SIAL InterFOOD
INSPIRE FOOD BUSINESS

سرزمین هزاران جزیره
روایت پسته در اندونزی

مهرداد آگاه - عضو هیئت‌امنا انجمن پسته ایران - تاریخ ارائه گزارش: ۱۴۰۳/۰۹/۲۸



کشور اندونزی بزرگ‌ترین مجمع‌الجزایر جهان شامل بیش از ۱۷،۰۰۰ جزیره است که در امتداد خط استوا و بین قطعه خشکی جنوب شرقی آسیا و استرالیا قرار دارد. این کشور با جمعیتی بیش از ۲۸۰ میلیون نفر و تولید ناخالص داخلی نزدیک به ۱،۵ تریلیون دلار (سرانه حدود ۵ هزار دلار) در تلاقی دو اقیانوس آرام و هند واقع شده‌است و پلی میان دو قاره آسیا و اقیانوسیه به شمار می‌آید. جاکارتا پایتخت اندونزی و پرجمعیت ترین شهر آن با جمعیت بالغ بر ۳۵ میلیون نفر با احتساب شهرهای اقماری (پس از توکیو بزرگترین شهر جهان شامل شهرهای اقماری) و تولید ناخالص داخلی حدود ۷۵۰ میلیارد دلار (معادل نیمی از تولید ناخالص داخلی اندونزی و سرانه ۲۰ هزار دلار) است که در جزیره جاوه قرار دارد و یکی از مراکز مهم اقتصادی اندونزی محسوب می‌شود. اکثریت مردم اندونزی مسلمان‌اند. تعطیلات رسمی این کشور تعطیلات سال نوی چینی، ایام کریسمس، سال نوی میلادی و تعطیلات عید فطر است. اشتراکات فرهنگی، تاریخی، سیاسی در کنار دسترسی آسان به آب‌های آزاد سبب شده تا اندونزی به‌عنوان یکی از مقاصد مناسب برای تجار ایرانی شناخته شود. میوه‌های تازه و خشک یکی از گروه‌های اصلی صادراتی ایران به اندونزی هستند. خرمای مضافتی (تازه یا خشک شده)، انجیر و انگور از مهم‌ترین این محصولات به شمار می‌روند. پسته نیز یکی از اقلام خشکبار است که با حجم بسیار کم به صورت مستقیم و غیرمستقیم از ایران به این کشور صادر می‌گردد. بر اساس آمار گمرک ایران طی ده سال گذشته، در مجموع حدود ۴۰۰ هزارتن انواع پسته به کشورهای شرق دور صادر شده که سهم صادرات به اندونزی تنها ۸۴ تن انواع پسته بوده‌است. در مقایسه با کشور رقیب، بر اساس آمار ارائه شده توسط کمیته اجرایی پسته آمریکا (ACP) طی یک دهه اخیر، از مجموع حدود ۹۰۰ هزارتن صادرات انواع پسته به کشورهای شرق دور، سهم کشور اندونزی ۷۲۵ تن انواع پسته گزارش شده‌است. به‌عبارت‌دیگر، پسته و سایر محصولات آن در بازار اندونزی هنوز جایگاه خود را پیدا نکرده‌است. نمایشگاه مواد غذایی و آشامیدنی سیال اندونزی از تاریخ ۲۳ تا ۲۶ آبان ماه امسال در شهر جاکارتا برگزار شد. مهرداد آگاه، عضو پیوسته انجمن، جهت بررسی پتانسیل‌های مصرف پسته در کشور اندونزی از این نمایشگاه بازدید کرد و گزارشی در این راستا ارائه داد که در ادامه با هم می‌خوانیم:

گزارش بازدید از نمایشگاه اندونزی و تحلیل بازار محصولات پسته

۱

نمایشگاه محصولات غذایی سیال اندونزی:

