

مطالعات بازار فندق کشور هندوستان



تهیه کننده:

مرتضی مومنی

عامل توسعه خوشه فندق استان گیلان

بهمن ماه ۱۴۰۳

فهرست

مقدمه	۳
فصل اول: اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار مبدا و هدف	۴
۱-۱- اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار مبدا.....	۵
تولید/عرضه در عرصه ملی	۵
مصرف/تقاضا در عرصه ملی	۱۷
قیمت محصول در عرصه ملی	۲۱
۲-۱- اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار کشور هندوستان	۳۵
فصل دوم: تحلیل بازار فندق کشور هندوستان.....	۴۲
۲-۱- مقدمه‌ای بر بازار فندق در هندوستان.....	۴۳
۲-۲- تاریخچه و روند رشد صنعت فندق در هندوستان.....	۴۳
۲-۳- تحلیل تقاضای فندق در بازار هندوستان.....	۴۴
۲-۴- عوامل تأثیرگذار بر تولید فندق در هندوستان	۴۵
۲-۵- مناطق کشت فندق در هندوستان: جغرافیا و شرایط اقلیمی	۴۵
۲-۶- تکنولوژی‌های نوین در کشت و تولید فندق.....	۴۶
۲-۷- چالش‌ها و موانع موجود در صنعت فندق هندوستان	۴۶
۲-۸- تحلیل رقابت در بازار فندق هندوستان	۴۷
۲-۹- پیش‌بینی روند رشد بازار فندق در هندوستان.....	۴۷
۲-۱۰- صادرات فندق هندوستان به کشورهای دیگر	۴۸
۲-۱۱- تحلیل اقتصادی و سودآوری بازار فندق در هندوستان	۴۹
۲-۱۲- فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت فندق هندوستان	۵۰
۲-۱۳- تأثیرات اجتماعی و اقتصادی کشت فندق در هندوستان	۵۱
۲-۱۴- بررسی سیاست‌های دولتی و حمایت از صنعت فندق	۵۱
۲-۱۵- جمع‌بندی و آینده بازار فندق در هندوستان.....	۵۱

فصل ۳: دید کلی صادرات از ایران به هندوستان و بررسی فرصت ها، چالش ها و نقاط ضعف و قدرت.....	۵۳
۳-۱- تحلیل بازار مصرف فندق در هندوستان	۵۴
۳-۲- بررسی صنایع مرتبط با فندق در هندوستان.....	۵۵
۳-۳- قوانین گمرکی و تعرفه های واردات فندق به هندوستان.....	۵۵
۳-۴- فرصت های سرمایه گذاری در صنعت فندق هندوستان	۵۶
۳-۵- استراتژی های بازاریابی برای ورود به بازار هندوستان	۵۶
۳-۶- نمونه های شرکت های موفق در بازار فندق هندوستان	۵۷
۳-۷- فرصت های رشد در بازار هندوستان	۵۸
۳-۸- تحلیل رقابتی در بازار فندق هندوستان	۵۸
۳-۹- چالش های صادرات فندق به هندوستان	۵۹
۳-۱۰- استراتژی های موفق برای ورود به بازار هندوستان	۵۹
۳-۱۱- فرصت های صادراتی ایران به هندوستان	۶۰
۳-۱۳- چشم انداز آینده صادرات فندق از ایران به هندوستان	۶۱
۳-۱۴- نتیجه گیری	۶۲
فصل ۴: بررسی انواع بسته بندی فندق در بازار هندوستان و رقبای موجود	۶۳
۴-۱- انواع بسته بندی فندق در بازار هند	۶۴
۴-۲- ویژگی های بسته بندی موفق در بازار هند	۶۵
۴-۳- رقبای موجود در بازار هندوستان	۶۶
۴-۴- نتیجه گیری	۶۶
فصل ۵: تجزیه و تحلیل، نتیجه گیری و ارائه راهکار	۶۷
۵-۱- تجزیه و تحلیل کلی	۶۸
۵-۲- نتیجه گیری	۷۲
۵-۳- استراتژی های پیشنهادی برای موفقیت در بازار فندق هندوستان	۷۳
منابع	۷۵

مقدمه

ایران یکی از تولیدکنندگان فندق است، اما میزان تولید و صادرات آن در مقایسه با کشورهای مانند ترکیه، که یکی از بزرگترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان فندق در جهان است، کمتر می‌باشد. فندق یک محصول باارزش بوده که علاوه بر استفاده به عنوان خشکبار در صنایع مختلفی مانند شکلات‌سازی، تولید کیک و شیرینی، و تولید انواع خوراکی‌های مغزدار کاربرد دارد.

مناطق تولید فندق در ایران

فندق عمدتاً در شمال ایران، به ویژه در استان گیلان، تولید می‌شود. شهرهایی مانند رودسر، املش و اشکورات از جمله مناطق مهم تولید فندق در ایران هستند. آب‌وهوای معتدل و بارانی این مناطق شرایط مناسبی برای رشد درختان فندق فراهم می‌آورد.

فرآیند تولید و برداشت

فندق به‌طور معمول در ماه‌های شهریور و مهر برداشت می‌شود. پس از برداشت، فرآوری و خشک‌کردن فندق آغاز می‌شود. فرآوری شامل شکستن پوسته سبز، شکستن پوسته سخت و جداکردن مغز باشد. این فرآیندها بر کیفیت نهایی محصول تأثیر می‌گذارد.

صادرات فندق از ایران

صادرات فندق از ایران به صورت محدود به برخی کشورهای همسایه مانند بحرین، امارات، افغانستان و هندوستان انجام می‌شود. اما به دلیل حجم تولید کمتر نسبت به کشورهای مانند ترکیه، صادرات ایران در این زمینه به اندازه کشورهای بزرگ تولیدکننده قابل توجه نیست. با این حال، فرصت‌هایی برای افزایش تولید و توسعه بازارهای صادراتی وجود دارد.

هدف از این مطالعه، تحلیل وضعیت فعلی تولید و صادرات فندق در ایران، شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های موجود، و ارزیابی پتانسیل بازارهای هدف در کشور هندوستان است. با بررسی دقیق‌تر این بازارها، می‌توان به راهبردهایی برای صادرات و توسعه تجارت فندق ایران دست یافت. در این مطالعه، ابتدا به تاریخچه تولید فندق در ایران و ویژگی‌های منحصربه‌فرد آن می‌پردازیم، سپس بازارهای هدف را تحلیل کرده و چالش‌ها و فرصت‌های موجود را بررسی خواهیم کرد.

امیدواریم که این مطالعه بتواند به تولیدکنندگان و صادرکنندگان فندق در ایران درک عمیق‌تری از بازارهای هدف بدهد و راهکارهایی را برای توسعه صادرات ارائه کند. این مطالعه همچنین می‌تواند به سیاست‌گذاران کمک کند تا سیاست‌های مناسبی برای حمایت از تولیدکنندگان و افزایش رقابت‌پذیری فندق ایران در بازارهای بین‌المللی اتخاذ کنند.

فصل اول

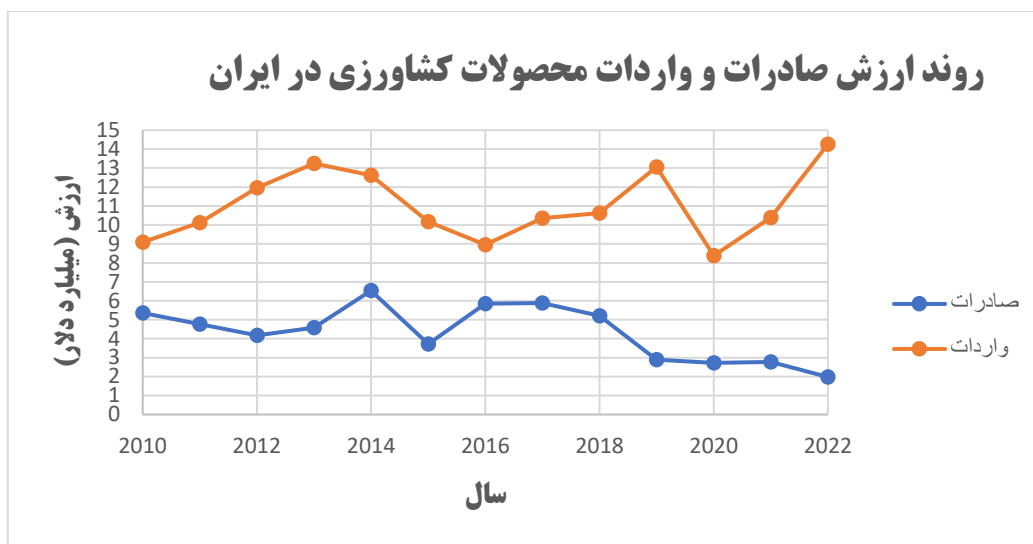
اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار مبدا و هدف

اندازه‌گیری بازار و بررسی وضعیت بازار به‌عنوان دو عنصر اساسی در مطالعه بازار میشود به حساب آورد. اندازه‌گیری بازار به کسب و کار کمک می‌کند تا اندازه و پتانسیل بازار مورد نظر خود را به‌طور دقیق مشخص کند. این اطلاعات از اهمیت بسیاری برخوردار است زیرا به کسب و کار کمک می‌کند تا استراتژی‌های بازاریابی، توزیع و فروش خود را بر اساس اندازه و نیازهای بازار تنظیم کند. در کنار آن با اندازه‌گیری بازار، کسب و کار می‌تواند رقبا و مشتریان خود را بهتر شناسایی کند. این اطلاعات به کسب و کار کمک می‌کند تا با استراتژی‌های متمایز و تفاوت‌آفرین بتواند با رقبا رقابت کند و نیازهای مشتریان را به‌طور دقیق‌تر تامین کند. در این فصل ابتدا به بررسی بازار ایران در نظر آمار می‌پردازیم و سپس به سراغ کشور های GCC می‌رویم.

۱-۱- اندازه‌گیری بازار و بررسی وضعیت بازار مبدا

تولید/عرضه در عرصه ملی

کشور ایران، با ۱۶۴۸۱۹۵ کیلومتر مربع وسعت هجدهمین کشور پهناور جهان می باشد. همچنین بر پایه سرشماری سال ۱۳۹۵ و به روز آوری تا اسفند ۱۴۰۱ دارای حدود ۸۴.۹۸۷.۹۳۲ نفر جمعیت با نرخ رشد ۱.۲۴ درصد می باشد. ایران حدود یک درصد از کل جمعیت و مساحت کره خاکی را داراست. طبق سایت آمار کشور نرخ رشد اقتصادی محصولات کشاورزی کشور در سال ۱۴۰۰، ۳.۷- درصد بر مبنای سال ۱۳۹۰ که به عنوان پایه در نظر گرفته شده است، می باشد که نشان دهنده وضعیت نامطلوب کشاورزی کشور می باشد. ولی طبق گزارش FAO در سال ۲۰۲۲ ایران ۱.۹۸ میلیارد دلار صادرات فرآورده های کشاورزی داشته است که با توجه به منابع غنی کشاورزی در ایران این مقدار بسیار کم است. حال آن که ایران ۱۴.۲۵ میلیارد دلار واردات فرآورده های کشاورزی داشته است. روند صادرات و واردات محصولات کشاورزی در ایران بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ در نمودار (۱-۱) آورده شده است.



شکل ۱-۱- روند صادرات و واردات محصولات کشاورزی در ایران (منبع: سایت FAO)

میزان تولید و همینطور تعداد بهره بردار محصولات باغی کشور به تفکیک استان‌های کشور در جدول (۱-۱) و (۲-۱) آورده شده است.

جدول ۱-۱- مقدار تولید کل محصولات باغی برحسب استان به تن (منبع: سایت جهاد کشاورزی)

شرح	۱۳۸۶	۱۳۸۹	۱۳۹۴	۱۳۹۶	۱۳۹۸
آذربایجان شرقی	۶۴۲۸۷۷	۵۱۴۵۴۵	۷۲۸۲۷۶	۸۶۸۷۴۷	۱۱۳۴۴۲۴
آذربایجان غربی	۶۲۶۸۶۰	۷۵۸۴۰۸	۱۲۲۵۷۵۷	۱۲۵۴۱۹۵	۱۲۳۵۶۶۰
اردبیل	۲۰۹۰۱۰	۲۱۵۰۷	۲۸۶۷۶	۲۲۰۴۶۵	۱۸۸۹۳۰
اصفهان	۵۴۳۶۹۷	۲۸۸۲۲۱	۴۲۶۲۴۴	۳۰۲۴۴۸	۳۳۶۲۵۱
البرز	-	۳۶۳۸۶۵	۷۲۴۹۳	۲۳۷۰۱۲	۱۸۰۴۹۷
ایلام	۱۴۹۰۰	۲۱۸۵۷	۱۸۴۴۲	۱۸۳۷۸	۷۴۰۳
بوشهر	۹۸۸۰۹	۱۱۹۷۵۰	۱۵۱۱۷۴	۱۰۹۳۸۴	۱۱۷۱۹۷
تهران	۶۵۵۹۲۷	۲۶۶۰۹۸	۳۵۹۸۶۵	۳۶۱۹۹۱	۲۴۵۰۹۸
چهارمحال و بختیاری	۶۰۵۲۳	۶۳۷۵۶	۷۹۴۹۱	۶۶۶۹۶	۸۷۵۲۰
خراسان جنوبی	۴۹۹۶۷	۴۰۹۰۳	۶۶۶۰۷	۵۱۰۶۳	۱۰۵۵۴۱
خراسان رضوی	۹۲۲۸۵۳	۶۴۶۳۸۰	۶۹۰۵۱۳	۴۴۸۰۸۸	۳۹۸۲۰۲
خراسان شمالی	۱۶۲۶۹۹	۱۸۴۷۵۰	۱۹۵۲۸۳	۱۰۷۹۰۹	۸۹۸۴۷
خوزستان	۴۶۷۹۲	۹۹۱۵۶	۱۴۸۷۶۴	۲۵۴۹۰۹	۳۰۰۷۰۳
زنجان	۲۴۷۱۱۶	۱۷۰۱۷۵	۲۴۳۸۲۰	۳۴۰۴۲۸	۲۹۷۴۶۳
سمنان	۱۱۶۴۴۷	۱۸۶۹۴۲	۱۰۵۴۳۴	۱۰۴۵۵۶	۱۱۴۷۴۲
سیستان و بلوچستان	۲۴۹۴۰۹	۲۹۵۹۱۴	۲۷۸۱۴۳	۴۲۴۶۱۱	۳۸۲۱۷۱
فارس	۱۴۲۴۸۱۰	۱۵۳۲۴۴۸	۱۴۳۱۹۵۰	۱۰۱۱۷۲۸	۱۱۳۵۸۹۳
قزوین	۲۶۲۲۵۱	۷۹۹۱۸۶	۸۷۱۵۶۵	۳۸۰۱۰۱	۳۸۲۰۳۴
قم	۹۵۴۶۳	۲۶۵۵۶	۶۵۹۵۴	۱۷۶۹۷	۱۲۰۵۹

۸۷۷۳۳	۹۱۷۳۵	۱۳۲۸۲۴	۱۳۰۴۷۷	۱۲۶۸۲۸	کردستان
۱۹۹۸۱۵۹	۱۵۳۶۱۴۴	۱۲۳۸۱۸۱	۸۴۰۴۶۰	۱۸۸۲۱۳۴	کرمان
۷۳۶۴۷	۷۹۰۹۳	۸۱۹۵۴	۱۵۸۴۶۵	۹۹۹۰۳	کرمانشاه
۶۹۳۸۷	۱۰۱۴۷۳	۹۶۱۶۶	۵۳۳۷۲	۶۷۲۱۷	کهگیلویه و بویراحمد
۱۲۹۳۳۱	۱۱۲۰۲۹	۱۶۴۹۶۵	۱۸۳۲۲۷	۴۵۱۳۵	گلستان
۲۸۹۷۵۹	۳۱۲۲۵۰	۴۵۶۲۴۸	۵۱۶۴۸۱	۳۳۲۰۷۵	گیلان
۸۹۷۷۶	۱۲۸۵۳۳	۲۰۹۳۰۵	۲۳۱۹۶۷	۳۳۳۳۲	لرستان
۲۵۰۵۸۶۶	۱۸۰۳۲۹۸	۱۴۳۳۲۸۷	۱۳۵۸۶۵۵	۷۶۷۲۳۷	مازندران
۳۶۲۲۱۰	۴۰۹۸۹۸	۴۶۰۵۴۶	۲۴۸۳۴۹	۵۸۲۶۴۰	مرکزی
۱۹۷۸۷۶	۱۲۷۴۶۳	۲۳۷۳۸۷	۳۷۶۸۲۷	۲۳۵۵۰۹	هرمزگان
۲۰۸۷۹۳	۱۸۳۳۳۲	۳۰۰۶۵۴	۱۹۵۹۹۳	۳۷۶۳۵۶	همدان
۱۳۷۸۹۷	۱۵۷۹۸۰	۱۷۸۸۷۹	۲۶۷۱۵۷	۲۳۶۹۸۶	یزد

جدول ۱-۲- تعداد بهره بردار محصولات باغی کشور به تفکیک استان‌های کشور (منبع: سایت جهاد کشاورزی)

شرح	۱۳۸۶	۱۳۸۹	۱۳۹۴	۱۳۹۶
کل کشور	۲۵۶۰۵۶۰	۲۳۷۸۹۰۳	۱۸۰۹۷۸۱	۱۶۹۴۳۴۴
آذربایجان شرقی	۱۵۵۲۰۸	۱۷۵۱۸۴	۱۲۱۸۸۰	۱۱۶۵۷۳
آذربایجان غربی	۸۷۷۹۱	۱۰۹۴۳۶	۸۹۳۴۲	۸۵۵۱۴
اردبیل	۵۲۶۸۶	۴۵۵۵۲	۳۵۲۵۲	۲۹۳۲۴
اصفهان	۱۴۸۶۰۶	۱۰۵۹۵۹	۸۷۱۷۷	۸۲۵۳۳
البرز	-	۲۶۵۱۵	۲۴۸۳۷	۲۴۴۲۳
ایلام	۷۶۴۹	۷۵۳۶	۶۶۷۸	۵۴۹۴
بوشهر	۴۱۳۶۷	۴۳۸۷۳	۱۶۹۱۶	۱۶۱۶۱
تهران	۶۷۷۸۲	۳۷۸۶۲	۳۴۲۶۶	۳۳۸۵۵
چهارمحال و بختیاری	۳۲۱۳۷	۳۱۵۰۶	۲۷۷۹۷	۲۷۰۳۳
خراسان جنوبی	۴۱۴۲۷	۴۸۹۸۱	۴۱۴۲۹	۴۰۱۳۶
خراسان رضوی	۱۷۹۰۵۲	۱۵۶۳۲۹	۱۲۳۶۰۳	۱۲۰۲۶۸
خراسان شمالی	۴۶۳۶۴	۴۲۸۴۱	۳۶۰۵۵	۳۴۴۴۲
خوزستان	۴۳۲۱۶	۴۳۴۰۰	۳۴۸۹۷	۲۶۷۱۰
زنجان	۴۵۹۵۴	۵۷۹۴۴	۴۶۴۴۹	۴۵۶۹۲
سمنان	۱۸۰۱۸	۲۳۹۱۹	۲۶۹۳۵	۲۵۸۵۲
سیستان و بلوچستان	۱۰۳۷۴۳	۱۰۲۹۶۹	۵۷۲۶۶	۵۸۶۰۴
فارس	۱۴۹۵۰۰	۱۴۶۴۱۰	۹۳۹۷۱	۸۹۱۱۹
قزوین	۸۰۱۱۵	۷۵۲۳۳	۵۶۱۶۴	۵۲۴۴۱
قم	۱۵۱۴۱	۹۳۵۹	۶۸۴۸	۶۹۴۵
کردستان	۶۱۱۲۶	۶۰۴۶۱	۴۹۵۶۲	۴۶۴۰۴

۱۷۳۹۸۳	۱۷۵۴۵۹	۱۸۳۸۵۸	۲۱۲۵۶۹	کرمان
۲۴۹۹۷	۲۶۲۹۵	۲۹۸۲۴	۴۸۴۱۹	کرمانشاه
۲۰۹۰۸	۲۳۶۶۵	۲۲۰۳۵	۲۱۴۴۰	کهگیلویه و بویراحمد
۱۵۰۰۶	۲۳۴۴۱	۳۹۰۷۶	۵۳۴۵۳	گلستان
۱۰۳۳۱۰	۱۴۵۹۸۲	۲۱۵۴۷۴	۲۳۲۸۸۳	گیلان
۲۷۵۷۲	۲۶۹۶۷	۳۷۵۹۷	۳۱۰۲۹	لرستان
۱۷۲۵۶۶	۱۷۸۳۹۵	۲۰۵۷۰۸	۲۳۵۰۶۷	مازندران
۴۸۴۴۷	۵۰۹۵۸	۶۶۴۶۱	۷۰۲۲۹	مرکزی
۲۴۱۳۲	۲۸۸۲۰	۷۳۴۱۵	۱۰۳۹۲۵	هرمزگان
۵۳۷۷۲	۵۰۹۴۱	۸۳۱۰۳	۱۰۳۱۳۹	همدان
۶۱۱۱۷	۶۱۵۳۴	۷۱۰۸۲	۷۱۵۲۴	یزد

از طرف دیگر بر طبق گزارشات در سال ۲۰۲۲ محصول فندق در ایران با تولید ۱۳۴۰۶.۵ تن در سال در بین کشورهای تولید کننده فندق جهان رتبه هشتم را دارد. اما همین محصول جایگاه مناسبی در بین کشورهای صادرکننده فندق در جهان ندارد.

ایران در سال ۱۳۹۵ از نظر سطح زیر کشت فندق به میزان حدود ۲۱۰۰۰ هکتار رتبه‌ی چهارم جهان را دارا بود که در سال ۱۳۹۹ سطح زیر کشت به میزان ۲۶۸۲۳ هکتار افزایش یافته است. مناطق عمده تولید فندق در ایران منطقه اشکور استان گیلان، منطقه الموت استان قزوین و مناطق کوهستانی استان مازنداران می‌باشد. سطح زیر کشت فندق در استان گیلان حدود ۲۱۷۲۷ هکتار است که این رقم معادل ۸۱ درصد باغ‌های فندق کشور می‌باشد.

صادرات در عرصه ملی

آمار صادرات فندق بر اساس اطلاعات موجود و کارشناسی نشده یازده ماهه سال ۱۴۰۲ در جدول (۱-۳) آورده شده است که بر اساس این آمار حجم اصلی مبادلات فندق ایران به کشورهای قطر، ترکمنستان، بحرین و حجم به مراتب بالاتری نسبت به سایر کشورها به افغانستان می‌باشد. با توجه به داده های این جدول که توسط سایت گمرک کشور ارائه شده است، میزان صادرات فندق در سال ۱۴۰۲، ۵۹.۹۸ تن به ارزش ۲۵۴۰۶۲ دلار می باشد، که رشد تقریباً ۶۶ درصدی نسبت به سال ۱۴۰۱ داشته است.

آمار صادرات فندق بر اساس اطلاعات موجود و کارشناسی نشده دوازده ماهه سال ۱۴۰۱ در جدول (۱-۴) آورده شده است که بر اساس این آمار حجم اصلی مبادلات فندق ایران به کشورهای پاکستان و افغانستان می‌باشد. با توجه به داده های این جدول که توسط سایت گمرک کشور ارائه شده است، میزان صادرات فندق در سال ۱۴۰۱، ۲۸.۳۹ تن به ارزش ۱۵۳۲۹۹ دلار می باشد، که رشد تقریباً ۱۵۰ درصدی نسبت به سال ۱۴۰۰ داشته است.

آمار صادرات فندق بر اساس اطلاعات موجود و کارشناسی نشده دوازده ماهه سال ۱۴۰۰ در جدول (۱-۵) آورده شده است که بر اساس این آمار حجم اصلی مبادلات فندق ایران به کشورهای پاکستان و افغانستان می‌باشد. با توجه به داده های این جدول که توسط سایت گمرک کشور ارائه شده است، میزان صادرات فندق در سال ۱۴۰۰، ۱۲.۷۷۵ تن به ارزش ۵۵۳۳۱ دلار می باشد، که افت محسوسی نسبت به سال ۱۳۹۹ داشته است.

آمار صادرات فندق سال ۱۳۹۹ در جدول (۱-۶) آورده شده است که بر اساس این آمار حجم اصلی مبادلات فندق ایران به کشورهای پاکستان و افغانستان می باشد. با توجه به داده های این جدول که توسط سایت گمرک کشور ارائه شده است، میزان صادرات فندق در سال ۱۳۹۹، ۱۲۴.۳۱۱ تن به ارزش ۳۴۲۷۵۰ دلار می باشد، که با توجه به اینکه ایران هشتمین کشور تولید کننده می باشد، بسیار رقم پائینی می باشد.

آمار صادرات فندق سال ۱۳۹۸ در جدول (۱-۷) آورده شده است که بر اساس این آمار حجم اصلی مبادلات فندق ایران به کشورهای هند، پاکستان و افغانستان می باشد. با توجه به داده های این جدول که توسط سایت گمرک کشور ارائه شده است، میزان صادرات فندق در سال ۱۳۹۸، ۶۲.۷ تن به ارزش ۱۹۷۲۷۲ دلار می باشد.

