

## مطالعات بازار فندق کشور آلمان



تهیه کننده:

مرتضی مومنی

عامل توسعه خوشه فندق استان گیلان

اردیبهشت ماه ۱۴۰۴

## فهرست

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| مقدمه .....                                                     | ۴  |
| فصل اول: اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار مبدا و هدف ..... | ۵  |
| ۱-۱- اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار مبدا.....            | ۶  |
| تولید/عرضه در عرصه ملی .....                                    | ۶  |
| مصرف/تقاضا در عرصه ملی .....                                    | ۱۷ |
| قیمت محصول در عرصه ملی .....                                    | ۲۱ |
| ۲-۱- اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار کشور آلمان .....     | ۳۳ |
| فصل دوم: تحلیل بازار فندق کشور آلمان.....                       | ۴۴ |
| ۲-۱- مقدمه‌ای بر بازار فندق در آلمان .....                      | ۴۵ |
| ۲-۲- تاریخچه و روند رشد صنعت فندق در آلمان .....                | ۴۵ |
| ۲-۳- تحلیل تقاضای فندق در بازار آلمان .....                     | ۴۵ |
| ۲-۴- عوامل تأثیرگذار بر تولید فندق در آلمان .....               | ۴۶ |
| ۲-۵- مناطق کشت فندق در آلمان: جغرافیا و شرایط اقلیمی .....      | ۴۶ |
| ۲-۶- تکنولوژی‌های نوین در کشت و تولید فندق .....                | ۴۷ |
| ۲-۷- چالش‌ها و موانع موجود در صنعت فندق آلمان .....             | ۴۷ |
| ۲-۸- تحلیل رقابت در بازار فندق آلمان .....                      | ۴۷ |
| ۲-۹- پیش‌بینی روند رشد بازار فندق در آلمان .....                | ۴۸ |
| ۲-۱۰- صادرات فندق آلمان به کشورهای دیگر .....                   | ۴۹ |
| ۲-۱۱- تحلیل اقتصادی و سودآوری بازار فندق در آلمان .....         | ۴۹ |
| ۲-۱۲- فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت فندق آلمان .....            | ۴۹ |
| ۲-۱۳- تأثیرات اجتماعی و اقتصادی کشت فندق در آلمان .....         | ۵۰ |
| ۲-۱۴- بررسی سیاست‌های دولتی و حمایت از صنعت فندق .....          | ۵۰ |
| ۲-۱۵- جمع‌بندی و آینده بازار فندق در آلمان .....                | ۵۱ |

|                                                                                          |                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| فصل ۳: دید کلی صادرات از ایران به آلمان و بررسی فرصت ها، چالش ها و نقاط ضعف و قدرت ..... | ۵۲                           |
| ۳-۱- تحلیل بازار مصرف فندق در آلمان .....                                                | ۵۳                           |
| ۳-۲- بررسی صنایع مرتبط با فندق در آلمان .....                                            | Error! Bookmark not defined. |
| ۳-۳- قوانین گمرکی و تعرفه های واردات فندق به آلمان .....                                 | Error! Bookmark not defined. |
| ۳-۴- فرصت های سرمایه گذاری در صنعت فندق آلمان .....                                      | ۵۵                           |
| ۳-۵- استراتژی های بازاریابی برای ورود به بازار آلمان .....                               | ۵۶                           |
| ۳-۶- نمونه های شرکت های موفق در بازار فندق آلمان .....                                   | ۵۶                           |
| ۳-۷- فرصت های رشد در بازار آلمان .....                                                   | ۵۸                           |
| ۳-۸- تحلیل رقابتی در بازار فندق آلمان .....                                              | ۵۸                           |
| ۳-۹- چالش های صادرات فندق به آلمان .....                                                 | ۵۸                           |
| ۳-۱۰- استراتژی های موفق برای ورود به بازار آلمان .....                                   | ۵۹                           |
| ۳-۱۱- فرصت های صادراتی ایران به آلمان .....                                              | ۶۰                           |
| ۳-۱۳- چشم انداز آینده صادرات فندق از ایران به آلمان .....                                | ۶۰                           |
| ۳-۱۴- نتیجه گیری .....                                                                   | ۶۱                           |
| فصل ۴: بررسی انواع بسته بندی فندق در بازار آلمان و رقبای موجود .....                     | ۶۲                           |
| ۴-۱- انواع بسته بندی فندق در بازار آلمان .....                                           | ۶۳                           |
| ۴-۲- ویژگی های بسته بندی موفق در بازار آلمان .....                                       | ۶۳                           |
| ۴-۳- رقبای موجود در بازار آلمان .....                                                    | ۶۴                           |
| ۴-۴- نتیجه گیری .....                                                                    | ۶۴                           |
| فصل ۵: تجزیه و تحلیل، نتیجه گیری و ارائه راهکار .....                                    | ۶۶                           |
| ۵-۱- تجزیه و تحلیل کلی .....                                                             | ۶۷                           |
| ۵-۲- نتیجه گیری .....                                                                    | ۶۸                           |
| ۵-۳- استراتژی های پیشنهادی برای موفقیت در بازار فندق آلمان .....                         | ۶۹                           |
| منابع .....                                                                              | ۷۱                           |

## 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 خشک کردن 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 آلمان 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**

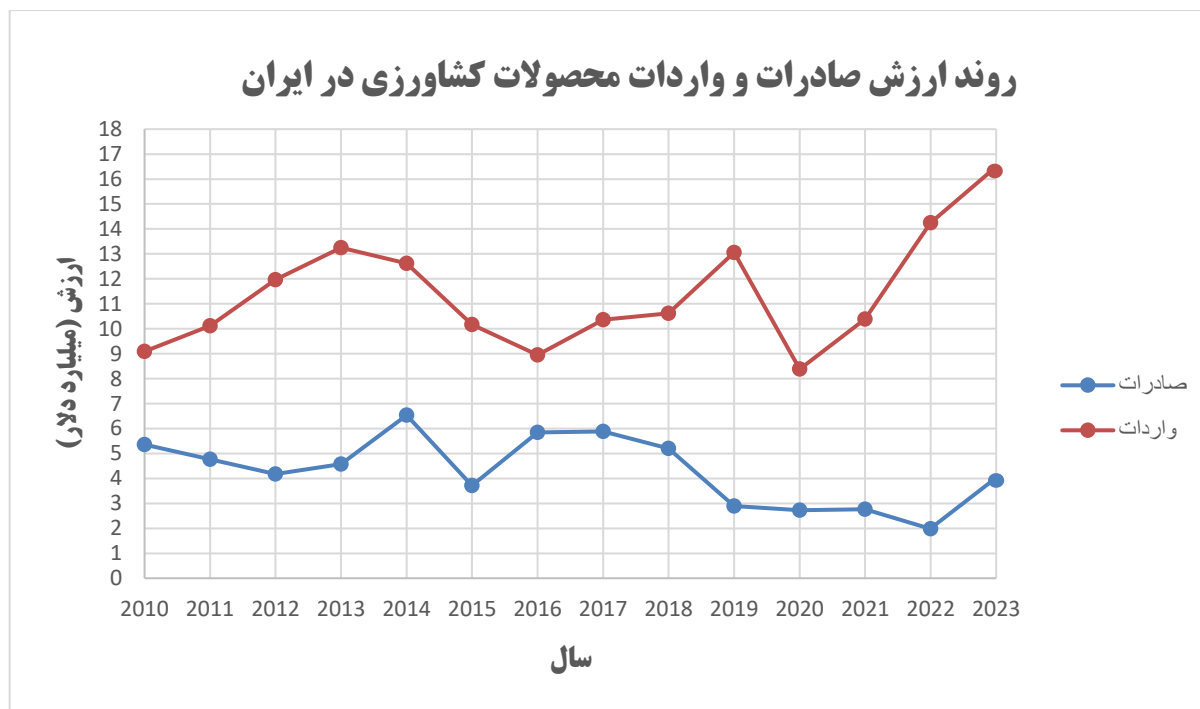
### **اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار مبدا و هدف**

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 می‌باشد. 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 می‌باشد. 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، می‌باشد که نشان دهنده وضعیت نامطلوب کشاورزی کشور می‌باشد. ولی طبق گزارش FAO در سال ۲۰۲۳ ایران ۴.۱۳ 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 ۱۶.۰۶ میلیارد دلار واردات فرآورده های کشاورزی داشته است. روند صادرات و واردات محصولات کشاورزی در ایران بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ در نمودار (۱-۶۰) 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  | ۲۸۶۲۲۱  | 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 وبختیاری   | ۶۰۵۲۳   | ۶۳۷۵۶   | ۷۹۴۹۱   | ۶۶۶۹۶   | ۸۷۵۲۰   |
| خراسان جنوبی        | ۴۹۹۶۷   | ۴۰۹۰۳   | ۶۶۶۰۷   | ۵۱۰۶۳   | ۱۰۵۵۴۱  |
| خراسان رضوی         | ۹۲۲۸۵۳  | ۶۴۶۳۸۰  | ۶۹۰۵۱۳  | ۴۸۰۸۸   | 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 | ۱۵۳۲۴۲۸ | ۱۴۳۱۹۵۰ | ۱۰۱۱۷۲۸ | ۱۱۳۵۸۹۳ |
| قزوین               | ۲۶۲۲۵۱  | ۷۹۹۱۸۶  | ۸۷۱۵۶۵  | ۳۸۰۱۰۱  | ۳۸۲۰۳۴  |
| قم                  | ۹۵۴۶۳   | ۲۶۵۵۶   | ۶۵۹۵۴   | ۱۷۶۹۷   | ۱۲۰۵۹   |
| کردستان             | ۱۲۶۸۲۸  | ۱۳۰۴۷۷  | ۱۳۲۸۲۴  | ۹۱۷۳۵   | ۸۷۷۳۳   |
| کرمان               | ۱۸۸۲۱۳۴ | ۸۴۰۴۶۰  | ۱۲۳۸۱۸۱ | ۱۵۳۶۱۴۴ | ۱۹۹۸۱۵۹ |
| کرمانشاه            | ۹۹۹۰۳   | ۱۵۸۴۶۵  | ۸۱۹۵۴   | ۷۹۰۹۳   | ۷۳۶۴۷   |
| کهگیلویه و بویراحمد | ۶۷۲۱۷   | ۵۳۳۷۲   | ۹۶۱۶۶   | ۱۰۱۴۷۳  | ۶۹۳۸۷   |
| گلستان              | ۴۵۱۳۵   | ۱۸۳۳۲۷  | ۱۶۴۹۶۵  | ۱۱۲۰۲۹  | ۱۲۹۳۳۱  |
| گیلان               | ۳۳۲۰۷۵  | ۵۱۶۴۸۱  | ۴۵۶۲۴۸  | ۳۱۲۲۵۰  | ۲۸۹۷۵۹  |
| لرستان              | ۳۳۳۳۲   | ۲۳۱۹۶۷  | ۲۰۹۳۰۵  | ۱۲۸۵۳۳  | ۸۹۷۷۶   |
| مازندران            | ۷۶۷۲۳۷  | ۱۳۵۸۶۵۵ | ۱۴۳۳۲۸۷ | ۱۸۰۳۲۹۸ | ۲۵۰۵۸۶۶ |
| مرکزی               | ۵۸۲۶۴۰  | ۲۴۸۳۴۹  | ۴۶۰۵۴۶  | ۴۰۹۸۹۸  | ۳۶۲۲۱۰  |
| هرمزگان             | ۲۳۵۵۰۹  | ۳۷۶۸۲۷  | ۲۳۷۳۸۷  | ۱۲۷۴۶۳  | ۱۹۷۸۷۶  |
| همدان               | ۳۷۶۳۵۶  | ۱۹۵۹۹۳  | ۳۰۰۶۵۴  | ۱۸۳۳۳۲  | ۲۰۸۷۹۳  |
| یزد                 | ۲۳۶۹۸۶  | ۲۶۷۱۵۷  | ۱۷۸۸۷۹  | ۱۵۷۹۸۰  | ۱۳۷۸۹۷  |

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 | ۱۶۹۴۳۳۴ |
| آذربایجان شرقی      | ۱۵۵۲۰۸  | ۱۷۵۱۸۴  | ۱۲۱۸۸۰  | ۱۱۶۵۷۳  |
| آذربایجان غربی      | ۸۷۷۹۱   | ۱۰۹۴۳۶  | ۸۹۳۴۲   | ۸۵۵۱۴   |
| اردبیل              | ۵۲۶۸۶   | ۴۵۵۵۲   | ۳۵۲۵۲   | ۲۹۳۲۴   |
| اصفهان              | ۱۴۸۶۰۶  | ۱۰۵۹۵۹  | ۸۷۱۷۷   | ۸۳۵۳۳   |
| 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   |
| کرمان               | ۲۱۲۵۶۹  | ۱۸۳۸۵۸  | ۱۷۵۴۵۹  | ۱۷۳۹۸۳  |
| کرمانشاه            | ۴۸۴۱۹   | ۲۹۸۲۴   | ۲۶۲۹۵   | ۲۴۹۹۷   |
| کهگیلویه و بویراحمد | ۲۱۴۴۰   | ۲۲۰۳۵   | ۲۳۶۶۵   | ۲۰۹۰۸   |
| گلستان              | ۵۳۴۵۳   | ۳۹۰۷۶   | ۲۳۴۴۱   | ۱۵۰۰۶   |
| گیلان               | ۲۳۲۸۸۳  | ۲۱۵۴۷۴  | ۱۴۵۹۸۲  | ۱۰۳۳۱۰  |
| لرستان              | ۳۱۰۲۹   | ۳۷۵۹۷   | ۲۶۹۶۷   | ۲۷۵۷۲   |
| مازندران            | ۲۳۵۰۶۷  | ۲۰۵۷۰۸  | ۱۷۸۳۹۵  | ۱۷۲۵۶۶  |
| مرکزی               | ۷۰۲۲۹   | ۶۶۴۶۱   | ۵۰۹۵۸   | ۴۸۴۴۷   |
| هرمزگان             | ۱۰۳۹۲۵  | ۷۳۴۱۵   | ۲۸۸۲۰   | ۲۴۱۳۲   |
| همدان               | ۱۰۳۱۳۹  | ۸۳۱۰۳   | ۵۰۹۴۱   | ۵۳۷۷۲   |
| یزد                 | ۷۱۵۲۴   | ۷۱۰۸۲   | ۶۱۵۳۴   | ۶۱۱۱۷   |



از طرف دیگر بر طبق گزارشات در سال ۲۰۲۳ محصول فندق در ایران با تولید ۱۳۶۰۱۸ 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 ۱۴۰۳ در جدول (۱-۳) آورده شده است که بر اساس این آمار حجم اصلی مبادلات فندق ایران به کشورهای سوئیس و پاکستان می‌باشد. با توجه به داده های این جدول که توسط سایت گمرک کشور ارائه شده است، میزان صادرات فندق در سال ۱۴۰۳، ۲۰۳۰۲ تن به ارزش ۶۹۲۴ دلار می‌باشد، که افت تقریباً ۹۷ درصدی نسبت به سال ۱۴۰۲ داشته است.

آمار صادرات فندق بر اساس اطلاعات موجود و کارشناسی نشده دوازده ماهه سال ۱۴۰۲ در جدول (۱-۴) 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، ۵۹۰۹۸ تن به ارزش ۲۵۴۰۶۲ دلار می‌باشد، 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 (۱-۵) 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 ۱۴۰۱، ۲۸۰۳۹ تن به ارزش ۱۵۳۲۹۹ دلار می‌باشد، 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 (۱-۶) 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، ۱۲۰۷۷۵ تن به ارزش ۵۵۳۳۱ دلار می‌باشد، که افت محسوسی نسبت به سال ۱۳۹۹ داشته است.

آمار صادرات فندق سال ۱۳۹۹ در جدول (۱-۷) 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 ۱۳۹۹، ۱۲۴۰۳۱۱ تن به ارزش ۳۴۲۷۵۰ دلار می‌باشد، که با توجه به اینکه ایران هشتمین کشور تولید کننده می‌باشد، بسیار رقم پایینی می‌باشد.

آمار صادرات فندق سال ۱۳۹۸ در جدول (۱-۸) آورده شده است که بر اساس این آمار حجم اصلی مبادلات فندق ایران به کشورهای هند، پاکستان و افغانستان می‌باشد. با توجه به داده های این جدول که توسط سایت گمرک کشور ارائه شده است، میزان صادرات فندق در سال ۱۳۹۸، ۶۲۰۷ تن به ارزش ۱۹۷۲۷۲ دلار می‌باشد.

جدول ۱-۳- آمار صادرات فندق بر اساس اطلاعات موجود و کارشناسی نشده یازده ماهه سال ۱۴۰۳ (سایت گمرک کشور)

| سال  | نام گمرک                   | نام کشور | کد تعرفه | شرح تعرفه                      | وزن (کیلوگرم) | ارزش (ریال)   | ارزش (دلار) |
|------|----------------------------|----------|----------|--------------------------------|---------------|---------------|-------------|
| ۱۴۰۳ | منطقه ویژه اقتصادی بیرجند  | سوئیس    | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه یا خشک کرده | ۲             | ۱۱,۴۷۲,۷۵۹    | ۲۷          |
| ۱۴۰۳ | منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان | پاکستان  | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه یا خشک کرده | ۲,۳۰۰         | ۴,۵۶۹,۱۹۳,۸۰۰ | ۶,۸۹۷       |
| ۱۴۰۳ | مجموع                      | همه      | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه یا خشک کرده | ۳۰۲,۲         | ۴,۵۸۰,۶۶۶,۵۵۹ | ۶,۹۲۴       |

جدول ۱-۴- آمار صادرات فندق بر اساس اطلاعات موجود و کارشناسی نشده دوازده 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 ۱-۵- 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<br>(کیلوگرم) | ارزش (ریال)    | ارزش<br>(دلار) |
|------|---------------|----------------------------|-------------------------|----------|-----------------------------------|------------------|----------------|----------------|
| ۱۴۰۱ | ۱۰            | مشهد                       | افغانستان               | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۱۶۰              | ۱۹۳,۷۸۵,۶۰۰    | ۶۴۰            |
| ۱۴۰۱ | ۱۰            | باجگیران                   | ترکمنستان               | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۱۰               | ۱۵,۱۲۵,۲۵۰     | ۴۹             |
| ۱۴۰۱ | ۱۰            | دوغارون                    | افغانستان               | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۹۹۵              | ۱,۰۳۳,۹۶۹,۱۲۵  | ۳,۳۸۲          |
| ۱۴۰۱ | ۱۱            | دوغارون                    | افغانستان               | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۳۰۰              | ۳۶۸,۳۱۶,۰۰۰    | ۱,۲۰۰          |
| ۱۴۰۱ | ۱۲            | مشهد                       | افغانستان               | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۲,۷۰۰            | ۴,۰۴۱,۸۶۳,۱۳۱  | ۱۰,۳۶۵         |
| ۱۴۰۱ | ۱۲            | مشهد                       | استرالیا                | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۵۰۰              | ۷۳۵,۰۹۷,۳۵۰    | ۲,۳۹۵          |
| ۱۴۰۱ | ۱۲            | مشهد                       | آلمان                   | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۲۵               | ۵۶,۷۸۲,۰۵۰     | ۱۸۵            |
| ۱۴۰۱ | ۱۲            | دوغارون                    | افغانستان               | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۲۱۰              | ۵۶۷,۲۳۷,۷۲۰    | ۱,۴۷۰          |
| ۱۴۰۱ | ۲             | منطقه ویژه اقتصادی بوشهر ۱ | بحرین                   | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۱۴۰              | ۳۸,۱۵۵,۸۱۰     | ۱۵۳            |
| ۱۴۰۱ | ۲             | منطقه ویژه اقتصادی رفسنجان | پاکستان                 | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۳,۰۰۰            | ۲,۲۲۲,۴۶۰,۰۰۰  | ۹,۰۰۰          |
| ۱۴۰۱ | ۳             | غرب تهران                  | افغانستان               | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۲,۲۰۰            | ۲,۶۸۴,۴۱۸,۰۰۰  | ۱۱,۰۰۰         |
| ۱۴۰۱ | ۳             | بندر لنگه                  | امارات<br>متحده<br>عربی | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۳۶۰              | ۴۱۳,۹۲۹,۸۶۰    | ۱,۶۸۶          |
| ۱۴۰۱ | ۳             | مشهد                       | افغانستان               | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۶۰۰              | ۴۵۰,۷۳۰,۸۰۰    | ۱,۸۰۰          |
| ۱۴۰۱ | ۴             | مشهد                       | افغانستان               | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۷۹۵              | ۶۰۶,۱۶۶,۸۳۰    | ۲,۳۸۵          |
| ۱۴۰۱ | ۸             | زاهدان                     | پاکستان                 | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۴,۷۴۰            | ۱۱,۷۴۵,۴۴۹,۸۲۰ | ۴۲,۶۶۰         |
| ۱۴۰۱ | دوازده<br>ماه | مجموع                      | همه                     | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه<br>یا خشک کرده | ۲۸,۳۹۰           | ۴۳,۷۵۶,۸۷۶,۴۴۲ | ۱۵۳,۲۹۹        |

جدول ۱-۶- 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       |

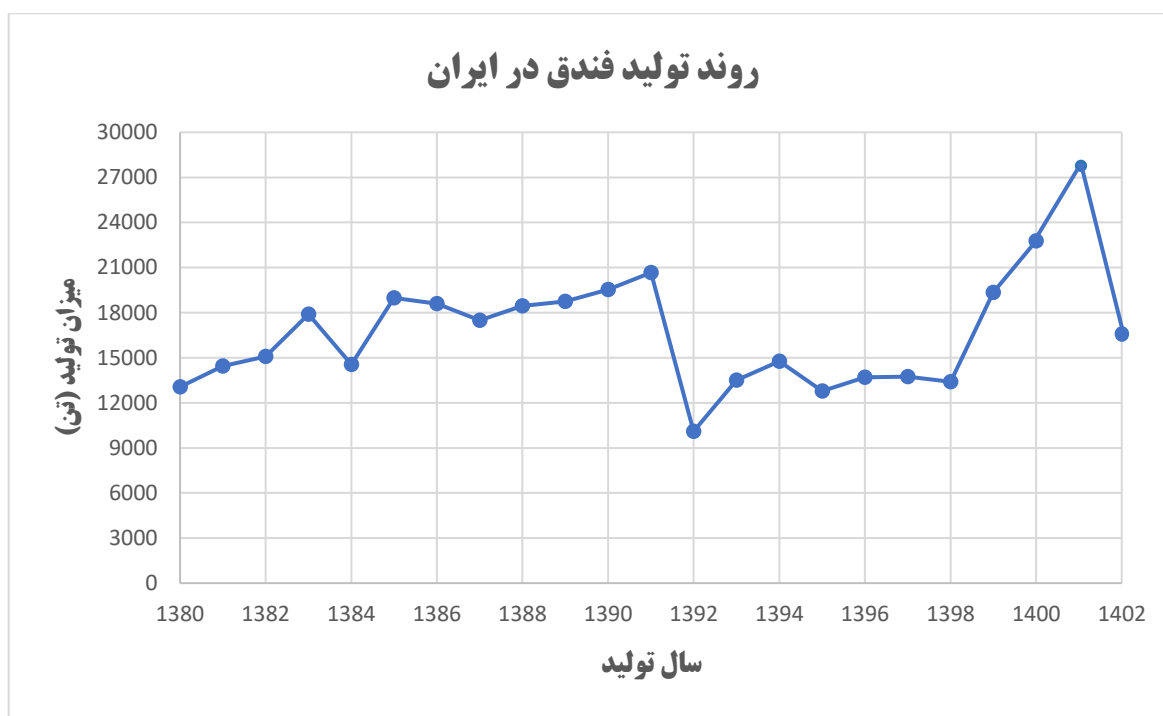
جدول ۱- ۷- آمار صادرات فندق در سال ۱۳۹۹ (منبع: سایت گمرک کشور)

| سال  | ماه        | نام گمرک                   | نام کشور  | کد تعرفه | شرح تعرفه                      | وزن<br>(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 دوغانرون        | 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         | دوغانرون                   | 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 ۱-۸- آمار صادرات فندق در سال ۱۳۹۸ (منبع: سایت گمرک کشور)

