادیه اروپا طی ۶ سال اخیر

مجموع محصول در دسترس، تولید، مانده «امیر» از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ (۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴) (هزارتن)



نمودار ۶- تغییرات مقدار محصول در دسترس، تولید و مانده «امیر» طی ۶ سال اخیر

طی ۶ سال گذشته به طور میانگین ۴۶۰ هزار تن پسته در ابتدای هر سال برای مصرف در دسترس بوده که از این مقدار به طور میانگین ۷۵ درصد آن در همان سال به مصرف رسیده است. روند مصرف با شیب ملایمی طی این سال ها رو به افزایش بوده است (نمودار ۸).

همراه با روند افزایشی مصرف مانده انبار و کسری انبار نیز رشد اندکی را نشان می دهند که رشد کسری انبار نشانه رشد مصرف مغز در کشورهای مصرف کننده است. به طور متوسط سالانه ۶۰ هزار تن پسته از امیر به کشورهای عضو اتحادیه اروپا صادر شده است. روند کاهش صادرات از امیر به اروپا از افت حجم صادرات پسته ایران به این کشورها تبعیت می کند؛ در حالی که صادرات از آمریکا روندی ثابت داشته است (نمودار ۹).

در دوره مورد مطالعه تقریباً یک سوم از حجم صادرات پسته به اروپا مربوط به ایران و دو سوم مابقی را آمریکایی ها تأمین می کنند. شایان ذکر است که در سه سال اخیر سهم ایران به حدود یک چهارم کاهش یافته است. به طور میانگین سالانه ۱۰۰ هزار تن پسته از امیر به مقصد نهایی چین صادر می شود. از حجم کل پسته ای که سالانه به چین وارد شده، آمریکایی ها به طور میانگین ۳۵ درصد و ایران ۶۵ درصد سهم داشته است. روند صادرات پسته از امیر به مقصد نهایی چین با شیب نسبتاً تندی در حال افزایش بوده است؛ البته در سال های اخیر با افزایش شدید قیمت پسته آمریکا سهم ایران در این بازار افزایش یافته است (نمودار ۱۰).

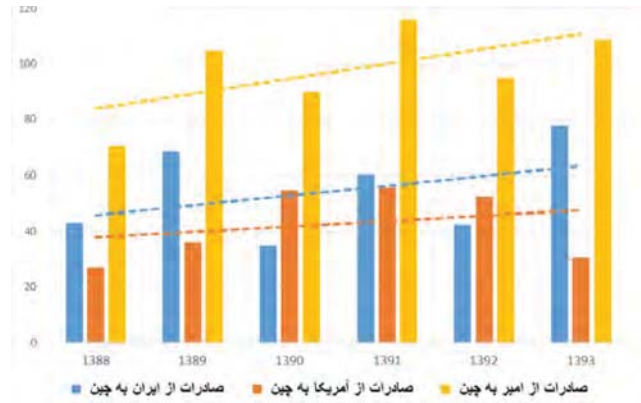
از نمودار ۱۱ نکته جالبی قابل نتیجه گیری است. ظاهراً بازرگانان چینی میزان خرید خود را در سال هایی که میزان پسته در دسترس از تولید کننده مجازی امیر بیشتر بوده است، افزایش داده اند و در سال هایی که پسته در دسترس کمتر است، کمتر خرید کرده اند.

به این معنی که تجار چینی در سال هایی که محصول در دسترس ابتدای سال بیشتر است سعی می کنند پسته را با قیمت ارزانه تری خریداری کنند و بخشی از پسته مانده در انبارهایشان را در سال کم پسته بعد و با قیمت بیشتر وارد بازار کنند.

برخلاف چین خرید پسته در اروپا ارتباط چندانی با فراوانی پسته در دسترس ندارد. به نظر می رسد آمریکایی ها که نقش بیشتری در بازار اروپا دارند با افزایش قیمت، ذائقه مشتریان اروپایی را به سمت آجیل هایی به غیر از پسته سوق داده اند (نمودار ۱۲).

