گفتگو با گونجن جان، تاجر هندی پسته ایران در اجلاس چین

علاقمندی بازار هند به پسته ایران



معمولاً در مجامع پسته ایران پس از بازار چین از بازار هند یاد می‌شود. به زعم بسیاری، این بازار پتانسیل زیادی دارد و توجه خاصی می‌طلبد. یک پای شناخت این بازار، گفتگو با تجار فعال در این حوزه است. در اجلاس چین نقش هندی‌ها از بابت بادام هندی پررنگ بود، البته خونگرمی و حسن معاشرت «گونجن جان» موجب ترتیب دادن گفتگویی در زمینه تجارت پسته با وی شد که در ادامه جزئیات پرسش و پاسخ‌های رد و بدل شده را می‌خوانید.

لطفاً خودتان را معرفی کنید و از فعالیت‌تان در زمینه پسته بگویید؟

من گونجن جان (Gunjan Jain) هستم از شرکت وی کی اس (VKS) و چهارمین نسلی هستم که اداره این شرکت که در زمینه مغزجات آجیلی و میوه‌های خشک فعالیت می‌کند را برعهده دارم. در حال حاضر ما بزرگترین شرکت فرآوری مغزجات آجیلی و میوه‌های خشک در هند هستیم. ما همه کارهای مربوط به بسته‌بندی و ارائه این محصولات را به همه سوپرمارکت‌ها تحت برند خودمان و همچنین سایر برندهای خصوصی انجام می‌دهیم. نام برند ما «نات راج» است؛ «نات» به معنای آجیل و «راج» به معنای سلطان است؛ معنی برند ما «سلطان آجیل‌ها» است. دفتر مرکزی شرکت ما در دهلی است، اما تجهیزات فرآوری ما در شهر اینجامو و دهلی است و دفتر پخش ما در بمبئی است که کار پخش در سرتاسر هند را عهده‌دار است.

چه شد که شما کار با پسته را شروع کردید؟

کسب و کار اصلی شرکت خانوادگی ما در گذشته تجارت گردو بوده و در حقیقت ما بزرگترین صادرکننده بزرگ گردوی هند بوده‌ایم. زمانی که من به شرکت ملحق شدم، تصمیم بر این شد که فعالیت‌مان را گسترش دهیم. در حالی که تا کنون ۳۵ درصد از محصول گردوی هند را در دست داشته‌ایم برای توسعه بیشتر به تجارت سایر محصولات روی آوردیم. بنابراین از سال ۲۰۰۵ قدم به این وادی گذاشتیم که سایر محصولات را بفروشیم و امروز بیشترین سهم در بازار پسته هند از آن ما است.

میزان محبوبیت آجیل‌های درختی، خصوصاً پسته در هند چگونه است؟

هنوز بازار آجیل‌های درختی در هند به عنوان یک بازار خاص شناخته می‌شود. همه آجیل‌ها از قبیل گردو، بادام، پسته و بادام هندی هنوز در بازار هند حجم زیادی ندارند و تنها طبقه اجتماعی که وضع مالی بهتری دارند آن را مصرف می‌کنند. البته این بازار کم‌کم دارد بزرگ می‌شود. اگر به سرانه مصرف در هند نگاه کنیم، حتی نزدیک به مصرف داخلی ایران هم نیست. اگر به آمار نگاه کنیم، هند تقریبا ۱۸ درصد جمعیت دنیا را تشکیل می‌دهد، در حالی که کشور ما مصرف‌کنندهٔ تنها ۲٫۶ درصد از آجیل و میوه‌های خشک تولیدی در دنیا است و این میزان کمی است. اما با توجه به جمعیت بالا و شناختی که از سودمندی آجیل‌ها بر سلامت انسان به وجود آمده‌است، مصرف آنها به شدت در حال افزایش است و نرخ رشد ۲۵ درصدی آن قابل انتظار است.

چه عواملی بر رفتار مصرف‌کننده هندی موثر است؟

اولین عامل قیمت است. بخش عمده‌ای از بازار هند که شامل عموم مردم است، خیلی نسبت به قیمت حساس هستند. البته بخش بالای جامعه، یعنی همان‌هایی که قیمت برایشان درجه اهمیت کمتری دارد، بخش کوچکی از جامعه هند را تشکیل می‌دهند. قشر متوسط جامعه در حال افزایش مصرف آجیل‌ها هستند، چون دارند ثروتمند می‌شوند و نسبت به اثر سودمند آجیل‌ها بر سلامت انسان آگاهی بیشتری کسب می‌کنند.