این رویداد که در شهر جاکارتا برگزار شد، بیشتر جهت مخاطبان محلی بود، تا کشورهای منطقه. البته کشورهای مختلف من‌جمله ایران، ترکیه و عربستان در نمایشگاه پاویون داشتند. بسیاری از بازدیدکنندگان صرفاً برای امتحان‌کردن نمونه‌های رایگان محصولات غذایی حضور









داشتند و تعداد کمتری از آنها خریداران یا تجار بالقوه بودند. صرف یک روز زمان، برای بازدید از کل نمایشگاه کافی است. از شرکت‌های ایرانی، چند شرکت خشکبار نیز در پاویون ایران (مطابق معمول در یکی از سالن‌های در انتهایی و دورافتادهٔ نمایشگاه) حضور داشتند.

نکات قابل‌توجه در این نمایشگاه:

- دو یا سه برند اندونزیاییِ پسته، در نمایشگاه حضور داشتند.
- قدرت خرید بازدیدکنندگان پایین بود که نشان‌دهندهٔ اهمیت راهبردی تحقیق در مورد بسته‌بندی‌های مقرون‌به‌صرفه و محصولات متناسب با ذائقه محلی است.
- بسته‌بندی و طعم محصول، به‌ویژه برای محصولات لوکس مانند پسته، باید بادقت بیشتری انتخاب شود.

۲
تحلیل شرایط جغرافیایی و اقتصادی:

اندونزی کشوری جزیره‌ای است که به دلیل توزیع جغرافیایی جمعیت و پراکندگی مناطق شهری، روند پخش و توزیع کالا در آن با چالش‌های خاصی مواجه است. برای مثال، احتمال می‌دهند در سال‌های آینده بخشی از مناطق شهر جاکارتا با جمعیت زیاد و تراکم بالا، به دلیل افزایش سطح آب غیرقابل‌سکونت شوند. این مسئله موجب شده تا تصمیماتی برای انتقال پایتخت تا سال ۲۰۴۵ میلادی به شهری جدید (با هزینه اولیه زیرساخت بیش از ۳۰ میلیارد دلار) اتخاذ شود. با این وجود، زیرساخت‌های اقتصادی فعلی، قدرت خرید پایین و پراکندگی جزیره‌ای، تأثیر مستقیمی بر پیچیدگی توزیع محصولات و مصرف دارند.

۳
شرایط و ذائقه بازار

- **مصرف پسته:** پسته در اندونزی همچنان محصولی لوکس محسوب می‌شود. قدرت خرید پایین و قیمت بالای پسته از عوامل محدودکننده مصرف گستردهٔ آن است. بسته‌بندی‌های کوچک‌تر و اقتصادی‌تر و احتمالاً پسته با انس ریزتر و تعداد بالاتر دربسته، احتمال افزایش تقاضا را بالا می‌برد.
- **ذائقه محلی:** به نظر می‌رسد فرهنگ غذایی مردم اندونزی تمایل به طعم‌های شیرین، گاهی تند، و کمتر شور دارد. این ویژگی می‌تواند در تعیین فرمولاسیون مناسب برای برشته و طعم‌دار کردن پسته با طعم‌هایِ محلی مؤثر باشد.
- **فروش و توزیع:** محصولات پسته عمدتاً به سه شکل زیر عرضه می‌شوند:

۱ سوپرمارکت‌های بزرگ (با قیمت‌هایی در بازه ۲۰ تا ۴۰ دلار به‌ازای هر کیلوگرم)؛

۲ فروشگاه‌های زنجیره‌ای کوچک محلی (اغلب باکیفیت متوسط و بسته‌بندی‌های ساده باقیمت حدود ۲۰ دلار به

یکی از بازارهای جالب‌توجه برای پسته، کانال توزیع مرتبط با سوغات حج است. مردم اندونزی پس از بازگشت از سفر حج، بخشی از سوغات خود مانند انواع متنوع خرما، کشمش، نخود، بادام، بادام‌هندی، پسته، روغن‌زیتون، شکلات، سجاده و جانماز و آب زمزم را از بازارهای داخلی خریداری می‌کنند.

