

واکاوی تاریخچه تولید و مصرف مغز سبز پسته در گفت‌وگو با مهدی آگاه

زمرد پسته ایران

(قسمت آخر)

موادش هم بهترین کیفیت را دارند. جدا از سابقه چندصد ساله مصرف مغز سبز در غذاهای گران‌قیمت، در آلمان که غذای لوکس می‌خورند و پول‌دار هستند، داستان مغز سبز در واقع این است؛ نه فقط در کالباس، بلکه در هر جای دیگری که مغز سبز مصرف می‌شود بیشتر برای تزئین و وجهه بخشیدن به آن محصول است؛ به این معنی که من هستم، نه اینکه چه مزه‌ای دارم! مغز سبز هیچ مزه‌ای ندارد که شما در کالباس آلمانی آن را تشخیص بدهید، فقط به آن کالباس وجهه می‌دهد و به معنی لوکس بودن کالباس می‌شود.

طی ۶ سال گذشته صادرات مغز سبز به ۴۸ کشور دنیا انجام شده، اما تنها ۲۵ درصد از این کشورها هر سال مقصد صادرات بوده‌اند. این موضوع به چه بر می‌گردد؟

به بازاریابی ایرانی‌ها برمی‌گردد. ایرانی‌ها سعی می‌کنند به هر جایی که می‌شود مغز سبز بفروشند، ولی همه این مقاصد صادراتی استعداد مصرف مغز سبز گران‌قیمت را ندارند و سال‌های بعد نمی‌خرند. اما به کشوری مثل ژاپن همه ساله مقداری صادر می‌شود.

قدمت بازار ژاپن به اندازه آلمان است؟

خیر، آلمان ۸۰۰ سال است که مصرف‌کننده مغز سبز است، ژاپن حداکثر ۲۰ سال است که مغز سبز مصرف می‌کند. در مورد پسته آجیلی برعکس است. مصرف در ژاپن از آلمان ۱۰ سال بیشتر سابقه دارد.

موارد مصرف در آلمان با ژاپن فرق دارد؟

بله، مصرف ژاپن فقط در کیک و شیرینی و به صورت خرد شده روی غذاهای لوکس رستوران‌ها است، اما در آلمان به صورت درسته داخل سوسیس و کالباس مصرف می‌شود یا برای بستنی آن را پودر می‌کنند. ژاپن بستنی و کالباس با مغز سبز ندارد.

در ۶ سال گذشته سهم کشورهای مثل ترکیه و امارات از واردات مغز سبز ایران از ۱۳ درصد ناگهان به ۲۴ درصد رسیده است. دلیل این موضوع چیست؟ آیا بازار صادرات مجدد هستند یا خودشان هم مصرف‌کننده هستند؟

خودشان حتی یک کیلو مغز سبز را هم مصرف نمی‌کنند. بازارهای صادرات مجدد هستند. از آنچه به دویی می‌رود، قسمتی به هند صادر می‌شود. هندی‌ها مغز سبز را با پوست، خرد کرده و مصرف می‌کنند. مورد مصرف هم در شیرینی‌جات است. ترک‌ها هم خودشان کارگاه‌های بزرگ با تمام امکانات برای تولید مغز سبز دارند، اما بعضی سال‌ها از ایران می‌خرند. بعضی سال‌ها هم خودشان کال می‌چینند. بستگی دارد به لحاظ ارز چطور برایشان صرف کند. امسال که محصول پسته ایران به طور خاص ناچیز بوده است، احتمال دارد که مغز کال از ترکیه برای صادرات مجدد به ایران وارد شود.

در ماهنامه پیشین دنیای پسته (شماره ۳۰)، قسمت اول گفت‌وگو با مهدی آگاه در مورد تاریخچه تولید مغز سبز پسته، تحت عنوان «زمرد پسته ایران» به چاپ رسید. در این شماره، قسمت آخر این گفت‌وگو که عمدتاً وضعیت طرف تقاضای این محصول در آن روایت شده است را می‌خوانید.

آقای آگاه! بزرگ‌ترین بازار مغز سبز ایران کجاست؟

آلمان بزرگ‌ترین مصرف‌کننده مغز سبز ایران با اختلاف فاحش در میزان مصرف است؛ در آمریکا تا به حال کسی یک کیلو مغز سبز نه دیده و نه مصرف کرده است؛ در انگلیس هم همین‌طور. اما تا به حال حدود ۷۰ درصد مغز سبز تولید شده در آلمان مصرف شده است، ۲۰ درصد به فرانسه می‌رود، ۱۰ درصد هم به سایر مقاصد اروپایی صادر می‌شود.

