دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی در گفت‌وگو با اگروفودنیوزمطرح کرد: عدم تنوع بازارهای هدف صادراتی برای محصولات لبنی



رضا باکری می‌گوید: در صورت تغییر سیاست های وارداتی کشور عراق، احتمال دارد در سال‌های آتی صادرات محصولات لبنی ایران با مشکل مواجه شود.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، رضا باکری دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی با بیان این که سال ۱۴۰۲ برای صنایع لبنی سالی توام با امید و همچنین نگرانی از آینده بود به خبرنگار ما گفت: مهمترین اتفاق امید آفرین برای صنایع لبنی، احیای شیر رایگان مدارس پس از قریب به ۵ سال توقف اجرای این طرح و همچنین تصویب طرح شیر رایگان مدارس ابتدایی در برنامه هفتم توسعه در مجلس شورای اسلامی است.

باکری بیان کرد: هرچند به جهت مالی احیای طرح توزیع شیر مدارس به منزله وقوع تحول مالی و درآمدی مهم برای صنایع لبنی نبود اما با توجه به اینکه این طرح با هدف فرهنگ سازی مصرف شیر مورد توجه

دولت قرار گرفته، امید است با ادامه داشتن آن در سال های آتی منجر به تغییر فرهنگ شیرگریزی و افزایش آگاهی خانوارها و مصرف کنندگان نسبت به لزوم مصرف شیر و محصولات لبنی به عنوان کالایی سلامت محور و تثبیت آن در سبد خرید کالای خانوار شود.

وی گفت: کاهش میانگین سود صنعت به عددی کمتر از ۵ درصد، آن هم در شرایطی که بعد از سال ۱۴۰۰، هزینه های تولید در صنعت لبنیات بخصوص در ماده اولیه صنعت یعنی شیرخام قریب به ۵/۲ برابر افزایش قیمت را تجربه کرد و منجر به افزایش قیمت محصولات و کاهش سرانه مصرف سالانه به کمتر از ۷۰ کیلو گردید. این امر علاوه بر اهالی صنعت باید مورد توجه سیاست گذاران کشور بخصوص در حوزه امنیت غذایی و نظام سلامت کشور قرار گیرد.

باکری افزود: کاهش میانگین حاشیه سود صنعت و افزایش فرسایش صنعت در نتیجه کاهش جذابیت های سرمایه گذاری در آن، وقتی تاسف آمیز می شود که مسئولان سیاست گذاری کشور بجای توجه به عوامل بحران زا در صنعت لبنیات در پی متهم کردن این صنعت به گران فروشی و تضییع حقوق مصرف کنندگان می باشند!

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی خاطرنشان کرد: با وجود اینکه کاهش مصرف بازار داخلی، رشد صادرات وزنی در ۶ ماهه نخست سال ۱۴۰۲ نسبت به مدت مشابه سال قبل ، ۳/۱۷ و رشد ارزشی صادرات در همین مدت ۴/۱۶ بوده است. نکته درخور توجه آن است که گرایش سمت و سوی صادرات محصولات لبنی از محصولات نهایی به سمت محصولات فله مثل کره حیوانی و خامه فریز شده و شیر خشک صنعتی، می تواند نگران کننده باشد. بخصوص از این جهت که بازارهای مهم صادراتی محصولات لبنی فاقد تنوع مطلوب است.

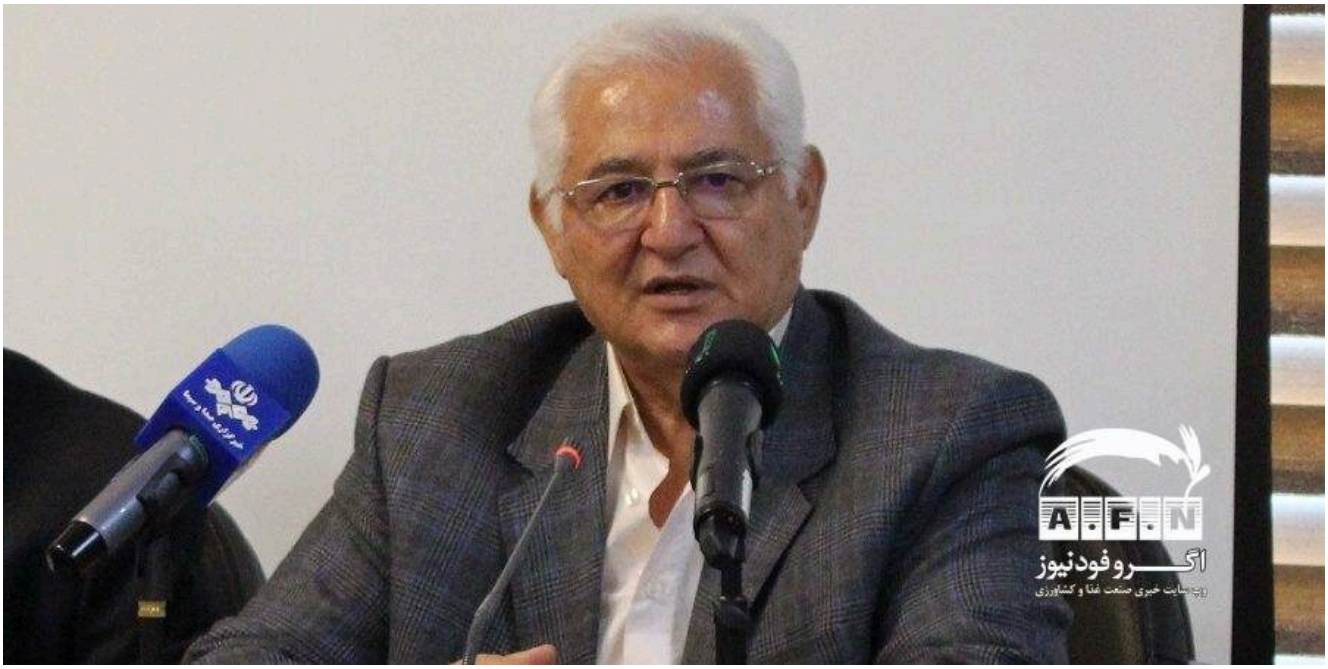
این کارشناس صنعت لبنیات اظهار کرد: اگرچه محصولات لبنی ایران به حدود ۵۰ کشور مختلف دنیا، صادر می شود اما حجم عمده محصولات این صنعت در بازار عراق، افغانستان، پاکستان و تا حدودی اورآسیا عرضه می شود که البته سهم عراق بسیار بیشتر از سایر کشور هاست. این بدان معنا است که در صورت تغییر سیاست های وارداتی کشور عراق، و در نبود تنوع بازارهای هدف صادراتی برای محصولات لبنی، انتظار می‌رود در سال‌های آتی صادرات محصولات لبنی ایران با مشکل مواجه شود.

