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