

مدیرعامل شرکت صنایع شیر ایران عنوان کرد : حفظ بازارهای صادراتی در انتظار حمایت دولت



دکتر سید ابراهیم حسینی با بیان اینکه هدفگذاری صادراتی شرکت پگاه برای سال ۱۳۹۷ مبلغ ۲۰۰ میلیون دلار بود، گفت: متأسفانه نوسانات در بازار ارز از ابتدای امسال، همچنین ابلاغ آیین نامه‌های غیرکارشناسی از سوی بانک مرکزی درباره ترخیص کالا و فرآیند بازگشت ارز حاصل از صادرات غیرنفتی و اخذ تعهدنامه ارزی برای محموله‌های صادراتی، شرایط را برای کلیه صادرکنندگان و شرکت‌های زیرمجموعه صنایع شیر ایران بسیار سخت کرده است.

وی افزود: در صورت ادامه این فرآیند آسیب‌های جدی به بدنه صادرات غیرنفتی کشور وارد خواهد آمد؛ به‌طوری‌که بازارهایی که سال‌ها برای کسب و حفظ آن وقت و هزینه صرف شده، به راحتی در حال واگذاری به رقبای سنتی خود در منطقه مانند عربستان و ترکیه است. با این حال در صورت لغو آیین‌نامه‌ها و سایر موانع ایجادشده برای فرآیند صادرات، امید داریم بتوانیم رشد ۲۵ درصدی در صادرات این شرکت را شاهد باشیم. مدیرعامل صنایع شیر ایران با اشاره به اینکه در سه سال اخیر این شرکت موفق به شناسایی ۱۳ بازار برای معرفی و عرضه

محصولات خود شده است، ادامه داد: همچنین در سال ۹۶ با اضافه شدن بازارهای جدید از قبیل قطر، قرقیزستان، ازبکستان، قزاقستان، ارمنستان و آمریکا توانستیم تعداد بازارهای خود را با افزایش ۶۲ درصدی به ۲۱ کشور ارتقا دهیم.

حسینی تصریح کرد: بیشتر صادرات این شرکت از طریق شرکت‌های پگاه تهران، پگاه اصفهان، پگاه آذربایجان غربی و شرقی، پگاه خراسان، پگاه فارس، پگاه گلستان، پگاه گلپایگان و پگاه کرمان صورت می‌پذیرد؛ اما با توجه به کیفیت مناسب پگاه کلیه شرکت‌های مجموعه صنایع شیر ایران در تامین نیاز بازارهای هدف مشارکت دارند. حسینی ادامه داد: با توجه به آمار فروش صادراتی، در نیمه نخست امسال نسبت به مدت مشابه در سال قبل از نظر وزنی و ارزشی حدود ۳۰ درصد افزایش فروش صادراتی داشتیم. با این حال در صورت عدم اخذ تصمیمات مقتضی درباره آیین‌نامه‌های پیش دارنده فرآیند صادرات، می‌توان مشکلات بسیاری را برای صادرات کشور متصور بود؛ ولی در صورت اصلاح شرایط فوق امید است بتوانیم امسال رشد قابل قبولی را در حوزه صادرات شاهد باشیم. وی در مورد بازار داخل و روند قیمت‌گذاری محصولات لبنی نیز گفت: دولت در مرداد ماه قیمت خرید شیرخام را ۱۵۷۰۰ ریال تعیین کرد؛ درحالی‌که قیمت واقعی شیرخام در همین ماه بالغ بر ۱۷ هزار ریال بوده و این عدم تعادل در نرخ مصوب و قیمت بازار باعث افزایش بهای تمام شده محصولات لبنی شد. همچنین افزایش قیمت مواد بسته‌بندی پیش‌بینی‌شده در بودجه ۱۰ درصد بوده است، اما در ۵ ماه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل ۳۴ درصد رشد درباره تامین مواد بسته‌بندی با حجم تولید مشابه سال گذشته داشته‌ایم.