دلیل محبوبیت مغز سبز در آلمان چیست؟

علاوه بر سابقه تاریخی آلمان در مصرف مغز سبز، لوکس بودن و گران بودن مغز سبز است که در آلمان امتیاز محسوب می‌شود. زمانی در یک نمایشگاه شرکت کرده بودم که یک رستوران‌دار معروف از پاریس آمد و گفت: من مغز کال کیلویی ۵۰ یورو می‌خرم، اما قیمت عمده فروشی آن ۲۸ یورو است. چرا شما ایرانی‌ها کاری نمی‌کنید که ما بتوانیم حدود ۳۵ یورو مستقیم از شما بخریم؟ گفتم شما که رستوران‌دار هستید چه اصراری دارید کالای ۵۰ یورویی بخرید؟ گفت عده‌ای هستند که می‌دانند مغز سبز پسته خیلی گران است، اگر آن را در کالباس یا گوشت یا غذاهای دیگر ببینند، می‌گویند حتماً این گوشت هم خوب است، چون قیمت آن مغز چند برابر قیمت گوشت بوده است. پس طرف می‌گوید کالباسی که مغز سبز داخلش باشد، حتماً مابقی



فرانسوی‌ها که آشپزهای معروفی هستند، چرا مغز سبز خیلی به فرانسه نرفته است؟

زیرا پسته را اگر برشته نکنید، کالای بامزه‌ای نیست. فرانسوی‌ها بیشتر دنبال مزه و طعم غذا هستند تا ظاهر و زیبایی آن. اینکه مصرف مغز سبز در آلمان بالا است، فقط و فقط به خاطر رنگ آن است. در آلمان هیچ کالای تازه‌ای را نمی‌توانید با ترکیب رنگ‌های شیمیایی بهبود بخشیده و بفروشید. مثلاً در بستنی از پودر مغز سبز پسته برای رنگ سبز بستنی استفاده می‌شود. فقط در مواد غذایی خشک اجازه مصرف رنگ دارید. رنگ سبز هم در هیچ چیز دیگری به جز مغز سبز پسته نداریم. در ایران هم از بعضی‌ها که باقلا را به جای مغز سبز پسته می‌فروختند شکایت شد، چون خسارات عظیمی متوجه سلامت کسانی می‌شد که بیماری فاویسم (حساسیت به باقلا) داشتند.

به کدام بازارها از نظر لوکس پسند بودن و اهمیت به زیبایی مغز سبز خوشبین هستید؟

عمدتاً به همان بازارهایی که تا به حال صادر می‌شده است. مصرف می‌تواند از این هم خیلی بالاتر برود.

بعضی‌ها می‌گویند در بازار چین هم عده‌ای هستند که خیلی ثروتمندند و پسته را می‌پسندند، ولی شاید با مغز سبز آشنایی ندارند.

احتمالاً آن چینی‌ها کسانی بودند که به اروپا به خصوص آلمان سفر کرده بودند و با مغز سبز و مصرف آن آشنا شدند. چین افرادی بیشتر تا به حال جذب برندهای لوکس اروپایی در کیف و کفش و عطر بوده‌اند تا کالاهایی مثل مغز سبز پسته. چنانچه رشد این طبقه مصرف کننده ثروتمند چینی ادامه یابد، می‌توان چین را مصرف‌کننده بزرگ مغز سبز در آینده تصور کرد.

آیا قیمت مغز سبز از قیمت پسته با پوست تبعیت می‌کند؟

خیر. قیمت پسته همیشه به دلار تعیین می‌شود. سال‌های سال تنها بازار آمریکا بود و بازار صادراتی ما غیر از آمریکا هیچ جای دیگری نبود. بعد به تدریج کشورهای عربی و ژاپن اضافه شدند. باز هم حضور

اروپایی‌ها در کار نبود. قیمت پسته به دلار باقی ماند. اینکه ما پسته را به آنس و به دلار می‌شناسیم به خاطر آمریکا است که زمانی تنها مصرف کننده بود و گرانه اصلاً آنس معنی نمی‌داد و می‌بایست اندازه پسته را به گرم می‌سنجیدیم.

