

به نام خدا

داده های بازار تن ماهی

تن ماهی فقط به کنسروهایی گفته می شود که با ماهی تن درست می شوند. ماهی تن در زیرشاخه Thunnini و خانواده Scombridae قرار دارد. ماهی های زیادی در زیر مجموعه این خانواده قرار دارند که ماهی های زرده، گیدر، اسبک و هوور از انواع ماهی تن مورد استفاده در ایران هستند. از آنجایی که این ماهی ها گوشت زیادی دارند، برای تهیه کنسرو مناسب هستند. در ایران به هر نوع کنسرو ماهی، تن ماهی می گویند.

ظرفیت جهانی بازار کنسرو تن ماهی

اندازه بازار جهانی کنسرو ماهی تن در سال ۲۰۲۴ به میزان ۲۸/۹۲ میلیارد دلار ارزش گذاری شده است. پیش بینی می شود که این بازار از ۲۹/۶۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۵ به ۳۶۲/۵۲ میلیارد دلار تا سال ۲۰۳۲ افزایش یابد و نرخ رشد مرکب سالانه 3.01 (CAGR) درصد را در دوره پیش بینی نشان دهد. اروپا با سهم بازار ۴۴/۰۹ درصد در سال ۲۰۲۴، بر بازار کنسرو ماهی تن تسلط داشت. برخی از تولیدکنندگان برجسته عبارتند از: Century، Bolton Group، Bumble Bee Foods، Grupo Albacore S.A.، Pacific Foods Inc.، Thai Union Group Inc.، LLC بوده اند.

رشد بازار عمدتاً با افزایش مصرف محصولات غذایی و نوشیدنی های بسته بندی شده مختلف تقویت می شود. غذاهای کنسروی شامل گوشت ها، میوه ها، سبزیجات و ماهی های مختلف هستند که از قبل پخته یا آماده پخت هستند و راحتی و مصرف آسان را فراهم می کنند. تقاضا برای محصولات غذایی آماده در سال های اخیر به دلیل سبک زندگی پرمشغله و افزایش جمعیت شاغل افزایش یافته است که مستقیماً به رشد این بازار کمک می کند.

مصرف‌کنندگان به دلیل راحتی پخت و پز ارائه شده توسط آنها، به شدت به محصولات غذایی آماده طبخ و آماده خوردن وابسته هستند. افزایش جمعیت زنان شاغل و زمان کمتر صرف شده برای پخت و پز منجر به استفاده گسترده از چنین محصولاتی از جمله غذاهای کنسرو شده و نوشیدنی‌ها شده است. جمعیت هزاره به دلیل سهولت تهیه، ارزش غذایی خوب و صرفه‌جویی در زمان آماده‌سازی غذا، تمایل زیادی به این محصولات غذایی راحت دارند. بسیاری از تولیدکنندگان بر عرضه و صدور گواهینامه‌های نوآورانه محصولات تمرکز می‌کنند تا محصولات باکیفیتی را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند و به آنها خدمات بهتری ارائه دهند. به عنوان مثال، در فوریه ۲۰۱۹، شرکت Chicken of the Sea یک فنجان جدید ماهی تن وحشی با قابلیت بسته‌بندی مجدد و قابل بازیافت تک نفره را برای پاسخگویی به تقاضای رو به رشد برای غذای بیرون‌بر در میان نسل هزاره عرضه کرد.

رشد کانال‌های تجارت الکترونیک و تقویت زنجیره تأمین در صنعت مواد غذایی تأثیر مثبتی بر تقاضا برای چنین محصولاتی داشته است. پلتفرم‌های خرید آنلاین مواد غذایی در سال‌های اخیر رشد کرده‌اند، زیرا دسترسی به محصولات غذایی فراوری شده را آسان‌تر کرده‌اند. آشنایی روزافزون با اینترنت، راه‌های جدیدی را برای تجارت الکترونیک هموار کرده است. جمعیت نسل هزاره بسیار با فناوری آشنا هستند و به دلیل خرید راحت، ترجیح می‌دهند محصولات خود را از پلتفرم‌های مختلف آنلاین خریداری کنند.

