

پای لنگ بازار جهانی لبنیات



سهم محصولات لبنی ایران در بازارهای جهانی

صنعت لبنیات، یکی از پایه‌های بازار غذای جهانی، در سال ۲۰۲۳ با مجموعه‌ای از تغییرات و چالش‌ها مواجه بود. به نظر می‌رسد که پیش‌بینی فروش محصولات لبنیات با کاهش قابل‌توجهی در قیمت‌ها نسبت به سال‌های گذشته همراه بوده است. این کاهش فروش سایه‌ای روی درآمدهای بسیاری از شرکت‌های برجسته لبنیاتی انداخته است که با حجم ثابت فروش، توانایی مقابله با روند نزولی قیمت‌ها را ندارند. یک عامل مهم در ایجاد استقرار حجم، فشارهای تورمی در حال افزایش در بازارهای مصرف‌کننده حیاتی لبنیات عمدتاً در اروپاست.

در حالی که بازاری به ارزش ۱۲۴۳ میلیارد دلار برای صنعت جهانی لبنیات تا ۲۰۲۸ برآورد شده، ارزش صادراتی محصولات لبنی کشور در ۱۰ ماهه امسال به ۷۰۸ میلیون دلار رسیده است. گفتنی است طبق آمار منتشرشده محصولات لبنیات کشور در طول ۱۰ ماهه امسال بیشترین میزان صادرات را در گروه صنایع غذایی به خود اختصاص داده‌اند. این در حالی است که به گفته رییس هیات‌مدیره انجمن صنایع لبنی ایران ۱۱ درصد از کل صادرات کشاورزی و صنایع غذایی کشور در ۹ ماهه امسال تولیدات صنایع لبنی بوده است. در واقع طبق آمار گمرک صادرات صنعت لبنیات در ۱۰ ماهه سال جاری با ۵۴۸ هزار تن صادرات به ارزش ۷۰۸ میلیون دلار رسیده است.

آینده فروش

مسیریابی در برابر نوسانات قیمت کاهش محصولات لبنیات به این صنعت زیان زیادی وارد کرده است، علاوه بر اثرات مالی حجم محصولات لبنیات تا حدی زیاد شده است، اما این موارد به تنهایی کافی نیستند. در نتیجه کاهش فروش محصولات لبنیات، منجر به کاهش درآمد برای بازیگران اصلی این صنعت شده است که اکنون باید برنامه‌های خود را تنظیم کنند تا با این وضعیت برخورد کنند. به‌خصوص، تاثیر افزایش قیمت‌ها، به‌ویژه در اروپا وضعیت را بدتر کرده و محیط فروش را حتی پیچیده‌تر کرده است.

آینده حاشیه سود؛ نوسانات قیمت شیر و افزایش هزینه‌های مواد اولیه

در حالی‌که بازیگران بزرگ مانند فانترا و ساپوتو در ربع اول سال ۲۰۲۳ عملکردی قوی داشتند تولیدکنندگان لبنیات اروپایی در نیمه اول سال ۲۰۲۳ با چالش‌هایی مواجه شدند. یک نگاه دقیق نشان می‌دهد که اگرچه قیمت‌های شیر کاهش یافت، این کاهش قیمت کندتر از کاهش کلی قیمت‌های کالاهای لبنیات بوده است. این عدم تطابق منجر به افزایش غیرمنتظره هزینه‌های نسبی برای مواد اولیه شده است. آینده درازمدت؛ سازگاری با دینامیک‌های تغییرکننده

به آینده‌ای که مسیر صنعت لبنیات را درازمدت شکل می‌دهد، نگاه و روندهای کلیدی را کاوش کنیم. تنظیم استراتژی «از مزرعه تا سفره» اتحادیه اروپا - بخش لبنیات اروپایی را متحول می‌کند. این استراتژی با هدف کاهش تاثیر محیطی روش‌های کشاورزی را دارد و بدون شک بر تولید لبنیات تاثیر خواهد گذاشت. با انتظار کاهش تولید شیر، تولیدکنندگان لبنیات باید به سمت ایجاد محصولات با ارزش افزوده بالاتر حرکت و روی بخش‌های خاص تمرکز کنند تا اثرات کاهش خروجی را متعادل سازند. سازگاری موفق با این رویکرد جدید برای تولیدکنندگان اتحادیه اروپا جهت حفظ سودآوری و پایداری در این مسیر در حال تحول بسیار حیاتی خواهد بود.

صعود لبنیات ارگانیک با تاکید بر تولید محصولات لبنی و ارگانیک در سال‌های آینده شتاب خواهد گرفت. این رویکرد به عنوان یک راه و نه تنها برای حفظ درآمد کشاورزان، بلکه با یک اثر محیطی قابل‌توجه شناخته می‌شود. روندهای اخیر، پایداری قیمت شیر ارگانیک را نسبت

به گزینه‌های سنتی نشان می‌دهد. به‌عنوان مثال در اولین ماه سال ۲۰۲۳ میلادی، فریزلندکمپینا کاهش سالانه ۷/۱۰ درصدی قیمت شیر ارگانیک را تجربه کرد که به مراتب کمتر از کاهش قابل‌توجه ۹/۲۷ درصدی در قیمت شیر معمولی بود. یک نمونه دیگر از این روند رشد، شرکت لبنیات بزرگ ساپوتو در پروژه «مسیر محصولات لبنی با انتشار صفر کربن» شرکت کرده است که به بهینه‌سازی، بهره‌وری و کاهش انتشار کربن اختصاص دارد که در گزارش سالانه‌شان ذکر شده است.