پسته کالای لوکسی است که عرضه و تقاضای جهانی قیمت آن را تعیین می کند.

همان‌طور که گفتم پسته به دلیل لوکس بودن، تقاضای محدودی در هند دارد. اگر در این لحظه واقعاً محصولی بخواهید معرفی کنید که در مسیر اصلی حرکت می‌کند، آن محصول بادام است؛ به‌طوری‌که

هندی‌ها امسال حدود ۱۸۰ هزار تن بادام مصرف می‌کنند و در مقابل تنها ۲۵ هزار تن پسته به مصرف خواهد رسید و یک شکاف در تقاضای بین دو محصول وجود دارد. اما به محض اینکه قیمت‌ها واقعی‌تر و رقابتی‌تر شوند، جریان به سمتی می‌رود که قشر متوسط جامعه، پسته بیشتر و بیشتری مصرف کنند.

آیا شما رشد اقتصادی هند را یک عامل موثر بر مصرف آجیل‌ها می‌دانید؟

بله. هم اکنون هند یکی از سریع‌ترین رشدهای اقتصادی را دارد و رشد تولید ناخالص ملی هند نزدیک به ۷ درصد است. به همین دلیل مقدار مصرف هم در حال افزایش است. این رشد مانند کشور چین نیست، اما طی ۵ تا ۸ سال آینده تبدیل به چین امروز می‌شویم.

شما بازار جهانی آجیل‌ها را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

با توجه به اینکه دنیا تبدیل به یک دهکده جهانی شده‌است، بازارها بیشتر و بیشتر به هم نزدیک شده‌اند، آربیتراژ (بهره گرفتن از تفاوت قیمت بین دو یا چند بازار برای کسب سود در مورد یک کالای مشابه) کمتر شده و هرکس از آنچه در کشورهای تولیدکننده و مبدأ اتفاق می‌افتد، خیلی سریع باخبر می‌شود و جریان اطلاعات به بازار راه پیدا می‌کند. در هر ثانیه اتفاقات از طریق شبکه‌های اجتماعی از قبیل ایمیل، واتساپ و اسنپ چت قابل دسترس هستند و به همین دلیل شرایط بسیار رقابتی است و کارایی در بخش‌های مختلف زنجیره ارزش تولید از طریق این کانال‌ها افزایش یافته‌است.

شما از دو عامل قیمت و افزایش رشد اقتصادی به عنوان عوامل موثر بر رفتار مصرف‌کننده آجیل‌ها، خصوصاً پسته در هند نام بردید. آیا عامل دیگری هم وجود دارد؟

از دید من، مهم‌ترین عامل، تبلیغ کردن آثار سودمند پسته و مغزجات بر سلامت انسان است. قیمت یک عامل است، اما نسبت به عامل ترویج سودمندی پسته بر سلامت از درجه اهمیت کمتری برخوردار است. اگر افرادی از انجمن شما بیایند و پسته ایرانی را ترویج کنند و از مزایای پسته ایرانی بگویند، مانند کاری که انجمن بادام کالیفرنیا و انجمن گردوی کالیفرنیا انجام دادند، قطعاً میزان مصرف خیلی افزایش خواهد یافت.

مردم هند پسته را به عنوان میان وعده استفاده می‌کنند یا به عنوان ماده اولیه در سایر خوراکی‌ها؟

در واقع ۸۰ درصد از پسته در هند به عنوان میان وعده استفاده می‌شود و مقدار کمی از آن به عنوان ماده اولیه در محصولاتی از قبیل بستنی‌ها و شیرینی‌جات استفاده می‌شود. یکی از امتیازات پسته ایرانی، مزه آن است و هندی‌ها واقعاً پسته ایرانی را بیشتر از نوع کالیفرنیایی آن دوست دارند.

مگر پسته به صورت خام مصرف می‌شود؟!

پسته خندان به صورت برشته و نمک‌زده‌شده به مصرف می‌رسد.

