

دبیر انجمن تولیدکنندگان ماءالشعیر و مالت: نوشیدنی‌ها از سبب مصرف بسیاری از خانوارها فاصله گرفت



حمیدرضا علوی گفت: این امید وجود دارد که با رایزنی‌های صورت گرفته بین ایران و عراق بتوانیم در ایام اربعین بازار نوشیدنی‌های این کشور را تصاحب کنیم.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگروفودنیوز)، به نقل از ایلنا؛ حمیدرضا علوی از افزایش ۸ تا ۱۰ درصدی مصرف ماءالشعیر نسبت به مدت مشابه سال گذشته خبر داد و افزود: شرکت‌های تولیدکننده برای افزایش مصرف در فصل تابستان طرح‌های تشویقی و طرح‌های فروش خاصی در نظر گرفتند و به حداقل سود رضایت داده‌اند از این‌رو میزان خرید انواع ماءالشعیر افزایش پیدا کرده است.

وی با بیان اینکه شروع سال جاری مصادف با ماه رمضان شد، تصریح کرد: ماه رمضان موقعیت خاصی برای بازاریابی این کالا ایجاد می‌کند و میزان مصرف نوشیدنی‌ها و مشقات آن در این ماه افزایش می‌شود.

این فعال اقتصادی در پاسخ به این پرسش که از ابتدای سال جاری شاهد افزایش ۲۰ تا ۲۵ درصدی نرخ ماءالشعیر و سایر نوشیدنی در

بازار بودیم آیا این افزایش قیمت تاثیری در میزان خرید و مصرف نوشیدنی‌ها گذاشته است؟ اذعان کرد: بدون تردید افزایش قیمت‌ها بی‌تاثیر نبوده است و شاید بتوان گفت که نوشیدنی‌ها به نوعی از سبد مصرف بسیاری از خانوارها فاصله گرفته چراکه اولویت برای مصرف‌کنندگان خرید کالاهای اساسی است.

دبیر انجمن تولیدکنندگان ماءالشعیر و مالت با بیان اینکه روند صادرات نوشیدنی‌ها قوتی ندارد، خاطر نشان کرد: بعد از شیوع بیماری کرونا و بی‌ثباتی نرخ ارز متأسفانه در صادرات این محصولات نتوانستیم اقدامات ویژه‌ای انجام بدهیم؛ در بهترین حالت شاید بتوان گفت ۱۰ درصد از حجم تولید صادر می‌شود این در حالیست که ۴۰۰ میلیون تن از تولید مصرف داخلی می‌شود.

به گفته وی؛ این امید وجود دارد که با رایزنی‌های صورت گرفته بین ایران و عراق بتوانیم در ایام اربعین بازار نوشیدنی‌های این کشور را تصاحب کنیم.

علوی در پاسخ به این پرسش که برخی از کارشناسان بر این باورند که میزان مصرف نوشیدنی‌ها مانند نوشابه از مصرف شیر بیشتر شده است آیا این موضوع را تایید می‌کنید؟ گفت: شواهد بازار بر این موضوع صحه می‌گذارد؛ چراکه قیمت یک بطری ۱٫۵ لیتری نوشابه حداکثر ۱۶ تا ۱۸ هزار تومان است در حالی که نرخ یک بطری شیر یک لیتری ۲۸ تا ۳۰ هزار تومان است پس همین قیمت تاثیر خود را در میزان خریدها می‌گذارد.

وی میانگین قیمت ۱۴ هزار و ۵۰۰ تا ۱۶ هزار تومان را برای انواع ماءالشعیرهای در بسته‌بندی‌های یک لیتری در نظر گرفت و افزود: کلیه شرکت‌های تولیدی با توجه به گرفتاری‌هایی که در بحث تامین مواد اولیه از سرگذراندند باز هم در تولید انواع محصولات و نوشیدنی‌ها کوتاهی نکردند و تلاش کردند انواع محصولات را در بسته‌بندی‌های متفاوت به بازار عرضه کنند.

بنا به اظهارات علوی؛ بخش قابل توجهی از مواد اولیه تولید ماءالشعیر مانند دانه‌های مالت، جو، رازک، اسانسها و قوطی آلومینیوم وارداتی است.

محمدرضا بنیطبا سخنگوی انجمن صنایع لبنی در واکنش به خبر بالا بودن قیمت شیر نسبت به ماءالشعیر در بازار، گفت: قیمت یک لیتر شیر بطری کم چرب ۱۸ هزار تومان و قیمت شیر نایلونی ۱۵ هزار تومان

است. همچنین شیر با بسته بندی شیشه‌ای ۳۰ هزار تومان است.

به گفته وی؛ قیمت شیر از بطری ۲۸ هزار تومان شروع نمیشود.

بنی طبّا در ادامه تصریح کرد: مقایسه محصولاتی مانند نوشابه و نوشیدنی‌های گازدار با شیر و محصولات لبنی، نادرست است. محصولات لبنی و شیر جزو کالاهای سلامت و ضروری سلامت خانوار است و اساساً کنار هم گذاشتن و مقایسه شیر با نوشابه‌های گازدار، فریب دادن مصرف‌کننده و ارائه اطلاعات نادرست به مردم است.

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: ایلنا