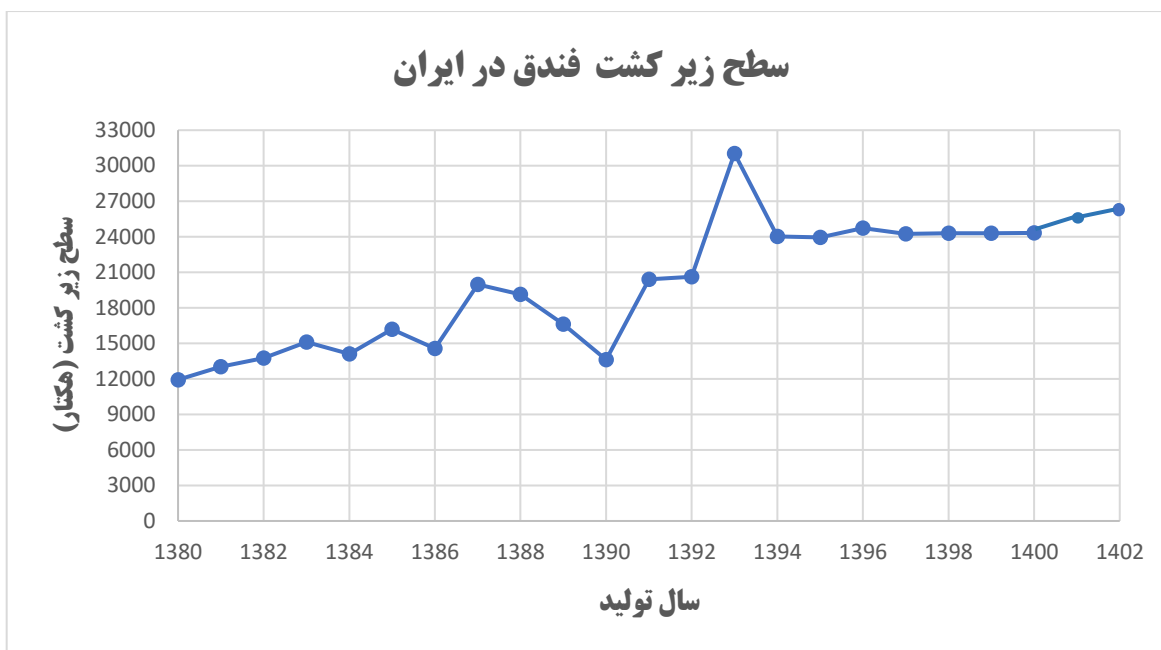
| سال  | ماه        | کشور      | گمرک                          | کد تعرفه | شرح تعرفه                      | وزن<br>(کیلوگرم) | ارزش (ریال)    | ارزش (دلار) |
|------|------------|-----------|-------------------------------|----------|--------------------------------|------------------|----------------|-------------|
| 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<br>رفسنجان | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه یا خشک کرده | ۲,۰۰۰            | ۶۰۶,۹۲۴,۰۰۰    | ۶,۰۰۰       |
| ۱۳۹۸ | ۲          | پاکستان   | منطقه ویژه اقتصادی<br>رفسنجان | ۰۸۰۲۲۱۰۰ | فندق با پوست، تازه یا خشک کرده | ۲,۰۰۰            | ۶۰۶,۹۲۴,۰۰۰    | ۶,۰۰۰       |
| ۱۳۹۸ | ۱۰         | پاکستان   | منطقه ویژه اقتصادی<br>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<br>(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 یکسان است.

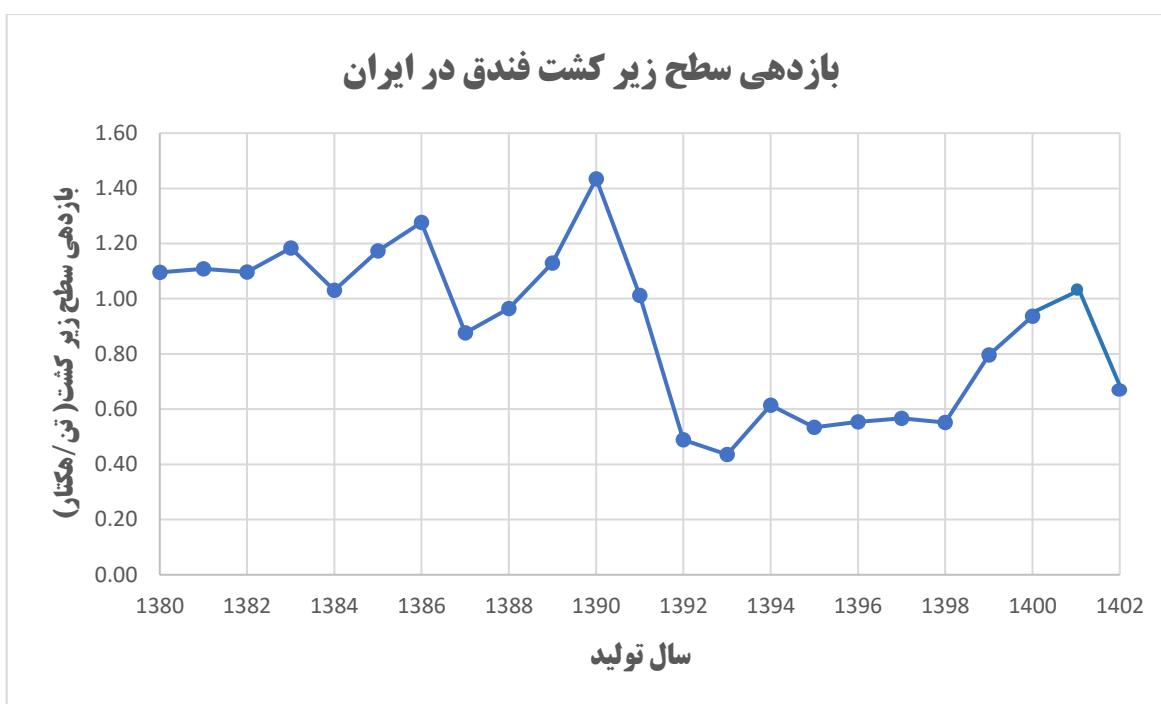


شکل ۱-۲- روند تولید فندق در کشور (منبع: جهاد کشاورزی)

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)



## مصرف/تقاضا در عرصه ملی

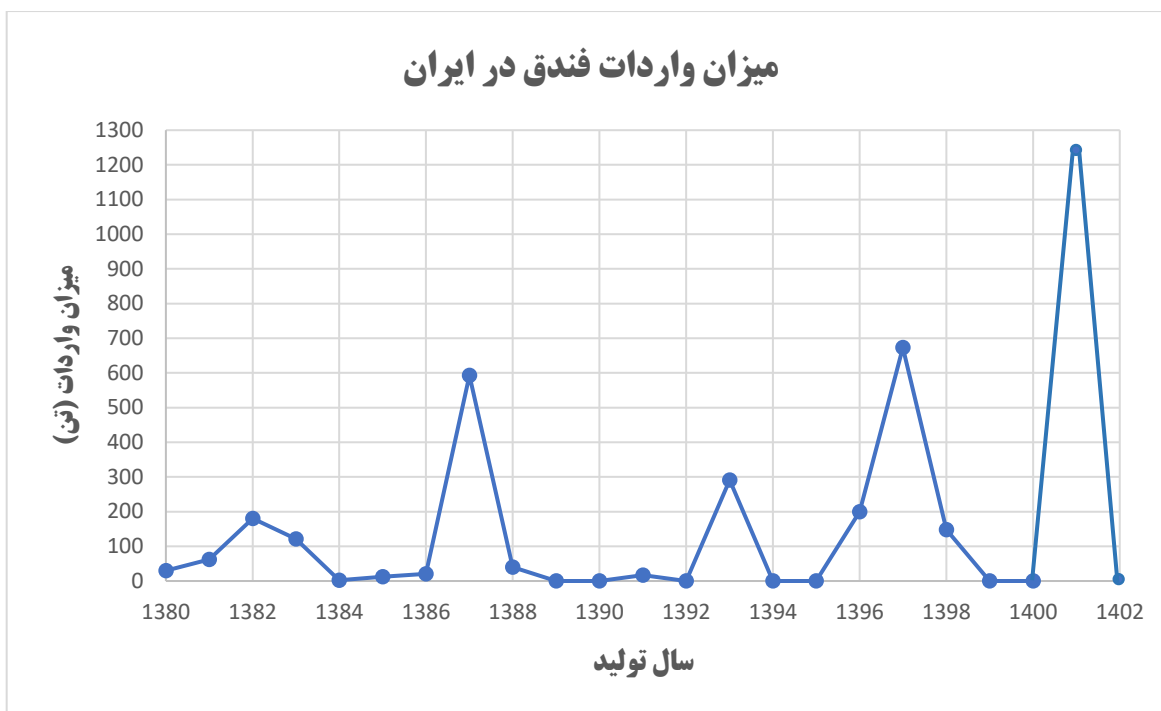
فندق یکی از محصولات باغبانی خشکباری است که ارزش غذایی بالایی در تغذیه انسان دارد. این محصول ارزش صادراتی بالایی دارد و به همین دلیل توجه به توسعه و بهبود روند تولید و فرآوری آن از اهمیت خاصی برخوردار است. امروزه در کشور فندق دارای مصارف خوراکی به صورت خشک (رومیزی)، صنعتی (دراژه، کارامل، شکلات، شیرینی 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، کره‌گیری و استفاده از کره این محصول می‌باشد. با نگاه به آمار و ارقام و مناسبت‌های 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 می‌شود که میزان سرانه مصرف خشکبار در ایران به ۱۰ کیلوگرم می‌رسد که حدود چهار برابر بیش از متوسط سرانه مصرف خشکبار در جهان است. اما اگر خرما را نیز با سرانه مصرف ۱۲ کیلوگرمی‌اش در گروه این محصولات به حساب آورد، میزان مصرف سرانه محصولات خشکباری در ایران به ۲۲ کیلوگرم می‌رسد. 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 مهم‌ترین اقلام خشکباری در ایران تولید می‌شود. بطور کلی مصرف خشکبار در ایران حدود ۴ برابر میانگین جهانی می‌باشد که این عدد نشان‌دهنده وجود بازار بسیار مناسب این محصولات در کشور می‌باشد.

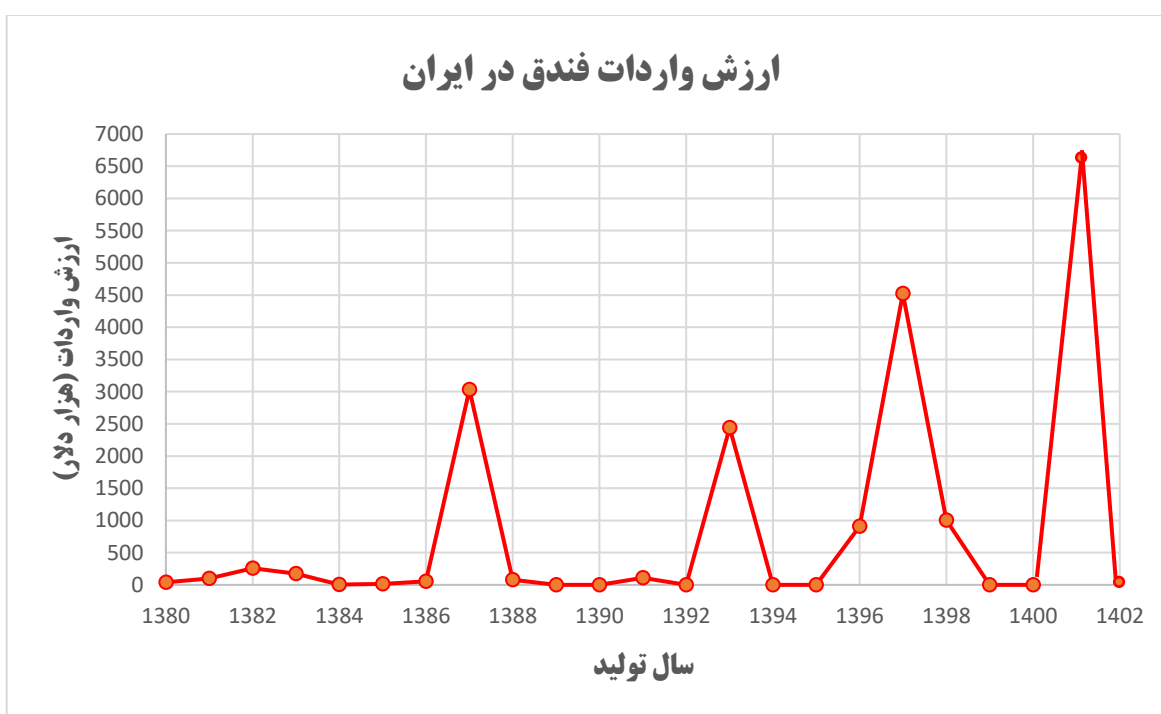
همچنین مصرف غیرخوراکی این محصول در صنایع آرایشی بدلیل وجود ویتامین E نیز بسیار مورد توجه فعالان این حوزه بوده است.

یکی از کاربردهای اصلی فندق در دنیا و کشور، استفاده از آن به عنوان ماده اولیه برای ساخت انواع شکلات می‌باشد که با توجه به افزایش بسیار زیاد نرخ ارز و همین‌طور کاهش قدرت خرید مردم در سال‌های 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 (۱-۵) و (۱-۶) روند میزان و ارزش واردات فندق در کشور آورده شده است. در سال‌های اخیر با توجه به عدم توان صادرات کشور و میزان مصرف کشور، واردات فندق مورد توجه 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 ۱-۵- روند میزان واردات فندق در کشور (سایت گمرک و سایت FAO)

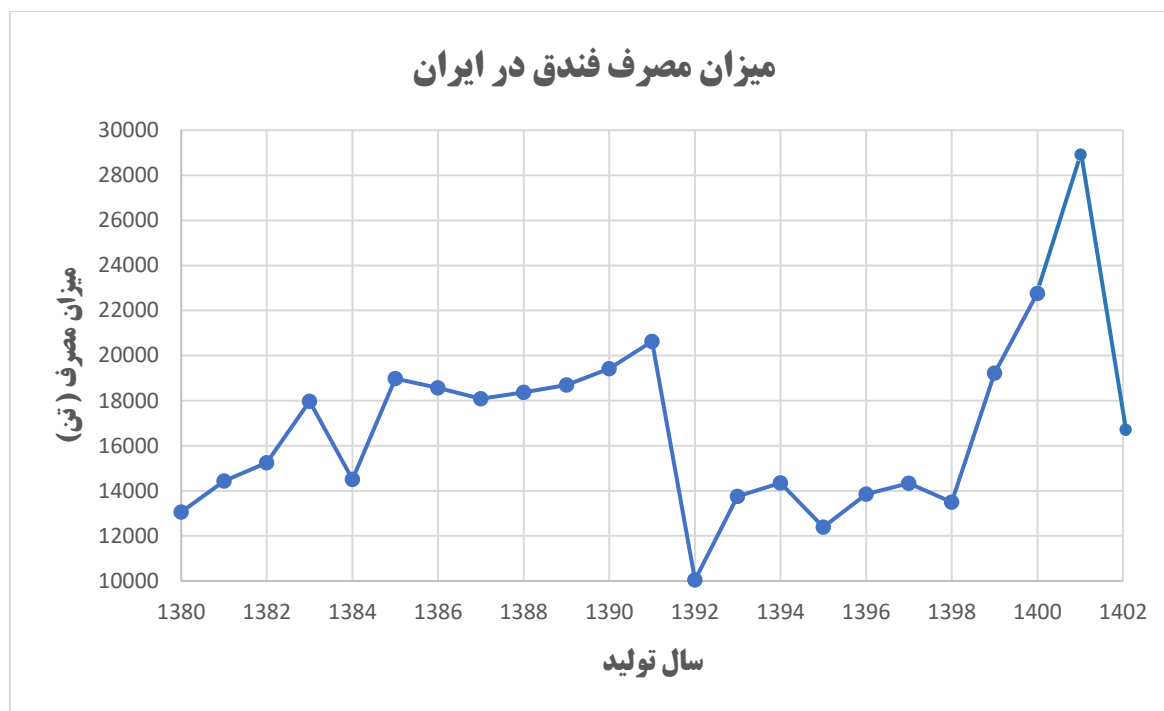


شکل ۱-۶- روند ارزش واردات فندق در کشور (منبع: جهاد کشاورزی)

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 (۹-۱) میزان مصرف کشور در سال‌های اخیر برآورد گردیده است. در شکل (۷-۱) 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- ۹- 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 ۱-۷- 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 توجه 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 توجه 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 توجه 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.

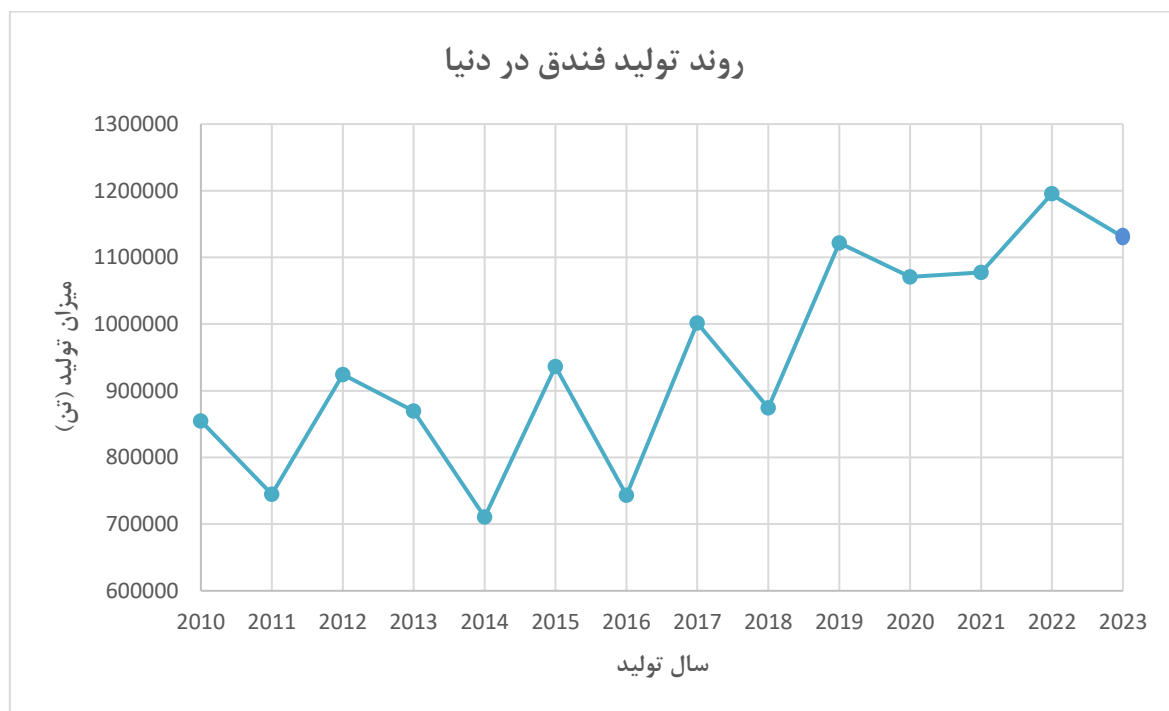
## قیمت محصول در عرصه ملی

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 ۱۵۰۰-۲۰۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ کره فندق ۱۵۰۰-۲۰۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ مغز متوسط فندق خام ۱۰۰۰-۱۴۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ فندق با پوست شکسته شور درشت ۸۰۰-۱۰۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ فندق با پوست شکسته خام ۶۰۰-۸۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ فندق با پوست خام براق ۶۰۰-۸۰۰ هزار تومان به ازای هر کیلوگرم
- ❖ فندق خام (خرید از باغدار)، ۴۰۰-۴۵۰ 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 ۱-۸- روند تولید فندق در دنیا بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)

در جدول (۱-۱۰) و (۱-۱۱) به ترتیب میزان و ارزش صادرات فندق (مجموع پوست کنده و با پوست)<sup>۱</sup> در جهان و کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ آورده شده است. میزان و ارزش صادرات فندق در جهان در سال ۲۰۲۳، به ترتیب با کاهش ۵.۴۷ و افزایش ۷.۲۷ درصدی به ۳۱۰۴۷۶ تن و ۱۹۴۳۵۸۷ هزار دلار (یعنی ۶.۲۶ دلار به ازای هر کیلو) نسبت به سال ۲۰۲۲ همراه بوده که کشور ترکیه با ۱۵۴۰۴۱ تن و ارزش ۹۹۶۵۰۲ هزار دلار (یعنی ۶.۴۷ 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 (۱-۹) تا (۱-۱۲) 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.