رضا باکری در نهایت گفت: در سال ۱۴۰۳ احتمالا با افزایش نرخ ارز،

جذابیت صادراتی محصولات لبنی ایران کماکان حفظ شود اما در حوزه بازار مصرف داخلی اگر سیاست های حمایتی دولت در طرح هایی مثل شیر رایگان مدارس و یا ارائه کالا برگ به خانوارهای کم برخوردار به درستی اجرا نشود، با کاهش بیشتر سرانه مصرف خانوار روبه‌رو خواهیم بود که حتما به سیاست های سلامت کشور در حوزه پیشگیری آسیب خواهد رساند و منجر به افزایش هزینه های درمان خانوار در سالهای آتی خواهد شد.

سرویس خبری: صنعت غذا

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران: کاهش ۱۵ درصدی مصرف محصولات لبنی/ گرانی گوشت و مرغ به داد لبنیات رسید



به گفته رضا باکری، گرانی لبنیات به کاهش ۱۵ درصدی تقاضا برای این محصول در نیم‌سال اول سال جاری انجامید، هر چند با گرانی پروتئین حیوانی تقاضا برای لبنیات بالا رفت و بازار این محصول کمی

جان گرفت. در همین حال وزن صادرات محصولات لبنی از ایران ۷ درصد افزایش داشته است.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، به نقل از ایلنا؛ رضا باکری، دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران درباره وضعیت کنونی عرضه و تقاضا در بازار محصولات لبنی ایران گفت: تا پایان نیمه اول سال جاری همه شرکت‌های لبنی در پی افزایش هزینه‌های تولید افزایش ۳۰ درصدی را بر قیمت مواد لبنی اعمال کردند، اما از آنجا که درآمد خانوار متناسب با هزینه‌های تولید در شش ماه اول سال رشد نداشت، این گرانی لبنیات به کاهش ۱۵ درصدی تقاضا انجامید.

وی افزود: اما همزمان با این افزایش قیمت و کاهش تقاضا بازار لبنیات اتفاق دیگری را هم تجربه کرد؛ اینکه قیمت گوشت قرمز، مرغ و تخم مرغ به عنوان مواد غذایی حاوی پروتئین حیوانی نیز بالا رفت و خانوار برای تامین پروتئین موردنیاز به جای گوشت به مصرف مواد لبنی مانند پنیر، شیر و ماست روی آوردند. در نتیجه با جایگزین شدن لبنیات به جای گوشت و مرغ در شش ماه دوم سال جاری شاهد افزایش ۱۰ درصدی تقاضا برای محصولات لبنی بودیم اما کاهش ۵ درصد تقاضا در سال جاری نسبت به سال گذشته به طور قطعی اتفاق افتاده است.

باکری در ادامه شرحی از وضعیت صادرات محصولات لبنی کشور ارائه داد و گفت: در شش ماه اول سال جاری صادرات محصولات نهایی لبنی ایران نسبت به مدت مشابه سال گذشته 6 تا ۷ درصد رشد وزنی و ۸ درصد رشد ارزشی داشته است.

وی افزود: عراق، افغانستان و پاکستان اصلی‌ترین مقاصد صادراتی محصولات لبنی ایران هستند، البته پاکستان بیشتر متقاضی شیر خشک است و بیش از نیمی از صادراتی که به این کشور صورت می‌گیرد شامل همین کالا می‌شود.

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران روسیه را هم به عنوان یکی دیگر از مقاصد صادرات محصولات لبنی ایران معرفی کرد و توضیح داد: صادرات محصولات لبنی ایران به روسیه از سه کشور یادشده کمتر است زیرا روس‌ها بیشتر خواهان شیر خشک و خامه ایرانی هستند و از این محصولات به عنوان ماده اولیه تولید استفاده می‌کنند که این مدل از صادرات مطلوب شرکت‌های ایرانی نیست و آنها تمایل به صادرات

محصولات نهایی دارند اما روسیه اجازه ورود محصولات لبنی نهایی را از ایران به این کشور نمی‌دهد.