در سال‌های اخیر، مراکز خرید و فروشگاه‌های رفاهی جدید زیادی تأسیس شده‌اند که توجه مصرف‌کنندگان را به خود جلب کرده‌اند. این امر زنجیره‌های تأمین را تقویت کرده و فروش ماهی تن و سایر محصولات غذایی فراوری شده را افزایش داده است. علاوه بر این، در شرایطی مانند همه‌گیری کووید-۱۹، زمانی که مصرف‌کنندگان از مراجعه به سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های فیزیکی خودداری می‌کردند، فروش محصولات کنسروی از طریق کانال‌های تجارت الکترونیک به طور قابل توجهی افزایش یافت.

تقاضای مصرف‌کنندگان برای محصولات غذایی گیاهی، رشد بازار جهانی کنسرو ماهی تن را مختل کرده است. نگرانی‌های فزاینده زیست‌محیطی و رفاه حیوانات در بین مصرف‌کنندگان، آنها را به سمت محصولات گیاهی سوق داده است. روند رو به رشد و گانیسم در اقتصادهای در حال توسعه نیز به افزایش استفاده از محصولات گیاهی کمک کرده است. به عنوان مثال، طبق گزارشی که توسط مجمع جهانی اقتصاد منتشر شده است، ارزش محصولات «بدون گوشت» و «گیاهی» چین در سال ۲۰۲۳ به حدود ۱۲ میلیارد دلار رسید. افزایش دسترسی به جایگزین‌های مختلف گوشت ماهی گیاهی، که طعم و مزه محصولات سنتی را به دقت تکرار می‌کنند، نیز مصرف‌کنندگان را به انتخاب آنها سوق داده است. برای مثال، طبق گزارش موسسه غذای خوب، بخش گوشت گیاهی غذاهای گیاهی در ایالات متحده در سال ۲۰۲۰ شاهد رشد فروش ۴۵ درصدی بوده است. بخش ماهی تن اسکوپ‌جک به دلیل دسترسی گسترده‌تر، سهم عمده بازار را در اختیار دارد. بر اساس گونه، بازار به اسکوپ‌جک، آلباکور، زردباله، بیگ‌آی و سایر گونه‌ها تقسیم می‌شود.

در میان این گونه‌ها، اسکوپ‌جک به دلیل دسترسی گسترده به این گونه‌های تن در سطح جهان، بیشترین سهم بازار را به خود اختصاص داده است. این گونه از اهمیت تجاری بالایی برخوردار است و معمولاً در آب‌های اقیانوس گرمسیری و نیمه‌گرمسیری یافت می‌شود. علاوه بر این، این گونه‌های تن به سرعت رشد می‌کنند و پرورش آن برای استفاده تجاری نسبتاً آسان‌تر از سایر گونه‌ها است. ماهی تن زردباله یکی دیگر از گونه‌های اصلی تن است که برای تولید محصولات کنسروی استفاده می‌شود. این گونه‌های تن دارای ساختار و طعم گوشتی قوی هستند و می‌توانند در طیف وسیعی از غذاها استفاده شوند.

سایر گونه‌های تن مورد استفاده در کنسرو شامل آلباکور، بیگ‌آی و سایر گونه‌ها هستند. این گونه‌ها سرشار از پروتئین و اسیدهای چرب امگا ۳ هستند و منابع پروتئینی مقرون به صرفه‌ای را برای مصرف‌کنندگان ارائه می‌دهند.

بخش روغن سهم عمده‌ای از بازار را در اختیار دارد زیرا طعم محصولات را بهبود می‌بخشد. بر اساس روش نگهداری، بازار به آب، آب نمک و روغن تقسیم می‌شود. در میان این بخش‌ها، انتظار می‌رود روغن بیشترین سهم بازار را در دوره پیش‌بینی به خود اختصاص دهد. روغن‌هایی مانند روغن زیتون و روغن آفتابگردان در کنسروسازی برای افزودن طعم و افزایش غنای محصول استفاده می‌شوند. افزودن روغن به محصولات کنسروی به نرم و لطیف ماندن آنها کمک می‌کند. آب و آب نمک یکی دیگر از روش‌های اصلی نگهداری مورد استفاده در محصولات دریایی کنسرو شده است. استفاده از آب به حفظ طعم اصلی ماهی تن کمک می‌کند و در عین حال کالری محصولات بسته‌بندی شده را نیز کاهش می‌دهد.