گسترش و تنوع ؛ فراتر از مرزهای محلی

شرکت‌های لبنیات اروپایی در حال ارزیابی مجدد استراتژی‌های خود هستند تا به رشد خود کمک کنند. در حالی‌که تلاش‌های گذشته بیشتر بر تقویت فروش در بازارهای آسیایی، به دلیل رشد مصرف لبنیات بیشتر در آن مناطق تمرکز داشت، تحولات اخیر نشان می‌دهد که علاقه به تنوع منابع و نه فقط گسترش فروش در این مناطق رشد کرده است. به ویژه، تعهد آرا به تقویت توسعه لبنیات محلی در نیجریه و سرمایه‌گذاری‌های فرایزلندکمپینا در تامین لبنیات در پاکستان نشان‌دهنده تغییر قابل‌توجهی در تمرکز اصلی بازیگران اصلی لبنیات اروپایی است. این حرکت‌های استراتژیک در کشورهای پر جمعیت به‌عنوان تغییر قابل‌توجهی در استراتژی شرکت‌ها عملکرد مثبتی را به همراه داشته است.

ارزش ۱۲۴۳ میلیارد دلاری صنعت جهانی لبنیات تا ۲۰۲۸

در سال ۲۰۲۲ ارزش بازار لبنیات در سراسر جهان حدود ۸۹۳ میلیارد دلار برآورد شد و تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند ارزش صنعت جهانی لبنیات تا سال ۲۰۲۸ یعنی تا ۴ سال آینده به ۱۲۴۳ میلیارد دلار افزایش یابد.

سهم چشمگیر آلمان از صادرات جهانی محصولات لبنی

به گفته کارشناسان، یکی از پیامدهای متعدد جهانی شدن این است که محصولات لبنی در حال حاضر در سراسر جهان مصرف می‌شود و هر ساله مقادیر زیادی شیر و پنیر و سایر محصولات لبنی بین کشورها مبادله می‌شود. به‌طوری که در سال ۲۰۲۲ حدود ۶۸ میلیارد دلار محصولات لبنی صادر شد که حدود ۶ میلیارد دلار آن مربوط به صادرات کشور آلمان

است و سهمی قابل‌توجه از بازار جهانی را به خود اختصاص می‌دهد.

براساس این گزارش، صنعت جهانی لبنیات اصولاً تنوع بالایی دارد و داده‌های آماری سایت استاتیستا بیانگر این است که در سال ۲۰۲۳، در میان تولیدات مختلف لبنیات، بیش از ۵۴۹ میلیون تن شیر گاو در سراسر جهان تولید شد. در حالی که حجم تولید پنیر و کره در همان سال بالغ بر ۲۲ و ۱۱ میلیون تن بود.

تولید ۷/۶ میلیون تن کره در هند در سال ۲۰۲۳

این داده‌های آماری حاکی از آن است که در سال ۲۰۲۳، هند در مجموع بیش از ۷/۶ میلیون تن کره تولید کرد و این کشور را به برترین کشور تولیدکننده کره در سال تبدیل کرد. ضمن اینکه اتحادیه اروپا با تولید حدود ۱/۲ میلیون تن کره در رتبه دوم قرار دارد. نکته قابل‌توجه اینکه یکی از کشورهای اتحادیه اروپا که سالانه مقدار قابل‌توجهی کره مصرف می‌کند، آلمان است به‌طوری که در سال ۲۰۲۲ آلمانی‌ها در مجموع حدود ۴۵۰ هزار تن کره مصرف کردند. به این ترتیب سرانه مصرف کره در کشور آلمان به بیش از ۵ کیلوگرم می‌رسد. طبق این گزارش، یکی دیگر از محصولات پرطرفدار و پرمصرف در صنعت جهانی لبنیات، پنیر است که داده‌های آماری بیانگر این است که اتحادیه اروپا تاکنون بزرگ‌ترین تولیدکننده پنیر در سراسر جهان است. به نحوی که در سالی که گذشت یعنی در سال ۲۰۲۳، در حقیقت ۲۷ کشور تشکیل‌دهنده اتحادیه اروپا حدود ۳۹/۱۰ میلیون تن پنیر تولید کردند. این در حالی است که در حوزه صادرات پنیر نیز اصولاً آلمان در صدر صادرکنندگان جهانی قرار دارد. همچنین هلند، فرانسه و ایتالیا همگی به دلیل تولید پنیر خود شهرت جهانی دارند و همچنین برخی صادرکنندگان برتر پنیر در آن سال بودند.

داده‌های آماری منتشرشده نشان می‌دهد: در سال ۲۰۲۲، ایتالیا بزرگ‌ترین واردکننده پنیر تازه در سرتاسر جهان بود که ارزش واردات آن حدود یکمیلیارد دلار بود.

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: جهان صنعت