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: ایلنا

دومین همایش صنعت لبنیات و صنایع وابسته برگزار شد+تصاویر



دومین همایش صنعت لبنیات و صنایع وابسته با محوریت سرانه مصرف لبنیات دوشنبه ۱۹ تیرماه ۱۴۰۲ در سالن مرکز همایش‌های برج میلاد تهران برگزار گردید.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، مهندس باکری دبیر انجمن صنایع لبنی در آغاز مراسم از عملکرد انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی، مسائل پیرامون صنعت و راه کارهای پیشنهای گفت.

در ادامه، گزارشی از روزنه‌های امید و امکان برای سرمایه‌گذاری

در صنعت لبنیات منتشر شد. هادی حدادی و محسن عزیزیان، ضمن اشاره به دلایل مهم برای ردیه‌ای بر عدم تناسب فضای صنعتِ لبنیات برای سرمایه‌گذاری، مهم‌ترین دلیل آن را «اشباع و تراکم فضای سرمایه‌گذاری در صنعت در برابر کاهش تعداد و حجم مشتریان» قلمداد کرد.

محمود نجفی‌عرب، رئیس اتاق بازرگانی تهران نیز گفت: متأسفانه جمهوری اسلامی از سال ۸۹ با قطع یارانه شیر برای دهک پایین و مسئله شیرِ مدارس دچار اشتباه بزرگی شد.

به گزارش اگروفودنیوز، دکتر محمدمهدی برادران معاونت صنایع عمومی وزارت صمت نیز در خصوص قیمت گذاری دستوری، میزان صادرات لبنیات و امنیت غذایی سخنرانی نمود .

همچنین روشنک روستایی، کاندید دکتری سیاست غذا و تغذیه در خصوص سرانه مصرف لبنیات و دکتر محمد فاضلی، جامعه‌شناس و استادیار سابق دانشگاه شهید بهشتی بتفصیل دربارهٔ ملزومات بهبود در صنعت لبنیات صحبت کردند.

ایوب فصاحت مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار نیز با اشاره به خروج بخشی از یارانه بخش کشاورزی و اضافه‌شدن آن به یارانه نقدی، گفت: این‌مسئله موجب کاهش قدرت خرید مردم و نتیجتا، کاهش مصرف لبنیات شده است. ما به این نتیجهٔ قطعی رسیده‌ایم که در سازمان میادین میوه و تره‌بار می‌توانیم در جهت افزایش سرانه مصرف لبنیات، نقش مؤثری ایفا کنیم.

دکتر صادقی کارشناس بهبود شیر در این همایش حضور پیدا کرد و سخنانش را با محوریت آمارهایی دربارهٔ وضعیت جهان از نظر بالانس تولید شیر در سال گذشتهٔ میلادی آغاز کرد و گفت: ایران براساس آمار، شیرِ مازاد بر نیاز دارد، اما طبق پیش‌بینی‌ها، این آمار تا ۲۰۲۶، معکوس می‌شود و ایران به کمبودِ شیر دچار خواهد شد. به این موقعیت، اصطلاحا «بالانسِ منفی» می‌گویند.

پنل قیمت گذاری دستوری و تبعات آن در صنعت لبنیات با محوریت تبعات قیمت گذاری دستوری یا عوامل موثر بر کاهش سرانه مصرف لبنی در ایران، تبعات قیمت گذاری دستوری بر صنعت لبنیات کشور، تبعات سیاست‌های ارزی و تجاری بر صنعت لبنیات کشور و نقش لبنیات در امنیت غذایی و نسبت آن با بحران آب و همچنین در پنل سرانه مصرف کالاهای اساسی مسایل و موضوعات آمار و اطلاعات وضعیت تولید و مصرف

محصولات لبنی، فرصتها و چالشهای رویکرد توزیع کالابرگ الکترونیک، کاهش سرانه مصرف کالاهای اساسی و تاثیر آن بر سوتغذیه کودکان و حمایت اجتماعی مدرسه محور با تاثیر بر روند تغذیه کودکان بر پایه لبنیات نیز مورد بحث و گفتوگو قرار گرفت.






A.F.N
اگرو فودنیوز
وب سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی


A.F.N
اگرو فودنیوز
وب سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی


A.F.N
اگرو فود نیوز
وب سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی


کاله
لاکتیویا
ماست پ
با ماست لاکتیویا بعد از هر وعده غذایی سبک بمانید.
از درون عالی، روی خط سرحالی
هضم همه چی آسونه !
A.F.N
اگرو فود نیوز
وب سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی


لارین
آلیما
هراز
haraz
A.F.N
اگرو فودنیوز


Tooska
توسکا
گروه مهندسی و بازرگانی توسکا
A.F.N
اگرو فودنیوز
وب سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی


A.F.N
اگرو فود نیوز
وب سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی


Danette
pop
STRAWBERRY
A.F.N
اگرو فود نیوز
وب سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی


A.F.N
اگروفودنیوز
وب سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی


چوپان
همیشه تازه همیشه سلامت
A.F.N
اگروفودنیوز
وب سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی



سرویس خبری: صنعت غذا

رضا باکری در دومین همایش لبنیات: سرانه مصرف لبنیات ریشه اصلی رشد تولید است



دبیر انجمن صنایع فرآورده های لبنی گفت: باید به سرانه مصرف لبنیات بیاندیشیم تا تولید رشد داشته باشد.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، رضا باکری در دومین همایش صنعت لبنیات و صنایع وابسته که در مرکز همایشهای برج میلاد با بیان اینکه سرانه مصرف گلوگاه مسیر تولید است، گفت: توسعه تولید بدون توزیع عادلانه ثروت و قدرت خرید خانوار، غیر ممکن است.