ازای هر کیلوگرم)؛

۳ کانال‌های مرتبط با سوغات حج که نوعی بازار خاص و جالب‌توجه است (در بسته‌بندی‌های نیم و یک‌کیلویی باقیمت حدوداً ۱۵ دلار به ازای هر کیلوگرم که به صورت امانی جهت فروش در اختیار مغازه‌داران قرار گرفته‌است).

۴ پتانسیل رشد بازار

- **کانال سوغات حج:** یکی از بازارهای جالب‌توجه برای پسته، کانال توزیع مرتبط با سوغات حج است. مردم اندونزی پس از بازگشت از سفر حج، بخشی از سوغات خود مانند انواع متنوع خرما، کشمش، نخود، بادام، بادام‌هندی، پسته، روغن‌زیتون، شکلات، سجاده و جانماز و آب زمزم را از بازارهای داخلی خریداری می‌کنند. این بازار با بسته‌بندی‌های ساده و قیمت و سایز مناسب پتانسیل افزایش رشد را دارد.
- **بسته‌بندی‌های کوچک:** بسته‌بندی‌های ۳۰ گرمی پسته، با انس ریز و قیمت مناسب، می‌توانند راه‌حلی برای جذب بخش‌های بیشتری از بازار باشند.
- **طعم‌سازی بومی:** بررسی ترجیحات مصرف‌کنندگان اندونزیایی نشان می‌دهد که پسته با طعم‌های شیرین و یا تند ممکن است جذاب‌تر از طعم شور باشد. مطالعه و توسعه طعم‌های متناسب با فرهنگ غذایی مناطق مختلف این کشور ضرورت دارد.

۵ چالش‌ها و ملاحظات عملیاتی

- **پخش و توزیع:** پراکندگی جزایر و مشکلات زیرساختی از چالش‌های اساسی توزیع محصول در اندونزی هستند
- **شرایط رطوبتی:** شرایط جوی اندونزی (رطوبت بالا) ممکن است بر ماندگاری (Shelf Life) محصول پسته تأثیر منفی بگذارد؛ بنابراین استفاده از بسته‌بندی مناسب برای حفظ کیفیت محصول ضروری است.
- **زبان و فرهنگ:** مهارت‌های زبانی محدود در مناطق غیر توریستی و نیاز به درک فرهنگ محلی، از الزامات تجارت در این کشور هستند.

۶ نتیجه‌گیری

بازار اندونزی برای پسته ظرفیت رشد دارد، اما نه در مقیاس هند و چین (به این معنی که مصرف فعلی کمتر از هزار تن، ظرف یک دهه احتمالاً قابلیت ارتقا به ۱۰ هزار تن را دارد، اما نه ۱۰۰ هزار تن). باتوجه‌به اعتقادات فرهنگی (حتی در کلان‌شهر جاکارتا، جمعه ظهر، کسبه مغازه‌ها را هنگام نماز جماعت، رها کرده و نگران امنیت اموال خود نیستند) و امنیت نسبی، احتمالاً ریسک تجارت با اندونزی خیلی بالا نباشد. برای افزایش موفقیت در این بازار، توجه به موارد زیر ضروری است:

۱ تحقیقات میدانی برای شناسایی طعم‌های موردعلاقه و طراحی بسته‌بندی مناسب؛

۲ توسعه کانال‌های توزیع، مانند بازارهای مرتبط با سوغات حج؛

۳ ارائه محصولات در بسته‌بندی‌های کوچک‌تر و مقرون به صرفه‌تر؛

۴ تمرکز بر معرفی و ترویج محصول از طریق راهکارهای بومی‌سازی شده؛

۴ بهینه‌سازی سیستم توزیع برای غلبه بر مشکلات ناشی از پراکندگی جغرافیایی و شرایط آب‌وهوایی و رطوبت بالا.