جدول ۱-۳- آمار صادرات فندق بر اساس اطلاعات موجود و کارشناسی نشده یازده ماهه سال ۱۴۰۲ (سایت گمرک کشور)

سال	ماه	نام گمرک	نام کشور	کد تعرفه	شرح تعرفه	وزن (کیلوگرم)	ارزش (ریال)	ارزش (دلار)
۱۴۰۲	۱	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵۴,۷۱۰	۸۴,۴۱۳,۴۱۳,۰۷۰	۲۳۰,۶۳۸
۱۴۰۲	۱	دوغارون	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱,۱۸۰	۲,۱۶۷,۶۱۸,۳۲۰	۵,۹۲۲
۱۴۰۲	۳	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳,۴۰۰	۵,۴۲۷,۱۸۳,۰۸۰	۱۴,۰۹۱
۱۴۰۲	۴	منطقه ویژه اقتصادی بوشهر ۱	قطر	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵۰	۹۳,۷۷۷,۵۰۰	۲۵۰
۱۴۰۲	۴	مشهد	ترکمنستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲۰۰	۴۶۵,۴۶۱,۲۸۰	۱,۲۴۰
۱۴۰۲	۸	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳۹۰	۵۵۳,۳۳۱,۵۸۰	۱,۴۶۹
۱۴۰۲	۹	مشهد	بحرین	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵۰	۱۷۱,۶۵۲,۹۵۰	۴۵۲
۱۴۰۲	یازده ماه	مجموع	همه	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵۹,۹۸۰	۹۳,۲۹۲,۴۳۷,۷۸۰	۲۵۴,۰۶۲

جدول ۱-۴- آمار صادرات فندق بر اساس اطلاعات موجود و کارشناسی نشده دوازده ماهه سال ۱۴۰۱ (سایت گمرک کشور)

سال	ماه	نام گمرک	نام کشور	کد تعرفه	شرح تعرفه	وزن (کیلوگرم)	ارزش (ریال)	ارزش (دلار)
۱۴۰۱	۱۰	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱۶۰	۱۹۳,۷۸۵,۶۰۰	۶۴۰
۱۴۰۱	۱۰	باجگیران	ترکمنستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱۰	۱۵,۱۲۵,۲۵۰	۴۹
۱۴۰۱	۱۰	دوغارون	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۹۹۵	۱,۰۳۳,۹۶۹,۱۲۵	۳,۳۸۲
۱۴۰۱	۱۱	دوغارون	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳۰۰	۳۶۸,۳۱۶,۰۰۰	۱,۲۰۰
۱۴۰۱	۱۲	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲,۷۰۰	۴,۰۴۱,۸۶۳,۱۳۱	۱۰,۳۶۵
۱۴۰۱	۱۲	مشهد	استرالیا	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵۰۰	۷۳۵,۰۹۷,۳۵۰	۲,۳۹۵
۱۴۰۱	۱۲	مشهد	آلمان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲۵	۵۶,۷۸۲,۰۵۰	۱۸۵
۱۴۰۱	۱۲	دوغارون	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲۱۰	۵۶۷,۳۳۷,۷۲۰	۱,۴۷۰
۱۴۰۱	۲	منطقه ویژه اقتصادی بوشهر ۱	بحرین	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱۴۰	۳۸,۱۵۵,۸۱۰	۱۵۳
۱۴۰۱	۲	منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳,۰۰۰	۲,۲۲۲,۴۶۰,۰۰۰	۹,۰۰۰
۱۴۰۱	۳	غرب تهران	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲,۲۰۰	۲,۶۸۴,۴۱۸,۰۰۰	۱۱,۰۰۰
۱۴۰۱	۳	بندر لنگه	امارات متحده عربی	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳۶۰	۴۱۳,۹۲۹,۸۶۰	۱,۶۸۶
۱۴۰۱	۳	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۶۰۰	۴۵۰,۷۳۰,۸۰۰	۱,۸۰۰
۱۴۰۱	۴	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۷۹۵	۶۰۶,۱۶۶,۸۳۰	۲,۳۸۵
۱۴۰۱	۸	زاهدان	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۴,۷۴۰	۱۱,۷۴۵,۴۴۹,۸۲۰	۴۲,۶۶۰
۱۴۰۱	دوازده ماه	مجموع	همه	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲۸,۳۹۰	۴۳,۷۵۶,۸۷۶,۴۴۲	۱۵۳,۲۹۹

جدول ۱-۵- آمار صادرات فندق بر اساس اطلاعات موجود و کارشناسی نشده دوازده ماهه سال ۱۴۰۰ (سایت گمرک کشور)

سال	ماه	نام گمرک	نام کشور	کد تعرفه	شرح تعرفه	وزن (کیلوگرم)	ارزش (ریال)	ارزش (دلار)
۱۴۰۱	۱	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳۰۰	۲۶۹,۸۹۹,۰۷۸	۱,۱۷۴
۱۴۰۰	۲	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵۰۰	۳۴۹,۵۹۴,۵۰۰	۱,۵۰۰
۱۴۰۰	۴	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳۰۰	۲۳۹,۹۳۵,۹۶۲	۱,۱۲۶
۱۴۰۰	۱۰	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۹۹	۷۱,۴۷۷,۵۰۵	۲۹۳
۱۴۰۰	۱۱	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱۹۲	۱۴۰,۰۵۰,۴۸۸	۵۷۶
۱۴۰۰	۲	فرودگاه شیراز	قطر	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱۴	۳,۸۵۷,۱۱۳	۱۷
۱۴۰۰	۷	منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱,۰۰۰	۶۹۶,۴۶۵,۰۰۰	۲,۹۷۹
۱۴۰۰	۹	خوی	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳,۸۹۹	۲,۷۵۹,۰۵۳,۲۶۹	۱۱,۶۹۷
۱۴۰۰	۹	منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱,۰۰۰	۱,۱۷۱,۲۱۰,۰۰۰	۵,۰۰۰
۱۴۰۰	۹	زاهدان	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲,۱۰۱	۴,۴۷۸,۲۹۴,۱۰۶	۱۸,۹۰۹
۱۴۰۰	۱۰	منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲,۰۰۰	۱,۴۴۳,۹۹۰,۰۰۰	۵,۹۱۷
۱۴۰۰	۱۰	مشهد	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵۰	۶۰,۰۱۵,۰۳۲	۲۴۱
۱۴۰۰	۱۱	اصفهان	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱,۰۰۰	۱,۱۵۰,۱۶۲,۲۹۹	۴,۷۹۷
۱۴۰۰	۸	آستارا	جمهوری مولداوی	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲۲۰	۱۰۲,۷۵۸,۴۸۰	۴۴۰
۱۴۰۰	۱۲	مشهد	عراق	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱۰۰	۱۶۰,۱۷۹,۸۸۰	۶۶۵
۱۴۰۰	دوازده ماه	مجموع	همه	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱۲۷۷۵	۱۳,۰۹۶,۹۴۲,۷۱۲	۵۵۳۳۱

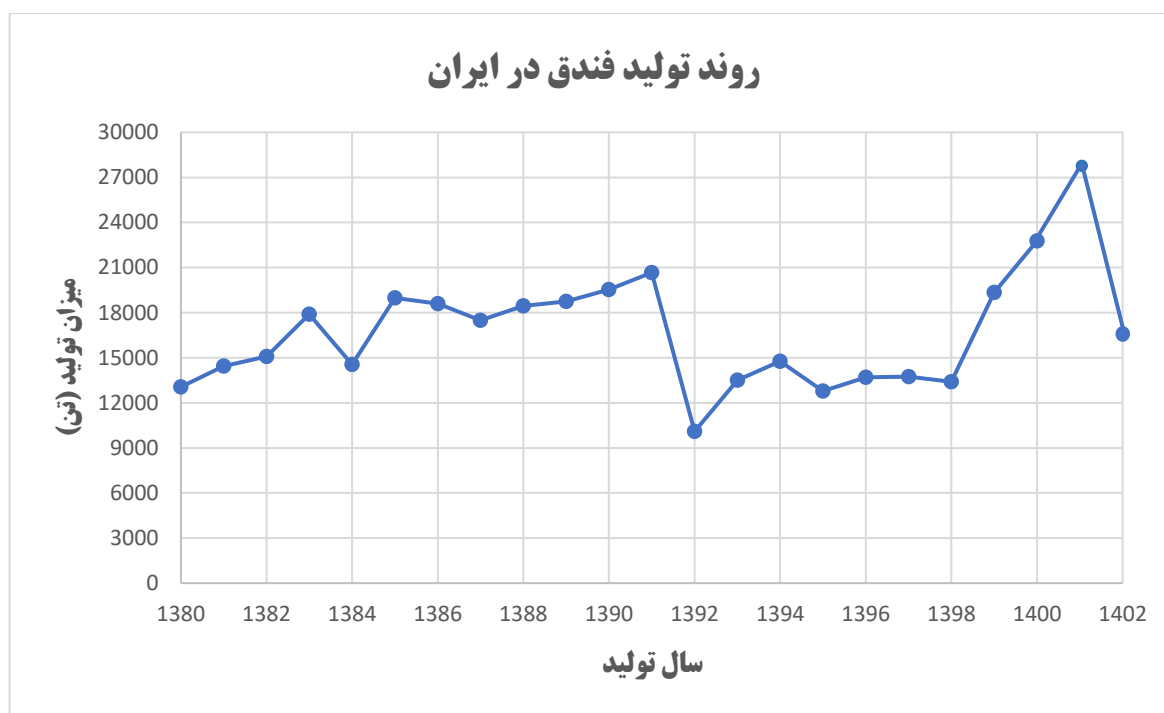
جدول ۱-۶- آمار صادرات فندق در سال ۱۳۹۹ (منبع: سایت گمرک کشور)

سال	ماه	نام گمرک	نام کشور	کد تعرفه	شرح تعرفه	وزن (کیلوگرم)	ارزش (ریال)	ارزش (دلار)
۱۳۹۹	۱	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۶,۲۸۷	۲,۳۷۹,۷۷۳,۲۲۳	۱۷,۳۱۱
۱۳۹۹	۲	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۸۶,۴۳۱	۳۳,۴۴۶,۸۶۱,۵۵۳	۲۴۲,۱۰۵
۱۳۹۹	۳	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵,۸۰۰	۲,۷۲۱,۳۰۷,۲۶۰	۱۷,۳۹۴
۱۳۹۹	۴	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۸,۸۰۰	۳,۲۲۴,۱۱۶,۸۱۵	۲۰,۰۹۱
۱۳۹۹	۴	منطقه ویژه دوعارون	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵,۶۶۵	۲,۷۰۵,۵۰۰,۹۲۰	۱۶,۲۰۹
۱۳۹۹	۸	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵۰۰	۳۹۶,۸۸۶,۵۰۰	۱,۵۰۰
۱۳۹۹	۱۲	مشهد	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱,۷۵۰	۱,۲۵۲,۵۱۳,۵۰۰	۵,۲۵۰
۱۳۹۹	۱۲	دوعارون	افغانستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۴۰	۲۸,۸۲۹,۶۴۰	۱۲۰
۱۳۹۹	۲	منطقه ویژه اقتصادی سیرجان	عمان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۴۰	۲۵,۳۶۱,۷۸۷	۱۸۳
۱۳۹۹	۶	باشماق	عراق	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵۰	۲۰,۷۷۱,۲۰۰	۱۰۰
۱۳۹۹	۷	منطقه ویژه اقتصادی بوشهر ۱	قطر	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳۰	۱۹,۴۵۵,۵۷۰	۸۶
۱۳۹۹	۸	منطقه ویژه اقتصادی بوشهر ۱	قطر	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳۲۰	۳۲۸,۴۶۹,۷۶۰	۱,۲۸۰
۱۳۹۹	۸	منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱,۵۰۰	۱,۱۹۰,۶۵۹,۵۰۰	۴,۵۰۰
۱۳۹۹	۸	مشهد	پاکستان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۷,۰۹۸	۴,۳۴۰,۵۲۶,۶۵۷	۱۶,۶۲۱
۱۳۹۹	دوازده ماه	مجموع	همه	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱۲۴۳۱۱	۵۲,۰۸۱,۰۳۳,۸۸۵	۳۴۲۷۵۰

جدول ۱- ۷- آمار صادرات فندق در سال ۱۳۹۸ (منبع: سایت گمرک کشور)

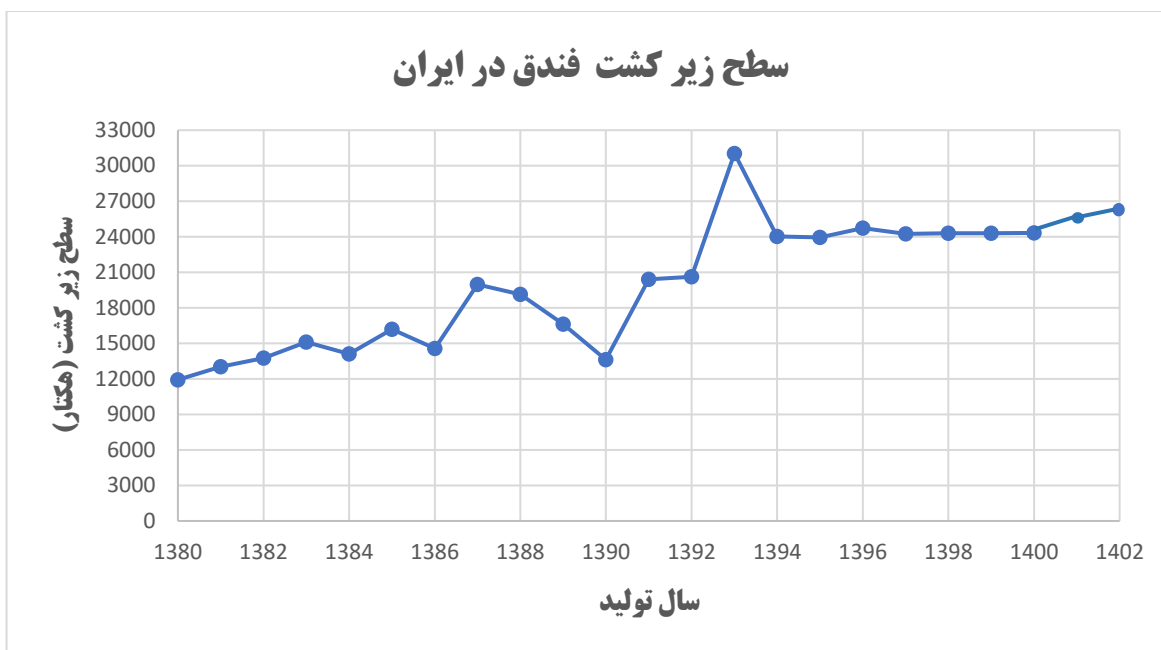
سال	ماه	کشور	گمرک	کد تعرفه	شرح تعرفه	وزن (کیلوگرم)	ارزش (ریال)	ارزش (دلار)
۱۳۹۸	۱	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۷,۴۲۵	۲,۰۰۸,۲۸۲,۴۳۵	۲۲,۲۶۵
۱۳۹۸	۲	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲۶,۸۴۹	۷,۷۴۳,۹۱۷,۰۷۰	۸۰,۵۴۷
۱۳۹۸	۳	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱,۶۳۶	۵۰۴,۵۹۳,۶۸۲	۴,۹۰۸
۱۳۹۸	۴	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳,۵۲۵	۱,۱۹۶,۲۲۸,۳۵۵	۱۰,۵۷۵
۱۳۹۸	۵	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۷,۹۰۵	۳,۶۷۶,۸۶۳,۳۳۰	۳۱,۶۳۵
۱۳۹۸	۵	افغانستان	منطقه آزاد دوغارون	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۵۹۵	۲۰۷,۶۰۰,۸۵۵	۱,۷۸۵
۱۳۹۸	۷	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱,۰۳۵	۳۴۰,۰۲۱,۹۵۰	۳,۱۰۵
۱۳۹۸	۸	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱,۰۳۰	۳۳۱,۱۶۱,۹۹۰	۳,۰۹۰
۱۳۹۸	۹	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲,۶۱۵	۸۶۴,۰۳۴,۱۱۰	۷,۸۴۵
۱۳۹۸	۱۰	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱۰۰	۳۳,۶۴۷,۷۰۰	۳۰۰
۱۳۹۸	۱۱	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲,۲۲۳	۸۶۶,۷۰۷,۱۷۲	۷,۲۲۴
۱۳۹۸	۱۲	افغانستان	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲,۳۶۳	۹۰۹,۷۱۱,۵۸۸	۶,۷۶۴
۱۳۹۸	۲	پاکستان	منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲,۰۰۰	۶۰۶,۹۲۴,۰۰۰	۶,۰۰۰
۱۳۹۸	۲	پاکستان	منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۲,۰۰۰	۶۰۶,۹۲۴,۰۰۰	۶,۰۰۰
۱۳۹۸	۱۰	پاکستان	منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۱,۱۰۰	۳۷۴,۸۴۳,۷۰۰	۳,۳۰۰
۱۳۹۸	۲	هند	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۳۰	۲۵,۲۸۲,۸۰۰	۲۷۰
۱۳۹۸	۳	هند	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۷۰	۶۸,۱۲۷,۵۷۰	۶۳۰
۱۳۹۸	۹	هلند	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۹۵	۴۱,۰۱۱,۱۲۰	۳۷۴
۱۳۹۸	۱۰	مالزی	فرودگاه امام خمینی (ره)	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۹۵	۵۳,۲۷۵,۵۲۵	۴۷۵
۱۳۹۸	۱۲	اتریش	مشهد	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۹	۲۳,۵۴۴,۷۲۰	۱۸۰
۱۳۹۸	دوازده ماه	مجموع	همه	۰۸۰۲۲۱۰۰	فندق با پوست، تازه یا خشک کرده	۶۲,۷۰۰	۲۰,۴۸۲,۷۰۳,۶۷۲	۱۹۷,۲۷۲

در شکل (۲-۱) روند تولید فندق در کشور آورده شده است. مطابق آمار و ارقام پس از افت محسوس سال ۱۳۹۲، رفته رفته، تولید در کشور بهتر شده و دلیل آن نیز اصلاح گونه ها در برخی از باغات در سال های قبل می باشد که با توجه به وضعیت نامناسب جوی در سال ۱۴۰۲، میزان تولید حدود ۱۶۸۷۵ تن با نرخ بازدهی ۶۳۰ کیلوگرم در هر هکتار می باشد و میانگین جهانی آن تقریباً ۱۱۳۰ کیلوگرم می باشد، بنابراین بازدهی سطح زیر کشت ایران تقریباً کمتر از نصف میانگین جهانی یکنسان است.

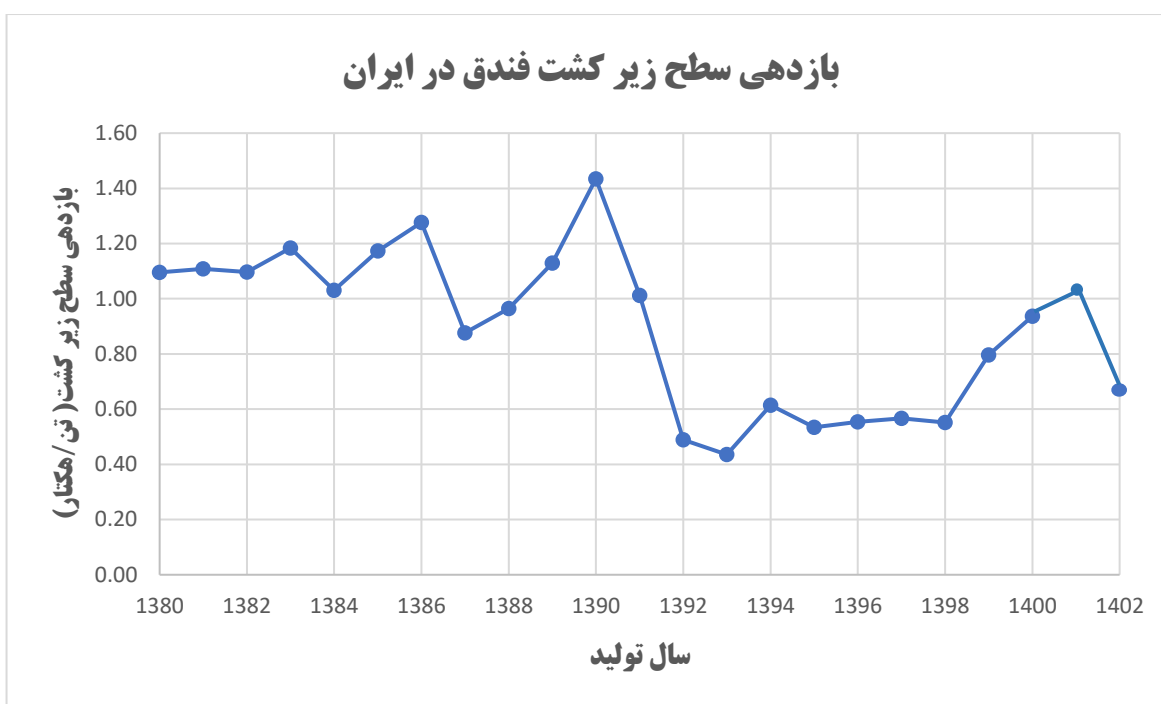


شکل ۱-۲- روند تولید فندق در کشور (منبع: جهاد کشاورزی)

در شکل (۳-۱) و (۴-۱) روند میزان و بازدهی سطح زیر کشت فندق در کشور آورده شده است. سطح زیر کشت فندق در کشور در سال ۱۴۰۲، ۲۶۸۲۳ هکتار می باشد. در سال ۱۳۹۳ شاهد افزایش قابل توجه میزان تولید کشور و در نتیجه افزایش بازدهی سطح زیر کشت به رقم ۱.۴۳ تن فندق در هر هکتار زمین بوده است. در سال های اخیر بازدهی سطح زیر کشت به عدد ۶۳۰ تن در هر هکتار رسیده است که اختلاف بسیار زیادی با کشور آمریکا داشته و البته بسیار پایینتر از میانگین جهانی می باشد.

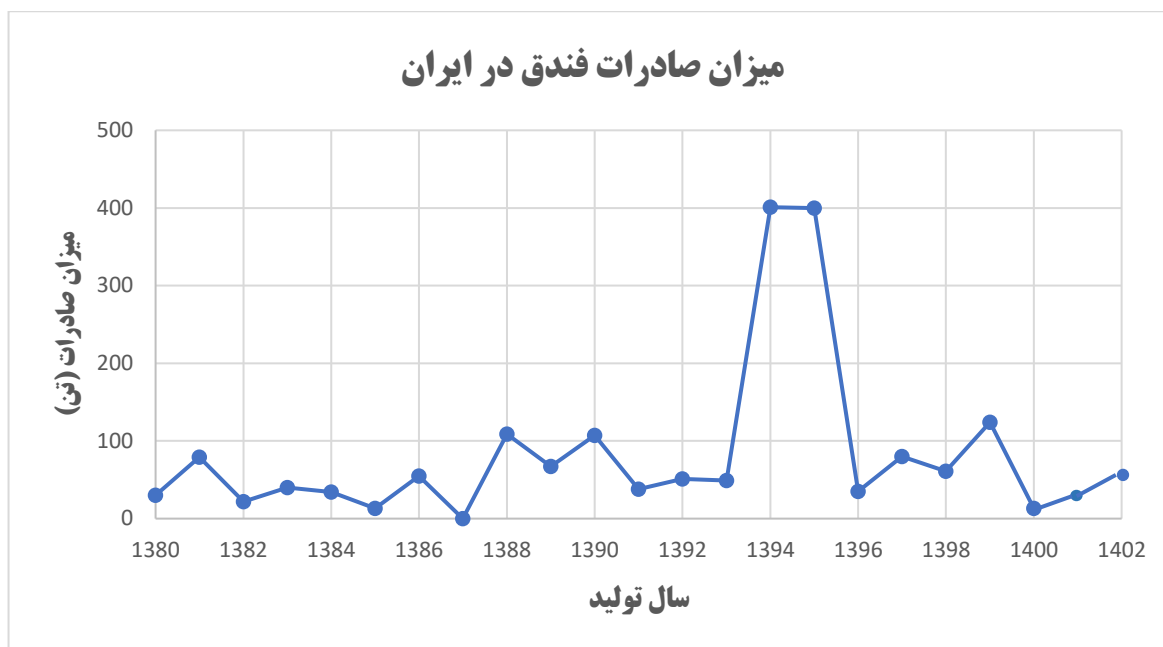


شکل ۱-۳- روند سطح زیر کشت فندق در کشور (منبع: جهاد کشاورزی)

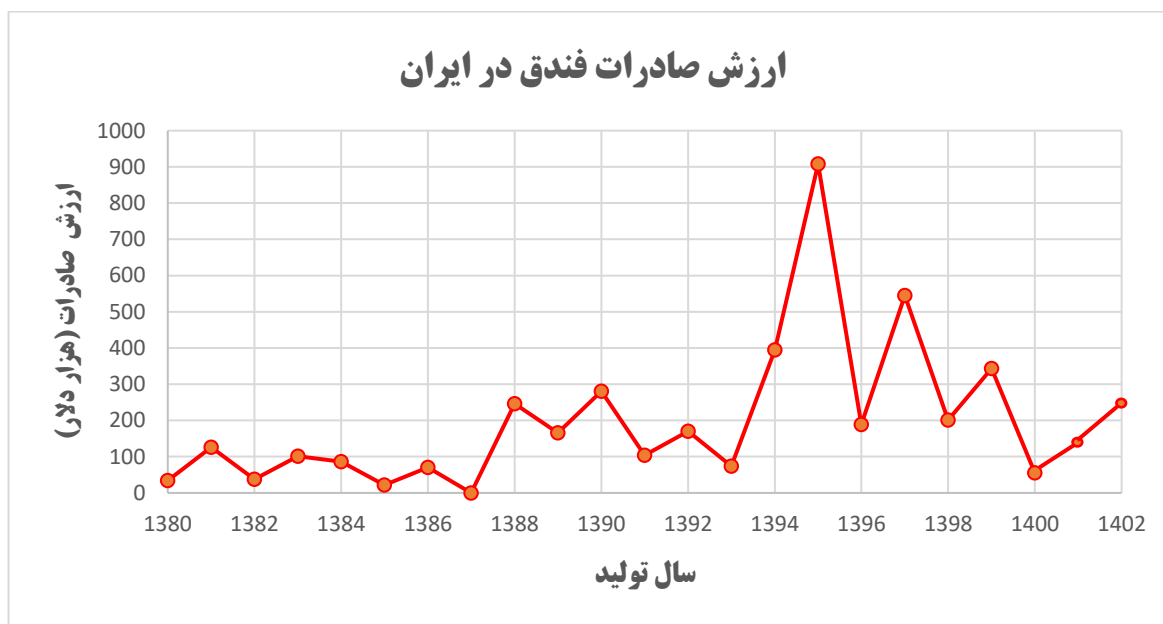


شکل ۱-۴- روند بازدهی سطح زیر کشت فندق در کشور (منبع: جهاد کشاورزی)

در شکل (۵-۱) و (۶-۱) روند میزان و ارزش صادرات فندق در کشور آورده شده است. مطابق آمار و ارقام میزان صادرات فندق در کشور به شدت پایین و در سال ۱۴۰۲، حدود ۶۰ تن بوده است. این ارقام در کشوری که نزدیک ۱۳۵۰۰ تن فندق در سال تولید می نماید، بسیار پایین می باشد. تحریم ها و بالابودن هزینه تولید و عدم توان رقابت با کشورهای دیگر را می توان اصلی ترین دلایل عدم رغبت تولیدکنندگان به صادر کردن فندق ذکر نمود.



شکل ۱-۵- روند میزان صادرات فندق در کشور (منبع: سایت گمرک کشور)



شکل ۱-۶- روند ارزش صادرات فندق در کشور (منبع: سایت گمرک کشور)

از جمله نکات مهم در بحث تولید و عرضه فندق در کشور، می توان به تحریم ها و روابط کشور با سایر کشورهای توجّه نمود. در صورتی که تحریم ها برداشته شود، هزینه تولید در کشور کاهش یافته و راه های ارتباطی با دنیا باز می گردد و تولیدکنندگان فندق در داخل کشور تمایل به صادرات محصول خود دارند. بنابراین در صورت برداشتن تحریم ها میزان صادرات کشور در سال های آتی، افزایش می یابد.

از طرف دیگر در صورت تداوم تحریم ها نیز، میزان عرضه فندق کشور در عرصه جهانی در آینده همچنان پایین برآورد می گردد.

مصرف/تقاضا در عرصه ملی

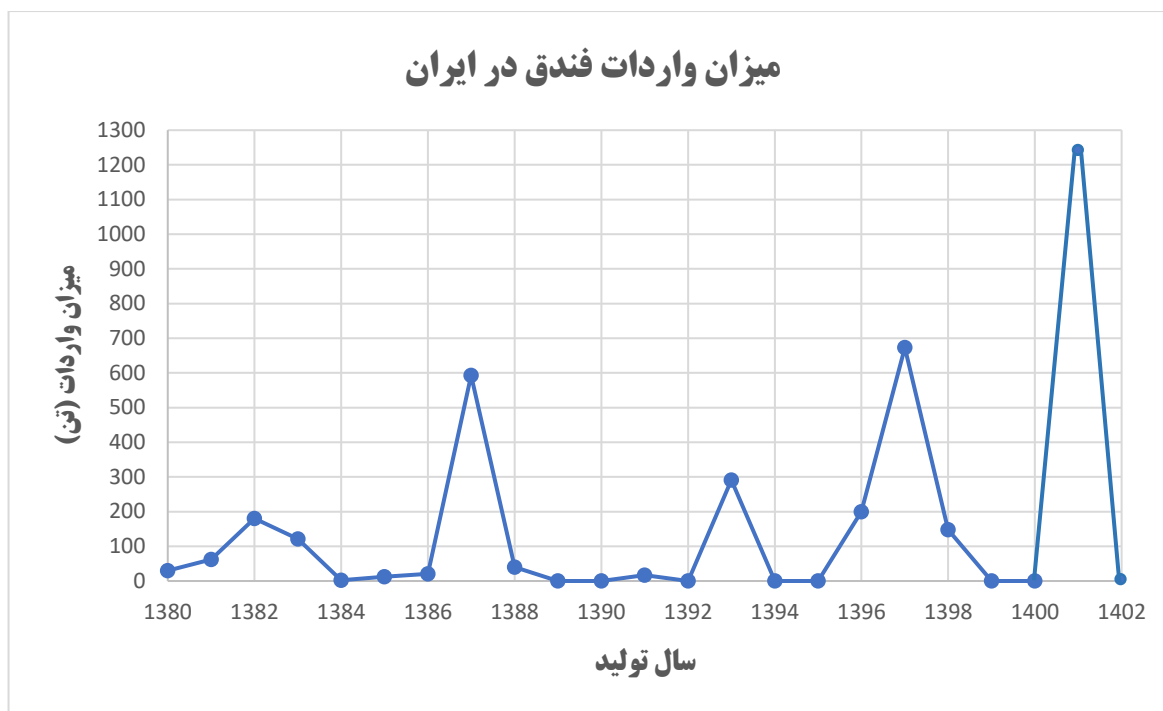
فندق یکی از محصولات باغبانی خشکباری است که ارزش غذایی بالایی در تغذیه انسان دارد. این محصول ارزش صادراتی بالایی دارد و به همین دلیل توجّه به توسعه و بهبود روند تولید و فرآوری آن از اهمیت خاصی برخوردار است. امروزه در کشور فندق دارای مصارف خوراکی به صورت خشک (رومیزی)، صنعتی درآژه (کارامل، شکلات، شیرینی و بیسکویت) بوده و روغن آن به صورت دارویی اشتهاآور، مقوی و مفید برای تسکین سرفه است. از دیگر موارد مصرف این محصول که در چند سال اخیر رشد زیادی نموده است، کره گیری و استفاده از کره این محصول می باشد. با نگاه به آمار و ارقام و مناسبت های مختلف که ریشه در فرهنگ کشور داشته، سرانه مصرف این محصول در کشور در وضعیت مناسبی قرار دارد.

به طور کلی سالانه حدود ۴۰۰ هزار تن انواع خشکبار صادر و حدود ۱۰۰۰ هزار تن آن در کشور مصرف می شود که میزان سرانه مصرف خشکبار در ایران به ۱۰ کیلوگرم می رسد که حدود چهار برابر بیش از متوسط سرانه مصرف خشکبار در جهان است. اما اگر خرما را نیز با سرانه مصرف ۱۲ کیلوگرمی اش در گروه این محصولات به حساب آورد، میزان مصرف سرانه محصولات خشکباری در ایران به ۲۲ کیلوگرم می رسد. که سالانه ۲۶۰ هزار تن پسته، ۱۶۰ هزار تن بادام، ۲۳۰ هزار تن گردو، ۲۳۰ هزار تن کشمش، ۲۵ هزار تن فندق، ۲۲ هزار تن توت، ۴۴ هزار تن انجیر و ۱۸ هزار تن بادام زمینی به عنوان مهم ترین اقلام خشکباری در ایران تولید می شود. بطور کلی مصرف خشکبار در ایران حدود ۴ برابر میانگین جهانی می باشد که این عدد نشان دهنده وجود بازار بسیار مناسب این محصولات در کشور می باشد.