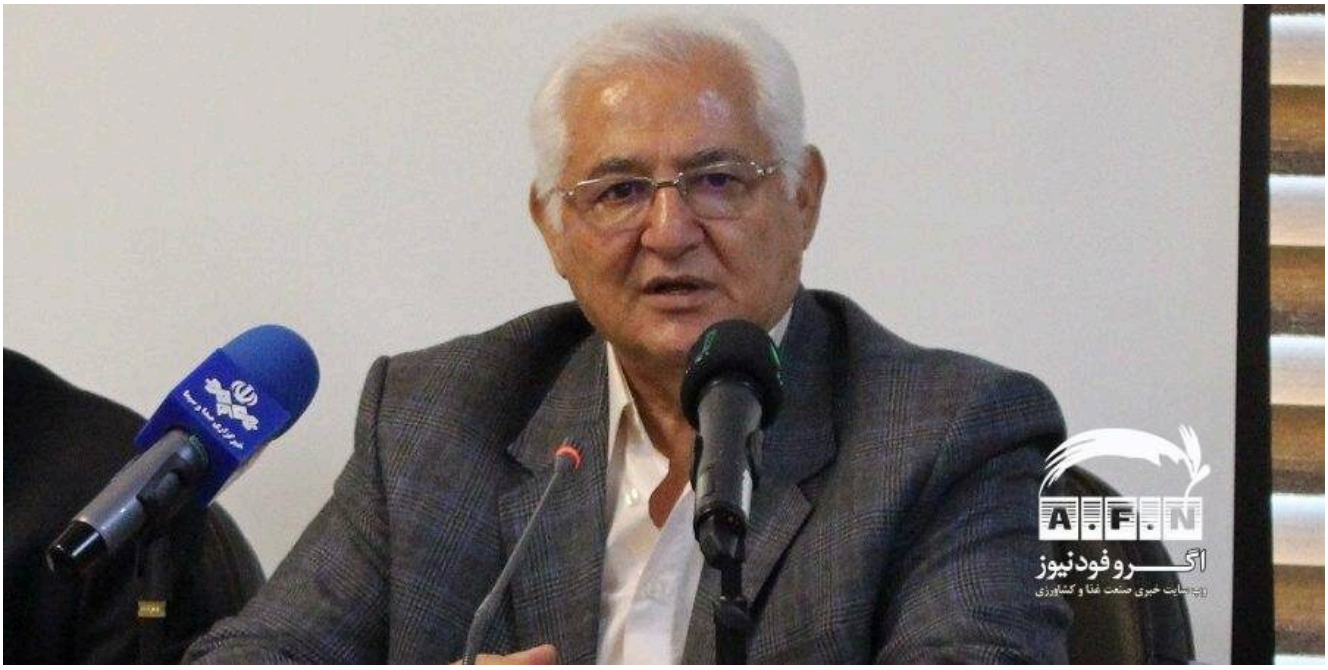


وی ادامه داد: در مسیر رشد توسعه و تولید بایستی سرمایه‌گذاری انبوه در رشد درآمد سرانه خانوار و طبقات متعدد مدنظر قرار بگیرد.

دبیر انجمن صنایع لبنی گفت: سرانه مصرف ریشه اصلی رشد تولید است. پس بهتر است به آن بیاندیشیم تا تولید رشد داشته باشد.

سرویس خبری: صنعت غذا

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی: جای خالی شیر در برنامه هفتم توسعه



رضا باکری می‌گوید در برنامه هفتم توسعه که هم اکنون در دهلیز تصویب مجلس شورای اسلامی قرار گرفته، خبری از توجه سیاست گذاران به فرهنگ سازی مصرف شیر نیست.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، به بهانه روز جهانی شیر دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی به خبرنگار ما گفت: اول ژوئن، همزمان با ۱۱ خرداد به پیشنهاد فائو به عنوان روز جهانی شیر شناخته می شود. جالب است بدانید که شیر تنها ماده غذایی است که دو روز جهانی در تقویم سازمان ملل و سازمان‌های بین المللی به نام خود دارد. یکی روز جهانی شیر و دیگری روز جهانی شیر مدرسه.

باکری بیان کرد: همان طور که زندگی با شیر آغاز می شود، نوع بشر هم از همان زمان که رو به ایجاد تمدن های مختلف در طول هزاران سال گذشته تا به امروز آورده، در تلاش بوده است تا شیر را به عنوان یک غذای سالم و کامل همواره در دسترس خود داشته باشد.

وی عنوان کرد: در حالی روز جهانی شیر را در خرداد ماه ۱۴۰۲ گرامی می‌داریم که سرانه مصرف لبنیات در خانوارهای ایرانی در خوشبینانه ترین حالت به حدود ۷۰ کیلوگرم برای هر فرد در سال رسیده است. این در حالی است که در سند چشم انداز قرار بود سرانه مصرف لبنیات در ایران به استاندارد جهانی یعنی قریب به ۱۶۰ کیلوگرم در سال برسد. هدفی که در میانه دهه ۸۰ تا حدود ۹۵ کیلوگرم در سال رسیده بود.

