

یادداشت/کرونا و آثار آن بر صنعت غذا



ابوالحسن خلیلی رئیس هیات مدیره انجمن روغن نباتی

همه‌گیری کرونا، اثرات مختلفی را روی صنایع مختلف از جمله صنعت غذا بر جا گذاشته است که این آثار جنبه‌های مثبت و منفی را شامل می‌شود. در این بین صنعت غذا به دلیل ارتباط گسترده‌ای که با خانوار و سطح جامعه دارد بیش از سایر صنایع از این بیماری تاثیر پذیرفته است؛ زیرا فعالیت‌هایی مانند رستوران‌ها، کافشاپ‌ها، هتل‌ها، مدارس و... در این مدت یا تعطیل بودند یا فعالیتی مانند گذشته نداشتند و در نتیجه ضربات زیادی به این صنعت وارد شد. این در حالی است که میزان تقاضا برای مواد غذایی نیز توسط خانوارها در این مدت کاهش یافت و باعث شد بخشی از بازار محصولات غذایی از دست برود.

در این بین تعطیلی نمایشگاه‌های صنایع و مواد غذایی باعث شد فرصت‌های بازاریابی جدید، صادرات و تعامل بین فعالان این صنعت برای جذب سرمایه‌های جدید از بین برود و با کاهش بازدید هیات‌های تجاری از خطوط تولید، اثرات دیگری را بر حوزه تولید و سرمایه‌گذاری در حوزه صنعت غذا بر جا گذاشت.

کرونا روی سلامت فعالان صنعت غذا چه نیروی کار ساده و چه متخصصان این حوزه نیز تاثیر گذاشت، زیرا صنعت غذا از آن جمله صنایعی است که در دوره کرونا بیوقفه به تولید خود ادامه داد.

با این حال بیماری کرونا فرصت‌های جدیدی را نیز برای این صنعت ایجاد کرد؛ تغییر شیوه عرضه غذا و توزیع مواد غذایی در کشور، رفع بخش مهمی از مشکلات توزیع غذا و تقویت خریدهای آنلاین مواد غذایی که باعث شد فروش آنلاین مدل به‌صرفه‌تری برای فروش باشد. این روش باعث کاهش رفت‌وآمد و ترافیک در سطح شهر و کاهش هزینه‌های فروشگاهی می‌شود. علاوه بر این فروش آنلاین مواد غذایی، هزینه‌های انبارداری را هم برای تولیدکنندگان و هم توزیع‌کنندگان پایین آورده است.

بهبود شفافیت در خریدها، ایجاد امکان ارتباط بی‌واسطه مشتریان با تولیدکنندگان، کوتاه شدن زنجیره توزیع غذا و سود بیشتر تولیدکننده و مصرف‌کننده، ایجاد بازار بزرگ‌تر و متنوع‌تر که باعث افزایش رقابت برای عرضه کالا می‌شود، کاهش هزینه‌های تولید و دسترسی تولیدکننده به صورت مستقیم به بازار بر اساس تقاضای واقعی و نه تقاضای دستکاری‌شده، کاهش ضایعات و حفظ کیفیت مطلوب و سلامت غذا همگی از فرصت‌های کرونا در این صنعت است.

باید گفت با رفع بیماری کرونا هرچند کشور به وضعیت سابق باز خواهد گشت، اما تجربه مزایای خرید آنلاین از سوی قشر وسیعی از مشتریان، به‌طور کامل نادیده گرفته نمی‌شود و این مدل خرید بیشتر از گذشته در زندگی مردم جای خود را باز خواهد کرد؛ ضمن اینکه بخش زیادی از توزیع‌کنندگان کالا حتی توزیع‌کنندگان سنتی و بازاریان هم به اجبار کرونا ناچار شدند فروش آنلاین کالا را تجربه کنند و این بخش از فروشندگان نیز با مهار کرونا به‌طور کامل این مزیت را نادیده نمی‌گیرند و از آن به عنوان یک امکان درآمدزایی جدید، همچنان استفاده می‌کنند.

فروش آنلاین به عنوان یکی از مهم‌ترین مزایای شیوع کرونا جایگاه قابل توجهی در بازار سنتی ایران پیدا کرده است که این جایگاه را به راحتی نمی‌توان پس گرفت و در آینده نیز بر مبنای ظرفیت‌ها و امکانات فروش آنلاین، ساختار توزیع کالا در ایران دچار تحولات دیگری می‌شود که می‌توان به عنوان یکی از مهم‌ترین امیدهای بهبود مشکلات زنجیره توزیع کالا به آن نگاه کرد و حتی برای تقویت این امکان تازه خلق‌شده بازار ایران برنامه‌ریزی‌های بیشتری کرد.