

ضد محرک‌های صنعت لبنیات کدامند؟



به نظر می‌رسد اهمیت و جایگاه صنعت لبنیات هنوز در جامعه تبیین نشده است، به عبارت دیگر این موضوع مطرح است که قیمت محصولات لبنی باید براساس اهمیت و جایگاه این محصولات تعیین شود.

بررسی‌ها نشان می‌دهند عدم مصرف سرانه مناسب در ایران به عدم فرهنگسازی توسط سه نهاد مهم برمی‌گردد، نخستین عامل عدم ورود نهادهای سیاست‌گذار در این موضوع است. به عنوان مثال عدم ورود وزارت بهداشت به این موضوع که صنعت لبنیات در سلامت جامعه تا چه میزان اهمیت دارد یکی از این موضوعات است. پس از آن سازمان صداوسیما از اهمیت بالایی در این فرهنگسازی برخوردار است که باید مشخص کند تا چه میزان این نهاد در آموزش و فرهنگسازی برای مصرف لبنیات نقش داشته است. سومین نهاد وزارت آموزش و پرورش است که در این رابطه نقش بسزایی دارد که علاوه بر آموزش و ترویج فرهنگ، وظیفه دارد که مصرف و توزیع شیر مدارس بین دانش‌آموزان را جدی بگیرد و به قوانینی که در این باره وجود دارد عمل کند.

فعالان بخش خصوصی و دست اندرکاران این حوزه، اما معتقدند تنها کاری که نهادهای دولتی برای افزایش مصرف لبنیات انجام داده‌اند، این بوده است که قیمت‌ها را سرکوب کنند که این موضوع در دو دهه اخیر اثبات کرده این سیاست نه تنها اثر مثبت نداشته، بلکه به ضد خود تبدیل شده و مردم نه تنها بیشتر از محصولات لبنی استفاده نکرده‌اند، بلکه امکان توسعه پایدار در کارخانه‌ها نیز از بین رفته است.

کیفیت؛ قربانی قیمت

محمد فرید، عضو انجمن تولیدکنندگان محصولات لبنی در این رابطه موضوع کیفیت را مورد تاکید قرار داده و می‌گوید: بدترین اثری که شیوه‌های کنونی قیمت‌گذاری به همراه داشته اثرات آن روی کیفیت است. دلیلش این است که رشد و بالندگی صنعت در قبال رقابت در بازار درحوزه کیفیت تضمین می‌شود. به عبارتی وقتی کیفیت یک محصول در بازار بالاتر است باید قیمت بالاتری نیز داشته باشد، اما در حال حاضر کیفیت محصول در قیمت دخالتی ندارد و در نتیجه تولیدکننده محصولات کیفی بالاتر از استاندارد، نمی‌تواند سهم خود را از مصرف‌کننده دریافت کند و دلیل آن نیز سیاست‌گذاری‌ها درحوزه قیمت‌گذاری است. بنابراین این سیاست‌گذاری‌ها هم به زیان تولیدکننده و هم به زیان مصرف‌کننده عمل کرده است. اما سوالی که در این رابطه مطرح می‌شود این است که در این چارچوب رسالت بخش خصوصی چیست؟

اقدام بخش خصوصی برای فرهنگسازی

میراسلام تیموری رئیس هیات‌مدیره انجمن صنایع لبنی در این ارتباط می‌گوید: متولیان صنعت لبنیات و دامداری به این نتیجه رسیده‌اند که فارغ از نهادهای دولتی، فرهنگسازی برای مصرف لبنیات را بر عهده بگیرند و در این راستا نیز صندوقی با مشارکت انجمن‌ها و متولیان دو حوزه تشکیل شده که هزینه آن نیز برعهده دو بخش خواهد بود و به این ترتیب فرهنگسازی در زمینه مصرف بیشتر و بهتر لبنیات صورت خواهد گرفت. در این زمینه نه تنها از رسانه‌های عمومی می‌خواهیم در این برنامه مشارکت کنند، حتی از شخصیت‌های تاثیرگذار مانند هنرمندان، ورزشکاران، نویسندگان و... نیز دعوت می‌کنیم در این پروژه حضور یابند و از این برنامه ملی حمایت کنند.

موضوع دیگر اینکه قیمت محصولات لبنی تحت کنترل است و در مقایسه با صنایعی که تحت کنترل قیمتی نیستند دو نوع رفتار را در جامعه بر می‌انگیزند که منصفانه نیست. به عنوان مثال در مقایسه با صنعت چیپس و پفک که یک صنعت مضر برای سلامت جامعه محسوب می‌شود، قیمت محصولات لبنی بسیار پایین‌تر است و این نشان می‌دهد جامعه هنوز به منافع مصرف این محصولات پی نبرده است. در نتیجه قدرت رقابت بازار و فرهنگسازی در بخش‌های مضر افزایش یافته و ذائقه جامعه در حال گذر از محصولات لبنی به سمت محصولات مضر است.