این فعال صنعت لبنیات کشور در ادامه گفت: فراموش نکنیم که در

کشورهای توسعه یافته و یا در کشورهای شمال اروپا سرانه مصرف لبنیات بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ کیلوگرم در سال است. نکته ظریف ماجرا اینجاست که در هر کشوری که توسعه یافته شناخته می شود و یا در مسیر توسعه قرار دارد، سرانه مصرف محصولات لبنی بالا و یا در مسیر افزایش است. این بدان معنی است که می‌توان یکی از شاخص‌های توسعه یافتگی کشورها را در میزان و اندازه سرانه مصرف لبنیات آنها دید.

باکری همچنین گفت: بحران سرانه مصرف شیر و محصولات لبنی در خانوارهای ایرانی هشداری جدی برای نظام درمان و سلامت کشور است. نظام درمانی که علی رغم شعارهای بسیار درباره لزوم اتخاذ سیاست های پیشگیرانه، متکی بر درمان محوری است. افزایش هزینه های درمان خانوارهای ایرانی در بیماری هایی چون پوکی استخوان و یا حتی پوسیدگی دندان، بسیار بسیار بیشتر از بودجه هایی است که می‌تواند در راستای فرهنگ سازی سرانه مصرف شیر و لبنیات هزینه شود.

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی خاطر نشان کرد: با وجود تاکید متواتر در برنامه های ۵ ساله توسعه بر لزوم فرهنگ سازی برای افزایش سرانه مصرف شیر و محصولات لبنی، نه تنها گزارشی از عملکرد دستگاه های متولی در این خصوص وجود نداد، بلکه در برنامه هفتم توسعه که هم اکنون در دهلیز تصویب مجلس شورای اسلامی قرار گرفته، خبری از توجه سیاست گذاران به این مهم نیست. نه شیر مدارس اجرایی شده و نه در برنامه توسعه خبری از توجه به آن است.

باکری در خصوص شیر مدارس گفت: بی توجهی سیاست گذاران به شیر مدرسه در حالی است که ایران پیش و پس از انقلاب همواره در اجرای برنامه شیرمدرسه به عنوان یک الگوی جهانی معرفی می‌شد و اصولا صنعت ۷۵ ساله لبنیات ایران با هدف تامین شیر مدارس شگل گرفت.

وی بیان کرد: همه آنچه رفت نشان می‌دهد مسئولان امر ما بیش از مردم، نیازمند به آگاهی درباره لزوم مصرف شیر و محصولات لبنی هستند چه اینکه خانواده های ایرانی علی رغم وجود شرایط تورمی و کاهش قدرت خرید، کماکان بر مصرف شیر برای حراست از سلامت خانواده های خود اصرار دارند اما گویا سیاست گذاران کشور جایی برای اتخاذ سیاست های پیشگیرانه در نظام درمان و همچنین فرهنگ سازی برای افزایش سرانه مصرف محصولات لبنی قایل نیستند.

باکری عنوان کرد: به نظر میرسد مهمترین اقدامی که باید برای آگاه سازی و نیز حراست از سلامت نسل های آتی ایران انجام پذیرد، احیای

شیر مدارس از یکسو و از سوی دیگر اصلاح سیاست های حمایتی در حراست از قدرت خرید مردم است. اصلاح سیاست های حمایتی به این معنی است که دولت نباید یارانه ای که دریافت آن برای تنها ۳ دهک محروم جامعه واجب و لازم است را به به دهک های توانا تر هم اختصاص دهد. صنعت لبنیات ایران آمادگی کامل دارد با هر طرحی که برای کمک به افزایش سرانه مصرف محصولات لبنی گامی بردارد، همراهی و همکاری همه جانبه داشته باشد.

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی افزود: فرهنگ سازی برای افزایش سرانه مصرف نیز از اقدامات مکمل در اصلاح سیاست های حمایتی است. به این معنی که امروز فضای رسانه ای بخصوص محتوای فضای مجازی پر است از اطلاعات غلطی که درباره شیر و محصولات لبنی منتشر می‌شود. از فلان سلبریتی که بی هیچ آگاهی از اصول تغذیه سالم توصیه به حذف شیر و جایگزینی کلم بروکلی برای تامین کلسیم مورد نیاز بدن می‌کند تا فلان پزشک عمومی که شیر استریل را بدون آگاهی از اصول صنایع غذایی حاوی نگهدارنده معرفی می‌کند.

رضا باکری در پایان گفت: این نکته باقی است که صنایع لبنی هم در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی خود باید نسبت به فرهنگ سازی مصرف شیر تلاش بیشتری از خود نشان دهند.

سرویس خبری: صنعت غذا

دبیر انجمن صنایع لبنی: قیمت نهایی چهار محصول لبنی اعلام شد



رضا باکری گفت: در راستای مردمی سازی و توزیع عادلانه یارانه‌ها، نرخ حداکثری فروش انواع محصولات لبنی برای مصرف کننده در سراسر کشور اعلام شد.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، به نقل از صدا و سیما، رضا باکری دبیر انجمن صنایع لبنی افزود: قیمت نهایی چهار قلم شیر، ماست و پنیر براساس شیرخام هرکیلو ۱۲,۰۰۰ تومان درب گاوداری است و صنایع لبنی نیز از امروز پنجشنبه ۲۲ اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ می‌توانند قیمت‌های جدید را روی محصولات خود درج کنند.