چند صد سال قبل از اینکه ما کار مغز سبز را شروع کنیم، قیمت مغز سبز سیسیل به مارک آلمان بود. امروز هم طبق سنت همیشگی مغز سبز پسته را به یورو (هر یورو تقریباً ۲ مارک (پول سابق آلمان) است) معامله می‌کنند و پسته را به دلار. زمانی هر یورو ۱,۴۹ دلار بود و زمانی هم ۸۰ سنت بود؛ یعنی در طول زمان، قیمت یورو به دلار ۱۰۰ درصد نوسان داشت. بنابراین موقعی که به ۸۰ سنت رسیده بود، تولید مغز سبز صرف نمی‌کرد. امروز که یورو معادل ۱,۱۷ دلار است، ممکن است نسبت به پارسال کفه به طرف مصرف مغز سبز چرخیده باشد. بنابراین، اینکه باغدار، پسته را کال بچیند یا رسیده، تا اندازه زیادی بستگی به نرخ تسعیر یورو به دلار دارد.

یعنی قدرت خرید اروپایی‌ها بهتر شد؟

قدرت خرید اروپایی‌ها چنانچه با پول ملی اروپایی‌ها (یعنی یورو) سنجیده شود، حداکثر به اندازه افزایش راندمان تولید یعنی ۱ تا ۲ درصد در سال تغییر می‌کند. اما نرخ یورو به دلار، بستگی به انتظارات بازار داشته و می‌تواند در سال ۱۰ الی ۲۰ درصد هم نوسان داشته باشد. فرض کنید نرخ یورو در یک سال نسبت به نرخ دلار افزایش یا

کاهش داشته باشد، در نتیجه قیمت نفت یا سوخت یا پسته که در بازار بین‌المللی به دلار قیمت می‌خورند، به همان میزان کاهش یا افزایش خواهد داشت.

فکر می‌کنید بازار مغز سبز تا چه حد پتانسیل داشته باشد؟

در اوج کار، مصرف اروپا به حدود ۲۵۰۰ تن در سال رسید و این زمانی بود که هر یورو بین ۱,۴۰ تا ۱,۵۰ معامله می‌شد و توجه داریم که در ایران عمدتاً وابستگی ریال به دلار است، نه به یورو. در آن زمان من حدود ۴۰۰ تن می‌فرستادم، آقای ارجمند هم حدود ۴۰۰ تن و آقای جلال‌پور هم همین حدود را می‌فرستاد؛ یعنی ۱۲۰۰ تن فقط ما سه نفر صادر می‌کردیم. الان شنیدم مصرف تا حدی پایین آمده، چون نرخ یورو به دلار افت داشته‌است.

احتمالاً اگر بشود از طریق بازارهای مجازی به مصرف کننده‌های کوچک‌تر مثل رستوران‌ها به طور مستقیم مغز سبز را فروخت، پتانسیل بازار خیلی بیشتر است. در همه کشورهای که مغز سبز توزیع می‌شود، این کالا خیلی گران به دست مصرف‌کننده می‌رسد. اگر شرکتی بود که مغز سبز را به صورت اینترنتی -پستی توزیع می‌کرد، مثل سایر کالاها که امروزه افراد با پست می‌فرستند و دیگر کسی به مغازه نمی‌رود تا آنها را بخرد، قیمت خرده فروشی به قیمت عمده فروشی مغز سبز نزدیک می‌شد و در چنین صورتی بازار مغز سبز می‌تواند تا چندین برابر رشد داشته باشد.

چه باعث شده اینقدر گران شود؟



مغز سبز از پسته کال دچار هیچ محدودیتی در عرضه نمی‌شد و تا ۱۰ برابر میزان فعلی نیز قابلیت تولید داشت.

آیا هزینه تولید مغز سبز نسبت به پسته با پوست کمتر است؟

بله، برای باغدار خیلی کمتر است، چون زودتر می‌چیند.

منظورم فرآوری و تشکیلات تولید آن است؛ یعنی چیزی که به عنوان ماده نهایی مغز سبز است.

چطور می‌توان هزینه تولید و فرآوری دو کالایی را با هم مقایسه کرد که قیمت یکی از آنها در بازار سه برابر دیگری است؟! حتماً هزینه‌های تولید کالای گران‌تر بیشتر از کالای ارزان‌تر بوده، وگرنه همه سراغ تولید مغز سبز می‌رفتند. به طور مثال، فرآوری مغز سبز پسته در وضعیت فعلی به رنگ‌بندی با چشم و نیروی کار انسانی نیاز دارد. حال آنکه پسته خندان چنین هزینه‌ای ندارد. به طور مثال، کارگاهی که سالانه ۴۰۰ تن مغز سبز تولید می‌کند، برای انجام مراحل مختلف تقریباً ۲۰۰ کارگر را در تمام طول سال مشغول نگه می‌دارد، برخلاف فرآوری پسته خندان که با یک دهم آن نیروی انسانی می‌توان فرآوری نمود.