---

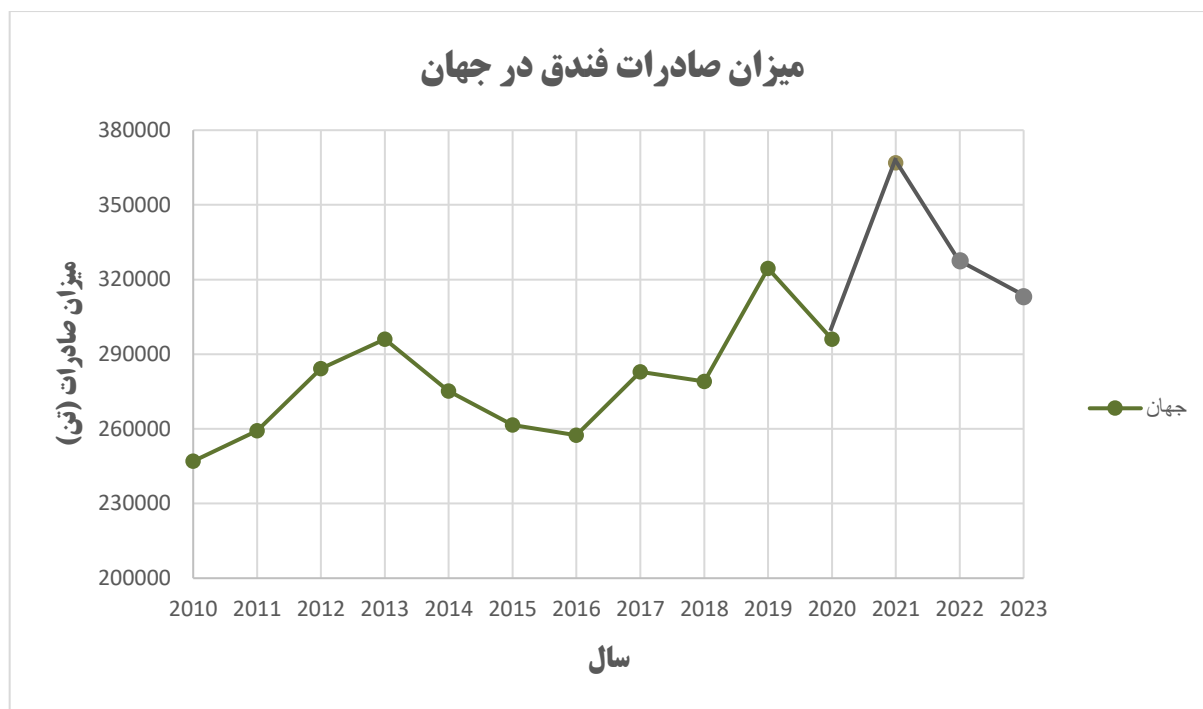
<sup>۱</sup> Hazelnuts, shelled+ Hazelnuts, with shell

جدول ۱-۱- میزان صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف دنیا بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (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 | ۲۵۹۲۱۱    | 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     |
| ۲۰۲۳ | ۳۱۰۴۷۶    | ۲۳۳۹۷          | ۲۷۱۵۰     | ۱۶۴۷۴        | ۲          | ۲۵۰۳     | ۲۷۱۶۶                    | ۲۱۹۷۶        | ۱۵۴۰۴۱     |

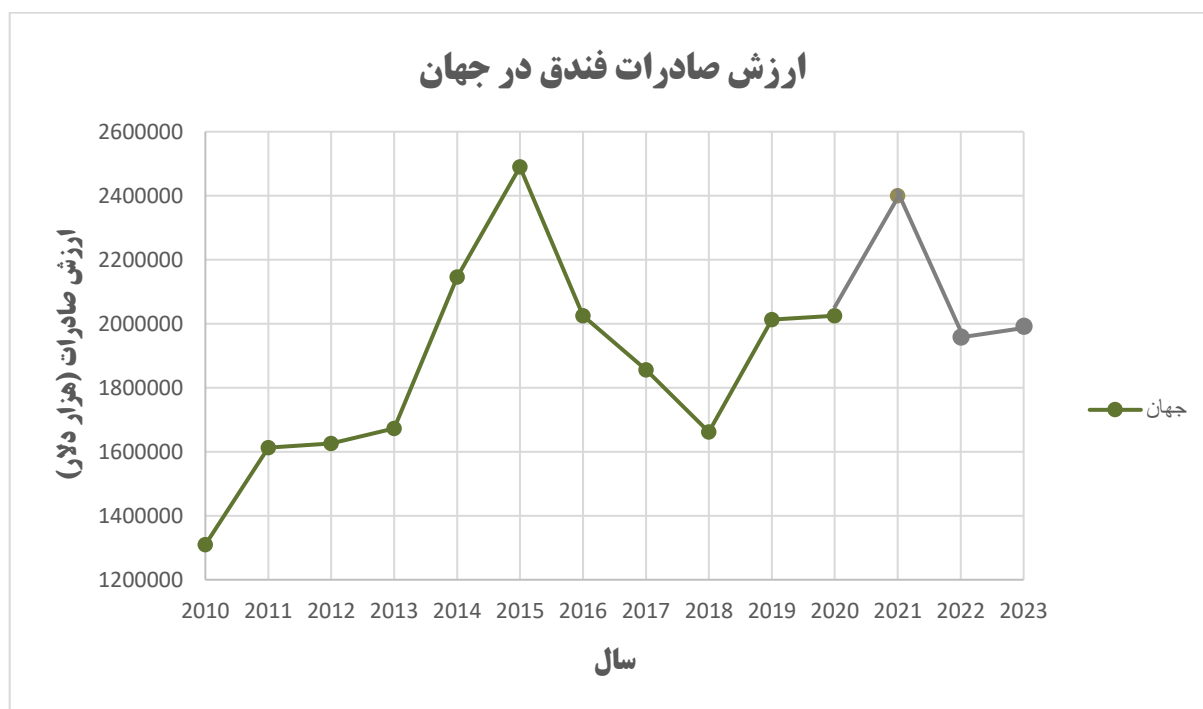
جدول ۱۱-۱- ارزش صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف دنیا بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)

| 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            |
| ۲۰۲۳ | ۱۹۴۳۵۸۷          | ۱۲۳۱۳۵                | ۱۹۸۹۴۵           | ۸۳۳۰۲               | ۷                 | ۴۳۸۷            | ۱۳۷۶۵۸                          | ۱۸۷۱۴۲              | ۹۹۶۵۰۲            |



شکل ۱-۹- روند میزان صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان بین سالهای ۲۰۱۰ تا

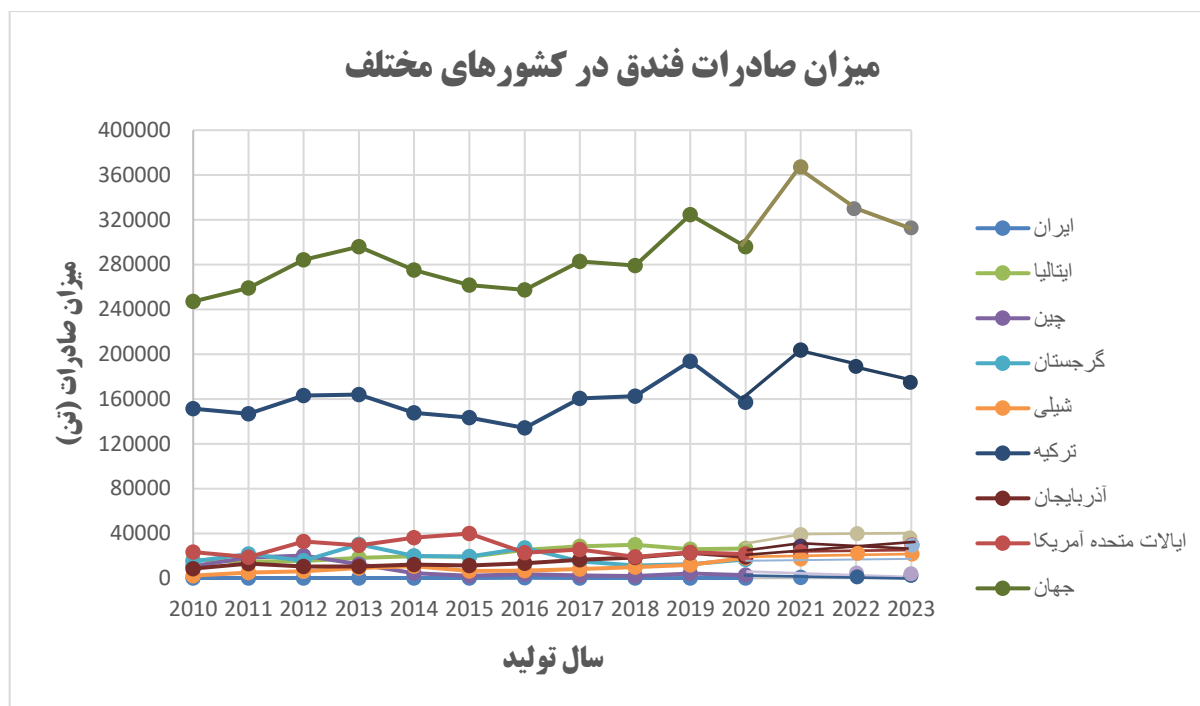
۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)



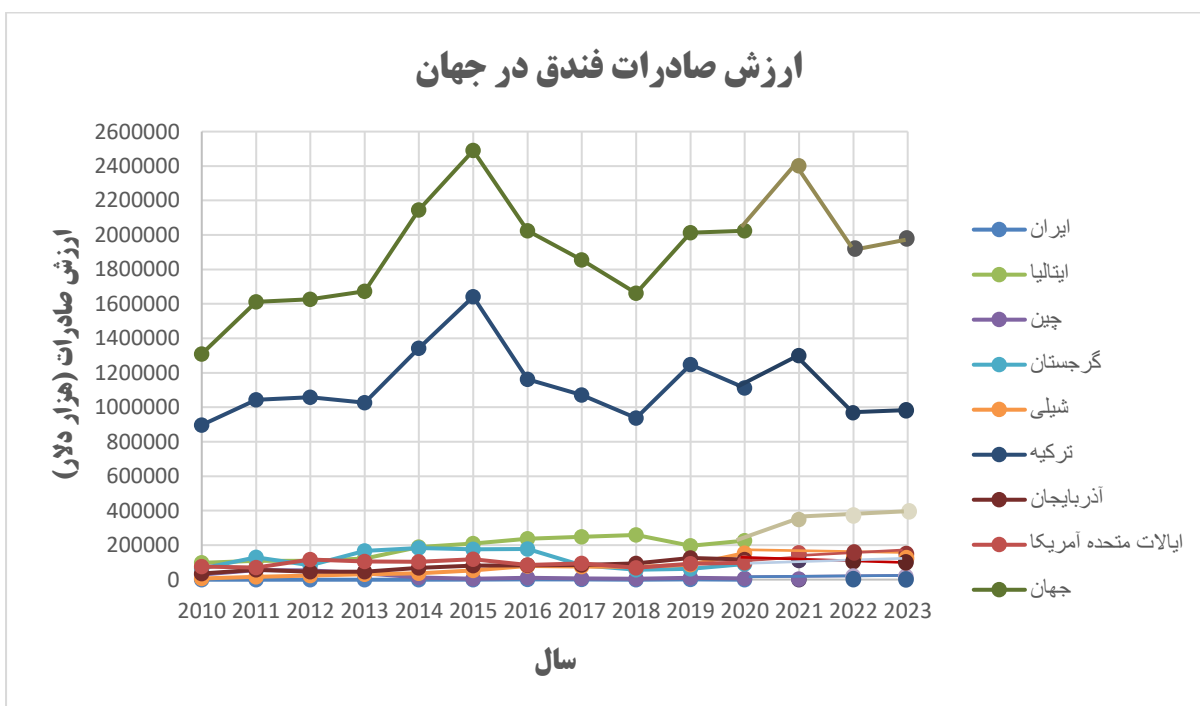
شکل ۱-۱۰- روند ارزش صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان بین سالهای ۲۰۱۰ تا

۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)





شکل ۱- ۱۱- روند میزان صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)

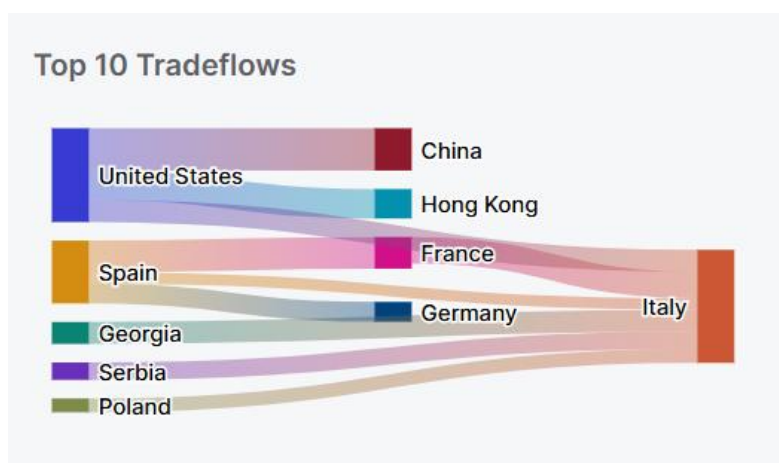


شکل ۱- ۱۲- روند ارزش صادرات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)

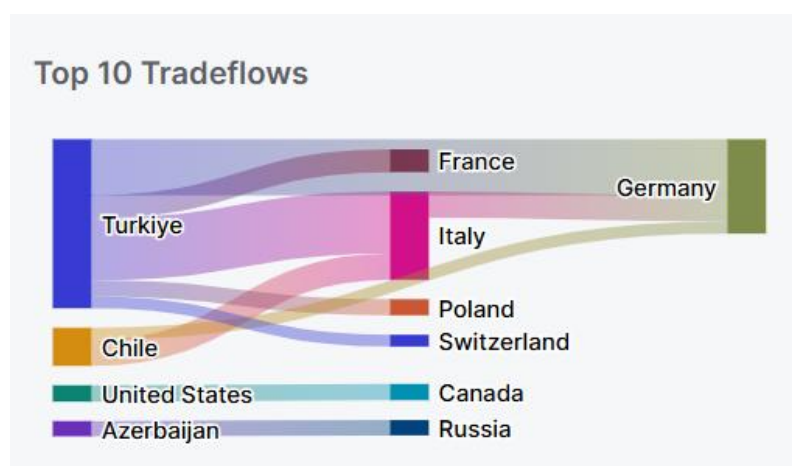
در شکل (۱-۱۳) روند جریان تجاری ده کشور برتر دنیا در سال ۲۰۲۳ نشان داده شده است، به همین منظور در جدول (۱-۱۲) داده های دقیق در تبادلات این کشورها آورده شده است. که عدم حضور ایران در جمع ده کشور برتر با توجه به اینکه از منظر تولید هشتمین کشور دنیا می باشد، کاملاً مشخص می باشد، که عمده دلیل آن، تحریم و 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 ۲۰۲۳، ۱۰۷ 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.

ارزش تجاری فندق با پوست (خام) در سال ۲۰۲۳، ۱۲۱.۳ میلیون دلار می باشد که نسبت به سال قبل ۱۲.۷۳ درصد کاهش داشته است. کشور آمریکا با ۳۸.۶ میلیون دلار و سهم ۳۲ درصدی از کل ارزش تجاری، بیشترین سهم را داشته و کشورهای اسپانیا و گرجستان در رتبه های بعدی قرار دارند.



الف) با پوست



ب) پوست کنده (فرآوری شده)

شکل ۱-۱۳- روند جریان تجاری ده کشور برتر دنیا در سال ۲۰۲۳ (منبع: سایت tridge)

جدول ۱-۱۲- ده تبادل اصلی فندق بین کشورها در بازار جهانی (منبع: سایت tridge)

| Rank | Trade Flow              | 2017     | 2018     | 2019     | 2020     | 2021     | 2022     | 2023     |
|------|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1    | Turkiye to Italy        | \$335.5M | \$272.5M | \$514.4M | \$353.0M | \$443.2M | \$295.8M | \$252.2M |
| 2    | Turkiye to Germany      | \$144.9M | \$148.7M | \$165.4M | \$175.6M | \$229.7M | \$242.7M | \$228.1M |
| 3    | Chile to Italy          | \$71.0M  | \$71.6M  | \$84.6M  | \$137.6M | \$57.0M  | \$64.2M  | \$106.0M |
| 4    | Italy to Germany        | \$152.3M | \$114.7M | \$102.6M | \$107.3M | \$176.7M | \$89.7M  | \$105.9M |
| 5    | Turkiye to France       | \$110.7M | \$69.0M  | \$104.6M | \$85.6M  | \$107.1M | \$68.1M  | \$92.4M  |
| 6    | United States to Canada | \$4.6M   | \$4.3M   | \$7.5M   | \$12.9M  | \$13.0M  | \$46.4M  | \$66.1M  |
| 7    | Turkiye to Poland       | \$59.2M  | \$38.9M  | \$63.7M  | \$59.9M  | \$70.9M  | \$43.2M  | \$65.4M  |
| 8    | Azerbaijan to Russia    | \$31.4M  | \$45.3M  | \$57.8M  | \$50.5M  | \$47.2M  | \$51.9M  | \$62.1M  |
| 9    | Chile to Germany        | -        | \$56.7K  | \$378.8K | \$382.0K | \$44.8M  | \$20.6M  | \$49.1M  |
| 10   | Turkiye to Switzerland  | \$62.8M  | \$49.0M  | \$44.1M  | \$53.7M  | \$53.7M  | \$49.3M  | \$48.0M  |

در جداول (۱-۱۳) و (۱-۱۴) 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 سال اخیر ارزش تجاری صادرات فندق از شیلی به آلمان ۱۴۵٪ افزایش را نشان می دهد.

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

| Rank | Exporter      | 2017    | 2018    | 2019    | 2020     | 2021    | 2022     | 2023    |
|------|---------------|---------|---------|---------|----------|---------|----------|---------|
| 1    | Chile         | -4.45%  | -3.56%  | +19.48% | +72.45%  | +2.31%  | -21.79%  | +92.87% |
| 2    | Germany       | -21.75% | -8.06%  | +8.64%  | +25.26%  | +1.40%  | -37.79%  | +71.35% |
| 3    | Austria       | +11.89% | -23.82% | -12.04% | +114.42% | -22.00% | -54.88%  | +61.01% |
| 4    | United States | +62.88% | +10.04% | +7.45%  | +64.18%  | +79.45% | +138.51% | +38.70% |
| 5    | Azerbaijan    | +9.15%  | -18.30% | +32.83% | -8.55%   | -4.26%  | -2.24%   | +12.45% |
| 6    | Italy         | +5.39%  | +4.09%  | -22.23% | +10.59%  | +55.36% | -49.89%  | +8.11%  |
| 7    | Turkiye       | -8.18%  | -12.58% | +33.23% | -10.77%  | +16.34% | -25.03%  | +2.69%  |
| 8    | Netherlands   | +50.51% | -16.48% | +18.06% | +0.23%   | -2.43%  | -10.00%  | -0.56%  |
| 9    | Czechia       | -17.86% | -29.38% | +36.76% | +67.72%  | -31.81% | -37.20%  | -3.34%  |
| 10   | Spain         | -6.72%  | -29.56% | +26.21% | +13.83%  | -22.55% | -13.11%  | -6.16%  |

جدول ۱- ۱۴- ادامه جریان های تجاری مهم صنعت فندق بین کشورها در بازار جهانی (منبع: سایت tridge)

| Rank | Exporter             | 2017     | 2018    | 2019     | 2020       | 2021     | 2022    | 2023    |
|------|----------------------|----------|---------|----------|------------|----------|---------|---------|
| 11   | Georgia              | -54.25%  | -30.61% | +2.74%   | +45.05%    | +15.49%  | -15.17% | -7.85%  |
| 12   | Lithuania            | +5.95%   | +24.02% | +8.38%   | +5.54%     | +0.87%   | -21.15% | -10.73% |
| 13   | France               | +45.81%  | -50.91% | +6.17%   | +61.68%    | -43.15%  | +25.31% | -22.90% |
| 14   | Armenia              | +463.73% | +9.81%  | -96.68%  | +28769.44% | +83.50%  | -10.42% | -32.90% |
| 15   | United Arab Emirates | -13.57%  | +91.42% | +380.26% | -66.01%    | +473.07% | +13.09% | -67.71% |

در جدول (۱۵-۱) و (۱۶-۱) به ترتیب میزان و ارزش واردات فندق (مجموع پوست کنده و با پوست)<sup>۲</sup> در جهان و کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ آورده شده است. میزان و ارزش واردات فندق در جهان در سال ۲۰۲۳، به ترتیب با افت ۲.۸۴ و رشد ۱۸.۰۴ درصدی به ۳۲۰۶۹۷.۷ تن و ۱۹۷۷۳۸۴ هزار دلار (یعنی ۶.۱۷ دلار به ازای هر کیلو) بوده که کشور ایتالیا با ۷۴۱۴۰ تن و ارزش ۴۲۲۰۴۵ هزار دلار (یعنی ۵.۶۹ دلار به ازای هر کیلو) بیشترین مقدار و ارزش واردات فندق را به خود اختصاص داده است و آلمان 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 شکل‌های (۱۳-۱) تا (۱۶-۱) آورده شده است، که روند منحنی در جهان در سال‌های اخیر به دلیل حجم بالای فندق پوست کنده نسبت به با پوست، مشابه روند 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 شرکت‌های 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 آلمان بیشترین میزان و ارزش واردات را به خود اختصاص می دهد.

---

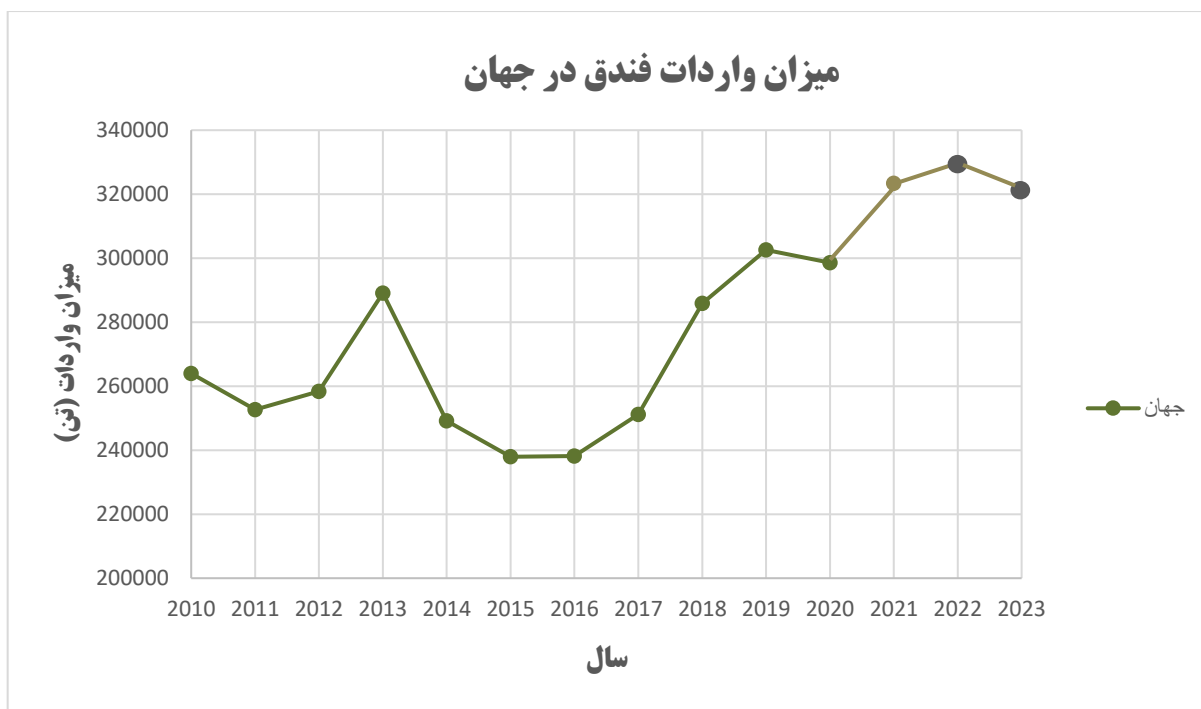
<sup>۲</sup> Hazelnuts, shelled+ Hazelnuts, with shell

جدول ۱-۱۵- میزان واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف دنیا بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (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       |
| ۲۰۲۳ | ۳۲۰۶۹۷.۷۲ | ۱۷۵۳۱.۰۹    | ۵۲۲۳.۶۶     | ۷۱۹۳۷.۲۶   | ۲۳۵۷۱.۶۹    | ۲۶۴.۱۸     | ۱۷۱۴۸.۲۳ | ۹۱۳.۷۴                   | ۷۴۱۳۹.۵۹     | ۲۷۲۱.۱۸    |