دبیر انجمن صنایع لبنی ادامه داد: بر این اساس قیمت شیرنایلونی ۹۰۰ گرمی ۱/۵% چربی ۱۵۰۰۰۰ ریال، شیر بطری یک لیتری ۱/۵% چربی ۱۸۰۰۰۰ ریال، ماست ۲/۵ کیلویی ۱/۵% چربی ۴۹۵۰۰۰ ریال، پنیر uf۴۰۰ گرمی نسبتاً چرب ۳۷۵,۰۰۰ ریال است.

خبر مرتبط: در قرارگاه امنیت غذایی صورت گرفت /تعیین قیمت چند محصول لبنی+صورتجلسه

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: صداوسیما

کاهش ۱۰ درصدی قیمت لبنیات به دلیل عدم همراهی شبکه فروشگاهی محقق نشد



دبیر انجمن صنایع فرآورده های لبنی ضمن اعلام این موضوع که کاهش ۱۰ درصدی قیمت سه محصول پرمصرف لبنی در مقیاس ملی به علت عدم همراهی شبکه فروشگاهی امکان پذیر نشده است از مسئولان درخواست کرد که امکان توزیع مستقیم سه قلم کالای لبنی و یا قرار دادن در سبد معیشت کالا را فراهم و وزارت صمت شبکه عرضه مستقیم کالا را به انجمن صنایع لبنی معرفی کند.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، به نقل از ایسنا؛ حدود یک ماه پیش وزیر جهاد کشاورزی از کاهش ۱۰ درصدی قیمت برخی از محصولات لبنی خبر داد و اعلام کرد که با تصمیمی که در ستاد تنظیم بازار گرفته شده و بنا به دستوری که رئیس جمهوری در مورد ثبات قیمت‌ها و فراوانی و دسترسی اقلام صادر کرده است، از ۱۷ مهرماه قیمت سه محصول اصلی شیر، ماست و پنیر ارزان خواهد شد.

بر اساس این تصمیم مقرر شده بود که شرکت های لبنی و شبکه توزیع از محل سود خود هرکدام به مصرف کننده ۵ درصد تخفیف دهند که سرجمع سه محصول لبنی پرمصرف یعنی شیر نایلونی ۹۰۰ گرمی پاستوریزه ساده، ماست دونیم کیلویی ساده و پنیر یواف ۴۰۰ گرمی با ۱۰ درصد تخفیف به دست مصرف کنندگان برسد.

بنابر گفته فعالان صنایع لبنی از ۱۷ مهرماه این تخفیف توسط شرکت های لبنی بر روی محصولات مذکور اعمال و بر روی ظروف محصولات نیز درج شده است. یعنی صنایع به وعده خود عمل کردند. همچنین فروشگاه های زنجیره ای نیز اقدام به عرضه محصولات دارای تخفیف کرده اند.
اما اگر این کاهش قیمت در بازار محسوس نیست به این دلیل است که مغازه ها و سوپرمارکت‌ها به دلیل افزایش هزینه‌های آب، برق و اجاره بها با این تخفیف موافق نبوده و برخی از مغازه ها به دلیل سود کم این اقلام حتی مایل به دریافت و فروش این سه محصول در مغازه‌های خود هم نیستند.

در این راستا **رضا باکری**– دبیر انجمن صنایع فرآورده های لبنی در نامه ای به معاون اول رئیس جمهوری، وزیر جهادکشاورزی، وزیر صمت و معاون بازرگانی داخلی وزارت صمت ضمن اعلام این موضوع که کاهش ۱۰ درصدی قیمت سه محصول پر مصرف لبنی در مقیاس ملی به علت عدم همراهی شبکه فروشگاهی امکان پذیر نشده است درخواست کرد که امکان توزیع مستقیم سه قلم کالای لبنی و یا قرار دادن در سبد معیشت کالا فراهم شود و وزارت صمت شبکه عرضه مستقیم کالا را به انجمن معرفی کند.

در متن نامه **دبیر انجمن صنایع فرآورده های لبنی** به معاون اول رییس جمهور، وزیر جهادکشاورزی و وزیر صمت آمده است:

احتراما با توجه به توافق حاصله در دفتر معاونت محترم برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت جهاد کشاورزی و ابلاغ شماره ۱۴۰۰/۵۰۰/۳۷۹۸۳ مورخ ۱۴۰۰/۷/۱۴ معاونت محترم توسعه بازرگانی و صنایع تبدیلی وزارت جهاد کشاورزی جناب آقای دکتر گیلانپور با توجه به عدم تامین سهم ۱۵ درصدی شبکه عرضه فروشگاهی در اجرای طرح و اعتراض شماره ۷/۱۳۲/۱۰۲۲۸ مورخ ۱۴۰۰/۴/۲۷ اتاق اصناف ایران به معاونت محترم اول ریاست جمهوری تا کنون اجرای طرح در مقیاس ملی بعلت عدم همراهی شبکه فروشگاهی امکان پذیر نگردیده است. لذا استدعا دارد دستور فرمایند امکان توزیع عرضه مستقیم سه قلم کالای لبنی و یا قرار دادن در سبد معیشت کالا فراهم گردد تا به هر میزان

که مورد نیاز شبکه توزیع باشد، واحدهای لبنی تولید و تامین کنند.

هیچ محدودیت تناژی برای تامین اقلام فوق الذکر برای اعضاء این انجمن وجود ندارد.