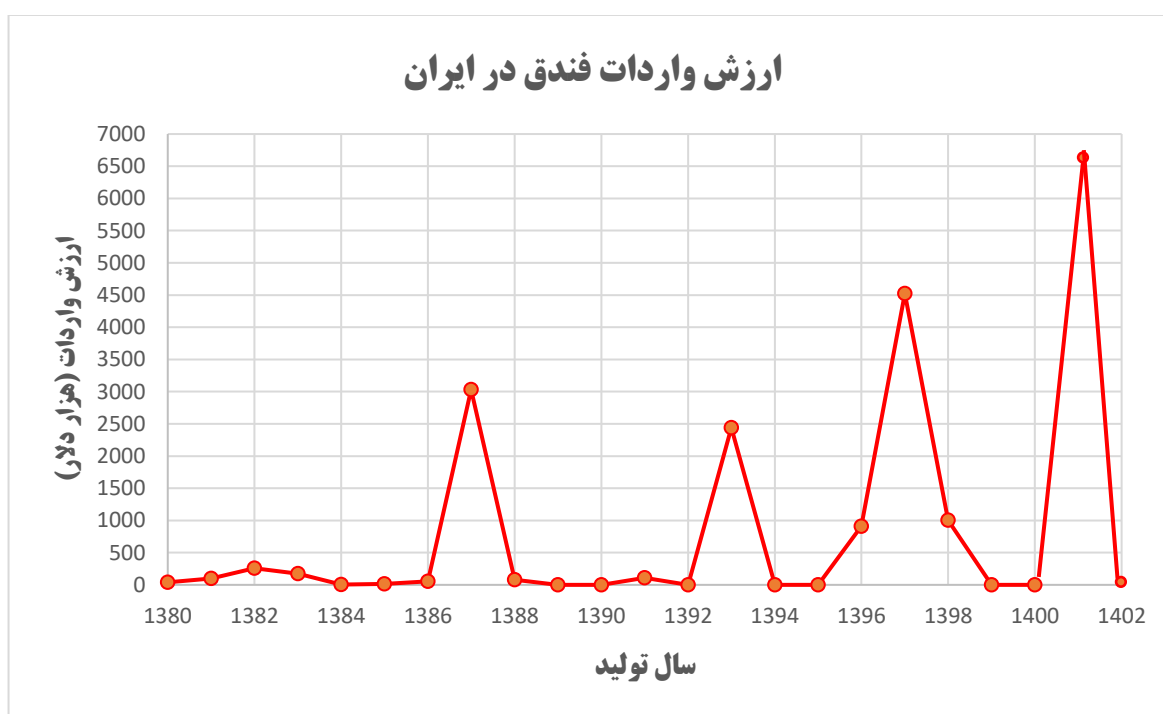
همچنین مصرف غیرخوراکی این محصول در صنایع آرایشی بدلیل وجود ویتامین E نیز بسیار مورد توجّه فعالان این حوزه بوده است.

یکی از کاربردهای اصلی فندق در دنیا و کشور، استفاده از آن به عنوان ماده اولیه برای ساخت انواع شکلات می باشد که با توجّه به افزایش بسیار زیاد نرخ ارز و همینطور کاهش قدرت خرید مردم در سال های آینده، این صنایع و بخصوص شکلات صبحانه بدلیل قیمت مناسبتر و در عین حین کیفیت نچندان متفاوت با مشابه خارجی، استقبال مردم به کالای ایرانی بیشتر شده و این محصول در صنعت کشور، رونق بیشتری خواهد گرفت.

در شکل (۷-۱) و (۸-۱) روند میزان و ارزش واردات فندق در کشور آورده شده است. در سال های اخیر با توجّه به عدم توان صادرات کشور و میزان مصرف کشور، واردات فندق مورد توجّه قرار ندارد و تمرکز بر مصرف فندق تولیدی در کشور است. میزان واردات در سال ۱۴۰۱ حدود ۱۲۵۷ تن به ارزش ۶۶۵۹ هزار دلار بوده است و میزان واردات در سال ۱۴۰۱، صفر بوده است.



شکل ۱-۷- روند میزان واردات فندق در کشور (سایت گمرک و سایت FAO)

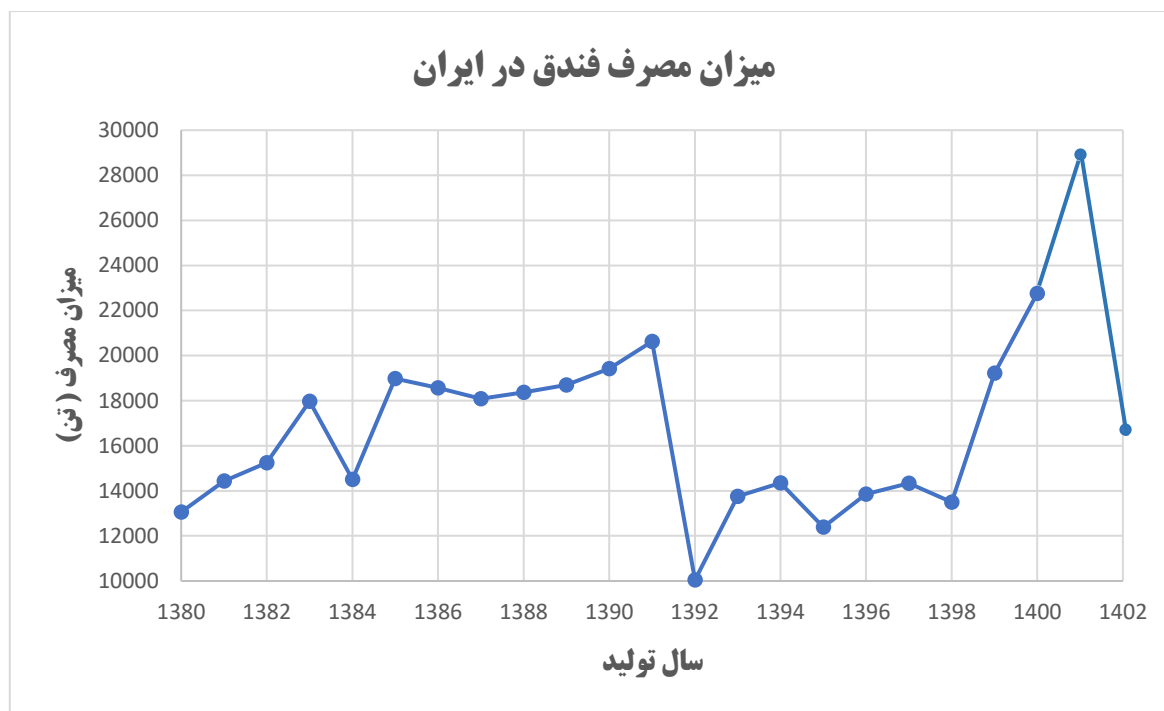


شکل ۱-۸- روند ارزش واردات فندق در کشور (منبع: جهاد کشاورزی)

به منظور تخمین میزان مصرف فندق در کشور می‌توان میزان تولید را با میزان واردات این محصول جمع زد و از میزان صادرات آن کم نمود. به همین منظور و با توجه به سایت گمرک کشور و میزان تولید با توجه به اطلاعات سایت جهاد کشاورزی در جدول (۸-۱) میزان مصرف کشور در سال‌های اخیر برآورد گردیده است. در شکل (۹-۱) روند مصرف فندق در کشور آورده شده است. مطابق آمار و ارقام میزان مصرف فندق در کشور بالا می‌باشد، بطوریکه تقریباً اکثر تولیدات فندق در کشور مصرف می‌شود.

جدول ۱- ۸- محاسبه میزان مصرف فندق در کشور

سال	میزان تولید (تن)	میزان صادرات (تن)	میزان واردات (تن)	میزان مصرف (تن)
۱۳۹۰	۱۹۵۳۲	۱۰۷	۰	۱۹۴۲۵
۱۳۹۱	۲۰۶۵۵	۳۸	۱۷	۲۰۶۳۴
۱۳۹۲	۱۰۰۹۸	۵۱	۰	۱۰۰۴۷
۱۳۹۳	۱۳۵۱۶	۴۹	۲۹۱	۱۳۷۵۸
۱۳۹۴	۱۴۷۵۶	۴۰۱	۰	۱۴۳۵۵
۱۳۹۵	۱۲۷۹۰	۴۰۰	۰	۱۲۳۹۰
۱۳۹۶	۱۳۶۸۸	۳۵	۲۰۰	۱۳۸۵۳
۱۳۹۷	۱۳۷۴۵	۸۰	۶۷۳	۱۴۳۳۸
۱۳۹۸	۱۳۴۰۷	۶۱	۱۴۸	۱۳۴۹۴
۱۳۹۹	۱۹۳۴۱	۱۲۴	۰	۱۹۲۱۷
۱۴۰۰	۲۲۷۷۶	۱۳	۰	۲۲۷۶۳
۱۴۰۱	۲۸۷۵۰	۲۴۰۴	۱۲۵۷	۲۹۹۸۳
۱۴۰۲	۱۶۸۷۵	۵۹۰۹۸	۰	۱۶۸۱۵



شکل ۱-۹- روند میزان مصرف فندق در کشور (منبع: جهاد کشاورزی)

با توجه به اینکه عمده مصرف فندق در جهان، کاربرد آن در صنایع شکلات سازی می باشد، بنابراین این مطلب در کشور ما نیز صادق بوده و عمده مصرف فندق در کشور در صنایع شکلات سازی می باشد. یکی از عمده دلایل این اتفاق، وجود تحریم- های بین المللی و عدم حضور شرکت های بزرگ شکلات سازی دنیا همانند فررو به صورت مستقیم در بازار ایران می باشد که این موضوع سبب ایجاد انگیزه و رغبت در تولیدکنندگان داخلی شده و موجب افزایش مصرف فندق در کشور شده است. حتی با نگاه دقیق به مراکز خرید بزرگ می توان به این نکته رسید که در بخش شکلات صبحانه که اصلی ترین محصول بر پایه فندق می باشد، بیشتر محصولات داخلی به چشم می خورد و جز در برخی از فروشگاه های خاص و محدود، خبری از شکلات صبحانه معروف شرکت فررو به نام نوتلا نیست. از مهمترین شرکت ها و کارخانجاتی که از فندق در ترکیب محصولات خود استفاده می نمایند، می توان به شیرین عسل، مینو، پارمیدا، شونیز، آیدین، کاله، فرمند، ملیکا و ... اشاره نمود که عمده مصرف فندق در کشور را بر عهده دارند. از طرفی با توجه به اینکه این کارخانجات از مغز سفید فندق در محصول خود استفاده می نمایند، بنابراین می بایست در این بخش تمرکز بیشتری داشت، تا بتوان به صورت مستقیم با این کارخانجات در ارتباط بود. از جمله نکات مهم در بحث مصرف و تقاضای فندق در کشور، می توان به تحریم ها و روابط کشور با سایر کشورهای توجّه نمود. در صورتی اینکه تحریم ها برداشته شود، با توجّه به اینکه هزینه تولید در کشور کاهش یافته و راه های ارتباطی با دنیا باز می گردد، تولیدکنندگان فندق در داخل کشور تمایل به صادرات محصول خود داشته و با توجّه به تقاضای حال حاضر صنایع کشور به فندق، در چند سال آینده تقاضا برای این محصول افزایش یافته و می بایست به بحث واردات بخصوص از کشور ترکیه توجّه بیشتری نمود. بنابراین در صورت رفع تحریم ها، میزان واردات فندق در کشور افزایش می یابد. از طرف دیگر در صورت تداوم تحریم ها نیز، میزان مصرف کشور هم سو با میزان تولید بوده و با توجّه به رقابت ایجاد شده در داخل کشور، کارخانجات می بایست کیفیت محصولات خود را افزایش دهند و در نتیجه میزان فندق بیشتری را در محصول خود بکار برند و تقاضای محصول در آینده افزایش می یابد.

قیمت محصول در عرصه ملی

فندق در نوع‌های مختلف در سطح جامعه بفروش می‌رسد. از طرفی با توجه به وضعیت تورم موجود در کشور قیمت‌ها متفاوت بوده، اما با مراجعه به سایت دیجی کالا (به دلیل وجود تعداد زیاد برندهای مختلف با بسته‌بندی‌های مختلف) در نگاه کلی قیمت‌ها در انتهای اسفند ماه سال ۱۴۰۲ در سطح بازار به شرح زیر می‌باشد:

- ❖ مغز سفید فندق ۱۲۰۰-۱۵۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ کره فندق ۱۲۰۰-۱۵۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ مغز متوسط فندق خام ۸۰۰-۱۰۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ فندق با پوست شکسته شور درشت ۶۰۰-۸۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ فندق با پوست شکسته خام ۵۰۰-۷۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ فندق با پوست خام براق ۴۵۰-۶۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ فندق خام (خرید از باغدار)، ۲۵۰-۳۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم

آمارهای جهانی:

فندق (Hazelnut) در گمرک جهانی با کد تعرفه (HS Code) به شماره ۰۸۰۲۲۱۰۰ شناخته می‌شود. این کد شامل فندق با پوست، تازه یا خشک کرده می‌باشد.



شکل ۱-۱- روند تولید فندق در دنیا بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۱ (منبع: سایت FAO)

در جدول (۹-۱) و (۱۰-۱) به ترتیب میزان و ارزش صادرات فندق (مجموع پوست کنده و با پوست)^۱ در جهان و کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ آورده شده است. میزان و ارزش صادرات فندق در جهان در سال ۲۰۲۲، به ترتیب با کاهش ۱۰.۵ و ۲۴.۵ درصدی به ۳۲۸۲۵۴ تن و ۱۸۱۱۸۹۸ هزار دلار (یعنی ۵.۵۲ دلار به ازای هر کیلو) نسبت به سال ۲۰۲۱ همراه بوده که کشور ترکیه با ۱۸۱۲۸۲ تن و ارزش ۹۷۱۸۰۵ هزار دلار (یعنی ۵.۳۶ دلار به ازای هر کیلو) بیشترین مقدار و ارزش صادرات فندق را به خود اختصاص داده است. همچنین روند این صادرات در جهان و کشورهای مختلف در شکل‌های (۱۱-۱) تا (۱۲-۱) آورده شده است، که روند منحنی در جهان در سال‌های اخیر به دلیل حجم بالای فندق پوست کنده نسبت به با پوست، مشابه روند صادرات فندق پوست کنده می‌باشد.

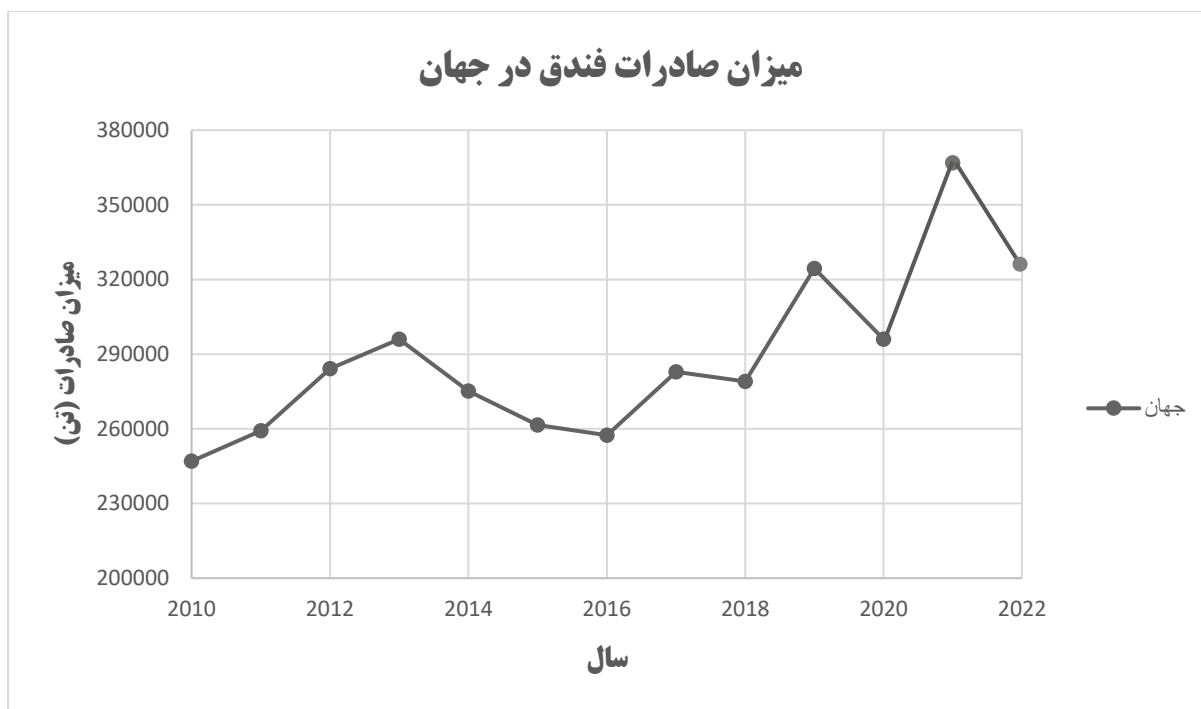
^۱ Hazelnuts, shelled+ Hazelnuts, with shell

جدول ۹-۱- میزان صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف دنیا بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت FAO)

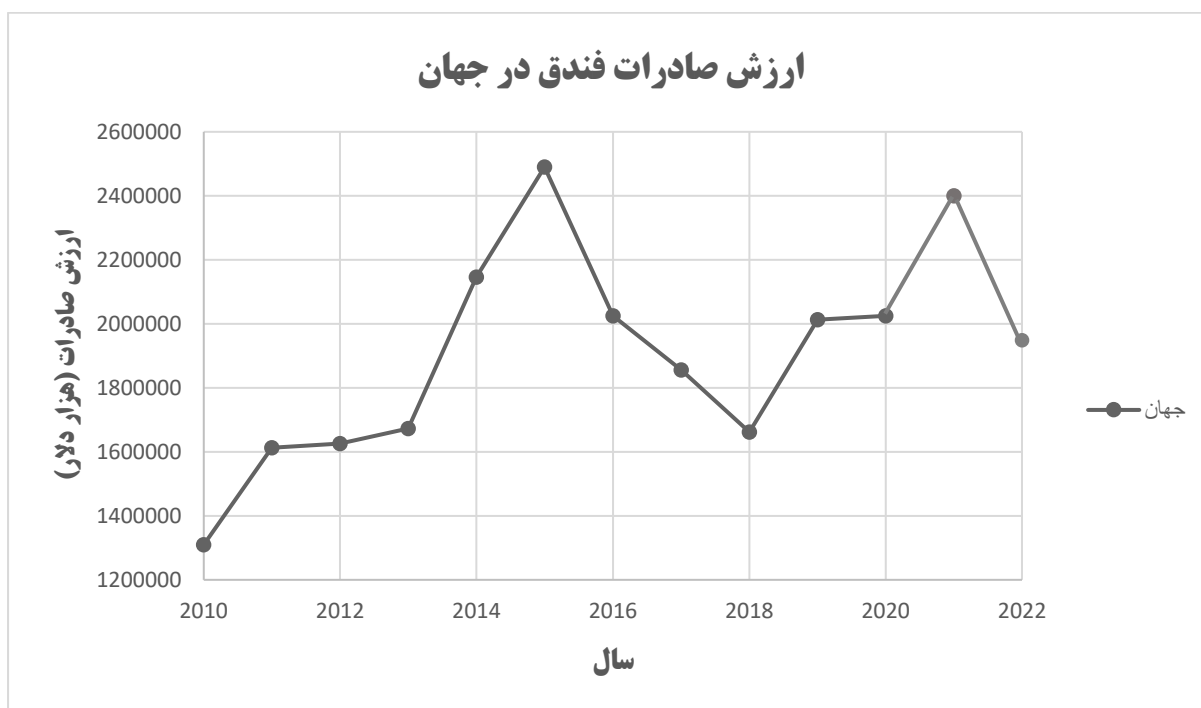
سال	جهان (تن)	آذربایجان (تن)	شیلی (تن)	گرجستان (تن)	ایران (تن)	چین (تن)	ایالات متحده آمریکا(تن)	ایتالیا (تن)	ترکیه (تن)
۲۰۱۰	۲۴۶۹۹۶	۸۵۴۰	۲۲۵۱	۱۵۱۵۰	۱۰۹	۱۰۶۱۴	۲۳۳۲۱	۱۶۲۹۱	۱۵۱۲۱۳
۲۰۱۱	۲۵۹۳۱۱	۱۲۹۱۸	۵۱۰۹	۲۱۶۵۵	۶۷	۱۸۵۴۹	۱۸۸۳۱	۱۴۸۳۴	۱۴۶۸۸۱
۲۰۱۲	۲۸۴۱۸۵	۱۰۳۲۹	۶۰۹۵	۱۵۶۲۵	۱۰۷	۲۰۱۸۴	۳۲۷۸۷	۱۵۴۱۵	۱۶۲۹۵۰
۲۰۱۳	۲۹۶۰۲۳	۱۰۴۱۷	۹۰۹۴	۳۰۲۵۲	۳۸	۱۲۴۲۵	۲۹۲۴۴	۱۸۲۴۶	۱۶۳۹۹۹
۲۰۱۴	۲۷۵۲۳۷	۱۲۰۸۰	۱۰۷۷۳	۱۹۹۰۰	۵۱	۴۵۸۳	۳۶۰۸۶	۱۹۴۶۸	۱۴۷۶۴۵
۲۰۱۵	۲۶۱۵۷۵	۱۱۳۵۵	۶۴۸۸	۱۹۳۳۵	۴۹	۲۰۷۲	۳۹۸۵۹	۱۹۱۲۶	۱۴۳۳۸۳
۲۰۱۶	۲۵۷۴۵۷	۱۳۳۹۱	۶۷۹۶	۲۷۰۰۸	۴۰۱	۳۶۳۶	۲۲۸۰۵	۲۵۲۸۳	۱۳۴۱۲۱
۲۰۱۷	۲۸۲۸۴۳	۱۶۳۷۵	۸۲۴۱	۱۵۱۱۹	۱۵۱	۲۵۴۶	۲۵۴۹۴	۲۸۵۲۵	۱۶۰۴۵۶
۲۰۱۸	۲۷۹۰۹۸	۱۸۵۰۳	۹۸۹۱	۱۱۳۰۸	۳۵	۱۹۳۳	۱۹۱۶۰	۲۹۸۰۵	۱۶۲۴۹۰
۲۰۱۹	۳۲۴۴۶۹	۲۲۶۳۹	۱۲۰۰۱	۱۲۳۶۱	۲۰۵	۴۲۴۰	۲۲۹۸۰	۲۵۸۵۳	۱۹۳۷۴۰
۲۰۲۰	۲۹۵۹۸۲	۱۸۸۹۲	۱۸۱۶۵	۱۶۶۵۱	۴۶	۲۷۳۰	۲۱۵۴۷	۲۶۳۳۶	۱۵۷۱۰۹
۲۰۲۱	۳۶۶۹۴۱	۱۹۴۵۹	۱۷۱۹۸	۲۳۵۵۱	۲۳۰۳	۶۵۵	۲۸۴۵۸	۳۸۶۲۸	۲۰۳۵۰۴
۲۰۲۲	۳۲۸۲۵۴	۲۱۸۶۵	۱۷۴۴۴	۲۲۰۲۹	۶۰۲۶	۶۹۸۰۶۴	۲۸۲۷۷	۲۲۷۰۶	۱۸۱۲۸۲

جدول ۱۰-۱- ارزش صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف دنیا بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت FAO)

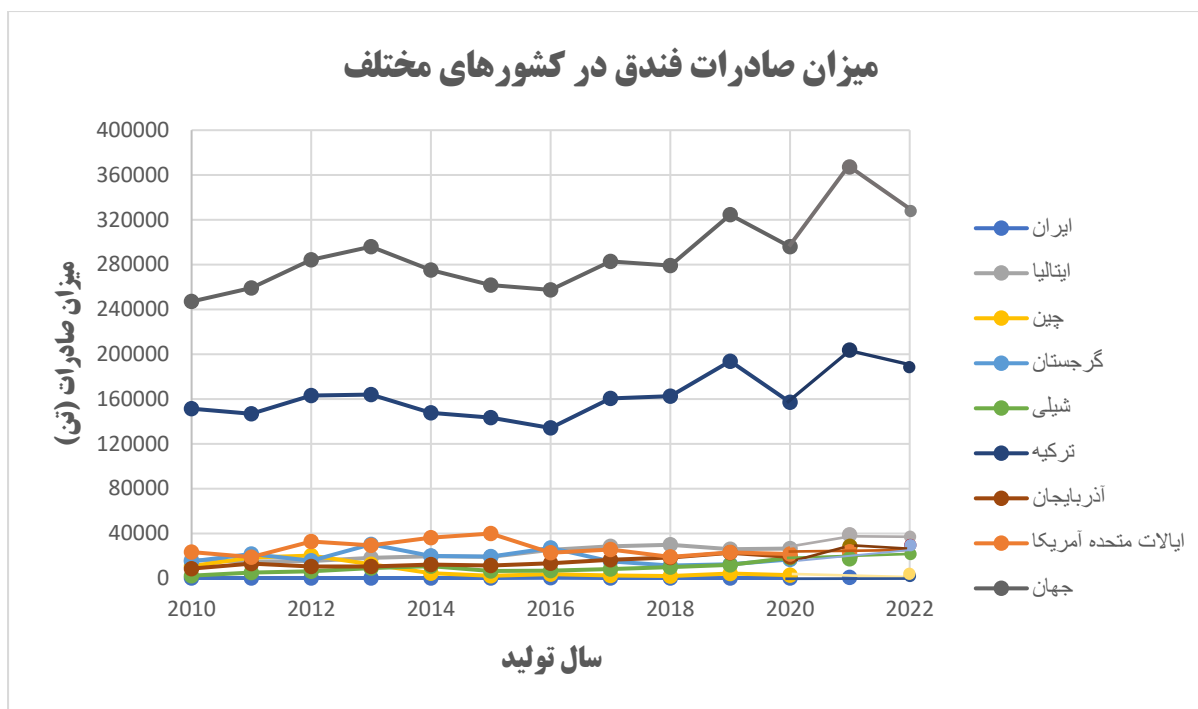
سال	جهان (هزار دلار)	آذربایجان (هزار دلار)	شیلی (هزار دلار)	گرجستان (هزار دلار)	ایران (هزار دلار)	چین (هزار دلار)	ایالات متحده آمریکا(هزار دلار)	ایتالیا (هزار دلار)	ترکیه (هزار دلار)
۲۰۱۰	۱۳۰۹۸۰۷	۳۵۲۷۸	۶۷۵۲	۶۴۰۱۱	۲۴۶	۲۹۶۰۲	۷۴۷۱۸	۹۷۳۶۶	۸۹۷۲۳۵
۲۰۱۱	۱۶۱۲۸۸۳	۵۷۲۴۴	۱۶۶۹۶	۱۲۹۹۲۰	۱۶۶	۵۵۳۲۲	۷۰۵۱۹	۱۰۸۲۱۸	۱۰۴۳۳۲۸
۲۰۱۲	۱۶۲۶۰۲۸	۴۵۹۳۳	۲۳۳۷۵	۸۳۵۸۸	۲۸۱	۵۳۰۳۰	۱۱۶۷۲۲	۱۰۸۳۸۲	۱۰۵۸۷۴۹
۲۰۱۳	۱۶۷۲۸۳۷	۴۵۱۵۶	۳۰۳۹۷	۱۶۶۶۳۰	۱۰۴	۳۶۰۰۷	۱۰۴۴۲۴	۱۲۲۰۲۳	۱۰۲۷۳۸۹
۲۰۱۴	۲۱۴۵۸۸۷	۶۸۷۹۲	۳۶۳۷۵	۱۸۳۳۴۹	۱۷۰	۱۳۲۸۹	۱۰۴۳۶۱	۱۸۷۹۶۹	۱۳۴۳۳۹۶
۲۰۱۵	۲۴۸۹۹۰۶	۸۰۳۲۲	۵۳۱۰۰	۱۷۶۲۰۷	۷۴	۵۲۲۷	۱۱۸۰۷۰	۲۰۹۶۲۱	۱۶۴۱۷۱۱
۲۰۱۶	۲۰۲۴۵۳۰	۸۳۸۴۰	۸۰۰۶۴	۱۷۸۵۹۱	۳۹۵	۱۰۸۵۱	۸۴۴۱۹	۲۳۶۵۸۴	۱۱۶۲۷۳۵
۲۰۱۷	۱۸۵۵۴۷۶	۸۵۷۷۱	۷۶۰۷۸	۸۲۲۴۸	۹۰۸	۷۲۴۱	۹۴۸۳۸	۲۴۸۸۹۹	۱۰۷۱۰۹۲
۲۰۱۸	۱۶۶۱۶۱۱	۹۴۱۶۱	۷۳۰۹۱	۵۷۲۶۶	۱۸۹	۵۰۰۲	۶۸۷۶۴	۲۵۹۰۳۴	۹۳۷۱۲۳
۲۰۱۹	۲۰۱۳۰۲۲	۱۲۵۶۲۲	۸۷۳۳۵	۶۳۳۴۳	۵۴۵	۱۰۳۰۶	۹۲۹۰۵	۱۹۶۸۰۵	۱۲۴۷۷۰۸
۲۰۲۰	۲۰۲۴۷۷۹	۱۱۶۳۳۵	۱۵۳۶۲۸	۹۱۱۴۱	۲۰۱	۶۱۲۹	۹۸۲۲۷	۲۲۵۲۴۹	۱۱۱۲۵۴۰
۲۰۲۱	۲۴۰۰۳۳۴	۱۱۱۷۸۸	۱۵۳۹۹۹	۱۱۵۱۵۰	۴۲	۱۵۴۶	۱۴۴۸۹۸	۳۴۸۱۱۱	۱۲۹۸۷۴۷
۲۰۲۲	۱۸۱۱۸۹۸	۱۱۰۶۴۳	۱۲۰۶۵۶	۹۶۷۰۰	۱۲	۱۶۲۸	۱۴۳۲۵۲	۱۷۶۹۷۲	۹۷۱۸۰۵