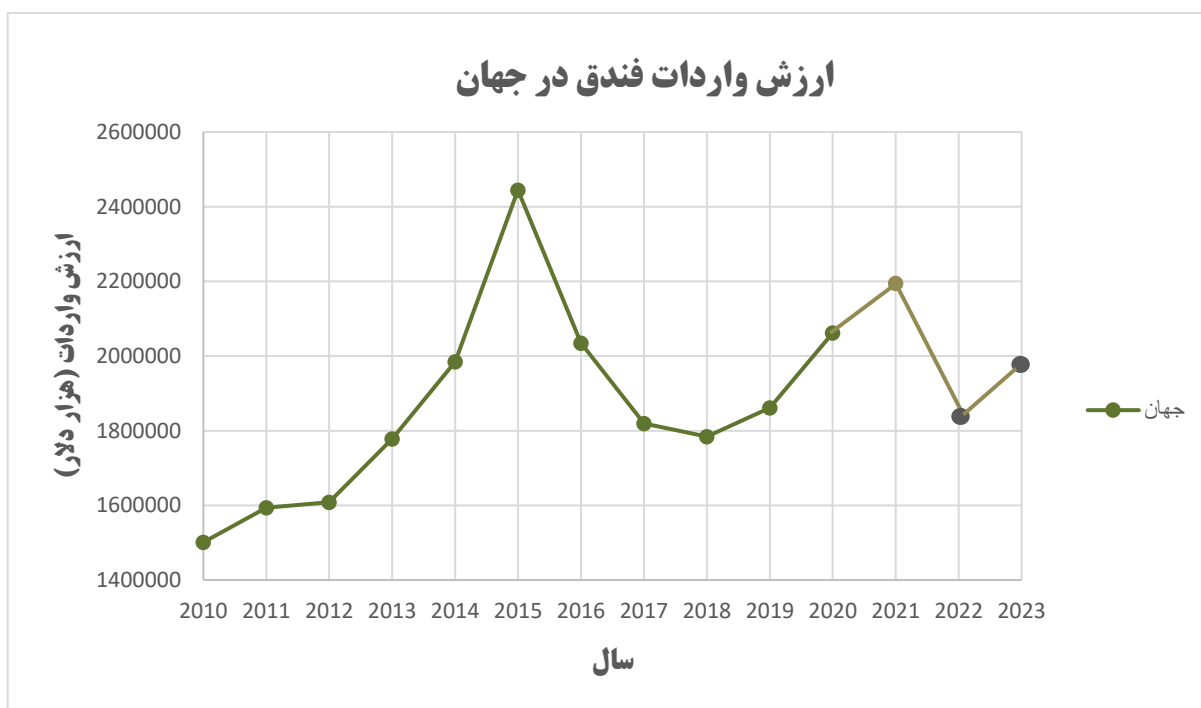
جدول ۱-۱۶- ارزش واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف دنیا بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)

| 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             |
| ۲۰۲۳ | ۱۹۷۷۳۸۴          | ۱۲۲۴۳۱             | ۴۵۲۲۵              | ۴۸۷۷۷۲            | ۱۵۴۷۰۲             | ۱۵۹۷              | ۵۰۶۴۸           | ۶۵۴۰                            | ۴۲۲۰۴۵              | ۱۶۵۱۲             |



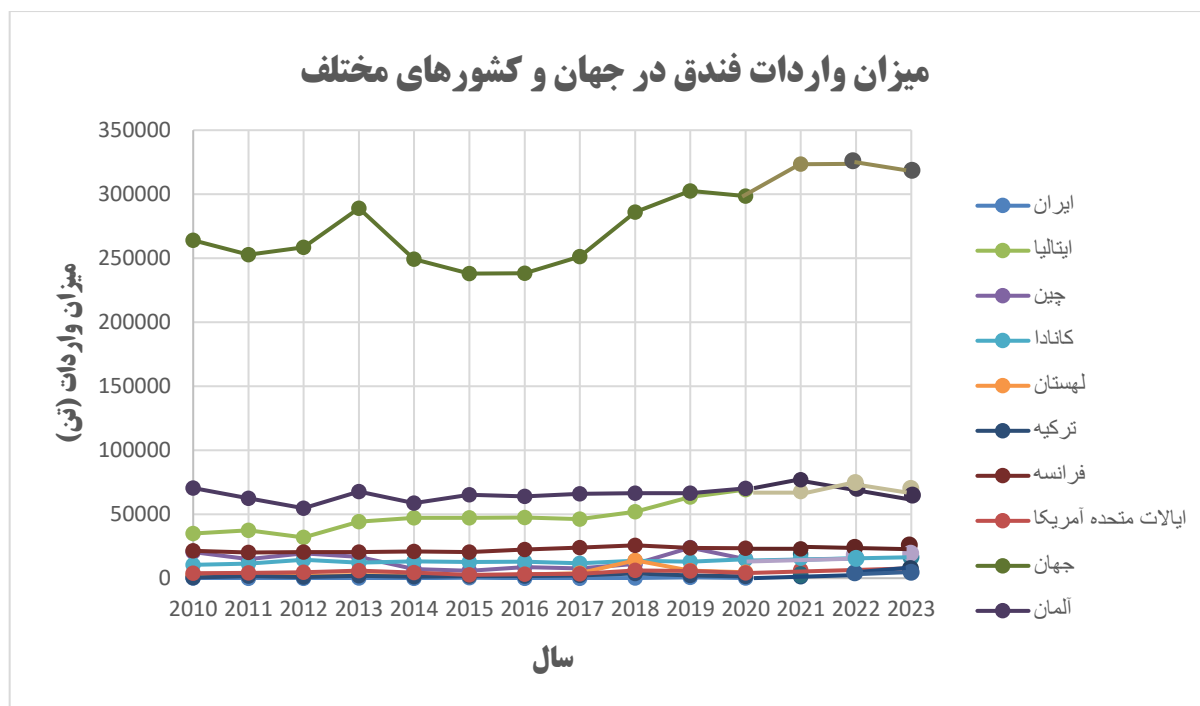
شکل ۱-۱۳- روند میزان واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت

(FAO)

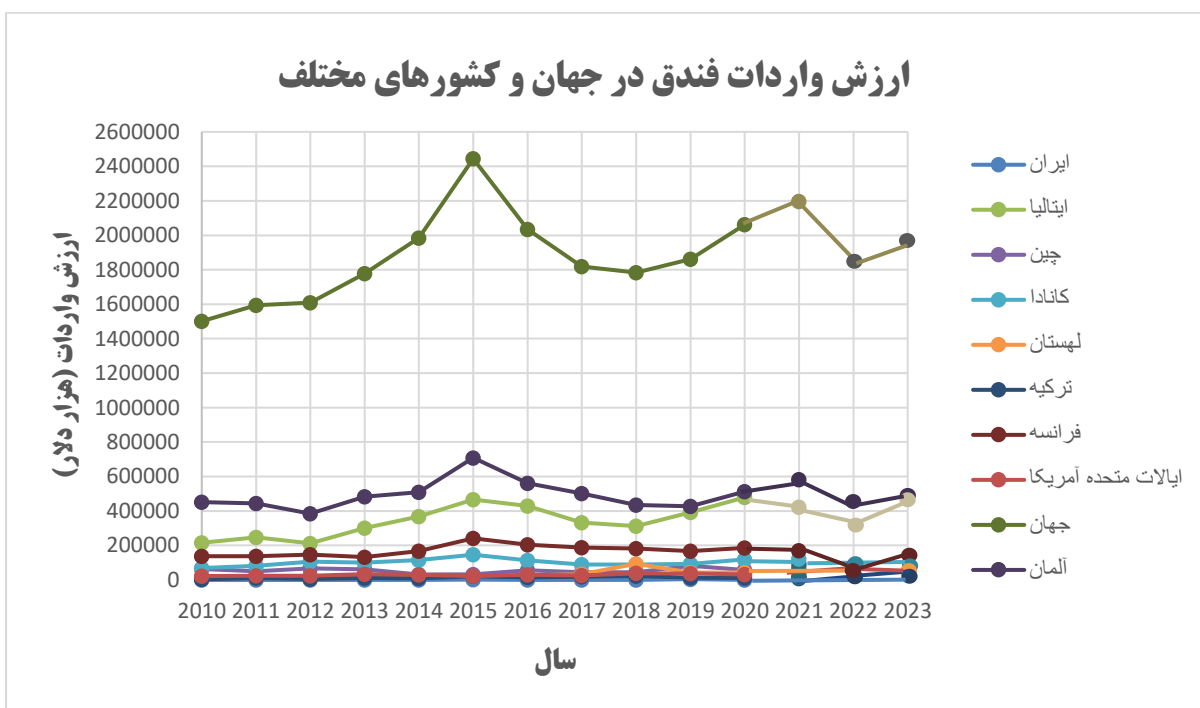


شکل ۱-۱۴- روند ارزش واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت

(FAO)



شکل ۱- ۱۵- روند میزان واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)



شکل ۱- ۱۶- روند ارزش واردات فندق (مجموع با پوست و پوست کنده) در جهان و کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (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 (۱۷-۱) مصرف فندق در جهان و برخی از کشورها آورده شده است. با توجه به داده‌های محاسبه شده، میزان مصرف فندق در جهان در سال ۲۰۲۳، با افزایش حدود ۲۴ درصدی در مقایسه با سال ۲۰۲۲، به ۱۱۳۵۴۴۲ تن رسیده که کشورهای ترکیه، ایتالیا و آلمان بیشترین مصرف سهم در مصرف جهانی را به خود اختصاص داده‌اند.

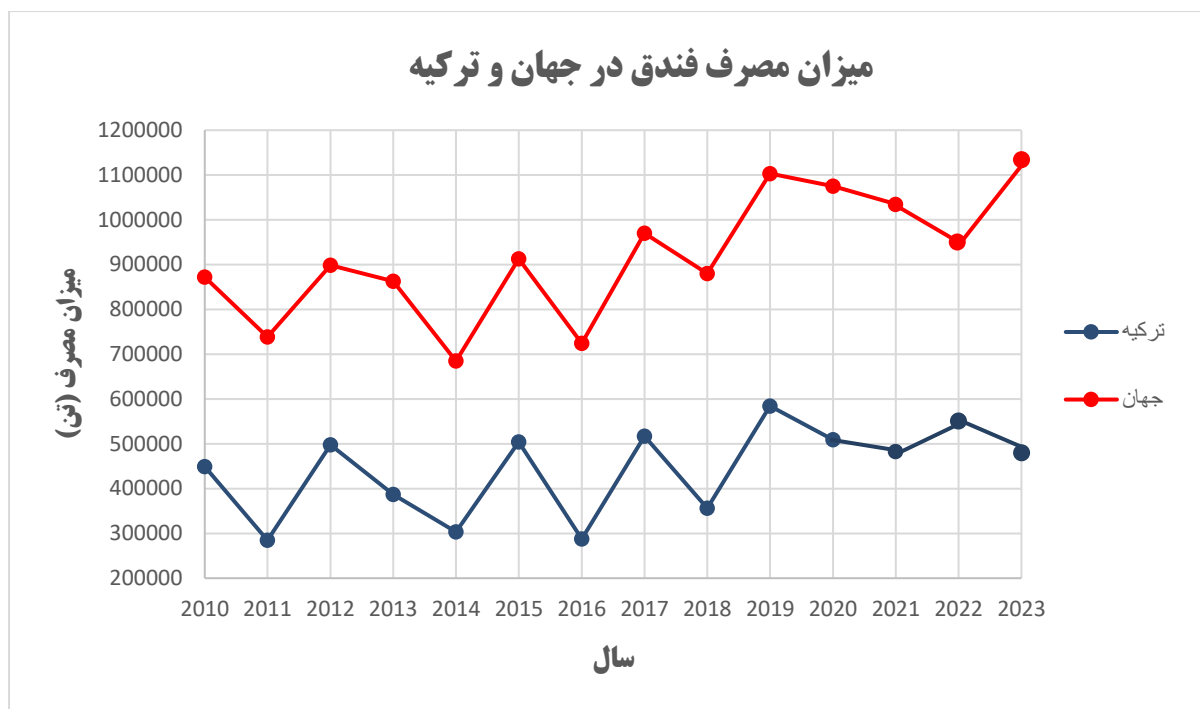
همچنین در شکل‌های (۱۷-۱) و (۱۸-۱) روند مصرف فندق در جهان، ترکیه و کشورهای دیگر آورده شده است، که با توجه به نمودارها روند مصرف فندق در جهان در حال کاهش نسبی می باشد. با توجه به اینکه فندق کاربردهای بسیار زیادی در صنایع شکلات سازی دارد و از آنجایی که بزرگترین کارخانجات شکلات سازی دنیا که محصولات بر پایه 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.

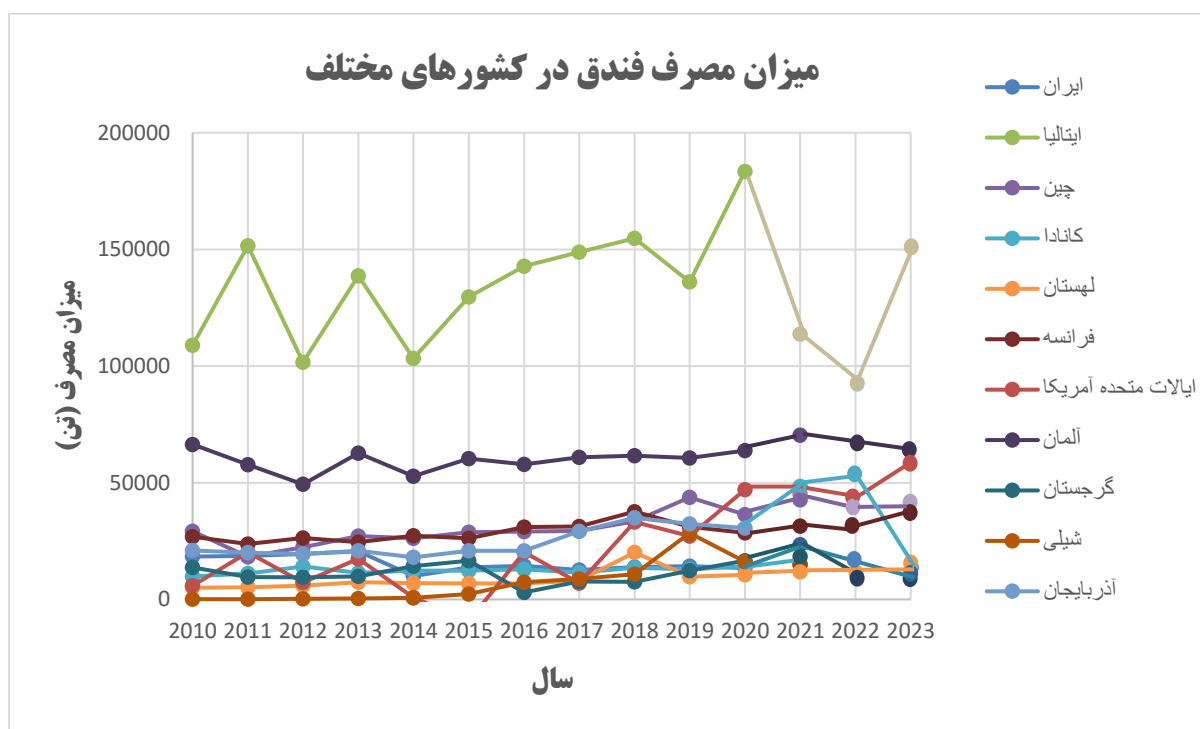
ترکیه با کاهش ۱۵ درصدی و ۸۵۰۳۹ تن مصرف در سال ۲۰۲۳ نسبت به ۲۰۲۲، بیشترین میزان کاهش مصرف فندق را داشته است که کاهش میزان تولید این کشور در این امر تاثیرگذار می باشد. در واقع تولید ترکیه در سال ۲۰۲۳، حدود ۱۵ درصد می باشد.

جدول ۱-۱۷- میزان مصرف فندق در کشورهای مختلف در سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۳

| کشور           | سال    | ۲۰۱۱   | ۲۰۱۲   | ۲۰۱۳   | ۲۰۱۴   | ۲۰۱۵   | ۲۰۱۶   | ۲۰۱۷   | ۲۰۱۸   | ۲۰۱۹    | ۲۰۲۰    | ۲۰۲۱    | ۲۰۲۲   | ۲۰۲۳    |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|--------|---------|
| جهان (تن)      | ۷۳۸۴۴۳ | ۸۹۸۵۰۹ | ۸۶۲۵۲۹ | ۶۸۴۵۲۰ | ۹۱۴۴۷۶ | ۹۱۴۴۷۶ | ۷۲۴۱۶۰ | ۹۶۹۶۳۲ | ۸۸۰۱۷۸ | ۱۱۰۳۱۵۷ | ۱۰۷۴۹۴۲ | ۱۰۳۳۶۱۵ | ۹۱۲۰۴۷ | ۱۱۳۵۴۴۲ |
| ترکیه (تن)     | ۲۸۴۶۶۰ | ۴۹۷۸۵۷ | ۳۸۶۹۴۱ | ۳۰۳۵۰۹ | ۵۰۴۳۰۱ | ۵۰۴۳۰۱ | ۲۸۷۴۶۹ | ۵۱۶۷۷۵ | ۳۵۶۱۸۲ | ۵۸۴۳۴۴  | ۵۰۹۳۴۳  | ۴۸۲۴۵۶  | ۵۸۳۷۱۹ | ۴۹۸۶۸۰  |
| ایتالیا (تن)   | ۱۵۱۵۹۴ | ۱۰۱۶۳۳ | ۱۳۸۶۵۹ | ۱۰۳۲۳۷ | ۱۲۹۶۷۰ | ۱۲۹۶۷۰ | ۱۴۲۷۸۱ | ۱۴۸۷۹۹ | ۱۵۴۸۰۰ | ۱۳۶۱۰۹  | ۱۸۳۴۶۲  | ۱۱۳۶۸۰  | ۸۸۰۴۰  | ۱۵۴۹۰۳  |
| آمریکا (تن)    | ۲۰۱۷۴  | ۷۳۰۳   | ۱۷۴۴۱  | ۸۹۰    | ۹۱۷۹   | ۹۱۷۹   | ۲۰۲۷۷  | ۷۰۴۲   | ۳۳۱۳۹  | ۲۷۱۸۳   | ۴۷۰۷۶   | ۴۵۲۲۸   | ۴۲۰۶۲  | ۵۹۲۰۸   |
| چین (تن)       | ۱۸۲۸۰  | ۲۲۳۳۱  | ۲۷۱۳۵  | ۲۶۲۶۴  | ۲۸۸۱۵  | ۲۸۸۱۵  | ۲۹۰۲۲  | ۲۹۳۷۱  | ۳۳۵۲۲  | ۴۳۷۴۴   | ۳۶۴۰۳   | ۴۲۵۶۰   | ۳۸۰۷۴  | ۵۲۳۱۸   |
| ایران (تن)     | ۱۸۶۹۱  | ۱۹۴۲۵  | ۲۰۶۳۴  | ۱۰۰۴۷  | ۱۳۷۵۸  | ۱۳۷۵۸  | ۱۴۳۵۵  | ۱۲۶۳۹  | ۱۳۸۵۳  | ۱۴۲۱۳   | ۱۳۵۰۹   | ۱۴۷۰۷   | ۱۳۷۵۷  | ۳۹۳۹۶   |
| گرجستان (تن)   | ۹۵۹۸   | ۹۴۰۴   | ۹۸۵۴   | ۱۴۲۶۰  | ۱۶۵۹۴  | ۱۶۵۹۴  | ۳۰۴۱   | ۷۶۵۰   | ۷۵۶۳   | ۱۲۳۱۶   | ۱۶۶۱۴   | ۲۳۴۴۰   | ۱۱۵۴۶  | ۲۱۰۷۶   |
| شیلی (تن)      | ۱۰۱    | ۲۲۰    | ۴۳۶    | ۷۳۹    | ۲۲۶۴   | ۲۲۶۴   | ۷۴۵۴   | ۸۷۸۷   | ۱۰۷۷۸  | ۲۸۴۲۷   | ۱۶۱۹۲   | ۱۸۲۷۱   | ۴۵۲۹۱  | ۳۸۴۹۷   |
| آذربایجان (تن) | ۲۰۰۳۱  | ۱۹۴۴۶  | ۲۰۸۶۸  | ۱۸۰۴۵  | ۲۰۹۰۵  | ۲۰۹۰۵  | ۲۰۹۰۳  | ۲۹۲۳۰  | ۳۴۹۳۶  | ۳۲۲۲۹   | ۳۰۶۳۹   | ۴۸۴۱۱   | ۵۰۳۵۷  | ۱۳۸۶۴   |
| فرانسه (تن)    | ۲۳۷۶۸  | ۲۶۳۸۶  | ۲۴۵۲۸  | ۲۷۳۵۵  | ۲۶۲۳۹  | ۲۶۲۳۹  | ۳۱۰۶۵  | ۳۱۲۵۰  | ۳۷۶۴۱  | ۳۱۱۳۵   | ۲۸۵۸۸   | ۳۱۳۱۳   | ۲۹۴۷۳  | ۳۶۳۰۱   |
| آلمان (تن)     | ۵۷۷۲۴  | ۴۹۳۴۵  | ۶۲۷۴۴  | ۵۲۸۸۰  | ۶۰۳۱۶  | ۶۰۳۱۶  | ۵۷۸۶۹  | ۶۰۹۶۵  | ۶۱۵۷۴  | ۶۰۶۵۰   | ۶۳۸۰۵   | ۷۰۳۱۲   | ۶۷۹۶۸  | ۶۴۲۴۵   |
| لهستان (تن)    | ۵۱۹۷   | ۵۸۹۸   | ۷۳۷۲   | ۶۹۹۳   | ۶۷۹۶   | ۶۷۹۶   | ۶۸۶۲   | ۸۱۰۷   | ۲۰۱۷۱  | ۹۷۳۷    | ۱۰۵۷۵   | ۱۱۷۲۹   | ۱۲۹۶۵  | ۱۳۵۱۵   |
| کانادا (تن)    | ۱۱۰۶۴  | ۱۴۰۷۲  | ۱۱۳۸۸  | ۱۲۳۶۹  | ۱۲۲۹۳  | ۱۲۲۹۳  | ۱۲۸۵۹  | ۱۱۴۷۵  | ۱۳۵۷۹  | ۱۲۹۱۴   | ۱۴۲۲۸   | ۱۵۲۸۱   | ۱۴۴۵۲  | ۱۷۴۹۵   |



شکل ۱- ۱۷- روند میزان مصرف فندق در کشور ترکیه و جهان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳



شکل ۱- ۱۸- روند میزان مصرف فندق در کشورهای مختلف بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳

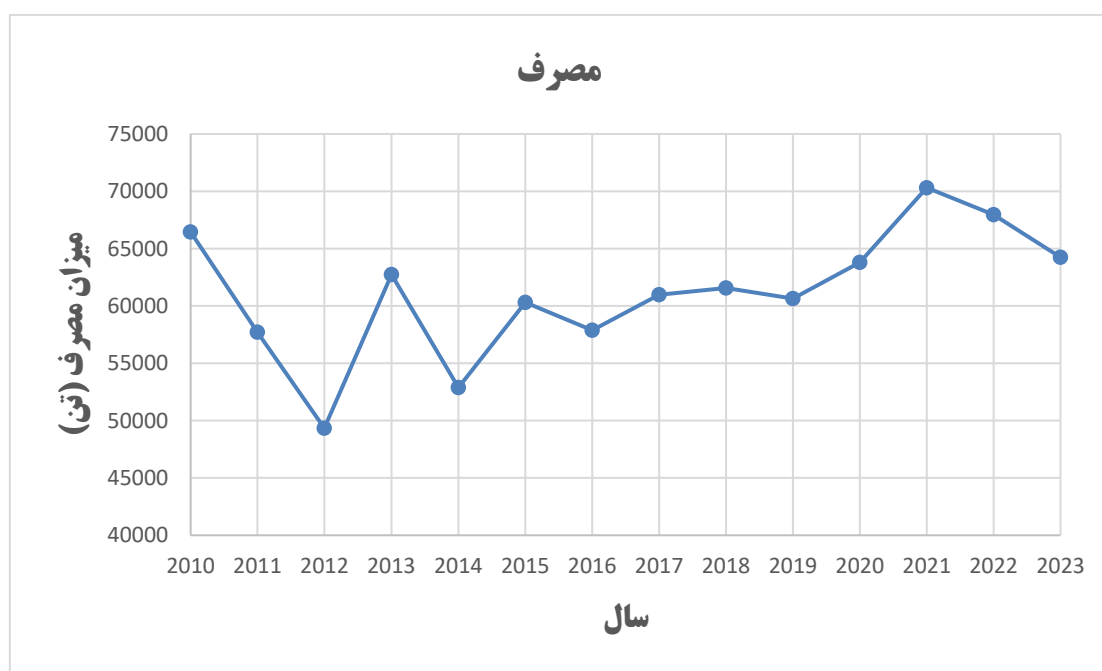
## ۲-۱- اندازه گیری بازار و بررسی وضعیت بازار کشور آلمان

### ۱. تولید

آلمان تولیدکننده فندق در دنیا نمی باشد. با این حال در سال ۲۰۲۲ حدود ۵۲۰ هکتار اراضی فندق را زیر کشت برده است.