در نامه دیگر دبیر انجمن صنایع فرآورده های لبنی به معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت آمده است:

احتراما در پاسخ نامه شماره۶۰/۱۸۳۸۱۳ تاریخ۴ آبان ۱۴۰۰ آن معاونت محترم به استحضار می رساند، شبکه عرضه فروشگاهی به دلیل عدم تامین سهم ۱۵ درصدی قانونی آنها، در فروش سه قلم کالای لبنی پر مصرف با اجرای طرح همراهی نمی نمایند و اتاق اصناف در جلسه ای که برگزار گردید پاسخ شماره ۷/۱۳۲/۱۰۲۲۸ تاریخ ۲۷ مهر ۱۴۰۰ را ارائه نمودند. لذا از آن معاونت محترم استدعا دارد «شبکه عرضه مستقیم» کالا که در اختیار آن وزارتخانه محترم می باشد، به این انجمن معرفی فرمایند تا به هر میزان که مورد نیاز شبکه توزیع باشد توسط واحدهای لبنی تولید و تامین گردد. برای اعضا این انجمن و شرکت های بزرگ محدودیتی در میزان تامین وجود ندارد.

کاهش ۵درصدی سود شبکه توزیع منجر به تعطیلی این صنف خواهد شد

همچنین رئیس اتاق اصناف ایران نیز در نامه ای به معاون اول رئیس جمهوری اعلام کرد که ماده ۲ و ۳ قانون بهبود محیط کسب و کار می گوید که دولت مکلف است در مراحل بررسی موضوعات مربوط به محیط کسب و کار برای اصلاح و تدوین مقررات و آیین نامه ها، نظر کتبی اتاق ها و آن دسته از تشکل های ذی ربطی که عضو اتاق ها نیستند، اعم از کارفرمایی و کارگری را درخواست و بررسی کند و هر گاه لازم دید آنان را به جلسات تصمیم گیری دعوت نماید. همچنین دستگاه های اجرائی مکلفند هنگام تدوین یا اصلاح مقررات، بخشنامه ها و رویه های اجرائی، نظر تشکل های اقتصادی ذی ربط را استعلام کنند و مورد توجه قرار دهند.

در ادامه این نامه آمده است:

اخذ پیشنهادات کارشناسی تشکل های ذیربط ضروری بوده و لذا شایسته است در نشست ها و جلسات مرتبط با تصمیم سازی و تدوین مقررات، نماینده ای از تشکل مربوطه به ویژه نمایندگان محترم سه اتاق حضور

فعال داشته باشد.

علی ایحال در نشستی که اخیرا با حضور وزیر جهاد کشاورزی و انجمن مرتبط با محصولات لبنی به منظور تصمیم گیری در خصوص کاهش قیمت اقلام لبنی (شیر نایلونی، ماست دبه ای، پنیر لیوانی UF برگزار شده می بایست نماینده ای نیز از اتاق اصناف ایران جهت اعلام نظر حضور می داشت که متاسفانه این امر محقق نگردید و به تبع آن در جلسه مذکور تصمیماتی صورت گرفته فارغ از اینکه محصول فوق مورد استقبال عمومی (بلحاظ اینکه با داشتن درصد چربی کم) قرار ندارند، با اصول فعالیت صنوف توزیعی و خرده فروش منافات داشته و به نوعی اجحاف در حقوق ایشان محسوب می شود.

از آنجایی که کمیسیون هیأت عالی نظارت، سود صنوف را توزیعی (پخش) ۱۰ درصد و خرده فروش ۱۵ تعیین نموده است کاهش ۵ درصدی سود این صنوف با توجه به هزینه ها جاری از قبیل اجاره بها و بویژه افزایش ۳۹ درصدی دستمزد و هزینه آب، برق و گاز و اخذ مالیات بر مبنای ۱۵ درصدی از سوی دولت، قطعا منجر به تعطیلی صنوف و ایجاد فشار بر بدنه این قشر زحمتکش خواهد شد.

لذا به منظور جلوگیری از اجحاف حقوق متصدیان واحدهای صنفی خرده فروشی و همچنین ممانعت از هر گونه اعتراضات در این شرایط حساس کنونی مستدعی است دستور فرمائید تصمیمات جلسه فوق الذکر ملغی شده و نشستی مجدد جهت بررسی موضوع با حضور تشکل های ذینفع برگزار شود.

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: ایسنا

چرا قیمت لبنیات کاهش نیافت؟ / دو هفته زمان لازم است



دبیر انجمن صنایع لبنی با تشریح دلایل عدم اعمال قیمت های جدید فرآورده های لبنی در بازار گفت: توزیع محصولات جدید و جایگزینی آنها در بازار بین یک تا دو هفته زمان می برد.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، به نقل از مهر؛ رضا باکری درباره اینکه چرا کاهش ۱۰ درصدی قیمت سه فرآورده لبنی که قرار بود از شنبه هفته جاری اعمال شود، در بازار اتفاق نیفتاده است؟، گفت: میان تولید و توزیع محصول همواره فاصله‌ای وجود دارد و اینگونه نیست که وقتی محصولی در کارخانجات تولید می‌شود به فاصله اندکی در بازار عرضه شود.

وی ادامه داد: به عنوان مثال محصول پنیر بعد از تولید حدود یک هفته در قرنطینه می‌ماند و برای ماست این مدت قرنطینه ۴۸ ساعت و برای شیر معمولاً ۲۴ است بنابراین این محصولات به تدریج وارد بازار می‌شوند.