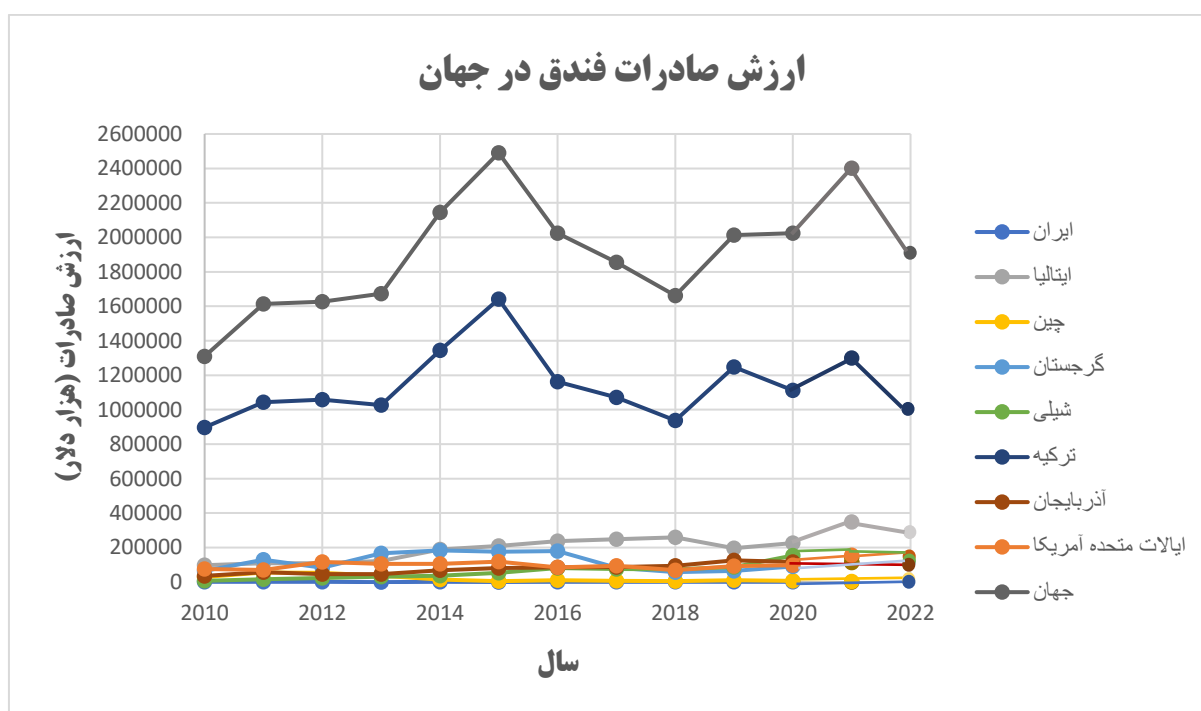
شکل ۱-۱۱- روند میزان صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت (FAO



شکل ۱-۱۲- روند ارزش صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت (FAO



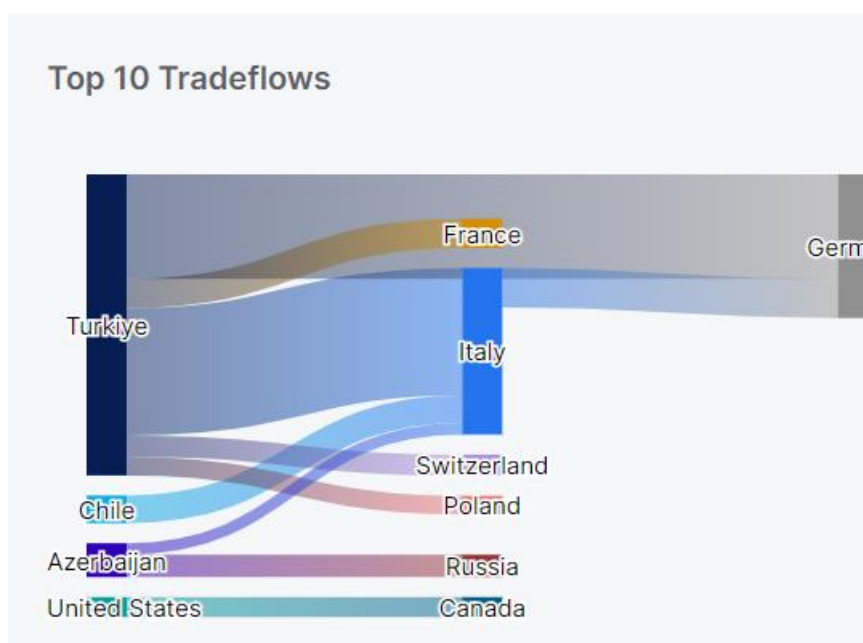
شکل ۱-۱۳- روند میزان صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت FAO)



شکل ۱-۱۴- روند ارزش صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان و کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت FAO)

در شکل (۱-۱۵) روند جریان تجاری ده کشور برتر دنیا در سال ۲۰۲۲ نشان داده شده است، به همین منظور در جدول (۱-۱۱) داده های دقیق در تبادلات این کشورها آورده شده است. که عدم حضور ایران در جمع ده کشور برتر با توجه به اینکه از منظر تولید هشتمین کشور دنیا می باشد، کاملاً مشخص می باشد، که عمده دلیل آن، تحریم و بالا بودن قیمت فندق ایران در مقایسه با سایر کشورها می باشد که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد. منحنی به خوبی نشان دهنده ارتباط مناسب و زیاد کشورهای فرانسه، آلمان و ایتالیا به عنوان سه کشور برتر در واردات فندق ترکیه است که دلیل این امر نیز وجود صنایع غذایی در ارتباط با فندق در این کشورها می باشد.

ارزش تجاری فندق در سال ۲۰۲۲، ۱.۷ میلیارد دلار می باشد که نسبت به سال قبل ۲۲.۷ درصد کاهش داشته است. کشور ترکیه با ۹۶۹.۳ میلیون دلار و سهم ۵ درصدی از کل ارزش تجاری ترکیه، بیشترین سهم را داشته و کشورهای ایتالیا و شیلی در رتبه های بعدی قرار دارند.



شکل ۱-۱۵- روند جریان تجاری ده کشور برتر دنیا در سال ۲۰۲۲ (منبع: سایت tridge)

جدول ۱- ۱۱- ده تبادل اصلی فندق بین کشورها در بازار جهانی (منبع: سایت tridge)

	Exporter	Export Value							
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	World	\$2.3B	\$1.9B	\$1.8B	\$1.6B	\$1.9B	\$1.9B	\$2.2B	\$1.7B
1	Turkiye	\$1.6B	\$1.2B	\$1.1B	\$934.8M	\$1.2B	\$1.1B	\$1.3B	\$969.3M
2	Italy	\$202.4M	\$233.9M	\$246.5M	\$256.6M	\$199.6M	\$220.7M	\$342.9M	\$175.5M
3	Chile	\$23.1M	\$79.1M	\$75.6M	\$72.9M	\$87.1M	\$150.3M	\$153.8M	\$120.2M
4	Azerbaijan	\$90.3M	\$104.9M	\$114.4M	\$93.5M	\$124.2M	\$113.6M	\$108.8M	\$106.3M
5	Georgia	\$173.1M	\$173.7M	\$79.5M	\$55.1M	\$56.7M	\$82.2M	\$94.9M	\$80.5M
6	Germany	\$58.9M	\$56.1M	\$43.9M	\$40.4M	\$43.8M	\$54.9M	\$55.7M	\$48.2M
7	Netherlands	\$40.8M	\$33.8M	\$50.9M	\$42.5M	\$50.1M	\$50.3M	\$49.0M	\$44.1M
8	United States	\$18.1M	\$5.3M	\$8.6M	\$9.5M	\$10.2M	\$16.7M	\$30.0M	\$71.4M
9	Czechia	\$15.8M	\$12.6M	\$10.4M	\$7.3M	\$10.0M	\$16.8M	\$11.5M	\$7.5M
10	United Arab Emirates	\$1.1M	\$583.4K	\$504.3K	\$965.3K	\$4.6M	\$1.6M	\$9.0M	-

در جداول (۱-۱۲) و (۱-۱۳) روندهای جریان تجاری فندق در بین کشورها آورده شده است. نکته مهم در جداول ذکر شده، پیدا نمودن بازارهای جدید توسط کشورهای برتر تولید کننده می باشد، به همین دلیل کشورهای ترکیه و آمریکا، میزان صادرات خود به کشورهای برتر وارد کننده همچون فرانسه، ایتالیا و آلمان را کاهش داده و سهم بازارهای جدید همچون مکزیک و لیبی را افزایش داده اند. بطوریکه ارزش صادرات ترکیه به لیبی، ترکیه به الجزایر و آمریکا به مکزیک در ۵ سال اخیر به ترتیب ۳۴۵.۱۶٪، ۴۴۸۷.۹۳٪ و ۳۴۴۹۷۲.۲۱٪ افزایش داشته است که نشان دهنده اهمیت پیدا نمودن بازار جدید برای صادرات می باشد.

از طرف دیگر، کشورهای برتر تولید کننده نیز همچون آلمان، برای تامین نیاز خود، از ظرفیت کشورهای دیگر تولید کننده همچون شیلی استفاده می نمایند، بطوریکه در ۳ سال اخیر ارزش تجاری صادرات فندق از شیلی به آلمان ۵۳۴۸.۶۱٪ افزایش را نشان می دهد.

جدول ۱- ۱۲- جریان های تجاری مهم صنعت فندق بین کشورها در بازار جهانی (منبع: سایت tridge)

Rank	Trade Flow	Export Value 2022, USD	Share in Export 2022	1-Year Growth in Export Value 2021-2022	3-Year Growth in Export Value 2019-2022	5-Year Growth in Export Value 2017-2022
1	France to Italy	\$24.93M	1.50%	-33.13%	-28.68%	-39.09%
2	Brazil to Turkiye	\$24.53M	1.48%	-22.16%	-10.26%	+36.19%
3	Poland to Italy	\$22.50M	1.36%	-50.17%	+58.72%	+44.28%
4	Germany to Georgia	\$22.11M	1.33%	-16.50%	+94.55%	+54.14%
5	Germany to Chile	\$20.64M	1.25%	-53.95%	+5348.61%	
6	Canada to Turkiye	\$20.25M	1.22%	-33.50%	-63.74%	-73.21%
7	China to Turkiye	\$19.89M	1.20%	-25.40%	-2.90%	-2.43%
8	Germany to Azerbaijan	\$19.50M	1.18%	+14.79%	-6.86%	+2.34%
9	Netherlands to Turkiye	\$18.73M	1.13%	-33.06%	-12.99%	-20.57%
10	Russia to Turkiye	\$18.30M	1.10%	-3.87%	+33.57%	+75.60%

جدول ۱- ۱۳- ادامه جریان های تجاری مهم صنعت فندق بین کشورها در بازار جهانی (منبع: سایت tridge)

Rank	Trade Flow	Export Value 2022, USD	Share in Export 2022	1-Year Growth in Export Value 2021-2022	3-Year Growth in Export Value 2019-2022	5-Year Growth in Export Value 2017-2022
1	Spain to Turkiye	\$15.56M	0.94%	-21.32%	-22.04%	+20.32%
2	Italy to Georgia	\$15.07M	0.91%	-8.81%	+27.39%	-21.32%
3	Libya to Turkiye	\$14.96M	0.90%	+12.57%	+145.62%	+345.16%
4	Mexico to United States	\$14.95M	0.90%	+13.86%		+344972.21%
5	Germany to Netherlands	\$14.71M	0.89%	-15.12%	-44.93%	-43.68%
6	Australia to Turkiye	\$14.04M	0.85%	-27.39%	-34.88%	-27.31%
7	United States to Turkiye	\$12.81M	0.77%	-37.15%	-55.55%	-51.04%
8	Mexico to Chile	\$10.84M	0.65%	-11.97%		
9	Canada to Chile	\$10.78M	0.65%	-46.55%		
10	Algeria to Turkiye	\$10.76M	0.65%	+8.96%	+363.39%	+4487.93%

در جدول (۱-۱۴) و (۱-۱۵) به ترتیب میزان و ارزش واردات فندق (مجموع پوست کنده و با پوست)^۲ در جهان و کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ آورده شده است. میزان و ارزش واردات فندق در جهان در سال ۲۰۲۲، به ترتیب با افزایش ۲.۱ و کاهش ۱۶.۶ درصدی به ۳۳۰۰۸۳ تن و ۱۸۳۰۲۵۷ هزار دلار (یعنی ۵.۵۴ دلار به ازای هر کیلو) بوده که کشور ایتالیا با ۷۴۴۸۹ تن و ارزش ۴۴۶۹۱۶ هزار دلار (یعنی ۶ دلار به ازای هر کیلو) بیشترین مقدار و ارزش واردات فندق را به خود اختصاص داده است و ایتالیا با فاصله اندک در رتبه بعدی این جدول از لحاظ ارزش بازار قرار دارد، هر چند میزان واردات کشور ایتالیا بالاتر می باشد، اما قیمت خرید آن پایین تر می باشد. همچنین روند این واردات در جهان و کشورهای مختلف در شکل های (۱-۱۶) تا (۱-۱۷) آورده شده است، که روند منحنی در جهان در سال های اخیر به دلیل حجم بالای فندق پوست کنده نسبت به با پوست، مشابه روند واردات فندق پوست کنده می باشد. نمودارها و آمار نشان دهنده بالا بودن میزان واردات در کشورهای ایتالیا و آلمان در بخش فندق پوست کنده می باشد، که با توجه به وجود شرکت فررو که یکی از بزرگترین شرکت های مصرف کننده فندق در دنیا می باشد و شرکتهای بزرگ شکلات سازی آلمان، این امر کاملاً طبیعی است. از طرف دیگر در بخش فندق با پوست کشور چین بیشترین میزان و ارزش واردات را به خود اختصاص می دهد.

^۲ Hazelnuts, shelled+ Hazelnuts, with shell

جدول ۱-۱۴- میزان واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف دنیا بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت FAO)

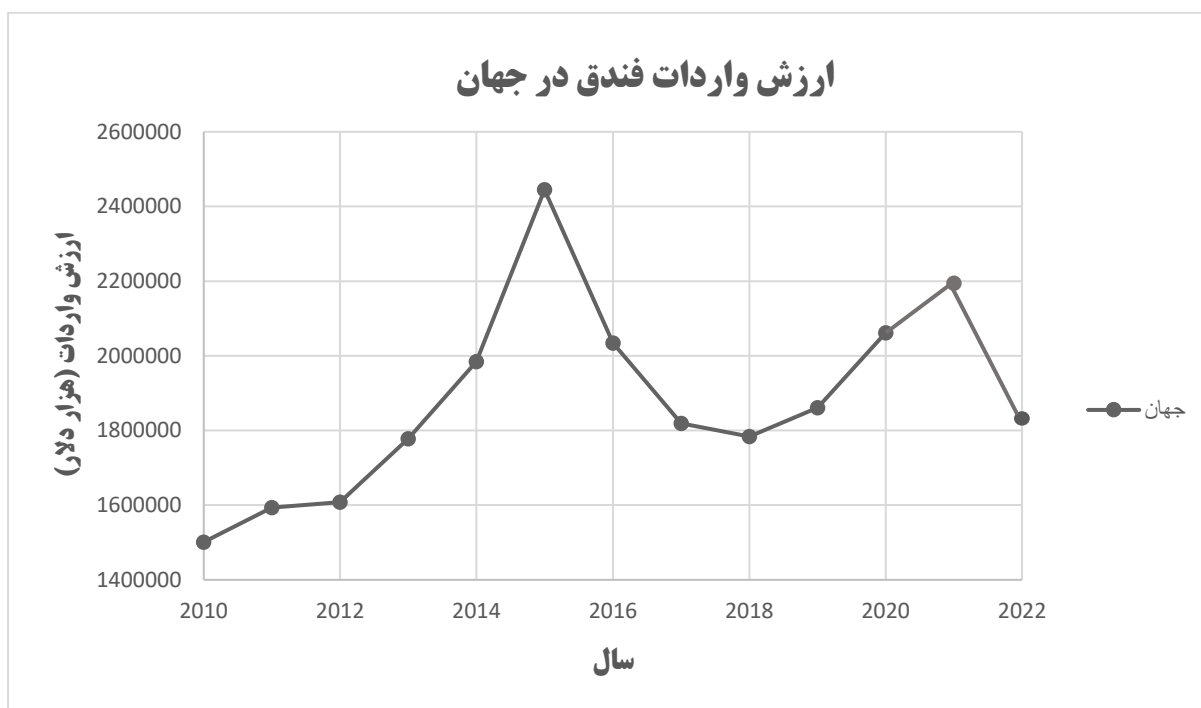
سال	جهان (تن)	کانادا (تن)	لهستان (تن)	آلمان (تن)	فرانسه (تن)	ایران (تن)	چین (تن)	ایالات متحده آمریکا(تن)	ایتالیا (تن)	ترکیه (تن)
۲۰۱۰	۲۶۳۹۸۷	۱۰۴۳۱	۲۴۳۵	۷۰۴۳۳	۲۱۴۰۴	۴۰	۲۰۲۷۸	۳۸۲۱	۳۴۹۹۳	۴۹۸
۲۰۱۱	۲۵۲۶۷۸	۱۱۳۹۲	۲۲۱۰	۶۲۴۵۰	۲۰۰۵۸	۰	۱۴۸۲۹	۴۰۷۸	۳۷۴۸۸	۱۵۴۱
۲۰۱۲	۲۵۸۳۵۶	۱۴۳۴۱	۱۹۰۴	۵۴۶۸۳	۲۰۳۳۳	۰	۱۹۵۱۵	۴۵۹۰	۳۱۸۱۶	۸۰۷
۲۰۱۳	۲۸۹۰۴۸	۱۲۲۳۵	۲۴۷۲	۶۷۷۴۲	۲۰۴۹۳	۱۷	۱۶۵۶۰	۵۸۶۲	۴۴۲۵۵	۱۹۴۰
۲۰۱۴	۲۴۹۲۱۰	۱۳۲۲۷	۲۱۲۷	۵۸۶۸۲	۲۰۸۳۸	۰	۷۲۲۶	۴۳۱۷	۴۷۲۴۹	۱۱۵۴
۲۰۱۵	۲۳۷۹۴۱	۱۲۵۶۴	۱۸۱۴	۶۵۱۸۶	۲۰۴۶۸	۲۹۱	۵۷۸۶	۲۵۵۷	۴۷۱۵۳	۱۶۸۴
۲۰۱۶	۲۳۸۲۱۸	۱۲۹۳۳	۲۹۲۲	۶۳۸۹۷	۲۲۳۲۲	۰	۸۷۵۱	۳۱۶۶	۴۷۴۹۲	۱۵۹۰
۲۰۱۷	۲۵۱۱۵۶	۱۱۶۴۹	۴۰۱۰	۶۵۹۳۵	۲۳۹۱۵	۰	۷۷۰۷	۳۵۰۶	۴۶۰۴۳	۲۲۳۱
۲۰۱۸	۲۸۵۹۳۲	۱۳۷۶۲	۱۳۹۴۰	۶۶۵۲۶	۲۵۶۵۹	۲۰۰	۱۱۰۴۹	۶۰۲۹	۵۱۹۰۵	۳۶۷۲
۲۰۱۹	۳۰۲۵۷۷	۱۳۰۱۸	۵۹۳۱	۶۶۳۷۹	۲۳۶۹۳	۶۷۳	۲۳۸۱۰	۵۷۱۱	۶۳۴۳۲	۲۰۳۸
۲۰۲۰	۲۹۸۶۱۶	۱۴۷۹۵	۴۷۲۳	۷۰۱۳۹	۲۳۴۳۶	۱۴۸	۱۴۸۷۰	۴۲۱۳	۶۹۲۳۸	۱۴۵۲
۲۰۲۱	۳۲۳۴۳۸	۱۵۵۱۵	۶۲۴۳	۷۶۸۸۰	۲۲۷۱۴	۱۱۱۸	۱۸۷۹۲	۳۳۷۶	۶۷۶۳۷	۱۹۵۹
۲۰۲۲	۳۳۰۰۸۳	۱۴۶۰۱	۵۴۶۹	۷۴۴۸۹	۲۳۱۰۶	۱۲۵۷	۲۲۵۲۹	۲۸۴۹۶	۷۵۴۹۳	۲۰۵۲

جدول ۱-۱۵- ارزش واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف دنیا بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت FAO)

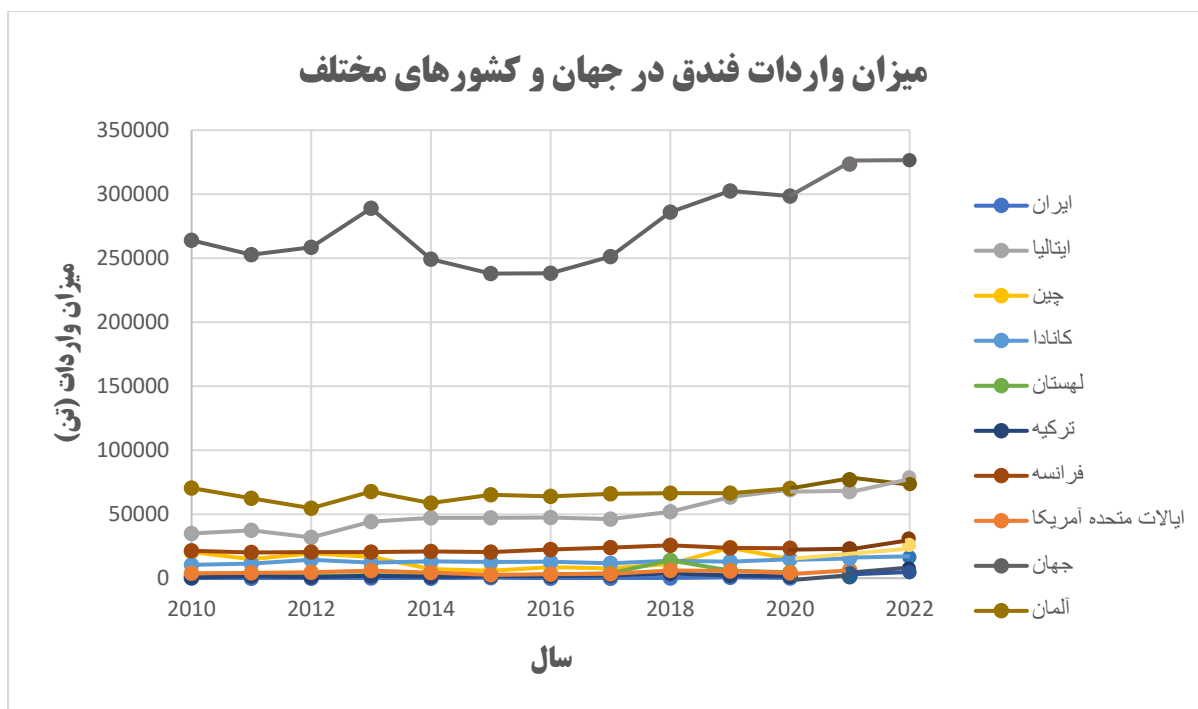
سال	جهان (هزار دلار)	کانادا (هزار دلار)	لهستان (هزار دلار)	آلمان (هزار دلار)	فرانسه (هزار دلار)	ایران (هزار دلار)	چین (هزار دلار)	ایالات متحده آمریکا(هزار دلار)	ایتالیا (هزار دلار)	ترکیه (هزار دلار)
۲۰۱۰	۱۵۰۱۲۳۴	۶۹۲۲۰	۱۵۰۱۵	۴۵۱۶۱۵	۱۳۷۱۵۲	۸۰	۶۳۰۴۹	۲۲۵۴۹	۲۱۴۸۷۹	۳۲۱۲
۲۰۱۱	۱۵۹۳۶۸۸	۸۱۷۹۶	۱۶۴۷۱	۴۴۳۷۸۵	۱۳۸۰۱۵	۰	۵۰۳۲۹	۲۳۶۲۵	۲۴۶۶۹۶	۱۰۹۰۶
۲۰۱۲	۱۶۰۸۲۸۵	۱۰۵۹۹۱	۱۳۰۷۰	۳۸۴۷۷۱	۱۴۷۶۰۳	۰	۶۶۸۷۷	۲۴۷۱۹	۲۱۲۳۱۷	۵۵۱۳
۲۰۱۳	۱۷۷۸۲۵۰	۹۹۹۹۵	۱۶۲۱۹	۴۸۲۸۹۴	۱۳۲۶۹۷	۱۱۰	۶۱۷۷۳	۳۳۰۳۲	۳۰۰۳۳۷	۱۱۸۴۵
۲۰۱۴	۱۹۸۴۴۰۷	۱۱۵۸۲۲	۲۰۱۷۹	۵۰۸۲۵۰	۱۶۷۴۸۱	۰	۳۲۴۱۶	۲۹۸۴۵	۳۶۷۵۴۶	۱۰۳۰۶
۲۰۱۵	۲۴۴۴۵۴۲	۱۴۶۳۱۳	۲۰۷۴۸	۷۰۸۷۸۱	۲۴۱۳۳۱	۲۴۳۸	۳۲۲۴۹	۲۲۱۸۸	۴۶۵۸۸۱	۲۱۴۵۲
۲۰۱۶	۲۰۳۴۴۵۷	۱۱۲۶۴۸	۲۶۱۹۸	۵۶۰۶۵۱	۲۰۴۵۰۰	۰	۵۶۳۳۱	۲۸۹۳۱	۴۲۹۶۴۶	۱۵۶۱۷
۲۰۱۷	۱۸۱۸۹۶۹	۸۸۳۴۹	۳۴۳۶۹	۵۰۱۲۵۴	۱۸۷۵۵۴	۰	۴۵۵۷۷	۲۵۸۴۱	۳۳۳۴۲۷	۱۸۵۱۲
۲۰۱۸	۱۷۸۴۰۰۴	۸۸۵۵۱	۹۳۴۷۸	۴۳۴۲۴۴	۱۸۱۹۱۵	۹۱۰	۴۴۰۳۸	۳۸۲۴۰	۳۱۱۸۱۴	۲۲۵۴۲
۲۰۱۹	۱۸۶۱۲۱۷	۹۳۷۱۴	۴۳۲۳۲	۴۲۷۷۵۰	۱۶۷۰۰۵	۴۵۲۴	۸۱۸۹۱	۳۷۵۰۵	۳۹۱۶۳۰	۱۲۵۶۳
۲۰۲۰	۲۰۶۱۶۹۷	۱۱۸۴۱۸	۴۳۲۶۵	۵۱۳۲۷۱	۱۸۵۴۱۹	۱۰۰۲	۵۷۶۵۶	۳۱۰۸۷	۴۷۸۹۲۶	۱۰۴۳۱
۲۰۲۱	۲۱۹۴۶۳۲	۱۲۰۶۳۱	۶۶۰۰۷	۵۸۱۰۷۶	۱۶۷۶۳۱	۶۹۴۵	۹۱۱۲۳	۲۳۷۴۷	۴۲۰۲۱۲	۱۳۴۴۰
۲۰۲۲	۱۸۳۰۲۵۷	۹۶۴۹۳	۴۳۶۶۷	۴۴۶۹۱۶	۱۳۱۵۰۷	۶۶۵۹	۸۳۲۰۳	۱۸۶۱۱	۳۷۴۲۹۰	۱۶۷۵۷



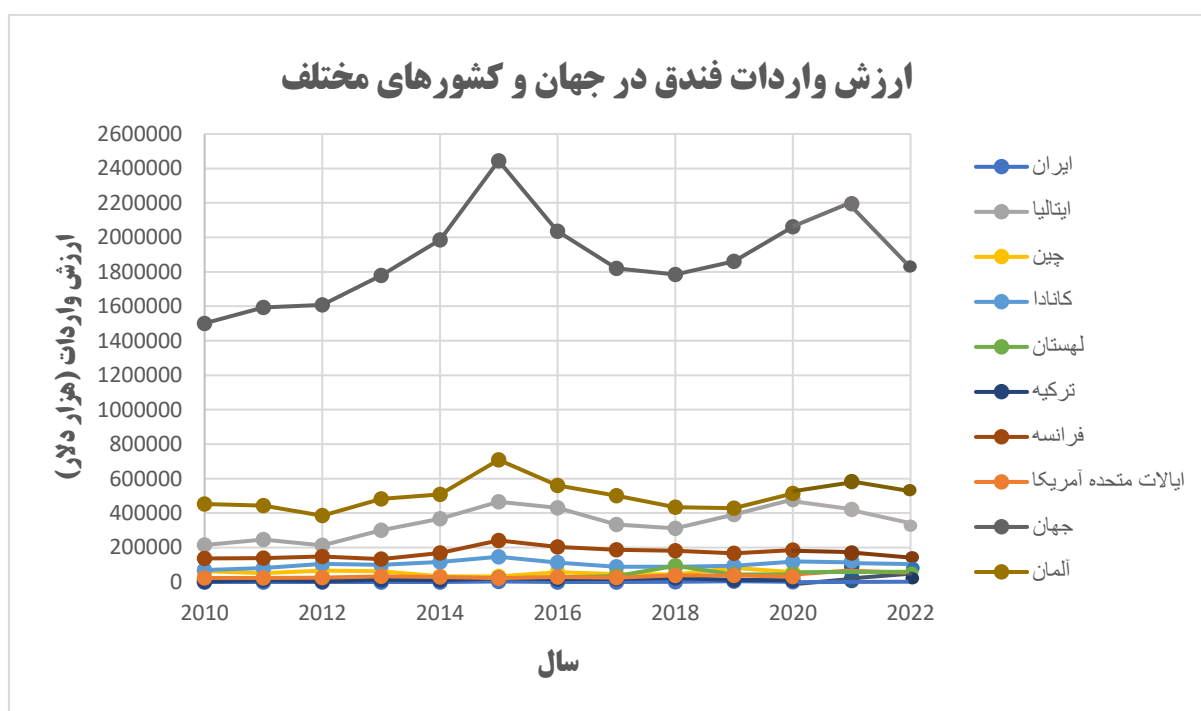
شکل ۱-۱۶- روند میزان واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت (FAO)



شکل ۱-۱۷- روند ارزش واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت (FAO)



شکل ۱- ۱۸- روند میزان واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت FAO)



شکل ۱- ۱۹- روند ارزش واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان و کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت FAO)

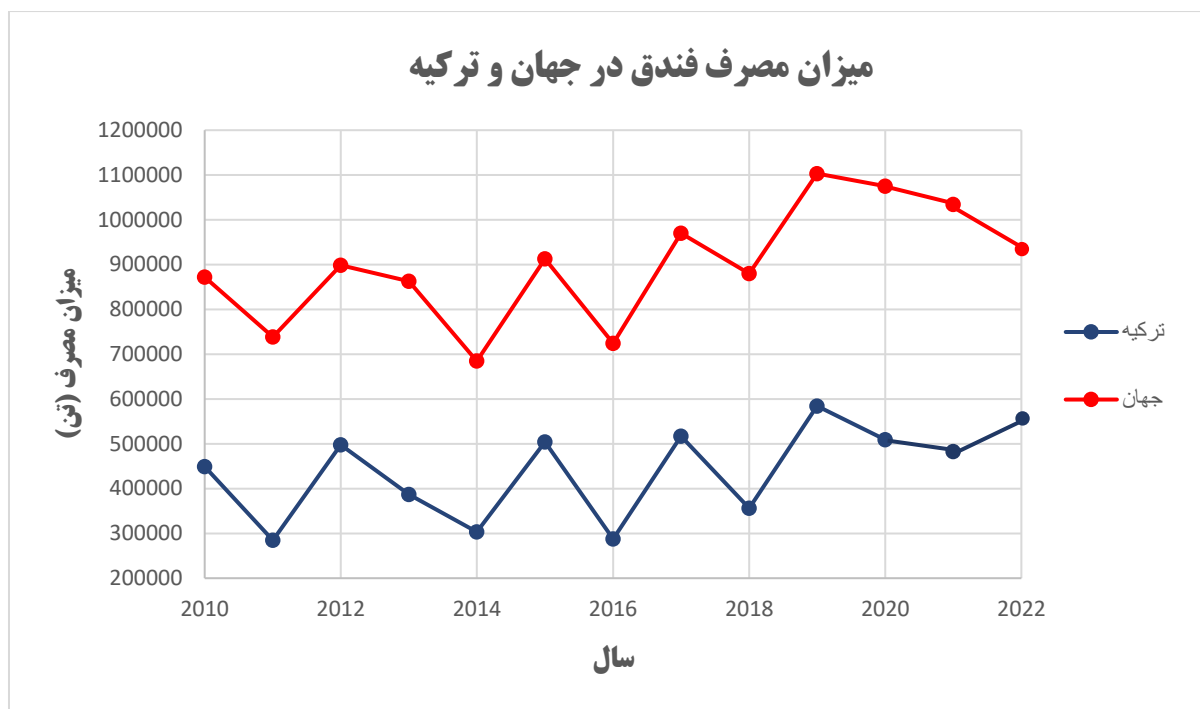
در مورد مصرف فندق در جهان، می بایست میزان تولید را از میزان صادرات کم نمود و سپس با میزان واردات جمع بست تا میزان مصرف فندق در جهان و کشورهای مختلف مشخص شود. با محاسبه به روش بیان شده، در جدول (۱-۱۶) مصرف فندق در جهان و برخی از کشورها آورده شده است. با توجه به داده‌های محاسبه شده، میزان مصرف فندق در جهان در سال ۲۰۲۲، با کاهش حدود ۱۱.۸ درصدی در مقایسه با سال ۲۰۲۱، به ۹۱۲۰۴۷ تن رسیده که کشورهای ترکیه، ایتالیا و آلمان بیشترین مصرف سهم در مصرف جهانی را به خود اختصاص داده‌اند.