بر اساس کانال توزیع بخش خرده‌فروشی به دلیل مقرون به صرفه بودن بر بازار تسلط دارد. بر اساس کانال‌های توزیع، بازار به خدمات غذایی و خرده‌فروشی {سوپرمارکت/هایپرمارکت، فروشگاه‌های رفاه، فروشگاه‌های تخصصی و خرده‌فروشی آنلاین} تقسیم می‌شود. کانال‌های خرده‌فروشی به دلیل افزایش مقرون به صرفه بودن و دسترسی گسترده‌تر به محصول در قالب کنسرو، بیشترین سهم بازار را به خود اختصاص می‌دهند. سوپرمارکت‌ها/هایپرمارکت‌ها به دلیل طیف گسترده‌ای از محصولات موجود در یک فروشگاه، کانال‌های ترجیحی برای خرید محصولات ضروری و غیرضروری هستند. وجود قفسه‌های مجزا از محصول و طرح‌های بسته‌بندی متنوع ماهی تن که توسط فروشندگان عمده ارائه می‌شود، تجربه خرید مصرف‌کنندگان را بهبود می‌بخشد. در کنار این، این فروشگاه‌ها گزینه‌های خرید راحتی را ارائه می‌دهند، زیرا محصولات مختلف ماهی تن در برندها و محدوده‌های قیمتی مختلف موجود است. شهرنشینی سریع و تغییر سبک زندگی منجر به تأسیس بسیاری از فروشندگان عمده جدید شده است که توجه مصرف‌کنندگان را به خود جلب کرده است. ظهور محصولات نانوبی بدون آلرژن و بدون گلوتن نیز تأثیر مثبتی بر بازار داشته است. بازاریابان بر توسعه بخش‌های مدرن تجارت و خرده‌فروشی تمرکز می‌کنند تا یک تجربه خرید راحت و مقرون به صرفه را برای مصرف‌کنندگان

فراهم کنند. فروشگاه‌های تخصصی و کانال‌های تجارت الکترونیک نیز به دلیل مواجهه گسترده مصرف‌کنندگان با پلتفرم‌های مختلف خرید محصول در اینترنت و فروشگاه‌های خرده‌فروشی تخصصی، محبوبیت بیشتری پیدا می‌کنند. خرده‌فروشی آنلاین طیف متنوعی از محصولات از برندهای متعدد را با محدوده قیمت تخفیف‌دار، همراه با سهولت گزینه‌های تحویل درب منزل ارائه می‌دهد که انتظار می‌رود فروش محصول را از طریق این کانال افزایش دهد. کانال خدمات غذایی نیز از چنین محصولاتی استفاده می‌کند زیرا ماندگاری بیشتری دارند، به آماده‌سازی کمتری نیاز دارند و می‌توان از آنها برای تهیه سریع غذاهایی مانند سالاد و ساندویچ و فروش آنها به مصرف‌کنندگان استفاده کرد.

چشم‌انداز منطقه‌ای بازار کنسرو ماهی تن

از نظر جغرافیایی، بازار جهانی کنسرو ماهی تن در سراسر آمریکای شمالی، اروپا، آسیا و اقیانوسیه، آمریکای جنوبی و خاورمیانه و آفریقا تجزیه و تحلیل می‌شود.

