

شرکت گسترش بازرگانی کرمان صادرکننده نمونه انتخاب شد

جلالپور، رئیس هیات مدیره شرکت گسترش بازرگانی کرمان:

صادر کنندگان همواره مورد بی مهری بوده‌اند

پسته ایران در درازمدت محکوم به خروج از بازارهاست

یک چهارم بازار مغز سبز را در کشور و در دنیا داشته‌ایم



سال‌هایی بوده تا هشت هزار تن صادرات داشتیم ولی گاهی به دو هزار تن هم در برخی سال‌ها رسیده است. مسئله چهارم، کار دسته‌جمعی است. شرکت ما خانوادگی است؛ روابط بسیار حسنه‌ای بین پرسنل و خریداران و فعالان اقتصادی که با ما کار می‌کنند وجود دارد و این از محاسن کار ماست و هیچ‌وقت کار را در یک سیستم یک‌طرفه ندیدیم. از شعارهای شرکت این بوده که مسیری موفق است که هر دو طرف برنده باشند. بحث برد - برد - برد جدید نیست و سال‌ها در مجموعه‌های کاری خود آن را در پیش گرفته‌ایم. برد ما و برد فروشنده و برد کشور و منافع ملی همواره مورد توجه بوده است. مسئله پنجم توسعه و آینده‌نگری است. زمانی که ما صادرات پسته را شروع کردیم، سیستم هنوز حجره‌ای بود. شاید اولین شرکتی بودیم که سیستم را به سمت صنعتی شدن بردیم و کامپیوتریزه کردیم و اولین شرکتی بودیم که ماشین‌آلات جدید را نصب کردیم و در فرآوری پیشرو شدیم و مجهزترین آزمایشگاه زمان خودمان را داشتیم و همین امروز در بحث باقی‌مانده‌های سموم سعی می‌کنیم از بسیاری شرکت‌ها یک قدم جلوتر باشیم چون آینده را چرچ و راه قرار دادیم. این موارد در کنار هم، می‌تواند بگوید فرایندی ۴۰ ساله طی شده که اگر توفیقی باشد سالیان دیگر نیز ادامه می‌یابد.

لطفاً درباره‌ی حوزه‌ی فعالیت‌تان بیشتر توضیح دهید. چه نوع محصول پسته‌های صادر می‌کنید و چه بازارهایی را دنبال می‌کنید یا در برنامه دارید؟

من کار را از بازارهای عربی مثل امارات و کویت شروع کردم و کم‌کم حوزه‌ی صادراتی را به کمک برخی از بزرگان پسته که حق بزرگی بر گردن ما دارند، به بازارهای روسیه و اروپا توسعه دادم. طی سال‌های، اولین صادرکننده‌ی پسته به روسیه و طی سال‌هایی اولین صادرکننده به اروپا شدیم و بعد، کشورهای آمریکایی و شیلی و برخی کشورهای آسیای میانه و عمدتاً کشورهایه که کیفیت برایشان مهم بود را دنبال می‌کردیم. عمدتاً از ورود به بازارهایی که قیمتی بودند و کیفیتی نبودند و بیش‌تر به دنبال جنس ارزان‌تر و کمی نامرغوب‌تر بودند. پرهیز کردیم و حتی زمان‌هایی درخواست تناژ خیلی بالا از سوی برخی بازارها داشتیم و می‌توانستیم آن را تأمین کنیم این کار را نکردیم چون اگر شرکت را به کیفیت متوسط و پایین سوق می‌دادیم، برگرداندن آن به استاندارد اصلی و ایزوی شرکت دشوار بود. بنابراین، از آن منافع گشتیم. بعد از آن، در دهه‌ی نود که مسئولیتی در اتاق ایران، چه نایب رئیسی و چه ریاست برعهده گرفتیم، حضورم در کرمان کمتر شد و پسته را به‌سمت تخصصی‌تر بردیم و وارد مقوله‌ی مغز سبز شدیم. حجم کمتری صادر می‌شود ولی قیمت‌های بسیار بهتری در بازارهای اشتغال و ارزآوری دارد مغز سبز است؛ هم نیروی زیاد کاری می‌خواهد چون فرایندی ظریف و حساس دارد و ارزآوری آن نسبت به پسته نیز بسیار بیش‌تر است. وقتی قرار شد حجم کار کم شود، تشخیص من