همچنین در شکل‌های (۱-۲۰) و (۱-۲۱) روند مصرف فندق در جهان، ترکیه و کشورهای دیگر آورده شده است، که با توجه به نمودارها روند مصرف فندق در جهان در حال کاهش نسبی می باشد. با توجه به اینکه فندق کاربردهای بسیار زیادی در صنایع شکلات سازی دارد و از آنجایی که بزرگترین کارخانجات شکلات سازی دنیا که محصولات بر پایه فندق همچون شکلات نوتلا، شکلات کیندر و ... تولید می نمایند، در کشورهای با مصرف بالای فندق قرار دارند، می توان به این نتیجه رسید که عمده مصرف فندق در صنایع شکلات سازی می باشد.

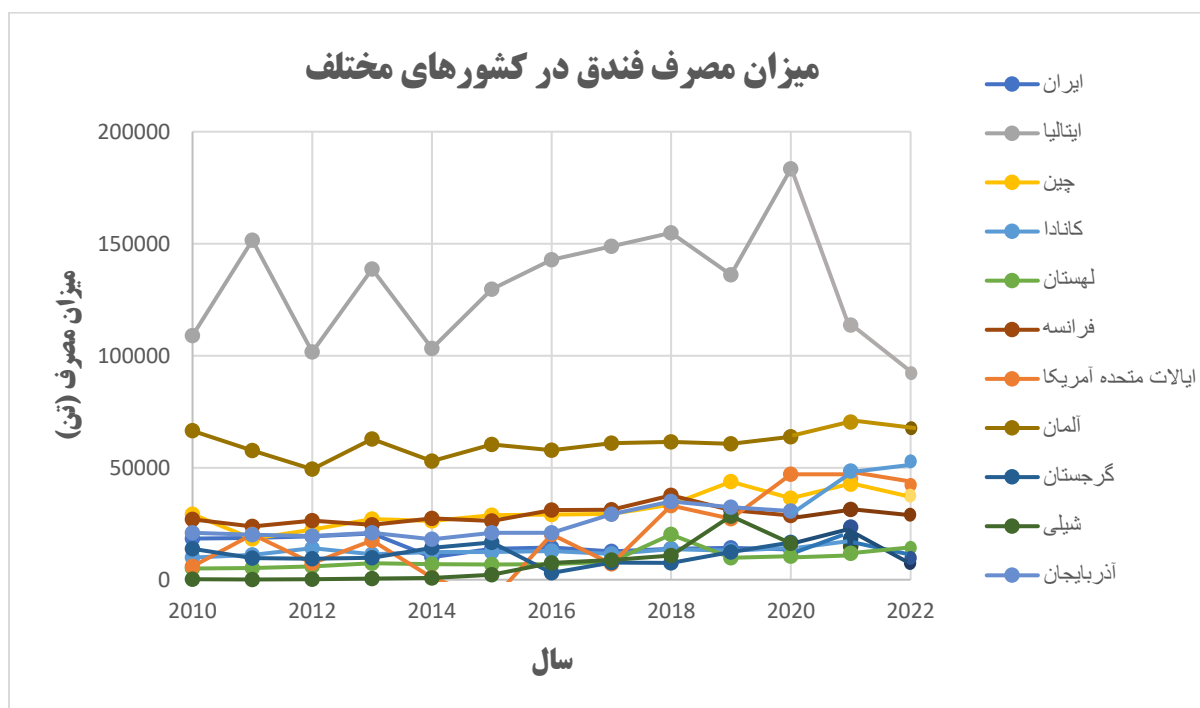
ایتالیا با کاهش حدود ۹۵۰۰۰ تن مصرف در سال ۲۰۲۲ نسبت به ۲۰۲۰، بیشترین میزان کاهش مصرف فندق را داشته است که کاهش میزان تولید این کشور در این امر تاثیرگذار می باشد. در واقع تولید ایتالیا در سال ۲۰۲۲، حدود ۳۱ درصد نسبت به سال ۲۰۲۰ کاهش یافته است.

جدول ۱-۱۶- میزان مصرف فندق در کشورهای مختلف در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۱

سال کشور	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲
جهان (تن)	۸۷۱۷۳۴	۷۳۸۴۴۳	۸۹۸۵۰۹	۸۶۲۵۲۹	۶۸۴۵۲۰	۹۱۲۴۷۶	۷۲۴۱۶۰	۹۶۹۶۳۲	۸۸۰۱۷۸	۱۱۰۳۱۵۷	۱۰۷۴۹۴۲	۱۰۳۳۶۱۵	۹۱۲۰۴۷
ترکیه (تن)	۴۴۹۲۸۵	۲۸۴۶۶۰	۴۹۷۸۵۷	۳۸۶۹۴۱	۳۰۳۵۰۹	۵۰۴۳۰۱	۲۸۷۴۶۹	۵۱۶۷۷۵	۳۵۶۱۸۲	۵۸۴۳۴۴	۵۰۹۳۴۳	۴۸۲۴۵۶	۵۸۳۷۱۹
ایتالیا (تن)	۱۰۸۹۷۲	۱۵۱۵۹۴	۱۰۱۶۳۳	۱۳۸۶۵۹	۱۰۳۲۳۷	۱۲۹۶۷۰	۱۴۲۷۸۱	۱۴۸۷۹۹	۱۵۴۸۰۰	۱۳۶۱۰۹	۱۸۳۴۶۲	۱۱۳۴۸۰	۸۸۰۴۰
آمریکا (تن)	۵۹۰۱	۲۰۱۷۴	۷۳۰۳	۱۷۴۴۱	۸۹۰	۹۱۷۹	۲۰۲۷۷	۷۰۴۲	۳۳۱۳۹	۲۷۱۸۳	۴۷۰۷۶	۴۵۲۲۸	۴۲۰۶۲
چین (تن)	۲۹۱۶۴	۱۸۲۸۰	۲۲۳۳۱	۲۷۱۳۵	۲۶۲۶۴	۲۸۸۱۵	۲۹۰۲۲	۲۹۳۷۱	۳۳۵۲۲	۴۳۷۴۴	۳۶۴۰۳	۴۲۵۶۰	۳۸۰۷۴
ایران (تن)	۱۸۳۷۴	۱۸۶۹۱	۱۹۴۲۵	۲۰۶۳۴	۱۰۰۴۷	۱۳۷۵۸	۱۴۳۵۵	۱۲۶۳۹	۱۳۸۵۳	۱۴۲۱۳	۱۳۵۰۹	۱۴۷۰۷	۱۳۷۵۷
گرجستان (تن)	۱۳۷۸۳	۹۵۹۸	۹۴۰۴	۹۸۵۴	۱۴۲۶۰	۱۶۵۹۴	۳۰۴۱	۷۶۵۰	۷۵۶۳	۱۲۳۱۶	۱۶۶۱۴	۲۳۴۴۰	۱۱۵۴۶
شیلی (تن)	۱۶۷	۱۰۱	۲۲۰	۴۳۶	۷۳۹	۲۲۶۴	۷۴۵۴	۸۷۸۷	۱۰۷۷۸	۲۸۴۲۷	۱۶۱۹۲	۱۸۲۷۱	۴۵۲۹۱
آذربایجان (تن)	۲۰۹۳۱	۲۰۰۳۱	۱۹۴۴۶	۲۰۸۶۸	۱۸۰۴۵	۲۰۹۰۵	۲۰۹۰۳	۲۹۲۳۰	۳۴۹۳۶	۳۳۳۲۹	۳۰۶۳۹	۴۸۴۱۱	۵۰۳۵۷
فرانسه (تن)	۲۶۹۴۰	۲۳۷۶۸	۲۶۳۸۶	۲۴۵۲۸	۲۷۳۵۵	۲۶۲۳۹	۳۱۰۶۵	۳۱۲۵۰	۳۷۶۴۱	۳۱۱۳۵	۲۸۵۸۸	۳۱۳۱۳	۲۹۴۷۳
آلمان (تن)	۶۶۴۵۶	۵۷۷۲۴	۴۹۳۴۵	۶۲۷۴۴	۵۲۸۸۰	۶۰۳۱۶	۵۷۸۶۹	۶۰۹۶۵	۶۱۵۷۴	۶۰۶۵۰	۶۳۸۰۵	۷۰۳۱۲	۶۷۹۶۸
لهستان (تن)	۵۰۰۷	۵۱۹۷	۵۸۹۸	۷۳۷۲	۶۹۹۳	۶۷۹۶	۶۸۶۲	۸۱۰۷	۲۰۱۷۱	۹۷۳۷	۱۰۵۷۵	۱۱۷۲۹	۱۲۹۶۵
کانادا (تن)	۹۸۸۶	۱۱۰۶۴	۱۴۰۷۲	۱۱۳۸۸	۱۲۳۶۹	۱۲۲۹۳	۱۲۸۵۹	۱۱۴۷۵	۱۳۵۷۹	۱۲۹۱۴	۱۴۲۲۸	۱۵۲۸۱	۱۴۴۵۲



شکل ۱-۲۰- روند میزان مصرف فندق در کشور ترکیه و جهان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت FAO)

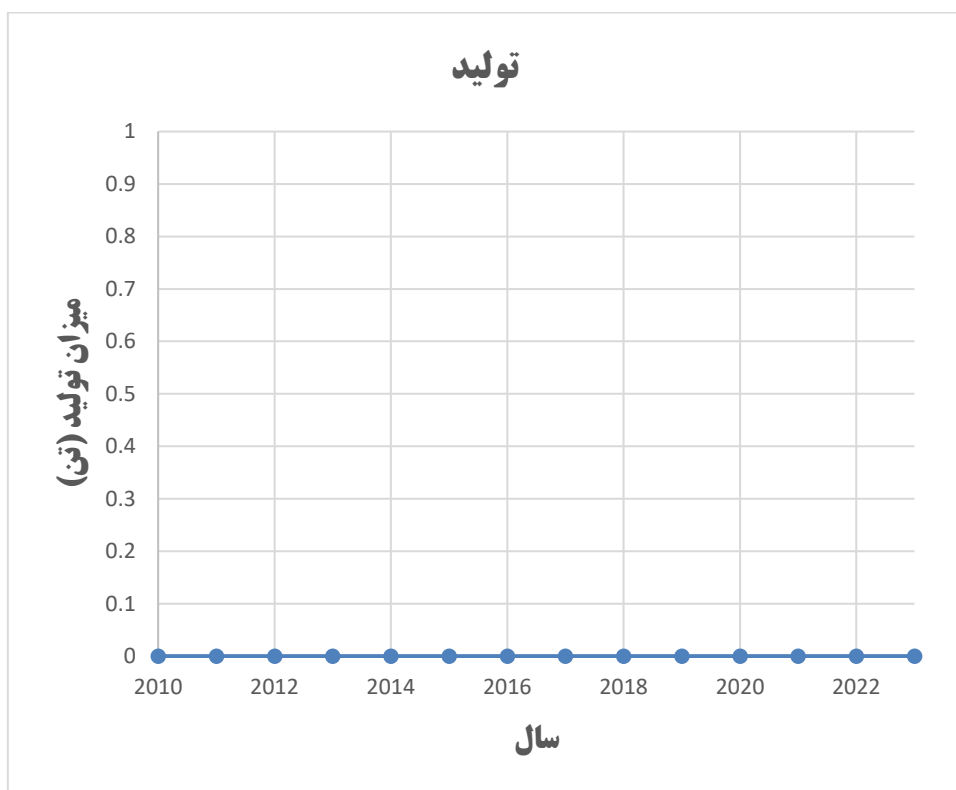


شکل ۱-۲۱- روند میزان مصرف فندق در کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ (منبع: سایت FAO)

۱-۲- اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار کشور هندوستان

۱. تولید

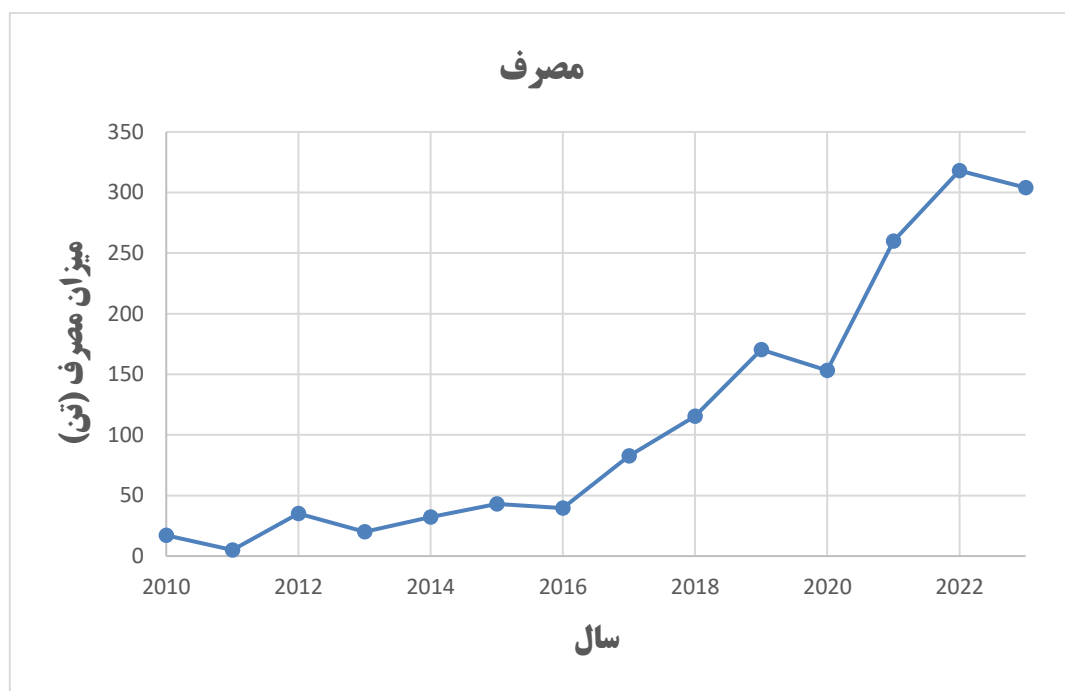
به طور کلی، کشور هندوستان تولید کننده فندق نیست و نیاز خود را از طریق واردات تامین می کنند. عدم تولید داخلی فندق در این کشور، وابستگی آنها به واردات و نوسانات قیمت جهانی فندق را به دنبال داشته است. در شکل (۱-۲۲) بر اساس اطلاعات موجود در سایت فائو میزان تولید این کشور صفر برآورد شده است.



شکل ۱-۲۲- روند میزان تولید فندق در کشور هندوستان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)

۲. مصرف

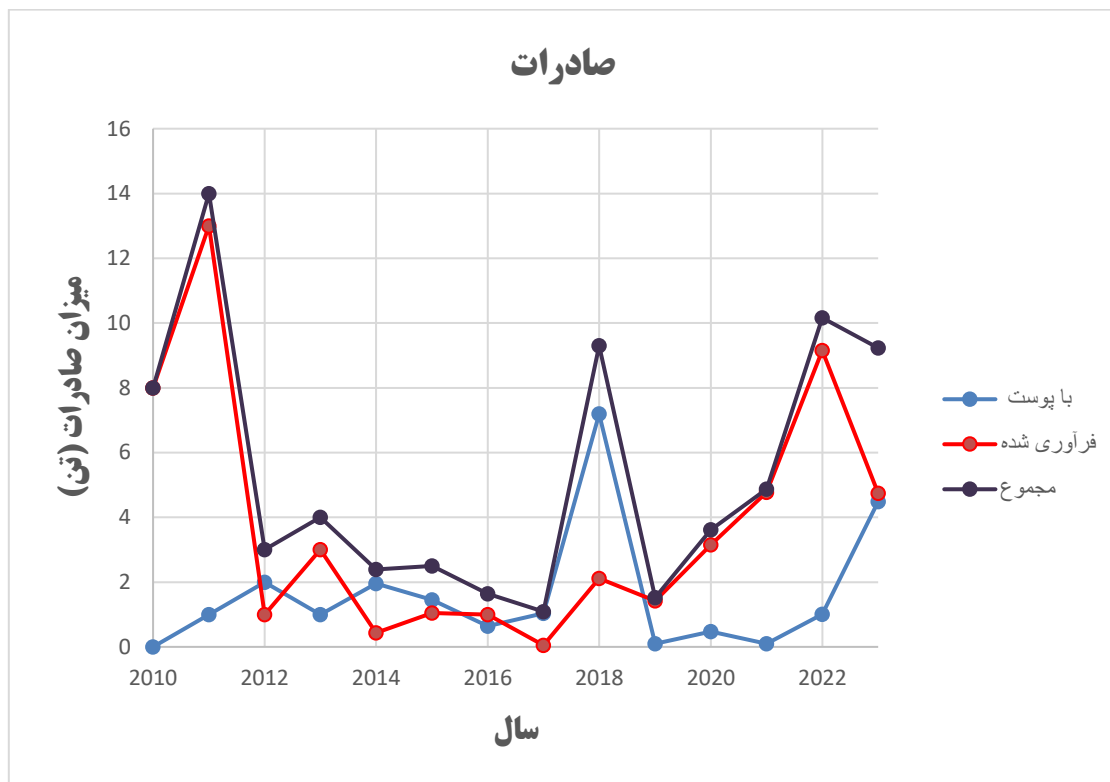
سرايه مصرف فندق در کشور هندوستان با توجه به جمعيت بسيار ناچيز است. هر چند به دليل نزديکي با ايران، اين امکان وجود دارد از طريق کانال های توزيع قاچاق و غير رسمي از پاکستان ميزان واردات اين کشور بسيار بالاتر باشد.



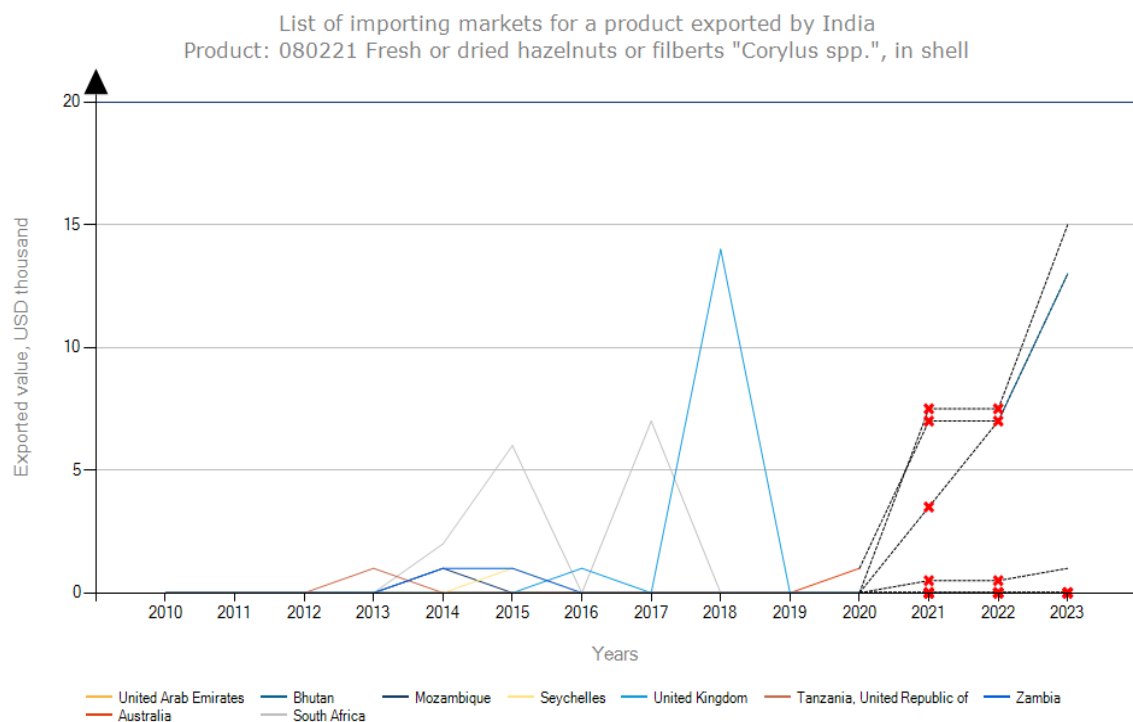
شکل ۱-۲۳- روند ميزان مصرف فندق در کشور هندوستان بين سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سايت FAO)

۳. صادرات

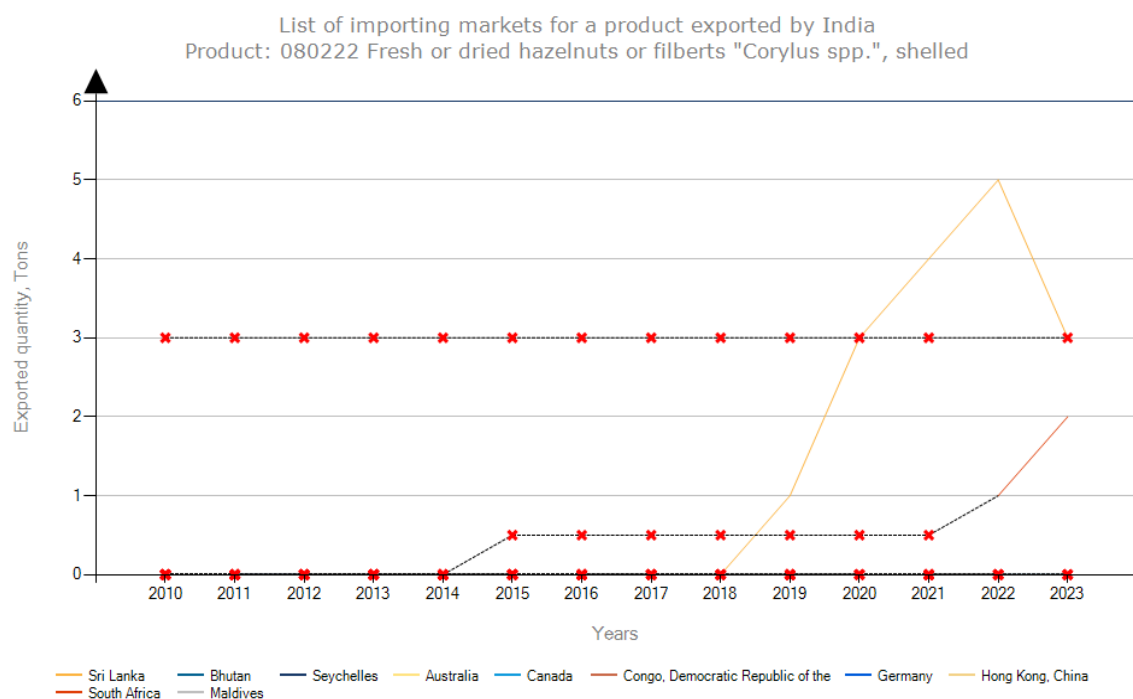
در شکل های زیر میزان صادرات پوست کنده، با پوست و مجموع این کشور آورده شده است که میزان صادرات بسیار ناچیز می باشد.