بنابراین رشد بی‌رویه افزایشی قیمت شیرخام و مواد بسته‌بندی، افزایش قیمت تمام شده محصولات را در پی داشته است. این درحالی است که با توجه به رسالت صنایع شیر ایران مبنی بر ترویج فرهنگ استفاده از لبنیات و توجه به سلامت مردم با حفظ و ارتقای کیفیت، قیمت محصولات صنایع شیر در مقایسه با سایر شرکت‌ها کمترین افزایش را داشته است. وی ادامه داد: از سوی دیگر با توجه به گسترش واحدهای لبنی سنتی و زیرپله‌ای، افزایش نرخ شیرخام به دلیل افزایش نهاده‌های دامی، افزایش هزینه‌های مواد بسته‌بندی به سبب افزایش نرخ ارز، کاهش تولید و فروش به دلیل کاهش مصرف سرانه کشور، حذف توزیع شیر مدارس و تعیین قیمت‌های فروش توسط سازمان حمایت و ستاد تنظیم بازار، حاشیه سود این صنعت حداکثر ۳ درصد است. وی در پاسخ به اینکه افزایش قیمت محصولات چه تاثیری در میزان مصرف مردم دارد،

گفت: با توجه به آمار ۱۱ درصدی سهم شیر و فرآورده‌های لبنی از سبد خانوار به‌عنوان سومین گروه محصولات پرمصرف خانواده‌های ایرانی پس از گوشت و برنج و نان و غلات، کشش تقاضای مردم همچنان با همان شدت وجود دارد و افزایش قیمت‌ها تا یک سقف معین ماهیتاً تأثیر زیادی بر تغییر الگوی مصرف نخواهد داشت؛ اما گرایش مردم به خرید لبنیات به صرفه‌تر و ارزان‌تر یا حتی لبنیات سنتی و غیربهداشتی محتمل‌تر است.

در حال حاضر خرید شیر روزانه صنایع شیر ایران حدود ۳ هزار تن است. این درحالی است که به هرحال تقاضا با افزایش قیمت نسبت معکوس داشته و این امری طبیعی است. با این همه با توجه به شرایط اقتصادی امروز و عدم تخصیص یارانه به صنعت لبنیات مصرف سرانه آن به شدت رو به کاهش است. حسینی درباره سهم بازار شرکت‌های گروه صنایع شیر ایران از بازار لبنیات کشور، گفت: صنایع شیر ایران «پگاه» براساس آخرین مطالعات بازار حدود ۲۸ درصد از کل بازار لبنیات سراسر کشور را به خود اختصاص داده است. این درحالی است که به رغم دریافت یک میلیون تن شیر در سال هنوز از تمام ظرفیت خود استفاده نکرده است و پگاه توانایی و ظرفیت تولید بسیار بیشتری از این مقدار را دارد. وی درمورد برنامه تولید محصولات جدید در صنایع شیر ایران گفت: صنعت ما جزو صنایع کالاهای تند مصرف FMCG بوده و طبعاً نوآوری و توسعه محصولات جدید جزء لاینفک آن است و همگام با تغییر سلیقه و ذائقه مصرف‌کنندگان تغییرات لازم در سبد محصولات داده می‌شود. با توجه به اهمیت شرکت شیر خشک نوزاد و تولید محصولی استراتژیک توسط این شرکت و همچنین مذاکرات به‌عمل آمده با شرکت تامین‌کننده تجهیزات خاص این صنعت، برنامه‌هایی برای توسعه محصول در داخل کشور در دست پیگیری است. همچنین در صورت رفع ممنوعیت صادرات این محصول توسعه آن را در بازارهای صادراتی خواهیم داشت و با توسعه بازار از ظرفیت ایجاد شده بهره‌برداری بهتری صورت خواهد پذیرفت.

برای دنبال کردن اخبار شرکت صنایع شیر ایران و شرکتهای تابعه اینجا را کلیک کنید

برای دنبال کردن سایر اخبار دکتر
سید ابراهیم حسینی اینجا را کلیک
کنید