باکری اضافه کرد: علاوه بر این محصولات قبلی که توزیع شده در بازار هستند و خیلی از فروشگاه‌ها هنوز محصولات قبلی خود را نفروخته اند که باید آنها را نیز به فروش برسانند، پس برای اینکه محصولات با نرخ جدید توزیع و در بازار جایگزین شوند و اختلالات فعلی برطرف شود بین یک تا دو هفته زمان لازم است و بعد از این مدت جایگزینی به طور کامل انجام می‌شود و مردم شاهد اعمال نرخ‌های جدید خواهند بود.

وی تاکید کرد که تا آخر هفته آینده جایگزینی در این حوزه به طور

کامل اتفاق می‌افتد.

دبیر انجمن صنایع لبنی کشور به این پرسش که مردم نگران هستند با اعمال نرخ‌های جدید، سه قلم کالایی که مشمول کاهش قیمت شده اند کمیاب شود و در دسترس مردم نباشد، چگونه این مساله را مدیریت خواهید کرد؟، پاسخ داد: نگرانی در این زمینه وجود ندارد چرا که اتفاقی برای تولید رخ نداده که با کاهش تولید و یا کمیاب شدن کالاها مواجه باشیم، کاهش قیمتی که رخ داده در حوزه شبکه توزیع و فروشگاهی بوده و ربطی به تولید ندارد.

باکری افزود: فاصله قیمت محصولات از تولید در کارخانجات تا مصرف کننده ۲۵ درصد است که ۱۵ درصد آن هزینه فروشگاه و ۱۰ درصد نیز هزینه حمل و توزیع است و کاهش ۱۰ درصدی نیز در این دو حوزه اعمال شده که با همکاری شبکه فروشگاهی و توزیع بوده و آنها به اجرای این طرح کمک کرده اند.

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: مهر

صادرات محصولات لبنی به حوزه قفقاز محدود نشده است/ نداشتن کد بین‌المللی مشکل اصلی صادرکنندگان به روسیه



دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی اظهار داشت: صادرات محصولات لبنی به این کشورها، محدود نشده است و اگر شاهد خللی در این زمینه هستیم مربوط به اخذ نکردن کد بین‌المللی از سوی کارخانه‌های تولیدی ایران است.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، به نقل از ایلنا؛ اخیر تصاویری از عدم صدور مجوز برای ورود لبنیات ایران از طریق مرز داغستان روسیه منتشر شده است. **رضا باکری**، دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی درباره دلایل توقف روند صادرات محصولات لبنی به کشور حوزه قفقاز، گفت: صادرات محصولات لبنی به این کشورها، محدود نشده است و اگر شاهد خللی در این زمینه هستیم مربوط به اخذ نکردن کد بین‌المللی از سوی کارخانه‌های تولیدی ایران است.

وی در ادامه با بیان اینکه دریافت این کد به معنی اخذ مجوز صادراتی از سوی کارخانه‌های تولیدی است، خاطر نشان کرد: سازمان دامپزشکی ایران در این زمینه ضعف دارد و با کارخانه‌های تولیدی همکاری‌های لازم را انجام نمی‌دهد. در حال حاضر بسیاری از کارخانه‌های تولیدی منتظر اخذ این کد هستند.

به گفته باکری، کارخانه‌های بسیاری به دنبال دریافت این کد هستند که هنوز موفق نشده‌اند. در حال حاضر تعداد انگشت شماری از کارخانه‌ها در ایران موفق به دریافت این کد شده‌اند و می‌توانند محصولات خود را صادر کنند.

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی در ادامه افزود: هم اکنون هیچ

مانعی برای صادرات محصولات لبنی وجود ندارد و هر محصولی که در آن سوی مرزهای ایران به ذائقه مصرف‌کنندگان خوشایند باشد امکان صادرات آن وجود دارد؛ مشروط به اینکه کارخانه صادر کننده، محصول خود را در مرز ایران و مرز مقصد ریجستر کرده باشد.

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: ایلنا

آقای رئیس جمهور، هیچ راهی جز پذیرش نظام عرضه و تقاضا ندارید+ویدئو



رضا باکری، دبیر انجمن صنایع فرآورده های لبنی خطاب به رئیس جمهور سخنان مهمی را پیرامون قیمت گذاری شیرخام بیان کرد.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی(اگروفودنیوز)، رضا باکری گفت: تاخیر در تصمیم گیری راه حل واقعیت های تلخی که با آن مواجهید نیست. با تورم موجود، قیمت گذاری دستوری ناپایداری تصمیم

گیری را تعمیق خواهد کرد.

وی بیان کرد: هیچ راهی جز انتقال شیرخام و **محصولات لبنی** به گروه دو کالایی وجود ندارد.

دبیر انجمن صنایع فرآورده های لبنی افزود: دولت بیش از پنج ماه است که موضوعات مربوط به شیر خام و فرآورده‌های لبنی را رها کرده و برایشان تصمیم‌گیری نمی‌کند. دولت روحانی در حال نابود کردن باقی مانده دامداران و صنایع لبنی است.

رضا باکری در پایان گفت: دام ها دچار سوتغذیه شده‌اند، انبارهای دامداری‌ها خالی شده و دامداران در حال نابود شدن هستند.

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: نود اقتصادی