### ۲. مصرف

مصرف فندق در آلمان طی دوره ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ روندی پایدار و رو به رشد داشته است. این کشور به عنوان یکی از بزرگترین مصرف کنندگان فندق در اروپا شناخته می شود که عمدتاً برای مصارف صنایع غذایی، شکلات سازی و محصولات لبنی از آن استفاده می کند. رشد مصرف احتمالاً ناشی از افزایش تقاضا برای محصولات سالم و تنقلات باکیفیت بوده است. آلمان به عنوان یک قطب مهم مصرف و پردازش فندق در اروپا عمل می کند، اما کاملاً به واردات وابسته است. این کشور سالانه ده ها هزار تن فندق وارد می کند تا نیاز صنایع غذایی پیشرفته خود را تأمین کند، در حالی که صادرات آن ناچیز و محدود به محصولات با ارزش افزوده است. این الگو نشان دهنده موقعیت آلمان به عنوان یک «هاب پردازش» در بازار جهانی فندق است. رشد مستمر واردات حاکی از توسعه روزافزون صنایع وابسته به فندق در این کشور می باشد.

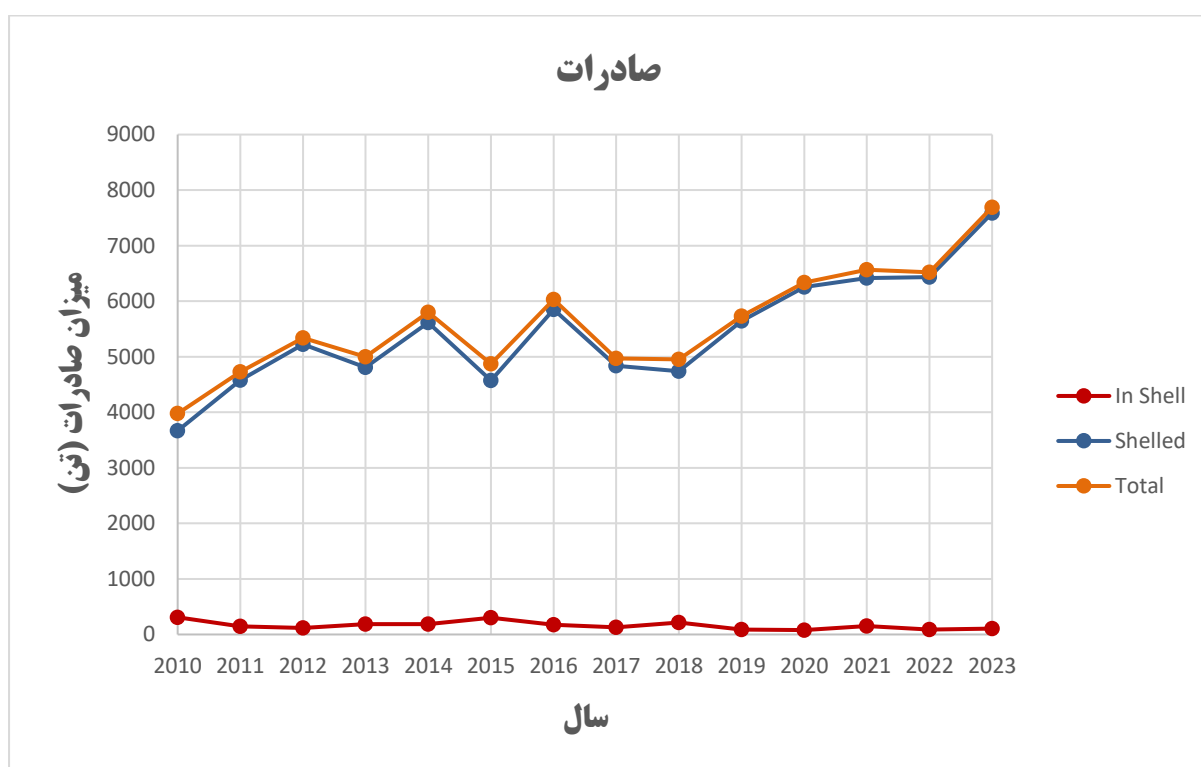


شکل ۱-۱۹- روند میزان مصرف فندق در کشور آلمان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)

### ۳. صادرات

صادرات فندق آلمان در مقایسه با واردات آن بسیار ناچیز است و در کل دوره بین ۱,۰۰۰ تا ۹,۰۰۰ تن در نوسان بوده است. این صادرات عمدتاً شامل محصولات فرآوری شده حاوی فندق (مانند شکلات و شیرینی) به سایر کشورهای اروپایی است تا فندق خام. کاهش نسبی صادرات در سال‌های ۲۰۲۰-۲۰۲۱ احتمالاً به دلیل اختلالات زنجیره تأمین جهانی بوده است.

در شکل (۱-۲۱) و (۱-۲۲) جریان تجاری صادرات فندق خام و فرآوری شده این کشور با کشورهای دیگر آورده شده است.

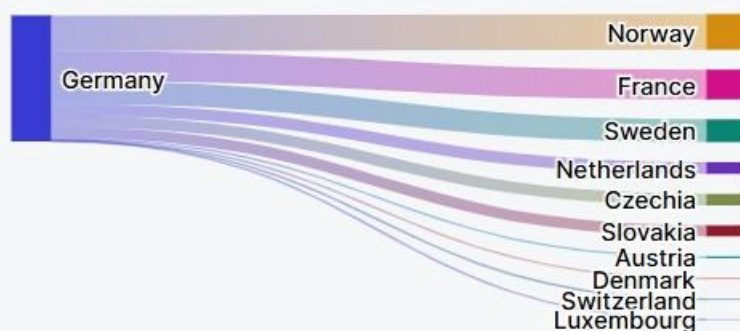


شکل ۱-۲۰- روند میزان صادرات فندق در کشور آلمان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)

Total export value of Germany

**\$572.9K**

### Top 10 Trade flows

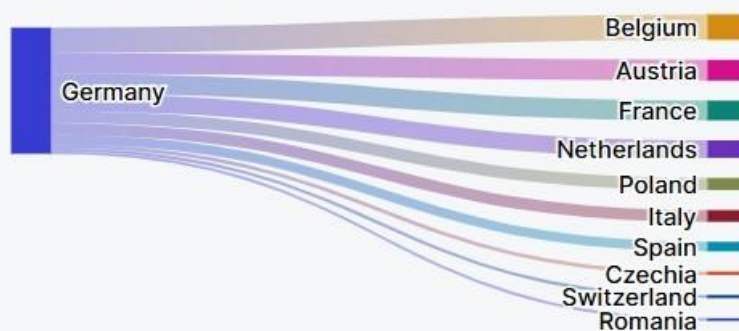


شکل ۱-۲۱- جریان صادرات فندق با پوست آلمان به تفکیک کشور (منبع: سایت Tridge)

Total export value of Germany

**\$59.4M**

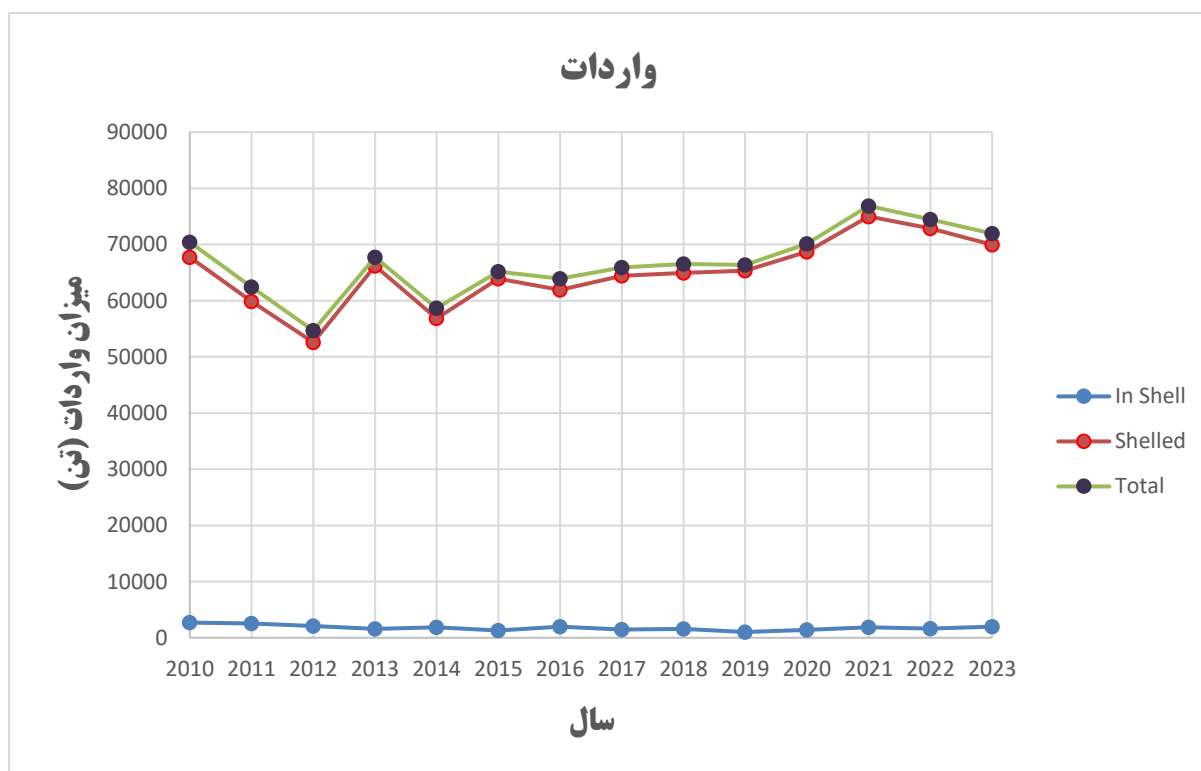
### Top 10 Trade flows



شکل ۱-۲۲- جریان صادرات فندق فرآوری شده آلمان به تفکیک کشور (منبع: سایت Tridge)

## ۴. واردات

واردات فندق آلمان در این دوره به طور چشمگیری افزایش یافته است. نمودارها نشان می‌دهند که از سطح حدود ۱۰,۰۰۰ تن در ۲۰۱۰ به بیش از ۸۰,۰۰۰ تن در ۲۰۲۳ رسیده است. این رشد نمایی نشان‌دهنده وابستگی شدید آلمان به واردات برای تأمین نیاز صنایع غذایی خود است. بیشتر واردات به صورت فندق پوست‌کنده (Shelled) انجام می‌شود که مستقیماً در فرآیندهای تولیدی استفاده می‌شود.



شکل ۱-۲۳- روند میزان واردات فندق در کشور آلمان بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ (منبع: سایت FAO)

در شکل (۱-۲۴) و (۱-۲۵) جریان تجاری واردات فندق خام و فرآوری شده این کشور با کشورهای دیگر آورده شده است. همینطور در جداول (۱-۱۸) و (۱-۱۹) مهمترین واردات از کشورهای مبدا به تفکیک ارزش تجاری آورده شده است. نکته قابل توجه صادرات فندق فرآوری شده از ایران به آلمان در سال ۲۰۲۳ می باشد. طبق داده ها:

### ❖ واردات فندق خام به آلمان

منابع اصلی واردات (۲۰۲۳):

- ترکیه: داده‌ها نشان‌دهنده وابستگی شدید آلمان به ترکیه است (همانند کره جنوبی)، اما در این جدول ذکر نشده.
- شیلی: با ۴۹.۵ میلیون دلار در ۲۰۲۳، بزرگترین تأمین‌کننده فندق خام به آلمان است. رشد خیره‌کننده از ۴۹۶.۷۶۰ دلار در ۲۰۱۷.
- آمریکا: رتبه دوم با ۶.۶ میلیون دلار در ۲۰۲۳، با نوسانات سالانه (مثلاً اوج در ۲۰۲۰ با ۴.۱ میلیون دلار).

- هلند: حضور پایدار با ۴ میلیون دلار در ۲۰۲۳.

نکات کلیدی:

- شیلی ۹۹٪ رشد در ۶ سال داشته است که ممکن است به دلیل توافق‌های تجاری یا افزایش تولید باشد.
- کاهش واردات از بلژیک و دانمارک (از ۱.۳ میلیون دلار به ۳۵۳,۸۸۰ دلار و از ۲۴۴,۵۳۷ دلار به ۴۲,۰۳۰ دلار به ترتیب).

## ❖ واردات فندق فرآوری شده به آلمان

منابع اصلی واردات (۲۰۲۳):

- فرانسه: با ۲.۴ میلیون دلار در ۲۰۲۳، پیشتاز است، اما کاهشی از ۶ میلیون دلار در ۲۰۱۷.
- بلغارستان: رشد قابل توجه به ۹۶۹,۴۳۵ دلار در ۲۰۲۳ از صفر در ۲۰۱۷.
- اسپانیا: کاهش شدید از ۳۹۰,۳۳۵ دلار در ۲۰۱۷ به ۱۲,۷۰۴ دلار در ۲۰۲۳.
- اوکراین: رشد مثبت به ۱۳۰,۱۳۲ دلار در ۲۰۲۳.

نکات کلیدی:

- فرانسه و بلغارستان نقش اصلی را در فندق فرآوری شده دارند.
- حضور ضعیف کشورهایمانند یونان و ایران با مقادیر ناچیز (۱۵ دلار و ۳۶۸ دلار).

## ❖ مقایسه کلیدی بین فندق خام و فرآوری شده

| شاخص              | فندق خام                              | فندق فرآوری شده                     |
|-------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| تأمین‌کننده اصلی  | شیلی (۴۹.۵ میلیون دلار)               | فرانسه (۲.۴ میلیون دلار)            |
| رشد قابل توجه     | شیلی (+۹۹۰٪ از ۲۰۱۷)                  | بلغارستان (از صفر به ۹۶۹'۴۳۵ دلار)  |
| کاهش چشمگیر       | بلژیک (از ۱.۳ میلیون به ۳۵۳'۸۸۰ دلار) | اسپانیا (از ۳۹۰'۳۳۵ به ۱۲'۷۰۴ دلار) |
| وابستگی جغرافیایی | آمریکای جنوبی (شیلی) + اروپا (هلند)   | اروپا (فرانسه، بلغارستان)           |

## ❖ پیش‌بینی و توصیه‌ها

پیش‌بینی ۲۰۲۴:

- فندق خام: ادامه سلطه شیلی و آمریکا با رشد احتمالی ۵-۱۰٪ (در صورت ثبات سیاسی و آب‌وهوایی).
- فندق فرآوری شده: افزایش سهم بلغارستان و اوکراین به دلیل هزینه‌های تولید پایین‌تر.

توصیه‌ها:

- تنوع‌بخشی به منابع فندق خام: بررسی امکان افزایش واردات از ترکیه یا ایران برای کاهش وابستگی به شیلی.
- توسعه همکاری با بلغارستان: استفاده از پتانسیل آن در فندق فرآوری شده.
- رصد اوکراین: به دلیل رشد اخیر و پتانسیل توسعه پس از جنگ.

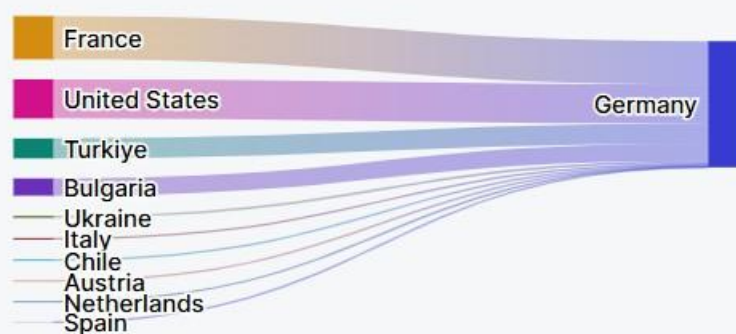
نتیجه‌گیری:

- آلمان در فندق خام به شیلی و آمریکا وابسته است، درحالی که فندق فرآوری شده عمدتاً از فرانسه و بلغارستان تأمین می‌شود. تنوع‌بخشی و سرمایه‌گذاری در زنجیره تأمین پایدار، کلید کاهش ریسک‌های آینده است.

Total import value of Germany

\$7.1M

### Top 10 Trade flows

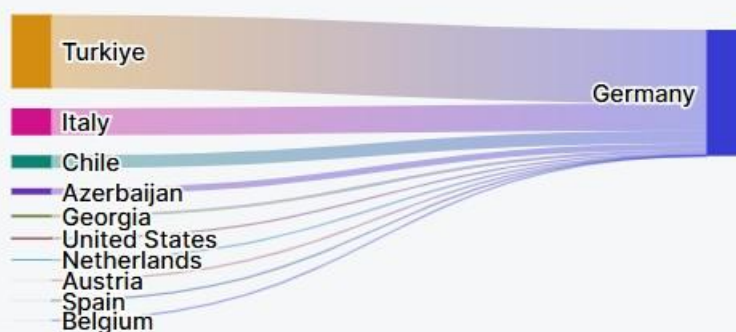


شکل ۱-۲۴- جریان واردات فندق با پوست آلمان به تفکیک کشور (منبع: سایت Tridge)

Total import value of Germany

\$485.0M

### Top 10 Trade flows



شکل ۱-۲۵- جریان واردات فندق فرآوری شده آلمان به تفکیک کشور (منبع: سایت Tridge)



جدول ۱-۱۸- واردات فندق فرآوری شده آلمان از کشورهای مختلف (منبع: سایت Tridge)

| Exporter       | Importer | 2017             | 2018             | 2019             | 2020             | 2021             | 2022             | 2023             |
|----------------|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Austria        | Germany  | \$703,710.00     | \$652,388.00     | \$807,275.00     | \$999,684.00     | \$1,629,836.00   | \$874,383.00     | \$636,110.00     |
| Azerbaijan     | Germany  | \$31,027,563.00  | \$20,526,407.00  | \$23,193,252.00  | \$23,538,066.00  | \$16,677,427.00  | \$16,941,939.00  | \$24,469,201.00  |
| Belgium        | Germany  | \$341,292.00     | \$1,344,930.00   | \$53,199.00      | \$16,645.00      | \$319.00         | \$245.00         | \$353,830.00     |
| Bulgaria       | Germany  | -                | -                | \$3,257.00       | \$12,202.00      | \$25,053.00      | \$28,858.00      | \$5,430.00       |
| Chile          | Germany  | \$496,760.00     | \$2,818,106.00   | \$442,384.00     | \$686,410.00     | \$42,162,000.00  | \$25,236,727.00  | \$49,525,303.00  |
| Czechia        | Germany  | \$225,870.00     | \$348,390.00     | \$341,223.00     | \$89,441.00      | \$94,806.00      | \$201,357.00     | \$82,679.00      |
| Denmark        | Germany  | \$244,537.00     | \$209,019.00     | \$294,949.00     | \$235,594.00     | \$155,497.00     | \$102,348.00     | \$42,030.00      |
| Estonia        | Germany  | -                | \$125,514.00     | -                | -                | -                | -                | -                |
| France         | Germany  | \$753,760.00     | \$572,595.00     | \$112,244.00     | \$548,968.00     | \$426,361.00     | \$342,859.00     | \$290,130.00     |
| Georgia        | Germany  | \$16,776,520.00  | \$6,021,320.00   | \$10,471,517.00  | \$27,103,921.00  | \$26,919,941.00  | \$21,148,108.00  | \$11,541,621.00  |
| Greece         | Germany  | \$899.00         | \$316,401.00     | \$96.00          | \$1,089.00       | \$1,528.00       | \$2,131.00       | \$602.00         |
| Hungary        | Germany  | \$452.00         | -                | \$1,052.00       | -                | -                | -                | -                |
| India          | Germany  | -                | -                | -                | -                | -                | \$139,725.00     | -                |
| Indonesia      | Germany  | \$50,169.00      | -                | -                | -                | -                | -                | -                |
| Iran           | Germany  | -                | -                | -                | -                | -                | -                | \$2,128.00       |
| Iraq           | Germany  | -                | -                | -                | -                | -                | \$415.00         | -                |
| Israel         | Germany  | -                | -                | -                | -                | -                | \$6.00           | -                |
| Italy          | Germany  | \$151,028,645.00 | \$105,576,731.00 | \$92,882,582.00  | \$97,267,333.00  | \$162,151,713.00 | \$88,925,279.00  | \$103,559,008.00 |
| Lebanon        | Germany  | -                | -                | \$2,052.00       | -                | -                | -                | -                |
| Lithuania      | Germany  | -                | -                | \$36,115.00      | \$198,948.00     | \$48,030.00      | \$64,917.00      | -                |
| Luxembourg     | Germany  | \$18,457.00      | \$14,682.00      | -                | \$67,988.00      | \$210,782.00     | -                | -                |
| Morocco        | Germany  | -                | -                | -                | -                | -                | -                | \$16,474.00      |
| Netherlands    | Germany  | \$2,526,122.00   | \$2,567,907.00   | \$3,148,360.00   | \$2,225,914.00   | \$2,020,380.00   | \$3,423,000.00   | \$4,011,023.00   |
| Norway         | Germany  | -                | -                | -                | -                | -                | \$1.00           | -                |
| Philippines    | Germany  | \$1,053,893.00   | -                | -                | -                | -                | -                | -                |
| Poland         | Germany  | \$109,458.00     | \$219,139.00     | \$211,845.00     | \$195,848.00     | \$275,518.00     | \$58,031.00      | \$34,354.00      |
| Portugal       | Germany  | -                | -                | -                | -                | -                | -                | \$27,041.00      |
| Romania        | Germany  | \$771,709.00     | \$412,031.00     | \$381,267.00     | \$646,292.00     | \$134,683.00     | -                | -                |
| Russia         | Germany  | -                | -                | -                | -                | -                | \$41,625.00      | \$24,932.00      |
| Serbia         | Germany  | -                | -                | -                | \$132,718.00     | -                | -                | -                |
| Slovakia       | Germany  | -                | -                | \$22,362.00      | \$6,318.00       | \$34,386.00      | -                | \$74,347.00      |
| South Africa   | Germany  | -                | \$685,188.00     | -                | -                | -                | -                | -                |
| Spain          | Germany  | \$1,248,912.00   | \$1,727,757.00   | \$837,908.00     | \$3,396,417.00   | \$301,983.00     | \$405,047.00     | \$426,101.00     |
| Sri Lanka      | Germany  | -                | -                | \$22,310.00      | -                | -                | -                | -                |
| Sweden         | Germany  | \$113,721.00     | -                | -                | -                | \$546,372.00     | -                | -                |
| Switzerland    | Germany  | \$24,004.00      | \$18,416.00      | \$70,719.00      | \$132,202.00     | \$22,181.00      | \$32.00          | \$896.00         |
| Tunisia        | Germany  | \$85.00          | -                | -                | -                | -                | -                | -                |
| Turkiye        | Germany  | \$286,013,314.00 | \$279,637,348.00 | \$313,132,847.00 | \$349,045,555.00 | \$330,795,556.00 | \$289,061,461.00 | \$283,237,542.00 |
| Ukraine        | Germany  | \$1,965.00       | -                | -                | -                | -                | -                | -                |
| United Kingdom | Germany  | \$157,355.00     | \$15,627.00      | \$20,636.00      | \$22,894.00      | \$576.00         | \$114,694.00     | \$2.00           |
| United States  | Germany  | \$2,238,392.00   | \$453,191.00     | \$2,341,957.00   | \$4,095,932.00   | \$3,813,112.00   | \$3,136,396.00   | \$6,603,639.00   |