تیموری در این ارتباط معتقد است یکی از دلایل این است که تبلیغات درحوزه لبنیات و هزینه‌های فرهنگسازی در این حوزه برخلاف حوزه‌های دیگر پایین است که دلیل آن نیز کاهش شدید حاشیه‌های سود در این

صنعت است. گزارش‌ها نشان می‌دهند حاشیه سود صنعت لبنیات حدود ۲ درصد بیشتر نیست و این میزان حاشیه سود توان تولیدکننده لبنیات را درحوزه تبلیغات و فرهنگسازی از او سلب می‌کند.

در این بین یکی از بهترین برنامه‌هایی که می‌تواند نقش عمده‌ای در ترویج فرهنگ مصرف داشته باشد در آموزش و پرورش کشور نهفته است. به‌عنوان مثال توزیع شیر رایگان در مدارس با بودجه‌ای بین ۴۵۰ تا ۵۰۰ میلیارد تومان در سال می‌تواند هم در ارتقای سلامت دانش‌آموزان نقش داشته باشد و هم در ارتقای فرهنگ مصرف شیر در کشور. باید گفت این بهترین یارانه‌ای است که دولت می‌تواند در این حوزه ارائه کند.

از سوی دیگر برنامه‌های توسعه پنج ساله نیز بر این نکته تاکید دارد که دولت نباید تحت هیچ شرایطی از یارانه شیر بکاهد و باید هر ساله نسبت به افزایش یارانه شیر در مقایسه با سال قبل اقدام کند، اما دولت دهم یارانه شیر مدارس را قطع کرد و این یارانه در دولت‌های بعدی هم برنگشت. این درحالی است که بهترین یارانه برای شیر مدارس است، چراکه نسل آینده را پرورش می‌دهد و حتی با این رقم اندک یارانه می‌توان بزرگ‌ترین پروژه توزیع شیر در مدارس را در جهان عملیاتی کرد.

تیموری در این ارتباط پیشنهاد کرد که ارز ۴۲۰۰ تومانی تخصیصی به نهاده‌های دامی حذف شود. به گفته او با حذف این ارز رقمی در حدود ۹۰۰ میلیون دلار معادل ۱۵ هزار میلیارد تومان منابع آزاد خواهد شد که تامین منابع توزیع یارانه شیر مدارس یکی از کارهای بسیار کوچکی است که می‌توان از این محل انجام داد. توزیع رایگان رقمی نزدیک به ۲ میلیون تن شیر برای دهک‌های کم درآمد کشور و آسیب پذیر، اقدام دیگری است که می‌تواند به حمایت از افراد فقیر منتهی شود و در عین حال فرهنگ مصرف را بالا ببرد. در این بین قدرت خرید مردم نیز کاهش یافته است و با آنکه رشد قیمت‌ها در صنعت لبنیات چندان بالا نبوده اما مصرف سرانه کاهش یافته است. ارز ۴۲۰۰ تومانی درحوزه خرید نهاده دامی است. این یارانه اگر درست عمل کند اثر آن بیش از ۲۵ درصد در قیمت شیر خام نیست. به عبارتی صنعت لبنیات از هرگونه حمایت ویژه محروم است در نتیجه مردم گمان می‌کنند لبنیات بسیار گران است و در سبد مصرف خود آن را کاهش می‌دهند.

زیان قیمت‌گذاری

موضوع مهم در این بحث مساله قیمت‌گذاری در زنجیره ارزش است. تیموری می‌گوید یکی از مشکلاتی که قیمت‌گذاری در زنجیره ارزش ایجاد

می‌کند (از حوزه تامین نهاده‌های دامی گرفته تا دامداری‌ها و سپس صنایع لبنیاتی و حوزه توزیع و فروش) ایجاد ابهام در سرنوشت این زنجیره در هر لحظه است. به عبارتی این زنجیره نمی‌داند آیا امکان فعالیت در یک چارچوب مناسب برای آن فراهم است یا خیر، بنابراین عملاً آینده این زنجیره با ابهام روبه‌رو می‌شود.