شکل ۱-۲۴- روند میزان صادرات فندق در کشور هندوستان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)



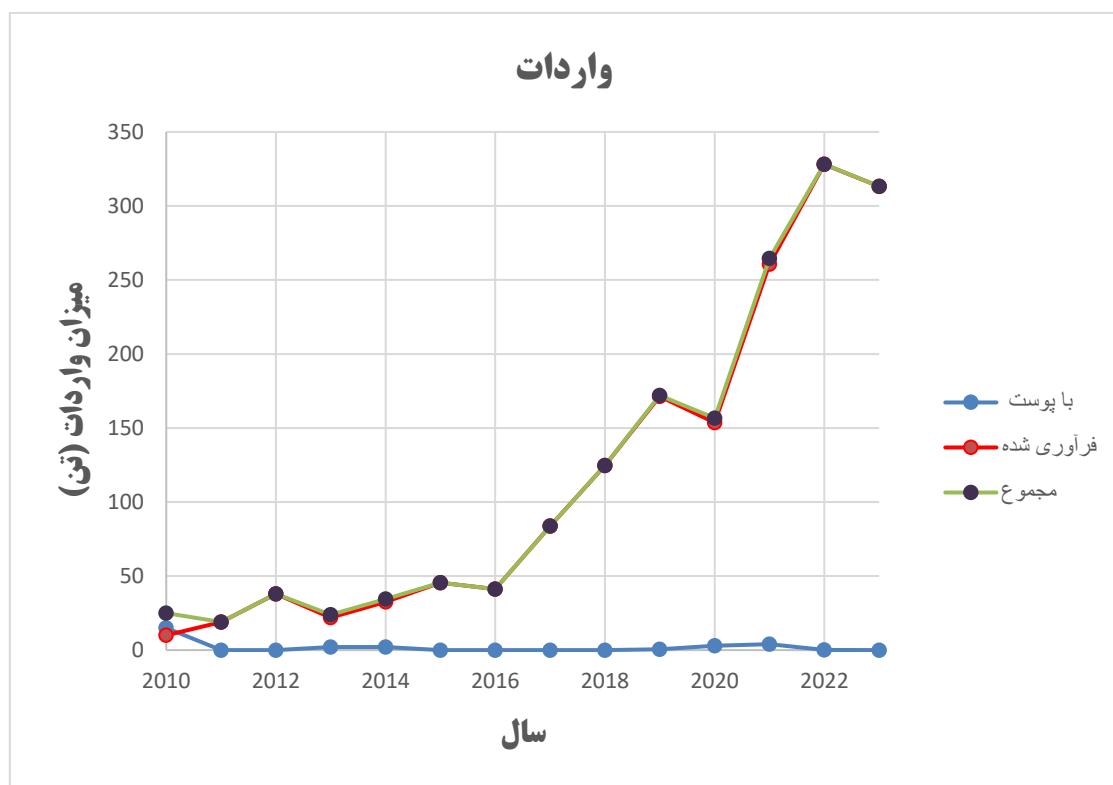
شکل ۱-۲۵- روند صادرات فندق با پوست هندوستان به تفکیک کشور (منبع: سایت Trademap)



شکل ۱-۲۶- روند صادرات فندق فرآوری شده هندوستان به تفکیک کشور (منبع: سایت Trademap)

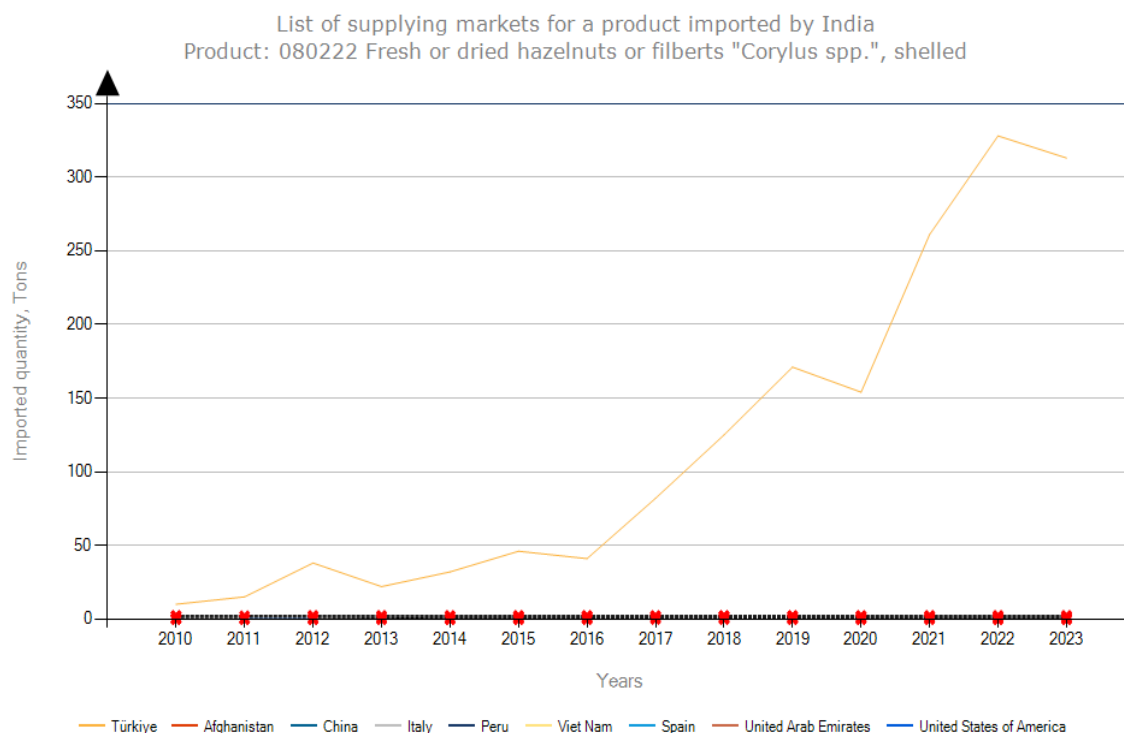
۴. واردات

در شکل های زیر میزان واردات پوست کنده، با پوست و مجموع این کشور آورده شده است که میزان واردات فندق فراوری شده از کانال رسمی در سال ۲۰۲۳، ۳۱۳.۳۳ تن می باشد.

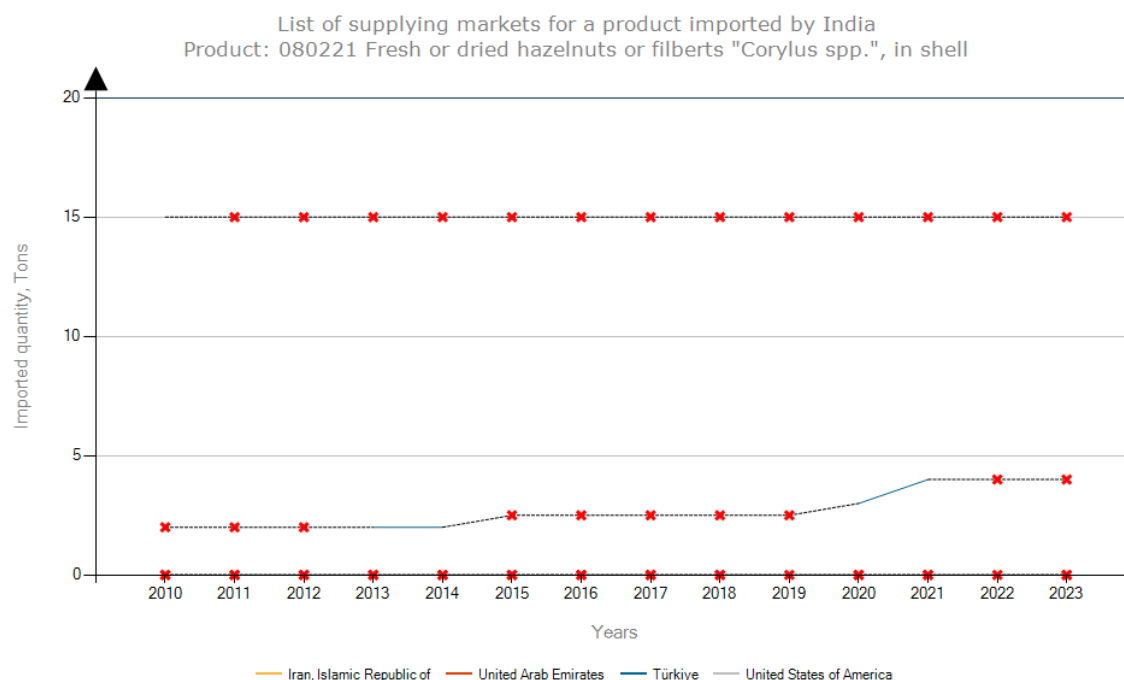


شکل ۱- ۲۷- روند میزان واردات فندق در کشور هندوستان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)

در شکل های زیر مشخص است که بیشترین میزان واردات فندق فراوری شده از ترکیه و بالاترین میزان واردات فندق با پوست از امارات می باشد.



شکل ۱- ۲۸- روند واردات فندق فرآوری شده هندوستان به تفکیک کشور (منبع: سایت Trademap)



شکل ۱- ۲۹- روند واردات فندق با پوست هندوستان به تفکیک کشور (منبع: سایت Trademap)

۵. ارزش بازار

براساس اطلاعات استخراج شده از وبسایت ترید مپ ارزش بازار فندق در کشور هندوستان ناچیز و در سال ۲۰۲۳ حدود ۱۹۴۱ هزار دلار تخمین زده می شود که انتظار رشد در سال های آینده می رود.

فصل دوم:

تحليل بازار فندق کشور هندوستان

۲-۱- مقدمه‌ای بر بازار فندق در هندوستان

بازار فندق در هندوستان به عنوان یک بازار در حال رشد، توجه بسیاری از تولیدکنندگان و صادرکنندگان را به خود جلب کرده است. هندوستان، با جمعیت بالغ بر یک میلیارد نفر، بازار بزرگی برای محصولات غذایی است و در سال‌های اخیر تقاضا برای انواع مغزها و خشکبارها به‌ویژه فندق، روندی صعودی را تجربه کرده است. فندق، که به عنوان یکی از مغزهای پرطرفدار و مغذی در جهان شناخته می‌شود، در هند به دلیل خواص تغذیه‌ای آن و توجه به سبک زندگی سالم، محبوبیت بیشتری پیدا کرده است. از آنجا که هندوستان به عنوان یک بازار نوظهور برای این محصول شناخته می‌شود، فرصت‌های فراوانی برای صادرکنندگان وجود دارد که با ارائه محصولاتی با کیفیت، سهم خود را از این بازار به دست آورند.

در این فصل، به بررسی جوانب مختلف بازار فندق در هندوستان پرداخته خواهد شد. این تحلیل شامل روند رشد صنعت فندق، عواملی که بر تولید و مصرف آن تأثیر می‌گذارند، و همچنین چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این بازار خواهد بود. از آنجا که این بازار هنوز به‌طور کامل به بلوغ نرسیده است، این مقاله می‌تواند راهگشای صادرکنندگان و سرمایه‌گذاران باشد. بازار فندق در هندوستان نه تنها به دلیل تقاضای داخلی بلکه به دلیل پتانسیل صادراتی آن نیز توجه زیادی را جلب کرده است. هندوستان به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان محصولات غذایی در آسیا، فرصت‌های زیادی برای واردات محصولات مختلف از کشورهای تولیدکننده دارد. در همین راستا، فندق به عنوان یک کالای وارداتی جذاب برای مصرف‌کنندگان هندی محسوب می‌شود.

بر اساس داده‌های موجود، مصرف فندق در هندوستان در سال‌های اخیر افزایش یافته و این روند به‌ویژه در میان طبقات متوسط و بالا مشاهده می‌شود. همچنین تغییرات در الگوهای غذایی و افزایش آگاهی از فواید سلامت مغزها باعث شده که فندق به یک انتخاب محبوب در میان هندی‌ها تبدیل شود. بنابراین، تحلیل بازار فندق در هندوستان به‌ویژه برای صادرکنندگان ایرانی که کیفیت بالا و بسته‌بندی مناسب دارند، فرصتی مناسب برای ورود به این بازار فراهم می‌کند. با توجه به توسعه اقتصاد هندوستان و رشد طبقات متوسط، بازار فندق می‌تواند در آینده‌ای نزدیک به یکی از بازارهای مهم و پرسود برای صادرکنندگان ایرانی تبدیل شود. در این مقاله، به صورت جامع به این موضوعات پرداخته خواهد شد تا صادرکنندگان و تولیدکنندگان داخلی بتوانند بهترین استراتژی‌ها را برای موفقیت در این بازار پیچیده و پرقاب‌ت اتخاذ کنند.

۲-۲- تاریخچه و روند رشد صنعت فندق در هندوستان

صنعت فندق در هندوستان به‌طور غیررسمی از دهه‌ها پیش آغاز شده است، اما واردات و مصرف آن در این کشور نسبت به سایر مغزها و خشکبارها بسیار کمتر بوده است. در ابتدا، هند بیشتر به مصرف آجیل‌هایی مانند بادام و پسته علاقه داشت و فندق به عنوان یک محصول فرعی وارداتی شناخته می‌شد. اما در دهه‌های اخیر، به دلیل افزایش آگاهی مردم از خواص تغذیه‌ای و سلامت‌بخش فندق، تقاضا برای این محصول شروع به رشد کرده است.

در سال‌های اخیر، بازار فندق در هندوستان رشد چشمگیری داشته است. این رشد بیشتر به دلیل افزایش آگاهی عمومی از اهمیت تغذیه سالم و استفاده از مغزها در رژیم غذایی روزانه بوده است. فندق به دلیل داشتن ویتامین‌ها و مواد مغذی فراوان، به‌ویژه در بین طبقات متوسط و بالای هندوستان به‌عنوان یک انتخاب مغذی و خوشمزه برای میان‌وعده‌ها و دسرهای تبدیل شده است.

بر اساس گزارش‌ها، فندق در هندوستان بیشتر از طریق واردات تامین می‌شود و تنها درصد کمی از این محصول به‌طور محلی تولید می‌شود. کشورهای تولیدکننده مهم فندق برای بازار هندوستان شامل ترکیه، ایران، و آذربایجان هستند. از آنجا که هند

به‌طور عمده نیاز خود به فندق را از کشورهای خارجی تامین می‌کند، رشد این صنعت به نوعی به واردات از این کشورها بستگی دارد.

در دهه گذشته، رشد مصرف فندق در هندوستان به طور مستقیم با روندهای جدید غذایی و تغییر ذائقه مردم همزمان شده است. در حال حاضر، فندق به عنوان یک افزودنی رایج در دسرها، شیرینی‌ها، و حتی برخی غذاهای سنتی هندی مورد استفاده قرار می‌گیرد. افزایش پذیرش این محصول در میان مصرف‌کنندگان هندی به توسعه بازار و رشد صنعت فندق کمک کرده است.

به طور کلی، صنعت فندق در هندوستان همچنان در حال رشد است و پیش‌بینی می‌شود که این روند ادامه یابد. عواملی مانند افزایش سطح درآمد، تغییر در سبک زندگی، و رشد آگاهی از تغذیه سالم به‌ویژه در مناطق شهری، موجب می‌شود که مصرف فندق در این کشور بیشتر شود. با این حال، چالش‌های موجود در تولید و واردات این محصول همچنان وجود دارند که در بخش‌های بعدی مورد بحث قرار خواهد گرفت.

۲-۳- تحلیل تقاضای فندق در بازار هندوستان

تقاضای فندق در بازار هندوستان تحت تأثیر چندین عامل مهم قرار دارد که هرکدام به نوعی بر افزایش یا کاهش این تقاضا تأثیر می‌گذارند. یکی از اصلی‌ترین عوامل، تغییر در شیوه زندگی و رژیم غذایی مردم است. هندی‌ها به‌ویژه در شهرهای بزرگ به سمت خوردن غذاهای سالم و مغذی سوق پیدا کرده‌اند و به همین دلیل، مصرف مغزها مانند فندق در رژیم غذایی آن‌ها افزایش یافته است.

تقاضا برای فندق در هندوستان در بین طبقات متوسط و بالای اجتماعی به‌ویژه در مناطق شهری بسیار بیشتر از طبقات پایین است. با رشد طبقه متوسط و افزایش درآمدها در این کشور، مردم به دنبال محصولاتی با کیفیت و مغذی‌تر برای خوردن در میانه‌روز یا در هنگام تماشای تلویزیون هستند. فندق به دلیل داشتن ویتامین‌ها، آنتی‌اکسیدان‌ها و اسیدهای چرب مفید، به یک گزینه مناسب برای میان‌وعده‌ها تبدیل شده است.

عوامل دیگری که بر تقاضای فندق در هندوستان تأثیرگذارند، شامل فرهنگ غذایی و الگوهای مصرف مواد غذایی است. در هندوستان، مغزها به‌ویژه در ایام تعطیلات و جشن‌ها مصرف بالایی دارند و فندق نیز به عنوان یکی از اجزای اصلی در تهیه دسرها و شیرینی‌ها استفاده می‌شود. علاوه بر این، برندهای مختلف نیز با تبلیغات گسترده تلاش می‌کنند که مصرف‌کنندگان را به خرید فندق ترغیب کنند.

با توجه به این موارد، تقاضای فندق در هندوستان در حال رشد است و پیش‌بینی می‌شود که این روند در آینده ادامه یابد. بررسی الگوهای مصرف و درک نیازهای مختلف مشتریان می‌تواند به صادرکنندگان کمک کند تا استراتژی‌های مناسب‌تری برای فروش فندق در هندوستان اتخاذ کنند.

در نهایت، با توجه به نیازهای خاص بازار هندوستان و ارائه محصولاتی که مطابق با ذائقه مصرف‌کنندگان هندی باشد، تقاضا برای فندق می‌تواند در آینده حتی بیشتر از این رشد کند. در این راستا، توجه به کیفیت، بسته‌بندی، و تبلیغات هدفمند برای جذب مشتریان هندی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۲-۴- عوامل تأثیرگذار بر تولید فندق در هندوستان

تولید فندق در هندوستان به چندین عامل وابسته است که هرکدام می‌توانند بر میزان تولید این محصول در این کشور تأثیر بگذارند. اولین عامل مهم، شرایط اقلیمی و جغرافیایی است. فندق به‌طور عمده در مناطقی با آب و هوای معتدل و سرد رشد می‌کند، بنابراین مناطقی که شرایط اقلیمی مناسبی برای کشت این محصول ندارند، قادر به تولید فندق در مقیاس‌های بزرگ نخواهند بود. در هندوستان، تولید فندق به‌طور عمده در مناطقی مانند کشمیر و هیمالیا محدود است که دارای شرایط اقلیمی مناسب برای کشت این محصول هستند.

یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر تولید فندق در هندوستان، فناوری و تکنیک‌های کشاورزی است. در حالی که کشت فندق در برخی کشورها با استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته و روش‌های نوین صورت می‌گیرد، در هندوستان هنوز در برخی مناطق، کشت فندق به روش‌های سنتی انجام می‌شود که باعث کاهش بهره‌وری و کیفیت محصول می‌شود. به همین دلیل، نیاز به نوآوری در فرآیندهای کشت و تولید فندق در هندوستان بسیار احساس می‌شود.

عوامل اقتصادی نیز تأثیر زیادی بر تولید فندق دارند. برای مثال، قیمت تمام شده فندق و هزینه‌های کشاورزی در هندوستان می‌تواند بر تمایل کشاورزان به کشت این محصول تأثیر بگذارد. در صورتی که قیمت فروش فندق در بازار جهانی مناسب نباشد یا کشاورزان نتوانند هزینه‌های تولید را پوشش دهند، احتمال کاهش تولید این محصول وجود خواهد داشت. از دیگر عوامل مؤثر بر تولید فندق در هندوستان، دسترسی به منابع مالی و حمایت‌های دولتی است. کشاورزان تولیدکنندگان فندق به حمایت‌های مالی و تسهیلات برای توسعه کشت نیاز دارند. در صورتی که این حمایت‌ها وجود نداشته باشد، تولید فندق در هندوستان محدود خواهد شد.

در نهایت، تغییرات در تقاضای داخلی و جهانی نیز می‌تواند بر تولید فندق در هندوستان تأثیرگذار باشد. به‌ویژه با افزایش تقاضا برای فندق در بازارهای خارجی، کشاورزان هندی می‌توانند انگیزه بیشتری برای افزایش تولید داشته باشند. بنابراین، حمایت‌های دولتی و ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای کشاورزان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۲-۵- مناطق کشت فندق در هندوستان: جغرافیا و شرایط اقلیمی

در هندوستان، فندق به‌طور عمده در مناطق خاصی کشت می‌شود که دارای شرایط اقلیمی معتدل و سرد هستند. مناطقی مانند کشمیر و هیمالیا به دلیل داشتن زمستان‌های سرد و تابستان‌های معتدل، شرایط مناسبی برای کشت فندق دارند. در این مناطق، تولید فندق به صورت محدود و در مقیاس‌های کوچک انجام می‌شود، اما پتانسیل برای گسترش کشت این محصول در این مناطق وجود دارد.

کشمیر به‌ویژه یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان فندق در هندوستان است. شرایط جغرافیایی و اقلیمی این منطقه به گونه‌ای است که فندق در آنجا به بهترین شکل رشد می‌کند. در این مناطق، علاوه بر فندق، انواع دیگری از مغزها و میوه‌ها نیز کشت می‌شود. اقلیم معتدل و منابع آبی در این مناطق، شرایط مناسبی برای کشت فندق فراهم کرده است.

در مناطق دیگری مانند هیمچال پرادش و اتراند نیز تلاش‌هایی برای کشت فندق انجام شده است، اما تولید این محصول در این مناطق به اندازه کشمیر قابل توجه نیست. تغییرات اقلیمی و محدودیت‌های منابع آبی ممکن است در آینده چالش‌هایی برای تولید فندق در این مناطق به وجود آورد.

تولید فندق در هندوستان همچنان محدود است و نیاز به گسترش در مناطق دیگر نیز احساس می‌شود. در حال حاضر، بیشتر تولید فندق در این کشور به صورت دستی و با تکنیک‌های سنتی صورت می‌گیرد، اما با پیشرفت فناوری‌های کشاورزی، امیدواری برای گسترش کشت فندق در مناطق دیگر نیز وجود دارد.

۲-۶- تکنولوژی‌های نوین در کشت و تولید فندق

توسعه تکنولوژی‌های نوین در کشاورزی، تحولی در تولید فندق ایجاد کرده است. در هندوستان، استفاده از فناوری‌های پیشرفته می‌تواند بهره‌وری کشاورزان را افزایش دهد و کیفیت محصولات را بهبود ببخشد.

یکی از این تکنولوژی‌ها، سیستم‌های آبیاری قطره‌ای است که موجب صرفه‌جویی در مصرف آب و افزایش راندمان تولید می‌شود. از آنجایی که کشت فندق نیاز به تأمین آب کافی دارد، استفاده از این روش می‌تواند هزینه‌های آبیاری را کاهش داده و از هدررفت آب جلوگیری کند.

مدیریت هوشمند مزارع یکی دیگر از روش‌های مدرن در تولید فندق است که از حسگرهای هوشمند برای نظارت بر وضعیت خاک، رطوبت، دما و تغذیه گیاهان استفاده می‌کند. این فناوری به کشاورزان کمک می‌کند تا از شرایط بهینه برای رشد فندق اطمینان حاصل کنند و میزان بازدهی را افزایش دهند.

در زمینه تولید و فرآوری فندق، ماشین‌آلات پیشرفته برداشت و پوست‌گیری نقش مهمی دارند. در هندوستان، بیشتر فرآیندهای برداشت فندق به صورت دستی انجام می‌شود که بهره‌وری را کاهش می‌دهد. اما با استفاده از دستگاه‌های مکانیزه می‌توان این فرآیند را تسریع و هزینه‌های نیروی کار را کاهش داد.

علاوه بر این، بیوتکنولوژی و مهندسی ژنتیک به کشاورزان این امکان را می‌دهد که گونه‌های مقاوم‌تر و با بازدهی بالاتر فندق را کشت کنند. تحقیقات در زمینه اصلاح نژاد فندق می‌تواند به افزایش تولید این محصول در هندوستان کمک کند و مقاومت آن را در برابر آفات و بیماری‌ها افزایش دهد.

با سرمایه‌گذاری در این فناوری‌ها، هندوستان می‌تواند تولید داخلی فندق را بهبود بخشد و وابستگی خود به واردات را کاهش دهد. توسعه این فناوری‌ها نه تنها باعث رشد صنعت فندق در هندوستان خواهد شد، بلکه به کشاورزان کمک می‌کند تا با هزینه کمتر، سودآوری بیشتری داشته باشند.

۲-۷- چالش‌ها و موانع موجود در صنعت فندق هندوستان

صنعت فندق در هندوستان با چالش‌های متعددی روبه‌رو است که توسعه این بخش را با موانع مواجه کرده است. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، محدودیت‌های جغرافیایی برای کشت فندق است. به دلیل شرایط اقلیمی خاص مورد نیاز برای کشت فندق، تنها برخی مناطق خاص مانند کشمیر و هیمالیا قادر به تولید این محصول هستند.

دومین چالش مهم، وابستگی به واردات است. هندوستان بخش عمده‌ای از نیاز خود به فندق را از کشورهای صادرکننده مانند ترکیه، ایران و آذربایجان تأمین می‌کند. این موضوع باعث می‌شود که قیمت فندق در هندوستان به شدت تحت تأثیر نوسانات بازار جهانی قرار گیرد.

یکی دیگر از مشکلات، نبود زیرساخت‌های مناسب برای فرآوری و بسته‌بندی فندق است. بسیاری از تولیدکنندگان داخلی، امکانات کافی برای فرآوری و بسته‌بندی این محصول را ندارند و این موضوع باعث می‌شود که کیفیت محصول نهایی کاهش یابد و رقابت‌پذیری آن در بازار کم شود.

مشکلات مربوط به توزیع و حمل‌ونقل نیز بر توسعه بازار فندق در هندوستان تأثیرگذار است. بسیاری از مناطق تولیدکننده، به دلیل فاصله زیاد از مراکز مصرف، با هزینه‌های بالای حمل‌ونقل مواجه هستند. این موضوع می‌تواند باعث افزایش قیمت نهایی فندق در بازار شود.

در نهایت، عدم حمایت‌های کافی از سوی دولت نیز یکی از موانع توسعه صنعت فندق در هندوستان است. بسیاری از کشاورزان برای گسترش تولید خود نیاز به تسهیلات مالی و حمایت‌های دولتی دارند، اما سیاست‌های دولتی در این زمینه هنوز به اندازه کافی کارآمد نیست.

۲-۸- تحلیل رقابت در بازار فندق هندوستان

بازار فندق هندوستان یکی از بازارهای رقابتی محسوب می‌شود که در آن هم تولیدکنندگان داخلی و هم صادرکنندگان خارجی نقش دارند. تولیدکنندگان داخلی هنوز نتوانسته‌اند سهم قابل‌توجهی از این بازار را به خود اختصاص دهند، بنابراین بخش عمده‌ای از رقابت بین شرکت‌های واردکننده فندق از کشورهای دیگر است.

ترکیه و ایران به عنوان دو تأمین‌کننده اصلی فندق در هندوستان، سهم عمده‌ای از بازار را در اختیار دارند. ترکیه با تولید فندق باکیفیت و بسته‌بندی‌های متنوع، بازار هندوستان را به خود جذب کرده است. ایران نیز با ارائه محصولی با کیفیت و قیمت مناسب، در رقابت با سایر کشورها حضور دارد.

علاوه بر این، برندهای داخلی هندوستان نیز در تلاش برای افزایش سهم خود در این بازار هستند. برخی شرکت‌های هندی تلاش کرده‌اند تا با ارائه محصولات فرآوری‌شده مانند کره فندق، شیرینی‌های حاوی فندق و فندق طعم‌دار، تقاضای بازار را افزایش دهند.

در این بازار، بسته‌بندی و برندینگ نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. شرکت‌هایی که توانسته‌اند بسته‌بندی‌های جذاب و متنوعی ارائه دهند، موفق شده‌اند که سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص دهند. از جمله برندهای موفق در بازار هندوستان می‌توان به Nutraj و Happilo اشاره کرد که هر دو در زمینه توزیع و فروش فندق و دیگر مغزها فعالیت دارند.

با توجه به افزایش تقاضا برای فندق در هندوستان، انتظار می‌رود که رقابت در این بازار در سال‌های آینده شدیدتر شود. شرکت‌هایی که بتوانند محصولی باکیفیت، قیمت مناسب و بسته‌بندی جذاب ارائه دهند، شانس بیشتری برای موفقیت خواهند داشت.

۲-۹- پیش‌بینی روند رشد بازار فندق در هندوستان

بر اساس تحلیل‌های اقتصادی، بازار فندق در هندوستان در سال‌های آینده رشد قابل‌توجهی را تجربه خواهد کرد. افزایش آگاهی از تغذیه سالم، رشد جمعیت و افزایش درآمد سرانه از جمله عواملی هستند که باعث افزایش تقاضا برای فندق خواهند شد.

یکی از روندهای مهمی که در آینده بازار فندق هندوستان تأثیرگذار خواهد بود، افزایش مصرف محصولات فرآوری شده فندق است. به دلیل تغییر سبک زندگی و افزایش مصرف میان‌وعده‌های سالم، انتظار می‌رود که تقاضا برای محصولات متنوع مانند کره فندق، شکلات‌های حاوی فندق و تنقلات حاوی فندق افزایش یابد.

همچنین، افزایش تجارت الکترونیک باعث شده است که مصرف‌کنندگان به راحتی بتوانند به محصولات متنوع فندق دسترسی داشته باشند. بسیاری از برندهای بزرگ، فروش آنلاین را به یکی از اولویت‌های خود تبدیل کرده‌اند و این موضوع می‌تواند به رشد سریع‌تر بازار کمک کند.

بر اساس پیش‌بینی‌ها، واردات فندق به هندوستان در سال‌های آینده افزایش خواهد یافت و این به معنای فرصت‌های جدید برای صادرکنندگان است. از سوی دیگر، دولت هندوستان ممکن است سیاست‌هایی برای افزایش تولید داخلی فندق اتخاذ کند تا وابستگی به واردات را کاهش دهد.

با توجه به همه این عوامل، می‌توان نتیجه گرفت که بازار فندق هندوستان در آینده‌ای نزدیک یکی از بخش‌های مهم صنعت خشکبار خواهد شد و فرصت‌های زیادی برای سرمایه‌گذاری در این حوزه وجود خواهد داشت.

بر اساس داده‌های بازار خشکبار، مصرف فندق در هندوستان در دهه گذشته رشد سالانه ۸ تا ۱۰ درصدی را تجربه کرده است. این افزایش تقاضا ناشی از تغییر سبک زندگی مردم، افزایش آگاهی نسبت به فواید سلامت بخش فندق و استفاده گسترده‌تر از این محصول در صنایع غذایی و شیرینی‌پزی است.

اندازه بازار فندق در هندوستان در سال ۲۰۲۳ حدود ۲۵۰ میلیون دلار تخمین زده شده است و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۸، این رقم به حدود ۴۰۰ میلیون دلار برسد که نشان‌دهنده یک نرخ رشد سالانه ترکیبی (CAGR) حدود ۱۰ تا ۱۲ درصد است.

عوامل تأثیرگذار بر این رشد شامل:

افزایش مصرف آجیل و خشکبار در رژیم غذایی مردم هندوستان به دلیل تمایل به تغذیه سالم
گسترش صنایع فرآوری مواد غذایی مانند شکلات‌سازی و تولید کره‌های گیاهی
رشد بخش هتل‌داری و شیرینی‌پزی در شهرهای بزرگ مانند بمبئی، دهلی و بنگلور
افزایش صادرات فندق فرآوری شده از هندوستان به کشورهای دیگر
با توجه به این روند، سرمایه‌گذاری در کشت و تولید فندق، ایجاد واحدهای فرآوری، بسته‌بندی مدرن و بازاریابی هوشمندانه، می‌تواند به رشد پایدار این بازار کمک کند.