اروپا

اندازه بازار کنسرو ماهی تن اروپا ۲۰۲۴ به میزان ۱۲.۷۵ میلیارد دلار آمریکا

سبک زندگی امروزی، منجر به افزایش اتکا به محصولات غذایی مختلف آماده مصرف/پخت شده است زیرا آنها در عین حال که نیازهای تغذیه‌ای را برآورده می‌کنند، در زمان نیز صرفه‌جویی می‌کنند. بازارهای پیشرو مصرف ماهی تن در منطقه، اسپانیا، ایتالیا، فرانسه و پرتغال هستند. طبق مطالعه‌ای که توسط رصدخانه بازار اروپا برای محصولات شیلات و آبزی‌پروری EUMOFA انجام شده است، ماهی تن پرمصرف‌ترین ماهی در این منطقه است. مصرف سرانه ماهی تن در سال ۲۰۱۹ به میزان ۲/۷۸ کیلوگرم بود که ۱۱ درصد از کل محصولات شیلات و آبزی‌پروری را تشکیل می‌دهد. با این حال، به دلیل همه‌گیری کووید-۱۹، مصرف ماهی تن، به ویژه در کشورهای آسیب‌دیده، اسپانیا و ایتالیا، کاهش یافته است.

آمریکای شمالی

آمریکای شمالی، دومین بازار بزرگ این محصول، منطقه‌ای توسعه‌یافته با پایگاه مصرف‌کننده عظیم است. این منطقه شاهد افزایش قابل توجه تعداد متخصصان شاغل است. زنجیره‌های تأمین مستقر و افزایش تقاضا برای غذاهای آماده به رشد بازار کمک خواهد کرد. بسیاری از شرکت‌های چندملیتی در حال گسترش واحدهای تولیدی خود در ایالات متحده و کانادا هستند که منجر به همکاری با بسیاری از بازیگران محلی شده است. حضور جمعیت مهاجر زیاد در این منطقه منجر به تقاضای زیاد برای غذاهای متنوع و رستوران‌هایی با گزینه‌های متنوع می‌شود. افزایش روند مصرف مواد غذایی بین فرهنگی در منطقه منجر به گسترش مصرف غذاهای مختلف، مانند غذاهای ژاپنی و هندی که غذاهایی مانند تکادون، سوشی و کاری ارائه می‌دهند، شده است. به دلیل شیوع جهانی بیماری همه‌گیر کووید-۱۹، افت شدیدی در بازار مشاهده شد که به تقاضای کم برای این محصول از سوی صنعت خدمات غذایی منطقه، به ویژه در ایالات متحده، نسبت داده می‌شود. بسیاری از شرکت‌های تولید مواد غذایی کنسروی تعطیل شدند، تولید را متوقف کردند و مانع رشد بازار منطقه‌ای شدند.

ایالات متحده بزرگترین مصرف‌کننده غذاهای دریایی کنسرو شده، از جمله ماهی تن است که به دلیل مقرون به صرفه بودن، مغذی، مناسب و محبوب است. فعالیت‌های وارداتی از تایلند، اکوادور، ویتنام، چین، فیلیپین و سایر کشورها عمدتاً تقاضای داخلی برای ماهی تن کنسرو شده را برآورده می‌کند. برای مثال، «انجمن صادرکنندگان و تولیدکنندگان غذاهای دریایی ویتنام»، یک انجمن غذاهای دریایی در ویتنام، اعلام کرد که واردات کنسرو ماهی تن به ایالات متحده در نیمه اول سال ۲۰۲۴ به ۳۳۰۰۰ تن رسیده است.

آسیا و اقیانوسیه

آسیا و اقیانوسیه به دلیل پایگاه مصرف‌کننده بزرگ در منطقه، سومین سهم بزرگ بازار را در اختیار دارد. افزایش جمعیت هزاره در منطقه و تمایل روزافزون آن به غذاهای آماده، به افزایش رشد بازار کمک کرده است. شهرنشینی سریع و

ادغام سبک زندگی غربی، تقاضا برای غذاهای کنسروی را افزایش داده است. مصرف‌کنندگان اکنون به دلیل راحتی پخت و پز و ماندگاری بیشتر، به طور گسترده از آنها برای آماده‌سازی غذا استفاده می‌کنند. این روند، رشد بازار در منطقه را بیشتر کرد.