شد البته می‌توانست بعداً با توجه به نتایج کار در زمینه‌ی جایزه‌ی صادراتی، تغییراتی در نوع پرداخت و شیوه‌ی تخصیص ایجاد شود که متأسفانه به دلیل نبود بودجه و برخی مسائل دیگر، این جایزه از اواسط دهه‌ی هشتاد حذف شد و در دهه‌ی نود کلاً برداشته شد، در حالی که اقدام خوبی بود.

از زمانی که شرکت در کار پسته مشغول بود، چون سابقه‌ی خوبی در صادرات داشتیم تا سال ۸۸ یک سال در میان یا دو سال در میان صادرکننده‌ی نمونه‌ی استانی بود و در سال‌های ۷۷ تا ۸۸ یک بار هم صادرکننده‌ی نمونه‌ی کشوری شد و از دست آقای خاتمی رئیس‌جمهور وقت لوح تقدیر گرفت. تا سال ۸۸ شرکت شرکای داشت و من در مجموعه‌ی کار پسته یا یکی دیگر از صادرکنندگان، آقای حسینی شراکت داشتیم. فعالیت شرکت در آن سال‌ها خوب بود ولی از سال ۸۸ که من کاملاً مسئولیت شرکت را به عهده گرفتم و شرکت ضد در صد خانوادگی شد، در همه‌ی ۱۱ سال گذشته، شرکت هر سال صادرکننده‌ی نمونه‌ی استانی و چهار سال هم صادرکننده‌ی نمونه‌ی ملی شد که لوح‌های تقدیری به امضای روسای جمهوری مختلف دریافت کردیم. حدود یک میلیارد دلار و بلکه بیش‌تر صادرات را انجام دادیم که می‌توان گفت تقریباً برابر محصول یک سال کامل ایران است. همواره سه تا پنج درصد صادرات پسته را در اختیار داشتیم، تمام ارز نیز به‌صورت قانونی با روالی که دولت مشخص کرده به کشور برگشته است. در سال ۹۷ که دولت اعلام کرد صادرات باید با تعهد ارزی انجام شود و سامانه‌ی نیما کار را در یک سیستم یک‌طرفه ندیدیم. از شعارهای شرکت این بوده که مسیری موفق است که هر دو طرف برنده باشند. بحث برد - برد - برد جدید نیست و سال‌ها در مجموعه‌های کاری خود آن را در پیش گرفته‌ایم. برد ما و برد فروشنده و برد کشور و منافع ملی همواره مورد توجه بوده است.

مسئله پنجم توسعه و آینده‌نگری است. زمانی که ما صادرات پسته را شروع کردیم، سیستم هنوز حجره‌ای بود. شاید اولین شرکتی بودیم که سیستم را به سمت صنعتی شدن بردیم و کامپیوتریزه کردیم و اولین شرکتی بودیم که ماشین‌آلات جدید را نصب کردیم و در فرآوری پیشرو شدیم و مجهزترین آزمایشگاه زمان خودمان را داشتیم و همین امروز در بحث باقی‌مانده‌های سموم سعی می‌کنیم از بسیاری شرکت‌ها یک قدم جلوتر باشیم چون آینده را چرچ و راه قرار دادیم. این موارد در کنار هم، می‌تواند بگوید فرایندی ۴۰ ساله طی شده که اگر توفیقی باشد سالیان دیگر نیز ادامه می‌یابد.