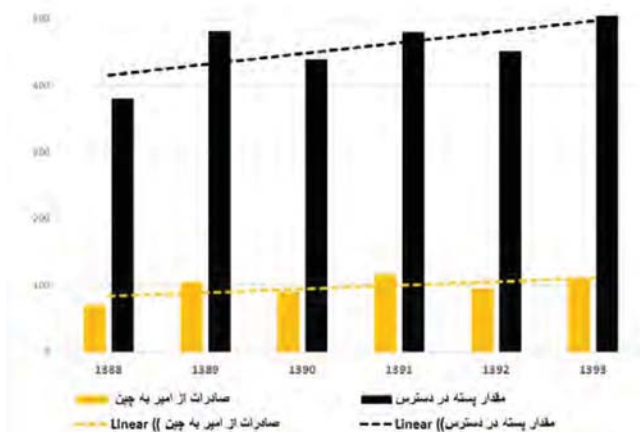
نمودار ۱۳ با وضوح بیشتری سبقت گرفتن چین از اروپا در مصرف پسته نشان می دهد. به هر حال به طور میانگین سالانه نزدیک به ۳۵ درصد از پسته ای که توسط امیر آماده فروش می شود به چین و کشورهای اروپایی صادر می شود. به علت اتکا بیشتر بازار چین به پسته ارزانه تر ایران پدیده سرریز سایر مغزیات کمتر محتمل است.

مقدار پسته صادر شده به چین (هزارتن)



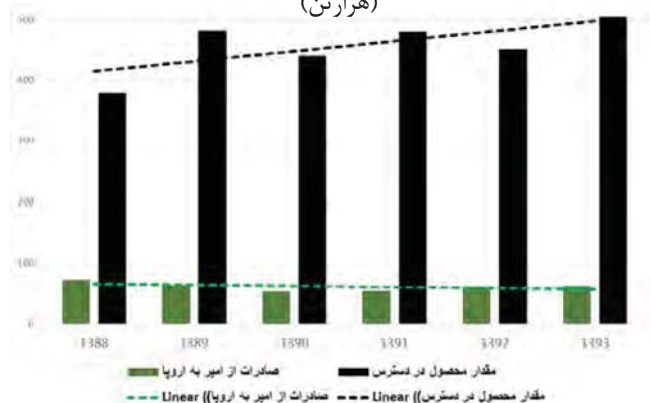
نمودار ۱۰- روند صادرات پسته از «امیر»، ایران و آمریکا به هدف نهایی چین طی سال های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳

صادرات از «امیر» به چین و مقدار محصول در دسترس اول هر سال (هزارتن)



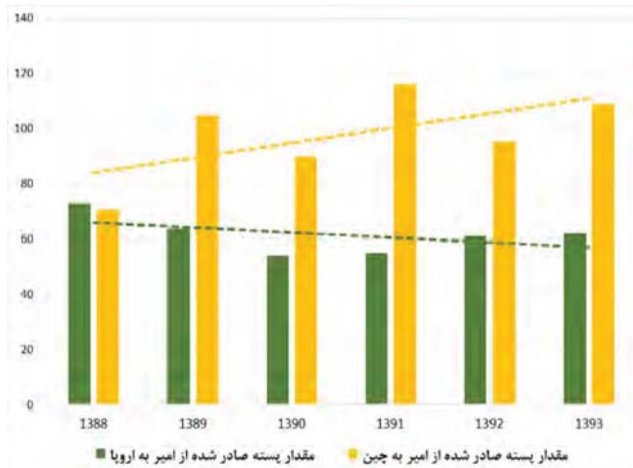
نمودار ۱۱- میزان واردات پسته به چین در تناسب با میزان پسته در دسترس اول هر سال است

صادرات از «امیر» به اروپا و مقدار محصول در دسترس اول هر سال (هزارتن)



نمودار ۱۲- مقدار صادرات از «امیر» به اروپا و مقدار پسته در دسترس طی ۶ سال اخیر

مقایسه روند صادرات پسته از «امیر» به اروپا و چین (هزارتن)



نمودار ۱۳- روند صادرات از «امیر» به مقصد نهایی چین و اروپا طی ۶ سال اخیر