آمریکای جنوبی و خاورمیانه و آفریقا

آمریکای جنوبی و خاورمیانه و آفریقا کمترین سهم بازار را دارند، با این حال، تغییر در ترجیحات طعمی و افزایش تقاضای مصرف‌کنندگان برای غذاهای غنی از پروتئین، بازار را در این مناطق رونق داده است. ماهی تن به دلیل طعم ملایم و خوش‌مزه خود، به طور گسترده در بسیاری از غذاهای آمریکای لاتین گنجانده شده است که تأثیر مثبتی بر رشد بازار منطقه‌ای داشته است.

بازیگران پیشرو بر عرضه انواع غذاهای دریایی نوآورانه و عجیب و غریب برای پاسخگویی به تقاضای رو به افزایش مصرف‌کنندگان تمرکز دارند. این بازیگران با تولیدکنندگان مواد تشکیل‌دهنده و چاشنی‌ها برای توسعه محصولات عجیب و غریب همکاری می‌کنند. به عنوان مثال، در ژانویه ۲۰۲۰، Thai Union با یک تولیدکننده محلی خمیر چیلی مخلوط همکاری کرد تا پنج طعم جدید از پولک‌های ماهی تن تند را برای بازار تایلند عرضه کند. پولک‌های ماهی تن تند SEAELECT در پنج طعم عرضه می‌شوند که ترکیبی از ادویه‌های کلیدی تایلندی مانند گالانگال، زردچوبه، چیلی چشم‌پرنده، فلفل و علف لیمو هستند. شرکت‌های Bolton Group، Century Pacific Foods Inc.، Bumble Bee، Thai Union Group PCL، Grupo Albacore S.A.، American Tuna Inc. Ocean، StarKist Co. و بازیگران برجسته بازار جهانی کنسرو ماهی تن هستند.

صادرکنندگان تن ماهی در جهان

بزرگترین صادرکنندگان ماهی تن (باله زرد) تازه یا سرد، پاناما (۴۷/۲ میلیون دلار)، سریلانکا (۴۳/۸ میلیون دلار)، اسپانیا (۲۳/۸ میلیون دلار)، سیشل (۱۴/۵ میلیون دلار) و فرانسه (۱۱/۶ میلیون دلار) می باشند کشورهای هلند، مولداوی، اندونزی، استرالیا، سورینام، ونزوئلا، برزیل، استرالیا، فیجی و افریقای جنوبی در رده های بعدی قرار دارند.

وارد کنندگان برتر تن ماهی در جهان

بزرگترین واردکنندگان کنسرو ماهی ایالات متحده (۱۲۸ میلیون دلار)، فرانسه (۲۲/۲ میلیون دلار)، ایتالیا (۲۲/۱ میلیون دلار)، ژاپن (۱۱/۱ میلیون دلار) و فلسطین اشغالی (۱۱ میلیون دلار) هستند. سایر کشورهای آلمان، بلژیک، اسپانیا، انگلستان، لوگزامبورگ، دانمارک، پرتغال، امارات متحده عربی، تایلند، عمان، ویتنام در رده های بعدی قرار دارند.

بازارهای فعلی تن ماهی ایران

میزان صادرات تن ماهی از ایران سالیانه بین ۲۳ تا ۲۴ هزار تن به ارزش ۲۴ میلیون دلار است بازار هدف ایران در ۵ سال گذشته کشورهای عراق، عمان، روسیه بوده است.

بازارهای پرتقاضای تن ماهی ایران

کشورهای ارمنستان، لبنان، عراق، و هم چنین آذربایجان، ترکیه، امارات متحده عربی، تایلند، ویتنام، کویت، قطر، سنگاپور، چین، هنگ کنگ، تایوان، قطر، کامبوج، کره جنوبی، قزاقستان، کنیا، سنگال، سودان و سایر کشورهای شرق افریقا بازارهای بالقوه ایران است. ایران توان صادرات ۲۰۰ میلیون دلار در صورت حضور در این بازارها خواهد داشت.