با توجه به این‌که شما سالیان سال صادرکننده‌ی برتر بودید و امسال هم انتخاب شدید؛ سرچشمه‌ی موفقیت‌هایتان چیست؟

من چند مورد را تیتروار می‌گویم: اما یکی دو مورد را تشریح می‌کنم. یکی از مواردی که سرلوحه‌ی کار ما بوده این است که بسیار شفاف و صادقانه و روشن و در فضایی بسیار دوستانه عمل کردیم. نه با مشتری و فروشنده و نه خریدار عملکرد دوگانه و غیرشفاف و غیرصادقانه نداشتیم و هم فروشنده‌ها و هم خریداران، ما را به‌عنوان یک شرکت قابل اعتماد می‌شناسند. مورد دوم انجام تعهدات بوده است؛ چه در داخل و چه خارج کشور همواره پای قرارداد مانده‌ایم. زمان‌های بسیاری هم شده که در انجام قراردادها ضرر و زیان سنگینی کردیم. از جمله همان جریان تعهد ارزی، جزو پنج، شش شرکت صادراتی پسته کشور بودیم که تمام و کمال، تعهدات را انجام دادیم. ابتدای سال جاری، لیستی از صادرکنندگان پسته آمد که نشان می‌داد چه کسانی تخلف کردند یا نکردند یا چه میزان از تعهد سال ۹۷ را انجام دادند؛ به جز ما، دو شرکت دیگر بودند که صد در صد تعهدات را انجام داده بودند و حجم صادرات آن‌ها اصلاً قابل قیاس با ما نیست. بنابراین، تعهد به دولت، به قوانین، به فروشنده، به خریدار همواره سرلوحه‌ی کار ما بوده است. بارها شده که تغییر در قیمت پسته به گونه‌ای بوده که می‌توانستیم کالا را تحویل ندهیم تا پول بیش‌تری دریافت کنیم اما تاکنون در همه‌ی سال‌ها به تعهدات خود پای‌بند بودیم.

مورد دیگر، کیفیت محصول بوده است. در این سه دهه که صادرات پسته را انجام می‌دهم حتی یک بار هم نشده کیفیت محصول ما از سوی خریداران خارج از کشور زیر سوال رفته باشد، به طوری که امروز وقتی برند و آرم شرکت ما روی محصولات هست، به‌عنوان کالای مورداعتماد خریدار، مورد توجه است و حتی گاهی نمونه‌برداری هم نمی‌شود. نسبت به خیلی از صادرکنندگان، کم کار می‌کنیم چون کیفیت را حفظ کردن این روزها خیلی سخت شده است، ولی هرگز کیفیت را زیر سوال نبردیم؛ کمیت اما به دلیل مشکلاتی که پیش آمده کم شده است.

محسن جلالپور اگرچه نیاز به معرفی ندارد اما اجمالاً بگویم که او یک فعال اقتصادی موفق، یک مدیر با قابلیت‌های زیاد که توانست بر سندی بالاترین نهاد و تشکل بخش خصوصی ایران تکیه بزند و یک کارشناس و تحلیل‌گر رسانه‌ای نیز هست. جلالپور علاوه بر همه‌ی این‌ها از چهره‌های خوشنام، فعال در حوزه‌ی نیکوکاری و محبوب در استان کرمان است. او در حوزه‌ی تولید و تجارت پسته از بینندگان انجمن پسته ایران و فراتر از مرزهای ایران شناخته می‌شود. با او به عنوان رئیس هیات مدیره‌ی شرکت گسترش بازرگانی کرمان گفت‌وگو کرد اما دامنه‌ی صحبت‌ها از مسائل و موفقیت‌های این شرکت، بسیار فراتر رفت. شرکت گسترش بازرگانی طی ۱۰ سال اخیر به‌طور مداوم، صادرکننده‌ی نمونه‌ی استانی شده و در این مدت بارها نیز صادرکننده‌ی برتر ملی شده است. او در این گفت‌وگو به اختصار از پیشینه و نحوه‌ی عملکرد این شرکت توضیحاتی هم داده است که به نوعی بخشی از تاریخ تولید و تجارت پسته هم به شمار می‌آید. گفت‌وگوی من را با آقای جلالپور در ادامه بخوانید.