مزه پسته برشته شده و نمک زده شده ایرانی با نوع آمریکایی آن چه فرقی دارد؟

مزه‌شان خیلی متفاوت است. پسته ایرانی شیرین است و پسته آمریکایی بی مزه. پسته آمریکایی از نظر ظاهری نسبت به پسته



ایرانی خوش قیافه‌تر است. اما اکثر افراد حاضر در بازار سنتی هند، هنوز پسته ایرانی را ترجیح می‌دهند. در حال حاضر اگر قیمت پسته ایرانی و آمریکایی در یک سطح باشد، ترجیح مصرف‌کننده هندی این است که پسته ایرانی بخرد. هندی‌ها فقط در شرایطی پسته آمریکایی می‌خرند که قیمت آن خیلی پایین‌تر از پسته ایرانی باشد. اغلب افراد سنتی مزه را می‌شناسند. البته ما با مصرف‌کنندگان ارتباط تنگاتنگی داریم و می‌دانیم افرادی که جدیداً به گروه پسته‌خورها می‌پیوندند، پسته آمریکایی را به‌خاطر اندازه بزرگ آن و رنگ پوست سفیدش ترجیح می‌دهند. اما افرادی که پسته را می‌شناسند، اغلب سراغ پسته ایرانی می‌روند.

من شنیده‌ام که هندی‌ها نوع خاصی از پسته ایرانی را می‌پسندند. اگر امکان دارد درباره این موضوع توضیح دهید؟

هندی‌ها خریدار پسته اعلای ایرانی هستند و پسته‌های اکبری و خصوصاً احمداقایی را بهتر می‌پسندند و تقاضا برای رقم فندقی باپوست خیلی کم است. پسته فندقی بیشتر به صورت مغز مصرف دارد.

چرا ارقام اکبری و احمدآقایی بیشتر بازار دارند؟ آیا این امکان وجود دارد که با ترویج بتوان پسته فندقی را هم بازارپسند کرد؟

همان‌طور که گفتم پسته به دلیل قیمتش یک کالای لوکس به حساب می‌آید و تنها قشر متمکن جامعه هند که ۱ تا ۲ درصد از جمعیت را تشکیل می‌دهند مصرف‌کننده پسته هستند. برای این قشر قیمت مهم نیست، بلکه پسته‌ای را می‌خواهند که از نظر کیفیت اعلا باشد.

اگر ما پسته را از طریق ترویج سودمندی‌اش بر سلامت انسان به محبوبیت عموم برسانیم و قیمتش را رقابتی کنیم، مقدار بیشتری پسته

رقم فندقی در هند فروش خواهد رفت، همان‌گونه که در بازار چین این اتفاق افتاده است. در چنین شرایطی، قشر متوسط جامعه، پسته بیشتری مصرف خواهندکرد و میزان فروش به زودی به ۱۰۰ هزار تن خواهد رسید.

در حال حاضر، مشکلاتی که بر سر واردات پسته به هند وجود دارند چه هستند؟

اولین مسئله قابل اعتماد بودن تأمین کننده‌ها در ایران است. در گذشته ما به یکی از تأمین کننده‌ها بیعانه می‌دادیم و حین تلاطمات بازار به دردسر می‌افتادیم. اما در حال حاضر با ۵، ۶ تأمین کننده خوب ایرانی در ارتباط هستیم که حتی بدون پرداخت بیعانه، سرموقع بار را تحویل می‌دهند و مانند گذشته مشکلی بر سر کیفیت محصول تأمین شده نداریم.

از دید شما تعرفه چینی‌ها روی پسته آمریکایی چه آثاری روی بازار چین و یا احتمالاً هند دارد؟

این یک مشکل اساسی در واردات پسته آمریکا به چین به حساب می‌آید. اما تأثیری بر بازار هند نخواهد داشت. در حال حاضر تعرفه واردات پسته از آمریکا و ایران به هند یکسان و ۱۰ درصد است و این عدد خیلی کمی است.