جدول ۱-۱۹- واردات فندق با پوست (خام) آلمان از کشورهای مختلف (منبع: سایت Tridge)

| Exporter      | Importer | 2017           | 2018           | 2019           | 2020           | 2021           | 2022           | 2023           |
|---------------|----------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Austria       | Germany  | \$241,754.00   | \$145,391.00   | \$138,560.00   | \$127,612.00   | \$93,202.00    | \$61,903.00    | \$41,870.00    |
| Belgium       | Germany  | \$76.00        | -              | -              | -              | -              | -              | -              |
| Bulgaria      | Germany  | -              | -              | -              | -              | \$991,841.00   | \$1,227,635.00 | \$969,435.00   |
| Chile         | Germany  | \$410,792.00   | \$436.00       | \$174,851.00   | \$188,168.00   | -              | \$174,420.00   | \$60,417.00    |
| Costa Rica    | Germany  | -              | \$285.00       | -              | -              | -              | -              | -              |
| Denmark       | Germany  | \$43,326.00    | \$170.00       | \$5,257.00     | \$534.00       | \$714.00       | \$598.00       | \$434.00       |
| France        | Germany  | \$6,030,782.00 | \$6,224,799.00 | \$3,519,021.00 | \$3,924,347.00 | \$4,862,772.00 | \$2,484,652.00 | \$2,429,988.00 |
| Georgia       | Germany  | \$49,242.00    | -              | \$1,591.00     | \$150.00       | -              | \$501,670.00   | -              |
| Greece        | Germany  | -              | -              | \$1,040.00     | -              | -              | \$24.00        | \$15.00        |
| Hungary       | Germany  | \$11,731.00    | \$7,309.00     | \$22,928.00    | \$15,570.00    | \$3,800.00     | -              | -              |
| Iran          | Germany  | -              | \$6,707.00     | \$368.00       | -              | -              | -              | -              |
| Italy         | Germany  | \$72,726.00    | \$304,865.00   | \$74,325.00    | \$241,453.00   | \$414,076.00   | \$32,207.00    | \$85,448.00    |
| Ivory Coast   | Germany  | -              | \$325.00       | \$17.00        | -              | -              | \$27.00        | -              |
| Macedonia     | Germany  | -              | -              | -              | -              | -              | -              | \$11,464.00    |
| Moldova       | Germany  | -              | -              | -              | -              | \$2,434.00     | -              | -              |
| Netherlands   | Germany  | \$87,681.00    | \$78,683.00    | \$53,737.00    | \$36,958.00    | \$34,662.00    | \$39,199.00    | \$40,708.00    |
| Peru          | Germany  | -              | -              | -              | -              | \$1,299.00     | -              | -              |
| Poland        | Germany  | \$4,516.00     | \$4,353.00     | \$1,641.00     | \$3,075.00     | \$2,853.00     | \$2,768.00     | \$1,609.00     |
| Portugal      | Germany  | -              | -              | -              | -              | \$2,834.00     | -              | -              |
| Slovakia      | Germany  | \$3,095.00     | \$156,813.00   | \$120,226.00   | \$96,786.00    | \$163,936.00   | \$3,548.00     | -              |
| Spain         | Germany  | \$390,335.00   | \$4,277.00     | \$173,610.00   | \$281,157.00   | \$758,995.00   | \$56,175.00    | \$12,704.00    |
| Switzerland   | Germany  | -              | \$1,514.00     | -              | -              | -              | -              | \$1,661.00     |
| Thailand      | Germany  | -              | -              | -              | -              | -              | \$124.00       | -              |
| Turkiye       | Germany  | \$140,607.00   | \$4,583.00     | \$116,913.00   | \$141,446.00   | \$926,722.00   | \$1,271,134.00 | \$1,118,511.00 |
| Ukraine       | Germany  | -              | -              | -              | -              | \$83,655.00    | \$128,620.00   | \$130,132.00   |
| United States | Germany  | \$61.00        | \$202,437.00   | \$332,578.00   | \$1,005,579.00 | \$1,122,597.00 | \$1,189,738.00 | \$2,198,633.00 |

## ۵. ارزش بازار

### تحلیل بازار در سال ۲۰۲۳:

#### ۱. واردات:

- با توجه به نمودار، واردات آلمان در سال ۲۰۲۳ به حدود ۸۰,۰۰۰ تن رسیده است.
  - قیمت متوسط فندق پوست‌کنده در بازار جهانی ۳,۵ تا ۴ یورو/کیلوگرم.
  - محاسبه ارزش واردات:
- ۸۰,۰۰۰,۰۰۰ کیلوگرم  $\times$  ۳,۷۵ یورو = ۳۰۰ میلیون یورو  $\times$  ۳,۷۵ = ۳۰۰ میلیون یورو
- #### ۲. صادرات:

- صادرات آلمان در ۲۰۲۳ حدود ۸,۰۰۰ تن بوده که عمدتاً محصولات فرآوری شده (شکلات، شیرینی) است.
  - ارزش افزوده این محصولات بالاتر است (حدود ۱۰-۸ یورو/کیلوگرم).
  - محاسبه ارزش صادرات:
- ۸,۰۰۰,۰۰۰ کیلوگرم  $\times$  ۹ یورو = ۷۲ میلیون یورو  $\times$  ۹ = ۷۲ میلیون یورو
- #### ۳. مصرف داخلی:

- کل مصرف با احتساب موجودی انبارها و تولید داخلی ناچیز ۹۰,۰۰۰-۸۵,۰۰۰ تن.
  - ارزش مصرف:
- ۹۰,۰۰۰,۰۰۰ کیلوگرم  $\times$  ۴ یورو = ۳۶۰ میلیون یورو  $\times$  ۴ = ۳۶۰ میلیون یورو
- #### ۴. ارزش کل بازار ۲۰۲۳:

- با احتساب کل زنجیره ارزش (واردات، تولید، توزیع، فرآوری):
- بین ۴۰۰ تا ۴۵۰ میلیون یورو.

### پیش‌بینی بازار در سال ۲۰۲۴:

#### ۱. عوامل کلیدی تأثیرگذار:

- افزایش ۵-۷٪ تقاضا در صنایع غذایی آلمان.
- رشد قیمت‌های جهانی فندق به دلیل کاهش تولید در ترکیه (قیمت پیش‌بینی ۴,۵-۴ یورو/کیلوگرم).
- توسعه محصولات سالم و ارگانیک مبتنی بر فندق.

#### ۲. محاسبات پیش‌بینی:

- واردات ۸۵,۰۰۰ تن:  $۴.۲۵ \times$  یورو ۳۶۱ = میلیون یورو.
- صادرات ۹۰,۰۰۰ تن:  $۱۰ \times$  یورو ۹۰ = میلیون یورو.
- ارزش کل بازار ۲۰۲۴ ۲۰-۴۷۰: میلیون یورو.

به طور کلی:

- ۲۰۲۳: ارزش بازار فندق آلمان حدود ۴۳۰ میلیون یورو (با احتساب حاشیه سود صنایع فرآوری).
- ۲۰۲۴: پیش‌بینی رشد ۱۲-۱۰٪ به دلیل تورم و افزایش تقاضا، با ارزش حدود ۵۰۰ میلیون یورو.

چالش‌ها:

- وابستگی ۹۰٪ به واردات فندق خام (عمدتاً از ترکیه).
- حساسیت به نوسانات قیمت جهانی و اختلالات زنجیره تأمین.

فرصت‌ها:

- سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پردازش فندق برای افزایش ارزش افزوده.
- توسعه بازار محصولات گیاهی و سالم مبتنی بر فندق.

## **فصل دوم:**

### **تحليل بازار فندق کشور آلمان**

## ۱-۲- مقدمه‌ای بر بازار فندق در آلمان

بازار فندق در آلمان یکی از مهم‌ترین بازارهای اروپا محسوب می‌شود، با ارزشی بالغ بر ۲۰۰ میلیون یورو در سال و سهم ۱۵ درصدی از واردات فندق اتحادیه اروپا. آلمان به‌عنوان بزرگ‌ترین مصرف‌کننده فندق در اروپا، سالانه بیش از ۵۰ هزار تن فندق وارد می‌کند که عمدتاً در صنایع غذایی مانند شکلات‌سازی (به‌ویژه برندهایی مانند فریرو و ریتز اسپورت) و آجیل مصرف می‌شود. با افزایش تقاضا برای محصولات ارگانیک و سالم، بازار فندق آلمان با رشد سالانه ۳ تا ۵ درصدی مواجه است. همچنین، ۸۵ درصد فندق مصرفی آلمان از کشورهای ترکیه، ایتالیا و گرجستان تأمین می‌شود که نشان‌دهنده وابستگی بالا به واردات است.

بازار فندق آلمان نه تنها یکی از بزرگ‌ترین بازارهای اروپا، بلکه یکی از پیچیده‌ترین بازارها از نظر زنجیره تأمین و تقاضا است. بر اساس گزارش مرکز آمار فدرال آلمان (Destatis)، ارزش کل واردات فندق (شامل خام، بوداده، و فرآوری‌شده) در سال ۲۰۲۳ به ۲۳۰ میلیون یورو رسید. سهم فندق در صنعت آجیل و خشکبار آلمان حدود ۱۸٪ است و پس از بادام (۳۰٪) و گردو (۲۲٪) در رتبه سوم قرار دارد.

- مصرف سرانه آلمانی‌ها سالانه حدود ۶۵۰ گرم فندق مصرف می‌کنند که ۴۰٪ آن در قالب شکلات و شیرینی‌جات (مثل محصولات میلکا و لیندت) است.

- واردات: ترکیه با ۵۵٪ سهم، بزرگ‌ترین تأمین‌کننده فندق آلمان است و پس از آن ایتالیا (۲۰٪) و گرجستان (۱۰٪) قرار دارند.

روندهای جدید: بازار فندق ارگانیک در آلمان با رشد سالانه ۱۲٪، سریع‌ترین بخش در حال گسترش است و پیش‌بینی می‌شود تا ۲۰۲۷ به ۸۰ میلیون یورو برسد.

## ۲-۲- تاریخچه و روند رشد صنعت فندق در آلمان

کشت فندق در آلمان سابقه‌ای چندصدساله دارد، اما به دلیل شرایط اقلیمی محدود، هرگز به یک صنعت بزرگ تبدیل نشده است. در دهه ۱۹۶۰، با گسترش صنایع غذایی، واردات فندق افزایش یافت و در دهه ۱۹۹۰، با رشد تقاضا برای شکلات‌های فندقی، بازار آن رونق گرفت. امروزه، آلمان سالانه بیش از ۲ هزار تن فندق در مناطق جنوبی خود تولید می‌کند که کمتر از ۵ درصد نیاز داخلی را پوشش می‌دهد. با این حال، در سال‌های اخیر، سرمایه‌گذاری در کشت پایدار فندق با رشد ۱۰ درصدی همراه بوده است، به‌ویژه در ایالت‌های بادن-وورتمبرگ و بایرن.

صنعت فندق آلمان از قرن ۱۹ میلادی به صورت محدود در مناطق روستایی جنوبی کشت می‌شد، اما هرگز به اندازه کشورهای مدیترانه‌ای توسعه نیافت. نقطه عطف رشد این صنعت در آلمان به دهه ۱۹۸۰ بازمی‌گردد، زمانی که شرکت‌هایی مانند فریرو (Ferrero) شروع به تأسیس کارخانه‌های فرآوری فندق در آلمان کردند.

- تولید داخلی: در حال حاضر، آلمان تنها ۲٪ از نیاز خود را تولید می‌کند (حدود ۲,۵۰۰ تن در سال) (که عمدتاً از باغ‌های کوچک خانوادگی در ایالت‌های جنوبی تأمین می‌شود).

- سرمایه‌گذاری اخیر: از سال ۲۰۱۵، دولت آلمان ۲۰ میلیون یورو در طرح‌های تحقیقاتی برای توسعه ارقام مقاوم به سرما سرمایه‌گذاری کرده است.

- تغییر الگوی کشت: با گرم‌تر شدن هوا، برخی کشاورزان در شمال آلمان (نیدرزاکسن) نیز شروع به آزمایش کشت فندق کرده‌اند.

## ۲-۳- تحلیل تقاضای فندق در بازار آلمان

تقاضای فندق در آلمان عمدتاً توسط صنایع شکلات، شیرینی‌پزی و آجیل هدایت می‌شود. بر اساس آمار اتحادیه صنایع غذایی آلمان (BVE)، مصرف سرانه فندق در این کشور ۶۰۰ گرم در سال است که بالاتر از میانگین اروپایی (۴۵۰ گرم)

است. همچنین، ۷۰ درصد فندق وارداتی در تولید محصولات با ارزش افزوده بالا مانند **نوتلا و کیندر بوئو** استفاده می‌شود. روند رو به رشد گیاهخواری و تقاضا برای جایگزین‌های لبنی (مانند شیر فندق) نیز باعث افزایش ۲۰ درصدی مصرف فندق در بخش محصولات سالم شده است.

تقاضای فندق در آلمان به شدت تحت تأثیر صنعت شیرینی و شکلات است. برندهای آلمانی مانند ریتزر اسپورت (Ritter Sport) سالانه بیش از ۱۰,۰۰۰ تن فندق مصرف می‌کنند.

• بخش‌بندی مصرف:

- شکلات و شیرینی‌جات: ۴۵٪
- آجیل و تنقلات: ۳۰٪
- فرآورده‌های لبنی گیاهی (شیر و کره فندق): ۱۵٪
- صنایع آرایشی (روغن فندق): ۱۰٪

• روندهای نوین:

- بازار شیر فندق در آلمان بین سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۳ ۵۰٪ رشد داشته است.
- تقاضا برای فندق بوداده بدون نمک در میان مصرف‌کنندگان سلامت‌محور ۲۵٪ افزایش یافته است.

## ۲-۴- عوامل تأثیرگذار بر تولید فندق در آلمان

تولید فندق در آلمان تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد:

- **اقلیم:** فندق نیازمند زمستان‌های ملایم و تابستان‌های گرم است، بنابراین تنها ۱۰ درصد از اراضی آلمان (عمدتاً جنوب) برای کشت مناسب هستند.
- **هزینه تولید:** هزینه‌های نیروی کار و زمین در آلمان ۳۰ درصد بالاتر از ترکیه (تولیدکننده اصلی) است که رقابت را دشوار می‌کند.
- **سیاست‌های دولتی:** طرح‌های حمایتی اتحادیه اروپا مانند **مشوق‌های کشاورزی پایدار**، باعث افزایش کشت فندق ارگانیک شده است.
- **تغییرات آب‌وهوایی:** گرمایش جهانی ممکن است مناطق کشت فندق را گسترش دهد، اما افزایش بارندگی نیز خطر بیماری‌های قارچی را بالا می‌برد.

همچنین:

الف) عوامل طبیعی:

- زمستان‌های سخت: در سال ۲۰۲۱، سرمازدگی بهاره باعث ۳۰٪ کاهش تولید در بایرن شد.
- آفات و بیماری‌ها: قارچ بلاست فندق (*Anisogramma anomala*) سالانه ۱۰٪ از محصول را از بین می‌برد.

ب) عوامل اقتصادی:

- هزینه تولید: هزینه تمام‌شده تولید یک کیلو فندق در آلمان ۴ یورو است، در حالی که در ترکیه ۱.۵ یورو است.
- یارانه‌ها: اتحادیه اروپا ۵۰۰ یورو به ازای هر هکتار به کشاورزان فندق کار پرداخت می‌کند.

ج) فناوری و نوآوری:

- استفاده از کشاورزی دقیق (Precision Farming) باعث کاهش ۲۰٪ مصرف آب شده است.

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

کشت فندق در آلمان عمدتاً در ایالت‌های جنوبی مانند بادن-وورتمبرگ، بایرن و راینلاند-فالتز متمرکز است. این مناطق دارای میانگین دمای سالانه ۸ تا ۱۲ درجه سانتیگراد و بارندگی ۷۰۰ تا ۱۰۰۰ میلی‌متر هستند که برای فندق ایده‌آل است. دره‌های

رود راین و موزل به دلیل خاک حاصلخیز و تابستان‌های گرم، ۸۰ درصد تولید داخلی فندق آلمان را تأمین می‌کنند. با این حال، مساحت کل باغات فندق آلمان کمتر از ۵۰۰ هکتار است که در مقایسه با ترکیه (۷۰۰ هزار هکتار) ناچیز است. (۱) بادن-وورتمبرگ:

- ۸۰٪ تولید فندق آلمان
- مناطق اصلی: شهرهای فرایبورگ و کنستانس
- میانگین دما: ۱۵°-۱۰°C در تابستان

(۲) بایرن:

- ۱۵٪ تولید
- مناطق اصلی: حاشیه رود دانوب
- چالش: بارندگی زیاد (۱۲۰۰ میلی‌متر در سال) که خطر قارچ را افزایش می‌دهد.

(۳) راینلاند-فالتز:

- ۵٪ تولید
- خاک آهکی مناسب برای فندق

## ۲-۶- تکنولوژی‌های نوین در کشت و تولید فندق

آلمان به‌عنوان پیشرو در فناوری کشاورزی، از روش‌های مدرن برای افزایش بهره‌وری فندق استفاده می‌کند:

- کشت گلخانه‌ای: در شمال آلمان، از گلخانه‌های هوشمند با کنترل دما برای کشت فندق استفاده می‌شود.
- مکانیزاسیون: دستگاه‌های برداشت خودکار و هرس هوشمند باعث کاهش ۴۰ درصدی هزینه‌های نیروی کار شده‌اند.
- بیوتکنولوژی: توسعه ارقام مقاوم به بیماری (مانند فندق هیبریدی "دویچر هازل") عملکرد را ۱۵ درصد افزایش داده است.
- ربات‌های برداشت: شرکت Hazelnut Harvesting Robotics در آلمان رباتی طراحی کرده که ۹۰٪ دقت در برداشت دارد.
- آبیاری هوشمند: سیستم‌های سنسور رطوبت مصرف آب را ۳۵٪ کاهش داده‌اند.
- هوش مصنوعی: مدل‌های پیش‌بینی بیماری‌ها با دقت ۸۵٪ توسعه یافته‌اند.

## ۲-۷- چالش‌ها و موانع موجود در صنعت فندق آلمان

- وابستگی به واردات: ۹۵ درصد فندق آلمان وارداتی است که آن را در برابر نوسانات قیمت جهانی (مثلاً افزایش ۵۰ درصدی قیمت در ۲۰۲۱) آسیب‌پذیر می‌کند. در صورت اختلال در واردات از ترکیه (مثلاً به دلیل تغییرات سیاسی)، قیمت فندق در آلمان ممکن است تا ۷۰٪ افزایش یابد.
- تغییرات اقلیمی: خشکسالی‌های اخیر در جنوب آلمان باعث کاهش ۲۰ درصدی تولید داخلی شده است.
- رقابت جهانی: تولیدکنندگان آلمانی نمی‌توانند از نظر قیمت با ترکیه (هزینه تولید ۱.۵ یورو/کیلو) رقابت کنند. فندق ترکیه با تعرفه صفر وارد اتحادیه اروپا می‌شود، در حالی که تولیدکنندگان آلمانی با مالیات‌های سنگین روبرو هستند.
- محدودیت زمین: کمبود زمین‌های مناسب، توسعه کشت فندق را محدود کرده است.
- مقررات سختگیرانه اتحادیه اروپا: استانداردهای زیست‌محیطی و کارگری، هزینه‌های تولید را افزایش داده‌اند. ۴۰٪ کشاورزان فندق در آلمان بالای ۶۰ سال سن دارند و جوانان تمایلی به این کار ندارند. همچنین قانون ممنوعیت سم گلیفوسات باعث کاهش ۱۵٪ عملکرد در کشت ارگانیک شده است.

## ۲-۸- تحلیل رقابت در بازار فندق آلمان

بازار فندق آلمان تحت سلطه رقابت بین واردکنندگان، تولیدکنندگان محلی و برندهای بزرگ غذایی است.

الف) بازیگران اصلی بازار:

۱. واردکنندگان عمده:

○ شرکت‌های ترکیه‌ای مانند Olam Progid و Ferrero Hazelnut Company بیش از ۵۰٪ بازار را کنترل می‌کنند.

○ رقبای اروپایی: ایتالیا (با برندهایی مثل Agrimontana) و اسپانیا نیز سهم قابل توجهی دارند.

۲. تولیدکنندگان داخلی:

○ تعداد کشاورزان فندق کار در آلمان کمتر از ۵۰۰ نفر است و عمدتاً در بادن-وورتمبرگ فعالیت می‌کنند.

○ برندهای آلمانی مانند Seeberger (متخصص خشکبار) بخشی از فندق مورد نیاز خود را از تولید داخلی تأمین می‌کنند.

۳. رقبای صنعتی:

○ غول‌های غذایی مانند فریرو (Ferrero) و ریتیر اسپورت (Ritter Sport) به‌طور عمده فندق را از ترکیه وارد می‌کنند، اما اخیراً به دنبال تنوع بخشیدن به زنجیره تأمین هستند.

ب) استراتژی‌های رقابتی:

- قیمت: فندق ترکیه ۴۰٪ ارزان‌تر از فندق آلمانی است.
  - کیفیت: فندق آلمانی به دلیل کشت ارگانیک و استانداردهای بالا، قیمت ۲۰٪ بالاتری در بازارهای لوکس دارد.
  - نوآوری: برخی شرکت‌های آلمانی مانند HazelTech روی فندق هیبریدی مقاوم به سرما سرمایه‌گذاری کرده‌اند.
- ج) چالش‌های رقابتی:

- وابستگی به واردات باعث می‌شود بازار آلمان در برابر نوسانات قیمت جهانی آسیب‌پذیر باشد.
- کمبود زمین‌های کشاورزی مناسب محدودیت اصلی برای رقابت با ترکیه و ایتالیا است.

## ۲-۹- پیش‌بینی روند رشد بازار فندق در آلمان

الف) عوامل محرک رشد:

۱. تقاضای فزاینده برای محصولات گیاهی:

- بازار شیر فندق تا سال ۲۰۲۷ با رشد سالانه ۱۵٪ به ۱۲۰ میلیون یورو خواهد رسید.
- مصرف فندق در صنعت شکلات تا ۲۰۳۰ سالانه ۴٪ افزایش می‌یابد.