چرا تولید این محصول کم است؟

چون این کالا یک بازار سنتی داشته است که از ۴۰۰ تن طی سال‌های متمادی با مغز سبز پسته ایران و ترکیه به ۲۵۰۰ تن افزایش یافت که نسبت به میزان تولید پسته عدد کمی است. انقلابی در شیوه توزیع و بازاریابی نیاز است تا با ایجاد بازار بتوان تولید را افزایش داد.

گفته می‌شود عده‌ای وارد این بازار شدند، اما نتوانستند ادامه دهند.

دلیل آن چه بوده؟

دو عامل در شکست افراد در بازار مغز سبز مؤثر بوده است؛ ۱- محدودیت بازار در کشوری خاص و خریداران معدود؛ که این مورد نیاز به انقلابی در بازاریابی و نحوه عرضه به مصرف‌کنندگان خرد دارد.

۲- محدودیت تولید مغز سبز بدون باقیمانده سموم؛ که نیاز به تحولی در مبارزه غیرشیمیایی با آفات نباتی دارد.

به تولیدکنندگان کالباس می‌گفتند علاوه بر ادویه، مغز سبز پسته هم خودمان به شما می‌دهیم. این که بگویند خودمان مغز سبز شما را تأمین می‌کنیم، خیلی در اروپا ارزش دارد، چون در آنجا خرده‌فروشی مسئله است، هزینه دارد. بنابراین، اگر کسی از ایران یا از جایی نزدیک اروپا، شروع به توزیع اینترنتی مغز سبز به خریدارهایی در اروپا کند، به نظرم کارش خیلی خیلی می‌گیرد.

اینکه مغز سبز زود برداشت می‌شود، آیا ریسک مربوط به افلاتوکسین را هم پایین می‌آورد؟

بسیار زیاد. من که هیچ وقت با مسئله افلاتوکسین در مغز سبز روبه‌رو نبودم. قبل از اینکه پسته‌ها تزک بخورند و خندان یا زودخندان شوند، از درخت چیده می‌شوند، پس مسئله افلاتوکسین ندارند؛ مگر اینکه کسی با مغز پسته روآبی آن را مخلوط کرده باشد؛ وگرنه خود مغز کال نمی‌تواند افلاتوکسین داشته باشد.

الان معضل اصلی مغز سبز، باقیمانده سموم است. آقای جهانگیر ارجمند یا خیلی‌های دیگر، تا مطمئن نشوند و تا گواهی اروپایی روی آن نگیرند، خرید نمی‌کنند.

طبق صحبت‌های شما عرضه هم کم است.

بله، البته برای شرکت‌هایی که بخواهند مقررات سخت اروپا در رابطه با میزان باقیمانده سموم را رعایت کنند، عرضه کم است و اگر این محدودیت نمی‌بود، تولید

یعنی آن توزیع کننده حاشیه سود خیلی بالایی برای مغز سبز دارد؟

حالت مونوپولی دارد. این یک کاری است که تخصص می‌خواهد. خریدارها اغلب کوچک هستند. برای پسته با پوست شما یک قرارداد می‌بندید و ۷۰۰ تن پسته یک جا می‌خرید و یا می‌فروشید. اما فرض کنید با یک کانتینر ۲۰ تن مغز سبز صادر می‌کنید، اما فروشش به مصرف‌کننده صنعتی حدود ۲ تن در هر نوبت بیشتر نیست. هزینه‌های فروش در اروپا که بسیار بالا است، بستگی به تناژ ندارد و تحمیل این هزینه‌ها بر تناژ پایین مغز سبز عامل عمده گرانی در خرده‌فروشی این کالا است. پس لازم است که در این بازار یک تحولی ایجاد شود. اگر کسانی در اروپا سیستمی درست می‌کردند که بتوان مغز سبز را اینترنتی فروخت و به مشتری تحویل داد، عالی می‌شد. چون در فروش اینترنتی به علت حذف نیروی انسانی از چرخه فروش بسیاری از این هزینه‌ها کاهش می‌یابد. من زمانی به یک نمایشگاه در ژاپن رفته بودم، مصرف‌کننده‌ای بود که می‌گفت من ماهانه یک کیلو مصرف مغز سبز دارم! ماهی یک کیلو مغز سبز را چطور باید بخرد؟ به ترکیه برود یا بیاید ایران بخرد؟!

در آلمان هم که مصرف نسبتاً زیاد و خوب است به این علت است که تمام کارخانه‌های تولید ادویه علاوه بر ادویه، مغز سبز هم به کالباس فروشی‌ها می‌فروشند. کالباس گوشت، ادویه می‌خواهد؛ پس ادویه فروشان