آقای جلالپور، لطفاً از شکل‌گیری شرکت گسترش بازرگانی و دورانی که طی شده است بگویید.

شرکت گسترش بازرگانی طی ۱۰ سال اخیر به‌طور مداوم، صادرکننده‌ی نمونه‌ی استانی شده و در این مدت بارها نیز صادرکننده‌ی برتر ملی شده است. قبل از این که بگویم این شرکت چطور شکل گرفت و چطور پیشرفت کرده این را یادآور شوم که به باور بنده همیشه این نقص را در تاریخ تجارت و فعالیت‌های اقتصادی کرمانی‌ها و حتی ایرانی‌ها مشاهده کرده‌ام و زمانی می‌خواستیم تاریخ تجارت کرمان را بنویسیم، این نقص خود را بسیار پررنگ نشان داد و آن هم این بود که تاجر کرمانی هیچ نوشته و اثر مکتوبی از خود برج نداشتند و تنها روایات و دست‌نوشته‌هایی مانده که عمدتاً هم به‌صورت شفاهی و روایت‌گونه صحبت شده است. بنابراین، یکی از کارهای خوب فعالان اقتصادی این است که کتاب خود را مکتوب کنند تا هم اتفاقاتی که در دوران خودشان رخ داده ثبت شود و هم نسل بعدی از این آموزه‌ها و تجارب بتوانند در کار خود استفاده کنند. بنده خود هم در این زمینه اقدام کرده‌ام؛ در سال ۱۳۶۰ خورشیدی فعالیت‌های اقتصادی خود را شروع کردم و در سال ۱۴۰۰ این دوران چهل ساله می‌شود. در دوره‌های مختلف، من از اتفاقات و شرایطی که تجربه می‌کردم، یادداشت‌هایی برداشتم و حالا آن را به‌صورت کتاب درآورده‌ام که سال آینده منتشر می‌شود. دوران کرونا و قرنطینه خیلی به من در این زمینه کمک کرد تا این آثار را جمع‌آوری و ویرایش و آماده‌ی چاپ کنم و حدود ۲۰ روز است که کار جمع‌آوری آن به پایان رسیده و خردادماه ۱۴۰۰ که جهلیم سال ورودم به فعالیت‌های اقتصادی است و سالروز تولدم هست، منتشر خواهد شد.

در مورد شکل‌گیری شرکت گسترش بازرگانی عرض کنم که دهه‌ی هشت من انفرادی و شخصی کار می‌کردم. البته در زمینه‌های تجاری و دیگر فعالیت‌ها شرکای هم داشتم، اما کار را به‌طور جدی با صادرات خرما شروع کردم و در سال ۱۳۶۸ خورشیدی، ۳۰۰ تن خرما از یم خریداری کردم و ضمن این‌که کار پسته می‌کردم آن را در بازار داخلی فروختم و یک سال بعد پیگیری کردم به کشورهای اسلامی صادر کنیم؛ یکی از کشورهای مدنظر ما مالتی بود و سفری به آنجا داشتم که متوجه شدم امکان ورود کالا به این کشور به‌صورت شخصی ممکن نیست و حتماً باید شرکت باشد. بنابراین، در همان سال ۶۹ شرکت گسترش بازرگانی را با قصد صادرات خرما تأسیس کردم و امسال می‌آین سال فعالیت بود. در سال ۶۹ و ۷۰ و ۷۱ با کارت بازرگانی، بخشی از صادرات خرما را انجام دادم که نتیجه هم موفقیت‌آمیز نبود، در همان کتاب آن را شرح دادم که بسیار آموزنده است.