۲. توسعه کشت پایدار:

○ پیش‌بینی می‌شود تولید فندق ارگانیک در آلمان تا ۲۰۳۰ سه برابر شود (از ۲,۵۰۰ تن به ۷,۵۰۰ تن).

۳. تأثیر تغییرات اقلیمی:

○ گرمایش جهانی ممکن است کشت فندق را در شمال آلمان نیز ممکن کند.

ب) موانع رشد:

- افزایش قیمت جهانی فندق (پیش‌بینی رشد ۵٪ سالانه تا ۲۰۳۰).
- کمبود نیروی کار در بخش کشاورزی.

ج) پیش‌بینی عددی:

- ارزش بازار فندق آلمان تا ۲۰۳۰ به ۳۰۰ میلیون یورو خواهد رسید.
- سهم تولید داخلی از ۲٪ به ۶٪ افزایش می‌یابد.



## ۲-۱۰- صادرات فندق آلمان به کشورهای دیگر

الف) حجم و ارزش صادرات:

- آلمان سالانه تنها ۵۰۰ تن فندق صادر می‌کند (عمدتاً فرآوری شده، مانند روغن و کره فندق).
- ارزش صادرات: ۱۰ میلیون یورو در سال (کمتر از ۱٪ از کل تجارت فندق آلمان).

ب) مقاصد اصلی صادرات:

۱. اتریش و سوئیس (۴۰٪ از صادرات) به دلیل تقاضا برای محصولات ارگانیک.
۲. هلند و بلژیک (۳۰٪) (برای استفاده در صنایع شکلات).
۳. آمریکا و چین (۲۰٪) (برای بازارهای لوکس).

ج) چالش‌های صادراتی:

- هزینه بالای تولید باعث می‌شود فندق آلمان نتواند با رقبای مدیریت‌شده رقابت کند.
- مقررات سختگیرانه اتحادیه اروپا برچسب‌گذاری، صادرات را پیچیده می‌کند.

## ۲-۱۱- تحلیل اقتصادی و سودآوری بازار فندق در آلمان

الف) هزینه‌ها و درآمدها:

- هزینه تولید هر کیلو فندق در آلمان: ۴ یورو
- قیمت فروش عمده: ۶ یورو (حاشیه سود ۵۰٪).
- کشت ارگانیک سود بیشتری دارد (قیمت فروش تا ۸ یورو/کیلو).

ب) سودآوری در بخش‌های مختلف:

۱. تولیدکنندگان خرد: سود خالص ۱۰,۰۰۰ تا ۲۰,۰۰۰ یورو در هکتار.
۲. صنایع فرآوری (مثل روغن فندق): حاشیه سود ۶۰-۷۰٪.
۳. توزیع‌کنندگان: سود ۱۵-۲۰٪ از هر فروش.

ج) ریسک‌های اقتصادی:

- نوسانات قیمت جهانی (مثلاً در سال ۲۰۲۱ قیمت ۵۰٪ افزایش یافت).
- وابستگی به یارانه‌های اتحادیه اروپا (حدود ۳۰٪ درآمد کشاورزان از یارانه‌ها تأمین می‌شود).

د) راهکارهای افزایش سودآوری:

- توسعه کشت هیبریدی برای کاهش هزینه‌ها.
- افزایش صادرات محصولات با ارزش افزوده (مثل کره فندق ارگانیک).

## ۲-۱۲- فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت فندق آلمان

صنعت فندق آلمان با وجود چالش‌ها، فرصت‌های سرمایه‌گذاری متعددی را ارائه می‌دهد:

### ۱. کشت فندق ارگانیک و پایدار:

- تقاضا برای محصولات ارگانیک در آلمان سالانه ۱۲٪ رشد دارد
- قیمت فندق ارگانیک ۳۰-۴۰٪ بالاتر از معمولی است
- امکان استفاده از برنامه‌های حمایتی اتحادیه اروپا برای کشاورزی ارگانیک

### ۲. توسعه فناوری‌های کشاورزی:

- سرمایه‌گذاری در سیستم‌های آبیاری هوشمند و ربات‌های برداشت

- توسعه ارقام مقاوم به بیماری‌ها و تغییرات آب‌وهوایی
  - بازار فناوری‌های مرتبط با فندق تا ۲۰۲۷ به ۵۰ میلیون یورو خواهد رسید
۳. صنایع تبدیلی و ارزش افزوده:

- تولید محصولات با ارزش افزوده مانند روغن، کره و شیر فندق
- ایجاد خطوط تولید محصولات لوکس شکلاتی با فندق آلمانی
- توسعه محصولات آرایشی-بهداشتی بر پایه روغن فندق

#### ۴. اکوتوریسم کشاورزی:

- ایجاد مزارع نمایشی و تورهای آموزشی کشت فندق
- فروش مستقیم محصولات به گردشگران در مناطق جنوبی آلمان

## ۲-۱۳- تأثیرات اجتماعی و اقتصادی کشت فندق در آلمان

### تأثیرات اقتصادی:

- ایجاد اشتغال برای حدود ۲,۰۰۰ نفر در بخش‌های کشت، فرآوری و توزیع
- درآمدزایی سالانه حدود ۴۰ میلیون یورو برای کشاورزان محلی
- کاهش وابستگی به واردات و بهبود تراز تجاری (در صورت توسعه تولید)

### تأثیرات اجتماعی:

- احیای مناطق روستایی و جلوگیری از مهاجرت به شهرها
- حفظ دانش بومی کشت فندق در جنوب آلمان
- توسعه همکاری‌های دانشگاهی و تحقیقاتی در زمینه کشاورزی پایدار

### چالش‌های اجتماعی:

- میانگین سنی بالای کشاورزان فندق کار (بیش از ۶۰ سال)
- کمبود نیروی کار جوان در بخش کشاورزی
- مقاومت برخی کشاورزان در برابر تغییر روش‌های سنتی کشت

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

### سیاست‌های حمایتی فعلی:

#### ۱. یارانه‌های اتحادیه اروپا:

- پرداخت ۵۰۰ یورو به ازای هر هکتار کشت ارگانیک
- کمک‌های مالی برای مکانیزاسیون مزارع کوچک

#### ۲. حمایت‌های دولتی آلمان:

- معافیت‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاری در فناوری‌های کشاورزی
- برنامه‌های آموزشی رایگان برای کشاورزان
- تأمین مالی پروژه‌های تحقیقاتی دانشگاهی

#### ۳. سیاست‌های تجاری:

- تعرفه گمرکی ۱۰٪ بر واردات فندق غیرارگانیک
- تسهیل صادرات محصولات فرآوری شده فندق

#### کاستی‌های سیاستی:

- عدم حمایت کافی از بازاریابی محصولات داخلی
- بوروکراسی پیچیده برای دریافت کمک‌های مالی
- نبود برنامه جامع توسعه صنعت فندق در سطح ملی

## ۲-۱۵- جمع‌بندی و آینده بازار فندق در آلمان

#### جمع‌بندی وضعیت فعلی:

- بازار ۲۳۰ میلیون یورویی با رشد سالانه ۳-۵٪
- وابستگی ۹۵٪ به واردات (عمدتاً از ترکیه)
- تولید محدود در مناطق جنوبی با کیفیت بالا

#### روندهای آتی:

##### ۱. رشد تقاضا:

- افزایش ۴۰٪ تقاضا برای محصولات گیاهی تا ۲۰۳۰
- توسعه بازار شیر و کره فندق

##### ۲. توسعه تولید:

- افزایش سهم تولید داخلی به ۶-۸٪ تا ۲۰۳۰
- گسترش کشت به مناطق شمالی با گرمایش جهانی

##### ۳. تحولات تکنولوژیک:

- استفاده گسترده از هوش مصنوعی در مدیریت مزارع
- توسعه ارقام مقاوم به بیماری‌ها و تغییرات اقلیمی

#### سناریوهای محتمل:

##### • سناریو خوشبینانه:

- افزایش سرمایه‌گذاری و رشد تولید داخلی
- توسعه صادرات محصولات با ارزش افزوده

##### • سناریو محافظه کارانه:

- تداوم وابستگی به واردات
- رشد محدود تولید در مناطق سنتی

##### • سناریو بدبینانه:

- کاهش تولید به دلیل تغییرات اقلیمی
- افزایش قیمت‌ها به دلیل بحران‌های جهانی

#### راهکارهای استراتژیک:

۱. توسعه زنجیره ارزش کامل از کشت تا فرآوری
  ۲. افزایش همکاری بین دانشگاه‌ها، کشاورزان و صنعت
  ۳. بهبود بازاریابی برای محصولات فندق آلمانی
  ۴. جذب سرمایه‌گذاری خارجی در بخش فرآوری
- صنعت فندق آلمان با وجود چالش‌ها، پتانسیل رشد قابل توجهی دارد، به ویژه در بخش‌های با ارزش افزوده بالا و محصولات ارگانیک. موفقیت این صنعت در گرو همکاری نزدیک بین بخش دولتی، خصوصی و تحقیقاتی است.

### **فصل ۳**

## **دید کلی صادرات از ایران به آلمان و بررسی فرصت ها، چالش ها و نقاط ضعف و قدرت**

### ۳-۱- تحلیل بازار مصرف فندق در آلمان

بازار فندق آلمان یکی از بزرگ‌ترین و پویاترین بازارهای اروپا محسوب می‌شود که تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله تغییر ذائقه مصرف‌کنندگان، روندهای سلامت‌محور و توسعه صنایع غذایی قرار دارد.

۱. حجم و ارزش بازار:

- ارزش بازار: حدود ۲۳۰ میلیون یورو در سال (۲۰۲۳)
- مصرف سالانه: بیش از ۵۰,۰۰۰ تن
- سرانه مصرف ۶۵۰ گرم به ازای هر نفر (بالاتر از میانگین اروپایی که ۴۵۰ گرم است)

۲. بخش‌بندی مصرف‌کنندگان:

- صنایع غذایی: (۷۰٪)
  - شکلات و شیرینی‌جات (۴۵٪)
  - آجیل و تنقلات (۳۰٪)
  - محصولات گیاهی مانند شیر فندق (۱۵٪)
  - صنایع آرایشی و بهداشتی (۱۰٪)
- مصرف خانگی: (۳۰٪)
  - آجیل خام
  - فندق بوداده

۳. روندهای کلیدی بازار:

- رشد محصولات ارگانیک: سالانه ۱۲٪
- تقاضا برای محصولات گیاهی: شیر فندق با رشد ۵۰٪ در پنج سال اخیر
- محصولات لوکس: شکلات‌های فندقی با برندهای آلمانی مانند Lindt و Ritter Sport

۴. عوامل مؤثر بر مصرف:

- افزایش توجه به سلامت: کاهش مصرف شکر و افزایش تقاضا برای فندق طبیعی
- تغییرات جمعیتی: جمعیت مسن‌تر به دنبال محصولات مغذی
- تأثیر شبکه‌های اجتماعی: تبلیغات محصولات گیاهی و ارگانیک

### ۳-۲- بررسی صنایع مرتبط با فندق در آلمان

صنعت فندق در آلمان به عنوان یک ماده اولیه کلیدی، نقش حیاتی در چندین صنعت مهم ایفا می‌کند:

۱. صنعت شکلات و شیرینی‌جات

- سهم مصرف فندق ۴۵٪ از کل فندق وارداتی
- شرکت‌های عمده:
  - Ferrero (تولیدکننده نوتلا و کیندر): سالانه ~۱۲,۰۰۰ تن فندق مصرف می‌کند
  - Ritter Sport: استفاده از فندق در ۶۰٪ محصولات
  - Lindt & Sprüngli: مصرف سالانه ۸,۰۰۰ تن
- روندهای جدید:

- توسعه محصولات پریمیوم با درصد فندق بالا
- تقاضا برای فندق ارگانیک در شکلات‌های لوکس

۲. صنعت آجیل و تنقلات

- سهم بازار ۳۰٪: مصرف فندق
- برندهای شاخص:
- Seeberger: پیشرو در بازار آجیل بسته‌بندی شده
- Alnatura: تمرکز بر محصولات ارگانیک
- تحولات:
- رشد ۲۰٪ در بخش اسنک‌های فندقی در ۳ سال اخیر
- عرضه محصولات ترکیبی (فندق+میوه خشک)

### ۳. صنایع لبنیات گیاهی

- مصرف در بخش شیرینی‌پزی ۱۵٪:
- کاربردهای نوین:
- شیر فندق: رشد سالانه ۵۰٪
- کره و پنیر گیاهی بر پایه فندق
- شرکت‌های پیشرو:
- Oatly خط تولید شیر فندق
- Bedda تولید پنیر گیاهی

### ۴. صنایع آرایشی و بهداشتی

- مصرف روغن فندق ۱۰٪: از واردات
- کاربردها:
- محصولات مراقبت از پوست و مو
- مواد اولیه در صنعت عطرسازی
- برندهای فعال:
- Weleda
- Dr. Hauschka

### ۵. صنعت غذاهای آماده

- مصرف در محصولات:
- گرانولا
- موسلی
- دسرهای آماده
- روند رشد ۱۲٪: سالانه

## ۳-۳- قوانین گمرکی و تعرفه‌های واردات فندق به آلمان

### ۱. ساختار تعرفه‌ای در اتحادیه اروپا

- کد تعرفه ۰۸۰۲,۲۲,۰۰ (HS Code): فندق پوست‌کنده
- نرخ پایه تعرفه ۶,۴٪: برای کشورهای بدون ترجیح

### ۲. شرایط ویژه برای ایران

- تحت تحریم‌های اتحادیه اروپا: خیر (فندق مشمول تحریم نیست)
- مزیت‌های احتمالی:

- امکان استفاده از سیستم تعرفه‌ای عمومی (GSP)
- نرخ ترجیحی برای برخی محصولات فرآوری شده

### ۳. الزامات فنی و بهداشتی

- مقررات اصلی:
  - استانداردهای EU No ۲۰۱۷/۲۱۵۸ حداکثر مجاز آفاتوکسین
  - مقررات (EC) No ۱۸۸۱/۲۰۰۶ حداکثر باقیمانده سموم
- آزمایشات اجباری:
  - تست آفاتوکسین حداکثر ۴ppb برای B۱ و ۱۰ppb برای کل
  - بررسی باقیمانده سموم (حدود ۵۰۰ نوع سم مختلف)

### ۴. پروسه گمرکی

#### ۱. مدارک مورد نیاز:

- گواهی بهداشت گیاهی (Phytosanitary Certificate)
- گواهی مبدأ (Certificate of Origin)
- آنالیز آزمایشگاهی (با تأیید آزمایشگاه‌های معتبر)

#### ۲. مراحل ترخیص:

- بازرسی فیزیکی احتمالی (۲۰٪ محموله‌ها)
- آزمایش نمونه‌های تصادفی

#### ۳. زمان متوسط ترخیص:

- ۳-۵ روز کاری برای محموله‌های استاندارد
- تا ۲ هفته برای محموله‌های نیازمند آزمایش

### ۵. هزینه‌های اضافی

- هزینه آزمایش ۴۰۰-۲۰۰ یورو به ازای هر محموله
- حقوق گمرکی اضافی:
  - ۱۲٪ برای محصولات فرآوری نشده
  - ۸٪ برای محصولات فرآوری شده (پوست‌کنده، خلال شده)

### ۶. راهکارهای بهینه‌سازی هزینه‌ها

- استفاده از کارنه‌تیر (TIR) کاهش هزینه‌های حمل زمینی
- انجام آزمایش‌ها در ایران: با آزمایشگاه‌های مورد تأیید EU
- بسته‌بندی مطابق استاندارد: جلوگیری از هزینه‌های دوباره‌کاری

### ۷. تغییرات پیش‌بینی شده

- سیاست‌های جدید سبز اتحادیه اروپا:
  - مالیات کربن احتمالی بر حمل‌ونقل
  - الزامات سختگیرانه‌تر برای بسته‌بندی‌های پایدار

## ۳-۴- فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت فندق آلمان

صنعت فندق آلمان با وجود وابستگی به واردات، فرصت‌های مناسبی برای سرمایه‌گذاران دارد.

#### ۱. کشت و تولید:

- کشت ارگانیک:

- قیمت بالاتر (۳۰-۴۰٪ بیشتر از فندق معمولی)
- حمایت دولتی از طریق یارانه‌های اتحادیه اروپا
- توسعه فناوری‌های کشاورزی:
- استفاده از ربات‌های برداشت و سیستم‌های آبیاری هوشمند
- ۲. صنایع تبدیلی:
- تولید محصولات با ارزش افزوده:
- روغن فندق (مورد استفاده در صنایع آرایشی و غذایی)
- کره و شیر فندق (بازار در حال رشد گیاهخواران)
- توسعه محصولات لوکس:
- شکلات‌های اختصاصی با فندق آلمانی
- ۳. زنجیره تأمین و توزیع:
- ایجاد مراکز جمع‌آوری و فرآوری محلی:
- کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل برای کشاورزان کوچک
- فروش مستقیم به مصرف‌کننده (DTC):
- از طریق پلتفرم‌های آنلاین و بازارهای محلی
- ۴. تحقیق و توسعه:
- توسعه ارقام مقاوم:
- فندق‌های مقاوم به بیماری و تغییرات آب‌وهوایی
- بسته‌بندی‌های نوین:
- افزایش ماندگاری و جذابیت برای مصرف‌کننده

### ۳-۵- استراتژی‌های بازاریابی برای ورود به بازار آلمان

ورود به بازار فندق آلمان نیازمند استراتژی‌های هوشمندانه بازاریابی است.

۱. تحلیل رقبا و جایگاه‌یابی:
- رقبای اصلی:
- برندهای ترکیه‌ای (Olam Progida)
- تولیدکنندگان ایتالیایی و آلمانی
- نقاط تمایز:
- کیفیت بالاتر (فندق ارگانیک)
- تنوع محصولات (مثل فندق طعم‌دار)
۲. استراتژی قیمت‌گذاری:
- قیمت رقابتی برای محصولات پایه:
- نزدیک به قیمت فندق ترکیه
- قیمت premium برای محصولات ارگانیک و خاص:
- ۲۰-۳۰٪ بالاتر از میانگین بازار
۳. کانال‌های توزیع:
- فروش به سوپرمارکت‌های زنجیره‌ای:
- مانند Rewe و Edeka



- همکاری با برندهای غذایی آلمانی:
  - تأمین فندق برای شرکت‌هایی مانند Ritter Sport
- فروش آنلاین:
  - از طریق Amazon.de و وبسایت‌های اختصاصی
- ۴. تبلیغات و ترویج:
  - بازاریابی محتوایی:
    - تأکید بر فواید سلامت فندق
  - همکاری با اینفلوئنسرهای سلامت:
    - معرفی محصولات به جامعه گیاهخواران
  - شرکت در نمایشگاه‌های غذایی:
    - مانند Anuga در کلن

### ۳-۶- نمونه‌های شرکت‌های موفق در بازار فندق آلمان

چند شرکت آلمانی و بین‌المللی در این بازار پیشرو هستند.

#### ۱. Seeberger:

- تخصص: تولید آجیل و خشکبار
- نقاط قوت:
  - استفاده از فندق ارگانیک
  - تنوع محصولات (فندق خام، بوداده، طعم‌دار)

#### ۲. Ritter Sport:

- تخصص: شکلات‌های فندقی
- نقاط قوت:
  - استفاده از فندق باکیفیت در محصولات
  - برند شناخته‌شده در آلمان و اروپا

#### ۳. Alnatura:

- تخصص: محصولات ارگانیک
- نقاط قوت:
  - فروش فندق ارگانیک در سوپرمارکت‌های زنجیره‌ای

#### ۴. Ferrero آلمان:

- تخصص: محصولات شکلاتی (نوتلا، کیندر)
- نقاط قوت:
  - واردات حجم بالای فندق از ترکیه و فراوری در آلمان

۵. شرکت‌های کوچک و نوپا:

#### • مثال HazelNuts Germany :

- تولید فندق ارگانیک محلی
- فروش مستقیم به مصرف‌کننده از طریق آنلاین

### ۳-۷- فرصت‌های رشد در بازار آلمان

۱. رشد تقاضا برای محصولات سالم و ارگانیک
  - بازار محصولات ارگانیک در آلمان سالانه ۱۲٪ رشد دارد.
  - مصرف‌کنندگان آلمانی حاضرند ۲۰-۳۰٪ بیشتر برای فندق ارگانیک پرداخت کنند.
  - فرصت برای تولیدکنندگانی که بتوانند گواهی‌های ارگانیک (مانند EU-Bio-Siegel) دریافت کنند.
۲. گسترش محصولات گیاهی و جایگزین‌های لبنی
  - بازار شیر فندق تا ۲۰۲۷ به ۱۲۰ میلیون یورو خواهد رسید.
  - تقاضا برای کره و پنیر گیاهی مبتنی بر فندق در حال افزایش است.
۳. توسعه فناوری در کشاورزی و فرآوری
  - استفاده از هوش مصنوعی برای پیش‌بینی بیماری‌ها و بهینه‌سازی آبیاری.
  - ربات‌های برداشت می‌توانند هزینه‌های تولید را ۳۰٪ کاهش دهند.
۴. افزایش محبوبیت شکلات‌های premium فندق
  - برندهای آلمانی مانند Ritter Sport و Lindt به دنبال فندق باکیفیت‌تر هستند.
  - فرصت برای تأمین‌کنندگانی که بتوانند فندق با طعم و کیفیت ثابت ارائه دهند.
۵. اکوتوریسم و فروش مستقیم از مزرعه به مصرف‌کننده
  - مزارع فندق در بادن-وورتمبرگ می‌توانند به جاذبه‌های گردشگری تبدیل شوند.
  - فروش آنلاین فندق محلی از طریق پلتفرم‌هایی مانند Amazon.de.

### ۳-۸- تحلیل رقابتی در بازار فندق آلمان

۱. بازیگران اصلی بازار

| سهم بازار | استراتژی               | شرکت‌ها                         | رده                  |
|-----------|------------------------|---------------------------------|----------------------|
| ۶۰٪       | قیمت رقابتی، حجم بالا  | (Olam Progidia ترکیه، Ferrero)، | واردکنندگان بزرگ     |
| ۵٪        | کیفیت بالا، ارگانیک    | Seeberger, HazelNuts Germany    | تولیدکنندگان محلی    |
| ۳۵٪       | محصولات با ارزش افزوده | Ritter Sport, Alnatura          | برندهای غذایی آلمانی |

۲. نقاط قوت و ضعف رقبا

- ترکیه:
  - قیمت پایین‌تر (۱.۵ یورو/کیلو در مقابل ۴ یورو/کیلو در آلمان).
  - وابستگی به آب و هوای مدیترانه‌ای (در معرض خشکسالی).
- آلمان:
  - کیفیت بالا و استانداردهای سختگیرانه.
  - هزینه تولید بالا و محدودیت زمین.

۳. استراتژی‌های رقابتی مؤثر

- تمایز از طریق کیفیت: فندق ارگانیک با گواهی‌های معتبر.
- تخصص‌گرایی: تولید محصولات خاص مانند فندق دودی یا طعم‌دار.
- همکاری با برندهای محلی: مثلاً تأمین فندق برای شکلات‌سازان آلمانی.