آیا در بازار هند، پسته و بادام هندی به عنوان کالای جانشین یکدیگر محسوب می‌شوند؟

خیر. اصلاً چنین چیزی نیست. در بازار هند تنها بادام و بادام هندی به عنوان کالای جانشین به حساب می‌آیند. در هند کسانی که پسته مصرف می‌کنند به پسته نیاز دارند و اگر قیمت پسته ۲ برابر هم بشود باز هم مصرف می کنند. در قیمت‌های فعلی، اندازه بازار هند ۲۵ هزار تن پسته است و برای این گروه قیمت مطرح نیست و به هر حال مصرف کننده پسته هستند. اگر به افزایش اندازه بازار فکر می‌کنیم، باید روی قیمت‌ها کار شود. به عنوان مثال اگر قیمت پسته ۹۰۰ روپیه و بادام هندی ۷۰۰ روپیه باشد، مصرف‌کننده پسته خرید پسته را متوقف نخواهد کرد، خریداران پسته، پسته می‌خرند و علاقمندان به بادام هندی، بادام هندی را انتخاب می‌کنند.



تنها بادام و بادام هندی که به عنوان مواد اولیه در سایر خوراکی‌ها مصرف دارند، بعضی اوقات جایگزین یکدیگر می‌شوند. حتی پسته به عنوان ماده اولیه خیلی به ندرت جایگزین می‌شود و معمولاً هندی‌ها پسته که محصول گرانی است را در شیر و شیرینی می‌ریزند. شما می‌دانید تولیدکنندگان پسته با مشکل آب، هزینه‌های بالای نگهداری باغ و همچنین دوره بازگشت سرمایه طولانی مدت مواجه هستند، بنابراین طبیعی است که قیمت این کالا زیاد باشد.

قیمت پسته باید واقعی و باثبات باشد و بالا و پایین نشود و این به معنای ارزان بودن پسته نیست. این قیمت حدود ۷,۵ تا ۸,۵ دلار در هر کیلو است و این قیمت درستی است و من به قیمت کمتر از این فکر نمی‌کنم و حدس و گمان‌ها این است که به ۱۱، ۱۲ دلار در هر کیلو برسد که من فکر می‌کنم دستیابی به این قیمت‌ها سخت باشد. همان‌طور که گفتم با واقعی شدن قیمت‌ها در حدود ۷,۵ تا ۸,۵ دلار امکان افزایش فروش بسیار زیاد می‌شود.

فکر می‌کنید نقش شرکت‌هایی مانند شما در تبلیغ و ترویج مصرف پسته چیست؟

باید بگویم که تبلیغات، تغییرات بزرگی در مصرف ایجاد می‌کند. واقعاً اگر کسی در هند بخواهد فواید پسته را تبلیغ کند، می‌تواند مصرف را تحت تأثیر قرار دهد. به عنوان مثال، مجموع مصرف گردو در هند در سال ۲۰۰۵ حدود ۵ هزار تن بود، اما پس از ترویج مصرف آن، مقدار مصرف به ۴۵ هزار تن رسید و از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸ مصرف ۲ برابر شده‌است. بنابراین، به طور مشابه، اگر در مورد خواص پسته و نحوه مصرف آن تبلیغ شود، مقدار مصرف افزایش می‌یابد.

توجه کنید که شرکت‌هایی مانند ما که هم واردکننده، هم فرآوری کننده و هم بسته‌بندی‌کن باشند، تعدادشان کم است. معمولاً واردکنندگان و فراوری کننده‌ها از هم مجزا هستند. صنعت آجیل‌های درختی در هند شامل بخش‌های کوچک است و این بخش‌ها از نظر بودجه‌ای توان تبلیغات و ترویج پسته را ندارند. تجار هم علاقه‌ای به تبلیغات ندارند و تنها در حال خرید پسته، بادام، گردو و سایر محصولات هستند. تنها کسانی حاضرند کار تبلیغات را انجام دهند که برایشان نفع اقتصادی داشته باشد.

شرکت‌هایی مانند ما به خاطر برندمان علاقمند به افزایش مصرف پسته هستیم، بنابراین این علاقه از سوی شرکت ما برای تبلیغات پسته وجود دارد؛ اما ما مهارت محدودی داریم و به انجمن‌هایی مانند انجمن پسته ایران نیاز است تا بیایند و به ما در این زمینه کمک دهند.

چند درصد از پسته در هند به صورت بسته‌بندی به دست مصرف‌کننده نهایی می‌رسد؟

حدود ۹۵ درصد از پسته‌ای که به دست مصرف‌کننده نهایی می‌رسد، به‌صورت بسته‌بندی است.