۲-۱۰- صادرات فندق هندوستان به کشورهای دیگر

هندوستان به دلیل موقعیت جغرافیایی و توانایی تولید گسترده محصولات کشاورزی، ظرفیت بالقوه‌ای برای صادرات فندق دارد. اگرچه این کشور یکی از واردکنندگان عمده فندق محسوب می‌شود، اما در سال‌های اخیر، برخی از تولیدکنندگان هندی با استفاده از فناوری‌های مدرن و سیاست‌های تجاری مناسب، توانسته‌اند محصولاتی را برای صادرات آماده کنند. بازارهای هدف برای صادرات فندق هندوستان عمدتاً شامل امارات متحده عربی، عربستان سعودی، کشورهای اروپایی و آمریکا هستند. در این بازارها، محصولات فرآوری شده فندق مانند کره فندق، فندق بو داده و ترکیبات فندق در صنایع شیرینی و شکلات تقاضای بالایی دارند.

چالش‌های صادرات فندق هندوستان شامل رقابت با تولیدکنندگان برتر جهان مانند ترکیه، ایران و آذربایجان است. این کشورها دارای مزیت رقابتی در تولید و فرآوری فندق هستند و می‌توانند محصولاتی با قیمت پایین‌تر و کیفیت بالاتر ارائه دهند. بنابراین، هندوستان نیاز دارد تا با افزایش کیفیت محصول، بسته‌بندی مناسب و استانداردهای بین‌المللی، سهم خود را در بازارهای جهانی افزایش دهد.

در مجموع، صادرات فندق هندوستان در مراحل اولیه رشد قرار دارد و برای رقابت با سایر کشورها، نیاز به توسعه زیرساخت‌های فرآوری، بازاریابی قوی و بهبود استانداردهای کیفی دارد. در حال حاضر، هندوستان بیشتر واردکننده فندق است تا صادرکننده. اما برخی شرکت‌های داخلی، به‌ویژه در ایالت‌های کشمیر و هیمачال پرداش، شروع به تولید و فرآوری فندق کرده‌اند و صادرات آن را به برخی بازارهای خاص آغاز کرده‌اند. طبق گزارش‌های تجاری، در سال ۲۰۲۳، هندوستان حدود ۲,۰۰۰ تن فندق فرآوری‌شده به ارزش ۱۵ میلیون دلار صادر کرده است. این میزان در مقایسه با واردات حدود ۱۰ برابر کمتر است، اما روندی رو به رشد دارد.

مقاصد اصلی صادرات فندق هندوستان عبارت‌اند از:

امارات متحده عربی (۴۵٪ صادرات)

عربستان سعودی (۲۵٪)

اروپا، به‌ویژه آلمان و انگلستان (۱۵٪)

آمریکای شمالی (کانادا و ایالات متحده) (۱۰٪)

محصولات اصلی صادراتی شامل:

فندق بو داده و بسته‌بندی‌شده

خمیر و کره فندق برای صنایع شکلات‌سازی

فندق خردشده برای مصارف قنادی و بستنی‌سازی

پتانسیل افزایش صادرات:

اگر هندوستان بتواند تولید داخلی فندق را گسترش دهد و روی فرآوری و بسته‌بندی مدرن تمرکز کند، پیش‌بینی می‌شود صادرات این محصول تا سال ۲۰۳۰ به حدود ۵,۰۰۰ تن با ارزش ۵۰ میلیون دلار برسد.

۲-۱۱- تحلیل اقتصادی و سودآوری بازار فندق در هندوستان

بازار فندق در هندوستان یکی از پرسودترین بازارهای خشکبار محسوب می‌شود. با توجه به افزایش تقاضا برای این محصول در صنایع غذایی و سلامت، سرمایه‌گذاری در این حوزه می‌تواند بازدهی بالایی داشته باشد. تقاضای بالا و قیمت مناسب یکی از مهم‌ترین عوامل سودآوری در بازار فندق هندوستان است. قیمت فندق در این کشور به دلیل وابستگی به واردات، همواره در سطح بالایی قرار دارد و تولیدکنندگان داخلی می‌توانند از این مزیت استفاده کنند. از سوی دیگر، هزینه‌های تولید فندق در هندوستان نسبت به برخی کشورهای صادرکننده پایین‌تر است، اما مشکلاتی مانند هزینه‌های حمل‌ونقل، نبود زیرساخت‌های مناسب و نوسانات قیمت مواد اولیه، سودآوری این صنعت را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

طبق بررسی‌های انجام‌شده، حاشیه سود برای تولیدکنندگان داخلی که بتوانند محصولات فرآوری‌شده مانند کره فندق یا محصولات بسته‌بندی‌شده را عرضه کنند، بیشتر از فروش فندق خام است. بنابراین، سرمایه‌گذاری در فرآوری و ارزش افزوده می‌تواند درآمد بیشتری برای تولیدکنندگان ایجاد کند.

بازار فندق هندوستان در حال حاضر حدود ۲۵۰ میلیون دلار ارزش دارد و با رشد تقاضا، پیش‌بینی می‌شود این رقم در ۵ سال آینده دو برابر شود. نرخ رشد سالانه این بازار حدود ۱۰ درصد است که نشان از سودآوری بالای این صنعت دارد.

حاشیه سود تولید و فرآوری فندق

فندق خام: ۱۵٪ تا ۲۰٪

فندق بو داده و بسته‌بندی‌شده: ۳۰٪ تا ۴۰٪

محصولات فرآوری‌شده (مانند کره فندق): ۴۵٪ تا ۵۵٪

بزرگ‌ترین چالش‌ها برای سودآوری این صنعت شامل:

هزینه‌های بالای واردات فندق خام (متوسط قیمت هر کیلوگرم فندق وارداتی ۸ تا ۱۲ دلار است)

نبود زیرساخت‌های فرآوری پیشرفته در هندوستان

وابستگی به کشورهای تولیدکننده فندق مانند ترکیه و ایران

راهکارهای افزایش سودآوری:

سرمایه‌گذاری در کشت داخلی فندق برای کاهش وابستگی به واردات

توسعه کارخانه‌های فرآوری و تولید محصولات ارزش‌افزوده مانند کره و روغن فندق

توسعه بازار صادراتی و بازاریابی در کشورهای خاورمیانه و جنوب شرقی آسیا

در مجموع، بازار فندق در هندوستان یکی از حوزه‌های سودآور و در حال رشد است که با برنامه‌ریزی صحیح می‌توان از آن به‌عنوان یک فرصت اقتصادی پایدار بهره‌برداری کرد.

۲-۱۲- فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت فندق هندوستان

هندوستان به دلیل رشد تقاضا برای محصولات سالم و ارگانیک، فرصت‌های متعددی را برای سرمایه‌گذاری در صنعت فندق ایجاد کرده است.

یکی از بهترین فرصت‌ها در این صنعت، سرمایه‌گذاری در فرآوری فندق است. تولید محصولاتی مانند کره فندق، روغن فندق و محصولات ترکیبی مانند شکلات‌های حاوی فندق، می‌تواند سودآوری بالایی داشته باشد.

ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای بسته‌بندی و توزیع نیز یک فرصت دیگر است. بسیاری از تولیدکنندگان هندی فاقد

تجهیزات بسته‌بندی مناسب هستند و با سرمایه‌گذاری در این بخش، می‌توان به بهبود کیفیت محصول و افزایش صادرات کمک کرد.

همچنین، سرمایه‌گذاری در تکنولوژی‌های نوین کشاورزی مانند کشت گلخانه‌ای و استفاده از سیستم‌های آبیاری مدرن، می‌تواند به افزایش بهره‌وری مزارع فندق در هندوستان کمک کند و تولید این محصول را به سطح بالاتری برساند.

به طور کلی، صنعت فندق در هندوستان پتانسیل بالایی برای رشد دارد و سرمایه‌گذاری در آن می‌تواند بازدهی مطلوبی داشته باشد، به شرطی که بر بهبود کیفیت، فرآوری و توسعه بازار تمرکز شود.

۲-۱۳- تأثیرات اجتماعی و اقتصادی کشت فندق در هندوستان

کشت فندق در هندوستان نه تنها از نظر اقتصادی بلکه از جنبه‌های اجتماعی نیز تأثیرات مثبتی دارد. یکی از مهم‌ترین مزایای کشت فندق، ایجاد اشتغال در مناطق روستایی است. بسیاری از خانوارهای کشاورز در مناطق کوهستانی مانند کشمیر و هیمачال پرادش می‌توانند از طریق تولید فندق، درآمد پایداری داشته باشند. همچنین، توسعه صنعت فندق می‌تواند به کاهش وابستگی هندوستان به واردات کمک کند. با افزایش تولید داخلی، کشور می‌تواند نیازهای بازار داخلی را تأمین کرده و حتی به بازارهای خارجی ورود پیدا کند. از نظر زیست‌محیطی، کشت فندق یک گزینه مناسب برای حفظ خاک و جلوگیری از فرسایش است. فندق می‌تواند در مناطق شیب‌دار کاشته شود و به حفظ منابع طبیعی کمک کند. با این حال، چالش‌هایی مانند تغییرات اقلیمی و کمبود حمایت‌های دولتی ممکن است مانعی برای گسترش این صنعت باشد. بنابراین، نیاز است که دولت و سرمایه‌گذاران توجه بیشتری به این حوزه داشته باشند.

۲-۱۴- بررسی سیاست‌های دولتی و حمایت از صنعت فندق

دولت هندوستان در سال‌های اخیر سیاست‌هایی را برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی فندق در نظر گرفته است، اما این اقدامات هنوز کافی نیست. یکی از مهم‌ترین حمایت‌های دولت، ارائه یارانه‌های کشاورزی برای تولیدکنندگان فندق است. در برخی ایالت‌ها، تسهیلاتی برای تأمین بذرهای باکیفیت و کمک‌های مالی برای توسعه مزارع ارائه می‌شود. علاوه بر این، برنامه‌های تحقیق و توسعه در زمینه بهبود نژادهای فندق و افزایش بهره‌وری تولید، از سوی مراکز تحقیقاتی کشاورزی در حال اجراست. این برنامه‌ها می‌توانند به افزایش کیفیت محصول و کاهش وابستگی به واردات کمک کنند. اما چالش اصلی این است که سیاست‌های حمایتی هنوز به‌طور گسترده در سراسر کشور اجرایی نشده‌اند و تنها در برخی ایالت‌ها مانند کشمیر و هیمачال پرادش اجرا می‌شوند. برای توسعه این صنعت، دولت باید حمایت‌های بیشتری از جمله کاهش تعرفه‌های گمرکی برای تجهیزات فرآوری، ارائه وام‌های کم‌بهره به تولیدکنندگان و ایجاد برنامه‌های آموزشی برای کشاورزان را در نظر بگیرد.

۲-۱۵- جمع‌بندی و آینده بازار فندق در هندوستان

بازار فندق هندوستان در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی را تجربه کرده است و پیش‌بینی می‌شود که این روند ادامه یابد. با توجه به افزایش تقاضا برای محصولات سالم و مغذی، انتظار می‌رود که مصرف فندق در این کشور بیشتر شود.

چالش‌های کلیدی این بازار شامل وابستگی به واردات، هزینه‌های بالای حمل‌ونقل و کمبود زیرساخت‌های فرآوری است. اما با اجرای سیاست‌های حمایتی مناسب و سرمایه‌گذاری در تکنولوژی‌های نوین، هندوستان می‌تواند تولید داخلی فندق را افزایش دهد.

سرمایه‌گذاری در فرآوری و بسته‌بندی فندق، کلید موفقیت در این بازار است. شرکت‌هایی که بتوانند محصولات متنوعی مانند کره فندق، شیرینی‌های حاوی فندق و شکلات‌های ترکیبی تولید کنند، شانس بیشتری برای موفقیت خواهند داشت.

در نهایت، برای رشد پایدار این صنعت، همکاری میان کشاورزان، دولت، سرمایه‌گذاران و شرکت‌های خصوصی ضروری است. با اجرای یک استراتژی جامع و حمایت از تولید داخلی، هندوستان می‌تواند به یکی از بازیگران اصلی در بازار جهانی فندق تبدیل شود.

فصل ۳

دید کلی صادرات از ایران به هندوستان و بررسی فرصت ها، چالش ها و نقاط ضعف و قدرت

هندوستان به عنوان یکی از بزرگ‌ترین بازارهای مصرفی جهان، نقش مهمی در تجارت جهانی محصولات کشاورزی دارد. با جمعیتی بیش از ۱.۴ میلیارد نفر و رشد طبقه متوسط، تقاضا برای محصولات مغزی از جمله فندق در این کشور رو به افزایش است. در این گزارش، وضعیت بازار فندق در هندوستان، فرصت‌های صادراتی ایران، چالش‌های موجود و استراتژی‌های موفق برای ورود به این بازار بررسی خواهد شد.

۳-۱- تحلیل بازار مصرف فندق در هندوستان

۱. تقاضای فندق در هندوستان

مصرف فندق در هندوستان به دلیل تغییر سبک زندگی و افزایش آگاهی در مورد تغذیه سالم در حال افزایش است. استفاده از مغزها در صنایع غذایی، شیرینی‌پزی، شکلات‌سازی و تولید فرآورده‌های مغزی موجب شده است که فندق در بسیاری از محصولات غذایی هندی استفاده شود. تقاضای فندق در شهرهای بزرگ مانند دهلی، بمبئی، بنگلور، چنای و کلکته بالاتر است، اما بازارهای محلی نیز به تدریج در حال گسترش هستند.

۲. تأثیر فرهنگ و تغذیه بر مصرف فندق

هندها به دلیل سنت‌های غذایی خود، مصرف آجیل و مغزها را در رژیم غذایی روزانه خود گنجانده‌اند. در مناسبت‌های مذهبی و جشن‌های سنتی، آجیل و مغزها از جمله فندق به عنوان هدیه یا بخش مهمی از خوراکی‌ها استفاده می‌شود.

افزایش آگاهی مردم از مزایای سلامت‌بخش فندق، مصرف این محصول را در میان جوانان و طبقه متوسط افزایش داده است.

۳. رقبای اصلی در بازار فندق هندوستان

ترکیه بزرگ‌ترین تأمین‌کننده فندق برای بازار هندوستان است و از نظر کیفیت و برندینگ موقعیت قوی دارد. آذربایجان و گرجستان نیز در بازار هندوستان حضور دارند، اما به اندازه ترکیه فعال نیستند. ایران ظرفیت بالایی برای صادرات به این کشور دارد، اما هنوز جایگاه خود را در بازار تثبیت نکرده است. با این حال تأمین‌کنندگان اصلی فندق در هندوستان عبارتند از:

۱. ترکیه

ترکیه بزرگ‌ترین تأمین‌کننده فندق در بازار جهانی و از جمله هندوستان است. کیفیت بالا، استانداردهای صادراتی مناسب، و شبکه توزیع قوی باعث شده ترکیه سهم بزرگی از واردات فندق هندوستان را به خود اختصاص دهد.

ترکیه از بسته‌بندی‌های متنوع و تبلیغات گسترده برای ورود به بازار هندوستان استفاده می‌کند.

۲. آذربایجان و گرجستان

آذربایجان و گرجستان نیز به دلیل نزدیکی جغرافیایی و تولید فندق با کیفیت مناسب، بخشی از بازار فندق هندوستان را تأمین می‌کنند.

این کشورها از مزایای توافق‌های تجاری با هندوستان و هزینه‌های پایین حمل‌ونقل بهره می‌برند.

۳. تولیدکنندگان داخلی هندوستان

هندوستان تولیدکننده فندق به مقدار بسیار محدود در نواحی کوهستانی مانند هیمالیاچال پرادش است.

با این حال، تولید داخلی نمی‌تواند پاسخگوی نیازهای رو به رشد بازار باشد و واردات همچنان ضروری است.

۳-۲- بررسی صنایع مرتبط با فندق در هندوستان

۱. صنعت شکلات و شیرینی‌سازی

صنعت شکلات یکی از بزرگ‌ترین صنایع مصرف‌کننده فندق در هندوستان است. شرکت‌هایی مانند Cadbury India، Nestlé India و Amul از مغز فندق در محصولات خود مانند شکلات‌ها و تنقلات استفاده می‌کنند. به دلیل افزایش تقاضا برای شکلات‌های ارگانیک و سالم در هندوستان، استفاده از فندق با کیفیت بالا می‌تواند مزیت رقابتی برای برندهای ایرانی باشد.

۲. صنایع تغذیه و سلامت

مصرف‌کنندگان هندی در حال توجه به تغذیه سالم و مغذی هستند و مغزها به‌عنوان منبع پروتئین و چربی‌های مفید در رژیم‌های غذایی آنها نقش ویژه‌ای دارند. فندق به دلیل خاصیت‌های آنتی‌اکسیدانی و سرشار از ویتامین‌ها در تولید محصولات سلامت‌محور مانند اسموتی‌ها، اسنک‌ها و محصولات تغذیه‌ای استفاده می‌شود.

۳. صنعت آجیل و خشکبار

مصرف آجیل و خشکبار در هندوستان در بسیاری از فصول جشن‌ها و مراسم‌های مذهبی افزایش می‌یابد. این افزایش مصرف می‌تواند فرصتی برای افزایش واردات فندق از ایران به‌خصوص در فصول خاص باشد. رقابت با تأمین‌کنندگان دیگر مانند ترکیه و آذربایجان در این بخش بیشتر خواهد بود، اما کیفیت و بسته‌بندی ایرانی می‌تواند کمک زیادی به جایگاه ایران در این بازار کند.

۳-۳- قوانین گمرکی و تعرفه‌های واردات فندق به هندوستان

۱. تعرفه‌های واردات

هندوستان به‌طور کلی بر واردات برخی از کالاهای کشاورزی از جمله مغزها، تعرفه‌های وارداتی اعمال می‌کند. تعرفه‌های وارداتی فندق به‌طور معمول در حدود ۳۰ درصد قرار دارد که می‌تواند بر قیمت نهایی محصول تأثیر بگذارد. ایران می‌تواند از مذاکرات تجاری با دولت هندوستان برای کاهش تعرفه‌ها یا استفاده از توافقات تجاری دوجانبه بهره‌برداری کند.

۲. استانداردهای بهداشتی و قرنطینه‌ای

هندوستان قوانین سخت‌گیرانه‌ای در مورد واردات محصولات کشاورزی دارد. بنابراین، فندق‌های وارداتی باید از آلاینده‌ها، سموم و استانداردهای بهداشتی تایید شده باشند. ایران باید برای صادرات فندق به هندوستان، به ویژه در زمینه آزمون‌های فنی و آزمایش‌های قرنطینه، خود را آماده کند. همکاری با شرکت‌های بازرسی بین‌المللی و گرفتن گواهی‌های بهداشت و ایمنی برای فندق‌ها می‌تواند باعث تسریع در فرآیند واردات شود.

طبق قوانین گمرکی هندوستان، واردات فندق به این کشور مشمول تعرفه ۳۰ درصدی می‌شود. این تعرفه معمولاً برای مغزهای خشکبار و محصولات کشاورزی اعمال می‌شود.

۳. سیاست‌های تجاری و تعرفه‌های متغیر

سیاست‌های تجاری هندوستان و تغییرات احتمالی در تعرفه‌ها و محدودیت‌های وارداتی می‌تواند تأثیر زیادی بر واردات فندق از ایران داشته باشد. استفاده از اطلاعات آخرین تغییرات در سیاست‌های تجاری و مشاوره با کارشناسان محلی می‌تواند به تصمیم‌گیری‌های بهتری در این زمینه کمک کند.

۳-۴- فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت فندق هندوستان

۱. سرمایه‌گذاری در بخش فرآوری فندق

صنعت فرآوری فندق در هندوستان پتانسیل زیادی برای رشد دارد. سرمایه‌گذاری در کارخانه‌های بسته‌بندی و فرآوری فندق می‌تواند به توسعه بیشتر بازار کمک کند. ایران می‌تواند با استفاده از تکنولوژی‌های مدرن فرآوری، کیفیت فندق را افزایش دهد و آن را در قالب‌های مختلف به بازار هندوستان عرضه کند. تأسیس کارگاه‌های بسته‌بندی فندق در هندوستان، می‌تواند هزینه‌های حمل‌ونقل و تعرفه‌ها را کاهش دهد و رقابت‌پذیری محصول ایرانی را بالا ببرد.

۲. سرمایه‌گذاری در شبکه توزیع و فروش

ایجاد شبکه‌های توزیع محلی در هندوستان و همکاری با توزیع‌کنندگان بزرگ مانند BigBasket و Reliance Retail می‌تواند سهم بازار ایران را به سرعت افزایش دهد. ایجاد شعبه‌های توزیع در مناطق مختلف هندوستان و گسترش آن در سراسر کشور می‌تواند زمینه‌ساز رشد صادرات فندق ایرانی شود.

۳. سرمایه‌گذاری در بازاریابی و تبلیغات

برندسازی و تبلیغات در رسانه‌های محلی و دیجیتال می‌تواند به شناخته شدن فندق ایرانی در بازار هندوستان کمک کند. تبلیغات در جشنواره‌ها و مناسبت‌های مذهبی که مصرف آجیل در آنها بالا می‌رود، می‌تواند فرصت‌های بیشتری برای ورود به بازار فراهم کند.

۳-۵- استراتژی‌های بازاریابی برای ورود به بازار هندوستان

۱. استفاده از برندینگ و تبلیغات آنلاین

تبلیغات دیجیتال یکی از موثرترین ابزارها برای معرفی محصولات در بازارهای هندوستان است. استفاده از پلتفرم‌های اجتماعی مانند Facebook India، Instagram و YouTube برای معرفی فندق ایرانی می‌تواند بازدهی زیادی داشته باشد.

همکاری با اینفلوئنسرها و شخصیت‌های معروف در هندوستان برای ترویج مصرف فندق و محصولات سالم یکی از استراتژی‌های موفق خواهد بود.

۲. ارائه محصولات با بسته‌بندی‌های مناسب

بسته‌بندی‌های مقاوم و متنوع می‌توانند تأثیر زیادی در جذب مصرف‌کننده داشته باشند. بسته‌بندی‌های کوچک‌تر برای مصرف روزانه و بسته‌بندی‌های بزرگ‌تر برای صنایع غذایی می‌تواند استراتژی مناسبی باشد. علاوه بر بسته‌بندی‌های اقتصادی، بسته‌بندی‌های لوکس برای بازارهای خاص و هدیه نیز می‌تواند جذاب باشد.

۳. مشارکت با شرکت‌های محلی

همکاری با شرکت‌های بزرگ توزیع در هندوستان، مانند D-Mart، Reliance Retail و BigBasket می‌تواند به ایران کمک کند تا به بازارهای گسترده‌تری در این کشور دست یابد. همکاری با شرکت‌های تولیدکننده شکلات و شیرینی مانند Amul و Cadbury می‌تواند به عنوان یک کانال پخش مناسب برای فندق ایرانی عمل کند.

۳-۶- نمونه‌های شرکت‌های موفق در بازار فندق هندوستان

۱. Cadbury India (نستله)

یکی از برندهای شناخته‌شده در هندوستان که از فندق در تولید محصولات خود استفاده می‌کند، Cadbury است. این برند با بهره‌گیری از فندق به عنوان یکی از اجزای اصلی شکلات‌های خود، توانسته است بخش قابل توجهی از بازار را تصاحب کند. مدیران Cadbury در هندوستان به‌طور مداوم در حال همکاری با تأمین‌کنندگان فندق هستند و کیفیت بالای محصولات خود را از طریق بسته‌بندی‌های مناسب و تبلیغات هدفمند در رسانه‌ها معرفی می‌کنند.

۲. Amul (آمول)

Amul نیز یکی از برندهای بزرگ شیرینی‌سازی و محصولات غذایی هندوستان است که از فندق در تولید محصولات خود، به ویژه شکلات‌ها و تنقلات استفاده می‌کند. این برند با استفاده از مواد اولیه با کیفیت بالا و بهره‌گیری از مغزهای فندق وارداتی از ترکیه و ایران، محصولات خود را در بازار هندوستان عرضه می‌کند.

۳. BigBasket

BigBasket یکی از بزرگ‌ترین پلتفرم‌های خرید آنلاین هندوستان است که در آن فندق به عنوان یک محصول محبوب در دسته مغزیجات فروخته می‌شود. BigBasket با تأمین فندق از تأمین‌کنندگان مختلف، از جمله ایران، آن را در بسته‌بندی‌های مناسب عرضه می‌کند و به مشتریان این امکان را می‌دهد که محصولات ارگانیک و سالم را خریداری کنند.

۴. Reliance Retail

Reliance Retail نیز یکی دیگر از توزیع‌کنندگان بزرگ فندق در هندوستان است. این شرکت از فندق در محصولات خود در قالب شکلات، آجیل و محصولات تغذیه‌ای استفاده می‌کند و نقش مؤثری در ترویج مصرف فندق در بازار هندوستان دارد.

۳-۷- فرصت‌های رشد در بازار هندوستان

۱. استراتژی‌های پیشرو در بازار

برای حضور موفق‌تر در بازار هندوستان، ایران باید تمرکز بیشتری روی بهبود کیفیت بسته‌بندی و توسعه شبکه توزیع در نقاط مختلف هندوستان داشته باشد.

برندسازی مناسب و حضور در نمایشگاه‌های تجاری مانند India International Trade Fair می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای معرفی فندق ایرانی فراهم کند.

۲. چالش‌ها و راه‌حل‌ها

با وجود رقابت شدید از سوی تأمین‌کنندگان کشورهای دیگر، ایران باید از مزایای قیمت و کیفیت خود بهره‌برداری کند. استفاده از تحلیل‌های بازار و بررسی نیازهای مصرف‌کنندگان می‌تواند به ایران کمک کند تا استراتژی‌های بازاریابی را به‌طور مؤثری پیاده‌سازی کند.

در این راستا، ایران با استفاده از روابط تجاری و ظرفیت‌های داخلی و با توجه به افزایش تقاضای محصولات سالم در هندوستان، می‌تواند آینده‌ای روشن در بازار فندق این کشور داشته باشد.

۳-۸- تحلیل رقابتی در بازار فندق هندوستان

۱. رقابت بین تأمین‌کنندگان فندق در هندوستان

بازار فندق هندوستان به عنوان یکی از بزرگ‌ترین بازارهای مصرف مغزیجات در آسیا، شاهد رقابت شدیدی میان تأمین‌کنندگان مختلف است. کشورهای مختلف از جمله ترکیه، ایران، و آذربایجان واردات فندق به هندوستان دارند. با این حال، ترکیه با سهم قابل توجهی در این بازار، بیشترین واردات فندق به هندوستان را تأمین می‌کند.

تأمین‌کنندگان فندق در هندوستان از طریق مذاکرات تجاری، تبلیغات و توزیع محصولات در تلاشند سهم خود را در این بازار گسترش دهند. از جمله عواملی که موجب رقابت شدید می‌شود، می‌توان به کیفیت، قیمت، بسته‌بندی و خدمات پس از فروش اشاره کرد.

۲. چالش‌های موجود برای فندق ایرانی در بازار هندوستان

کیفیت رقابتی و قیمت‌گذاری: یکی از اصلی‌ترین چالش‌ها برای فندق ایرانی در بازار هندوستان رقابت با محصولات مشابه از کشورهایی همچون ترکیه است که کیفیت بالاتری دارند. ترکیه به دلیل شرایط جغرافیایی، محصولاتش بیشتر در بازار هندوستان شناخته شده است.

مشکلات گمرکی و وارداتی: تعرفه‌های واردات، هزینه‌های حمل و نقل و فرآیند پیچیده گمرکی از دیگر چالش‌هایی است که فندق ایرانی ممکن است با آن مواجه شود. این موضوع می‌تواند بر قیمت تمام‌شده و زمان تحویل تأثیر بگذارد.

کمیود روابط تجاری مستقیم: در مقایسه با ترکیه، ایران از روابط تجاری کمتری با هندوستان در زمینه مغزيجات برخوردار است، که باعث می‌شود بازاریابی و تبلیغات برای فندق ایرانی در این بازار دشوارتر شود.

۳. فرصت‌ها برای فندق ایرانی در بازار هندوستان

افزایش تقاضا برای محصولات سالم: با توجه به اینکه مصرف‌کنندگان هندی تمایل زیادی به خرید محصولات سالم و مغذی دارند، فندق به عنوان یک محصول مغزی غنی از مواد مغذی می‌تواند جاذبه خاصی برای این گروه از مشتریان ایجاد کند. افزایش آگاهی در مورد فواید فندق: ایران می‌تواند با برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی، اطلاعات بیشتری در مورد خواص فندق به مصرف‌کنندگان هندی ارائه دهد و بازار خود را گسترش دهد. تنوع بسته‌بندی: توجه به بسته‌بندی‌های مناسب و جذاب برای مصرف‌کنندگان هندی می‌تواند سهم ایران را از بازار فندق هندوستان افزایش دهد.

۳-۹- چالش‌های صادرات فندق به هندوستان

۱. تعرفه‌های گمرکی و مقررات سخت‌گیرانه

دولت هندوستان برای حمایت از صنایع داخلی، تعرفه‌های بالایی برای برخی محصولات کشاورزی اعمال می‌کند. استانداردهای بهداشتی و قرنطینه‌ای ممکن است باعث تاخیر در ورود محموله‌های فندق ایرانی شود.

۲. رقابت با تأمین‌کنندگان بزرگ

ترکیه با برندهای معتبر و شبکه توزیع قوی، حضور گسترده‌ای در بازار هندوستان دارد. برای رقابت با این کشور، ایران باید روی برندینگ، کیفیت و بسته‌بندی حرفه‌ای تمرکز کند.

۳. مشکلات حمل‌ونقل و لجستیک

حمل‌ونقل دریایی از ایران به هندوستان می‌تواند چندین هفته طول بکشد، بنابراین باید به بسته‌بندی مناسب و نگهداری فندق در شرایط استاندارد توجه شود. ایجاد زیرساخت‌های لجستیکی و انتخاب مسیرهای حمل‌ونقل سریع‌تر می‌تواند به بهبود صادرات کمک کند.