بعد از این‌که صادرات خرما را کنار گذاشتم این شرکت را کم ماند و دربرونده‌ی دارایی نوشتیم که فعالیت اقتصادی ندارد و مجدد صادرات پسته را به‌صورت شخصی انجام دادم؛ چون فعالیت‌های شخصی راحت‌تر است و نیاز به هیات مدیره و مجمع و رفتارآمد در ثبت شرکت‌ها و ادارات نداشت، و خودم با یک امضا کار را جلو می‌بردم. سیستم تجاری وقتی شخصی باشد تصمیم‌گیری سرعت بیش‌تر و شرایط بهتری دارد. از سال ۷۱ تا ۷۷ شرکت کاملاً راکد بود و هیچ فعالیت اقتصادی نداشت تا اینکه دولت اصلاحات اعلام کرد کسانی که صادرات را انجام دهند جایزه‌ی صادراتی به آن‌ها تعلق می‌گیرد و شرکت‌ها یک درصد بیش‌تر از اشخاص، مشمول این جایزه خواهند شد. در یک فضای رقابتی این یک درصد در بازار صادراتی آن هم پسته حدود ۳۰ تا ۵۰ درصد از کل سود حاصل از صادرات است. بنابراین، اگر می‌خواستیم به‌صورت شخصی، پسته را صادر کنیم در این رقابت عقب می‌ماندیم. بلافاصله شرکت گسترش بازرگانی را از راکد بودن در دارایی و تأمین اجتماعی درآوردم و فعالیت صادرات پسته را در این شرکت از سال ۷۷ به بعد شروع کرد.

شرکت ۳۰ ساله است، فعالیت من در بازار پسته ۴۰ ساله است و فعالیت صادرات در این شرکت، حدود ۲۲ ساله است. از سال ۷۷ به بعد، روز ۲۹ مهر را هم روز صادرات اعلام و قرار شد تجلیل از صادرکنندگان نمونه صورت گیرد. هم جایزه‌ی صادراتی و هم روز صادرات از تصمیمات خوب و مفیدی بود که گرفته

امسال هم در تولید و صادرات از ما جا خوش بدهاند. در سال ۲۰۲۰ میلادی، آمریکایی‌ها ۴۵۰ هزار تن و ما کمتر از ۲۰۰ هزار تن برداشت داشتیم. آن‌ها چهار تن در هکتار برداشت داشتند و ما کمتر از ۳۰۰ کیلو در هکتار. بنابراین، مشکل اصلی ما عدم دقت در توسعه‌ی کشت است و خرده‌مالکی که متأسفانه از ابتدای این صنعت بوده و مدام هم بیش‌تر شده و عدم مکانیزه و به‌روز رسانی باغات را نیز داریم که باعث شده در تولید و قیمت تمام شده دچار مشکل شویم و روز به روز از بازارهای جهانی دورتر می‌شویم. اگر تا همین امروز در بازارهای جهانی حرفی برای گفتن داریم و بیش از ۱۱۰ هزار تن از محصول را تا امروز صادر کردیم؛ دو دلیل دارد. یکی این‌که آن‌ها می‌دانند تنها رقیب‌شان ما هستیم و می‌دانند می‌توانند با قیمت بالاتری بفروشند؛ بنابراین با درآمد بیش‌تر، قیمت را پایین‌نورند و این به ما کمک کرده است. از طرفی، کیفیت پسته ما از نظر مزه و چربی و برشته‌پذیر بودن بسیار بهتر است. بنابراین، خریدار خارجی ترجیح داده پسته‌ی ما که ارزان‌تر بوده ولی خوشمزه‌تر بوده را بخرد. اگر روزی آمریکایی‌ها بداند تولید از مصرف بیش‌تر است و پیش‌بینی کنند دچار گرفتاری‌هایی در فروش هستند؛ بلافاصله قیمت را پایین می‌آورند. اگر آن‌ها پسته‌شان را با نصف قیمت فعلی هم بفروشند برای تولیدکنندگان آن‌ها منفعت دارد ولی باغدار ما اگر ۱۰ درصد زیر این قیمت بفروشد ضرر می‌کند چون قیمت تمام‌شده محصول ما بالاتر است. همین امروز هم بسیاری از باغداران با همین قیمت‌ها ضرر می‌کنند چون ۶۰۰ کیلو در هکتار درآمدنا نیست چه رسد به اینکه قیمت پایین هم بیاید. بنابراین، اگر آمریکایی‌ها تصمیم بگیرند قیمت را پایین‌نورند، ما از بازار سقوط می‌کنیم و در مناطقی که به نظر می‌رسد ما امروز راهی برای حفظ بازار و ادامه‌ی کار نداریم چون تولید امکان اصلاح ندارد؛ وقتی آب‌های زیرزمینی را به‌طور کامل برداشتیم و حتی برخی روستاهای ما آب شرب ندارند چطور این سیستم اصلاح شود؟ ممکن است که مناطقی هم که آب وجود دارد یا فرهنگ غلط و قوانین موجود و عدم اطلاع، مصرف درست نداریم. بنابراین، خیلی امید به اینکه بازار پسته را پس بگیریم یا همین وضعیت فعلی را حتی حفظ کنیم ندارم.