مشکل دیگر این است که قیمت‌گذاری همه اجزای زنجیره را به هم درگیر می‌کند. دامدار گمان می‌کند قیمت واردکننده علوفه یا فروشنده نهاده‌های دامی بالا است؛ تولیدکننده محصول لبنی با دامداران دچار کشمکش‌های قیمتی است و در نهایت مصرف‌کننده نیز ناراضی است. این به آن معنا است که عملاً با تئوری قیمت‌گذاری تثبیتی تمامی اجزا همواره با هم درگیر بوده و یکدیگر را به عدم تعامل درست و کارشکنی و... متهم می‌کنند.

موضوع دیگر این است که متأسفانه در موضوع قیمت‌گذاری هر بخش زنجیره، ماقبل خود را مقصر رشد قیمت‌ها می‌داند. به‌عنوان مثال مصرف‌کننده تنها به تولیدکننده لبنیات توجه می‌کند و برایش مهم نیست قیمت شیر یا مواد اولیه بسته‌بندی چه تغییراتی را تجربه کرده است یا دستمزد یا هزینه‌های حمل‌ونقل و ده‌ها متغیر دیگر چه تغییراتی کرده‌اند. همین‌طور در سایر بخش‌ها، دامدارها به دلایل تغییرات عوامل موثر در قیمت‌های علوفه و یونجه و سایر نهاده‌های دامی و... توجه ندارد و این مشکلات ادامه دارد.

نکته مهم دیگر که تیموری به آن اشاره می‌کند این است که حدود ۳۵ درصد از قیمت فروش محصول که به دست مصرف‌کننده می‌رسد هزینه‌هایی است که خارج از اختیارات تولیدکننده تعریف می‌شود؛ به‌عنوان مثال برای همه محصولات جز شیر و پنیر ۹ درصد از این قیمت به مالیات ارزش افزوده مربوط است که در اختیار دولت است. رقمی حدود ۱۵ درصد به سود خرده‌فروش مرتبط است که خارج از اختیار تولیدکننده است و بیش از ۱۵ درصد نیز در اختیار شبکه توزیع از درب کارخانه تا اقصی نقاط کشور قرار دارد.

نکته قابل‌توجه دیگر این است که قیمت‌گذاری تثبیتی قیمت‌گذاری استاتیک است؛ به عبارتی پایا نیست و قیمتی که تعیین می‌شود برای یک دوره زمانی ثابت است. به‌عنوان مثال جلسه‌ای در یک تاریخ برگزار می‌شود و براساس قیمت‌های روز شیر و مواد پلیمری و... قیمت‌ها تعیین می‌شوند. این درحالی است که هر لحظه قیمت‌های مواد مختلف با افزایش روبه‌رو می‌شوند اما ستاد تنظیم بازار در تمام دوره از افزایش قیمت

جلوگیری می‌کند.

این درحالی است که در این مدت ارقام مهمی با رشد قیمت روبه‌رو می‌شوند. به‌عنوان مثال بنزین از قیمت هزار تومان ناگهان به ۳ هزار تومان رسیده که رشد بسیار بالایی را در هزینه‌های توزیع ایجاد کرده است. یا به‌عنوان مثال دیگر در ابتدای سال حدود ۳۵ درصد به دستمزدها افزوده شد و در نتیجه هر تصمیمی که دولت می‌گیرد بار مالی آن بر دوش تولیدکننده می‌افتد، بنابراین باید هر تصمیمی گرفته می‌شود این بار مالی در قیمت تمام‌شده لحاظ شود.

مطالبه تولیدکننده

فربد در این رابطه معتقد است باید قیمت‌گذاری تثبیتی حذف شود و به جای آن دستورالعملی وجود داشته باشد تا کارخانه‌ها مجاز باشند براساس آن دستورالعمل قیمت محصول را تعیین کنند و نهادهای نظارتی نیز بر روند بازار و قیمت‌ها نظارت داشته باشند. اکنون ۱۰ قلم کالا را که ۸۰ درصد تولیدات شرکت‌ها را تشکیل می‌دهند تحت کنترل خود دارند و این سهم بالایی را در قیمت نهایی کالاها ایفا می‌کند. درحال‌حاضر نزدیک به ۴۰۰ شرکت درحوزه لبنیات کشور وجود دارند. باید گفت صنعت لبنیات درحال‌حاضر به اندازه صنعت نان برای دولت حساس شده و به تبع آن مردم نیز به همان نسبت روی این صنعت حساس شده‌اند. به همین دلیل هم هست که مردم یک پاکت ۶۵ گرمی چیپس را به راحتی با قیمت ۴ هزار تومان خریداری می‌کنند اما ۲۰۰ سیسی شیر را با قیمت ۳ هزار تومان نمی‌خرند.