۳-۱۰- استراتژی‌های موفق برای ورود به بازار هندوستان

۱. برندسازی و بازاریابی دیجیتال

حضور در نمایشگاه‌های تجاری مانند India Food Expo و World Food India برای معرفی محصولات به خریداران هندی ضروری است. استفاده از تبلیغات دیجیتال و همکاری با اینفلوئنسرهای تغذیه و سلامتی می‌تواند آگاهی از برندهای فندق ایرانی را افزایش دهد.

۲. بسته‌بندی استاندارد و متناسب با بازار هندوستان

بسته‌بندی باید جذاب، مقاوم در برابر رطوبت و مناسب برای بازار خرده‌فروشی باشد. استفاده از بسته‌بندی‌های کوچک‌تر (مانند ۱۰۰ و ۲۰۰ گرمی) می‌تواند موجب افزایش فروش در بین مصرف‌کنندگان شود.

۳. کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل و انتخاب مسیرهای بهینه

ایجاد مراکز توزیع در مناطق کلیدی هندوستان مانند بمبئی و چنای می‌تواند موجب کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل و تسریع در توزیع محصولات شود.

۳-۱۱- فرصت‌های صادراتی ایران به هندوستان

۱. مزیت‌های فندق ایران برای صادرات به هندوستان

ایران به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان فندق در جهان، توانایی تأمین بازار هندوستان را دارد. نزدیکی جغرافیایی ایران و هندوستان هزینه‌های حمل‌ونقل را کاهش می‌دهد و امکان رقابت با سایر کشورها را فراهم می‌کند. کیفیت بالای فندق ایرانی و طعم متمایز آن می‌تواند توجه بازار هندوستان را جلب کند.

۲. افزایش تقاضا در صنایع غذایی و فرآوری

هندوستان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان شیرینی و شکلات در جهان است و بسیاری از کارخانه‌های بزرگ نیازمند واردات فندق هستند.

شرکت‌هایی مانند Amul, Nestlé India, Cadbury India و Haldiram's از مغزها در تولید محصولات خود استفاده می‌کنند.

فرصت خوبی برای تأمین مواد اولیه برای این صنایع از طریق فندق ایرانی وجود دارد.

۳. رشد بازار محصولات ارگانیک و سالم

بازار محصولات سالم و ارگانیک در هندوستان در حال رشد است و فندق ایرانی می‌تواند در این بخش جایگاه خوبی پیدا کند. ارائه فندق‌های ارگانیک و فاقد افزودنی می‌تواند به افزایش سهم ایران در بازار کمک کند.

۳-۱۲- راهکارهای بازاریابی برای فندق ایرانی در بازار هندوستان

۱. برندسازی و شناساندن محصول

یکی از راهکارهای اساسی برای ورود موفق به بازار هندوستان، ایجاد برند معتبر و شناخته‌شده است. برای برندینگ موثر فندق ایرانی در هندوستان باید روی کیفیت و اصالت محصول تأکید شود و بسته‌بندی‌های مناسب و جذاب برای مصرف‌کنندگان هندی طراحی گردد.

استراتژی‌های برندینگ شامل ایجاد داستان برند، ارائه اطلاعات دقیق در خصوص کیفیت و مبدأ محصول و تضمین کیفیت برای مصرف‌کنندگان می‌تواند کمک شایانی در شناساندن برند ایرانی به بازار فندق هندوستان باشد.

۲. استفاده از رسانه‌های اجتماعی و تبلیغات آنلاین

در عصر دیجیتال، تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، اینستاگرام، توییتر و یوتیوب برای معرفی محصولات به ویژه در بازارهای نوظهور نظیر هندوستان اهمیت زیادی دارد. شرکت‌های صادراتی فندق ایرانی باید از کمپین‌های تبلیغاتی

آنلاین برای تبلیغ فندق ایرانی در هندوستان بهره ببرند. همچنین، استفاده از اینفلوئنسرها و مؤثران در حوزه تغذیه و سلامت می‌تواند تاثیر بسیاری در جلب نظر مصرف‌کنندگان هندی داشته باشد.

۳. شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی

یکی از راه‌های موفق ورود به بازار هندوستان، حضور در نمایشگاه‌های تجاری است. نمایشگاه‌های بین‌المللی در هندوستان، مانند India International Trade Fair (IITF) و Food India فرصتی عالی برای برقراری ارتباط مستقیم با تجار و خریداران هندی فراهم می‌کند. شرکت‌های ایرانی می‌توانند در این نمایشگاه‌ها محصولات خود را به نمایش بگذارند و با تجار هندی و بین‌المللی قراردادهای تجاری امضا کنند.

۴. همکاری با توزیع‌کنندگان محلی

یکی از بهترین روش‌های ورود به بازار هندوستان، همکاری با توزیع‌کنندگان و نمایندگان محلی است. این شرکت‌ها به خوبی با بازار و نیازهای مصرف‌کنندگان هندی آشنا هستند و می‌توانند فندق ایرانی را به راحتی به بازارهای هدف معرفی کنند. همکاری با این نمایندگان محلی باعث می‌شود که موانع فرهنگی، زبانی و اقتصادی که ممکن است مانعی برای ورود مستقیم به بازار هندوستان باشند، کمتر شوند.

۳-۱۳- چشم‌انداز آینده صادرات فندق از ایران به هندوستان

۱. توسعه شبکه توزیع

ایران باید به فکر توسعه شبکه توزیع خود در هندوستان باشد تا بتواند به راحتی محصولات خود را در نقاط مختلف این کشور به فروش برساند. به طور خاص، استان‌های دهلی، بمبئی، بنگلور و کلکته از بازارهای هدف مهمی هستند که می‌توانند به عنوان نقاط آغازین برای توزیع فندق ایرانی در هندوستان انتخاب شوند.

۲. استفاده از تکنولوژی‌های جدید در بسته‌بندی

بسته‌بندی‌های نوآورانه می‌توانند سهم ایران را در بازار هندوستان افزایش دهند. استفاده از مواد بسته‌بندی دوست‌دار محیط زیست و بسته‌بندی‌هایی که ماندگاری محصول را افزایش دهند، برای مصرف‌کنندگان هندی جذابیت خواهد داشت. همچنین، ایران باید به بسته‌بندی‌های مقاوم در برابر شرایط اقلیمی هندوستان توجه ویژه‌ای داشته باشد.

۳. ایجاد همکاری‌های تجاری بلندمدت

با توجه به موقعیت جغرافیایی و روابط فرهنگی ایران و هندوستان، همکاری‌های بلندمدت می‌توانند فرصت‌های جدیدی را در بازار فندق ایجاد کنند. ایران باید روابط تجاری پایدار و همکاری‌های استراتژیک با شرکت‌های هندی ایجاد کند تا نه تنها در بازار فندق بلکه در دیگر محصولات کشاورزی نیز حضور مؤثری داشته باشد.

۳-۱۴- نتیجه‌گیری

بازار فندق هندوستان پتانسیل بالایی برای صادرات فندق ایرانی دارد، به شرط آنکه ایران از کیفیت بالا، بسته‌بندی مناسب و استراتژی‌های بازاریابی حرفه‌ای بهره‌برد. برای موفقیت در این بازار، نیاز به ایجاد برند معتبر و توجه به رقابت شدید با تأمین‌کنندگان دیگر وجود دارد. همچنین، استفاده از کانال‌های توزیع مؤثر و همکاری با نمایندگان محلی می‌تواند به تسریع روند ورود فندق ایرانی به بازار هندوستان کمک کند.

با توجه به روند رو به رشد تقاضا برای مغزهای خشک‌بار در هندوستان، ایران با بهره‌گیری از فرصت‌ها و برطرف کردن چالش‌های موجود، می‌تواند به یکی از تأمین‌کنندگان اصلی فندق در این بازار تبدیل شود. به همین دلیل با توجه به اهمیت بحث بسته‌بندی در این بازار، در فصل بعد به آن پرداخته می‌شود.

فصل ۴:

بررسی انواع بسته بندی فندق در بازار هندوستان و رقبای موجود

بازار فندق هندوستان به دلیل مصرف بالای مغزجات و خشکبار، برای تأمین‌کنندگان مختلف از جمله ایران، ترکیه، آمریکا و آذربایجان بسیار رقابتی است. بسته‌بندی‌ها در این بازار تأثیر زیادی در انتخاب مصرف‌کنندگان دارند و باید متناسب با نیازهای بازار هندوستان طراحی شوند. در این بخش، علاوه بر بررسی انواع بسته‌بندی‌ها، به معرفی نمونه‌های شرکت‌های بسته‌بندی قوی در بازار هندوستان نیز پرداخته می‌شود.

۴-۱- انواع بسته بندی فندق در بازار هند

۱. بسته‌بندی‌های شفاف و نایلونی

این نوع بسته‌بندی‌ها به دلیل قابل مشاهده بودن محتویات بسته، در بازار هندوستان محبوب هستند. بسته‌بندی‌های شفاف باعث می‌شوند مصرف‌کنندگان بتوانند کیفیت محصول را ببینند، که برای فندق‌ها بسیار مهم است چرا که تأثیر زیادی در خرید تصمیم‌گیری مشتریان دارد. در این نوع بسته‌بندی‌ها از نایلون یا پلاستیک شفاف استفاده می‌شود که علاوه بر قیمت پایین، از سبک بودن و انعطاف‌پذیری نیز برخوردار است.

نمونه شرکت‌ها:

Haldiram's: این شرکت یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های بسته‌بندی مواد غذایی در هندوستان است که از بسته‌بندی‌های شفاف برای محصولات مختلف از جمله خشکبارها و مغزجات استفاده می‌کند. بسته‌بندی‌های شفاف این برند در وزن‌های مختلف و در بسته‌های قابل حمل عرضه می‌شود.

Tata Consumer Products: این شرکت بسته‌بندی‌های شفاف را برای محصولات خود از جمله مغزها و خشکبارها به کار می‌برد و توجه ویژه‌ای به کیفیت و جذب مشتریان دارد.

۲. بسته‌بندی‌های فویل و آلومینیومی

بسته‌بندی‌های فویل و آلومینیومی به دلیل قدرت محافظت از محصول در برابر رطوبت و آلودگی‌های خارجی، یکی از رایج‌ترین انواع بسته‌بندی‌ها برای فندق‌ها در هندوستان هستند. این بسته‌بندی‌ها معمولاً برای محصولات با کیفیت بالا یا فندق‌های بسته‌بندی‌شده برای بازارهای خاص مورد استفاده قرار می‌گیرند.

نمونه شرکت‌ها:

Almonds India: این برند از بسته‌بندی‌های فویل برای فندق‌های خود استفاده می‌کند و محصولاتی با کیفیت بالا را به مشتریان عرضه می‌کند. بسته‌بندی‌های فویلی این برند برای حفظ طعم و تازگی مناسب است.

Nutraj: یکی از برندهای شناخته‌شده در بازار خشکبار هندوستان است که بسته‌بندی‌های فویلی برای فندق‌های خود استفاده می‌کند. این بسته‌بندی‌ها به حفظ کیفیت بالا و تازه ماندن محصولات کمک می‌کنند.

۳. بسته‌بندی‌های پلاستیکی و کارتنی

این نوع بسته‌بندی‌ها برای عرضه عمده و توزیع در سوپرمارکت‌ها بسیار مناسب هستند. بسته‌بندی‌های پلاستیکی و کارتنی معمولاً به اندازه‌های بزرگتری مانند ۵ کیلوگرم و ۱۰ کیلوگرم در بازار هندوستان عرضه می‌شوند و برای فندق‌های فله‌ای و عمده استفاده می‌شوند.

نمونه شرکت‌ها:

Amul: این برند معروف که به تولید محصولات لبنی معروف است، بسته‌بندی‌های پلاستیکی و کارتنی برای محصولات خشکبار خود نیز استفاده می‌کند. بسته‌بندی‌های این برند معمولاً در حجم‌های بزرگ‌تر و برای فروش عمده به بازار عرضه می‌شود.

Britannia: از بسته‌بندی‌های پلاستیکی و کارتنی برای محصولات غذایی مختلف خود استفاده می‌کند و فندق‌ها نیز در بسته‌بندی‌های بزرگ‌تر برای توزیع در بازارهای عمده عرضه می‌شوند.

۴. بسته‌بندی‌های سازگار با محیط زیست

در بازار هندوستان، مصرف‌کنندگان تمایل دارند که از محصولات با بسته‌بندی‌های سازگار با محیط زیست استفاده کنند. این نوع بسته‌بندی‌ها به طور فزاینده‌ای در حال رشد هستند و می‌توانند به عنوان یک نقطه قوت برای فندق‌های صادراتی از ایران به هندوستان محسوب شوند.

نمونه شرکت‌ها:

Eco Green Packaging: این شرکت هندی به تولید بسته‌بندی‌های کاغذی و دوست‌دار محیط زیست برای محصولات مختلف از جمله خشکبار و مغزیجات پرداخته است. این بسته‌بندی‌ها از مواد تجزیه‌پذیر ساخته شده‌اند.

Paper Boat: برند معروفی که بسته‌بندی‌های خود را از مواد قابل بازیافت تولید می‌کند و برای محصولات خشکبار و مغزیجات از بسته‌بندی‌های دوست‌دار محیط زیست استفاده می‌کند.

۴-۲- ویژگی‌های بسته‌بندی موفق در بازار هند

در ادامه ویژگی‌های بسته‌بندی‌های موفق در بازار هندوستان آورده شده است.

۱. طراحی جذاب و بصری

بسته‌بندی‌های فندق باید از طراحی‌های جذاب و متناسب با ذائقه فرهنگی هندوستان برخوردار باشند. برای جلب توجه مصرف‌کنندگان، استفاده از رنگ‌های شاد و طرح‌های سنتی و مدرن می‌تواند مؤثر باشد.

۲. بسته‌بندی‌های عملی و راحت

بسته‌بندی‌هایی که برای استفاده آسان و حمل راحت طراحی شده‌اند، در بازار هندوستان موفق‌تر هستند. این ویژگی به ویژه در بسته‌بندی‌های کوچک‌تر (مثلاً ۳۰۰ گرم و ۵۰۰ گرم) اهمیت بیشتری دارد.

۳. قابلیت نگهداری طولانی مدت

در هندوستان، به دلیل شرایط جوی مرطوب، بسته‌بندی‌های فندق باید مقاوم در برابر رطوبت و قابلیت حفظ تازگی محصول را داشته باشند.

۴-۳- رقابای موجود در بازار هندوستان

۱. ترکیه

ترکیه یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان فندق به هندوستان است. برندهایی مانند Anadolu و Turkish Hazelnuts از بسته‌بندی‌های کیفیت بالا و جذاب برای فندق‌های خود استفاده می‌کنند.

۲. آذربایجان

آذربایجان نیز فندق با کیفیت بالا و بسته‌بندی‌های محافظت‌شده از رطوبت را به هندوستان صادر می‌کند. برندهایی مانند Azerbaijan Hazelnuts در بسته‌بندی‌های فویلی و مقاوم محصولات خود را به بازار هندوستان معرفی می‌کنند.

۳. ایران

ایران به عنوان یکی از تولیدکنندگان اصلی فندق در جهان، می‌تواند با بسته‌بندی‌های با کیفیت و قیمت رقابتی به رقابت با دیگر کشورهای صادرکننده فندق بپردازد. ایران باید از بسته‌بندی‌های شکیل و مقاوم استفاده کند تا در بازار هندوستان به موفقیت برسد.

۴-۴- نتیجه‌گیری

بسته‌بندی‌ها به عنوان یکی از عوامل اصلی موفقیت در بازار هندوستان، نقشی اساسی در جذب مصرف‌کنندگان دارند. بسته‌بندی‌های شفاف، فویلی، آلومینیومی و کارتنی بیشترین استفاده را در این بازار دارند. برای موفقیت در بازار هندوستان، فندق‌های ایرانی باید با توجه به نیازهای خاص این بازار، بسته‌بندی‌هایی مناسب، جذاب و مقاوم داشته باشند تا بتوانند در رقابت با برندهای دیگر، از جمله ترکیه و آذربایجان، موفق شوند.

فصل ۵:

تجزیه و تحلیل، نتیجه گیری و ارائه راهکار

۵-۱- تجزیه و تحلیل کلی

عوامل بیرونی		عوامل درونی		حوزه کسب و کار
تهدیدها	فرصت ها	نقاط ضعف	نقاط قوت	
محدودیت های صادراتی	توسعه روابط تجاری با کشورهای هدف صادراتی	عدم تنوع در ارقام فندق	کیفیت بالا	تولید و صادرات
وجود برندها و رقبای قوی خارجی با بسته بندی های مناسب	-	کمبود زیرساخت های فرآوری و بسته بندی	تنوع محصولات مشتقه	فرآوری و بسته بندی
افزایش رقابت از سوی سایر محصولات	پتانسیل بالای بازار	کمبود برندسازی	قیمت مناسب	بازاریابی و فروش
سرانه پایین مصرف	توسعه صنعت گردشگری افزایش آگاهی از خواص سلامتی فندق	نوسانات نرخ ارز	-	اقتصادی و اجتماعی

امتیاز	ضریب اهمیت	رتبه یا وزن	نقاط قوت S
۰.۸	۴	۰.۲	کیفیت بالا
۰.۱	۲	۰.۰۵	تنوع محصولات مشتقه
۰.۲	۲	۰.۱	حمایت های دولتی
			نقاط ضعف W
۱.۲۵	۵	۰.۲۵	کمبود زیرساخت های فرآوری و بسته بندی
۰.۰۵	۱	۰.۰۵	عدم تنوع در ارقام فندق
۰.۲	۴	۰.۰۵	نوسانات نرخ ارز
۱	۵	۰.۲	کمبود برندسازی
۰.۳	۳	۰.۱	قیمت مناسب
۳.۹	۲۷	۱	کل

با توجه به اینکه مجموع امتیازات نقاط ضعف از قوت ها بیشتر است در نتیجه نقاط ضعف بر قوت چیره هستند.

- امتیاز ۱ = جذاب نمی باشد.
- امتیاز ۲ = تا حدودی جذاب می باشد.
- امتیاز ۳ = در حد قابل قبول جذاب است.
- امتیاز ۴ = جذابیت بالایی دارد.
- امتیاز ۵ = عالی

عوامل خارجی:

فرصت ها O	وزن	ضریب	امتیاز
پتانسیل بالای بازار	۰.۳	۵	۱.۵
افزایش آگاهی از خواص سلامتی فندق	۰.۰۵	۵	۰.۲۵
توسعه صنعت گردشگری	۰.۱	۵	۰.۵
توسعه روابط تجاری با کشورهای هدف صادرات	۰.۲	۵	۱
تهدیدها T			
نوسانات نرخ ارز	۰.۱	۲	۰.۲
تغییرات در سلیقه و ترجیحات مصرف کنندگان	۰.۰۵	۱	۰.۰۵
افزایش رقابت از سوی سایر محصولات	۰.۱	۲	۰.۲
محدودیت های صادراتی	۰.۱	۲	۰.۲
کل	۱	۲۷	۳.۹
به دلیل اینکه مجموع فرصت ها از تهدید ها بیشتر است در نتیجه فرصت ها بر تهدید ها چیره هستند.			

- امتیاز ۱ = جذاب نمی باشد.
- امتیاز ۲ = تا حدودی جذاب می باشد.
- امتیاز ۳ = در حد قابل قبول جذاب است.
- امتیاز ۴ = جذابیت بالایی دارد.
- امتیاز ۵ = عالی

نقاط ضعف W		نقاط قوت S	تدوین استراتژی
		کیفیت بالا	
		تنوع محصولات مشتقه	
		حمایت های دولتی	
WO		SO	فرصت ها O
توسعه زیرساخت های فرآوری و بسته بندی		توسعه کانال های توزیع و افزایش فعالیت های بازاریابی و تبلیغات	پتانسیل بالای بازار
استفاده از فرصت های توسعه صنعت گردشگری برای افزایش فروش فندق		معرفی محصولات جدید و متنوع متناسب با سلیقه و نیازهای مصرف کنندگان در GCC	افزایش آگاهی از خواص سلامتی فندق
		افزایش ظرفیت تولید و تنوع محصولات مشتقه فندق	توسعه صنعت گردشگری
		کاهش هزینه های تولید و افزایش کارایی	توسعه روابط تجاری با کشورهای هدف
WT		ST	تهدیدها T
توسعه فرآوری و بسته بندی فندق برای عرضه در بازار داخلی و خارجی		ایجاد تنوع در ارقام فندق برای مقابله با نوسانات نرخ ارز	نوسانات نرخ ارز
ایجاد تنوع در محصولات مشتقه فندق برای افزایش تقاضا		تقویت برندسازی برای مقابله با افزایش رقابت	تغییرات در سلیقه و ترجیحات مصرف کنندگان
		ایجاد کارخانه های فرآوری و بسته بندی مدرن و مجهز در کشورهای هدف	افزایش رقابت از سوی سایر محصولات
			محدودیت های صادراتی

۵-۲- نتیجه گیری

بازار فندق در هندوستان به عنوان یکی از بازارهای پویا و رو به رشد در بخش مغزيجات و خشکبار، فرصت‌های زیادی برای صادرکنندگان جهانی به ویژه ایران فراهم می‌آورد. با توجه به جمعیت بالای هندوستان، تغییرات در سبک زندگی، و افزایش مصرف مغزها و خشکبارها، این بازار برای واردکنندگان فندق یک مقصد جذاب است. به طور خاص، مصرف فندق در هندوستان در سال‌های اخیر افزایش یافته است و این روند به دلیل تغییرات در رژیم غذایی، افزایش آگاهی از فواید سلامت، و علاقه به محصولات طبیعی و ارگانیک ادامه خواهد یافت.

اگرچه رقابت در بازار فندق هندوستان شدید است و برندهای مطرحی از کشورهای مختلف مانند ترکیه، آذربایجان و آمریکا در این بازار حضور دارند، اما ایران با ارائه فندق‌های با کیفیت بالا، بسته‌بندی‌های متناسب و استراتژی‌های بازاریابی خلاقانه می‌تواند در این بازار موفق باشد. برای این موفقیت، چندین نکته اساسی وجود دارد که باید در نظر گرفته شود:

۱. **کیفیت محصول:** فندق‌های ایرانی باید از کیفیت بالا برخوردار باشند. از آنجایی که هندوستان بازار حساسی در مورد کیفیت محصولات غذایی دارد، استفاده از استانداردهای بین‌المللی در فرآوری و بسته‌بندی می‌تواند تضمین‌کننده موفقیت باشد.
۲. **بسته‌بندی مناسب:** بسته‌بندی یکی از عوامل اصلی جذب مصرف‌کنندگان در هندوستان است. بسته‌بندی‌های شفاف، فویلی و آلومینیومی که علاوه بر زیبایی و جذابیت، حفاظت از کیفیت محصول را نیز فراهم می‌آورند، می‌توانند در جلب توجه مصرف‌کنندگان هندی مؤثر واقع شوند.
۳. **تنوع محصولات:** عرضه فندق‌های مختلف از جمله خام، بوداده، طعم‌دار و حتی ارگانیک می‌تواند به برند ایرانی کمک کند تا نیازهای مختلف مصرف‌کنندگان هندی را برآورده کند و سهم بیشتری از بازار را به دست آورد.
۴. **استراتژی‌های بازاریابی خلاقانه:** برای موفقیت در بازار هندوستان، استفاده از استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال و برندسازی به همراه تبلیغات هدفمند ضروری است. مصرف‌کنندگان هندی به شدت از طریق شبکه‌های اجتماعی و آنلاین به خرید روی می‌آورند. بنابراین، معرفی فندق ایرانی به عنوان یک محصول سالم، طبیعی و با کیفیت می‌تواند موجب جذب مخاطبان بیشتری شود.
۵. **شبکه‌سازی و توزیع:** یکی از چالش‌های اصلی در بازار هندوستان، مسئله توزیع مناسب محصولات است. به همین دلیل، ایجاد روابط مستحکم با فروشندگان عمده، توزیع‌کنندگان محلی، و سوپرمارکت‌ها برای تأمین دسترسی گسترده به محصولات فندق ایرانی بسیار مهم است.
۶. **توجه به قوانین و مقررات واردات:** شناخت دقیق از مقررات گمرکی و استانداردهای واردات هندوستان، به ویژه در زمینه محصولات غذایی، از اهمیت بالایی برخوردار است. رعایت این مقررات نه تنها باعث جلوگیری از مشکلات قانونی و هزینه‌های اضافی می‌شود، بلکه می‌تواند اعتبار برند را نیز تقویت کند.

۵-۳- استراتژی‌های پیشنهادی برای موفقیت در بازار فندق هندوستان

با توجه به شرایط بازار و رقابت‌های موجود، چند استراتژی و پیشنهاد می‌تواند به صادرکنندگان ایرانی در به دست آوردن سهم بیشتر از بازار فندق هندوستان کمک کند:

۱. تقویت روابط تجاری با توزیع‌کنندگان محلی

برای موفقیت در بازار هندوستان، ایجاد و تقویت روابط تجاری با توزیع‌کنندگان محلی و فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای ضروری است. هندوستان یک بازار متنوع است و هر ایالت ممکن است تقاضای خاص خود را داشته باشد. به همین دلیل، یک استراتژی منطقه‌ای که توجه خاص به توزیع محلی داشته باشد، می‌تواند مؤثر باشد.

۲. توجه به بسته‌بندی‌های سازگار با محیط زیست

مصرف‌کنندگان هندی به محصولات دوست‌دار محیط زیست توجه زیادی دارند. استفاده از بسته‌بندی‌های زیست‌تخریب‌پذیر یا قابل بازیافت می‌تواند مزیتی رقابتی برای فندق ایرانی ایجاد کند و موجب جذب مشتریان محیط‌زیستی شود. برندهای ایرانی می‌توانند بسته‌بندی‌هایی متناسب با این نیاز طراحی کنند.

۳. بهینه‌سازی قیمت‌گذاری با در نظر گرفتن قدرت خرید بازار هندوستان

در بازار هندوستان، قیمت‌گذاری یکی از عوامل کلیدی در تصمیم‌گیری خرید است. بنابراین، برای جذب مشتریان، باید فندق‌های ایرانی را با قیمت‌های رقابتی وارد بازار کرد. در عین حال، باید مراقب بود که کیفیت محصول کاهش نیابد. بسته‌بندی‌های اقتصادی و عرضه حجم‌های بزرگ‌تر می‌تواند به کاهش هزینه‌ها و جذب مصرف‌کنندگان کمک کند.

۴. برندسازی و تبلیغات هدفمند

برای تقویت موقعیت برند، باید از کمپین‌های بازاریابی آنلاین، تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی و محتوای دیجیتال استفاده کرد. مصرف‌کنندگان هندی به شدت به برندهایی که برای سلامت و کیفیت اهمیت می‌دهند، اعتماد می‌کنند. بنابراین، معرفی فندق ایرانی به عنوان یک محصول سالم و مغذی می‌تواند به جذب توجه بیشتر کمک کند.

۵. همکاری با فروشگاه‌های آنلاین و واردکنندگان بزرگ

بازار آنلاین در هندوستان در حال رشد است و بسیاری از مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند از طریق پلتفرم‌های آنلاین خرید کنند. بنابراین، همکاری با فروشگاه‌های آنلاین بزرگ مانند Amazon India، Flipkart و سایر پلتفرم‌ها می‌تواند به افزایش فروش محصولات فندق ایرانی در این بازار کمک کند.

۶. استفاده از بسته‌بندی‌های جذاب و متناسب با ذائقه هندی‌ها

بسته‌بندی فندق ایرانی باید به گونه‌ای باشد که توجه مصرف‌کنندگان هندی را جلب کند. استفاده از رنگ‌ها و طرح‌های سنتی و مدرن متناسب با فرهنگ هندی می‌تواند در این زمینه مفید باشد. بسته‌بندی‌های فویلی و آلومینیومی که تضمین‌کننده تازگی و

کیفیت محصول هستند، در کنار طراحی‌هایی که با ذائقه هندی‌ها هماهنگ باشد، می‌تواند یک مزیت رقابتی بزرگ برای فندق ایرانی ایجاد کند.

۷. بررسی رقبا و شبیه‌سازی بهترین استراتژی‌ها

بررسی دقیق استراتژی‌های برندهای رقیب در هندوستان می‌تواند به صادرکنندگان ایرانی کمک کند تا استراتژی‌های مؤثری برای بازاریابی و فروش خود پیاده‌سازی کنند. مطالعه دقیق محصولات، قیمت‌گذاری، و استراتژی‌های تبلیغاتی رقبای بزرگی مانند Brand A یا Brand B می‌تواند راهنمایی برای تدوین استراتژی‌های موفق در بازار هندوستان باشد.

با تمام این اوصاف، برای موفقیت در بازار فندق هندوستان، ایران باید از کیفیت بالا، بسته‌بندی‌های جذاب و مقاوم، و استراتژی‌های بازاریابی متناسب با این بازار بهره‌برد. توجه به تنوع محصولات، توزیع مؤثر، رقابت با قیمت‌های مناسب و ارتقاء برند می‌تواند موجب افزایش سهم بازار ایران در هندوستان شود. در کنار این‌ها، رعایت مقررات گمرکی و استانداردهای واردات هندوستان و تقویت شبکه‌سازی محلی نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اگر این استراتژی‌ها به درستی پیاده‌سازی شوند، فندق ایرانی می‌تواند به یکی از انتخاب‌های اصلی مصرف‌کنندگان هندی تبدیل شود.

منابع

- (۱) سایت FAO
- (۲) سایت tradeMap
- (۳) گزارش سال ۱۴۰۲ خوشه فندق گیلان
- (۴) گمرک جمهوری اسلامی ایران: www.irica.ir