در این خصوص مناقشات مربوط به صادرات پسته، موضوعی مطرح شده که امکان صدور مجوز واردات محصولات خاصی در برابر صادرات به وجود آید. این سیاست را چطور ارزیابی می‌کنید؟

در این مورد مصاحبه‌ای مفصل با روزنامه‌ی دنیای اقتصاد داشتم. اما به‌طور خلاصه بگویم، حرف صادرکنندگان این است که با توجه به تحریم‌ها و مشکلات جدی‌ای که در انتقال ارز داریم باید شرایط طوری باشد که به هر کس که خودمان می‌توانیم، از تحویل دهیم. ما کاملاً آماده‌ایم ارزمان را شفاف در سیستم اقتصادی کشور بچرخانیم و این مسیر را هم کاملاً به مسئولان امر نشان دهیم که در کجا رفته است، ولی یک اختلاف‌نظر وجود دارد؛ بانک مرکزی می‌گوید واردکننده را به صادرکننده وصل می‌کنیم تا ارز او را بگیرد. ولی صادرکننده می‌گوید وقتی واردکننده را نمی‌شناسم و شرکتی که با آن عقبنشینی نداشتیم، پسته چاره‌ای هم جز عقبنشینی نداشتیم، فکر می‌کنید این عقبنشینی تا کجا ادامه می‌یابد؟

عرض کردم که در صادرات مسائل و مشکلات فراوانی داریم ولی آنچه ما را در رقابت با آمریکا دچار گرفتاری جدی کرده که حتی اگر همین امروز، همه‌ی قوانین، منطقی و درست شود، نمی‌تواند عقبنماندگی را جبران کند، مسائل مربوط به بخش تولید است و در این بخش، اصلی‌ترین مشکل ما این است که در دهه‌های اخیر بدون نگاه به ظرفیت و شرایط آب و خاک کشور و بدون توجه به تولید علمی و مکانیزه، تولید را گسترش دادیم و بخش زیادی از منابع زیرزمینی که ثروت ملی و بین‌نسلی است را به غارت بردیم و در نتیجه‌ی این شرایط، با فاجعه‌ی آبی روبه‌رو شدیم. آب مسئله‌ی حیاتی است ضمن این‌که ما در میزان برداشت از آب بسیار عقب هستیم، در میزان برداشت از زمین هم دچار مشکل هستیم. آمریکایی‌ها برای تولید پسته کمتر از نصف میزان مصرف ما، آب استفاده می‌کنند و چهار برابر محصول برداشت می‌کنند و این یعنی فاجعه، یعنی در رقابتی سخت و غیرمعمول هستیم و آمریکایی‌ها ۱۰ برابر ما در بازار آماده‌تر و رقابت‌پذیرتر هستند. در سه دهه‌ی اخیر، آمریکایی‌ها به‌طور مداوم میزان تولید پسته و باغ‌ریزی و بهره‌وری و کیفیت محصول را بالا بردند. تا سال ۲۰۱۶ تنها در تولید اول بودند و ما در صادرات اول بودیم ولی از این زمان به بعد، تا همین