رئیس هیات‌مدیره انجمن صنایع لبنی نیز با بیان اینکه اکنون بحث تامین علوفه به‌شدت دچار مشکل شده است و وقتی قیمت‌ها افزایش می‌یابد دو دلیل وجود دارد؛ یا افزایش قیمت ناشی از قیمت تمام‌شده است یا ناشی از عرضه و تقاضا. متأسفانه درحوزه دامداری کشور مشکل ناشی از عرضه و تقاضای نهاده‌های دامی است که ناشی از مشکلات متعدد از تخصیص ارز گرفته تا نقل و انتقال پول است. تمامی نهاده‌های دامی وارداتی به نوعی تحت کنترل دولت وارد می‌شود و دلار ۴۲۰۰ تومانی به آن تخصیص می‌یابد، اما عملاً ساز و کاری وجود ندارد که به درستی توزیع شود در نتیجه به رغم آنکه نهاده‌های دامی جزو کالاهای اساسی است اما چون توزیع درستی برای آن صورت نمی‌گیرد کنجاله سویا به ۸ تا ۹ هزار تومان رسیده است. این موضوعات باعث کاهش بهره‌وری شده و از طرف دیگر قیمت تمام شده نیز افزایش یافته و به تولیدکننده محصولات لبنی منتقل می‌شود.

در پیچ و خم مالیات ارزش افزوده

موضوع و معضل دیگر مالیات ارزش افزوده است. این مالیات اولاً قیمت را برای مصرفکننده افزایش داده، درحالیکه محصولات لبنی جزو محصولات سلامت‌محور است و همه جای دنیا این محصولات از مالیات ارزش افزوده معاف هستند و به جای آن محصولات مضر مانند دخانیات، نوشابه‌ها، مواد غذایی چرب و... مالیات می‌پردازند. تیموری با بیان اینکه عملاً دولت به دلیل ناتوانی در اخذ مالیات ارزش افزوده از مصرفکننده یا مغازه‌دار، به سراغ تولیدکننده رفته است می‌گوید؛ به همین دلیل تولیدکننده درحین فروش محصول فارغ از اینکه اصولاً این محصول به فروش برسد یا مرجوع شود باید این مالیات را به دولت بپردازد. موضوع دیگر اینکه برخی محصولات مانند پنیر و شیر مشمول مالیات ارزش افزوده نیستند، اما برای برخی ملزومات این محصولات، تولیدکننده باید مالیات ارزش افزوده را بپردازد. به عنوان مثال برای خرید محصولات پلیمری که در بسته‌بندی به کار می‌رود یا برای خرید کارتن بسته‌بندی و... باید این نوع مالیات را بپردازد. بنابراین محاسبه و دریافت این نوع مالیات عملاً غیرممکن می‌شود. به همین دلیل به دولت پیشنهاد می‌شود به جای آنکه شیر و پنیر را معاف از مالیات ارزش افزوده کند، برای آن مالیات ارزش افزوده با نرخ صفر درصد در نظر بگیرد تا بتوانیم آن را از دولت پس بگیریم.

در عین حال دولت باید به این موضوع دقت کند که همه محصولات لبنی باید مالیات ارزش افزوده صفر داشته باشند تا این موضوع روی تشویق مردم به استفاده از محصولات سلامت‌محور اثر مثبت داشته باشد.

لبنیات از کرونا لطمه ندید

موضوع دیگر در ماه‌های اخیر مساله کرونا بود. تیموری می‌گوید متأسفانه اشخاص غیرمسوول در دوره‌های مختلف در رابطه با صنعت لبنیات موضوعات مختلفی را مطرح می‌کنند که در دوره شیوع کرونا نیز شاهد چنین مسائلی بودیم. با این حال رفتار مسوولانه و اجتماعی مردم در این دوره باعث شد این صنعت از کرونا لطمه نبیند. مسافرتها در این دوره کاهش و مصرف غذاهای خانگی افزایش یافت. مصرف غذاهای فست فودی در رستوران‌ها نیز کاهش یافت و مصرف غذاهای سلامت‌محور رشد کرد. عامل دیگر کاهش قابل توجه مصرف محصولات فله‌ای و غیربسته‌بندی بود که در راستای رعایت بهداشت و جلوگیری از شیوع بیماری کرونا صورت گرفت.

البته هزینه‌های شرکت‌های لبنی افزایش یافت، چراکه مباحث ضدعفونی کردن محیط کار و استفاده از ماسک و دستکش و... باعث رشد هزینه‌ها شد

که در واقع این هزینه‌ها برای جلوگیری از ابتلای کارکنان یا جلوگیری از تعطیلی بنگاه‌ها ضروری بوده و برای ما حفظ و صیانت از نیروی انسانی از همه موارد مهم‌تر است.

سرویس خبری: صنعت غذا