### ۳-۹- چالش‌های صادرات فندق به آلمان

۱. مقررات سختگیرانه اتحادیه اروپا
  - نیاز به گواهی‌های متعدد:
    - ارگانیک (EU-Bio-Siegel)
    - عدم وجود آفت‌کش‌های ممنوعه
    - بسته‌بندی مطابق با استانداردهای زیست‌محیطی
۲. رقابت با تولیدکنندگان ترکیه و ایتالیا
  - ترکیه ۵۵٪ بازار فندق آلمان را کنترل می‌کند.
  - هزینه حمل‌ونقل از کشورهای غیراروپایی می‌تواند ۲۰٪ به قیمت نهایی اضافه کند.
۳. تغییرات نرخ ارز و قیمت جهانی
  - نوسانات قیمت فندق در بازار جهانی (مثلاً افزایش ۵۰٪ در سال ۲۰۲۱).
  - کاهش ارزش یورو می‌تواند صادرات به آلمان را گران‌تر کند.
۴. ترجیح مصرف‌کننده آلمانی به محصولات محلی
  - ۷۰٪ آلمانی‌ها ترجیح می‌دهند محصولات محلی بخرند، حتی اگر گران‌تر باشد.
  - نیاز به بازاریابی قوی برای متقاعد کردن مصرف‌کنندگان.
۵. راهکارهای غلبه بر چالش‌ها
  - شریک‌شدن با توزیع‌کنندگان محلی برای کاهش هزینه‌های بازاریابی.
  - شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی مانند Anuga در کلن.
  - تولید محصولات سفارشی برای برندهای آلمانی.

### ۳-۱۰- استراتژی‌های موفق برای ورود به بازار آلمان

۱. استراتژی محصول:
  - تمرکز بر کیفیت بالا: ارائه فندق با کیفیت ممتاز (اندازه یکنواخت، طعم مطلوب، عاری از آفات)
  - محصولات ارگانیک: اخذ گواهی‌های بین‌المللی ارگانیک (EU Organic, Bio-Siegel)
  - تنوع محصولی: تولید انواع فندق (خام، بوداده، طعم‌دار، خلال شده)
۲. استراتژی قیمت‌گذاری:
  - قیمت رقابتی ۱۵-۱۰٪ پایین‌تر از فندق اروپایی با کیفیت مشابه
  - سیاست قیمت‌گذاری پلکانی: تخفیف برای خریدهای عمده
  - قیمت‌گذاری ممتاز: برای محصولات خاص و ارگانیک
۳. استراتژی توزیع:
  - همکاری با واردکنندگان محلی: استفاده از شبکه توزیع موجود
  - فروش مستقیم به تولیدکنندگان: همکاری با کارخانجات شکلات‌سازی
  - کانال‌های آنلاین: فروش از طریق پلتفرم‌های B2B و B2C
۴. استراتژی بازاریابی:
  - شرکت در نمایشگاه‌ها: مانند Anuga و ISM
  - بازاریابی دیجیتال: استفاده از LinkedIn و پلتفرم‌های تخصصی

- برندسازی :ایجاد هویت مستقل برای فندق ایرانی

### ۳-۱۱- فرصت‌های صادراتی فندق ایران به آلمان

۱. مزیت‌های رقابتی ایران:
  - کیفیت بالا :فندق ایرانی به‌ویژه از مناطق شمالی کشور
  - قیمت رقابتی :هزینه تولید پایین‌تر نسبت به اروپا
  - ظرفیت تولید :ایران یکی از تولیدکنندگان بزرگ فندق جهان
۲. بازارهای هدف در آلمان:
  - صنعت شکلات‌سازی :نیاز سالانه ۳۰,۰۰۰ تن
  - تولیدکنندگان شیرینی و نان :مصرف ۱۵,۰۰۰ تن در سال
  - بازار محصولات ارگانیک :رشد سالانه ۱۲%
۳. محصولات با ارزش افزوده:
  - فندق پوست‌کنده و خلال شده
  - فندق بوداده و طعم‌دار
  - روغن و کره فندق

### ۳-۱۲- راهکارهای بازاریابی برای فندق ایرانی در بازار آلمان

۱. استراتژی‌های دیجیتال:
  - وبسایت حرفه‌ای :به زبان آلمانی با اطلاعات کامل
  - فروش آنلاین :از طریق Amazon.de و دیگر پلتفرم‌ها
  - رسانه‌های اجتماعی :اینستاگرام و LinkedIn
۲. روابط عمومی و تبلیغات:
  - مقالات تخصصی :در مجلات صنایع غذایی
  - نمونه‌گیری رایگان :برای تولیدکنندگان بزرگ
  - همکاری با اینفلوئنسرها :در حوزه تغذیه سالم
۳. بسته‌بندی و برندینگ:
  - طراحی حرفه‌ای :مطابق با سلیقه اروپایی
  - اطلاعات کامل :مواد تشکیل‌دهنده، ارزش غذایی
  - گواهی‌های کیفیت :نمایش واضح استانداردها

### ۳-۱۳- چشم‌انداز آینده صادرات فندق از ایران به آلمان

۱. عوامل مثبت:
  - افزایش تقاضا :رشد بازار محصولات گیاهی در آلمان
  - توسعه فناوری :بهبود کیفیت فرآوری در ایران
  - توافق‌های تجاری :امکان توسعه همکاری‌ها
۲. چالش‌های پیش‌رو:

- رقابت با ترکیه: سهم ۵۵٪ از بازار آلمان
- مقررات سختگیرانه: استانداردهای اتحادیه اروپا
- نوسانات ارزی: تأثیر بر قیمت تمام شده

۳. پیش‌بینی‌ها:

- رشد ۵-۷٪ سالانه: در صورت اجرای استراتژی‌های مناسب
- سهم بازار ۳-۵٪: تا سال ۲۰۲۷ قابل دستیابی است
- ارزش صادرات: پتانسیل رسیدن به ۲۰-۳۰ میلیون یورو سالانه

### ۳-۱۴- نتیجه‌گیری

۱. جمع‌بندی نکات کلیدی:

- بازار آلمان فرصت‌های قابل توجهی برای فندق ایرانی دارد
- کیفیت بالا و قیمت رقابتی مزیت‌های اصلی ایران هستند
- بازاریابی هوشمندانه و رعایت استانداردها ضروری است

۲. توصیه‌های استراتژیک:

- سرمایه‌گذاری در فرآوری: افزایش ارزش افزوده
- تقویت برند ایرانی: ایجاد تمایز در بازار
- توسعه روابط تجاری: با خریداران آلمانی

۳. چشم‌انداز نهایی:

با اجرای برنامه‌ریزی دقیق و استفاده از مزیت‌های رقابتی، فندق ایرانی می‌تواند سهم قابل توجهی از بازار آلمان را به دست آورد. موفقیت در این بازار نیازمند تلاش مستمر، کیفیت ثابت و تطابق با استانداردهای بین‌المللی است.

## **فصل ۴:**

### **بررسی انواع بسته بندی فندق در بازار آلمان و رقبای موجود**

بازار فندق در آلمان به‌ویژه در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی داشته است و فندق به‌عنوان یکی از محصولات خشکبار محبوب، جایگاه خاصی در سبد غذایی مردم دارد. بسته‌بندی فندق یکی از عوامل کلیدی در موفقیت فروش این محصول است و تأثیر زیادی در جذب مشتریان و حفظ کیفیت محصول در طول زمان دارد. در این بخش، به بررسی انواع بسته‌بندی‌های فندق در بازار آلمان و رقبای موجود در این صنعت می‌پردازیم.

#### ۴-۱- انواع بسته بندی فندق در بازار آلمان

- ۱. بسته‌بندی‌های مصرفی: (Retail Packaging)
  - بسته‌های کوچک (۱۰۰-۲۵۰ گرم):
    - مناسب برای مصرف خانگی
    - معمولاً در سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای
    - جنس: پلاستیک مقاوم یا ترکیب پلاستیک و فویل
  - بسته‌های میان‌رده (۵۰۰ گرم تا ۱ کیلوگرم):
    - برای خانواده‌ها و مصرف‌کنندگان حرفه‌ای
    - اغلب در بسته‌بندی‌های مقوایی با پنجره پلاستیکی
  - بسته‌های لوکس و هدیه:
    - طراحی ویژه برای مناسبت‌ها
    - جنس: قلع، شیشه یا مقوای باکیفیت
- ۲. بسته‌بندی‌های صنعتی: (Bulk Packaging)
  - کیسه‌های بزرگ (۵-۲۵ کیلوگرم):
    - برای صنایع غذایی و تولیدکنندگان
    - جنس: پلی‌پروپیلن مقاوم
  - بیگ‌ها (۵۰۰ کیلوگرم به بالا):
    - برای حمل‌ونقل دریایی و زمینی
    - مجهز به لایه‌های محافظ ضد رطوبت
- ۳. بسته‌بندی‌های خاص:
  - بسته‌های تحت اتمسفر اصلاح شده: (MAP)
    - افزایش ماندگاری محصول
    - استفاده از گازهای نیتروژن
  - بسته‌بندی‌های زیست‌تخریب‌پذیر:
    - پاسخ به تقاضای بازار برای محصولات دوستدار محیط زیست
    - مواد پایه گیاهی یا نشاسته‌ای

#### ۴-۲- ویژگی های بسته بندی موفق در بازار آلمان

- ۱. الزامات قانونی و استانداردها:

- برچسب‌گذاری مطابق مقررات اتحادیه اروپا:
  - ذرت کامل مواد تشکیل‌دهنده
  - نشان‌های ارگانیک (در صورت وجود)
  - اطلاعات تغذیه‌ای
- گواهی‌های محیط زیستی:
  - FSC برای بسته‌بندی‌های کاغذی
  - نشان‌های بازیافت
- ۲. ویژگی‌های طراحی:
  - کاربردی بودن:
    - قابلیت باز و بسته شدن آسان
    - مقاومت در برابر ضربه و رطوبت
  - جذابیت بصری:
    - رنگ‌بندی متناسب با برند
    - تصاویر با کیفیت بالا
    - فونت خوانا و استاندارد
- ۳. نوآوری در بسته‌بندی:
  - قابلیت‌های هوشمند:
    - نشانگرهای تازگی محصول
    - QR کد برای اطلاعات بیشتر
  - راهکارهای ضد تقلب:
    - هولوگرام
    - برچسب‌های امنیتی

#### ۴-۳- رقبای موجود در بازار بسته بندی فندق آلمان

۱. تولیدکنندگان داخلی آلمان:
  - Seeberger:
    - تمرکز بر بسته‌بندی‌های ارگانیک
    - طراحی مینیمال و شفاف
  - Alnatura:
    - پیشرو در بسته‌بندی‌های دوستدار محیط زیست
    - استفاده از مواد بازیافتی
۲. رقبای بین‌المللی:
  - Ferrero ایتالیا:
    - بسته‌بندی‌های لوکس برای محصولات premium
    - سرمایه‌گذاری سنگین در طراحی
  - Olam ترکیه:
    - بسته‌بندی‌های صنعتی با قیمت رقابتی
    - تنوع در سایزهای عمده



۳. تحلیل جایگاه رقابتی:

|                  |                        |        |
|------------------|------------------------|--------|
| رقبای بین‌المللی | تولیدکنندگان آلمانی    | فاکتور |
| بالا تا متوسط    | بسیار بالا             | کیفیت  |
| متوسط تا پایین   | بالا                   | قیمت   |
| تمرکز بر کارایی  | پیشرو در بسته‌بندی سبز | نوآوری |
| بسیار متنوع      | محدود                  | تنوع   |

#### ۴-۴- نتیجه‌گیری

۱. جمع‌بندی یافته‌ها:

- بازار آلمان به بسته‌بندی‌های باکیفیت و سازگار با محیط زیست اهمیت می‌دهد
- تنوع در اندازه‌ها و انواع بسته‌بندی ضروری است
- رقابت بین تولیدکنندگان محلی و بین‌المللی شدید است

۲. توصیه‌های استراتژیک:

- برای ورود به بازار خرده‌فروشی:
  - سرمایه‌گذاری بر طراحی جذاب و اطلاعات شفاف
  - اخذ گواهی‌های محیط زیستی
- برای بازار صنعتی:
  - تمرکز بر کارایی و قیمت رقابتی
  - بهبود سیستم‌های نگهداری و حمل‌ونقل

۳. چشم‌انداز آینده:

- رشد تقاضا برای بسته‌بندی‌های هوشمند و پایدار
- افزایش سهم بسته‌بندی‌های زیست‌تخریب‌پذیر
- اهمیت بیشتر قابلیت‌های ضد تقلب در بسته‌بندی

به طور کلی موفقیت در بازار بسته‌بندی فندق آلمان نیازمند ترکیبی از کیفیت بالا، نوآوری و توجه به الزامات محیط زیستی است. تولیدکنندگانی که بتوانند این عوامل را به خوبی ترکیب کنند، شانس بیشتری برای موفقیت در این بازار رقابتی خواهند داشت.

## **فصل ۵:**

### **تجزیه و تحلیل، نتیجه گیری و ارائه راهکار**

## ۵-۱- تجزیه و تحلیل کلی

| حوزه<br>کسب و کار  | عوامل درونی                                                                                                                            |                                                                                                                                        | عوامل بیرونی                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                 |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    | نقاط قوت                                                                                                                               | نقاط ضعف                                                                                                                               | فرصت ها                                                                                                                                                                        | تهدیدها                                                                                                                                         |
| تولید و صادرات     | - کیفیت بالای فندق<br>شمال ایران (گیلان)<br>- هزینه تولید پایین تر نسبت به اروپا<br>- ظرفیت تولید بالا (ایران پنجمین تولیدکننده جهانی) | - عدم یکنواختی کیفیت در برخی مناطق<br>- وابستگی به روش های سنتی کشت در بخشی از مزارع<br>- محدودیت در تأمین مالی برای توسعه باغات       | - رشد تقاضا برای محصولات ارگانیک در آلمان (سالانه ۱۲٪)<br>- افزایش محبوبیت محصولات گیاهی (شیر و کره فندق)<br>- امکان استفاده از مسیرهای ترانزیتی (ترکیه، امارات)               | - رقابت شدید با ترکیه (۵۵٪ سهم بازار آلمان)<br>- تحریم ها و محدودیت های بانکی<br>- نوسانات نرخ ارز و تورم                                       |
| فرآوری و بسته بندی | - دسترسی به فناوری های نوین فرآوری<br>- نیروی کار متخصص و ارزان<br>- تنوع اقلیمی برای تولید انواع فندق                                 | - ضعف در طراحی بسته بندی مطابق سلیقه اروپایی<br>- کمبود سرمایه گذاری در خطوط فرآوری پیشرفته<br>- عدم تطابق کامل با استانداردهای EU-Bio | - تقاضا برای بسته بندی های هوشمند و زیست تخریب پذیر در اروپا<br>- امکان همکاری با شرکت های آلمانی برای بهبود بسته بندی<br>- نمایشگاه های بین المللی (Anuga) برای معرفی محصولات | - مقررات سختگیرانه اتحادیه اروپا (HACCP, ISO ۲۲۰۰۰)<br>- افزایش هزینه های حمل و نقل به دلیل دوری مسیر<br>- رقابت با برندهای معتبر اروپایی       |
| بازاریابی و فروش   | - قیمت رقابتی در مقایسه با فندق اروپایی<br>- تجربه نسبی در صادرات به بازارهای منطقه ای                                                 | - ضعف در برندسازی بین المللی<br>- عدم آشنایی کافی با بازار آلمان<br>- شبکه توزیع محدود در اروپا                                        | - وجود پلتفرم های دیجیتال (Amazon.de, B2B)<br>- علاقه مصرف کننده آلمانی به محصولات با منشأ طبیعی<br>- امکان مشارکت در پروژه های تجاری اتحادیه اروپا                            | - تغییرات سیاست های تجاری اتحادیه اروپا<br>- کاهش قدرت خرید مصرف کننده اروپایی به دلیل تورم<br>- تبلیغات منفی رقبای دربارہ کیفیت محصولات ایرانی |
| اقتصادی و اجتماعی  | - حمایت دولت از صادرات غیرنفتی (معافیت های مالیاتی)<br>- نیروی کار جوان و فعال در بخش کشاورزی                                          | - بوروکراسی پیچیده صادرات<br>- عدم ثبات اقتصادی داخلی<br>- کمبود مشوق های دولتی برای تولیدکنندگان خرد                                  | - توافق های احتمالی تجاری با اتحادیه اروپا<br>- "Made in Iran" تقویت برند در بازارهای جهانی<br>- توسعه زیرساخت های حمل و نقل بین المللی                                        | - تحریم های احتمالی جدید - تغییرات اقلیمی و تأثیر بر تولید<br>- ریسک سیاسی در روابط بین المللی                                                  |

## تحلیل نهایی و راهکارهای استراتژیک:

### راهکارهای SO (استفاده از نقاط قوت برای بهره‌برداری از فرصت‌ها)

- توسعه صادرات فندق ارگانیک با قیمت رقابتی به بازار آلمان.
- استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای معرفی مستقیم محصول به خریداران آلمانی.

### راهکارهای ST (استفاده از نقاط قوت برای کاهش تهدیدها)

- ایجاد همکاری استراتژیک با ترکیه برای ترانزیت و کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل.
- بهبود کیفیت بسته‌بندی برای رقابت با برندهای اروپایی.

### راهکارهای WO (بهبود نقاط ضعف برای استفاده از فرصت‌ها)

- جذب سرمایه‌گذاری خارجی برای مدرنیزه کردن خطوط فرآوری.
- مشارکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی برای جبران ضعف برندسازی.

### راهکارهای WT (کاهش نقاط ضعف و اجتناب از تهدیدها)

- ایجاد تشکلهای صادراتی برای یکپارچه‌سازی کیفیت و بازاریابی.
- توسعه زنجیره سرمایه‌گذاری برای حفظ کیفیت در حمل‌ونقل طولانی.

این تحلیل نشان می‌دهد که با وجود چالش‌ها، ایران پتانسیل قابل توجهی برای حضور موفق در بازار فندق آلمان دارد، به‌ویژه با تمرکز بر کیفیت، نوآوری در بسته‌بندی و بازاریابی هوشمند.

## ۵-۲- نتیجه گیری

### ۱. جمع‌بندی عوامل کلیدی موفقیت

- کیفیت بالا و استانداردهای بین‌المللی (به‌ویژه گواهی‌های ارگانیک و EU-Bio)
- قیمت رقابتی (۱۵٪-۱۰٪ پایین‌تر از فندق اروپایی با کیفیت مشابه)
- انطباق با سلیقه مصرف‌کننده آلمانی (طراحی بسته‌بندی، تنوع محصولات)
- زنجیره تأمین پایدار (تضمین تداوم عرضه و ثبات کیفیت)

### ۲. چالش‌های اصلی و راهکارهای مقابله

| چالش                           | راهکار پیشنهادی                                                       |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| رقابت با ترکیه و ایتالیا       | تمرکز بر کیفیت ممتاز و محصولات خاص (ارگانیک، طعم‌دار)                 |
| مقررات سختگیرانه اتحادیه اروپا | اخذ گواهی‌های لازم (HACCP, ISO ۲۲۰۰۰) و همکاری با آزمایشگاه‌های معتبر |
| هزینه‌های حمل‌ونقل             | استفاده از مسیرهای بهینه (ترانزیت از ترکیه یا امارات)                 |
| برندسازی ضعیف                  | مشارکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی (Anuga, ISM) و بازاریابی دیجیتال    |

### ۳. پتانسیل‌های ایران

- تنوع اقلیمی: فندق شمال ایران (گیلان و آذربایجان) از نظر طعم و کیفیت قابل رقابت با فندق ترکیه است.
- هزینه تولید پایین: نیروی کار و زمین ارزان‌تر نسبت به اروپا.
- ظرفیت صادراتی: ایران یکی از ۵ تولیدکننده بزرگ فندق جهان است.

## ۵-۳- استراتژی‌های پیشنهادی برای موفقیت در بازار فندق آلمان

### ۱. استراتژی محصول

- تمرکز بر محصولات با ارزش افزوده:
  - فندق پوست‌کنده و خلال شده (آماده برای صنایع غذایی)
  - فندق ارگانیک با گواهی‌های معتبر
  - محصولات نوین مانند شیر و کره فندق (برای بازار گیاهخواران)
- بهبود فرآوری و بسته‌بندی:
  - استفاده از تکنولوژی MAP (بسته‌بندی تحت اتمسفر اصلاح شده) برای افزایش ماندگاری
  - طراحی بسته‌بندی مطابق سلیقه اروپایی (مینیمال، شفاف، زیست‌تخریب‌پذیر)

### ۲. استراتژی قیمت‌گذاری

- قیمت رقابتی برای بازار انبوه:
  - ۱۵٪-۱۰٪ ارزان‌تر از فندق اروپایی با کیفیت مشابه
- قیمت پرمیوم برای محصولات خاص:
  - فندق ارگانیک و محصولات فرآوری شده (۲۰٪-۳۰٪ گران‌تر)
- تخفیف‌های عمده برای خریداران کلیدی:
  - همکاری بلندمدت با برندهای آلمانی مانند Ritter Sport

### ۳. استراتژی توزیع

- همکاری با واردکنندگان محلی آلمانی:
  - کاهش ریسک ورود به بازار
  - استفاده از شبکه توزیع موجود
- فروش مستقیم به صنایع غذایی:
  - هدف قرار دادن کارخانجات شکلات‌سازی و شیرینی‌پزی
- کانال‌های آنلاین:
  - فروش از طریق پلتفرم‌های BYB مانند Alibaba و EUROPAGES

### ۴. استراتژی بازاریابی

- دیجیتال مارکتینگ:
  - وبسایت حرفه‌ای به زبان آلمانی
  - تبلیغات هدفمند در LinkedIn و Google Ads
- شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی:
  - نمایشگاه Anuga (کلن) و ISM (دوسلدورف)
- روابط عمومی:
  - انتشار مقالات تخصصی در مجلات صنایع غذایی آلمان
  - نمونه‌گیری رایگان برای خریداران بالقوه

### ۵. استراتژی بلندمدت

- ایجاد برند ایرانی فندق:
  - توسعه هویت بصری منحصر به فرد (مانند "فندق ایرانی" با نشان جغرافیایی)
- سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه:
  - تولید ارقام مقاوم به بیماری‌ها برای افزایش عملکرد

- بهینه‌سازی فرآوری برای کاهش ضایعات
- همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی آلمان:
- پروژه‌های مشترک برای بهبود کیفیت و بسته‌بندی

به طور کلی برای موفقیت در بازار فندق آلمان، ایران باید:

۱. کیفیت را قربانی قیمت پایین نکند (مصرف‌کننده آلمانی به کیفیت اهمیت می‌دهد).
  ۲. از مزیت هزینه تولید پایین بهره‌برد، اما محصولات را با استانداردهای اروپایی تطبیق دهد.
  ۳. به صورت بلندمدت سرمایه‌گذاری کند (برندسازی، روابط تجاری، نوآوری)
- با اجرای این استراتژی‌ها، ایران می‌تواند تا ۲۰۲۷ سهم ۳-۵٪ از بازار فندق آلمان را به دست آورد که معادل ۲۰-۳۰ میلیون یورو در سال خواهد بود.

## منابع

- (۱) سایت FAO
- (۲) سایت tradeMap
- (۳) گزارش سال ۱۴۰۳ خوشه فندق گیلان
- (۴) گمرک جمهوری اسلامی ایران: [www.irica.ir](http://www.irica.ir)
- (۵) وزارت بازرگانی آلمان (MOFCOM)
- (۶) اداره گمرک آلمان (GACC)
- (۷) پایگاه داده WTO Tariff Download
- (۸) سایت tridge