پسته‌ی ایران در گذشته محصولی بی‌رقیب در دنیا بوده است ولی در دهه‌ی اخیر مدام از سوی رقیبای جدید، از جمله آمریکا مورد تهدید قرار گرفته است. با توجه به وقوع خشکسالی‌ها، پسته چاره‌ای هم جز عقبنشینی نداشتیم، فکر می‌کنید این عقبنشینی تا کجا ادامه می‌یابد؟

عرض کردم که در صادرات مسائل و مشکلات فراوانی داریم ولی آنچه ما را در رقابت با آمریکا دچار گرفتاری جدی کرده که حتی اگر همین امروز، همه‌ی قوانین، منطقی و درست شود، نمی‌تواند عقبنماندگی را جبران کند، مسائل مربوط به بخش تولید است و در این بخش، اصلی‌ترین مشکل ما این است که در دهه‌های اخیر بدون نگاه به ظرفیت و شرایط آب و خاک کشور و بدون توجه به تولید علمی و مکانیزه، تولید را گسترش دادیم و بخش زیادی از منابع زیرزمینی که ثروت ملی و بین‌نسلی است را به غارت بردیم و در نتیجه‌ی این شرایط، با فاجعه‌ی آبی روبه‌رو شدیم. آب مسئله‌ی حیاتی است ضمن این‌که ما در میزان برداشت از آب بسیار عقب هستیم، در میزان برداشت از زمین هم دچار مشکل هستیم. آمریکایی‌ها برای تولید پسته کمتر از نصف میزان مصرف ما، آب استفاده می‌کنند و چهار برابر محصول برداشت می‌کنند و این یعنی فاجعه، یعنی در رقابتی سخت و غیرمعمول هستیم و آمریکایی‌ها ۱۰ برابر ما در بازار آماده‌تر و رقابت‌پذیرتر هستند. در سه دهه‌ی اخیر، آمریکایی‌ها به‌طور مداوم میزان تولید پسته و باغ‌ریزی و بهره‌وری و کیفیت محصول را بالا بردند. تا سال ۲۰۱۶ تنها در تولید اول بودند و ما در صادرات اول بودیم ولی از این زمان به بعد، تا همین



ارزی از یک مترمکعب آب و امروز میزان سود ارزی برداشت از یک مترمکعب مطرح است؛ یعنی ببینید برای کالایی که با یک مترمکعب آب تولید می‌کنید، قیمت جهانی آب و محصول چهقدر است و مقایسه کنید که آیا تفاوت قیمت تمام‌شده‌ی جهانی یا آب چهقدر سود ارزی دارد و اگر از درصدی بالاتر بود کالا را تولید کنید. آب تا این حد در دنیا ارزش پیدا کرده است. برای ما، با این قیمت آب و مشکلاتی که در این زمینه داریم؛ راهکار جدی وجود ندارد و باید به سمت بهره‌وری بیش‌تر و مصرف بهینه‌ی آب برویم. اگر این اقدامات را انجام دهیم شاید دوام بیش‌تری داشته باشیم. در درازمدت پسته‌ی ما محکوم به خروج از بازارهاست. اگر از همین امروز ترسالی هم داشته باشیم، با این سیستم فشرده که در زمینه بهره‌وری و آبیاری داریم، جبران کسری مخازن زیرزمینی ما نمی‌شود. اما می‌توانیم امروز طوری عمل کنیم که بیش‌ترین استفاده از وضع موجود و افزایش بهره‌وری را داشته باشیم تا زمان خروج از بازارها را طولانی‌تر کنیم.